

RAPPORT ENQUÊTE AL 2021-2022

LES OPTICIENS



Sommaire

I – Le contexte	3
II – Le protocole	5
III – Les résultats.....	5
1) Résultats préliminaires.....	5
a) Les questionnaires non gardés.....	5
b) Les enseignes enquêtées	5
2) Résultats détaillés	6
3) L’offre 100% santé en rayon	6
4) Le devis.....	8
5) Le discours vis-à-vis de l’offre 100% santé.....	8
3) Résultats globaux	10
4) Vu/entendu chez.....	11

I – Le contexte

Grâce à son réseau d'enquêteurs bénévoles répartis sur l'ensemble du territoire français, l'UFC-Que Choisir a décidé en 2021 de faire un point sur l'offre 100% santé en optique.

Quelques chiffres :

- **12 500 magasins d'optique environ dont 53% d'indépendants.**
- **6,6 milliards d'Euros en 2019.**
- **16 millions de paires de lunettes de vue vendues en 2019, 5,9 millions de paires de lunettes de soleil.**
- **297 € le prix moyen d'une paire de lunettes à verres uni focaux.**
- **597 € le prix moyen d'une paire de lunettes équipée de verres progressifs.**
- **525 000 € le chiffre d'affaires moyen par point de vente.**
- **25 millions de français avec des troubles de la vision.**

« Le regain d'activité du marché de l'optique se confirme.

2020 restera sans conteste une année charnière pour le marché de l'optique. Particulièrement redoutée par la profession, la mise en place de la réforme « 100 % Santé » dans ce domaine a impacté en ce début d'année l'activité des opticiens avec une baisse moyenne de 20 % par rapport à 2019. Pour rappel, cette réforme impose à chaque opticien de présenter dans son point de vente une gamme d'au moins 17 modèles de montures pour adultes et dix montures pour enfants (toutes en deux coloris différents). Dans le cadre du panier 100 % Santé, le prix de vente de ces montures ne doit pas dépasser 30 €. Enfin, chaque devis normé réalisé depuis le premier janvier 2020 doit comporter une offre 100 % Santé. Las, l'application de cette réforme couplée aux mesures de confinement prises en France pour lutter contre la pandémie mondiale laissent entrevoir une année délicate pour le secteur.

Une année 2020 à géométrie variable

Selon les données publiées par l'institut d'études GFK, les deux mois de fermeture des magasins d'optique ont ébranlé la santé économique du secteur. En avril 2020, les ventes de lunettes ont ainsi chuté de 94 % et affichaient une baisse de 35 % sur le premier trimestre 2020 en comparaison des données observées en 2019 sur la même période. Des verres aux montures en passant par les solaires, tous les segments ont été touchés par cette tendance baissière. Selon l'institut d'études GFK, le marché de l'optique français a enregistré une perte de 752 millions d'euros suite au premier confinement.

Pour autant, la profession a fait preuve de résilience et de souplesse pour adapter ses modes de fonctionnement en vue de rebondir rapidement. De stricts protocoles sanitaires ont été déployés pour sécuriser la clientèle et assurer des conditions optimales permettant aux opticiens d'exercer sereinement leur activité. En complément, la prise de rendez-vous a été systématisée. Enfin, les professionnels du secteur ont étoffé leurs offres de services en optant pour la livraison et/ou le click and collect. De quoi booster l'activité du secteur qui s'est améliorée au fil des mois. Malgré les couvre-feux et le second confinement, le marché de l'optique a réussi à limiter la casse avec une activité en léger repli de 7 % à 10 % sur l'ensemble de l'année. Néanmoins, cette moyenne cache de grandes disparités selon la zone de chalandise et la localisation géographique des magasins d'optique.

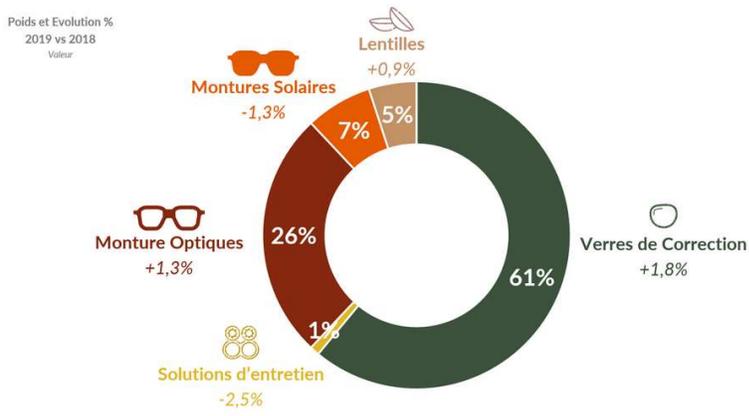
Le marché de l'optique conserve une dynamique positive avec un volume d'affaires en hausse de 8 % en janvier 2021 par rapport à celui du même mois de l'année précédente. Toutefois, le secteur compose bon gré mal gré avec son lot d'incertitudes, au premier rang desquelles figure la fermeture des centres commerciaux de plus de 20 000 mètres carrés. Un coup dur pour les enseignes implantées dans ces zones qui voient une partie de leur clientèle reporter leur achat dans les magasins situés en centre-ville.

