



Optique, audition : Lunettes pour tous conserve son titre de “Top Enseigne”

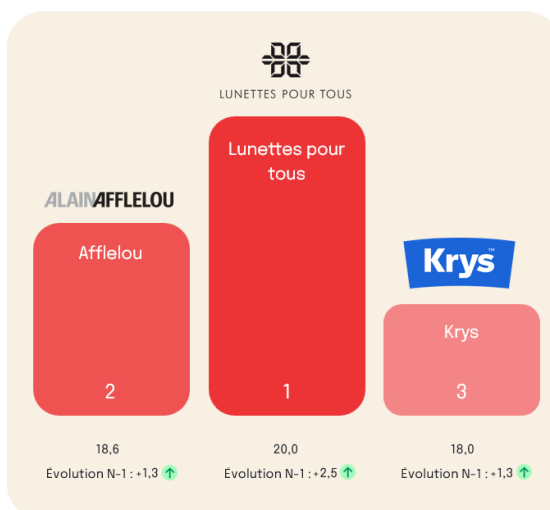


Bonial et Ipsos présentent la deuxième édition du baromètre de l'attractivité des enseignes françaises. Basée sur les réponses de 10 000 Français, cette étude évalue plus de 350 enseignes réparties sur 20 secteurs d'activité. Elle révèle comment les enseignes attirent les consommateurs et l'évolution de leur attractivité depuis un an. Dans le secteur de l'optique et de l'audition, 16 enseignes ont été évaluées selon 11 critères comme la variété de l'offre, la fréquence des promotions en passant par le rapport qualité prix.

Télécharger
l'étude



Lunettes pour tous conserve son titre de Top Enseigne – secteur optique, audition



Dans le secteur de l'optique et de l'audition, l'indice secteur s'élève à 15,8. Il s'agit de la moyenne des notes obtenues par l'ensemble des enseignes sur les 11 critères étudiés. Cette année, le classement du top 3 connaît quelques mouvements. Lunettes pour tous reste en tête du podium avec un indice de 20,0 (+2,5 points vs l'an dernier). Avec un score de 18,6 (+1,3 point), Afflelou prend la deuxième place et écarte Optique E.Leclerc du top 3. Krys clôture ce trio de tête, avec un indice de 18,0 (+1,3 point), soit +2,2 points au-dessus de la moyenne du secteur.

Bien que n'étant pas le critère le plus élevé du secteur, l'attractivité prix apparaît clairement comme le critère ayant l'écart-type le plus élevé. Cela signifie que les enseignes du secteur ont une réelle opportunité de se démarquer sur ce point. Le rapport qualité-prix affiche le deuxième écart-type le plus marqué. La facilité d'accès au magasin (parking, transports, proximité, etc.) arrive en troisième position, illustrant elle aussi de fortes disparités entre enseignes. C'est d'ailleurs le critère le plus déterminant du secteur, avec l'indice le plus élevé.

— Les Top Enseignes 2026 – Optique, audition – sur chaque critère d'attractivité commerciale

Dans le secteur de l'optique et de l'audition, plusieurs enseignes se démarquent selon les critères.

Lunettes pour tous conserve son statut de leader sur l'attractivité prix et l'utilité des promotions. L'enseigne prend également l'avantage sur le rapport qualité-prix, devant Écouter Voir, et sur la générosité des promotions, où elle devance Le Petit Lunetier.

Côté fréquence des promotions, c'est Afflelou qui s'impose cette année, face à Optic Duroc. Jimmy Fairly enregistre une belle progression, se hissant en tête sur la qualité de l'offre (auparavant détenue par Écouter Voir) et sur l'expérience d'achat en magasin (anciennement dominée par Krys).

De son côté, Krys se rattrape sur la variété de l'offre, succédant à Optic 2000.

Enfin, en matière de responsabilité sociétale, Optic Duroc obtient le meilleur indice d'attractivité commerciale, détrônant Le Petit Lunetier.

Critère	Enseigne	Indice enseigne	Indice secteur	Evolution N-1
Attractivité prix	Lunettes pour tous	34,7	17,0	+3,5
Rapport qualité prix	Lunettes pour tous	29,8	20,5	+6,7
Utilité des promotions	Lunettes pour tous	15,6	10,0	-0,2
Générosité des promotions	Lunettes pour tous	14,8	8,6	+0,9
Fréquence des promotions	Afflelou	17,1	10,3	+2,1
Pertinence de l'offre	Krys	22,9	18,8	+0,5
Qualité de l'offre	Jimmy Fairly	29,5	19,4	+8,5
Variété de l'offre	Krys	28,2	23,2	+2,6
Facilité d'accès au magasin	Optique E.Leclerc	29,0	25,5	-1,0
Expérience d'achat en magasin	Jimmy Fairly	24,7	18,1	+7,9
Responsabilité sociétale	Optic Duroc	18,0	7,4	+8,7

Méthodologie



Échantillon représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus de 10 000 personnes. 359 enseignes étudiées, réparties sur 20 secteurs d'activité.

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 19 septembre au 4 octobre 2025.

Toute publication totale ou partielle doit impérativement utiliser la mention complète suivante : " Baromètre réalisé par Ipsos BVA pour Bonial – 2^{ème} édition – 2025 "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

Contacts presse

Agence VIANOVA

bonialpresse@vianova-rp.com

Hamza Chemrakhi : +33 6 70 05 78 98

Justine Turc-Guiborat : +33 6 71 23 32 22

Bonial | Emily Tamazirt

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

