

## Philippe Rochette

# Opticien engagé



Martin Laprise

Voir clair n'est pas un luxe, mais une nécessité! Les lunettes sont pourtant si chères... De ce constat est né le «Bonhomme à lunettes», un opticien d'ordonnances nomade qui mise sur la solidarité pour offrir à tous des verres de qualité. Belle idée!

«**D**ans les lunetteries, les prix demandés sont déconnectés de la capacité de payer d'une grande partie de la population», constate Philippe Rochette. Devant ces excès, l'opticien d'ordonnances montréalais lance en 2007 le Bonhomme à lunettes ([bonhommealunettes.org](http://bonhommealunettes.org)) dans son quartier, Hochelaga-Maisonneuve. Quand il participe à la campagne de financement d'un organisme communautaire en lui remettant un pourcentage des ventes de lunettes offertes à prix abordable sur place, il comprend que cette voie est la bonne. Il s'assure alors la collaboration d'autres organismes communautaires pour rejoindre facilement la clientèle cible.

«J'y suis allé progressivement. Au début, je ne consacrais que deux jours par semaine à ce projet. Mais aujourd'hui, grâce au bouche-à-oreille et à la couverture médiatique, je travaille avec une quinzaine d'employés, dont 10 opticiens, tant dans le Grand Montréal et à Laval que dans Lanaudière ou les Laurentides. L'expansion a été fulgurante, mais ma mission reste la même: offrir des lunettes de qualité à bon prix à tous ceux qui en ont besoin.» Philippe y parvient en gardant ses frais d'exploitation au minimum – pas de montures griffées ni de siège social ou de publicité. «C'est aussi une question de santé publique, insiste l'opticien. Je vois des gens peu fortunés se présenter avec des ordonnances vieilles de cinq ans parce que des lunettes neuves coûteraient trop cher. Ça n'a aucun sens!»

Cette nouvelle approche séduit de plus en plus de professionnels de la santé. D'autres optométristes, acupuncteurs, ostéopathes, thérapeutes et travailleurs sociaux ont formé avec lui le collectif Les Portes oranges ([portesoranges.com](http://portesoranges.com)). «Notre préoccupation est d'offrir un maximum de services à des coûts raisonnables.» Philippe Rochette a aussi servi de modèle à l'opticien Simon Dufour, qui a lancé Le Marchand de lunettes, à Québec ([marchanddelunettes.org](http://marchanddelunettes.org)): «Simon a été mon premier employé. Quand il a voulu monter sa propre entreprise, je l'ai aidé. C'est une bonne chose que le concept voyage.»

Le Bonhomme à lunettes repose sur trois principes: honnêteté, simplicité et solidarité. Solidarité implique ici de donner au suivant: pour chaque paire de lunettes vendue, l'entreprise remet 10 \$ à l'un des 46 organismes communautaires partenaires, au choix du client. Ce dernier peut ainsi poser un geste à son tour. «Quand j'ai proposé aux organismes de collaborer, ils étaient très heureux: le Bonhomme à lunettes réglait un des plus importants problèmes concrets de leur clientèle, tout en devenant un outil de financement ponctuel. Les clients sont heureux, et nous, on réussit à vivre. Tout le monde est content!»

Pour Philippe Rochette, s'engager socialement était essentiel. «Je suis très critique de nos institutions politiques. Tout se passe sur fond de crise sociale, écologique et alimentaire. L'état actuel des choses me déprime un peu. J'avais besoin de rééquilibrer tout ça en faisant quelque chose de significatif à mes yeux. Je me sens extrêmement chanceux d'avoir réussi et de pouvoir en vivre!» 