



GROUPEMENT DES INDUSTRIELS ET FABRICANTS DE L'OPTIQUE

L'organisation représentative des fabricants
de l'optique ophtalmique en France

LUNETTES, LENTILLES DE CONTACT, SOLAIRES : DES INTENTIONS D'ACHAT TOUJOURS AU PLUS HAUT EN MAGASIN

Un nouveau sondage OpinionWay pour le GIFO fait le point sur l'impact de la crise Covid-19 sur les achats d'optique. Au fur et à mesure que le déconfinement progresse, les Français sont de moins en moins nombreux à vouloir reporter leur achat de lunettes et de lentilles de contact. La résilience du marché de l'optique se confirme : les budgets sont maintenus voire augmentés et le renoncement à s'équiper est quasi inexistant. Toujours attentifs au respect des règles sanitaires pour revenir en magasin, les porteurs ne sont toujours pas tentés par l'achat en ligne, mais voient plutôt d'un bon œil l'intégration des nouvelles technologies dans leur parcours patient.

Six semaines après le début du déconfinement : où en sont les Français et leurs projets d'achat en optique ? OpinionWay s'est de nouveau penché sur la question pour le GIFO lors d'une enquête réalisée en ligne auprès de 1 537 personnes. Ces résultats confirment des **intentions d'achat au plus haut pour les lunettes correctrices, les lentilles de contact et les solaires** :

- pour la grande majorité des personnes interrogées, la crise sanitaire n'a pas d'impact sur leur projet d'achat ;
- seuls 1 à 3% des sondés déclarent renoncer à leur projet d'achat du fait de la crise sanitaire ;
- entre 2 et 4% du panel considèrent même que le confinement leur a donné envie d'acheter ce type de produits ;
- la part des consommateurs qui déclarent suspendre leur achat en attendant que les conditions sanitaires soient meilleures tombe à 20%.

Parmi les **mesures utiles pour favoriser leur retour dans les magasins** d'optique, les clients plébiscitent les suivantes :

- garantir la désinfection régulière des lunettes à essayer dans le magasin (88%)
- faire porter un masque aux opticiens (86%)
- proposer une protection - masque, ou gels hydroalcooliques - (84%)
- faire porter un masque aux clients (83%).

.../...

CONTACT :

secretariat@gifo.org | 01 43 46 27 50

GIFO - 185 rue de Bercy - 75012 PARIS | www.gifo.org | @Cifo_officiel

Pour s'équiper de lunettes correctrices ou de lentilles de contact, seuls 7% des personnes interrogées préféreraient réaliser leur achat en ligne, une baisse de 3 points par rapport au sondage de mai. Si les intentions d'achat en ligne restent à un niveau très faible, les porteurs marquent toutefois un certain intérêt pour de **nouvelles pratiques développées pendant le confinement** :

- 27% estiment que proposer une prise de RDV sur Internet serait utile pour favoriser le retour des clients en magasin d'optique ;
- 21% considèrent les systèmes « click&collect » utiles également à cette fin ;
- 31% des personnes interrogées sont prêtes à recourir à la télémedecine en ophtalmologie.

Côté budget, l'impact de la crise reste toujours aussi modéré sur les achats en optique :

- 81% des porteurs entendent maintenir leur budget pour l'achat de lunettes correctrices, et 7% entendent l'augmenter ;
- pour les lunettes solaires, 77% des sondés déclarent maintenir leur budget, quand 5% déclarent vouloir l'augmenter ;
- 61% des porteurs de lentilles de contact entendent maintenir leur budget d'achat, et 15% entendent l'augmenter.

Côté produits, les personnes interrogées continuent de plébisciter les produits fabriqués en France (77%) et les produits à forte valeur ajoutée (70%).

Seule ombre au tableau : le **déficit d'information des porteurs**. Plus de la moitié d'entre eux ne connaissent pas la durée de validité de leur ordonnance de lunettes ou de lentilles. Ils étaient également un tiers à ignorer qu'ils ont la possibilité de renouveler et faire adapter leurs lunettes ou leurs lentilles chez un opticien.