	Bilan de TN Contrôle des opérateurs exerçant dans les secteurs de l'optique et de l'audioprothèse (réseau Santé)	BTN/5B/PNE/21MO PR/1C/PNE/005 Version 01 Date d'application : 04/04/2022 Page 1/20
---	---	--

PNE 2020

TN 21 MO

Bureau 5B

4 ^e trimestre 2020	Dossier suivi par : Bureau 5B - Produits et prestations de santé et des services à la personne Email : bureau-5b@dgccrf.finances.gouv.fr
-------------------------------	---

Communication à des tiers : au sens des articles L. 311-1 et suivants du code des relations entre le public et l'administration

- 1 Le BTN est communicable dans son intégralité : OUI
- 2 Le BTN est non communicable à des tiers dans son intégralité OUI

Publication sur la base administrative de la DGCCRF (GECI) : Tous les BTN sont publiés dans la base administrative sur l'intranet GECI

Résumé

L'enquête conduite pendant plus d'un an sur le territoire national par la DGCCRF auprès des opticiens et audioprothésistes avait pour objet la vérification de l'information précontractuelle (remise du devis normalisé, de la note détaillée, information sur les prix, etc.) et de l'absence de pratiques commerciales déloyales, notamment relatives à la présentation de l'offre « 100% Santé », dans les secteurs de l'audiologie et de l'optique.

En 13 mois, plus d'un millier de visites de contrôle ont été réalisées dans 710 établissements de 16 régions. Ces contrôles se veulent représentatifs du tissu économique. Les opérateurs concernés varient en termes de types de points de vente (indépendants / enseignes locales / nationales), positionnement marketing (entrée de gamme/ luxe), lieux d'exercice (centre villes/ centres commerciaux en périphérie/ milieu rural). Les enquêteurs ont réalisé 18% des contrôles sur les sites internet.

Parmi les établissements visités, 514 présentaient une anomalie, soit un taux d'établissements en non-conformité de 72%, reflet de situations de gravité variable. Les anomalies majoritairement constatées portaient sur un défaut d'information précontractuelle des consommateurs et/ou un défaut d'information sur les prix et les conditions particulières de vente. Des pratiques commerciales trompeuses relatives aux offres promotionnelles, aux garanties, aux qualifications professionnelles et à la possibilité de vendre des lunettes sans ordonnance, ont aussi été relevées.

Les suites données à ces constats varient en fonction de leur gravité : des mesures pédagogiques (384 avertissements), correctives (123 injonctions de mise en conformité) mais également des suites contentieuses administratives (17 procès-verbaux administratifs) ont été prises. En outre, la constatation de pratiques commerciales trompeuses, et dans une moindre mesure, de défauts d'information précontractuelle, a donné lieu à des suites contentieuses pénales (15 procès-verbaux pénaux).

S'agissant plus particulièrement des manquements directement liés à la réforme « 100% Santé », qui représentent presque un quart des suites données, le fait le plus marquant est que, dans les deux secteurs, des modifications voire des substitutions aux modèles de devis normalisé ne permettent pas au consommateur d'être correctement informé de l'offre « 100% Santé » et, plus largement, de comparer les offres sur le marché. Les devis ne sont pas toujours complètement renseignés et laissent parfois apparaître un reste à charge pour l'offre « 100% Santé », alors que le principal atout de cette offre résulte dans son entière prise en charge par la sécurité sociale et les mutuelles pour l'immense majorité des patients. Les enquêteurs ont enfin identifié des stratégies de contournement de la réforme de la part de quelques enseignes implantées au niveau national. En optique, la présentation des montures « 100% Santé » en magasin ne permet pas toujours de les identifier. D'autres manquements, comme l'absence d'information du consommateur sur l'obligation de remise de devis, peuvent contribuer, plus indirectement, à limiter l'information sur l'offre « 100% Santé ».

I – RAPPEL DE L'OBJET, DES MOTIVATIONS ET DES MODALITES DE L'ENQUÊTE

A) Motivation et objet de l'enquête

La réforme du « 100 % Santé », appelée aussi « reste à charge zéro », déployée sur trois ans, constitue un engagement fort du Gouvernement pour favoriser l'accès aux soins sur trois postes de dépenses particulièrement coûteux pour les patients : les lunettes correctrices, les aides auditives et les soins dentaires. Pour un panier de dispositifs médicaux sélectionnés, la prise en charge par l'Assurance maladie et les organismes complémentaires d'assurance maladie (OCAM) a été ajustée pour aboutir à un reste à charge nul pour l'assuré. Les patients demeurent néanmoins libres de choisir d'autres prestations en dehors de ce panier de soins, avec un reste à charge correspondant plus ou moins important selon leur contrat de complémentaire santé.

De nouveaux modèles de devis standardisés utilisés par les opticiens et les audioprothésistes ont été instaurés dans le cadre de cette réforme. L'offre « 100% Santé » et une offre alternative, avec reste à charge, pour les lunettes correctrices et les audioprothèses doivent ainsi être présentées sur un même devis, afin de faciliter le travail de comparaison et le choix du patient.

La présente enquête avait pour principal objet de vérifier la bonne appropriation par les professionnels de ces nouveaux modèles de devis. Plus largement, elle visait à s'assurer de l'exhaustivité des informations délivrées aux patients (mentions d'affichage obligatoires, note, traçabilité, information de l'existence de l'offre « 100% Santé », *etc.*) ainsi que de l'absence de pratiques commerciales déloyales aussi bien dans les points de vente physiques que sur les sites internet.

B) Modalités de l'enquête

1. Ciblage de l'enquête

Afin de procéder au ciblage, les services d'enquête ont utilisé les annuaires spécialisés ainsi que les sites internet des réseaux d'optique et d'audiologie. Les différents signalements ont également été pris en compte qu'ils émanent de patients via SignalConso¹, de professionnels ou d'autres administrations (Caisse primaire d'assurance maladie ou Agence régionale de santé). Enfin l'existence d'antériorités de contrôles a également été recherchée.

Afin de garantir leur représentativité, les contrôles ont été menés dans différents types de points de vente (indépendants / enseignes locales / nationales)², dont le positionnement marketing était variable (entrée de gamme / luxe) et qui étaient situés en zone urbaine (centres villes, centres commerciaux en périphérie) ou zone rurale.

2. Déroulement des contrôles

Les contrôles ont été effectués majoritairement de manière inopinée dans les points de vente physiques. Néanmoins, en raison des contraintes liées au contexte sanitaire (jauges), la prise de rendez-vous a été nécessaire dans certains cas. Il en est de même pour les contrôles réalisés auprès des audioprothésistes qui travaillent pour plusieurs points de vente et sont présents sur rendez-vous ou des professionnels qui travaillent seuls dans le point de vente. Une première prise de contact, lors d'un passage à l'improviste, permet de vérifier les affichages extérieurs ainsi qu'au lieu de réception de la clientèle. Un rendez-vous ultérieur et la communication de documents par voie dématérialisée permettent ensuite de mener un contrôle complet. Des interventions conjointes avec la CPAM ont eu lieu dans certains cas.

Les contrôles ont été globalement bien accueillis et les professionnels se sont montrés plutôt coopératifs. Toutefois, dans quelques rares cas, les enquêteurs ont été confrontés à des opticiens plus réticents, notamment quand il s'agissait de communiquer des documents, allant jusqu'à s'opposer au contrôle dans un cas.

Des enquêteurs ont parfois eu recours à la technique du « client mystère » (révélation différée de leur identité), qui présente un fort intérêt dans le secteur. Ce type de contrôle permet de vérifier les modalités de présentation de l'offre « 100% Santé » ainsi que les informations précontractuelles transmises aux patients.

L'enquête s'est déroulée en deux temps : les contrôles ont d'abord eu lieu dans les boutiques physiques et virtuelles de produits d'optique médicale et d'audioprothèses puis les enquêteurs se sont rendus auprès des sièges de réseaux.

3. Typologie des acteurs contrôlés

¹ Le site « signal.conso.gouv.fr » permet aux consommateurs de connaître la réglementation et de déposer un signalement.

² Qu'ils soient franchisés ou intégrés.

a) Acteurs en présence

La concurrence s'avère très développée dans les grandes villes où toutes les enseignes sont représentées avec parfois plusieurs établissements. On peut compter jusqu'à cinq enseignes nationales dans un seul centre commercial et dix dans une seule rue d'une ville moyenne.

Certaines enseignes d'optique récentes visent le marché de l'accès pour tous à un équipement d'optique à bas prix, essentiellement dans les centres villes. D'autres, indépendants ou enseignes se positionnent directement sur le « 100 % Santé », dans le but d'attirer davantage de clients qui auparavant ne bénéficiaient pas d'un remboursement d'une complémentaire important.

