

LES MARCHÉS EUROPÉENS MARQUENT LE PAS



Marc Mackenzie, président fondateur de l'institut SWV*, décrypte les tendances des principaux marchés européens et donne son éclairage sur les nouveaux acteurs.



ROYAUME-UNI :
AU RALENTI AVANT
LE BREXIT

Le Royaume-Uni a connu une année 2018 au ralenti. Contrairement à l'Allemagne, sa démographie est plutôt favorable à l'activité optique. Mais le comportement des porteurs évolue, comme le montre l'allongement significatif du renouvellement des équipements : longtemps aux alentours de 2,2 ans, il est en nette hausse depuis la fin de l'année. La concurrence de plus en plus agressive (offres allant jusqu'à - 60 % sur des montures de moyenne gamme) des sites Internet joue également.

Le challenger de l'année

Sans conteste SpecSavers. Le modèle de la chaîne, fondée par Doug Perkins, s'impose au fil des ans : en 2018, son CA affiche une hausse de + 5 %, un exploit dans un marché atone. L'enseigne s'appuie sur un bon taux de conversion entre tests de vue réalisés en magasin et achats d'équipements, grâce à une vraie complémentarité au sein des équipes entre optométristes et opticiens. Elle bénéficie également d'une bonne visibilité, entretenue sur les réseaux sociaux et à travers des sponsorings réguliers.



ALLEMAGNE : MOROSITÉ CHEZ LE GÉANT EUROPÉEN

Le marché allemand reste le plus important du continent en volume. Mais sa croissance a connu un net ralentissement en 2018. En cause : son évolution démographique avec une population vieillissante mais déjà très équipée. Et un climat morose chez les consommateurs. Tous ces éléments contribuent au tassement du marché de l'optique. Dans ce contexte, les grandes chaînes gardent leur position dominante, avec des parts de marché qui progressent (en moyenne de + 1 % par an).

Le challenger de l'année

La chaîne Apollo (groupe GrandVision) s'est clairement démarquée en 2018 dans la compétition féroce que se livrent les grandes enseignes. Elle a adopté une stratégie de communication et de promotion, centrée notamment sur l'offre de paires gratuites. Le groupe GrandVision (Apollo et Robin Look, 885 magasins) voit ainsi son chiffre d'affaires progresser de + 5,5 % sur l'année.



ESPAGNE : AU SUD, L'EMBEILLIE

Le marché espagnol est florissant. Il profite d'une démographie favorable (âge moyen de la population : 43 ans). Ce dynamisme compense le repli du marché des solaires, traditionnellement très porteur, qui échappe progressivement aux opticiens au profit de sites internet, magasins d'usine et enseignes de sport. Le marché espagnol est désormais plus mature : cela se traduit par une montée des ventes de verres, dont la part dans le CA global est passée de 46 % en 2015 à 48 %.

Le challenger de l'année

Les réseaux coopératifs sont les grands gagnants de cette embellie. Leur part de marché progresse de + 3,9 %. On observe la progression d'enseignes de taille moyenne comme MIOptico, un réseau de 96 points de vente créé il y a 5 ans par l'ancien responsable d'Alain Afflelou en Espagne. Sa stratégie s'inspire du modèle d'Afflelou, en valorisant notamment les paires gratuites. Autre réussite : Natural Optics (102 points de vente). Très développée aux Canaries et en Catalogne, l'enseigne s'appuie sur une stratégie marketing innovante et un milieu de gamme à prix compétitifs.

Source : SWV - Crédit : Bien Vu	ALLEMAGNE	ROYAUME-UNI**	ESPAGNE
LE MARCHÉ			
Population (en millions)	82,8	66,4	46,5
Chiffre d'affaires en milliards € (évolution vs 2017)	5,33 (+ 1,7 %)	3,66 (+ 0,8 %)	1,881 (+ 1,8 %)
Dépenses optiques par habitant en € (évolution vs 2017)	64 (+ 1,1 %)	55 (+ 0 %)	44 (+ 1,5 %)
LE MAGASIN			
Nombre de magasins (évolution vs 2017)	11 630 (- 0,6 %)	6 800 (- 1 %)	9934 (+ 0,9 %)
CA moyen par magasin en € (évolution vs 2017)	460 000 (+ 2,2 %)	540 000 (+ 1,8 %)	190 000 (+ 0,9 %)
LES PRODUITS (EN % DU CA TOTAL)			
Verres	62	40	48
Montures	23	25	22
Solaires	4	3	13
Contactologie et produits d'entretien	8	16	14
Autres***	3	16	3

*L'institut SWV, 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.

**Pour le Royaume-Uni, le chiffre d'affaires est calculé avec un taux de change de 1,14 livre sterling pour un euro.

***Inclus loupes, équipements de basse vision et pour le Royaume-Uni les examens de vue