

Interdiction de la publicité en optique et en audition : Un projet d'arrêté à contre-courant des besoins des Français.

Alors que le gouvernement prévoit d'interdire toute publicité pour les produits d'optique et d'audition, sans étude d'impact ni concertation préalable avec la filière, le Groupe AFFLELOU s'oppose à cette mesure. Cette mesure disproportionnée priverait les Français d'un accès essentiel à l'information sur leur vue et leur audition, alors que la myopie et la perte auditive progressent fortement en France.

Le Groupe AFFLELOU prend acte du texte présenté par la Direction de la Sécurité Sociale aux acteurs du secteur le 4 septembre dernier. Le Groupe regrette qu'aucune étude d'impact ni aucune concertation n'ait précédé la rédaction de ce texte, plaçant toute la profession devant le fait accompli.

Prévention. Information. Comparaison.

La publicité ne crée donc pas le besoin, mais elle reste fondamentale pour permettre aux Français de choisir leur opticien et leur audioprothésiste pour comparer les offres et les prix.

Si le marché de l'optique et de l'audition est un marché de besoin, la place de l'information est centrale dans le choix du professionnel de santé. On donne ainsi aux Français le pouvoir d'arbitrer en toute connaissance de cause. Le marché de l'optique et de l'audition repose avant tout sur la prescription médicale. **92 % des porteurs interrogés** déclarent renouveler leurs lunettes avant tout en raison d'un besoin visuel ou médical, et **87 % des achats** interviennent après l'examen d'un professionnel de santé ayant constaté une évolution de la vue, ou d'une perte auditive, dans neuf cas sur dix un ophtalmologiste ou un ORL, selon une étude indépendante menée en septembre 2025 par Galliléo Business Consulting auprès de 3 000 porteurs de lunettes pour le ROF.

Pour le Groupe AFFLELOU, communiquer sur la santé visuelle et auditive relève d'un droit à l'information pour les Français. En France, le nombre de myopes est aujourd'hui estimé à près **de 40 %** de la population adulte, une proportion qui pourrait toucher la moitié de la population mondiale **d'ici 2050** selon l'Organisation Mondiale de la Santé, tandis que la perte auditive progresse elle aussi très fortement. Face à cette réalité, la publicité reste l'un des moyens les plus puissants pour informer les Français, tout comme sur les nouvelles technologies qui améliorent leur santé visuelle et auditive. Réduire au silence toute une profession ne fera pas disparaître ces besoins, mais privera les Français de ce droit à l'information, et des moyens de comparer les offres, les prix et les services, dans un contexte où le pouvoir d'achat reste une préoccupation majeure. Et, ce, alors même que l'on constate une inflation des prix dans l'optique et l'audition 3 fois moins forte que l'inflation générale malgré l'accélération technologique des nouveaux produits et une TVA punitive à 20%, contrairement à la majorité des dispositifs médicaux.

Un secteur économique majeur, entre santé et commerce

Le marché français de l'optique et de l'audition compte parmi les champions européens du secteur, avec plus de **44 000 emplois** directs en magasin. Interdire aux professionnels de communiquer reviendrait à creuser encore l'écart entre nos compatriotes, en réduisant l'accès à l'information dans les territoires où la présence de ces commerces de santé est déjà fragile. Car les opticiens et les audioprothésistes ne sont pas seulement des acteurs de santé publique, ils sont aussi des commerçants. Leur interdire de communiquer revient à toucher à leur liberté fondamentale de s'exprimer.

La concertation préalable et l'engagement de toute une filière a permis de délivrer 3 millions de lunettes en 2025 et 600.000 appareils auditifs aux Français grâce aux 100 % Santé, en particulier les bénéficiaires de la C2S. Cette réussite repose précisément sur leur capacité à faire connaître et rendre accessible financièrement ce dispositif auprès du plus grand nombre.

La communication, une culture fondatrice du Groupe AFFLELOU

La communication est une culture fondatrice pour le Groupe AFFLELOU, elle fait partie de son identité depuis l'origine et constitue un levier historique au service d'une mission sociétale concrète : démocratiser l'accès à la santé visuelle et auditive. En 1972, quand Alain AFFLELOU ouvre son premier magasin au Bouscat, la profession d'opticien reste discrète, presque effacée derrière sa dimension médicale. Dès 1978, le Groupe fait le choix inverse et investit la publicité pour faire connaître le métier, les solutions disponibles et les rendre accessibles au plus grand nombre. Cette culture de la communication a contribué à ouvrir un marché jusque-là fermé sur lui-même, et a permis à l'ensemble de la filière de s'appuyer à son tour sur la communication pour informer et développer leur activité.

Pour le Groupe, le Gouvernement doit :

- Renoncer à une interdiction générale de la publicité en optique et en audition,
- Ouvrir une véritable concertation avec l'ensemble de la filière avant tout arbitrage,
- Faire respecter les dispositions existantes du Code de la Santé Publique et de la Consommation
- S'appuyer sur les dispositifs déjà engagés par la profession, notamment la charte du Rassemblement des Opticiens de France de lutte contre la fraude et les pratiques commerciales abusives, dont le Groupe AFFLELOU est signataire,

Le Groupe AFFLELOU réaffirme sa disponibilité pour contribuer, avec l'ensemble de la filière, à l'élaboration d'un cadre équilibré, protecteur des consommateurs et respectueux du rôle de prévention joué par les professionnels de santé visuelle et auditive.

« Informer les Français sur les produits et les services qui concourent à leur santé visuelle et auditive, c'est le cœur de notre rôle de prévention. Et en tant que commerçants, les opticiens et les audioprothésistes doivent aussi pouvoir communiquer, c'est l'essence même du commerce. Ce projet revient à sacrifier tout un secteur pour corriger les pratiques frauduleuses d'une minorité. De plus, cet arrêté fait un lien inexistant entre une prétendue consommation et la publicité pour des produits prescrits. Nous restons pleinement mobilisés pour continuer à lutter contre les fraudes et les abus. Ne nous trompons pas de combat. » **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 - vfabry@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