

**OBSERVATOIRE**  
**« Les Français et les lunettes de soleil non correctrices »**  
**Edition 2019**

*GALLILEO est un cabinet d'études et de conseil situé à Paris, avec une forte expertise dans le secteur de l'optique. En 2019, GALLILEO a lancé son premier Observatoire sur les lunettes de soleil non correctrices.*

#### **Une étude sur les lunettes de soleil non correctrices : pourquoi ?**

---

L'Observatoire « **Les Français et les lunettes de soleil non correctrices** » a pour vocation d'apporter aux acteurs de la filière des **données précises, fiables et solides sur un marché qui avait été jusqu'alors peu suivi**, à savoir :

- Quelle est la **taille en volume et en valeur du marché** des solaires non correctrices ?  
Quelle est la **taille de la base équipée** (qui possède (et utilise) au moins une paire de lunettes de soleil non correctrices) ?
- Quel est le **poids des différents circuits de distribution** (boutiques d'opticiens, internet, enseignes de mode...) en volume et en valeur, notamment en fonction du positionnement prix des lunettes de soleil non correctrices achetées (moins de 20€, entre 20€ et 50€, entre 51€ et 99€, plus de 100€) ?
- Quelles sont les **raisons** qui amènent certains consommateurs à **faire les achats dans le réseau optique** ?  
Quelles raisons ont pu les amener à **acheter ailleurs** ?  
**Qu'est-ce qui les freine aujourd'hui** à acheter leurs lunettes de soleil non correctrices dans le circuit optique ?

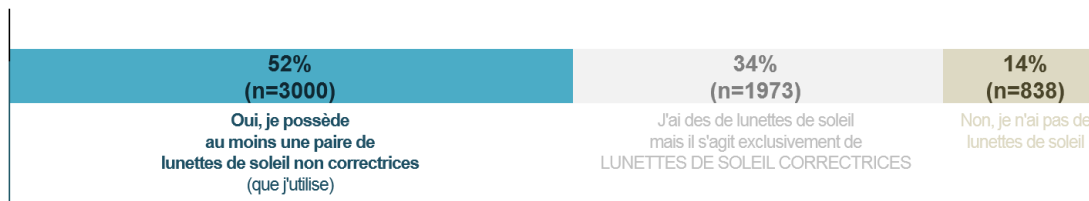
#### **L'étude menée par GALLILEO : quelle méthodologie ?**

---

Dans le cadre de cet observatoire, **un échantillon représentatif de 5.811 Français âgés de 18 ans et plus** a été interrogé online du 18 mars au 05 avril 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 et plus possédant au moins 1 paire de lunettes de soleil non correctrices**, soit un taux

d'équipement de 52% des français de 18 ans ou plus qui possèdent (et utilisent) des lunettes de soleil non correctrices.



## Quelles sont les données disponibles ?

Les résultats de cet Observatoire se décomposent en **plusieurs parties**, à savoir :

- TAILLE de la base équipée en lunettes de soleil non correctrices
- SIGNALÉTIQUE ET PROFIL des porteurs de lunettes de soleil non correctrices
- NOMBRE MOYEN DE PAIRES de lunettes de soleil non correctrices possédées
- VALEUR DES PAIRES de lunettes de soleil non correctrices utilisées sur les 12 derniers mois
- RELATION des utilisateurs à leurs lunettes de soleil non correctrices
- CIRCUITS D'ACHATS déjà fréquentés pour les lunettes de soleil non correctrices
- FREQUENCE DE RECHAT d'une nouvelle paire de lunettes de soleil non correctrices et dernière année où ont été achetées des lunettes de soleil non correctrices, et NOMBRE MOYEN de paires achetées
- CIRCUITS D'ACHATS des lunettes de soleil non correctrices achetées la dernière année où les consommateurs ont effectué un achat de lunettes de soleil
- SATISFACTION quant à la dernière paire de lunettes de soleil achetée (ou obtenues gratuitement ou pour 1€ de plus)
- L'achat de lunettes de soleil non correctrices : un ACHAT PREPARE ou un ACHAT D'IMPULSION ?
- PROPENSION à acheter des lunettes de soleil non correctrices chez un OPTICIEN
- PERCEPTION des consommateurs de lunettes de soleil non correctrices quant au canal OPTICIENS pour l'achat de lunettes de soleil non correctrices
- CRITERES DE CHOIX pour l'achat de lunettes de soleil non correctrices et POSITION des boutiques d'OPTICIENS sur les lunettes de soleil non correctrices vendues dans ce canal
- BUDGET MAXIMUM envisagé pour l'achat de lunettes de soleil non correctrices à l'avenir et PROPENSION à se rendre chez un OPTICIEN

