

# Les intentions des consommateurs

- > par rapport à l'offre « 100% santé » en optique
- > par rapport au nouveau plafond de remboursement des montures

Enquête GIFO / Gallileo

Présentation au SILMO  
Le 27 septembre 2019

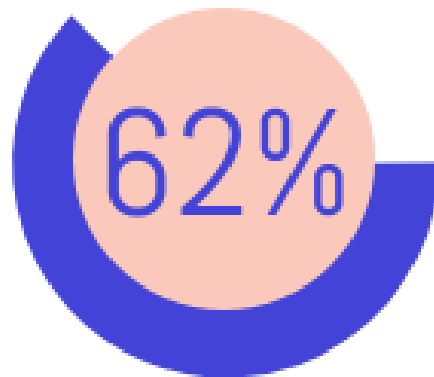
## La démarche

Dans le contexte de l'arrivée de l'offre « 100% Santé » et du nouveau **plafond de remboursement des montures**, GALLILEO a mis en place une enquête online auprès d'un échantillon représentatif de Français âgés de 18 ans et plus en Avril/Mai 2019.

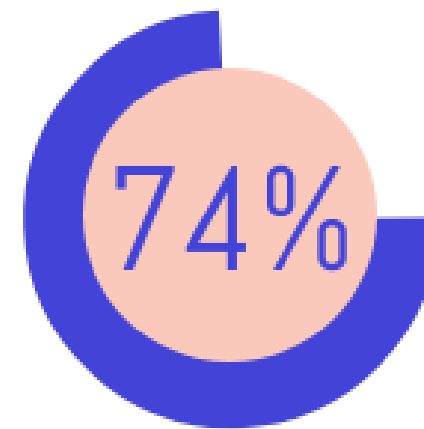
La représentativité de l'échantillon a été construite sur les variables d'âge, de sexe, de localisation géographique (UDA5) et de CSP.

- L'enquête a permis d'identifier parmi les Français interrogés, un **échantillon de 3.000 Français âgés de 18 ans, porteurs de lunettes de vue**, et ayant acheté pour la dernière fois des lunettes de vue entre 2015 et 2019, représentatif de la diversité des profils et situations d'achats

Des réformes  
**méconnues**  
par la grande  
majorité des  
porteurs de  
lunettes de vue

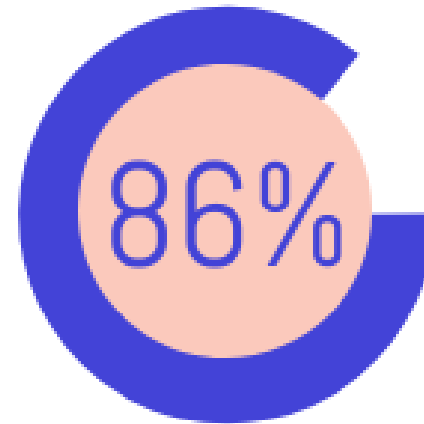


n'ont pas entendu parler  
de la baisse  
du plafond de  
remboursement des  
montures



n'ont pas entendu parler  
de l'offre 100% santé

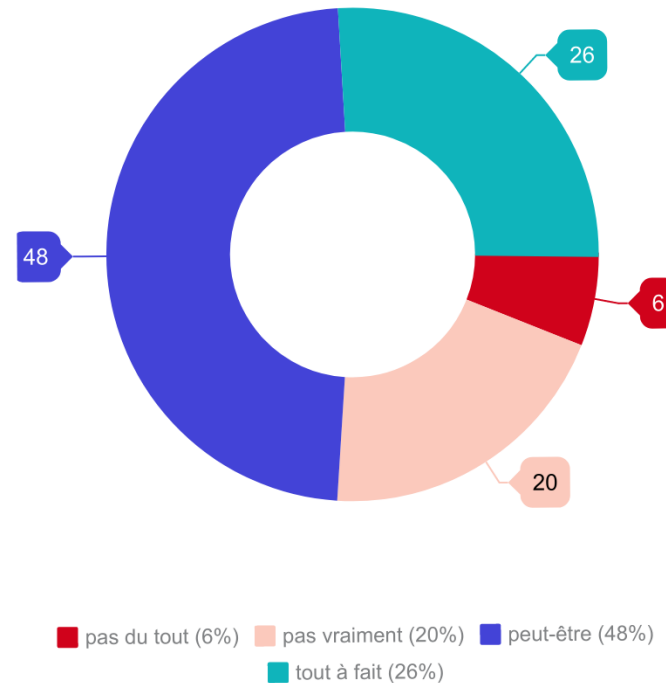
C'est la capacité des acteurs de la filière à **guider les porteurs** dans leur choix **vers des offres à plus forte valeur ajoutée pour eux** qui déterminera l'orientation que prendra le marché



