

LES MARCHÉ EUROPÉENS SE RESTRUCTURENT FACE À LA CRISE



L'ANALYSE DE L'EXPERT

Mark Mackenzie, Président-fondateur de l'institut SWV, spécialisé dans l'équipement optique et la santé visuelle. Créé en 2001, SWV est l'un des leaders européens du consulting et des études de marché dans le secteur de l'optique.

En Allemagne, les enseignes s'imposent.

Le marché allemand est l'un des mieux structurés et sûrement le plus résistant d'Europe, avec un panier moyen consommateur en hausse continue. Peinant à renouveler des offres souvent onéreuses, les indépendants ont vu pourtant leur chiffre d'affaires baisser de 3% en 2011. Les enseignes en profitent pour renforcer leurs positions et grossir leurs parcs-à l'image de Fielmann.

Le Royaume-Uni résiste aux assauts du net.

Un marché qui confirme une fois de plus son dynamisme!

Les opticiens britanniques ont augmenté leur chiffre d'affaires de 2,4% (sans prendre en compte l'effet du taux de change). Ils ont résisté à la crise mais aussi à la montée en puissance spectaculaire de l'optique en ligne. Les sites de vente de verres et montures ophtalmiques sont passés de 37 en 2010 à 52 en 2011, totalisant un chiffre d'affaires de 120 millions d'euros (incluant la contactologie), soit 3,5% de part de marché! Pratiqués par les optométristes et renouvelés tous les deux ans, les contrôles de vue ont largement fidélisé et permis de résister aux offres discount du web.

Italie, l'effet marque fait la différence.

Le pays résiste étonnamment bien à la crise, affichant un chiffre d'affaires en magasin en hausse en 2011. La conjoncture devrait plus impacter les résultats en 2012, avec une baisse prévisionnelle des ventes de verres de 7%. "L'effet marque" continue de porter les ventes dans le pays. Le segment des verres et montures de moins de 80 euros est d'ailleurs l'un de ceux qui progresse le moins. Les ventes de verres de haute technologie devraient également soutenir l'activité, la pénétration des progressifs étant parmi les plus faibles d'Europe (15%

des verres vendus) alors que la population est l'une des plus vieillissantes.

Espagne : Les indépendants sortent gagnants.

L'Espagne reste le marché le plus frappé par la crise. Le chiffre d'affaires global y est en baisse pour la troisième année d'affilée. Les clients raisonnent plus leurs achats comme l'atteste la hausse des ventes d'antireflets, alors que les polarisants sont en baisse. Les indépendants se maintiennent le mieux, jouant sur un rapport qualité/prix renforcé, avec des promotions intelligentes et un effort de ciblage de clientèle. Contraints par des frais fixes importants et freinés par des offres peu réactives, les enseignes ont plus de difficultés à résister.

CHIFFRES 2011

	ROYAUME UNI	ESPAGNE	ITALIE	ALLEMAGNE
LE MARCHÉ				
CHIFFRE D'AFFAIRES TOTAL EN MILLIARDS €	3 458 €	1 604 €	2 512 €	4 679 €
VARIATION DU CA TOTAL 2010/2011	(8,53%*)	(-0,61%)	(1,41%)	(1,8%)
CHIFFRE D'AFFAIRES MOYEN, PAR MAGASIN	500 K€	180 K€	240 K€	390 K€
VARIATION DU CA MOYEN 2010/2011	(9,6%)	(1,69%)	(3,44%)	(1,56%)
LE MAGASIN				
NOMBRE DE MAGASINS OPTIQUES DANS LE PAYS	6 964	9 081	10 500	12 030
VARIATION DU NBRE DE MAGASINS 2010/2011	(-0,28%)	(-0,06%)	(-1,4%)	(0,58%)
TAUX DE TVA (2011)	20%	8% (18%)**	4% (20%)**	19%
DÉPENSES OPTIQUE PAR HABITANT	55 €	34 €	42 €	57 €
LES PRODUITS				
PART DES VERRES DANS LE CA TOTAL	36%	45%	42%	60%
PART DES MONTURES DANS LE CA TOTAL	25%	23%	26%	23%
PART DES SOLAIRES DANS LE CA TOTAL	3%	15%	13%	5%
GAIN DE PART DE MARCHÉ SOLAIRES 2010/2011	(-1%)	(-1%)	(0%)	(0%)
PART DE LA CONTACTO (LC+PE) DANS LE CA TOTAL	18%	15%	16%	9%
GAIN DE PART DE MARCHÉ CONTACTO 2010/2011	(1%)	(0%)	(0%)	(0%)
PART DES AUTRES PRODUITS DANS LE CA TOTAL (JUMELLES, EXAMENS DE VUE,...)	18%	2%	3%	3%

Credit: DONNEES SWV pour l'Italie, l'Espagne, le Royaume-Uni et l'Allemagne.