Source : <https://www.pic-inter.com/actualites-commerce/news-commerce/le-regain-d-activite-du-marche-de-l-optique-se-confirme-740.html>, 09 mars 2021.

« France : croissance continue du marché Optique

Le marché France a réalisé 6,6Mds € de chiffres d'affaires en 2019, en hausse de +1,4%. « Nous observons une croissance continue depuis 2017 et une dynamique Circuits à la faveur des Enseignes, celles-ci contribuant désormais à 71% du CA France, et affichant une hausse de CA de +5,5% depuis 2016 », commente Rémi Pascot. A contrario, les indépendants et franchises voient leur CA stagner à -0,4% vs 2016. Le produit le plus contributeur au chiffre d'affaires sont les Verres de correction, soit plus de 39 millions de pièces vendues pour un CA généré de 4 Mds d'euros, à +1,8%. Si les Français achètent plus de verres uni focaux (57% des volumes vendus), la valeur du marché se construit essentiellement grâce aux verres progressifs : ils pèsent 64% du CA et augmentent depuis plusieurs années. L'impact du vieillissement de la population hexagonale explique pour partie ce phénomène, et Rémi Pascot ajoute : « *les verres progressifs les plus vendus sont les modèles de marque, à un prix moyen 190€ en 2019, contre 105€ pour les MDD. Même si ce prix a baissé de 20€ en 5 ans, il reste supérieur à la moyenne du marché et contribue donc à sa valorisation.* » Côté Montures, les Français ont acheté 16 millions de paires optiques (+2,5%) et 5,9 millions de paires solaires (-1,4%) en 2019, avec un prix moyen de 110 € TTC. Les modèles métal sont toujours 2ème derrière les modèles plastique et, pour les Solaires, les données GfK révèlent un glissement du marché, habituellement tourné luxe, vers une présence plus forte des modèles MDD dans les achats.

Une croissance portée par les verres et montures



Source : <https://www.gfk.com/fr/insights/optique-un-marche-de-66mds-eur-en-france>, 23 février 2020.

II – Le protocole

L'enquête a été réalisée dans les magasins d'optique, de façon anonyme, par les enquêteurs bénévoles des associations locales de l'UFC-Que Choisir entre le 27 novembre et le 11 décembre 2021.

77 associations locales ont enquêté dans **60 départements** français, ce qui a permis de visiter **917 professionnels**.

Pour les visites en magasin, les clients-mystères disposaient de deux scénarios selon s'ils avaient ou non une ordonnance de lunettes de moins de 3 ans.

- Les personnes sans ordonnance observaient la présence d'un rayon ou présentoir accessible aux clients exposant les montures de l'offre 100% santé. S'ils ne le trouvaient pas, ils pouvaient demander de l'aide à un opticien. Face au rayon, ils devaient compter le nombre de montures exposées.
- Les personnes avec ordonnance effectuaient la même observation et le même décompte, à l'exception près, qu'ils ne pouvaient se faire aider s'ils ne trouvaient pas le rayon. En plus de la phase observation, ils devaient en effet, faire établir un devis sans évoquer l'offre 100% santé. Ce, dans le but de vérifier si celle-ci était au final soit évoquée soit mentionnée sur le devis.

III – Les résultats

1) Résultats préliminaires

a) Les questionnaires non gardés

1 046 magasins ont été enquêtés. Toutefois, nous n'avons conservé pour l'analyse que **917 questionnaires**. 129 formulaires ont été mis de côté car les enquêteurs ont enquêté (ou saisi) deux fois le même magasin, n'ont pas rempli le questionnaire dans son intégralité ou encore n'ont pas renseigné la date de leur visite. Sans compter une vingtaine de magasins inscrits sur les listes mais définitivement fermés.

b) Les enseignes enquêtées

Le marché des opticiens s'organise comme tel :

- **Les indépendants non rattachés à un réseau sous enseigne** : alors qu'ils représentent près de la moitié des points de vente du secteur, ils réalisent moins de 30% du chiffre d'affaires du secteur. Ils adhèrent à une centrale d'achats pour bénéficier de conditions d'approvisionnement compétitives (Supercent, La Centrale des Opticiens).
- **Les groupements coopératifs** (ils rassemblent des opticiens adhérant à une même centrale d'achats) : ils représentent 35% des opticiens et réalisent un tiers du chiffre d'affaires du secteur. Les principales enseignes sont Optic 2000 (1 150 unités), Kryss (900 unités) et Atol (730 unités). Leur chiffre d'affaires moyen se situe autour de 600 000 euros.
- **Les réseaux de franchise** : bien qu'ils ne comptabilisent que 2 000 points de vente, ils captent près de 30% du marché de l'optique en valeur. Les principales enseignes sont Alain Afflelou (750 unités) et Générale d'Optique (600 unités). Leur chiffre d'affaires moyen se situe autour de 850 000 euros.

