

# Le flou artistique

ENQUÊTE

Le grand bazar

p. 44

**Petits « arrangements » avec les mutuelles, offres promotionnelles bidon, devis incomplets, défaut d'information... notre enquête le montre : il est très difficile d'y voir clair dans les offres des opticiens.**

« **N**e vous inquiétez pas : on va s'arranger pour que vos lunettes ne vous coûtent rien ! » Que de fois pendant cette enquête, réalisée auprès d'une soixantaine d'opticiens, nous a-t-on proposé ce type « d'arrangement ». Le principe est simple : il suffit que le client bénéficie d'une « bonne » mutuelle, c'est-à-dire un forfait annuel de quelques centaines d'euros de remboursement pour ses frais d'optique, et le tour est joué. Comme le prix des verres est généralement mieux couvert que celui des montures, il est alors possible de surfacturer les premiers afin de diminuer d'autant le reste à charge sur les secondes, voire en obtenir le remboursement intégral.

## De mauvaises pratiques en arnaques

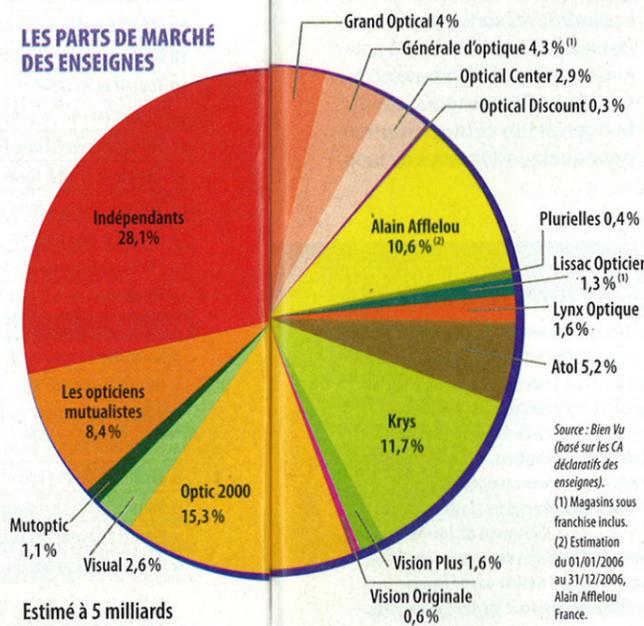
« L'ajustement du montant de la vente à celui de la garantie représente 80 % de nos litiges avec les opticiens », constate Marianne Binst, directrice de Santéclair, une filiale des AGF, Maaf et MMA qui a, entre autres, pour mission de contrôler les coûts des prestataires de soins. Si le « système » fonctionne si bien, c'est qu'apparemment les deux parties y gagnent : l'opticien fait tourner son commerce sur le dos des mutuelles et le client croit faire une bonne affaire. « Sauf qu'au final c'est bien le consommateur qui paie », poursuit Marianne Binst. Car l'inflation des dépenses conduit l'assureur à augmenter les primes.

En attendant, certains opticiens profitent du système sans vergogne. Par exemple, si l'assuré dispose d'un montant annuel de 500 € pour

ses frais d'optique, l'opticien peut le pousser à choisir une monture plus coûteuse, ou des verres de marque avec des options dont il n'a pas forcément besoin (traitement antireflet de dernière génération, parfaitement inutile pour qui travaille peu sur écran, ou encore un amincissement des verres superflu pour une petite myopie, etc.). Il ne s'agit pas de fraudes au sens strict mais plutôt de mauvaises pratiques. Mais il arrive parfois que des professionnels franchissent la ligne blanche. Par exemple, en facturant des verres qui ne correspondent pas à ceux qui ont été réellement vendus. Des arnaques difficiles à déceler car rien ne ressemble plus à un verre qu'un autre verre. Selon les contrôles réalisés par Santéclair, ces tromperies sur la marchandise concerneraient environ 15 % des verres.

