

# Optique : des infos à ne pas louper

Le marché de l'optique bénéficie d'une bonne dynamique portée par les besoins croissants de la population vieillissante et le développement constant de nouvelles technologies. Ce marché englobe les lunettes de vue, de soleil et les lentilles de contact.

7,4

milliards

c'est ce que représente ce marché en 2022<sup>1</sup>.

2,7%

de croissance entre 2022 et 2023<sup>2</sup>.

En 2023, le secteur de l'optique de détail a enregistré une croissance solide de 6,2 % en moyenne, bien que cette progression varie selon les régions<sup>3</sup> :



## #1 Les acteurs du marché

LENTILLES

LUNETTES DE VUE

LUNETTES DE SOLEIL



Marques nationales

Marques de distributeurs



## #2 Les Français et l'optique

55

millions de Français ont accès aux services d'un réseau de soins en optique au travers de leur complémentaire santé<sup>4</sup>.

33

Millions sont porteurs de lunettes.

2 ans et  
8 mois

C'est la durée d'utilisation moyenne d'une paire de lunettes.

## #3 Les perspectives du marché

Parmi les défis de demain, les professionnels de l'optique devront s'adapter aussi bien aux tendances qu'à la concurrence en ligne<sup>5</sup>.

### E-commerce

Un nombre croissant de consommateurs qui achètent en ligne des produits optiques.

### Sensibilisation

La sensibilisation à la santé oculaire est en train de changer la façon dont les consommateurs achètent des produits optiques, avec une demande croissante pour des produits de qualité supérieure.

### Seconde main

Le secteur de l'optique se transforme, entre lunettes à faible empreinte carbone et recyclage des verres usés.

## #4 La recommandation MEDIAPOSTE

Bien connaître sa zone de chalandise avec la plateforme **geo-marketing CARTO EXPERT** pour avoir une vision dynamique de son terrain de jeu pour rencontrer vos clients, optimiser vos campagnes marketing et vos investissements publicitaires.

L'uniformisation de la concurrence sur l'optique et l'arrivée des « jeunes players » invitent les opticiens à s'adapter à l'ère du phygital (physique + digital).

- Essayer virtuel, réalité augmentée, digitalisation du point de vente entre peu à peu dans le quotidien des professionnels et de leurs clients.
- Tendances au rapport qualité/prix : les clients souhaitent maximiser leur investissement tout en recherchant de la qualité des produits.

Devenir un spécialiste et se différencier sont les clés pour saisir ces nouvelles opportunités!

### Trouver votre clientèle

Amenez vos clients à votre rencontre en agissant une préférence sur Internet et en utilisant des campagnes ciblées en ligne. Vous attirez les clients qui vous correspondent avec :

- CARTOGRAPHIE
- GOOGLE MY BUSINESS  
La visibilité d'un commerce local sur Google Maps se traduit directement en ventes en magasin.
- Campagne DRIVE TO STORE.

### Activer le digital

Service vous digital pour faire votre guichet à distance via des outils Google... Élargissez votre commerce envers vos futurs clients.

- ChatGPT
- Facebook / Instagram Ads
- Google ads

<sup>1</sup>Le marché de l'optique – 2022 Businessdoco

<sup>2</sup> Institut ICF 2023