

En dépit de leur proximité, les principaux marchés européens du Top 5 (France, Allemagne, Italie, Espagne et Royaume-Uni), affichent des différences évidentes. En raison des tendances démographiques de chaque pays, mais aussi de la façon dont l'optique est pratiquée. À partir des chiffres européens, en volume et en valeur, des ventes des fabricants de verres, de montures, et de contactologie, la société de conseils "Strategy With Vision" analyse les particularités du marché français.

Analyse

La France : une exception européenne ?



La population française, allemande, italienne, espagnole et britannique atteint au total 314 millions d'habitants. 20 % de cette population du Top 5 (65 millions) vit en France, et contrairement à la moyenne d'âge des populations allemande, italienne, espagnole et britannique est de 42,2 ans, la population moyenne française est légèrement plus jeune : 39,7 ans. La population française vieillit plus lentement que celles des autres pays. En France, 43 % de la population française est désormais âgée de 45 ans, pour 45 % dans les autres pays. La différence sera plus évidente en 2015, lorsque 44 % de la population française aura en moyenne plus de 45 ans, et 48 % pour les quatre autres pays cités.

Plus de la moitié des Français (52,6 %) ont besoin d'une correction visuelle, et 51,6 % en possèdent une. Les lunettes sont encore le mode de correction le plus utilisé, 96 % des amétropes en sont équipés. Avec 38,7 millions de verres ophtalmiques vendus, le marché français est le second en Europe, juste derrière le Royaume-Uni avec 39,5 millions de verres, mais devant l'Allemagne (34,9 millions.) À noter que parmi ces trois pays, seule la France affiche une croissance de ses volumes. La différence de moyenne d'âge entre la population française et celle des autres pays européens a des conséquences sur le marché. En France, en volume, les unifocaux atteignent 68 %, les verres progressifs qui incluent les verres "personnalisés" les verres de dernière génération fabriqués par numérisation, et les verres "conventionnels" totalisent 31 %, sans oublier les bifocaux 1 %. Le montant du marché total des verres vendus par les fabricants dans ces cinq pays a atteint 1, 873 milliard d'€ en

2010, en progression de 0,6 %. Il se répartit en valeur à 63 % de verres progressifs, 32,8 % d'unifocaux et seulement 4,2 % de bifocaux.

En termes de matériau utilisé, on constate la poursuite du déclin des verres minéraux. Ils représentent désormais 5,9 % du total dans les 4 autres pays du Top 5, et 2 % en France. Au contraire, les ventes de polycarbonates, qui ont baissé de 2,7 % dans les quatre autres pays, représentent 9,5 % du marché en France. En France, le Trivex reste stable à 1,2 % légèrement plus bas que dans le reste de l'Europe. Les verres en "plastique" représentent 87,3 % du total des verres vendus, légèrement plus faibles que dans les quatre autres pays européens.

Les verres d'indice moyen (1,51 à 1,59) représentent seulement 0,3 % des verres vendus en 2010, pour 3,1 % dans les autres pays. Mais les hauts indices (1,6 à 1,66) et les verres en « plastique » à super-haut indice représentent respectivement 22,3 % et 8,6 % du marché total en France. Parmi les pays du Top 5, ces dernières années, le traitement antireflet a progressé et représente désormais 54 % du marché. En France, la progression est de 43 % en 2009 à 47 % en 2010. Quatre marques (BBGR, Essilor, Carl Zeiss Vision et Hoya) vendent presque 75 % des verres en volume et 85 % en valeur sur le marché français.

49,4 millions de montures.

L'an dernier dans les pays du Top 5, 49,4 millions de montures optiques, et 89,6 millions de solaires ont été vendues. Les fabricants ont vendu pour 1,19 milliard d'€ de montures optiques, le chiffre d'affaires des fabricants de solaires, tous circuits de distribution confondus (opticiens, magasins de sport, grande distribution) affiche 766,5 millions d'€.



SUPPORTS
D'ETIQUETTES

ETIQUETTE ADHESIVES
POUR SUPPORTS
D'ETIQUETTES



CLIP CASE

PENICHE
OPTIQUE



NEZ



GLANTAGE ADHESIFS



Optilook Distribution

38, rue Paradis

01100 Oyonnax

Tél. 04 74 77 47 91

optilook.fr

optilook-distribution@wanadoo.fr

Présent au Silmo
stand n° 5A H014

Alors que les montures optiques sont restées stables en volume depuis 2006, on a assisté à une baisse des ventes de solaires. En 2006, 94.2 millions de solaires ont été vendues. 16,7 millions de montures optiques ont été vendues en France (inclus les deuxièmes paires) soit une augmentation de 1 % par rapport à 2009. 15 millions de solaires ont été vendues en France tous circuits confondus (magasins de sport, points de vente optique etc.). La valeur nette du marché des solaires est restée stable par rapport à 2009, à 157 millions d'€.

Lentilles multifocales à remplacement fréquent : la France en tête

Un peu plus de 14 millions de personnes (8,4 %) portent des lentilles de contact dans le Top 5 des pays européens. En valeur, ce marché représente 932 millions d'€. En France, il a augmenté en volume et en valeur en 2010. Le nombre total de porteurs de lentilles (à port régulier ou occasionnel) a augmenté de 1 % pour un total de 3,3 millions de porteurs. En France, les ventes de lentilles multifocales à remplacement fréquent ont atteint le taux de pénétration le plus élevé de tous les marchés en Europe. Sur la base du nombre d'unités vendues en France, celui des porteurs de lentilles multifocales atteint 105 000, contre 63 000 en Allemagne, 50 000 au Royaume-Uni, 35 000 en Espagne et 25 000 en Italie.

Le marché de la chirurgie réfractive en France diffère des autres pays européens, comme l'Espagne, ou le Royaume-Uni où la publicité n'est pas autorisée. Les ophtalmologistes français sont les seuls "fournisseurs" de chirurgie réfractive, souvent à prix fort, alors que, par exemple, au Royaume-Uni cet acte est considéré comme banal. Le marché français se compose de petits centres indépendants de chirurgie, contrairement aux autres pays où les grandes chaînes sont impliquées. Toutefois, cela pourrait changer, comme à Chambéry où la chaîne "Expert Vision Center" a ouvert de même qu'à Strasbourg.

Toutefois, la place de la chirurgie réfractive en France est légèrement plus faible que dans les autres pays à 0,29 % des amétropes contre 0,36 % dans les quatre autres pays. Le nombre d'opérations en France en 2010 atteint 96 000 (1 opération = 1 œil.)

Des investissements ont été réalisés dans les lasers Femtosecond et également dans les nouveaux lasers Intracor pour le traitement de la presbytie, qui ne sont pas encore disponibles dans certains pays, comme le Royaume-Uni par exemple.

Deux chiffres significatifs. Ramené à l'ensemble de la population des 65 millions de Français, chaque Français dépense par an en moyenne 80 euros chez les opticiens. Alors que la densité d'opticiens en France est la plus élevée avec 1 magasin pour 6 000 habitants, contre 1 pour 6 800 en Allemagne et 1 pour 8 900 au Royaume-Uni. ■