Au printemps dernier, une cliente d'un Optical Center de Perpignan a déposé une plainte pour ce motif auprès des services de la Répression des fraudes. Selon elle, le magasin lui avait facturé des verres différents de ceux, de qualité inférieure, qui lui avaient été fournis. Une petite arnaque qui aurait permis aux enquêteurs d'en découvrir d'autres de plus grande ampleur : sachant que la Sécurité sociale rembourse les lunettes cassées, sans prescription médicale, les trois magasins Optical Center de la ville auraient facturé à leurs clients des paires de lunettes fictives. Plus d'un an après, l'affaire est toujours en cours d'instruction... La Fédération nationale des opticiens de France (Fnof) et le Syndicat des opticiens sous enseigne (Synope) se sont portés partie civile dans ce dossier : « Les exactions de quelques-uns rejaillissent sur l'image de la profession qui, dans son immense

## LES PARTS DE MARCHÉ DES ENSEIGNES



Estimé à 5 milliards d'euros, le marché de la lunette est de plus en plus concentré. Six grands groupes – Optic 2000, Krys, Afflelou, Les opticiens mutualistes, Grandvision (Générale d'optique + Grand Optical), Atol – réalisent près de 60 % du chiffre d'affaires global. Tandis que la position des indépendants a tendance à s'éroder.



S. TYSICK/MASTERFILE

majorité, fait du bon travail », s'insurge Alexandra Duvauchelle, déléguée générale du Synope. Exceptionnelles, ces pratiques délictueuses ? Pas si sûr. L'an dernier, un opticien d'Amiens, Xavier Hauban, a été condamné par le tribunal correctionnel de la ville à une peine d'un an de prison avec sursis, associé à de lourdes amendes, et à une interdiction d'exercer sa profession pendant un an. De 2000 à 2005, il s'est servi de faux duplicatas d'ordonnance fournis par la secrétaire d'un cabinet d'ophtalmologie. Il a ainsi pu constituer de faux dossiers en utilisant les coordonnées d'anciens clients afin de se faire rembourser par la Sécurité sociale et par les mutuelles des prestations fictives, grâce au système du tiers payant. Cet opticien obtenait la prise en charge de lunettes de soleil en les faisant passer, par exemple, pour des « lunettes cassées » si le client était déjà porteur de lunettes. Si celui-ci ne l'était pas, il suffisait de joindre au dossier de demande de paiement des prestations une fausse prescription médicale mentionnant des valeurs minimales de correction. Pas moins de 150 fausses ordonnances auraient été établies chaque année correspondant à un montant total de 145 000 €. D'autres affaires de ce type sont en cours d'instruction, nous a-t-on précisé à la DDCCRF (direction départementale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes) de la Somme. Si les escroqueries à grande échelle sont relativement rares, les petits dérapages (bidouillages en tout genre, offres promotionnelles bidon, devis incomplets, défaut d'information) sont

**10 000 opticiens se livrent une concurrence féroce**

sans doute bien plus fréquents. Le problème, c'est qu'il est difficile d'évaluer leur ampleur. Bien que victime de ces débordements, l'assurance maladie ne s'en préoccupe guère. Et pour cause ! Sa participation aux frais n'atteint même pas 5 %. Les contrôles lui coûteraient plus cher que les gains à espérer. Quant aux mutuelles, pourtant concernées au premier chef puisqu'elles assurent plus de 50 % des remboursements des dépenses d'optique médicale, la plupart d'entre elles ont jusqu'ici fermé les yeux, limitant leurs interventions aux cas les plus extrêmes. Pour une bonne raison : la couverture du poste optique est l'un des principaux chevaux de bataille des complémentaires santé pour convaincre particuliers et entreprises d'adhérer à leurs contrats. Inutile, donc, de tuer la poule aux œufs d'or. « Certaines garanties collectives, particulièrement généreuses, sont de véritables « pousse au crime », dénonce Alain Bach, directeur de l'Union des opticiens (UDO).

## Promotions délirantes et invérifiables

Résultat : les dépenses d'optique médicale ont bondi de 30 % depuis 2000, pour atteindre plus de 4,3 milliards d'euros l'an dernier. Face à ce marché en pleine expansion, le nombre d'opticiens s'est multiplié et est passé, en dix ans, de 7 000 à quelque 10 000 points de vente. Aujourd'hui, il n'est pas rare, dans les quartiers commerçants, de dénombrier un opticien tous les cent mètres. Or, les prestations proposées sont souvent semblables. Dans ces conditions, la concurrence devient féroce et tout est bon pour attirer le chaland, quitte à flirter avec l'illégalité.

