

ÉTUDE OPINIONWAY POUR LE GROUPE AFFLELOU

Vue et audition : les grandes oubliées de la santé des Français, le Groupe AFFLELOU souligne l'importance capitale pour la santé des Français de communiquer sur les bons réflexes de prévention

Selon une étude OpinionWay réalisée fin juillet 2026 pour le Groupe AFFLELOU auprès de 1 017 parents d'enfants de moins de 18 ans et de 1 003 jeunes de 18 à 34 ans, la vue et l'audition ne figurent parmi les priorités de santé que de 16 % des parents et 15 % des jeunes, loin derrière l'alimentation, le sommeil, l'activité physique ou la santé mentale. Le paradoxe est frappant, puisque 88 % des parents et 89 % des jeunes savent que leurs usages des écrans et des écouteurs peuvent nuire à leurs yeux ou à leurs oreilles, sans pour autant modifier leurs habitudes. Ces chiffres rejoignent ce que le Groupe AFFLELOU observe depuis plusieurs années dans ses magasins. Il renforce donc ses actions en s'appuyant sur l'expertise de ses opticiens et audioprothésistes, la télémedecine, des dépistages gratuits et des offres qui facilitent l'équipement, partout en France.

Quatre enseignements tirés de l'étude OpinionWay

Menée dans le cadre de la Rentrée de la Prévention, l'étude interroge le rapport des familles et des jeunes adultes à leur santé visuelle et auditive. Quatre enseignements s'en dégagent.

- **La vue et l'audition, loin derrière les autres priorités de santé**

Pour préserver leur santé, parents et jeunes citent d'abord l'alimentation (respectivement 59 % et 56 %), le sommeil (51 % et 58 %), l'activité physique (47 % et 52 %) et la santé mentale (41 % et 52 %). **La vue et l'audition** réunies ne recueillent que **16 %** chez les parents et **15 %** chez les jeunes. Chez les parents, elles arrivent même derrière la santé bucco-dentaire (26 %) et les vaccinations (22 %). Ces autres sujets bénéficient de campagnes de sensibilisation régulières qui influencent les réflexes des Français, ce qui plaide pour une communication bien plus soutenue sur la prévention visuelle et auditive.

- **Une conscience du risque qui ne change pas les habitudes**

88 % des parents et **89 %** des jeunes estiment que leurs pratiques d'écoute ou d'écran pourraient abîmer leur vue ou leur audition dans les prochaines années. Cette lucidité reste pourtant sans effet sur les comportements. **91 %** des jeunes passent plus de deux heures devant un écran sans pause, **83 %** montent le volume de leurs écouteurs dans un environnement bruyant et **76 %** les gardent plusieurs heures d'affilée. Au total, **90 %** des jeunes ont déjà ressenti au moins un effet du temps d'écran sur leur vue, et autant reconnaissent au moins un comportement à risque pour leur audition.

- **L'audition, nettement distancée par la vue**

Lorsqu'elle est citée comme priorité de santé, la vue l'est au moins deux fois plus souvent que l'audition (13 % contre 5 % chez les parents, 12 % contre 5 % chez les jeunes). Le même écart se retrouve dans les pratiques. **91 %** des parents et **94 %** des jeunes ont déjà fait contrôler leur vue, contre **75 %** et **69 %** pour leur audition. Les Français s'estiment aussi moins bien informés sur les signes d'alerte d'un trouble auditif que d'un trouble visuel, et seuls **61 %** des parents et **57 %** des jeunes connaissent la fréquence recommandée d'un contrôle.

- **Délais, éloignement et coût, des freins bien réels**

Premiers obstacles à un contrôle de la vue ou de l'audition, les délais d'attente (35 % des parents, 38 % des jeunes) et la difficulté à trouver un professionnel à proximité (34 % et 27 %) devancent le coût du contrôle (18 % et 28 %) et celui d'un éventuel équipement (12 % et 19 %). L'argent pèse néanmoins lourd, puisque **30 %** des parents et **32 %** des jeunes disent avoir renoncé à un contrôle pour raisons financières au cours des trois dernières années.