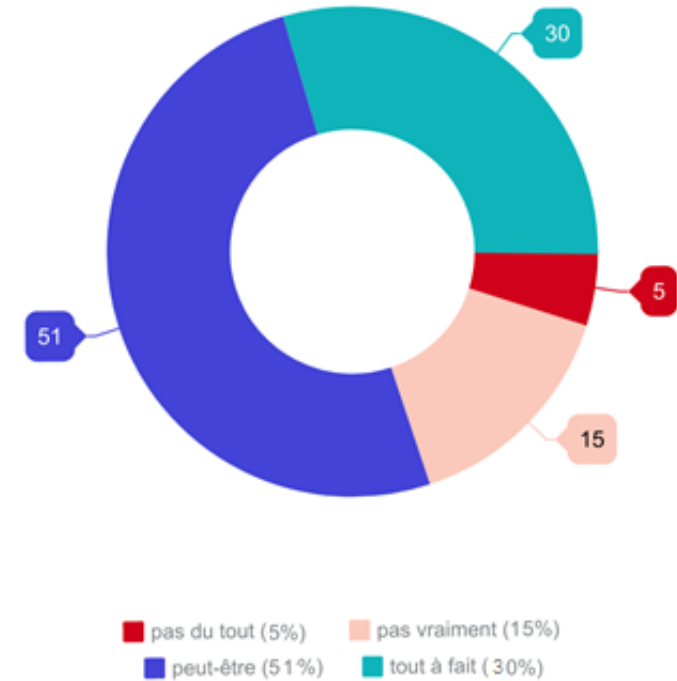
des personnes interrogées  
s'en remettent à l'opticien  
et lui feront confiance  
pour l'accompagner dans le choix  
de l'offre la plus adaptée à sa situation

Lorsque l'on interroge les porteurs sur leur propension à choisir l'offre « 100% santé » pour leur prochain achat, leur position est **mitigée**

Montures



Verres



Il est donc important pour les acteurs de la filière de convaincre ce « ventre mou » pour le faire **basculer vers des offres plus qualitatives**

Opinion des porteurs sur les montures et les verres de la grille 100% santé :