- **Les réseaux mutualistes** : les mutuelles constituent des réseaux d'opticiens agréés avec lesquels elles négocient des tarifs et déterminent les conditions de prise en charge. Les 750 points de vente mutualiste réalisent moins de 10% du marché des opticiens.
- **Les acteurs de l'e-commerce** : la libéralisation du marché des opticiens sur Internet a mené à l'arrivée de pure player. Toutefois, leur modèle économique a évolué avec le développement, par ces acteurs, de réseaux physiques de points de vente. Acteurs historiques, Happyview a fermé son site en 2019 et Sensee a mis fin à ses activités en 2020.

Durant notre étude, les enquêteurs (13% de responsables enquêtes et 87% d'enquêteurs bénévoles) ont visité les enseignes suivantes :

Acuitis	12
Alain Afflelou	63
Atol	36
Ecouter voir Optique Mutualiste	43
Générale d'Optique	83
Grand Optical	21
Krys	70
Lissac	21
Optic 2000	74
Optical center	72
Vision Plus	25
Indépendant	343
Autres enseignes	54
	917

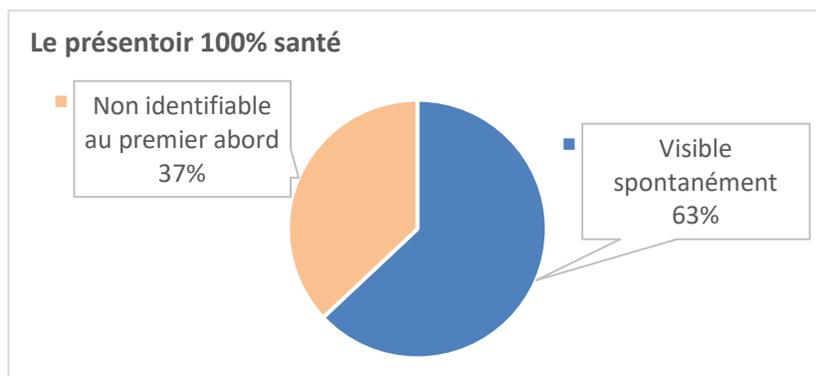
37% des opticiens enquêtés sont des opticiens indépendants.

La catégorie « autres enseignes » regroupe des acteurs comme La Bordelaise de Lunetterie, Direct Optic, Jimmy Fairly, Optical Discount... et toutes les autres réseaux d'enseignes pour lesquels les échantillons étaient insuffisants pour être présentés séparément. Pour information, depuis début 2022, Vision Plus se modernise et devient Le Collectif des Lunetiers.

2) Résultats détaillés

a) L'offre 100% santé en rayon

➤ Visibilité de l'offre 100% santé



Seuls 63% des enquêteurs ont vu spontanément le présentoir 100% santé optique dans le magasin. Et 37% ne l'ont pas vu !

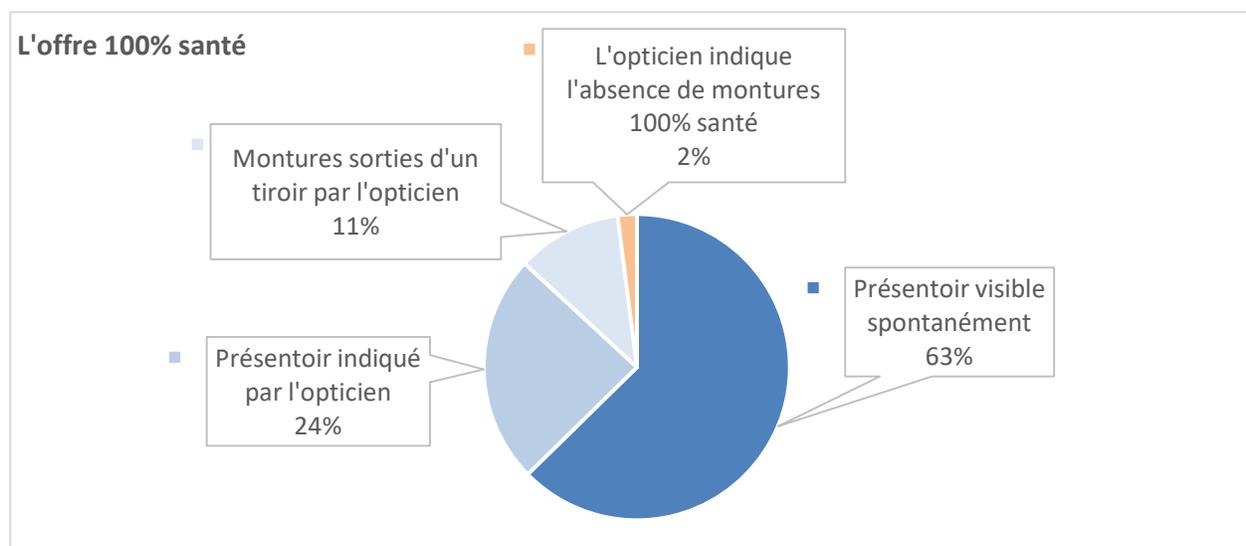
En moyenne, un enquêteur sur deux seulement a trouvé seul le présentoir 100% santé chez Kryss, Optical Center ou au sein des enseignes indépendantes. Les trois groupes obtiennent donc seulement une étoile. Dans les boutiques Vision Plus à peine 28% des enquêteurs ont vu spontanément le présentoir ce qui vaut à l'enseigne d'être sanctionnée par un carré.