Les promotions les plus délirantes foisonnent : deuxième, voire troisième paire de lunettes « gratuite », taux de remise irréaliste, promotion permanente, etc. Actuellement, près de 80 % des opticiens déclarent offrir une seconde paire de lunettes à leurs clients alors qu'ils n'étaient que 50 % en 2004. Sauf qu'il s'agit généralement d'une paire de qualité médiocre et dont le coût est, de surcroît, répercuté sur le prix de la première.

Pas sérieux non plus (et interdit par la loi), les offres de rabais quasi permanentes pratiquées par certaines enseignes, du type « -40 % sur toutes les montures », « -30 % sur les verres »... Seulement voilà : quel est le prix de référence sur lequel est calculée la remise ? Une question que tout consommateur a intérêt à se poser avant de craquer... ■

Florence Humbert avec Stéphanie Marseille

# Le grand bazar

**Munis d'ordonnances, nous avons poussé la porte de près de 60 opticiens. À prestation comparable, les prix sont loin d'être homogènes. Conclusion : n'hésitez pas à faire établir plusieurs devis.**

**D**ébut février, nous avons visité une soixantaine d'opticiens à Paris et en banlieue parisienne ainsi qu'à Lille. Tous les types de commerce ont été testés : des grandes enseignes (Optic 2000, Afflelou, Grand Optical, Atol, Krys, Optical Center, etc.), des opticiens indépendants et des grandes surfaces (Auchan, Leclerc). Dans chaque cas, nos deux enquêtrices ont soumis une ordonnance de leur ophtalmologiste à l'opticien pour qu'il leur établisse une offre de lunettes correspondante

(avec des verres unifocaux pour l'une, avec des verres progressifs pour l'autre).

## L'accueil

Contrairement aux exigences de la réglementation, aucun des opticiens rencontrés ne portait un badge permettant au client de savoir s'il s'adresse à un opticien diplômé ou à un simple vendeur. En revanche, la plupart d'entre eux se sont montrés aimables et disponibles. À quelques exceptions près cependant, comme chez Krys (Bagnolet, 93) où la vendeuse rechignait à

ouvrir les vitrines pour que nous puissions essayer les montures, toutes sous clé. Pas très agréable non plus, notre visite chez Hans Anders, à Lille. Les magasins de cette chaîne à prix cassés d'origine néerlandaise sont conçus comme des livres-services. On se débrouille soi-même pour choisir sa monture et les informations concernant l'origine des verres ou leurs traitements sont distillées au compte-gouttes !

## La monture

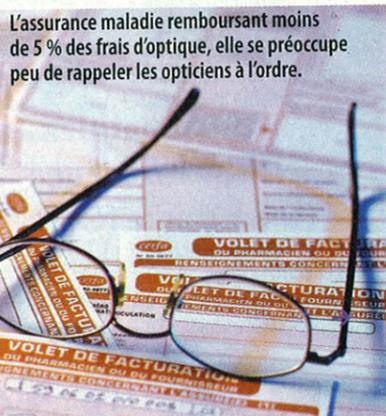
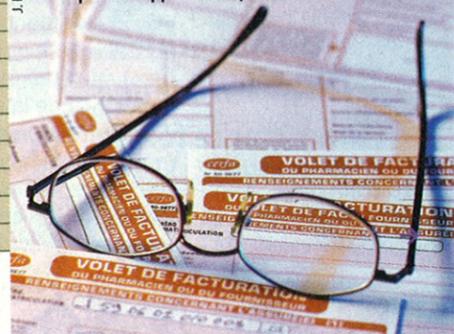
Les montures sont devenues des accessoires de mode à part entière. Leur choix est avant tout une affaire de goût... et de budget. Si l'on peut en trouver pour quelques dizaines d'euros

## Comment décrypter nos tableaux

Nous avons comparé les tarifs des verres proposés par les opticiens aux prix moyens estimés du marché (source Santéclair), selon les caractéristiques des produits (matériaux, indice, génération de verre, options, etc.). À prestations identiques, on observe de grands écarts de prix d'une enseigne à l'autre. N'hésitez pas à demander plusieurs devis. **BON À SAVOIR** Nous avons dû écarter de ce comparatif les verres de certaines enseignes (pour lesquels il n'existe pas de barème de référence) ainsi que les devis incomplets.

L'assurance maladie remboursant moins de 5 % des frais d'optique, elle se préoccupe peu de rappeler les opticiens à l'ordre.

J. BONNEFOY



pour tout achat d'une paire de lunettes. À n'en pas douter, le prix réel de ces montures était bien inférieur et avait déjà été répercuté sur celui des verres...