Il a aussi été observé que des opticiens indépendants se regroupent sous une enseigne commune pour mutualiser les achats de verres, ou que de petites enseignes créent leur propre centrale d'achat.

b) Présence d'un « corner » audio

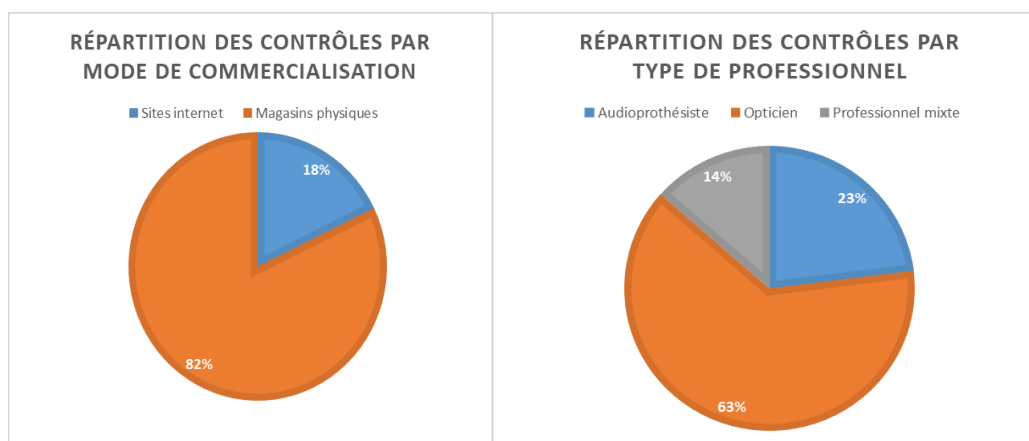
Seuls des opticiens franchisés étaient équipés d'un espace complémentaire de vente destiné à une activité annexe d'audioprothésiste (« corner audio »). Ces espaces sont gérés par des audioprothésistes indépendants planifiant leur présence sur rendez-vous, ou par des enseignes nationales dont les audioprothésistes salariés se déplacent dans les établissements secondaires. Dans de plus rares cas, des audioprothésistes disposent d'un « corner » optique.

c) Contrôles des sites internet et des enseignes physiques

Certains sites ont pour unique vocation de présenter l'offre du magasin. D'autres permettent de passer commande. Les opticiens et audioprothésistes disposent rarement de sites internet en propre. Lorsque c'est le cas, ils avouent en délaissé la mise à jour au profit de leur compte Facebook.

Les contrôles physiques ont été réalisés auprès d'opticiens et d'audioprothésistes ainsi que de professionnels « mixtes » disposant de « corner » d'audioprothèses ou d'optique. Des enseignes de grandes surfaces et des officines de pharmacie ont aussi fait l'objet de visites tout comme quelques opérateurs se déplaçant au domicile des clients.

Les graphiques ci-dessous reproduisent la part des visites effectuées en ligne dans le total des visites et la part de chaque type d'opérateur dans le total des contrôles effectués. Cela représente près de 450 opticiens, plus de 160 audioprothésistes et une centaine de magasins « mixtes »³.



d) Connaissance de la réglementation

Comme c'est souvent le cas, il existe un inégal accès à l'information selon que le professionnel est indépendant ou membre d'un réseau et qu'il est adhérent ou non à un syndicat professionnel. Les sources d'informations sont diverses qu'il s'agisse de leur centrale d'achats, de publications spécialisées ou encore de groupes sur les réseaux sociaux qui permettent également des échanges de bonnes pratiques.

Des formations internes ont pu être déployées préalablement à l'entrée en vigueur de la réforme « 100% Santé ». Les professionnels s'appuient parfois uniquement sur les logiciels qu'ils utilisent alors même que certains de ceux-ci ne permettent pas d'éditer des documents totalement conformes aux dispositions réglementaires.

³ Cette évaluation repose sur l'interrogation des services d'enquête indépendamment du décompte informatisé des visites de contrôle (la base de données utilisée en routine par la DGCCRF ne permettant pas de distinguer les professionnels selon leur statut de manière assez fine). Les ratios obtenus (cf. graphique) ont été appliqués au nombre total de professionnels contrôlé, soit 710 recensés.

II – CONTRÔLES EFFECTUÉS

A) Documents analysés

1. Nature

Afin de réaliser les vérifications, les enquêteurs ont demandé communication de différents documents, notamment généralement des devis⁴, notes et factures, le support promotionnel et les conditions générales de vente, et dans certains cas les diplômes, des agendas, des bons de livraison, les documents relatifs à l'identification et à la traçabilité des dispositifs médicaux, ou encore les contrats de garantie commerciale.

2. Représentativité des dossiers analysés

Chaque typologie de dossiers clients a été analysée, à savoir : des clients ayant choisi l'offre « 100 % Santé », des clients ayant opté pour une formule mixte et des clients ayant choisi « l'autre offre ».

La répartition détaillée des contrôles effectués par type de non-conformité figure en annexe 1. En revanche, il convient de noter que tous les aspects de la réglementation ne peuvent être abordés systématiquement lors des contrôles. Cela a pour conséquence que les données chiffrées présentées dans ce bilan, en particulier les taux de non-conformité propres à un manquement donné, sont à considérer comme des valeurs minimales. Par exemple, s'il est indiqué qu'un manquement a été constaté chez 17% des professionnels contrôlés, cela ne signifie pas que ce point a été systématiquement contrôlé.

B) La réforme vue par les professionnels

Les enquêteurs ont échangé avec les professionnels quant à l'impact du « 100% Santé » sur leur chiffre d'affaire, sur leur perception de la réforme et des modèles de devis.

1. Perception de l'offre « 100% Santé » par les professionnels

D'après les informations communiquées lors du comité de suivi de la réforme, le taux de pénétration des offres « 100% Santé » est bien supérieur en audiologie (près de 40%) à celui en optique (près de 17%), ce qui peut expliquer la différence de perception par les professionnels de ces secteurs.

En audiologie

L'activité des audioprothésistes s'est accrue avec à la pleine entrée en vigueur de la réforme « 100% Santé », qui a permis de toucher des clients n'ayant pas jusqu'alors les moyens financiers soit pour s'équiper d'aides auditives, soit pour renouveler leurs anciens équipements. En effet, le prix des prothèses auditives est le principal frein à l'accès aux soins.

Selon plusieurs audioprothésistes, certains patients demandent directement à bénéficier de cette offre. Il semblerait que les médecins ORL informent leurs patients et les orientent vers l'offre « 100% Santé ».

En optique

A contrario, les opticiens ont unanimement fait valoir les faibles, voire quasi inexistantes retombées économiques, de l'offre « 100 % santé » sur leur niveau d'activité. L'offre « 100% Santé » n'influencerait pas le comportement de la clientèle. Les clients qui se dirigent vers le « 100 % Santé » sont majoritairement, selon de nombreux opticiens contrôlés, les bénéficiaires de la complémentaire santé solidaire (« C2S ») et les personnes dotées de petits budgets. Quelques professionnels seulement ont ainsi indiqué que, étant situés dans les secteurs géographiques où les clients disposent d'un faible pouvoir d'achat ou travaillant pour des enseignes orientées vers des prix plus accessibles, la quotité d'équipement « 100 % Santé » représentait une part importante de leur activité.

Les arguments invoqués par les opticiens pour expliquer la faible percée du « 100% Santé » sont :

- la qualité des équipements proposés, notamment le fait que les verres référencés ne bénéficient pas du traitement à la lumière bleue ;
- les équipements « 100% Santé » généreraient des retours auprès du service après-vente bien plus importants ;
- le choix limité de montures à l'esthétique assez classique;

⁴ Pour plus de représentativité, chaque typologie de dossiers clients a été choisie à savoir : des clients ayant choisi l'offre 100 % santé, des clients ayant pris une formule mixte et des clients ayant choisi « l'autre offre ».

- la concurrence des offres commerciales conduisant le client à délaisser le panier A⁵ ;
- le manque de confiance de la clientèle à l'égard de produits qui reviendraient à 0€ ;
- l'existence de réseaux de soins dont les adhérents bénéficient de très bonnes conditions de prise en charge. Leurs bases de remboursement leur permet d'avoir une prise en charge totale ou du moins très importante, pour des dispositifs de marque, en dehors de l'offre en « 100 % Santé » ;
- le « standing » de l'offre « 100% santé », jugé pas à la hauteur de la clientèle ou de l'image de l'enseigne ;
- les opticiens continuent de pratiquer l'« optimisation de devis » en fonction des bases de remboursement pour répondre à la demande insistante des consommateurs ;
- la vente de ces produits réduit fortement leur marge.

2. Perception des modèles de devis par les professionnels

Les professionnels déplorent globalement la quantité importante d'informations qui doit être délivrée, arguant de l'illisibilité des devis normalisés.