Face à ces constats, les engagements du Groupe AFFLELOU

- **Les opticiens et audioprothésistes, au cœur de la prévention**

Premiers interlocuteurs des Français pour leur vue et leur audition, les opticiens et audioprothésistes des enseignes ALAIN AFFLELOU et ALAIN AFFLELOU Acousticien jouent un rôle déterminant en matière de prévention. En France, le réseau s'appuie sur **424 opticiens franchisés** et **124 audioprothésistes**. Implantés dans les territoires, ils repèrent les troubles, orientent vers un médecin lorsque la situation l'exige et proposent des solutions adaptées à chaque âge.

- **La gamme Incognito AI**

ALAIN AFFLELOU Acousticien conçoit sa propre gamme d'aides auditives connectées, Incognito AI, éligible à l'offre Tchén Tchén Audio. Sa discrétion, alliée à la performance, vise à lever l'un des principaux freins psychologiques à l'équipement et à favoriser une prise en charge plus précoce des troubles de l'audition.

- **La télémedecine, pour intégrer le dépistage au quotidien**

Chez AFFLELOU, le dépistage ne demande plus de démarche spécifique. Il se fait directement lors du passage en magasin.

- **La téléconsultation ophtalmologique en magasin**

Pionnier de la téléconsultation, le Groupe AFFLELOU propose depuis 2022 des salles dédiées dans ses magasins et en poursuit le déploiement tout au long de l'année. ALAIN AFFLELOU a été la première enseigne en France à y intégrer un dispositif complet, qui associe en temps réel un orthoptiste et un ophtalmologue à un dépistage systématique des pathologies oculaires.

- **Plus de 200 magasins équipés**, soit un quart du réseau français.
- **Près de 100 000 examens de dépistage** déjà réalisés depuis 2022.
- **Environ 10 % des patients** dépistés sont réorientés vers un ophtalmologue en présentiel pour suspicion de pathologie, et près de 2 % sont pris en charge en urgence.

Ce service participe à la lutte contre les déserts médicaux et confirme le rôle de premier recours que joue le réseau dans le parcours de soins visuels des Français.

- **Aller au-devant des territoires les moins bien desservis**

Face aux délais d'attente et à l'éloignement des professionnels, le Groupe se rend désormais directement auprès des habitants.

- **La téléconsultation mobile dans le Grand Est**

Le 8 septembre 2026, le Groupe AFFLELOU et sa Fondation, en partenariat avec MEDADOM, ont déployé la téléconsultation mobile pour se rapprocher au plus près de la population, avec une consultation ophtalmologique et des tests auditifs. Pour la première fois en France, une téléconsultation ophtalmologique a pris place à bord d'un véhicule aménagé en cabine, avec un ophtalmologue et un orthoptiste à distance et un opticien présent sur place. Pendant deux semaines, le véhicule s'est arrêté à Charleville-Mézières, Sedan, Bar-le-Duc, Verdun, Metz, Houssen, Jexey et Chaumont, huit villes touchées par les déserts médicaux.

- **Des dépistages et tests gratuits, pour placer l'audition au même niveau que la vue**

Le Groupe multiplie les points d'entrée gratuits et sans rendez-vous vers le dépistage auditif, pour les enfants comme pour les adultes.

Des espaces audio sans rendez-vous, ouverts aux enfants

Dans plusieurs régions, les magasins **ALAIN AFFLELOU Acousticien** ouvrent des espaces audio accessibles sans rendez-vous. Les tests y sont gratuits et, si nécessaire, suivis d'une prise en charge immédiate par un audioprothésiste présent sur place, sans rupture dans le parcours de soins. L'enjeu est de taille, car une perte auditive détectée trop tard peut devenir irréversible. Les plus jeunes bénéficient eux aussi de ce suivi, grâce à des audioprothésistes certifiés pour l'enfant.

- **En Bretagne** (Ille-et-Vilaine, Morbihan), un audioprothésiste certifié enfant assure en magasin le dépistage et le suivi auditif des plus jeunes.
- **En Normandie** (Manche), les familles bénéficient de la même compétence pédiatrique près de chez elles.

Cette présence spécialisée permet de repérer et de traiter les troubles auditifs le plus tôt possible, chez l'enfant comme chez l'adulte.

- **Garantir l'accès à la santé visuelle et auditive**

Le coût de l'équipement demeurant un frein, le Groupe s'appuie sur des offres qui allègent la dépense des familles.

