

KALIXIA Optique, acteur de la transformation de la filière optique : des résultats significatifs sur l'OFG et la RSE

Kalixia, la première plateforme française de soins, s'engage aux côtés de ses partenaires pour **promouvoir les démarches responsables et vertueuses**. L'éveil des consciences écologique et sociétale, conjugué à la période de pandémie, a fait émerger de nouveaux circuits de consommation favorisant les achats locaux ou de production nationale. Selon une étude menée par l'IFOP¹ **plus de 90% des Français** affirment qu'acheter local, certifié Origine France Garantie (OFG) est une manière de soutenir les entreprises françaises. Ces enseignements ont conduit KALIXIA à faire significativement évoluer ses offres et services pour répondre à ces attentes.

Pour son nouveau conventionnement optique, KALIXIA a ainsi donné le ton, dès la sélection des verriers partenaires, en introduisant comme **critère différenciant la proportion de verres OFG** proposée dans leurs catalogues. Afin d'inciter à cet effort de production sur le territoire national, KALIXIA optique a décidé de **valoriser le plafond tarifaire pour les verres OFG** et ainsi encourager les opticiens à les proposer aux porteurs.

Plus d'un verre sur trois vendus dans le réseau est Origine France Garantie

Six mois après son ouverture, le nouveau partenariat optique est un succès et a fait passer la part des ventes de **verres OFG dans le réseau de 1/5 à 1/3** (CF graphique 1 en annexes). Ainsi, les opticiens partenaires ont vendu aux bénéficiaires KALIXIA **15% de plus de verres OFG** que les non-partenaires (CF graphique 2 en annexes).

Pour la majorité des professionnels KALIXIA, la part des ventes de verres OFG ne cesse d'augmenter au fil des mois depuis l'ouverture du nouveau partenariat, représentant plus d'**1/3 des verres vendus dans le réseau** (contre un peu plus de 1/5 hors réseau). Chez les indépendants, la part moyenne de vente de verres OFG depuis le début du conventionnement est de 40% et celle des enseignes représente 33% (chez les enseignes, la part des ventes OFG des plus engagées peut même aller jusqu'à 51%).

C'est sur le segment des **verres progressifs de technicité élevée** que l'écart réseau/hors réseau est le plus probant avec plus de **54% des verres vendus en OFG** dans le réseau contre moins de 38% hors réseau.

¹ Étude réalisée pour le compte de l'association Origine France Garantie, publiée en février 2022.

Un Reste à Charge toujours diminué pour les bénéficiaires

Ce bénéfice OFG dans le réseau ne se fait pas au détriment du Reste A Charge (RAC) qui reste toujours minoré par rapport au hors réseau : on observe près de **30% de réduction du RAC sur les verres OFG dans le réseau VS le hors réseau. Un verre de classe B sur trois vendu sans RAC** ou avec un faible RAC (inférieur à 10€) dans le réseau est un verre OFG. *« A l'heure du 100% santé, où seule la production hors France et Europe est représentée, ces bénéfices liés à l'OFG ne pénalisent pas les ambitions d'accessibilité nourries par KALIXIA puisque le reste à charge demeure réduit par rapport au hors réseau. »* indique Eulalia Santos, Présidente de Kalixia.

Dans ce contexte, les fournisseurs **relocalisent une partie de leur production** pour répondre à la demande. Jean-Michel Lambert, Directeur Général du groupe Hoya Vision Care France souligne l'impact du réseau Kalixia optique : *« Nous saluons ces réseaux de soins, dont Kalixia avec ses plus de 15 millions d'assurés, qui ont récemment joué le jeu de faciliter l'accès à nos verres certifiés OFG, dont les prix ont été valorisés pour satisfaire la demande de consommer français, avec toutes les garanties de qualité. C'est au bénéfice de tous, et cela va nous permettre de favoriser le circuit court, de soutenir notre savoir-faire local avec toutes nos technologies (designs et traitements) appréciées de nos clients, et de répondre aux enjeux environnementaux et sociétaux. »*

Au-delà de l'origine des verres, **l'engagement RSE du réseau** se traduit également dans les **conditions de conventionnement** des opticiens partenaires. Ainsi, de nouveaux critères sont valorisés dans le partenariat en cours afin de proposer aux bénéficiaires une large sélection d'**opticiens engagés** dans cette voie (CF graphique 3 en annexes). Ces derniers peuvent, dans l'outil de géolocalisation disponible dans leur espace personnel, affiner leur recherche en fonction des engagements et labels RSE : opticien favorisant les **montures fabriquées en France**, engagé dans des **démarches environnementales et sociétales** ou encore **acteur de l'ESS**.

Par ailleurs, KALIXIA est conscient que le choix de la monture est décisif pour un porteur, ainsi plus d'un partenaire sur deux consacre à l'OFG un espace d'exposition conséquent (plus de 50 montures).