## Le devis

Comme il est impossible d'afficher en magasin tous les tarifs des verres car ils varient selon la correction, la marque, la qualité, etc., les opticiens sont tenus d'établir un devis détaillé et de le remettre au client avant la vente (arrêté du 23/7/96, JO du 20/5 et du 20/8/97). Les produits doivent y être identifiés précisément : pour les verres notamment, le devis doit mentionner le nom du fabricant ou du distributeur, la marque commerciale, le diamètre de fabrication

et, séparément, les options et suppléments de fabrication. Si le consommateur le demande, l'opticien doit également y faire figurer une offre de base, c'est-à-dire la moins chère qu'il puisse présenter, par rapport à l'ordonnance. Enfin, le devis doit comporter les conditions du service après-vente proposées à titre payant ou gratuit, comme la garantie ou les conseils d'entretien. Au cours de notre enquête, nous avons constaté que l'obligation de devis était très rarement respectée... Aucun des opticiens visités ne nous en a parlé spontanément. Nous avons toujours dû le réclamer. De plus, la plupart du temps, les documents qui nous ont été remis n'étaient pas

conformes à la réglementation : offre de base inexistante, omission de la marque des verres et du type de traitement au profit de formules vagues telles que « verres type anatéo » ou « type physio » (Les opticiens conseils, du centre commercial Euralille), ou encore de références internes à l'enseigne, ce qui rend toute comparaison impossible. Chez Hans Anders, par exemple, les verres sont sans marque. « C'est pour cette raison qu'ils ne sont pas chers », nous a précisé la vendeuse. Pas très rassurant ! Les commerçants qui se contentent de griffonner quelques chiffres sur une carte de la boutique ou un simple Post-it ne sont guère plus transparents. Cette désinvolture est surtout →

Compensation visuelle OD : -1,50 (+0,50) 90° OG : -1,25 (+0,25) 90°

### 28 devis pour verres unifocaux

Fournisseur du verre	Matériau	Indice	Nom	Niveau	Prix magasin (par verre)	Prix moyen estimé	Différence		
					€	€	%		
Anne et Valentin (Paris IV <sup>e</sup> )	Essilor	0	1,5	Trio	1	70	60,64	9,36	15,44
Les opticiens du bac (Paris VII <sup>e</sup> )	Essilor	0	1,5	Trio	1	79	60,64	18,36	30,28
JVC optique Optic 2000 (Paris XI <sup>e</sup> )	AO-Sola-Zeiss	0	1,5	AO Optimum	2	55	74,14	-19,14	-25,82
Atol (Lille)	Enseigne-Essilor	0	1,5	Crizal	2	55,79	81,30	-25,51	-31,38
Les opticiens mutualistes (Paris XI <sup>e</sup> )	Essilor	0	1,5	Crizal	2	56,27	81,30	-25,03	-30,79
AC Duflos optique (Lille)	Novacel	0	1,5	Selis XT	3	74	56,71	17,29	30,49
Anne et Valentin (Paris IV <sup>e</sup> )	Essilor	0	1,5	Crizal alizé	3	94	72,38	21,62	29,87
Atol (Lille)	Enseigne-Essilor	0	1,5	Crizal alizé	3	59,50	72,38	-12,88	-17,79
Discount Optical (Paris VI <sup>e</sup> )	Essilor	0	1,5	Crizal alizé	3	70	72,38	-2,38	-3,29
Grand Optical (Paris I <sup>er</sup> )	Enseigne	0	1,5	Baccara	3	110	72,38	37,62	51,98
JVC optique Optic 2000 (Paris XI <sup>e</sup> )	Essilor	0	1,5	Crizal alizé	3	89	72,38	16,62	22,96
Les opticiens du bac (Paris VII <sup>e</sup> )	Essilor	0	1,5	Crizal alizé	3	125	72,38	52,62	72,70
Lissac (Paris IX <sup>e</sup> )	Essilor	0	1,5	Crizal alizé	3	93	72,38	20,62	28,49
Optic Duroc (Paris XII <sup>e</sup> )	BBGR	0	1,5	Neva	3	98	72,38	25,62	35,40
Les opticiens mutualistes (Paris XI <sup>e</sup> )	Essilor	0	1,5	Crizal alizé	3	60,15	72,38	-12,23	-16,90
Optique Leclerc (Franconville, 95)	AO-Sola-Zeiss	0	1,5	Teflon	3	59,50	74,14	-14,64	-19,75
AC Duflos optique (Lille)	Novacel	0	1,6	Selis XT	3	94	92,24	1,76	1,91
Optique Olivier (Lille)	Essilor	0	1,6	Crizal alizé	3	115	92,24	22,76	24,67
Auchan (Bagnolet 93)	Mega optique	0	1,5	Steel + photochromie	3	75	125,42	-50,42	-40,20
Générale d'optique (Paris XI <sup>e</sup> )	Enseigne	0	1,5	Quartz	3	64	56,01	7,99	14,27
Les opticiens du bac (Paris VII <sup>e</sup> )	Essilor	P	1,59	Trio	1	114	83,36	30,64	36,76
Optic 2000 (Paris XI <sup>e</sup> )	Essilor	P	1,59	Crizal	2	110	110,29	-0,29	-0,26
Atol (Lille)	Enseigne-Essilor	P	1,59	Crizal	2	64,56	97,63	-33,07	-33,87
Afflelou (Bagnolet, 93)	AO-Sola-Zeiss	P	1,59	AO Optimum	2	95,50	93,63	1,87	2,00
Shaï Optic (Paris IV <sup>e</sup> )	Mega optique	P	1,59	Steel	3	110	93,63	16,37	17,48
Atol (Lille)	Enseigne-Essilor	P	1,59	Crizal alizé	3	69,86	110,29	-40,43	-36,66
Les opticiens du bac (Paris VII <sup>e</sup> )	Essilor	P	1,59	Crizal alizé précalibré	3	154	129,89	24,11	18,56
Discount optical (Paris VI <sup>e</sup> )	Essilor	P	1,59	Crizal alizé	3	98	110,29	-12,29	-11,14

