

La distribution d'optique et d'audioprothèse

Nouveaux modèles de distribution, nouveaux espaces de croissance et jeu concurrentiel à l'horizon 2020

Le groupe Xerfi a le plaisir de vous annoncer la publication de son 6^e rapport sur les enjeux de la distribution d'optique et d'audioprothèse. L'étude analyse les défis auxquels sont confrontés les distributeurs traditionnels et émergents. Elle met l'accent sur les stratégies déployées pour saisir les opportunités de la digitalisation, capter les nouveaux relais de croissance et activer les leviers de la différenciation pour réinventer l'expérience client en magasin. **Le rapport présente également les performances financières des opticiens et audioprothésistes** à travers une analyse approfondie : performances globales des deux professions, performances par zone d'implantation, performances par enseigne. Enfin, l'étude apporte une cartographie détaillée des acteurs et une vision prospective du jeu concurrentiel à l'horizon 2020 face à l'impact de l'ANI, du nouveau parcours santé visuelle, du contrat responsable et du développement des réseaux de professionnels de santé des OCAM.

Grâce à cette analyse complète et opérationnelle, vous disposerez d'un véritable outil pour stimuler votre réflexion. Nous sommes à votre disposition pour vous apporter des compléments d'information concernant cette étude de référence dont vous trouverez ci-joint la présentation. Pour la recevoir, il vous suffit de nous retourner le bon de commande au verso de la plaquette ou de vous rendre directement sur notre site internet pour la télécharger immédiatement.



Téléchargez immédiatement
cette étude sur Xerfi.com

Avec le code étude 7DIS71

Delphine David
Directrice d'études
Xerfi France

La distribution d'optique et d'audioprothèse

Nouveaux modèles de distribution, nouveaux espaces de croissance et jeu concurrentiel à l'horizon 2020

Édition mai 2017
200 pages

Explorer de nouveaux terrains de création de valeur

La révision des contrats responsables et le nivellement par le bas des garanties des complémentaires santé, consécutifs à l'ANI, ont encore un peu plus durci les conditions de marché. Pour consolider leur position et défendre leurs marges, les opticiens redéployent leurs stratégies à vitesse accélérée : renforcement sur le segment du discount, valorisation de l'expertise en santé visuelle, élaboration de parcours web-to-store, intégration du digital dans des concepts d'enseignes modernisés, diversification sur le très dynamique marché de l'audioprothèse ou sur celui de la chirurgie réfractive... La profession négocie en outre un virage stratégique majeur en explorant de nouveaux terrains de vente – en officine, à domicile, en entreprise – dont la conquête passe, pour certains d'entre eux, par des alliances avec des acteurs de la filière médico-sociale (pharmaciens, sociétés de services à la personne, gestionnaires de maison de retraite ou de résidences séniors). **Quels sont les acteurs les plus à même d'exploiter ces nouveaux espaces de croissance ? Comment va évoluer le jeu concurrentiel sur les marchés de l'optique et de l'audioprothèse alors que de nouveaux entrants s'y positionnent (vente directe, pure players, Costco...) ?**

Les points clés de l'étude

- **Les perspectives du marché et de l'activité des opticiens et audioprothésistes à l'horizon 2020**
Ventes d'équipements optiques, d'aides auditives, chiffre d'affaires des opticiens et audioprothésistes.
- **Une analyse inédite du jeu concurrentiel et notre vision des grandes mutations d'ici 2020**
État des lieux complet de la concurrence, classement des groupes et enseignes d'optique et d'audioprothèse, des centrales d'achats, des e-commerçants *pure players*, nouveaux entrants, analyse prospective du jeu concurrentiel.
- **Les axes stratégiques dominants des distributeurs traditionnels et des acteurs du web**
Maillage territorial, internationalisation, renouvellement des concepts de magasins, concentration, stratégie digitale des enseignes et centrales, ouverture de points de vente par les *pure players*.
- **Les performances financières des opticiens et audioprothésistes**
Une analyse financière en trois temps : les performances globales des opticiens et audioprothésistes, les performances par zone d'implantation (taille des villes), les performances par enseigne (résultats des sociétés adhérentes à une douzaine de réseaux franchisés ou groupements coopératifs).

« Décrypter le marché et la concurrence »

La collection Xerfi Precepta vous propose des études approfondies sur une sélection de secteurs et marchés clés de l'économie française. Chaque titre poursuit un double objectif : dresser un panorama complet du jeu concurrentiel et analyser la dynamique du marché et de l'activité des entreprises à court et moyen termes.