➤ **Aide pour trouver l'offre 100% santé**

Pour info, parmi les enquêteurs n'ayant pas trouvé les montures 100% santé par eux-mêmes dans la boutique, seuls 64% ont sollicité l'aide d'un opticien. 36% ne l'ont pas fait soit car ils effectuaient le scénario avec devis et ne devaient donc pas aborder l'offre 100% santé, soit car ils n'ont pas trouvé de vendeurs disponibles.

Dans le meilleur des cas, les opticiens ont indiqué le présentoir à nos clients mystère, dans le moins bon, ils ont indiqué que cette offre n'était pas disponible dans leur boutique (2% des cas).

Ainsi, au final, le présentoir 100% santé optique est spontanément visible dans 63% des magasins, indiqué par l'opticien dans 24%, cachés dans un tiroir dans 11% des cas. Enfin, 2% des opticiens sont « hors la loi » car n'offrent pas cette gamme à leurs clients.



Lorsque les enquêteurs n'ont pas trouvé par eux-mêmes le présentoir 100% santé, ils ont donc questionné un opticien. Ils ont été largement réorientés vers le présentoir en libre accès chez Générale d'Optique, seule enseigne à obtenir deux étoiles sur ce point. Les notes sont moins bonnes pour les indépendants et Lissac. Neuf enseignes indépendantes ne jouent pas le jeu du 100% santé optique et ne disposent tout simplement pas de cette offre en boutique. Chez Lissac, l'offre 100% santé est trop souvent sortie d'un tiroir.

➤ **Nombre de montures présentées**

Une fois trouvé le présentoir ou les montures concernées sorties d'un tiroir par l'opticien, 83% des enquêteurs ont été en mesure de compter le nombre de modèles proposés dans l'offre 100% santé.

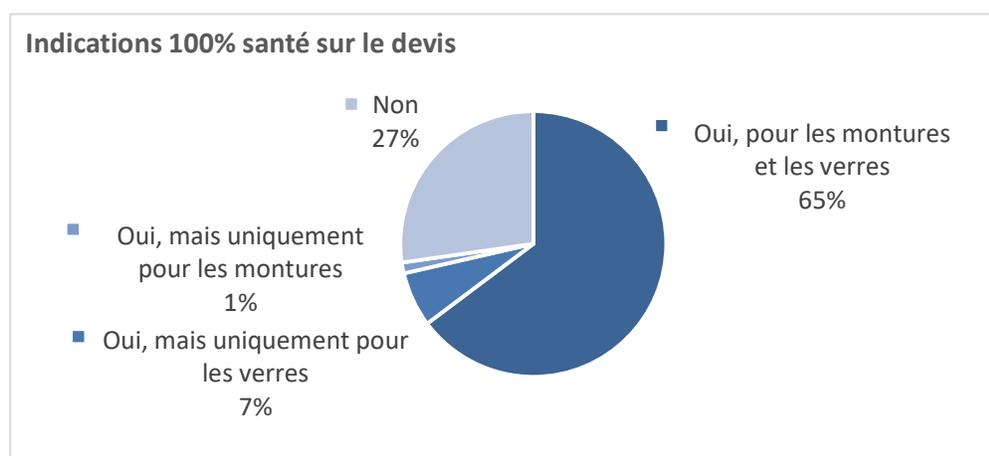
En moyenne, ils ont relevé 36 montures adultes et 17 montures enfants différentes. Pour rappel, l'offre 100% santé en optique doit proposer une gamme d'au minimum 17 montures adultes différentes en deux coloris différents (10 modèles pour les enfants).

Les résultats par enseignes sont tout à fait corrects sur ce point-là.

b) Le devis

Pour cette partie, près d'un tiers des enquêteurs a pu demander un devis à l'opticien car ils disposaient d'une ordonnance de moins de trois ans. 71% d'entre eux ont ainsi obtenu un devis écrit (soit environ 220 devis).

73% nous rapportent que leurs devis comportaient une information sur le 100% santé optique. Et 42% seulement que le 100% santé a été évoqué spontanément par l'opticien lors de la discussion.