(* incluant l'effet de change: 1€ = 1,25 £ **Le premier chiffre correspond à l'optique médicale)

LES VENTES DE VERRES EN EUROPE À LA LOUPE

LES FRANÇAIS, CHAMPIONS DES PROGRESSIFS

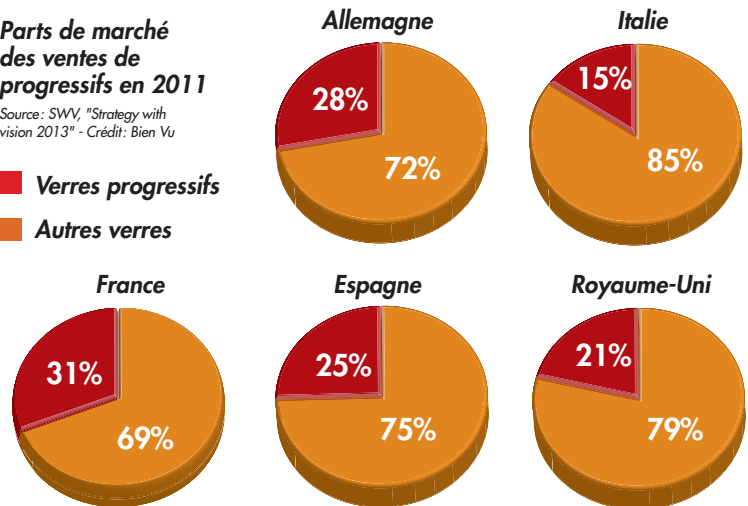
Deux fois plus de progressifs vendus en France qu'en Italie!

Si le budget moyen de dépenses d'optique des Français reste le plus élevé d'Europe, c'est tout d'abord lié à la qualité des équipements choisis! Stable depuis 2010, les achats de progressifs en France sont en 2011 de 10 % supérieurs à ceux au Royaume-Uni. Les Français dépensent donc bien plus que leurs voisins... mais pour bien voir, et pas uniquement pour tirer profit d'un système de remboursement avantageux.

Parts de marché des ventes de progressifs en 2011

Source: SWV, "Strategy with vision 2013" - Crédit: Bien Vu

■ Verres progressifs
■ Autres verres



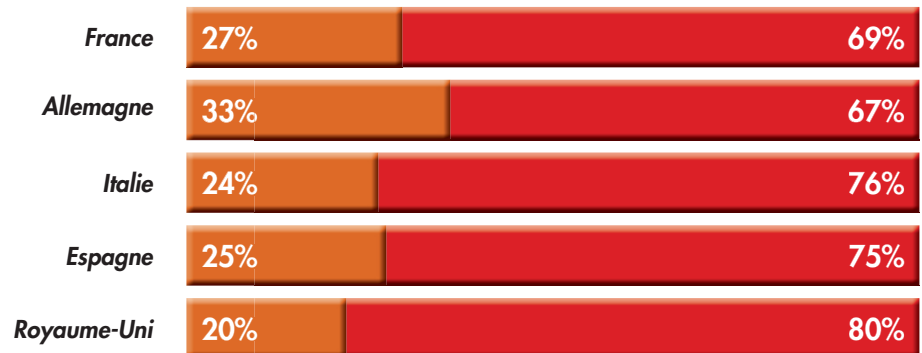
27% de verres choisis en France sont des hauts indices

Soucieux du choix de verres, les Français le sont également au niveau de l'indice. Les indices dits supérieurs représentaient ainsi 27% des ventes en 2011. Et parmi eux, les verres organiques à super haut indice équivalaient à plus de 8% des ventes... Seuls les Allemands font mieux en la matière.

Parts de marché des ventes de verres à hauts indices

Source: SWV, "Strategy with vision 2013" - Crédit: Bien Vu

■ Verres à hauts indices
■ Autres verres



18 euros de TVA par habitant dans l'hexagone!

Si les Français dépensent pratiquement trois fois plus pour leurs équipements optiques que leurs voisins espagnols, on oublie souvent le poids... de la TVA dans ce montant. Or, elle représente plus de 18 euros par habitant et par an dans l'hexagone, ce qui ramène le budget moyen par habitant hors taxes à 77 euros. Pour comparaison, le montant moyen de TVA représente par habitant dans un équipement, en Espagne 3,4 euros, 1,8 euros en Italie, 11 euros en Grande-Bretagne et 10,8 euros en Allemagne. La France est donc bien aussi... la championne des taxes en optique!

Taux de la TVA de l'optique en Europe

Source: SWV, "Strategy with vision 2013" - Crédit: Bien Vu