En audiologie

Les audioprothésistes soulignent que les patients sont souvent âgés et qu'ils sont systématiquement obligés de leur expliquer le devis de manière répétitive et détaillée. Ils regrettent que les caractéristiques essentielles soient bien souvent « noyées » dans l'ensemble des informations.

En optique

Les patients font leur choix lors de la présentation des offres des paniers A et B, ils ne verraient donc pas l'intérêt de disposer du devis pour les deux offres. Les professionnels avancent également que, parmi les informations prévues sur le devis normalisé, seules les informations relatives aux différents traitements, matériaux et prix finaux intéresseraient les consommateurs. Ils font également remarquer que la comparaison de devis est impossible du fait notamment de la grande diversité de fournisseurs, de qualité de verres et même, pour des verres équivalents, de multitudes de traitements.

Enfin, certains professionnels ont prétexté ne pas pouvoir imprimer toutes les informations des devis, le cadre étant tronqué...

C) Constatations en lien avec le « 100% Santé »

Globalement, plus de 22% des non-conformités relevées sont *en lien direct* avec la réforme (absence de présentation ou défaut d'information sur les équipements « 100% Santé », absence de remise du devis normalisé, information trompeuse sur le reste à charge, pour les principales). Il est important de noter que d'autres non-conformités, comme l'absence de signature des devis, ou l'absence d'information au consommateur sur la remise obligatoire d'un devis, sont en lien indirect et laissent des doutes sur un éventuel défaut d'information sur l'offre « 100% Santé ». Elles représentent environ 20% supplémentaires des non-conformités (voir détail en annexe).

Ces valeurs portent sur le total des non-conformités relevées, et non pas sur le nombre de professionnels.

1. Présentation des équipements dans les boutiques d'optique

Les opticiens-lunetiers ont l'obligation de présenter dans leur point de vente physique ou en ligne au moins 35 montures de classe A⁶ pour adultes et de 20 montures de classe A pour enfants. 17 modèles différents doivent être disponibles pour les adultes, et au moins 10 modèles différents pour les enfants. Les couleurs peuvent donc varier.

Les enquêteurs ont prêté attention à l'affichage, à la présentation et à la mise en avant dans les points de vente des montures « 100% Santé ». Ils ont pu constater :

⇒ ***L'absence ou l'insuffisance de mise en avant des équipements « 100% Santé »***

Dans certains points de vente, les enquêteurs ont relevé que les équipements relevant des offres « 100% Santé » sont très peu mises en avant. Cette non-conformité a été observée, sous différentes formes, chez 36 opticiens (dont 4 « mixtes »), soit environ 7% des professionnels contrôlés. Ainsi, les montures sont selon les cas :

- présentées en nombre insuffisant ;

⁵ Par exemple, l'offre d'une 2nde paire de lunettes lors de la souscription d'une offre « libre ».

⁶ Montures issues du « 100% Santé ».

- absentes des rayonnages, stockées hors de la vue des consommateurs ;
- non balisées, non identifiées en tant que telles dans le magasin ou présentées de manière confuse (« *low cost* », « *panier A* » ou « *attitude santé* », difficilement compréhensible par le consommateur) ;
- affichées à un prix supérieur à 30€⁷.

Dans certains magasins, les montures à 30€ du panier A sont les mêmes que celles proposées dans le cadre de la 2^e paire offerte ou celles de l'offre économique au détriment du « 100% Santé ». Ces modalités de présentation sont potentiellement peu intelligibles pour le consommateur.

2. Présentation et complétion des devis :

Les nouveaux modèles de devis normalisés, établis pour les dispositifs médicaux commercialisés par les opticiens-lunetiers et les audioprothésistes, présentent à la fois l'offre « 100% Santé » et l'offre alternative avec un reste à charge. Les professionnels doivent renseigner le devis en respectant son formalisme. Ils doivent être signés par les deux parties, une copie étant remise au patient, une archivée.

Les enquêteurs ont vérifié la façon dont les devis étaient complétés. Ils ont pu constater :

⇒ **La mention incorrecte d'un reste à charge non nul pour le « 100% Santé »**

Les devis prévoient l'indication des montants pris en charge par l'Assurance maladie, l'organisme complémentaire d'Assurance maladie et le montant total du reste à charge à verser par le patient. Si les cases correspondantes sont correctement remplies, sous réserve que le patient dispose d'un contrat de mutuelle responsable⁸ ou bénéficie de la complémentaire santé solidarité, un reste à charge nul doit apparaître pour l'offre « 100% Santé ». Le professionnel n'a pas l'obligation de préciser les conditions de prise en charge par l'organisme complémentaire d'Assurance maladie s'il ne les connaît pas (les modèles de devis prévoient la mention « *si connu* »). Dans ce cas, il ne doit donc pas non plus mentionner de reste à charge puisqu'il ne peut le calculer. Ce point avait fait l'objet de plusieurs rappels pédagogiques au niveau national auprès des fédérations professionnelles.

Les enquêteurs ont pu constater que, dans certains cas, le montant de la prise en charge par l'assurance maladie et l'organisme complémentaire n'était pas renseigné pour l'offre « 100% Santé » alors même que les éléments étaient renseignés pour l'offre « libre ». Il semblerait que les complémentaires limitent le nombre d'interrogations possibles par les opticiens pour connaître le niveau de prise en charge. Ceux-ci privilégieraient donc l'offre à prix libre. Cependant, ces opticiens indiquaient alors un reste à charge pour l'offre « 100% Santé », suggérant que l'offre était plus onéreuse que l'offre à prix libres.

Cette non-conformité a été relevée chez 20% des audioprothésistes contrôlés, 21% des opticiens contrôlés et 11% des professionnels « mixtes » (opticiens équipés d'un corner audio). Certains professionnels s'en sont justifiés par le fait qu'il n'était selon eux pas utile de renseigner l'offre « 100% Santé » à partir du moment où le consommateur est intéressé uniquement par l'autre offre.

⇒ **La substitution du modèle de devis**

Aussi bien dans le secteur de l'audiologie que de l'optique, les services d'enquête ont constaté une pratique consistant à substituer les modèles de devis normalisés par un autre modèle de devis propre à une enseigne, une synthèse, un récapitulatif de la vente voire un ancien modèle de devis normalisé ou l'accord de prise en charge en ligne des plateformes des réseaux de soins. Parfois le devis normalisé est substitué par un autre document uniquement pour la paire offerte ou n'est remis que si le consommateur demande d'emblée à bénéficier d'un équipement « 100% Santé ». Ces documents portent divers noms « *synthèse proposition* », « *synthèse de votre visite* », etc.

Certains modèles reprennent globalement l'ordonnement du modèle de devis normalisé en omettant certaines informations.

Enfin, certains professionnels génèrent un devis normalisé uniquement pour l'enregistrer dans leur logiciel et dans le dossier patient.

⁷ La réforme « 100% Santé » prévoit que le prix des montures est plafonné à 30 €.

⁸ Près de 95% des contrats sur le marché sont aujourd'hui responsables.

⇒ *L'altération du modèle de devis*

Lorsqu'il est fait usage du devis normalisé, son formalisme n'est que peu respecté. Des éléments sont régulièrement supprimés ou ajoutés, des modifications sont apportées dans la rédaction de certaines mentions. En voici quelques exemples :

- les devis ne sont pas signés par le consommateur ou le professionnel (anomalie constatée 60 fois) ou ne comportent pas la mention « *bon pour accord* » (anomalie constatée 26 fois). Il n'est alors pas possible de s'assurer que le patient a bien été informé ;
- l'ordre des rubriques est modifié : le pavé 1.2 du devis normalisé « *Autre offre* » est déplacé en cinquième position « *5-devis complémentaire pour 2ème offre (si besoin)* » ;
- l'ajout de la mention : « En cas d'acceptation de votre part, une signature vous sera demandée, afin de valider la commande, formaliser votre engagement *et autoriser la transmission de vos données y compris vos données de santé à tout tiers participant à l'exécution du devis et de sa prise en charge* », ce qui est contraire à la réglementation relative aux données de santé ;
- certains dispositifs médicaux sont mentionnés uniquement par un code fournisseur, ce qui ne permet pas au consommateur de comparer les offres sur le marché ;
- le devis relatif à la 2^{de} paire gratuite, ne fait pas apparaître d'offre « 100 % Santé ».

Les services d'enquête ont constaté que dans certains commerces d'optique, les données du panier A sont complétées sur le devis automatiquement *après* que le consommateur a choisi sa monture et ses verres du panier B. Dans ces commerces, ce n'est que lorsque le patient demande spécifiquement un devis avec une offre du panier A que l'opticien commence par établir le devis du panier A ou un devis complet, en présentant les montures et verres de l'offre « 100% Santé ». D'autres professionnels semblent même ignorer que l'offre du panier A doit être systématiquement complétée, les patients ne pouvant, par définition, choisir pour l'une des offres qu'après en avoir pris connaissance.