## Quels sont les principaux résultats ?

L'étude est très riche, et ne peut se résumer qu'à quelques points. Néanmoins, plusieurs éléments ressortent de l'analyse :

### TAILLE DE LA BASE EQUIPÉE

- **Une part significative des Français ne possède ou n'utilise pas de lunettes de soleil non correctrices, mais le potentiel restant à équiper reste toutefois limité.**  
52% des Français de 18 ans ou plus interrogés possèdent au moins une paire de lunettes de soleil non correctrices. Cela signifie que 48% des Français ne possèdent pas/plus ou n'utilisent pas/plus de lunettes de soleil non correctrices, car la majorité de ces derniers possède et utilise exclusivement des lunettes de soleil correctrices (34%) et 14% n'utilisent pas de lunettes de soleil.

### NOMBRE MOYEN DE PAIRES POSSÉDÉES ET UTILISÉES

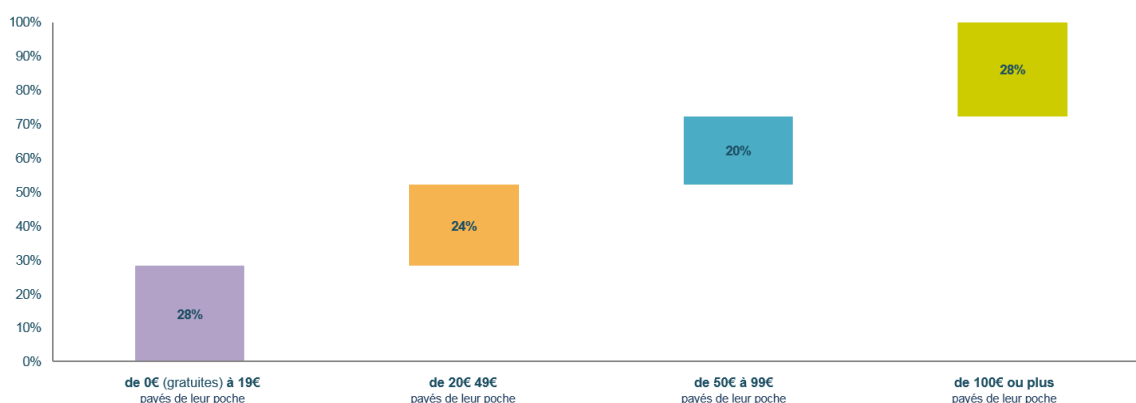
- **Le marché des lunettes de soleil non correctrices est un marché où l'essentiel des paires possédées sont utilisées, et une part significative des consommateurs est multi-équipée.**  
En moyenne, les consommateurs possédant et utilisant des lunettes de soleil non correctrices possèdent 2,1 paires, et ils en ont utilisées 1,6 en moyenne sur les 12 derniers mois. A noter qu'une part significative des consommateurs possède (56%) ou utilise (47%) deux paires ou plus.

### VALEUR DES PAIRES UTILISÉES

- **Le marché des lunettes de soleil non correctrices est un marché avec une très forte dispersion des prix et une très grande disparité de la valeur de l'équipement.**

**Q : Valeur en € payée de votre poche pour les paires de lunettes de soleil non correctrice utilisées sur les 12 derniers mois ?**

(Moyennes et % calculés sur la base du nombre de répondants / Non réponses exclues)



**Répartition des consommateurs possédant (et utilisant) des lunettes de soleil non correctrices en fonction de :  
La valeur la plus élevée (payée de leur poche) des paires qu'ils ont utilisées sur les 12 derniers mois**

### RELATION DES PORTEURS A LEURS LUNETTES DE SOLEIL NON CORRECTRICES

- **Les lunettes de soleil non correctrices : un dispositif qui n'est pas que fonctionnel.**  
Si 61% considèrent les lunettes de soleil non correctrices comme un dispositif FONCTIONNEL (pour éviter l'éblouissement des rayons du soleil), ils sont par ailleurs 19% à les considérer comme un dispositif ESTHETIQUE (un accessoire de mode / de style) et 20% comme un dispositif de SANTE (pour préserver leur santé visuelle).