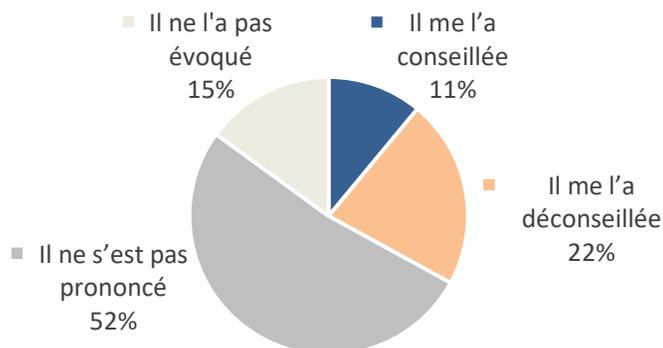
Un sans-faute pour Générale d'Optique et Ecouter Voir Optique Mutualiste, 100% des devis fournis par ces enseignes à nos enquêteurs incluaient une offre 100% santé. Seul un devis sur deux comporte cette partie chez Lissac, Acuitis et Optic 2000, ce qui leur vaut de n'obtenir qu'une seule étoile. Enfin, un tiers des devis ne disposait pas de cette mention chez Optical Center. L'enseigne est donc sanctionnée par un carré.

c) Le discours vis-à-vis de l'offre 100% santé

➤ Position des opticiens vis-à-vis du 100% santé

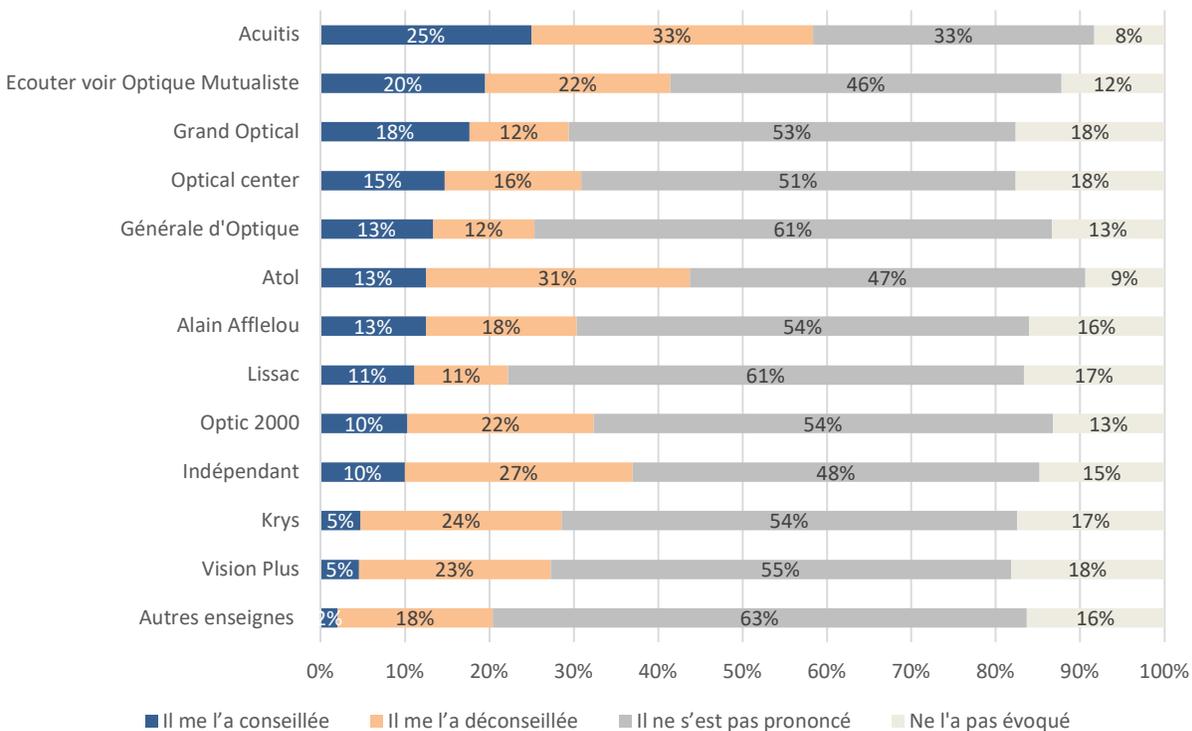
52% des opticiens interrogés ne se sont pas prononcés en faveur ou défaveur de l'offre 100% santé. Ils laissent le client décider. 22% l'ont déconseillée et 11% seulement l'ont conseillée. 15% ne l'ont pas du tout évoquée au cours de la discussion.

Discours tenu par l'opticien vis-à-vis de l'offre 100% santé



Globalement, toutes les enseignes obtiennent une étoile sur ce critère. Avec toutefois, des disparités dans le détail au sein des enseignes.