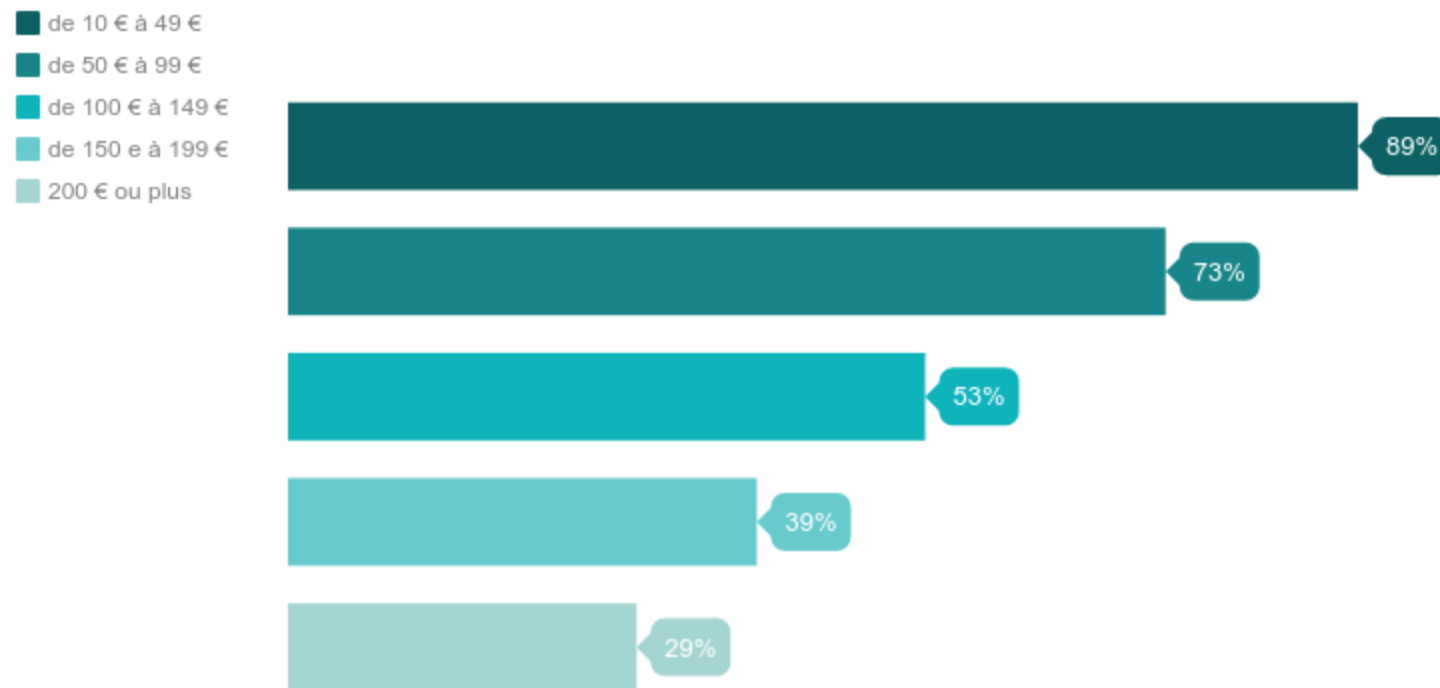
Environ 1 Français sur 4 est convaincu

Environ 1 sur 4 est réfractaire

**Environ 1 sur 2 reste INDECIS**

Les porteurs sont en très grande majorité prêts à payer un reste à charge pour leur prochain achat de lunettes de vue

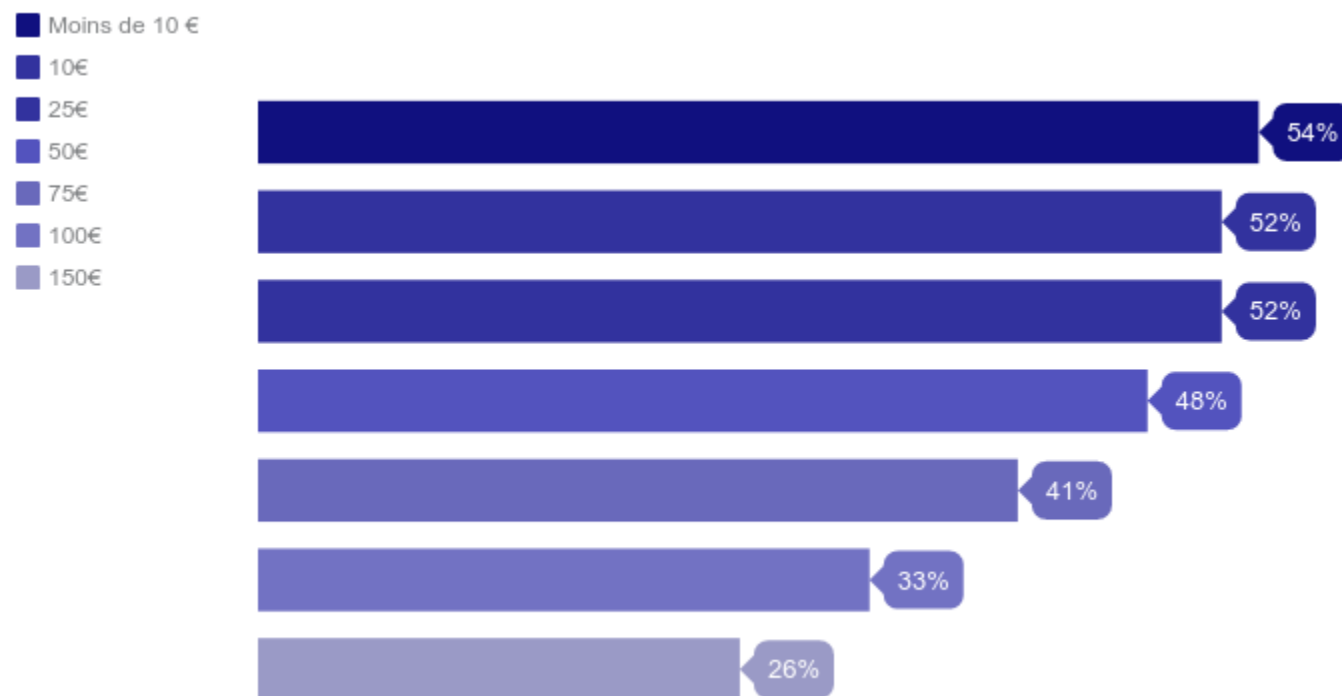
90% des porteurs sont prêts à payer un reste à charge supérieur à 10 € pour leur prochain achat de lunettes



