

Le Bonhomme à lunettes Voir clair n'est pas un luxe

Roxane Tremblay

Philippe Rochette, l'homme derrière le Bonhomme à lunettes, est tout un personnage. Une seule conversation avec lui et voilà la société dans laquelle nous vivons qui en prend pour son rhume. Très justes, ses propos percutants aux accents parfois anarquistes, tirent à bout portant sur le système capitaliste où il y a malheureusement beaucoup trop de laissés pour compte. Un constat qui a été la bougie d'allumage d'une entreprise peu banale, et dont la base, le noyau est l'engagement collectif.

En affaires, mais pas à n'importe quel prix

À travers plusieurs péripéties, expérimentations et questionnements divers, dans la vingtaine et la trentaine, Philippe Rochette, est devenu opticien par hasard: «surtout parce que le taux de placement était de 100%», se remémore-t-il. Il songeait depuis longtemps à partir un projet social. En 2006-2007,

faisant déjà du bénévolat pour le YMCA Hochelaga-Maisonneuve, il a profité d'une campagne de financement pour s'installer dans le hall de l'organisme et offrir ses services aux assistés sociaux et personnes dans le besoin. «Je remettais 10% de mes ventes au YMCA. Mes prix étaient basés sur ceux de l'Aide sociale», raconte M. Rochette qui s'est depuis, donné comme mission de rendre les lunettes accessibles aux moins nantis. Ce n'est certes pas tout le monde qui est prêt à payer 800\$ et plus pour une paire de lunettes. «Parce que j'ai la ferme conviction que les gens doivent passer avant les profits, j'offre à mes clients la possibilité d'économiser sur un achat essentiel, tout en leur permettant de faire un geste à portée sociale en remettant 10\$, par lunette vendue, à un organisme au choix».

Dix ans plus tard, le Bonhomme à lunettes c'est:

- 24 employés
- 700 000\$ remis à plus de 50 organismes communautaires

- 14 opticiens sur la route: Montréal, Laval, Montérégie, Laurentides, Lanaudière, Outaouais
- Une couverture médiatique importante au Québec et ailleurs
- Fondation du collectif Montréalais Les Portes Orange, un collectif de professionnels de la santé qui offrent différents services à prix abordable
- Philippe Rochette est invité en tant que conférencier, car son modèle d'affaires retient l'attention de plusieurs formateurs

«Mes employés n'ont pas le choix de partager ma vision. Ils doivent avoir de l'empathie face à la situation de chaque personne. Oui, nous sommes une entreprise privée. Mais je préfère faire moins d'argent et régler le problème. Je ne veux pas abandonner personne. On trouve une solution ensemble», affirme-t-il.

Aucune publicité, aucune grande marque

Le Bonhomme à lunettes ne fait aucune publicité et ne vend aucune grande marque. Il mise plutôt sur le bouche-à-oreille et ça fonctionne. Ses délais de fabrication sont courts, son choix de montures varié, de qualité, abordable et son travail garanti pour un an. Il suffit d'avoir en main sa prescription et un formulaire pour les lunettes.

En Montérégie, le Bonhomme à lunettes assure une présence entre autres à Chambly, La Prairie et Saint-Jean-sur-Richelieu. Avant de se présenter, prière de vérifier l'horaire et les lieux sur le site internet www.bonhommealunettes.org

Dans le milieu, Philippe Rochette ne fait pas l'unanimité. «Oui, j'ai eu des prises de bec avec l'Ordre des opticiens. Je sais que je dérange. Mais ce que je fais, plaît à la population et aux organismes. J'ai l'impression de faire quelque chose de significatif.» dit-il en conclusion.



BONHOMME À LUNETTES **org**

IGA GLADU extra



LA SAISON DU BBQ EST ARRIVÉE!



Voyez une exclusivité offerte chez IGA!