Globalement, la non remise, la substitution, l'altération, le non-remplissage du devis ou de sa partie liée au « 100 % Santé » a été relevée chez environ 15% des professionnels contrôlés (un professionnel pouvant présenter plusieurs manquements, par exemple une modification de l'ordre des rubriques et un défaut de signature des devis). À elle seule, la non remise de devis ou la substitution du devis normalisé par un autre document a été rencontrée chez 10% des professionnels.

⇒ *Le paramétrage de certains logiciels ou plateformes*

Des opticiens ont expliqué ne pas pouvoir remplir intégralement le détail des deux offres dans le devis à cause d'une impossibilité technique de leur logiciel de saisir deux offres distinctes sur un même document⁹.

Un logiciel indiquerait un reste à charge systématique et important pour l'offre « 100% Santé », supérieur au reste à charge de l'offre « libre ». Un autre logiciel note automatiquement la mention « *bon pour accord* » et la date dans la rubrique du devis relative à la signature du patient à la place des clients. Un autre enfin, utilisé par des opticiens, ne produirait pas automatiquement un devis normalisé pour les paires supplémentaires « à partir de 1€ de plus ». Le consommateur ne dispose donc pas des caractéristiques essentielles de ses lunettes.

Pour autant, il semblerait que certains professionnels aient reçu des fins de non-recevoir lorsqu'ils ont signalé ces dysfonctionnements aux éditeurs de logiciels.

Par ailleurs, comme déjà évoqué ci-dessus, il est apparu que certains organismes complémentaires, lors de la simulation du reste à charge, limitent le nombre d'interrogations possibles de leur plateforme par les opticiens pour connaître le niveau de prise en charge, d'où il découle des difficultés à informer les patients avec précision.

3. La communication dévalorisante entourant les offres « 100% Santé »

Le faible taux de recours aux équipements « 100% Santé » dans certains magasins pourrait résulter à la fois de l'absence de promotion de l'offre « 100% santé » et d'un dénigrement. Ces hypothèses ont été largement

⁹ Si le consommateur optait pour l'offre personnalisée du magasin, il n'était plus possible d'imprimer le devis normalisé comportant l'offre « 100 % Santé », il était toujours possible d'imprimer le devis historique mais l'offre « 100 % Santé » n'apparaissait plus ; par contre, si le consommateur optait pour l'offre « 100% Santé », il était possible d'imprimer les deux modèles de devis, sachant que sur le devis historique, l'offre personnalisée n'apparaissait plus.

confirmées lorsque les enquêteurs ont utilisé la technique du « client mystère » : ils ont alors à plusieurs reprises constaté l'absence de présentation de l'offre « 100% Santé » voire l'emploi de propos dévalorisants dans le discours commercial.

En optique

Alors même que le siège d'un groupe du secteur fournit des affiches sur le « 100 % Santé », les magasins de l'enseigne ne les exposent pas forcément. À l'inverse, un professionnel contrôlé justifie son absence de communication par une volonté du siège d'un autre groupe de présenter des magasins épurés sans aucun affichage.

Des modèles de devis utilisés par certaines enseignes dénigrent les montures et verres « 100 % Santé ». Les termes « *basique* », « *entrée de Gamme* », « *bas de gamme* » sont même utilisés alors qu'en parallèle une description flatteuse pour l'autre offre est utilisée : « *adaptation aisée et performante...* », « *offre personnalisée* », etc.

Les services de la DGCCRF ont recueilli un document interne d'une enseigne rédigé afin de donner aux équipes des points de vente des éléments phraséologiques pour présenter l'offre « 100 % Santé ». Ce document comporte des informations inexacts (exemple : « *les verres du panier A sont uniquement antireflets* »), et le discours commercial oriente le choix du patient en mettant l'accent sur certains éléments exacts concernant les options supplémentaires dont disposent les verres du panier B tout en passant sous silence les caractéristiques du panier A qui permettraient également de satisfaire. Ce choix de présentation orienté vers la mise en avant des qualités du panier B peut s'apparenter à du dénigrement.

À l'inverse, certains opticiens ont collé un macaron sur leur vitrine relatif au « 100 % Santé », voire mis à disposition des consommateurs des flyers sur la réforme.

En audiologie

De même, le contrôle du siège social d'une société commercialisant des audioprothèses a permis de constater qu'un argumentaire commercial ayant pour effet de valoriser l'autre offre au détriment du « 100% Santé » avait été diffusé.

En effet, cette enseigne avait modifié le point 1.2 « *autre offre* » du devis normalisé pour qu'apparaissent les phrases suivantes :

« *Une meilleure localisation des sources sonores* », « *un meilleur confort et une meilleure compréhension de la parole* », « *une adaptation précise grâce à plus de réglages (réducteurs des bruits gênants du quotidien)* ».

Seuls 4% environ des professionnels contrôlés ont tenu aux enquêteurs un discours dévalorisant les offres « 100 % Santé », fondé essentiellement sur la qualité des équipements. Ces derniers mettent en avant le prétendu caractère « grossier » et peu discret des équipements, ou encore un « niveau limité de technologie » (exemple : absence de système Bluetooth avec smartphone, voiture, TV, etc.). Du côté de ces professionnels, l'offre « reste à charge zéro » est clairement vue comme un produit d'appel. Le contrôle des discours dévalorisants est toutefois difficile sans mettre en œuvre la technique du « client mystère ».

Quelques bonnes pratiques ont cependant également été constatées, comme en optique. Sur la vitrine d'un audioprothésiste le message suivant a par exemple été relevé :

« *100 % santé*
100 % engagé pour votre audition
0 euro de reste à charge sur une sélection d'aides auditives.
C'est vraiment une bonne nouvelle ».

4. Autres pratiques constituant des freins à la mise en œuvre du « 100% Santé »

⇒ *Défaut de description des équipements*

Chez plus de 15% des professionnels contrôlés, des défauts de description des équipements, généralement de l'offre « 100% Santé », ont été constatés sur les devis remis aux consommateurs. Des descriptions manquantes ou incomplètes ne permettent pas au consommateur de se forger une idée fiable sur la qualité des produits, et ce d'autant plus s'il est confronté à un discours dévalorisant que les informations écrites ne viennent pas contrecarrer.

⇒ *Détournement de l'offre « 100% Santé »*

La présentation d'une enseigne du secteur de l'optique tend à laisser croire que l'offre « 100% Santé » est une offre commerciale propre à l'enseigne et non une offre réglementée.

Dans certains cas, des prestations incluses dans la délivrance des dispositifs d'optique médicale ou des aides auditives sont parfois présentées comme si elles étaient « offertes » par le professionnel.

⇒ ***Exclusion de l'offre « 100% Santé » des offres commerciales***

Dans certaines grandes enseignes, il a été relevé que l'offre « 100 % Santé » ne permet pas de profiter des offres commerciales des opticiens, comme la deuxième paire à 1 euro¹⁰ ou des programmes de fidélisation de tous les membres d'une même famille qui remettent des produits consommables comme les produits de nettoyage de verres ou de solutions pour lentilles. Cette pratique n'est toutefois pas irrégulière.

Certaines extensions de garantie commerciales excluent par ailleurs les dispositifs « 100% Santé ».

D) Constatations sans lien direct avec le « 100% Santé »

L'enquête avait aussi pour but de vérifier le respect des obligations qui incombent aux opticiens et audioprothésistes au titre de l'information du consommateur, des dispositions contractuelles et de l'absence de pratique commerciale déloyale, notamment sur les compétences professionnelles.

1. Délivrance de l'information précontractuelle

⇒ ***Affichage des tarifs des prestations de service et des conditions de remise des devis***

La réglementation prévoit que le tarif des prestations de services proposées et les conditions de remise des devis fassent l'objet d'un affichage en vitrine et à l'intérieur du magasin.

Une large proportion des établissements contrôlés ne respectait pas l'obligation d'information relative à la remise d'un devis détaillé gratuit : cette information était manquante soit en vitrine, soit dans le magasin, soit absente dans les deux cas. Cette non-conformité est la plus courante relevée lors de cette enquête. Elle a été constatée chez 40% des audioprothésistes contrôlés, 37% des opticiens et 20% des professionnels « mixtes ».

Des défauts d'affichage des prix dans les points de vente ont été constatés. Ces défauts portaient sur les dispositifs médicaux mais aussi sur les accessoires (exemple : casque audio pour malentendants).

Les services d'enquête ont constaté que la facturation de prestations de services après-vente est peu répandue chez les opticiens. Ils ont déclaré ne pas facturer les petites interventions, même à des personnes qui n'auraient pas acheté leur équipement auprès de leur établissement, dans un environnement aussi concurrentiel.

