

L'ŒIL DU CŒUR

Homme d'affaires, l'opticien Simon Dufour est aussi homme de communauté. Oubliez tout ce que vous savez des opticiens : Le Marchand de lunettes ne fait rien comme les autres.

M. Dufour opère une lunetterie communautaire itinérante. Tout son équipement, montures et appareils d'ajustement, tient dans quelques malles que l'opticien trim-balle d'un organisme communautaire à l'autre. Il a d'abord concentré son offre de service dans les quartiers centraux de Québec, «là où c'est essentiel». L'embauche d'une assistante et d'une opticienne à temps partiel lui permet maintenant de desservir 18 organismes dans les quartiers périphériques tels L'Ancienne-Lorette, Loretteville et même Lévis.

Simon a opté pour la lunetterie mobile pour satisfaire - un peu - son propre besoin de bouger, mais surtout pour «créer de l'accessibilité»: il va là où se trouvent les clients. En éliminant les coûts de loyer, de décoration et de publicité, le Marchand de lunettes fait des économies substantielles, dont il fait bénéficier sa communauté.

Les clients sont les premiers à profiter des largesses de M. Dufour, d'abord, par le coût d'achat de leurs lunettes, de deux à cinq fois moins chers qu'en lunetterie commerciale. Les prestataires de la sécurité du revenu peuvent acquérir une lunette complète pour aussi peu que 20 \$.

Démocratiser la lunette est l'objectif du Marchand de lunettes. «Quelques personnes croient qu'une lunette performante doit avoir un antireflet ou un résistant à l'égratignure». Certains se privent de lunettes depuis longtemps parce qu'ils n'ont pas les moyens de s'offrir ces options. «Même si on a moins de sous, on a le droit d'avoir une bonne paire de lunettes et de bien voir», affirme-t-il. Quitte à sacrifier un peu sur l'esthétisme! «On peut avoir une très bonne capacité visuelle avec des foyers, même s'il y a une ligne dans le verre». Simon Dufour voit beaucoup plus loin que son offre de service. «Des lunettes, ça permet parfois de repartir la roue, de lire un peu plus, d'aller à l'ordinateur... et éventuellement, de se retrouver un travail».

Hors de question pour lui d'être apprécié uniquement pour sa politique de prix. «Ça m'importe d'avoir une pensée globale». Voilà pourquoi ses principaux partenaires d'affaires se trouvent parmi les organismes communautaires qui promeuvent le Marchand de lunettes auprès



Photo: Francine Chatigny

Deuxième étage, Maison Lauberivière : Simon Dufour ajuste les lunettes de sa cliente Dorice Girard.

de leur clientèle et qui reçoivent des sous en échange. «Quand le client me précise que, par exemple, c'est l'Archipel d'Entraide qui m'a référé, je redonne 10 \$ par lunettes complètes vendues, peu importe le prix, à l'Archipel».

En un an et demi d'opération, M. Dufour a remis plusieurs milliers de dollars aux organismes communautaires. «Je suis fier de cela. C'est important pour moi de boucler la boucle en redonnant aux organismes... qui sont malheureusement sous-financés».

L'imagination débordante, le jeune trentenaire multiplie les occasions de partager avec la communauté. Ses prix ne font pas un chiffre rond, 149 \$ par exemple: il propose à son client de payer 150 \$ et il investit le dollar flottant dans une cause. En 2014, lui et son assistante ont participé au défi Leucan - ce qui explique sa coupe de cheveux!- auquel ils ont versé 1200 \$. En 2015, les dollars flottants seront investis dans le programme de chiens-guides, une initiative de la Fondation des Lions du Canada.

Par ailleurs, il développe une politique environnementale qui se traduit pour l'instant par le rachat des crédits carbone pour compenser ses déplacements. «C'est un *work in progress*, c'est pas encore clair, mais je veux faire plus».

POINT DE BASCULE

À l'écouter énumérer toutes ces bonnes actions, on se demande si le Marchand de lunettes est tombé dans la charité quand il était petit. Eh bien non! C'est un voyage

d'un an en Amérique latine qui lui a ouvert les yeux. «Côté la pauvreté, ça été un point de départ à l'initiative communautaire».

Au retour, celui qui avait travaillé près de 10 ans en lunetteries commerciales doute de sa capacité à réintégrer ce milieu: il aime son métier, mais pas le contexte dans lequel il doit le pratiquer. Son ami de Montréal, Philippe Rochette, le premier opticien communautaire au monde, lui tend alors la main. «En travaillant avec le Bonhomme à lunettes, j'ai su dès la première heure que c'est cela que je voulais faire». La vie dans la métropole ne lui convenait plus, il décide de transposer le concept à Québec.

Il travaille 70 heures par semaine, mais ne s'en plaint pas. «C'est un peu égoïste de faire ce que je fais... Je retire beaucoup. Je rencontre des gens extraordinaires et ça me *ground* vraiment!».

FRANCINE CHATIGNY