30% des porteurs sont prêts à payer un reste à charge égal ou supérieur à 200 € pour leur prochain achat de lunettes

54% sont  
ouverts à payer  
un reste à charge  
pour une  
**monture** qui leur  
plait

26% des porteurs sont prêts à payer un reste à charge de **150 €** pour des montures qui leurs plaisent





Les **facteurs** qui pourraient plus favorablement inciter les porteurs à payer un reste à charge sur la monture se concentrent sur la **qualité, l'origine et l'innovation**

**La qualité (robustesse, confort, légèreté...)**



**L'origine de fabrication (France)**



**L'innovation (nouveau matériau, technologie...)**



**La recommandation de l'opticien**



**Accéder à une marque**



**Un modèle qu'on ne trouve pas ailleurs**



**Par fidélité à une marque**



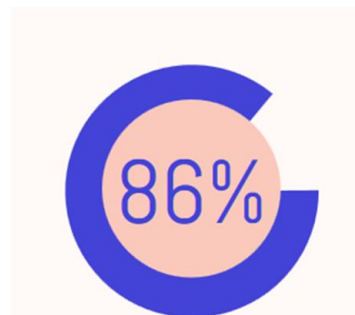
Les porteurs sont en très grande majorité (89%) prêts à payer un reste à charge pour leur prochain achat de lunettes



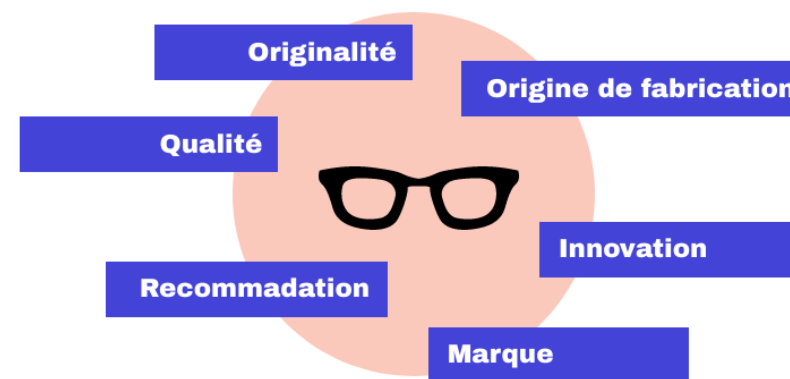
Un RAC de 200 € ou plus pour plus d'1 porteur sur 4



Le conseil de l'opticien joue un rôle fondamental dans le choix final de l'équipement



La qualité, l'origine de fabrication et l'innovation sont les principaux facteurs motivant un reste à charge sur une monture



Merci.

Avez-vous des questions ?