⇒ ***Dispositions générales concernant les devis***

Comme indiqué ci-dessus, les devis normalisés ne sont pas systématiquement remis aux consommateurs et leurs copies ne sont pas nécessairement conservées pendant une durée minimale d'un an.

La durée de validité des devis ne respecte pas les dispositions légales en vigueur (durée de 1 mois mentionnée sur des devis d'audioprothèses alors que les devis sont au moins valables 2 mois), ce qui fait croire au consommateur qu'il doit se décider rapidement.

Les modèles de devis normalisés sont parfois modifiés pour laisser apparaître des mentions non prévues.

⇒ ***Port d'un badge permettant d'identifier les détenteurs du titre professionnel d'opticien-lunetier***

Plus de 10% des opticiens lunetiers ne portaient pas leur badge.

⇒ ***Information des consommateurs sur les sites internet***

Les contrôles des mentions légales des sites internet font apparaître dans la majorité des cas l'omission de certaines mentions comme les références exigées pour les professions réglementées.

⇒ ***Mention des dispositifs de médiation et de la liste d'opposition au démarchage téléphonique***

¹⁰ La deuxième paire est offerte à partir de 160 euros d'achat, ce qui est supérieur à la base de remboursement du « 100 % Santé ».

Les obligations en matière d'information de la possibilité de s'inscrire sur une liste d'opposition au démarchage téléphonique, lorsque le professionnel collecte des numéros de téléphone, sont également méconnues par les professionnels. Plus de deux-cents manquements ont été constatés en magasin et sur les sites internet. Il en est de même pour l'adhésion et la publicité de la procédure de médiation.

1. Délivrance de la note

Une note détaillée doit être remise au consommateur avant le paiement.

Dans un premier temps, le devis remis sert à informer le consommateur en amont de l'achat, lui permet de faire son choix puis de vérifier que l'équipement remis correspond bien à sa demande.

La note intervient dans un second temps. Elle fait foi pour les demandes de prise en charge (rien ne dit qu'un devis a été acquitté) et sert de preuve pour la mise en place des garanties. La note comprend en outre des éléments de traçabilité des dispositifs.

Des défauts de remise de la note, de sa bonne complétion ou de son archivage ont été constatés chez environ 26% des opticiens contrôlés, 23% des audioprothésistes contrôlés et 8% des professionnels « mixtes ».

2. Traçabilité

Les informations permettant d'assurer l'identification et la traçabilité du produit doivent également être fournies au patient. Un numéro d'identification des dispositifs médicaux permet ainsi d'en assurer la traçabilité.

L'information relative à la traçabilité des équipements n'est pas remise systématiquement à la clientèle. Lorsqu'ils sont remis, les éléments d'identification et de traçabilité du produit sont généralement fournis par le biais d'une carte d'identification (exemple : carte d'authenticité des verres) du dispositif ou d'une notice. Les clients peuvent également retrouver ces informations en s'identifiant sur le site du fabricant. Il semblerait cependant que certains fournisseurs de dispositifs d'audiologie ou d'optique ne facilitent pas la communication de ces éléments.

3. Vérifications relatives au « made in France »

Le « made in France » est devenu aujourd'hui un critère d'achat privilégié de nombre de consommateurs en France, notamment dans un contexte de relocalisation des produits et de crise économique.

Quelques sites internet ou points de vente d'optique alléguaient « 100 % fabriqué en France », « soutien à l'économie française » alors que certains produits en vente (notamment ceux de l'offre « 100 % Santé ») n'étaient pas fabriqués en France.

Les vérifications effectuées auprès d'un opticien qui arborait le logo « origine France garantie »¹¹ sur les montures du panier A, ont en revanche permis de s'assurer que ces montures provenaient d'un fabricant basé en France répondant aux exigences de cette certification.

Dans la plupart des devis contrôlés, les informations d'identification et de traçabilité indiquent une adresse en France. Il s'agit de l'adresse du fabricant, mentionnée conformément au modèle de devis, mais cela n'implique pas que les produits soient fabriqués en France. Cela ne constitue pas un manquement, mais une piste de réflexion pour travailler à une meilleure information des consommateurs sur cet aspect.

4. Accessibilité à la boucle magnétique (bobine T)

Les établissements recevant du public (cinéma, théâtre) ont l'obligation d'installer cette technologie qui permet d'émettre des ondes réceptionnées par l'audioprothèse programmée à cet effet, et ainsi au consommateur d'entendre directement un son sans bruit ambiant.

Toutefois, les audioprothésistes s'accordent à dire que cette technologie est devenue obsolète. 90 % des appareils ne disposeraient plus de cette fonction. Les nouveaux équipements utiliseraient la technologie Bluetooth qui est plus performante. 11% des audioprothésistes contrôlés ne mentionnaient pas cette information sur les devis.

5. Garantie

Le délai pendant lequel un consommateur peut se prévaloir de la garantie légale de conformité est de 2 ans. À titre dérogatoire, les audioprothèses bénéficient d'une garantie légale de 4 ans.

¹¹ Les critères de ce label sont les suivants : 50% minimum du prix de revient doit être acquis en France et le produit doit réaliser ses caractéristiques essentielles en France.

Les garanties commerciales sont facultatives. Leur contenu doit être détaillé et elles ne doivent pas induire en erreur les consommateurs. Ces garanties portent généralement sur la casse des équipements et éventuellement la perte et le vol. Une franchise est fréquemment applicable.

⇒ ***Présentation trompeuse de la garantie commerciale***

Les enquêteurs ont relevé des garanties commerciales, facturées en sus et parfois de façon systématique, présentées de façon trompeuse :

- couvrant des aléas déjà pris en charge par la garantie légale telle que la panne ;
- dont les conditions figuraient sur un document écrit remis au stade de la note ;
- moins favorables aux consommateurs (appliquant un taux de vétusté) contrairement à la garantie légale qui ne retient pas de taux de vétusté en cas de remplacement de l'appareil.

⇒ ***Présentation trompeuse de la garantie légale***

Le cas d'un professionnel présentant de façon trompeuse la garantie légale du fabricant gratuite de 4 ans a été également rapporté. Il précisait faussement que celle-ci ne couvrait pas les pannes liées à l'usure, dans le but d'imposer systématiquement une assurance payante, dont les garanties n'étaient pas précisées et dont le prix variait selon les consommateurs.

6. Qualification professionnelle

Les enquêteurs ont constaté 18 cas de défauts de qualifications professionnelles, chez 2 audioprothésistes, 10 opticiens et 6 professionnels « mixtes ».

En audiologie

Le code de la santé publique attribue des compétences strictement délimitées aux audioprothésistes (réglages et réparations d'appareils auditifs). Cette législation a pour objectif de garantir la sécurité et la qualité des interventions des professionnels dans ce secteur touchant à la santé des consommateurs.

L'exploitation des agendas des points de vente a permis de déterminer si des rendez-vous étaient pris avec des patients en dehors des jours de présence de l'audioprothésiste.

Les enquêteurs ont pu ainsi relever deux cas d'audioprothésistes, l'un déclaré pour un magasin qui n'était vraisemblablement presque jamais présent et exerçait sur plusieurs magasins de la région à la fois, l'autre qui intervenait ponctuellement dans 11 magasins.

Les enquêteurs ont constaté que des tâches réservées aux audioprothésistes étaient parfois effectuées par des non audioprothésistes : rédaction de devis (sous le nom de l'audioprothésiste), réalisation de tests auditifs, réparation et le réglage d'appareils auditifs. Ces pratiques sont susceptibles de constituer des délits d'exercice illégal de la profession d'audioprothésistes, que les ARS sont chargées de contrôler.

En optique

Dans certains points de vente, le nom de l'opticien figurant sur le devis normalisé est généré de façon automatique. Il correspond bien souvent au nom de l'opticien responsable de magasin, mais la personne prenant réellement en charge le consommateur et signant le devis est différente.

Les enquêteurs rapportent le cas d'une salariée non titulaire d'un diplôme d'opticien, embauchée en tant que monteur-vendeur, qui était seule lors du contrôle et assurait depuis un mois et demi le rôle de responsable de boutique par intérim à la suite d'un concours de circonstances.

7. Délivrance de lunettes sans ordonnance

Le contrôle d'une enseigne a confirmé la délivrance de produits d'optique médicale sans ordonnance, contrairement aux dispositions du code de la santé publique¹². Cette possibilité faisait l'objet de communications importantes de la part de l'enseigne.

¹² Les dispositions du code de la santé publique prévoient que ce n'est qu'en cas de perte ou de bris des verres correcteurs d'amétropie, lorsque l'urgence est constatée et en l'absence de solution médicale adaptée et sous réserve que les résultats de l'examen soient transmis à un

8. Publicité de l'examen de réfraction

Dans le cadre d'un renouvellement de délivrance d'un équipement, l'opticien-lunetier peut adapter, après réalisation d'un examen de la réfraction, les prescriptions médicales de verres correcteurs en cours de validité. Pour cela, des règles doivent être respectées : absence de publicité, mention du caractère non médical de l'examen, information de l'ophtalmologiste.

