

MARCHÉ : LA DÉCROISSANCE S'EST INSTALLÉE

Deuxième année consécutive de repli pour le marché de l'optique. Avec cependant une petite reprise par rapport à 2017 : on limite la casse. Si le marché est toujours tiré par les verres progressifs, ceux-ci enregistrent pour la première fois une baisse en valeur. Un état à fin septembre, avec les derniers chiffres GfK.

Après le repli historique de -1,4% en 2017, l'année 2018 confirme le décrochage du marché de l'optique, même si les chiffres de GfK veulent attester d'un léger mieux : -0,1% pour cette année. Avec un parc de 12 342 magasins, l'extrême hétérogénéité des situations rend les moyennes de moins en moins significatives. Elles indiquent des tendances plus que des réalités. Il faut relativiser. Dans son observatoire de l'activité du commerce de détail, à fin octobre 2018, la Banque de France par exemple fait état d'un +1,34%, avec une vision tendanciellement beaucoup plus stable sur une longue période (2013-2018).

LA BAISSÉ DU MARCHÉ SE CONFIRME MAIS S'ATTÉNUÉ : -0,1%

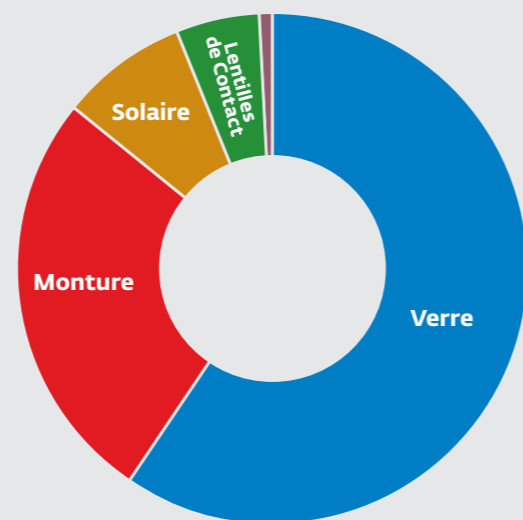
Les effets de yo-yo du marché pénalisent les affaires car vos charges tombent chaque mois avec la régularité du métronome. Mais sur le long terme, l'élasticité de la demande montre que les achats ne sont que différés. Ils ne sont que très marginalement abandonnés. C'est ce qui donne toute sa résilience au marché. En revanche les effets cumulés des réseaux et des plafonnements commencent à se faire sentir. La baisse en valeur du segment phare des progressifs représente une première. L'absence de stratégies compensatoires est manifeste. Le marché subit, sans capacité de contre-offensive. Le fatalisme aura-t-il le dernier mot ? ■

PRIX MOYEN

Équipement unifocal : **229 € TTC** (+2 €)
Équipement multifocal : **437 € TTC** (-8 €)

Commentaire : une forte pression sur les prix des progressifs due à l'impact des OCAM.

VENTILATION DU CHIFFRE D'AFFAIRES



- 59,7 % Verre (+0,2 %)
- 26,2 % Monture (-0,5 %)
- 8,1 % Solaire (-0,7 %)
- 5,2 % Lentilles de Contact (+0,4 %)
- 0,8 % Solutions d'Entretien (-1,1 %)

Commentaire : le marché continue à être soutenu par le verre, seul segment en croissance avec la contactologie.

RAC

Le RAC consenti : maximum : **50 €**

150 EUROS

70 % des montures vendues à moins de 150 €.

Les solaires du Top 10 représentent 19 % des ventes (+3 %). Concentration des ventes sur les modèles stars.

MDD

Les marques de distributeurs : percée et montée en gamme

- 36 %** MDD verres
- 33 %** MDD solaires
- 25 %** MDD montures enfants
- 22 %** MDD montures (montée en gamme : 16,3 % des montures MDD sont à plus de 100 €)

PRINCIPAUX CRITÈRES DE CHOIX D'UN ÉQUIPEMENT

- 85 %** Qualité des verres
- 77 %** Prix de l'équipement
- 71 %** Poids et confort (en hausse de 5 %)
- 68 %** Conseil de l'opticien (en hausse de 2 %)
- 63 %** Look élégant (en hausse de 1 %)
- 61 %** Matériaux (en hausse de 3 %)
- 52 %** Cool look (en baisse de 1 %)
- 32 %** Publicité sur le lieu de vente (en baisse de 4 %)
- 31 %** « Made in » (en baisse de 6 %)
- 16 %** Porté par une célébrité

Commentaires : le premier critère de choix est la qualité des verres. Les questions de look ne viennent que bien après. Inefficaces : la PLV, le « made in », le « people ».

PRINCIPAUX INFLUENCEURS POUR L'ACHAT DE MONTURES

	Optique	Solaire
Magasin	78 %	64 %
Digital	23 %	32 %
Presse Mode	16 %	24 %
Autre (bouche à oreille, porté par une star, ...)	23 %	31 %

MONTURES : TENDANCES DES VENTES

(source : GfK octobre 2018)

	2016	2017	2018
MATIÈRES			
Plastique	41 %	39 %	42 %
Métal	37 %	35 %	37 %
Mixte	9 %	11 %	9 %
Titane	8 %	7 %	6 %
DESIGNS			
Cerclées	66 %	61 %	66 %
Percées	7 %	9 %	6 %
Demi-cerclées	13 %	15 %	13 %
FORMES			
Carrées	-	46 %	55 %
Rondes	-	14 %	16 %
Pilot	-	6 %	3 %
Cat Eyes	-	6 %	6 %
Double Pont	-	3 %	2 %

