



OPTIQUE ET AUDITION : LES ENSEIGNES LES PLUS ATTRACTIVES EN 2024



CONSULTEZ NOTRE
ÉTUDE COMPLÈTE

[Bonial](#) et Ipsos révèlent la première étude dédiée à l'attractivité commerciale des enseignes de la distribution en France, menée auprès de 10 000 consommateurs. Ce baromètre dévoile comment 342 enseignes, réparties sur 16 secteurs, attirent les consommateurs français en magasin. Sur le secteur de l'optique et de l'audition, 16 enseignes ont été évaluées selon 11 critères comme la variété de l'offre, le rapport qualité-prix en passant par la responsabilité sociétale.

Lunettes pour tous élue l'enseigne la plus attractive – catégorie Optique et audition

Sur le secteur de l'optique et audition, l'**indice moyen du secteur est de 15,2**. **Lunettes pour tous** prend la première place du podium avec un indice de **17,53**. Une courte avance sur l'enseigne **Optique E.Leclerc** qui arrive en deuxième position avec un indice de **17,47**. L'enseigne **Afflelou** vient compléter le podium avec un indice d'attractivité commerciale très proche des deux premiers s'élevant à **17,3**.

L'écart-type sur le secteur de l'optique et de l'audition, sont relativement moins élevés par rapport à d'autres secteurs. "L'Attractivité prix" apparaît comme le critère ayant l'écart-type le plus élevé et donc où les enseignes doivent davantage travailler pour attirer en magasin. La "Facilité d'accès au magasin" (présence d'un parking, proximité avec les

transports en commun, etc.) est le deuxième critère qui met en évidence des disparités entre les enseignes. C'est également le critère le plus déterminant dans ce secteur, car il affiche l'indice le plus élevé.



Les enseignes les plus attractives sur chaque critère d'attractivité commerciale

Sur le secteur de l'optique et de l'audition, plusieurs enseignes tirent leur épingle du jeu. **Lunettes pour tous** s'impose avant tout sur "l'attractivité prix" avec un indice d'attractivité commerciale de 31,2, soit deux fois plus élevé que l'indice secteur. Si l'enseigne **Krys** obtient les meilleurs indices sur les critères de la "Pertinence de l'offre" et de l' "Expérience d'achat en magasin", **Optic 2000** arrive en première position sur le critère de la "Variété de l'offre".

L'enseigne **Ecouter Voir** se démarque sur les critères liés au "Rapport qualité prix" et de la "Qualité de l'offre". Le critère de la "Responsabilité Sociétale" est incarné par **Le Petit Lunetier** avec un indice moyen de 17,7, soit +10 points de plus que l'indice secteur.

Critère	Nom de l'enseigne	Indice enseigne	Indice secteur
Attractivité prix	Lunettes pour tous	31,2	15,6
Facilité d'accès au magasin	Optique E.Leclerc	30,0	22,7
Variété de l'offre	Optic 2000	26,5	22,6
Rapport qualité prix	Ecouter Voir	24,4	18,9
Qualité de l'offre	Ecouter Voir	23,4	19,2
Pertinence de l'offre	Krys	22,4	18,6
Expérience d'achat en magasin	Krys	20,4	16,1
Responsabilité sociétale	Le Petit Lunetier	17,7	7,3
Utilité des promotions	Lunettes pour tous	15,8	10,2
Fréquence des promotions	Optic Duroc	15,5	9,9
Générosité des promotions	Le Petit Lunetier	14,9	8,1

Méthodologie

Échantillon représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus de 10 000 personnes.

L'échantillon a été constitué selon la méthode des quotas, au regard des critères de sexe, d'âge, de catégorie socioprofessionnelle, de catégorie d'agglomération et de région de résidence.

Les interviews ont été réalisées du 23 septembre au 8 octobre 2024.

Toute publication totale ou partielle doit impérativement utiliser la mention complète suivante : "**Baromètre réalisé par Ipsos pour Bonial – 1^{ère} édition – Octobre 2024**" et aucune reprise de l'enquête ne pourra être dissociée de cet intitulé.

Les 16 enseignes – Optique et audition – analysées : Acuitis, Afflelou, Amplifon, Atol, Audika, Ecouter Voir, Générale d'Optique, Grand Optical, Jimmy Fairly, Krys, Le Petit Lunetier, Lunettes pour tous, Optic 2000, Optic Duroc, Optical Center et Optique E.Leclerc

Contact presse



Emily Tamazirt
SENIOR PR MANAGER
emily.tamazirt@bonial.fr
+33 7 69 20 93 87

Bonial est une entreprise de média et de technologies au service des magasins et de leurs clients. Chaque jour, des millions de consommateurs utilisent l'application Bonial pour trouver les meilleures offres autour d'eux et les plus grandes enseignes bénéficient de ses technologies publicitaires pour accroître leur fréquentation. Créée en 2008, la société compte plus de 350 employés dans ses bureaux situés à Berlin et à Paris.

Pour plus d'informations, veuillez visiter [notre site internet](https://www.bonial.fr).