Les services d'enquête ont constaté que 8 opticiens-lunetiers en faisaient la publicité ou faisaient passer cet examen pour un examen médical.

9. Offres promotionnelles

⇒ *Campagnes promotionnelles des grandes enseignes d'optique*

Les grandes enseignes d'optique organisent des campagnes promotionnelles par affichage ou dans les médias. Ces offres ont fait l'objet d'une attention particulière. Beaucoup sont présentées comme des offres ponctuelles alors qu'elles sont en réalité presque permanentes. En outre, elles prévoient des conditions pour en bénéficier qui ne sont pas toujours mentionnées (montant minimum d'achat pour bénéficier de la 2nde paire à 1€, caractéristiques de la 2^lme paire, application de l'offre soit aux montures, soit aux verres...). En outre certaines offres sont moins intéressantes que les prix négociés par les réseaux de mutuelles, sans que le client en soit informé.

⇒ *Autres allégations trompeuses constatées*

Dans une enseigne d'audiologie, un kit de démarrage était prétendument offert. En réalité, malgré la mention d'un prix de référence barré, le kit était toujours fourni gracieusement.

Une publicité annonçait des remises allant « jusqu'à -40 % sur les montures point rouge ». Or, en magasin, aucune monture n'était pourvue de point rouge.

Le slogan « 25 ans d'expérience au service du quartier [...] » a été relevé alors que l'établissement n'était ouvert que depuis le mois d'octobre 2020.

La mise en avant de l'accueil par un « opticien expert » en boutique alors que sa présence n'est pas permanente a aussi été constatée.

Enfin, il était allégué de manière générale « Lunettes prêtes en une heure » dans un magasin, sans préciser que les conditions sont limitées.

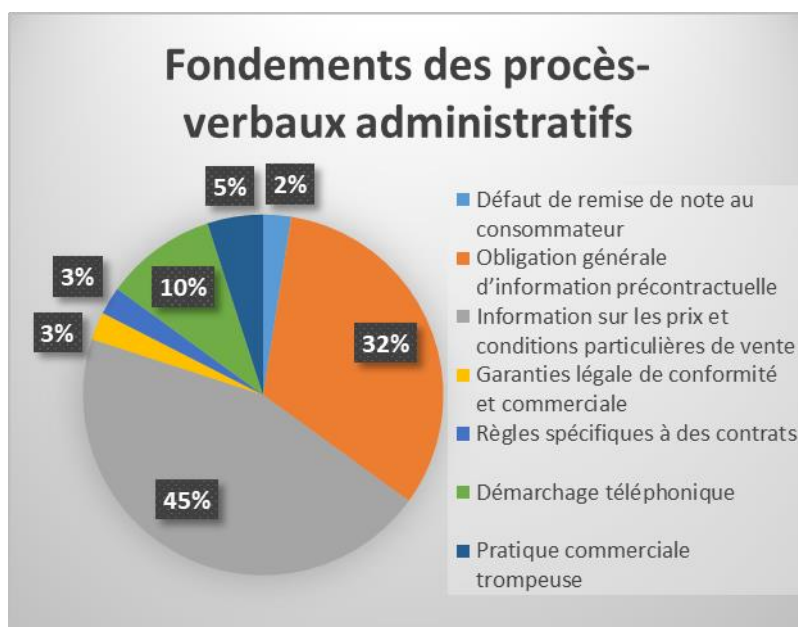
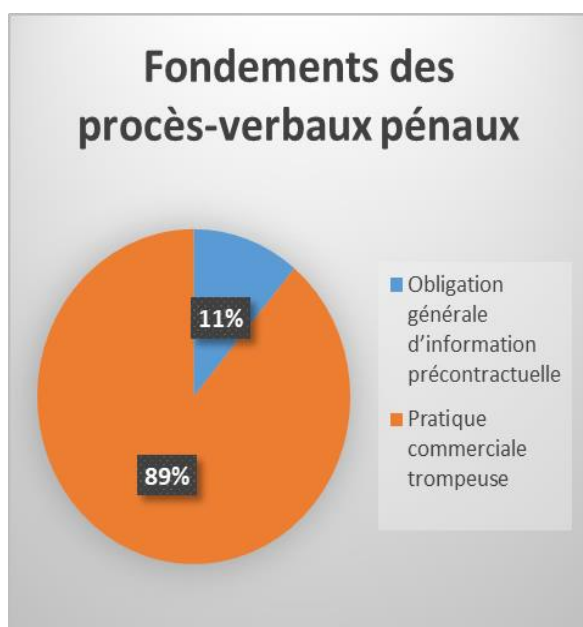
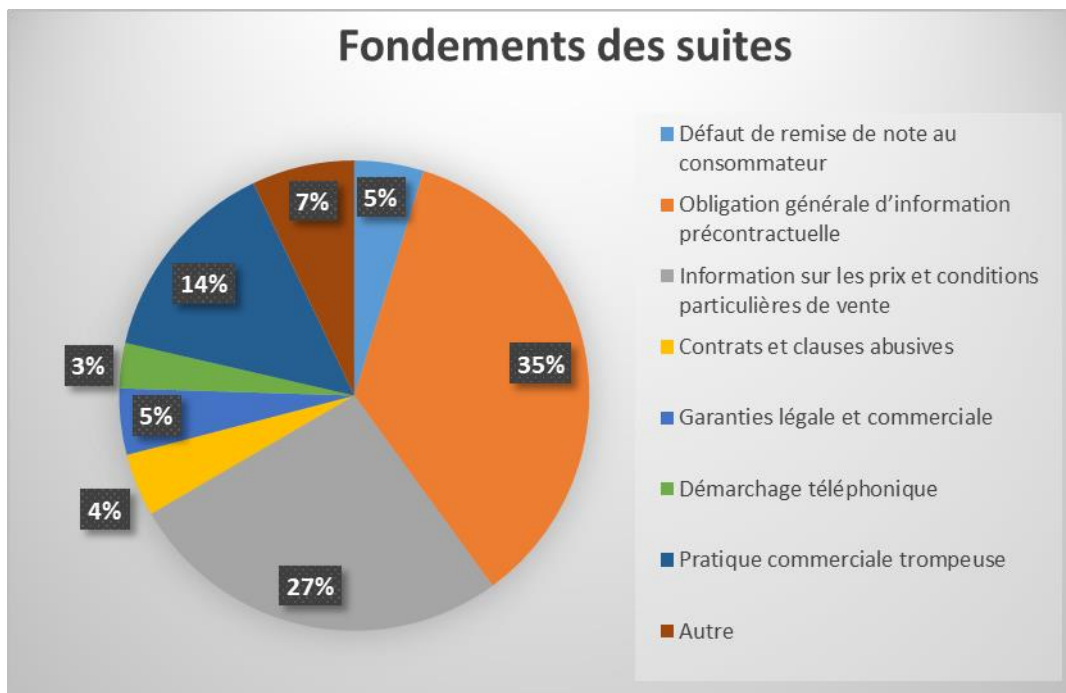
III – SUITES DONNÉES AUX MANQUEMENTS ET INFRACTIONS CONSTATÉES

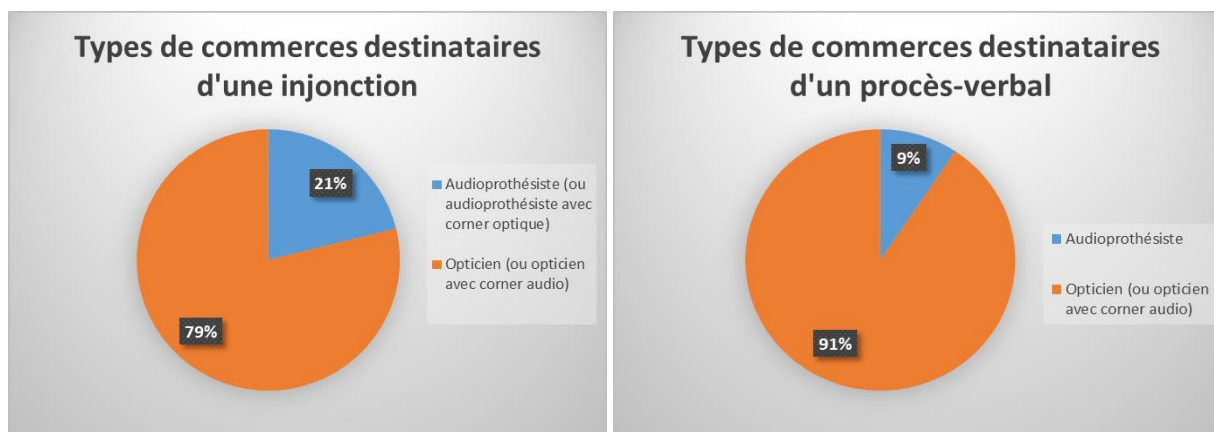
Cette enquête a donné lieu à l'établissement de 384 suites pédagogiques (avertissements), portant sur plus d'un millier de non-conformités, et qui représentent 71% des suites. Face aux non-conformités les plus graves, 123 suites correctives (injonctions, 23% des suites) et 31 suites répressives (15 procès-verbaux pénaux et 17 procès-verbaux administratifs, 6% des suites) ont été données.