Position vis-à-vis du 100% santé



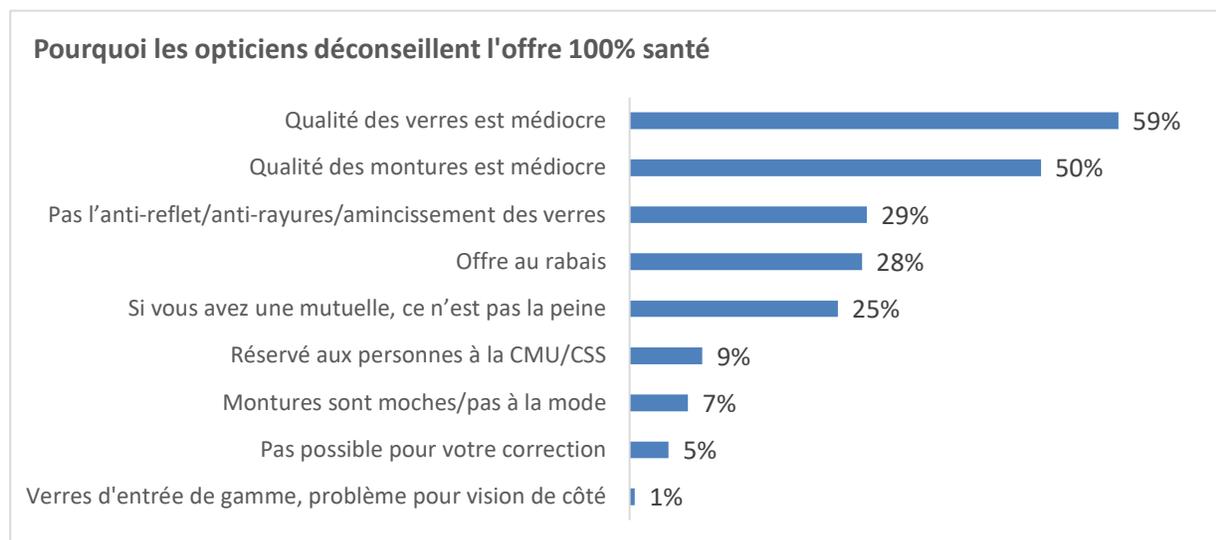
Ainsi, la part des opticiens ayant déconseillé l'offre 100% santé est plus importante chez Atol (31%), Acuitis (33%) et au sein des indépendants (27%). Mais, l'enseigne Acuitis est aussi celle où les opticiens ont le plus conseillé l'offre 100% santé optique (un quart d'entre eux). Atol et Acuitis se démarquent également comme étant les enseignes au sein desquelles l'offre 100% santé a été le plus souvent évoquée (sans prendre en considération le parti pris de l'opticien vis-à-vis de l'offre).

➤ Principaux écueils vis-à-vis du 100% santé

« Les montures sont d'origine chinoise, les verres très basiques au niveau qualité, on peut avoir mieux avec un remboursement de mutuelle » « C'est une offre qui s'adresse à ceux qui bénéficiaient autrefois de la CMU Optique » « Prix bas de gamme » « Ça vaut ce que ça vaut » « il n'y a pas de garantie ...de casse »

Lorsque les opticiens ont déconseillé l'offre 100% santé (environ 170 opticiens), les deux principaux reproches émis concernent la qualité des verres (critiquée par six opticiens sur dix !) et la qualité des montures (dénigrée par un opticien sur deux). Un quart des opticiens indique que si le client a une mutuelle, ce n'est pas la peine de se pencher sur l'offre 100% santé. 9% vont jusqu'à indiquer que le 100% santé est réservé aux personnes bénéficiant de la couverture maladie universelle ou de la couverture santé solidaire.

66% des opticiens indépendants jugent la qualité des verres médiocres, ils sont 70% chez Optical center à critiquer la qualité des montures. La part des opticiens ayant indiqué que cette offre est réservée aux personnes bénéficiant de la CMU/CSS est de 14% chez les indépendants.



Base : Opticiens déconseillant l'offre 100% santé – 170 opticiens

3) Résultats globaux

Au final, dans l'ensemble, les résultats sont plutôt moyens. Aucune des enseignes jugées ne décroche trois étoiles au classement. Les notes varient de 14,9/20 (deux étoiles) à 9,5/20 (une étoile).

Générale d'Optique se hisse en tête sur cette enquête avec des résultats corrects sur l'ensemble des items à l'exception du discours tenu vis-à-vis de l'offre 100% santé. Soulignons qu'elle est la seule enseigne avec Ecouter Voir Optique Mutualiste à obtenir trois étoiles quant à la mention de l'offre 100% sur le devis fourni, mention pourtant obligatoire de par la loi. 5,4 points séparent Optical Center, bon dernier, de Générale d'Optique. L'enseigne est notamment sanctionnée pour l'absence de mention 100% santé sur les devis fournis (seul un tiers des devis comportaient cette information).