### CIRCUITS D'ACHATS DÉJÀ FRÉQUENTÉS

- **Pour les lunettes de soleil non correctrices, on dénombre plus de 20 CIRCUITS D'ACHAT différents, avec des consommateurs qui ont déjà fréquenté en moyenne au moins 2 circuits d'achat distincts pour y effectuer un achat.**
  - C'est dans le canal OPTICIEN qu'une part majoritaire (46,8%) a déjà acheté des lunettes de soleil non correctrices, mais 53,2% n'ont donc jamais acheté leurs lunettes de soleil chez un opticien.
  - Les enseignes et magasins de SPORT ainsi qu'INTERNET sont les 2 autres canaux où plus d'un porteur de lunettes de soleil non correctrices sur 5 a déjà acheté des lunettes de soleil non correctrices.

- Les canaux pour lesquels autour d'1 porteur sur 10 a déjà acheté des lunettes de soleil non correctrices sont les HYPERMARCHES / SUPERMARCHES, les enseignes de MODE, les GRANDS MAGASINS, les magasins et enseignes SPECIALISEES dans les lunettes de soleil, au MARCHÉ et les boutiques de bord de PLAGÉ.
- Pour chacun des autres circuits, moins d'1 porteur sur 20 y a déjà acheté des lunettes de soleil non correctrices.
- A noter que lorsqu'ils n'ont jamais acheté de lunettes de soleil non correctrices chez l'opticien (53,2%), les consommateurs ont une propension plus forte à en acheter dans les enseignes et magasins de SPORT, sur INTERNET, dans les HYPERMARCHES /SUPERMARCHES, dans les enseignes de MODE, et sur le MARCHÉ.
- A noter que la PROPENSION à acheter chez l'OPTICIEN est :
  - Plus élevée que la moyenne chez les consommateurs de plus de 45 ans, et nettement moins élevée que la moyenne chez les consommateurs de moins de 35 ans ;
  - Nettement moins élevée que la moyenne chez les consommateurs qui ne portent pas de correction visuelle ;

### **CIRCUITS D'ACHATS FRÉQUENTÉS POUR LES DERNIERS ACHATS**

- **Pour les achats de lunettes de soleil non correctrices : le canal OPTICIEN, un canal dont la fréquentation baisse.**  
Sur la période 2018-19, si le canal OPTICIENS reste le canal d'achat où une part majoritaire (33,9% de ceux qui ont acheté des lunettes de soleil non correctrices sur cette période) des consommateurs ont acheté des lunettes de soleil non correctrices, c'est un canal d'achat dont la fréquentation recule (-9,5%). D'autres canaux ont le vent en poupe pour les achats de lunettes de soleil non correctrices : INTERNET (24,6% des consommateurs, en progression de +10,7pts), les enseignes de MODE (9,7%, en prog. de +5,0pts), et les enseignes/magasins de SPORT (15,3%, en prog. de +3,2pts)

### **CRITERES DE DÉCISION DE SE RENDRE OU NON CHEZ L'OPTICIEN POUR Y ACHETER DES LUNETTES DE SOLEIL NON CORRECTRICES**

- **Quand les consommateurs achètent l'ESSENTIEL de leurs lunettes de soleil non correctrices chez l'OPTICIEN, c'est une majoritairement le fait d'une décision volontaire :**
  - **85% décident VOLONTAIREMENT d'y acheter leurs lunettes de soleil non correctrices,** et cela car ils peuvent y bénéficier de bons CONSEILS sur les produits (44%), y trouver des lunettes de MEILLEURE QUALITE pour la SANTE VISUELLE (44%) qu'ailleurs, y trouver les MARQUES et FORMES qu'ils veulent (23%), et car ils ont l'HABITUDE de fréquenter ces magasins pour des LUNETTES DE VUES (37%)
  - **Seuls 15% y achètent leurs lunettes de soleil non correctrices que parce qu'ils ne pensent pas à aller ailleurs**
- **Parmi les consommateurs qui achètent l'ESSENTIEL de leurs lunettes de soleil non correctrices dans un AUTRE LIEU, s'ils ne fréquentent pas les opticiens pour l'essentiel de leurs achats de lunettes de soleil non correctrices, c'est dans 65% parce qu'ils ne pensent pas à le faire.**  
Ce n'est que dans 35% des cas que c'est une décision VOLONTAIRE, pour des raisons de PRIX et d'HABITUDE.

\*\*\*\*\*