Des signalements ont également été transmis à d'autres administrations (Caisses régionales d'assurance maladie, Agences régionales de santé, Commission nationale de l'informatique et des libertés). Des signalements au titre de l'article 40 du code de procédure pénal ont aussi été adressés aux Parquets, principalement pour des soupçons d'exercice illégal des professions d'opticien-lunetier et d'audioprothésiste.

Les graphiques ci-dessous détaillent les fondements des suites et, plus particulièrement, des procès-verbaux, correspondant aux suites répressives (données dans les cas de non-conformités les plus graves), puis détaille les types d'opérateurs concernés par ces suites correctives et répressives.

Si les non-conformités ayant donné lieu à des suites pédagogiques (avertissements) semblent réparties de manière à peu près homogène parmi les différents types de commerces, en revanche, on note une certaine sur-représentation des opticiens parmi les destinataires de suites correctives (injonctions) ou répressives (procès-verbaux) : alors qu'ils représentent moins de 75% des professionnels contrôlés (63% d'opticiens et la grande majorité des 14% de professionnels « mixtes »), ils représentent 79% des destinataires d'injonctions et 91% des destinataires de procès-verbaux à la date de la finalisation du présent bilan (toutes les intentions de procès-verbaux signalées n'ayant pas encore nécessairement été finalisées à cette date).





Plusieurs professionnels ont dénoncé des défauts ou des incompatibilités des logiciels qu'ils utilisent de nature à porter atteinte au « 100% Santé ». Sans rien enlever à la responsabilité des opticiens et audioprothésistes, notamment indépendants, qui ne doivent pas se fier entièrement aux trames fournies par leur logiciel d'édition de documents, mais s'assurer eux-mêmes de la conformité réglementaire des devis, la DGCCRF interviendra auprès des éditeurs concernés afin de corriger les anomalies le plus en amont possible. Ces constats sont d'autant plus problématiques que les représentants des éditeurs avaient été consultés sur les modèles de devis en amont de leur adoption.

IV – RÉSULTATS OBTENUS

Les enquêteurs ont constaté des pratiques communes aux **deux secteurs** de nature à nuire au déploiement de la réforme :

- le dénigrement des produits de l'offre « 100% Santé » et/ou des stratégies organisées de mise en valeur du panier libre au détriment d'informations objectives sur le panier « 100% Santé » ;
- l'absence de communication des devis normalisés, leur modification voire leur substitution par un autre modèle de devis ;
- la complétion erronée des devis normalisés par exemple en présentant l'offre « 100% Santé » avec un reste à charge alors que celui-ci n'était simplement pas connu.

Le patient se repose en général sur les informations communiquées par le professionnel et sur le montant du reste à charge pour opérer son choix. La communication d'une information complète et objective est donc indispensable.

En ce qui concerne plus précisément le secteur de l'optique, les enquêteurs ont parfois pu constater, en complément des constats précédents, des pratiques contribuant à une forme d'« opposition passive » à la mise en œuvre de la réforme (montures non exposées, montures non identifiées comme relevant du « 100% Santé »...).

Au-delà du « 100% Santé », des non conformités récurrentes ont été rapportées :

- le défaut d'affichage réglementaire relatif au prix des prestations et à la communication d'un devis ;
- le défaut d'affichage des prix en magasin ;
- l'absence de référence à la liste d'opposition au démarchage téléphonique (Bloctel) et au médiateur.

et, plus sporadiquement, des non conformités potentiellement préjudiciables pour le consommateur en terme de sécurité, comme des défauts de qualification professionnelle. Toutefois, bien qu'ils puissent dans certains cas servir à caractériser une pratique commerciale trompeuse, ils ne relèvent pas directement des compétences de la DGCCRF.

Le suivi des mesures est en cours et les premiers constats attestent que toutes les corrections n'ont pas encore été apportées par les professionnels et que les non conformités se poursuivent.

Compte tenu du taux d'anomalies relevé et du nombre important d'opérateurs, les services déconcentrés s'accordent pour proposer de reconduire cette enquête. Ce souhait rejoint les recommandations de l'IGAS¹³.

Des premiers résultats de cette enquête ont par ailleurs d'ores et déjà été présentés lors des comités de suivi du « 100% Santé » les 13 avril 2021 et 25 janvier 2022 en présence du ministre en charge de la Santé et des

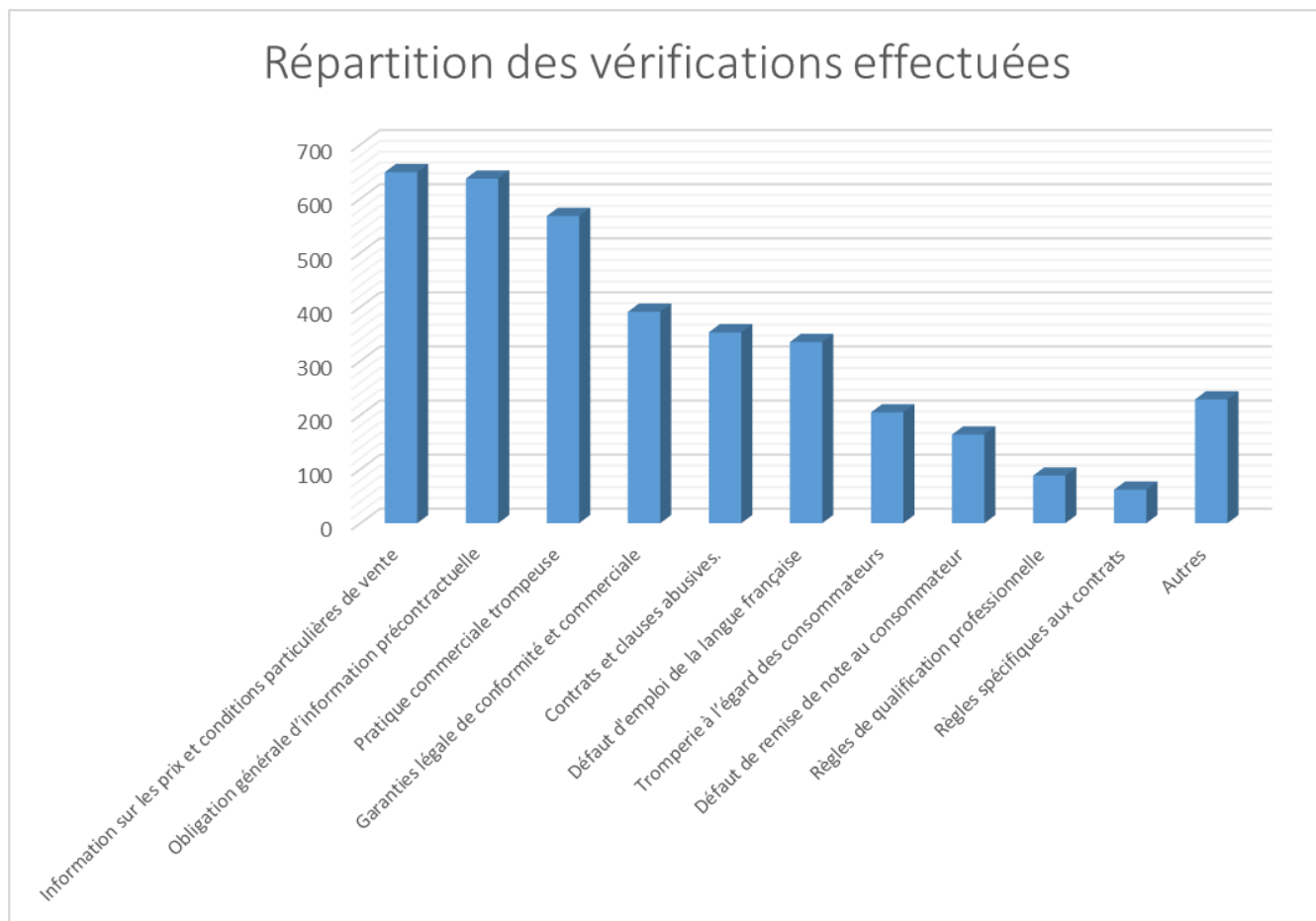
¹³ Rapport IGAS-IGéSR « Evaluation de la filière auditive ».

organisations représentatives des professionnels et des patients. Pour assurer la visibilité de l'ensemble des constatations de cette enquête et faire œuvre de pédagogie, la présente synthèse sera mise à disposition des professionnels et des associations de patients et des consommateurs et fera l'objet d'une synthèse à l'attention du grand public.