(1) Durci super antireflet.

Compensation visuelle OD : -0,75 (+0,75)  
170° add 2,75/OG : -0,50 (+0,75) 20° add 2,75

### 31 devis pour verres progressifs

Fournisseur du verre	Matériau	Indice	Nom du verre	Génération	Nom	Niveau	Prix magasin (par verre)	Prix moyen estimé	Différence	
							€	€	€ %	
Optic Duroc (Paris XI <sup>e</sup> )	BBGR	0	1,5	Probasic	1	non	57,6	80	22,4	28
Afflelou (Lille)	Essilor	0	1,5	VX Comfort	2	Crizal	237	213	24	11,27
L'art de voir (Paris IV <sup>e</sup> )	Essilor	0	1,5	VX Comfort	2	Crizal alizé	298	221	77	34,84
Krys (Paris I <sup>er</sup> )	Essilor	0	1,5	VX Comfort	2	Crizal alizé	299	221	78	35,29
Atol (Lille)	Essilor	P	1,59	VX Comfort	2	Crizal alizé	295,34	267	28,34	10,61
Shaï Optic (Paris IV <sup>e</sup> )	Essilor	P	1,59	VX Comfort	2	Crizal alizé	299	267	32	11,99
Les opticiens mutualistes (Paris XI <sup>e</sup> )	Essilor	0	1,5	VX Comfort	2	Crizal alizé AST	204,13	229	-24,87	-10,86
Lissac (Paris I <sup>er</sup> )	Essilor	0	1,5	VX Comfort	2	Crizal alizé AST	279	229	50	21,83
Optique Olivier (Lille)	Essilor	0	1,6	VX Comfort	2	Crizal alizé AST	321	285,5	35,5	12,43
Optic Duroc (Paris XI <sup>e</sup> )	BBGR	0	1,5	Evolis	3	Neva	193,8	211,88	-18,08	-8,53
Optic 2000 (Paris IV <sup>e</sup> )	BBGR	P	1,59	Maximo	3	NC	248	272,5	-24,5	-8,99
Discount Optical (Paris XII <sup>e</sup> )	Essilor	0	1,5	VX Panamic	3	Crizal alizé	230,5	280,5	-50	-17,83
Auchan (Bagnolet, 93)	Essilor	0	1,5	VX Physio	4	Trio	205	244,5	-39,5	-16,16
Afflelou (Lille)	Essilor	0	1,5	VX Physio	4	Crizal	288	272,5	15,5	5,69
Grand Optical (Paris I <sup>er</sup> )	Essilor	P	1,59	VX Physio	4	Crizal	358	316,5	41,5	13,11
Optic 2000 (Paris IV <sup>e</sup> )	BBGR	P	1,59	Melodio	4	NC	294	302	-8	-2,65
AC Duflos optique (Lille)	Essilor	0	1,5	VX Physio	4	Crizal alizé	314,5	280,5	34	12,12
L'art de voir (Paris IV <sup>e</sup> )	Essilor	0	1,5	VX Physio	4	Crizal alizé	351	280,5	70,5	25,13
Hans Anders (Lille)	Essilor	0	1,5	VX Physio	4	Crizal alizé	170	280,5	-110,5	-39,39
Krys (Paris I <sup>er</sup> )	Essilor	0	1,5	VX Physio	4	Crizal alizé	334	280,5	53,5	19,07
Les opticiens conseils (Paris I <sup>er</sup> )	Essilor	0	1,5	VX Physio	4	Crizal alizé	314	280,5	33,5	11,94
Les visionnaires (Paris XII <sup>e</sup> )	Essilor	0	1,5	VX Physio	4	Crizal alizé	260	280,5	-20,5	-7,31
Les opticiens mutualistes (Paris XI <sup>e</sup> )	Essilor	0	1,5	VX Physio	4	Crizal alizé	245,95	280,5	-34,55	-12,32
Optique Gombrouze (Lille)	Essilor	0	1,5	VX Physio	4	Crizal alizé	299	280,5	18,5	6,60
