

## UN MARCHÉ EN CROISSANCE

## TOUS LES PAYS EUROPÉENS AFFICHENT UNE BELLE DYNAMIQUE



**Marc Mackenzie**, président fondateur de l'Institut SWV\*, décrypte les tendances des principaux marchés et donne son éclairage sur les bons résultats de 3 pays européens.



### ROYAUME-UNI : UNE CROISSANCE EN VALEUR SANS PRÉCÉDENT EN 2021

Avec un rebond phénoménal (avec un CA en hausse de +21,5 % en 1 an !), le marché anglais profite surtout d'une forte croissance de la dépense moyenne d'optique. Elle est visible particulièrement en verres, les porteurs semblant se convertir aux dernières générations en cette sortie de crise sanitaire. Pour preuve, les hausses de ventes inédites de progressifs individualisés et de verres hauts de gamme. Certaines grandes chaînes comme Specsavers ont d'ailleurs mené des campagnes incitant leurs clients à l'équipement en progressifs.

**L'outsider de la reprise ?** Hakim Optical confirme sa percée sur le marché en continuant sa politique de rachat massif de points de vente d'indépendants. Le groupe compte aujourd'hui un parc de 248 magasins qui en fait la 4<sup>e</sup> chaîne du pays. Son modèle souple, permettant aux opticiens partenaires de déléguer la gestion du back office de leurs points de vente tout en conservant le contrôle de leur activité, séduit de nombreux propriétaires.



### ALLEMAGNE : LE MARCHÉ RETROUVE SES FONDAMENTAUX

Après avoir mieux résisté à la crise sanitaire que ses voisins, le pays a retrouvé en 2021 son niveau d'activité de 2019. Des bons résultats qui se confirment au 1<sup>er</sup> semestre 2022, avant de ralentir au 3<sup>e</sup> trimestre comme pour le reste de l'Europe. Les indépendants, qui totalisent 40 % des magasins, sont sortis plutôt renforcés de la crise en consolidant leurs relations clients de proximité. Les chaînes leaders - Fielmann et Apollo - continuent à dominer un marché où le parc des 10 principales chaînes a grossi de près de 10 % en 1 an.

**L'outsider de la reprise ?** 2 enseignes, LoQU et Pro Optik, ont profité de l'arrivée de fonds d'investissement dans leur capital pour engager des campagnes intensives de rachats de points de vente et d'extension de leurs réseaux. Cette politique agressive a conduit certains concurrents directs - comme Eyes and More ou Apollo - à renforcer leurs propres parcs de magasins.



### ESPAGNE : UNE REPRISE, MALGRÉ UN MARCHÉ SOLAIRE EN BERNE

S'il a longtemps été dopé par les ventes de solaires, le marché espagnol retrouve en 2021 son niveau d'avant-crise, alors même que celles-ci sont à la peine. Leur poids sur le marché a perdu 5 points entre 2019 et 2021. En cause ? Les touristes, dont le retour dans le pays est progressif, ainsi que la concurrence redoutable des ventes en ligne. Dans ce contexte, le marché reste dominé par quelques grandes enseignes comme General Optica ou Alain Afflelou, avec une présence forte d'indépendants. Le modèle de gestion de ceux-ci est de plus en plus adossé à des groupements d'achats ou à des coopératives qui leur permettent de mutualiser certains services.

**L'outsider de la reprise ?** Optica Universitaria a longtemps été connue pour ses politiques de prix agressives. Elle vient d'être rachetée (à 80 %) par le géant allemand Fielmann, sans que les nouvelles orientations stratégiques de l'enseigne ne soient encore connues. Mais cette acquisition en fait, sans conteste, l'outsider de la reprise.

### LES CHIFFRES CLÉS DU MARCHÉ : ALLEMAGNE, ROYAUME-UNI, ESPAGNE

Source : SWV - Crédit : Bien Vu

	ALLEMAGNE	ROYAUME-UNI**	ESPAGNE
<b>LE MARCHÉ EN 2020</b>			
Population (en millions)	83,7	67,4	47,3
CA TTC (en milliards €)	5,556	3,745	1,770
Évolution vs 2020	9,8 %	21,5 %	12,2 %
Dépenses optiques par habitant (en €)	66	56	37
<b>LE MAGASIN</b>			
Nombre de magasin	11 305	6 276	9 892
Évolution vs 2020	-2 %	-0,3 %	0,3 %
CA TTC moyen par magasin (en €)	490 000	600 000	180 000
Évolution vs 2020	12,1 %	21,9 %	11,8 %
<b>LES PRODUITS (EN % DU CA TOTAL)</b>			
Verres	63 %	42 %	51 %
Montures	23 %	23 %	23 %
Solaires	4 %	3 %	8 %
Contactologie et produits d'entretien	8 %	15 %	15 %
Autres***	2 %	17 %	3 %

\*L'institut SWV (Strategy with Vision), spécialisé dans l'équipement optique et la santé visuelle, est l'un des leaders européens du consulting et des études de marché dans le secteur \*\*Le chiffre d'affaires est calculé avec un taux de change de 1,14 livre sterling pour un euro \*\*\*Inclus lunettes, équipements de basse vision et examens de vue (pour le Royaume-Uni)