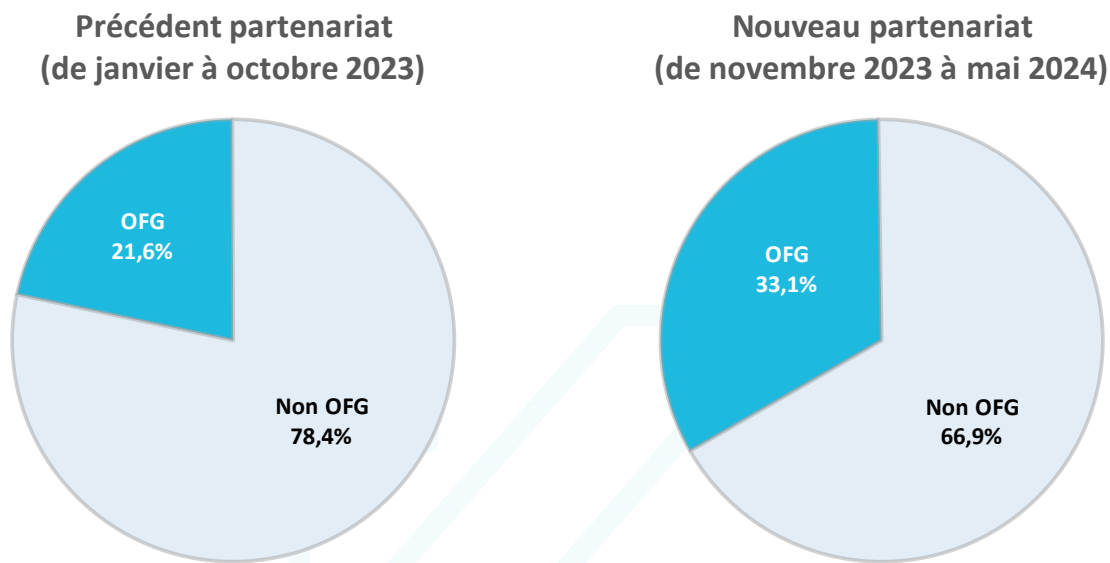
Laurent Borella, Vice-Président, Kalixia, souligne en conclusion : *« Ces premiers mois de partenariat démontrent l'impact de KALIXIA optique dans l'accompagnement vers des modes de production et de distribution plus responsables privilégiant l'OFG et réduisant l'empreinte carbone. »*

À propos de KALIXIA

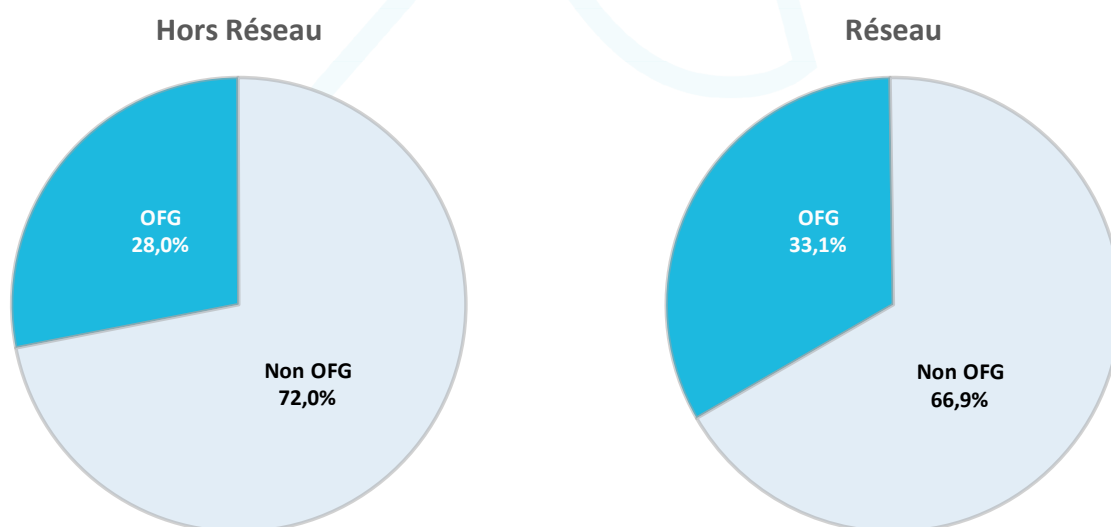
Créé par Malakoff Humanis et le Groupe VYV, KALIXIA est la première plateforme française de soins, en nombre de bénéficiaires (15 millions), en optique, contactologie digitale, audioprothèse, dentaire, ostéopathie et hospitalier.

La plateforme compte plus de 6 100 opticiens partenaires, 6 200 centres d'audioprothèse, 7 100 chirurgiens-dentistes en omnipratique implantologie, parodontologie et orthodontie, et 500 ostéopathes. Ces partenariats permettent aux assurés d'accéder à des soins et des équipements de qualité à des tarifs maîtrisés, et sans avance de frais (en optique, audio et dentaire). Pour répondre aux besoins et préoccupations actuels des Français en termes de santé, deux nouveaux services ont récemment été lancés par KALIXIA : Kalixia Contacto 2.0 et Kalixia Hospit.

Graphique 1 : part de verres unifocaux et progressifs OFG vendus dans le réseau



Graphique 2 : part de verres OFG vendus par rapport à l'ensemble des verres vendus dans et hors réseau au 31 mai 2024



Graphique 3 : part des partenaires optiques selon leurs engagements RSE