Optique Leclerc (Franconville, 95)	Essilor	0	1,5	VX Physio	4	Crizal alizé	172	280,5	-108,5	-38,68
Atol (Lille)	Essilor	P	1,59	VX Physio	4	Crizal alizé	347,81	324,5	23,31	7,18
Optic Duroc (Paris XI <sup>e</sup> )	BBGR	0	1,5	Anateo	4	Neva	264	256	8	3,13
Optic Duroc (Paris XII <sup>e</sup> )	BBGR	0	1,5	Anateo	4	Neva	207,6	256	-48,4	-18,91
AC Duflos optique (Lille)	Nikon	0	1,5	Presio W 14	4	ECC	385	340	45	13,24
Lissac (Paris I <sup>er</sup> )	Essilor	0	1,5	VX Physio	4	Crizal alizé AST	340	289	51	17,65
Optique Olivier (Lille)	Essilor	0	1,6	VX Physio	4	Crizal alizé AST	380	349,5	30,5	8,73

NC : Non communiqué. Dans ce cas, nous avons considéré que le traitement était de niveau 2. (1) Durci super antireflet.

le fait des opticiens haut de gamme (Anne et Valentin, Shaï Optic, JLC opticien...) qui considèrent sans doute que leur clientèle n'est pas à quelques centaines d'euros près. Ainsi, chez Mikli (Paris IV<sup>e</sup>), le vendeur n'a pas voulu donner de prix précis : « Comptez entre 300 et 400 € par verre ». Une bagatelle !

### Le conseil

Pour le choix de la monture, selon la forme du visage et les desiderata du client, la plupart des vendeurs se sont montrés

de bon conseil. En revanche, le bilan est plus mitigé en ce qui concerne les verres. En tant que professionnel de santé, l'opticien a pourtant un devoir de conseil. Il doit analyser les besoins de son client en fonction de son travail, de ses habitudes, de son mode de vie... et de son budget. Or, nous avons souvent eu le sentiment, au cours de notre enquête, que l'intérêt de l'opticien passait avant celui de son client. « Les opticiens vendent ce que leur enseigne préconise de vendre, ou bien se déterminent

en fonction de leur attachement particulier à une marque ou de la marge qui leur est consentie », constate Alain Bach, directeur de l'Union des opticiens (UDO). Un exemple parmi d'autres : chez Optical Center (Paris, Champs-Élysées) la vendeuse a refusé d'établir un devis sur des verres progressifs Varilux Physio, alors que notre enquêtrice le demandait expressément, et a préféré l'orienter vers des Varilux Comfort, une génération de verre pourtant antérieure au Physio. N'hésitant pas à asséner

des contre-vérités comme le fait que les Physio s'adaptent moins bien aux petites montures que les Comfort (en réalité, c'est l'inverse !). L'enseigne cherchait-elle à écouler son stock de Comfort ? Mystère...

