Zeitschrift: Générations : aînés
Herausgeber: Société coopérative générations
Band: 29 (1999)
Heft: 5

Artikel: Des lunettes en prime pour les seniors
Autor: B.P.
Anhang
DOI: https://doi.org/10.5169/seals-827760

Nutzungsbedingungen
Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Mehr erfahren

Conditions d'utilisation
L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. En savoir plus

Terms of use
The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. Find out more

Download PDF: 12.07.2025

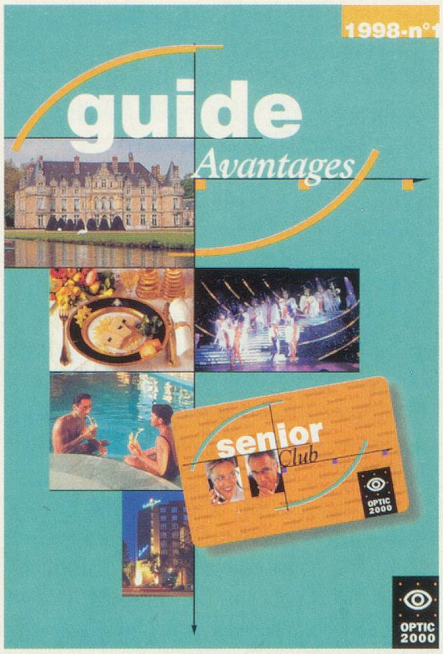
ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, https://www.e-periodica.ch

Des lunettes en prime pour les seniors

Optic 2000 s'installe en Suisse et propose son programme «2 pour 1». Chaque personne de plus de 55 ans achetant une paire de lunettes en recevra une seconde gratuitement. Le Club Senior offre également des promotions intéressantes.

Prenez un groupe de personnes de plus de 45 ans et testez leur vue. Que découvre-t-on? Que la moitié d'entre elles ont besoin de lunettes pour y voir clair. Et comme la population européenne ne cesse de vieillir, on imagine la formidable clientèle que cela représente pour les opticiens! Il est donc logique que ladite profession s'intéresse de près à tous les pauvres presbytes que nous sommes ou deviendrons tous...

La maison française Optic 2000 a compris depuis longtemps que la clientèle des seniors méritait attention. Ainsi, chez Optic 2000, tout client âgé de plus de 55 ans qui s'équipe d'une paire de lunettes à verres multifocaux, reçoit un coffret contenant une seconde paire de lunettes adaptées à sa vue, choisies parmi quatre montures, assorties d'un étui, d'un cordon et d'une carte de membre de l'Optic 2000 Senior Club. Vous avez sans doute vu à la télévision suisse romande le spot publicitaire qui accompagne cette campagne «2 pour 1». Un aviateur est en péril dans le grand canyon, son petit avion, ballotté dans tous les sens, risque de s'écraser contre une paroi rocheuse. Le pilote a en effet malencontreusement fait tomber ses lunettes hors du cockpit et se trouve dans l'incapacité de lire une carte! Heureusement, comme il est client d'Optic 2000, il dispose d'une seconde paire gratuite qu'il peut saisir au dernier moment. Il est donc sauvé in extremis!



Les membres du club reçoivent une brochure contenant des offres alléchantes

Le club

Accompagnant la campagne «2 pour 1», la marque française a créé le Club Senior pour fidéliser sa clientèle. Et le client a tout à y gagner, puisqu'il dispose, dans un petit guide, d'une série d'offres dans différents domaines. Le guide «Avantages» français propose par exemple des séjours en thalassothérapie, dans des clubs de vacances, des entrées dans des parcs d'attraction, ou des menus gastronomiques, selon la formule «2 pour 1». Le client paiera ainsi une entrée et recevra l'autre gratuitement ou paiera une semaine et en passera deux dans une résidence du groupe Vacantel, par exemple. Des produits de beauté, des vins, des clubs de fitness, des hôtels en France, Italie, Espagne, Portugal ou en Grèce font partie de cette offre. Et le client suisse bénéficie, en plus de toutes ces offres françaises auxquelles il a accès, de rabais du même type sur le territoire suisse. Des hôtels et des séjours en Suisse figurent également sur le dépliant qui est remis à chaque nouveau membre du Club Senior. A noter que la carte de membre est gratuite pendant trois ans et devient payante au terme de ces trois années.*

En Suisse

Quelques opticiens du sud-ouest de la France ont un jour eu l'idée de se grouper pour effectuer leurs achats afin d'en faire baisser le coût. Optic 2000 était né, en 1962. Depuis, elle est devenue une grande enseigne réunissant 800 magasins en France. L'union fait décidément toujours la force...

Actuellement, les opticiens indépendants ont de la peine, dans toute l'Europe, à concurrencer les discounters et autres géants de l'optique. Les indépendants, qui sont encore largement majoritaires en Suisse, prennent peu à peu conscience de ce danger, c'est pourquoi plusieurs d'entre eux ont choisi d'entrer dans le groupe Optic 2000, au sein duquel ils peuvent garder leur propre identité. Vingt-trois opticiens ont pris, fin mars, l'enseigne d'Optic 2000, tout en conservant leur nom. Michel Sonnard, qui dirige les magasins Gautschy, à Lausanne, voit beaucoup d'avantages à ce partenariat: «Nous pouvons proposer des prix très attractifs à nos clients, tout en ayant la liberté de nous fournir où nous le souhaitons. Nos clients aiment le contact personnel et ils garderont leur lien avec leur opticien.»

Optic 2000 s'intéresse également au domaine de l'audition. Sous le nom d'Audio 2000, elle lance une série de magasins qui regrouperont des audioprothésistes selon le même principe que les opticiens.

B. P.

** «Générations» est partenaire de cette opération.*