Xerfi vous propose son analyse ainsi que sa vision prospective des marchés de l'optique et de l'audioprothèse à l'horizon 2020. L'activité des opticiens et des audioprothésistes est tiraillée entre des moteurs structurels forts et de puissants freins : évolution de la démographie, innovations technologiques, barrière psychologique à l'appareillage auditif, arbitrages budgétaires des ménages, reste à charge élevé, impact de l'ANI et du contrat responsable, développement des réseaux de professionnels de santé des OCAM...

Table des matières et contenu de l'étude

LA SYNTHÈSE & LES CONCLUSIONS STRATÉGIQUES

Cette synthèse attire l'attention sur les perspectives des marchés de l'optique et de l'audioprothèse d'ici 2020. Elle aborde les défis auxquels doivent faire face les opticiens et audioprothésistes, les stratégies élaborées par les acteurs du web et celles déployées par les distributeurs traditionnels pour défendre leurs positions. Enfin, la synthèse vous aide à mieux appréhender le jeu concurrentiel et son évolution probable dans les années à venir.

1. LES 5 ENJEUX ET DÉFIS CLÉS

- Faire face à des pressions tarifaires croissantes
- Composer avec un glissement de la demande vers l'entrée de gamme
- Anticiper la saturation du parc de magasins
- Répondre aux nouvelles formes de concurrence
- Générer du trafic dans les points de vente grâce au digital

2. L'ANALYSE ET LES PERSPECTIVES DU MARCHÉ ET DE L'ACTIVITÉ

1. LES MARCHÉS DE L'OPTIQUE ET DE L'AUDIOPROTHÈSE JUSQU'EN 2016

- L'environnement du marché et les déterminants de la demande : démographie, pouvoir d'achat, accès aux soins, prix des équipements et reste à charge, rôle des complémentaires santé, ANI, contrats responsables...
- Le marché de l'optique : ventes en valeur/volume, prix, répartition par catégorie de produits, ventes moyennes par magasin
- Le marché de l'audioprothèse : ventes en volume/valeur, répartition par catégorie d'appareils, ventes moyennes par centre

2. L'ACTIVITÉ ET LES PERFORMANCES FINANCIÈRES DES OPTICIENS ET AUDIOPROTHÉSISTES

- Une analyse détaillée du chiffre d'affaires, des principaux postes de charges, des marges et résultats des opticiens et des audioprothésistes
- Une analyse des performances financières des sociétés selon les zones d'implantation (taille des villes)

3. LE SCÉNARIO PRÉVISIONNEL À L'HORIZON 2020

- Les marchés de l'optique et de l'audioprothèse
- Le chiffre d'affaires des opticiens et audioprothésistes

3. LE JEU CONCURRENTIEL : LIGNES DE FORCES ACTUELLES ET À VENIR

1. LES OPTICIENS ET LES AUDIOPROTHÉSISTES

- La population d'opticiens et d'audioprothésistes, le parc de magasins d'optique et de centres d'audioprothèse
- Le classement des enseignes d'optique et d'audioprothèse (parc de magasins, chiffre d'affaires)
- Les centrales d'achats d'optique et d'audioprothèse (nombre de points de vente adhérents, volume d'achats)
- Les e-commerçants *pure players* spécialistes de l'optique et des accessoires auditifs (audience, chiffre d'affaires selon disponibilité)

2. L'ENVIRONNEMENT ET LES RAPPORTS DE FORCES CONCURRENTIELS

- Les fabricants : concentration et intégration verticale
- Les médecins : transfert de compétences aux opticiens
- Les OCAM : pressions tarifaires
- La concurrence interne : lutte par les coûts vs différenciation
- Les entrants potentiels : des partenaires en devenir ?
- Les substituts : des axes de diversification envisageables ?

3. LES AXES DE DÉVELOPPEMENT DES OPTICIENS ET AUDIOPROTHÉSISTES

- L'expansion des réseaux sur le marché français et à l'international
- Le rapprochement entre centrales, l'acquisition d'enseignes
- La diversification des opticiens sur le marché de l'audioprothèse
- Les stratégies digitales des acteurs traditionnels : rachat de *pure players*, création de dispositifs web-to-store, e-commerce, digitalisation des points de vente
- Les stratégies des acteurs du web : différenciation par l'offre, ouverture de points de vente, alliance avec des opticiens partenaires

4. LE JEU CONCURRENTIEL À MOYEN TERME

- Les forces et faiblesses des différents profils d'acteurs
- Notre scénario exclusif d'évolution du jeu concurrentiel

Dans cette étude, vous trouverez une analyse détaillée du paysage concurrentiel actuel et à venir. **Alors que le processus de concentration se poursuit chez les acteurs historiques de l'optique et de l'audioprothèse (rapprochements entre centrales, acquisitions d'enseignes...), de nouveaux acteurs font leur apparition sur le marché. Issus de l'amont de la filière, de la grande distribution ou encore du web, ces derniers bouleversent l'ordre établi tout en incitant les acteurs traditionnels à se réinventer pour défendre leurs positions.**