		Appréciation globale	Présentoir 100% visible spontanément	Indications quant au présentoir 100% lors qu'il n'a pas été trouvé	Nombre de montures 100% santé	Mention de l'offre 100% sur le devis fourni	Discours tenu par l'opticien vis-à-vis du 100% santé
Générale d'Optique	14,9	HH	HH	HH	HH	HHH	H
Ecouter voir Optique Mutualiste	13,9	HH	HH	H	HH	HHH	H
Alain Afflelou	12,8	HH	HH	H	HH	HH	H
Autres enseignes	12,7	HH	HH	H	HHH	HH	H
Atol	12,0	H	HH	H	HH	HH	H
Krys	11,9	H	H	H	HH	HH	H
Grand Optical	11,8	H	HH	H	HH	HH	H
Indépendant	11,6	H	H	n	HH	HH	H
Optic 2000	11,6	H	HH	H	HH	H	H
Lissac	11,3	H	HH	n	HH	H	H
Acuitis	11,2	H	HH	H	H	H	H
Vision Plus	10,7	H	n	H	HH	HH	H
Optical center	9,5	H	H	H	HH	n	H

4) Vu/entendu chez...

Acuitis :

« Les verres 100% sont d'ancienne génération »

« Les montures et verres sont fabriqués en Chine et beaucoup moins performants »

Alain Afflelou :

« Les montures remboursés sont bien en vue dans le magasin à part des autres montures. L'opticien m'a bien expliqué que les verres peuvent être prise en charges à 100% par la mutuelle. Niveau qualité : il y a des montures de fabrication Française avec le logo »

« L'opticien m'a présenté l'offre en toute objectivité »

« Lorsque j'ai constaté la présence de 13 montures seulement pour l'offre 100% santé, noyées au milieu des autres montures, j'ai demandé si le magasin ne disposait pas de modèles supplémentaires de la première catégorie. Question du vendeur : Vous avez sans doute une mutuelle insuffisante ? »

Atol :

« L'opticien me dit fièrement qu'il a le plus grand nombre de montures 100% santé de Cahors ! Habituellement environ 100. Les verres progressifs n'ont qu'une couche d'anti-reflet mais peuvent être amincis. Selon la prise en charge de la mutuelle, il peut être intéressant de "panacher", verres ou monture pouvant ne pas être 100% santé »

« Le présentoir 100 % santé est très visible dans le magasin, car il porte le nom de : "100% santé". Malgré cela, l'opticien n'en fait pas éloge, et préfère, orienter la clientèle vers les présentoirs de marques, ou de créateurs »

Ecouter voir Optique Mutualiste :

« Une fois de plus, l'offre "verres 100% Santé" est déconseillée pour son champ visuel retreint. De plus, le présentoir sur lequel se trouve les montures 100% Santé se trouve dans un recoin éloigné de l'entrée du magasin et impossible à détecter sans en faire la demande à un vendeur »

« Le présentoir 100% santé est le 1er qu'on voit en entrant, avec des flyers explicatifs. L'opticien nous en a parlé spontanément. Il nous a précisé que le champs de vision de ces verres était plus rétréci, et qu'on ne pouvait pas faire de traitement photosensible. Par contre, le discours n'était pas dissuasif, et il nous a expliqué que même ces verres-là peuvent être confortables »

Générale d'Optique :

« Lunettes 100% Santé : selon les personnes, leur transpiration... le vernis qui recouvre les lunettes peut s'abîmer plus vite ! »

« En me présentant le devis l'opticienne s'est empressée de rayer la partie 100% santé sans m'expliquer de quoi il s'agissait »

« Le présentoir 100% était bien en vue à l'entrée. Toujours la même réserve sur les verres moins performants »

« L'offre santé a été présentée comme une offre de qualité mais ancienne techniquement (monture et verres), mais que l'on pouvait panacher avec des montures ou verres du reste du magasin »

Grand Optical :

« L'offre était bien affichée... mais tellement discrètement qu'il m'a fallu demander où elle se trouvait. L'étiquette 100% était de la taille d'un ongle ! »

« Le vendeur évoque sur ma demande le 100% santé mais pas spontanément. Il est très sceptique car la qualité des progressives est médiocre et les montures sont des premiers prix chinois »

Indépendants :

« L'opticien m'a dit que cette offre c'est comme la CMU. M'a dit qu'il n'y avait pas toutes les options sur les verres. Que les montures sont moches et médiocres »

« Le discours a été je me dois de vous présenter la solution 100% santé et voici le devis. Ces lunettes ne sont pas moins bonnes ni meilleures, mais c'est le premier prix : par exemple les verres ne sont pas totalement blancs, ils sont légèrement jaunâtres; et sur les montures, elles aussi premiers prix, on ne peut pas les chauffer (=pour rendre flexible les branches) pour les adapter à votre contour de tête »