- **Les offres Tchín Tchín**

Signature historique du Groupe AFFLELOU, l'offre Tchín Tchín permet d'obtenir une 2e paire de lunettes pour 1 € de plus. Sa déclinaison Tchín Tchín Audio applique le même principe aux aides auditives.

- **Une offre de freination de la myopie pour les enfants**

À l'occasion du Mois de la Prévention et de la Journée de la myopie, le Groupe AFFLELOU lance une offre destinée aux **enfants myopes de 6 à 12 ans**. Leur 2e paire Tchín Tchín est équipée gratuitement de verres de freination, qui ralentissent l'évolution de la myopie à l'école, à la maison comme pendant les loisirs. Ces verres n'étant efficaces qu'avec un port d'au moins 10 à 12 heures par jour, le double équipement assure une action continue, sans compromis ni charge mentale supplémentaire pour les parents.

- **Sensibiliser le plus grand nombre**

Chaque rendez-vous qui rassemble le public devient pour le Groupe une occasion de sensibiliser à la santé visuelle et auditive, à travers des prises de parole et des partenariats grand public.

- **Des lunettes de protection pour l'éclipse solaire**

À l'occasion de l'éclipse solaire du 12 août 2026, 452 magasins ALAIN AFFLELOU ont mis à disposition **75 800 paires de lunettes** spécialement conçues pour observer le phénomène en toute sécurité, conformément aux recommandations de santé visuelle.

- **Un partenariat avec la Ligue Nationale de Rugby**

Opticien et Acousticien officiel de la LNR depuis 2022, le Groupe met cette visibilité au service de la prévention auprès d'un large public sportif. En 2026, le partenariat s'est incarné dans REEF, une paire de lunettes de soleil dédiée qui a accompagné les équipes finalistes du TOP 14 et de la PRO D2.

Les enseignements de l'étude confortent ainsi la conviction du Groupe AFFLELOU. La prévention visuelle et auditive doit sortir du cabinet médical pour rejoindre les Français dans leurs lieux de vie et de loisirs, avec des solutions accessibles à tous. Une communication large et régulière demeure le levier majeur pour en faire un réflexe au service de la santé publique.

« Cette étude confirme ce que nous observons depuis longtemps sur le terrain : la vue et l'audition restent les grandes oubliées de la prévention santé, alors même que les usages numériques exposent chaque jour un peu plus les Français, et en particulier les enfants, à des risques pour leur vue et leur audition. Avec cette Rentrée de la Prévention, nous voulons apporter des réponses concrètes, du dispositif itinérant dans les zones les moins bien desservies jusqu'à la prise en charge auditive des plus jeunes, en communiquant largement pour que la prévention devienne enfin un réflexe et non un privilège. » **Anthony AFFLELOU, Président-Directeur général du Groupe AFFLELOU**

A propos du Groupe AFFLELOU

Fondé en 1972 à Bordeaux par Alain AFFLELOU, le Groupe AFFLELOU est un acteur majeur de la santé visuelle et auditive en Europe. Sa mission est de faciliter l'accès aux soins et à l'équipement pour tous.

À travers ses enseignes ALAIN AFFLELOU et ALAIN AFFLELOU Acousticien, le Groupe conjugue expertise optique et, depuis 2011, audition en s'appuyant sur une marque forte et une dynamique d'innovation produits et services reconnue. Pionnier sur son marché, il a notamment été le premier à déployer un service de téléconsultation en magasin dès 2022.

Présent dans 19 pays, le Groupe comptait 1 484 magasins dans le monde au 31 décembre 2025 et a atteint 1,1 milliard d'euros TTC de chiffre d'affaires réseaux. Son développement s'appuie sur un modèle de franchise éprouvé, moteur d'entrepreneuriat et de création de valeur.

Majoritairement détenu par Lion Capital (62 %), aux côtés de la holding familiale AAOC, le Groupe est présidé par Anthony AFFLELOU depuis novembre 2022.

Contacts presse :

Agence Patricia Goldman

Valentine FABRY - yfabry@patricia-goldman.com - 06 80 13 51 75

Anne Carole N'GUESSAN - acnguessan@patricia-goldman.com - 07 49 20 84 92

Groupe AFFLELOU

Bénédicte CHALUMEAU-VIGNON - bvignon@afflelou.net - 01 49 37 73 66

François BOURSICOT - fboursicot@afflelou.net - 01 49 37 72 19