Le Sous-directeur

Romain ROUSSEL

ANNEXE 1



ANNEXE 2

Liste des non conformités relevées (en jaune : liées au « 100% Santé » ; en gris : lien indirect)

I. Mentions spécifiques aux sites Internet

	Optique	Audio	Mixte	Total
Adresse mél manque	4	2		6
Adresse physique manque	2	1		3
Autre	3	2		5
Capital social manque	15	7	1	23
Coordonnées téléphoniques manquent	1	1		2
Défaut de l'espace personnel du client	1			1
Défaut des informations de l'art. 19 de la LCEN	21	6		27
Défauts des mentions obligatoires des sites internet de vente d'optique	5			5
Délai de conservation des données médicales manque	1			1
État membre d'octroi du titre manque	11	7		18
Indication des heures et jours auxquels l'opticien délivre des conseils manque	1			1
Lien hypertexte renvoyant vers le site de l'ANSM manque	5			5
Lien hypertexte renvoyant vers les textes applicables en matière d'optique-lunetterie manque	5			5
Mention "Il est communiqué un devis gratuit préalablement à la conclusion de la vente" manque	11	1		12
Mention de l'information future de l'opticien-lunetier ayant examiné la demande du patient	2			2
N° d'enregistrement (article L. 4362-1) ou n° de déclaration (article L. 4362-7) manquent	4	2		6
N° d'inscription RCS manque	14	6	1	21
Nom de l'organisme ou ordre d'inscription manquent	12	8		20
Nom/raison sociale manque	4	2		6
Titre professionnel manque	12	6		18
Total général	134	51	2	187

II. Autres mentions liées à la vente

	Optique	Audio	Mixte	Total
Autre	4			4
CGV ne comportant pas toutes les informations obligatoires	7	3		10
Clauses abusives sur le site internet	4	4		8
Coordonnées du médiateur compétent manquent	108	35	4	147
Date de durée de validité du devis différente de celle des CGV	2			2
Délai de livraison manque	13	1	2	16
Information relative à la garantie légale de conformité manque	12	5	2	19
Information relative au droit de rétractation manque	2	1		3
Information sur la durée de fourniture des pièces détachées manque		1		1
Information sur le RGPD ou l'utilisation des données personnelles manquent		1		1
Mention de Bloctel manque	53	22	3	78
Montant des frais de livraison manquent	1			1
Total général	206	73	11	290

III. Informations précontractuelles hors devis

	Optique	Audio	Mixte	Ø	Total
Affichage des prix sur les produits autres que ceux du devis ou ceux de la vitrine manque	65	20	5		90
Autre	8	3			11
Condition de l'offre "2de paire à 1€" non détaillée	12				12
Phrase relative à la communication du devis approximative	25	7	5		37
Phrase relative à la communication du devis manque	143	54	14	4	215
Phrase relative aux prix des prestations manque	17	16	2		35
Port du badge d'opticien omis	43		5		48
Total général	313	100	33	4	448

IV. Devis

	Optique	Audio	Mixte	Ø	Total
Absence d'informations claires et compréhensibles concernant les verres (ex : modèle, matériau, indice, propriété, traitements intrinsèques et performances)	28	2	3		33
Accessibilité à la boucle magnétique ou à la présence de la bobine T manque		16	2		18
Adresse du consommateur manque	2				2
Adresse du fabricant manque	36	18	4		58
Adresse du mandataire communiquée car elle est en France	2	1			3
Autre	14	14	1	3	32
Communication des codes LPP	5	7			12
Date de durée de validité du devis différente de celle des CGV	3	1			4
Date manque	11	7			18
Description des audioprothèse manque		3			3
Description des audioprothèses incomplète		26			26
Description des montures incomplète	23	1			24
Description des montures manque	22		1		23
Description des verres manque	8				8
Devis envoyé avec la commande sans manifestation de l'accord au préalable (vente en ligne)	1				1
Devis non archivé	13	5		1	19
Devis non envoyé (vente en ligne)	3				3
Devis non remis (vente physique)	20	6			26
Devis non remis pour la 2de paire à 1€ (vente physique)	12	1	2		15
Devis non signé par une partie	38	18	3	1	60
Devis optique modifié avec l'autorisation de transmettre les données	2				2
Écriture en caractère 'gras' pour certains mots ou certaines phrases	1				1
Incohérence au niveau des dates	3	4	1		8
Mention "bon pour accord" manque	20	6			26
Mention "bon pour accord" pré remplie	12	5	2		19
Mention interdite " aucune rétractation n'est possible"		1			1
Mentions superflues ajoutées sur les devis (ex : « N°1 mondial des verres de lunettes »)	9	4		1	14
N° d'identification de l'opticien manque	20			8	28
Nom de l'audioprothésiste manque		9	8		17
Nom de l'opticien manque	38	1	7		46
Offre 100% santé dans le devis manque	11	3	3		17
Remise d'un ancien modèle de devis à la place du devis normalisé	10	4		2	16
Remise d'un ancien modèle de devis en sus du devis normalisé	9	5			14
Rubriques du devis en désordre	12	1			13
Synthèse remise à la place du devis	1	1			2

Synthèse remise avec uniquement l'offre panier B et devis non signé	7	1			8
Total général	396	171	45	8	620

V. Note

	Optique	Audio	Mixte	Ø	Total
Autre	6	2			8
Informations de traçabilité mal remplies	40	14	4	1	59
Informations relatives au professionnel mal remplies	5	1	1		7
Informations relatives aux données médicales mal remplies	8	3	1		12
Informations relatives aux patients mal remplies	14	4			18
Note non archivée	3	1			4
Note non remise	14	3			17
Note obligatoire ne reprend pas les éléments du devis	29	12	2	1	44
Synthèse remise à la place de la note	4				4
Total général	123	40	8	2	173

VI. Garanties

	Optique	Audio	Mixte	Total
Autre	10	1		11
Chargeur d'audioprothèse refacturé	1	2		3
Contenu de la garantie commerciale non détaillé (hors mention du prix) manque	12	5	2	19
Mention du prix de la garantie commerciale manque	3	3	1	7
Total général	26	11	3	40

VII. Freins à la mise en œuvre du 100% santé

	Optique	Audio	Mixte	Ø	Total
Absence de présentation de l'offre 100% santé à l'oral	8			1	9
Audioprothèse classe I exposée sans que rien ne la distingue des autres produits			1		1
Autre	5	4			9
Cases "reste à charge total" complétée alors que les montants pris en charge ne sont pas connus	4	5			9
Discours dévalorisant / "équipements de moins bonnes qualité"	15	6	2		23
Le professionnel fait choisir un équipement du panier libre puis une fois le choix du client effectué, équivalence reportée automatiquement sur le devis pour l'offre 100% santé	6			1	7
Nombre de lunettes présentées insuffisant	4		1		5
Offre 100% santé avec un reste à charge alors que celui-ci ne pouvait être connu	33	15	4		52
Offre 100% santé avec un reste à charge et prise en charge de l'autre offre remplie	57	13	7		77
Présentation confuse : les montures de la 2de paire ou la formule low cost sont celles du 100% santé	10				10
Produits 100% santé non exposés (y compris en ligne) / Monture 100% santé affichée à plus de 30€ et facturée à 30€	18	2	2		22
Total général	160	45	17	2	224

VIII. Pratiques commerciales trompeuses

	Optique	Audio	Mixte	Total
Appropriation de l'absence de reste à charge	1			1
Autre	7			7
PCT "made in France"	3			3
PCT cartes "club" diverses		2		2
PCT crédit à la consommation		1		1

PCT sur la garantie (légale ou 100% santé audio)	3	5	2	10
Remises fictives	2	3	2	7
Vente de lunettes sans ordonnance et sans motif d'urgence	6			6
Vente hors établissement (EHPAD) d'audioprothèses		1		1
Total général	22	12	4	38

IX. Défaut de qualifications professionnelles

	Optique	Audio	Mixte	Total
Autre	2	2		4
Défaut de qualification professionnelle	10	2	6	18
Total général	12	4	6	22

X. Examen de la réfraction

	Optique	Total
Ambiguïté du caractère non médical de l'examen	3	3
Ambiguïté quant aux compétences du professionnel	1	1
Publicité de l'examen de la réfraction	5	5
Total général	9	9

XI. Facturation

	Audio	Ø	Total
Autre		1	1
Défaut de facturation		1	1
Total général		2	3

Non renseigné

	Optique	Audio	Total
Non renseigné	2	2	4
Total général	2	2	4