« Au magasin, une pancarte affichait que le magasin remettrait à sa clientèle deux devis gratuits dont un 100% santé. Il ne l'a pas fait spontanément, mais suite à ma demande. Pour lui le 100% santé c'est une offre CMU pour tout le monde, la qualité des verres médiocre sans anti lumière bleu. A ma demande, il m'a présenté un tiroir avec 10 montures "santé 100%". Par la suite, il m'a remis un devis intermédiaire me laissant 140€ à charge »

« Discours de l'opticien : Ce n'est pas ce qu'il y a de mieux (à 30 € la monture), mais "ça fait le boulot" (expression utilisée 3 fois) dans le cas d'une utilisation de quelques heures par jour (j'avais évoqué mes besoins : utilisation pour lecture + travail sur ordinateur) »

« En me donnant le devis l'opticien me fait part de l'offre à 100% santé mais me dit que c'est plus pour les jeunes qui n'ont pas trop les moyens ou qu'ils n'ont pas trop de correction à faire ou encore les personnes qui bénéficient de la CMU »

« Il a fait spontanément le devis 100% santé qu'il a fait suivre d'un devis pour un autre équipement à ma demande au vu de l'ordonnance »

« L'opticien n'est pas pour le 100% santé il met en avant le fait qu'il n'y a pas de garantie sur la monture et les verres »

Krys :

« Il m'a conseillé l'offre 100% santé et fourni l'adresse d'un opticien »

« Les présentoirs 100% santé s'appellent "KRY'S ORIGINE". Ils sont au nombre de 42 montures adultes et 15 enfants. La vendeuse a accepté de m'établir 2 propositions de prix, mais ne m'a chiffré aucune proposition avec le 100% santé. Elle m'a expliqué qu'avec la prescription que j'avais, je devais d'une part prendre un rendez-vous pour un contrôle gratuit de ma vue et que d'autre part, le 100 % santé ne serait pas adapté à ma vue si je travaillais beaucoup sur écran »

« L'offre à 100% correspond à une Logan quand vous pouvez rouler en BMW ! »

Lissac :

« Les montures "100% santé" sont "très simples" et "conviennent aux personnes qui ont une petite mutuelle" ou "qui sont à la CMU". Prix affiché : 30 € Celles du magasin n'étaient pas présentées sous ce titre mais sur un présentoir tournant neutre, sans libellé spécifique. Conseil de l'opticienne : panacher, par exemple (selon elle) monture 100 % santé et verres de meilleure qualité »

« L'opticien m'a affirmé que si j'avais eu des lunettes auparavant autres que 100% santé, j'allais être déçue en choisissant cette offre par rapport à la qualité des montures et des verres »

« Présentoir offre 100% bien exposé dans le magasin, beaucoup de montures bien exposées »

Optic 2000 :

« Bon accueil. Explication de l'offre à partir d'une plaquette. Les montures sont exposées correctement. La garantie permet de changer une fois les branches et la façade des montures. Au-delà il en coûte 9 €. Les verres sont traités. L'offre n'est pas critiquée. La vendeuse souligne la moindre qualité sur les verres progressifs (champ de vision moins étendu) »

« Le présentoir se trouve au fond du magasin, n'est pas mis en évidence, un petit écriteau mentionnant le 100% santé, à peine visible déposé au niveau des pieds, montures plus que désuètes »

« Lorsque je me suis approchée du présentoir des lunettes (remboursement à 100 %) il m'a vite détournée pour me dire que les lunettes femme étaient de l'autre côté ! »

Optical center :

« Après questionnement, il m'a dit où se situaient les lunettes concernées par le 100%. Il y avait des prix différents sur les montures, le tarif à 100% est à 30€, certaines comprenaient un tarif à 70€, il m'a indiqué que si la personne avait un coup de cœur, c'était possible qu'elle ait cette monture même avec le 100% santé. Il m'a dit que les lunettes étaient "très bien" (il en avait d'autres rangées dans un tiroir). Avec le 100% santé, il n'y a qu'une paire de lunettes contrairement à l'offre en magasin. Il mettait des réserves sur les verres dont les options sont limitées »

« J'ai reçu de nombreuses explications sur le 100% santé et les remboursements ss et mutuelle. Les montures faisant partie du 100% sont identifiées sous la marque LEVEL il n'y a pas de panneau 100% »

« La vendeuse n'a fait aucune allusion à l'offre 100% santé ni sur le devis ni en parole, pas de présentoir »

Vision plus :

« Il pense que l'offre est bas de gamme mais qu'en dehors de l'intérêt économique, cette offre peut convenir à certaines personnes (n'utilisant pas ou peu des écrans, ne lisant pas ou peu) »

« L'offre a été présentée lors de la remise du devis. J'ai demandé à voir des modèles de lunettes, la vendeuse a alors ouvert un tiroir où se trouvaient environ une vingtaine de paires en vrac. M'a indiqué que les verres n'avaient pas d'anti reflet et ne fondaient pas au soleil. N'a pas porté le produit dans sa démarche »