

Le marché solaire

39 % des Français ont acheté leur dernière solaire chez un opticien

Quelle est la part réelle du solaire non correcteur chez l'opticien ? Rares sont les études qui permettent, faute de data fiables, précises et solides, de quantifier ce segment. Seules données disponibles jusqu'à maintenant (lire Bien Vu novembre 2018, page 16), l'enquête Optical Monitor réalisée en 2018 auprès de consommateurs de 5 pays européens. Qui laisse apparaître un recul du solaire chez les opticiens. Un constat corroboré par le premier Observatoire "Les Français et les lunettes de soleil non correctrices" mené par Galileo*. "L'achat de solaires non correcteurs a baissé brutalement depuis 2 ans", confirme Maher Kassab, pdg de Galileo. "En analysant les raisons d'un tel recul et les freins des consommateurs à acheter chez les opticiens, nous donnons à ces derniers les outils pour récupérer ce segment."

Un marché qui échappe en partie aux opticiens

Le marché des solaires représente à peu près 15 millions de paires par an pour un chiffre d'affaires évalué à 980 millions € (circuit opticien et hors opticien). Il connaît par ailleurs une très forte disparité des prix. 48 % des porteurs de solaires ont acquis une monture à plus de 50 €. Cette tranche correspond au marché solaire chez l'opticien. "La tranche entre 20 et 49 € est occupée par d'autres circuits de distribution. L'opticien doit-il couvrir tous les prix pour préempter ce segment ou s'adresser à une certaine

cible ? Selon moi, la cible qui achète entre 20 et 49€, majoritairement les jeunes, le fait hors opticien non par choix mais par opportunité parce qu'elle fréquente régulièrement les magasins de mode", analyse Maher Kassab.

Comment accroître le volume des ventes de solaires chez l'opticien ?

Le marché de la distribution des solaires est très éclaté, puisqu'on dénombre pas moins de 20 circuits d'achat : opticiens, magasins de sport, internet, magasins de mode, grands magasins, hypermarchés, etc. 39 % des Français ont fait leur dernier achat chez un opticien. "Mais ce pourcentage tombe à 33,9 % sur la période 2018-2019, accusant une érosion de -9,5 %, au profit principalement d'Internet, des magasins de sport et des enseignes de mode", souligne Maher Kassab. Une tendance que les opticiens doivent inverser. "Pour augmenter leur volume de ventes solaires, ils doivent systématiser cette offre auprès de tous leurs clients, quelle que soit la saison. Et attirer de nouveaux clients en s'appuyant sur la puissance des marques et l'esthétique", argumente Maher Kassab. "Quand les consommateurs ne poussent pas la porte des opticiens pour acheter leur solaire, c'est tout simplement qu'ils n'y pensent pas. Ceux qui vont chez l'opticien le font pour trouver du conseil, de la qualité, des marques. C'est un levier à activer absolument." ●

*Enquête menée online du 18 mars au 5 avril 2019 auprès d'un échantillon représentatif de 5 811 Français âgés de 18 ans et plus représentatif de la population

A retenir

54 %

des Français possèdent une solaire

34 %

ont une solaire correctrice

48 %

ont acheté une solaire à plus de 50 €

980 millions €

CA global marché solaire

53,2 %

des Français n'ont jamais acheté de solaires chez un opticien

2/3

de ceux qui ne fréquentent pas un opticien pour leur achat de solaire n'y pensent tout simplement pas