### Les offres promotionnelles

À l'exception des Opticiens mutualistes, tous les commerçants visités nous ont offert une deuxième paire gratuite (ou pour 1 € de plus), voire une troisième (facturée 15 € chez Afflelou). Mais ces offres ont leurs limites : la qualité du verre est généralement plus « basique » que sur la première paire (ce qui peut se révéler gênant pour des verres progressifs) et le choix des montures très restreint. Chez Optic Duroc, le système est particulièrement opaque : le devis est établi sur la base d'une première paire, à laquelle s'ajoute une seconde paire équipée d'une monture choisie par le client parmi toutes celles proposées dans la boutique. Une offre très tentante quand le client a hésité entre plusieurs montures. Toutefois, s'il se contente d'une monture basique pour la seconde paire, il bénéficiera d'une réduction de 40 % sur son devis ! Là encore, de qui se moque-t-on : comment peut-on offrir un rabais de 40 % sur une paire de lunettes si son prix n'a pas été artificiellement gonflé au préalable ? D'autres opticiens attirent le chaland avec des offres « imbattables ». Par exemple, la Générale d'optique et son forfait « montures et verres » à 39 €. Seul bémol : ce tarif ne concerne que des verres unifocaux basiques et équipés de montures d'entrée de gamme. Dès que s'y ajoute un traitement antireflet et antirayure, le prix par verre passe alors à 64 € (sans compter un éventuel amincissement des verres). ▣

### Coût des verres

## Comment s'y retrouver

Pas facile de connaître le juste prix d'un verre : pour les unifocaux, par exemple, à correction identique, le prix peut varier de 1 à 5 selon la nature et l'indice du verre et les traitements qui lui sont appliqués. Il faut donc comparer ce qui est comparable : un verre à 100 € peut être bien trop cher s'il s'agit d'un verre simple. Voici les principaux paramètres intervenant dans le coût des verres.

**La marque :** leader incontesté, Essilor, détient, avec sa filiale BBGR, 70 % du marché de l'optique. Ses verres se positionnent sur le haut de gamme, mais en l'absence d'études comparatives sérieuses et objectives, impossible d'affirmer qu'ils apportent vraiment un « plus » par rapport aux produits concurrents (Hoya, Zeiss, Sola, Rodenstock...). Il existe aussi des verres d'enseigne (Grand Optical, Afflelou, Krys, etc.), en général moins chers que les produits de marque. Mais, là encore, la comparaison est impossible, leurs caractéristiques techniques n'étant pas fournies par les enseignes.

**Les générations de verre progressif :** les fabricants mettent périodiquement sur le marché de nouvelles générations de verre, censées être plus performantes ou répondant à des besoins particuliers. Ainsi, les verres progressifs Varilux d'Essilor existent en six modèles (dont l'un, par exemple, adapté aux petites montures). Les autres fabricants se calquent sur l'offre d'Essilor. Ainsi, Presio et Anateo sont les équivalents du Physio d'Essilor chez Nikon et chez BBGR.

**Les matériaux :** le verre organique tend à se généraliser. Fabriqué à base de résines chimiques (plastique), il est plus léger et plus résistant que le verre minéral classique. En revanche, il se raye plus facilement. Le polycarbonate, lui, est quasiment incassable. En revanche, gare aux rayures. Pour les prévenir, un traitement de surface est impératif.

**L'indice :** il est de 1,59 en polycarbonate, et varie de 1,5 à 1,74 en organique et de 1,5 à 1,9 en minéral. L'indice détermine le niveau d'amincissement d'un verre. Plus la correction

est importante et plus il est nécessaire de prendre un verre d'indice élevé.

**Les verres photochromiques :** ils se teintent en fonction de la quantité d'UV reçue sur la surface du verre. Ils ne peuvent remplacer de vraies solaires et sont inopérants derrière certaines vitres (par exemple, en voiture).

**Le durci :** c'est un traitement qui permet d'augmenter la résistance à l'abrasion. Il est obligatoire sur le polycarbonate ainsi que sur les verres organiques d'indice supérieur à 1,53. Il est, en revanche, inutile sur les verres minéraux.

**L'antireflet :** sur les verres organiques, l'antireflet est combiné avec le traitement durci. On parle alors de traitement combiné. Il existe plusieurs niveaux de traitement combiné selon les fabricants. Par exemple, Essilor propose quatre références, du plus basique Trio au plus haut de gamme Crizal Alizé AST en passant par le Crizal et le Crizal Alizé.