

Réseau ouvert, arrivée de deux mutuelles, Internet, engagement auprès de la filière optique...

Optistya poursuit son développement

Un an après être devenu un réseau ouvert, Optistya, qui compte près de 7 600 opticiens partenaires, franchit un nouveau cap avec la création d'e-Optistya, pour les sites de vente en ligne. Deux mutuelles rejoignent également Optistya, la MNT et Ociane, portant le nombre de bénéficiaires du réseau à près de 5 millions de personnes.

Optistya, un réseau attractif

En 2008, le réseau MGEN, devenu Optistya en 2013 était le premier réseau d'opticiens partenaires fondé par un organisme de complémentaire santé. Depuis, Optistya a gagné la confiance des professionnels de l'optique grâce à un fonctionnement reposant sur des principes de respect, d'écoute et d'engagements réciproques et sur la conviction que l'exigence première doit être la qualité. Créé pour faciliter l'accès des adhérents mutualistes aux équipements optique, Optistya vise en effet une maîtrise tarifaire responsable, dans le respect des adhérents et des opticiens.

Cette confiance se traduit concrètement dans le nombre d'opticiens partenaires. En 2015, Optistya s'est transformé en un réseau ouvert afin d'associer un plus grand nombre d'opticiens et ainsi diversifier l'offre de proximité des adhérents. Le constat est sans appel : Optistya est un réseau attractif pour les opticiens. Réseau fermé, Optistya comptait environ 2400 opticiens fin 2014. Ouvert, il en accueille 7 600 (mai 2016), soit plus de 3 fois plus.

Pour un opticien, rejoindre Optistya, c'est bénéficier d'un apport de clientèle. En 2015, les mutuelles utilisant Optistya ont comptabilisé environ 900 000 achats dans le réseau, représentant, de leur part, 170 millions d'euros de prestations complémentaires versées aux adhérents. Pour la seule MGEN, 84 % des adhérents ayant acheté un équipement d'optique (avec prise en charge complémentaire) l'ont acquis auprès d'un opticien Optistya. 76 % ont exprimé leur satisfaction.

En 2016, le nombre d'adhérents bénéficiaires augmente fortement avec l'arrivée de deux mutuelles : la MNT, depuis le 1er janvier, et Ociane, depuis le 18 avril, qui est la première mutuelle sans lien avec la fonction publique à rejoindre Optistya. Au total, Optistya compte 4,9 millions de bénéficiaires.

Optistya, un réseau responsable

En 2015, Optistya et les opticiens partenaires ont pris des engagements qui ont porté leurs fruits.

Pour les adhérents, Optistya facilite réellement l'accès aux équipements optiques. En 2015, le reste à charge moyen d'un équipement avec des verres unifocaux était de 129 euros (354 euros hors réseau). Avec des verres progressifs, il était de 271 euros (682 euros hors réseau). Il n'était que de 7 euros par verre unifocal et 48 euros par verre progressif. 3 achats de lunettes avec verres unifocaux sur 5 se sont soldés par un reste à charge inférieur à 10 euros.

L'engagement solidaire des opticiens partenaires a permis de collecter 355 330 € pour plusieurs associations engagées dans la santé visuelle. Comme elles s'y étaient engagées, les mutuelles verseront le même montant. Ainsi, au titre de 2015, 710 660 € seront versés à des associations.

La filière optique française a également profité de la promotion du « Made in France » dans le réseau. Sans qu'il soit possible de quantifier précisément l'impact, des fabricants français de montures soulignent l'effet sur leurs niveaux de production.

Optistya, un réseau innovant, avec « e-optistya »

Pour répondre aux adhérents des consommateurs en matière d'achat en ligne tout en leur assurant un haut niveau de qualité à des prix maîtrisés, Optistya crée maintenant « e-Optistya », dans le cadre d'une dynamique digitale partagée par les mutuelles. Annoncé en 2015, il référence depuis le 11 avril 2016 son premier site : easy-verres.com. D'autres sites et enseignes suivront dans les prochains mois.

Avec e-Optistya, les adhérents peuvent choisir et commander en ligne leurs lunettes et lentilles (uniquement dans le cadre d'un renouvellement de lentilles) et ils ne paient que le reste à charge (grâce à un dispositif de devis en ligne permettant le tiers-payant). Les sites sont invités à leur proposer une offre « Reste à Charge Zéro ».

e-Optistya se place au même niveau d'exigence en matière de qualité qu'Optistya et demande un effort tarifaire supérieur (-10 % répartis par le site entre les différentes catégories de verres). Des exigences spécifiques à la vente sur Internet sont également imposées (passage en magasin relais, parcours de l'adhérent tout au long de l'acte d'achat...).