Pour compléter l'analyse, **Xerfi a identifié et décrypté les stratégies mises en œuvre par les distributeurs d'optique et d'audioprothèse.** Parmi celles-ci, la diversification des opticiens sur le marché de l'aide auditive, la transition digitale des distributeurs traditionnels (e-commerce, cross-canal, intégration du numérique dans les points de vente), la recherche de nouvelles alliances stratégiques avec des acteurs des filières médicales et sociales, l'ouverture de magasin par les acteurs du web...

4. LES PERFORMANCES PAR ENSEIGNE

Cette partie présente les performances des sociétés adhérentes à des réseaux franchisés ou groupements coopératifs. Une douzaine d'enseignes ont été passées au crible au travers de fiches détaillées (taux de marge commerciale, poids des autres achats et charges externes, poids des frais de personnel, taux de résultat net...).

- LES ENSEIGNES D'OPTIQUE

- Alain Afflelou, Atol Les Opticiens, Générale d'Optique, Grand Optical, Krys, Lissac L'Opticien, Lynx Optique, Optic 2000, Vision Plus

- LES ENSEIGNES D'AUDIOPROTHÈSE

- Audition Conseil, Entendre

5. LES FICHES D'IDENTITÉ DES PRINCIPAUX ACTEURS

Chaque fiche d'identité présente le groupe de façon détaillée : grandes dates, chiffres clés, principales filiales, enseigne(s) (parc de magasins, chiffre d'affaires réseau), centrale(s) (points de vente adhérents, volume d'achats), croissance des réseaux, audiences et fonctionnalités des sites internet, faits marquants récents.

- LES GROUPES D'OPTIQUE

- GADOL OPTIC 2000 – Optic 2000, Lissac L'Opticien, Audio 2000, Gadol
- KRYS GROUP – Krys, Krys Audition, Vision Plus, Lynx Optique
- GRANDVISION – Générale d'Optique, GrandOptical, Solaris
- ALAIN AFFLELOU – Alain Afflelou, Claro Afflelou, Alain Afflelou Acousticien, Optical Discount, Happyview.fr, Malentille.com
- MUTUALITÉ FRANÇAISE – Les Opticiens Mutualistes, Audition Mutualiste
- OPTICAL CENTER
- ATOL LES OPTICIENS

- LES SPÉCIALISTES DE L'AUDIOPROTHÈSE

- AMPLIFON – Amplifon, Audionova
- AUDIKA
- ENTENDRE

- LES CENTRALES D'ACHATS

- CDO / CDA – CDO, CDA, Monopticien.com, Allopticien.fr, Allaudition.fr...
- GROUPE SCHERTZ-LUZ – Luz Optique, Luz Audio, Audition Conseil, Opticiens Maurice Frères, Lunestore
- GROUPE ALL – Alliance Optique, Opticien Rev

LES PRINCIPAUX ACTEURS CITÉS DANS L'ÉTUDE (*)

- | | | |
|--|-------------------------------|----------------------------|
| • ACUITIS | • EAR WELL | • LYNX OPTIQUE |
| • ALAIN AFFLELOU | • EASY-VERRES | • MALENTILLE.COM |
| • ALAIN AFFLELOU ACOUSTICIEN | • E-AUDITION.FR | • MISTER SPEX |
| • ALLIANCE OPTIQUE | • ENTENDRE | • NEUROTH |
| • AMAZON | • ESPACE OPTIQUE AUCHAN | • OPTIC 2000 |
| • AMPLIFON | • ESSLOR | • OPTIC LIBRE |
| • ATOL LES OPTICIENS | • EVIOO.COM | • OPTICAL CENTER |
| • AUDI CONFORT | • EXPERTLENTILLES.FR | • OPTICAL DISCOUNT |
| • AUDIKA | • EYE LIKE | • OPTICEO |
| • AUDILAB | • GADOL | • OPTICIEN24.FR |
| • AUDILO | • GÉNÉRALE D'OPTIQUE | • OPTICIENS DUROC |
| • AUDILOUPE | • GRANDAUDITION | • OPTICIENS MAURICE FRÈRES |
| • AUDIO 2000 | • GRANDOPTICAL | • OPTIQUE E.LECLERC |
| • AUDIO PILES | • GROUPE ONE | • OPTIQUE LAFAYETTE |
| • AUDIOCENTRALE LES COMPAGNONS DE L'AUDITION | • HANS ANDERS | • OPTISSIMO |
| • AUDIONOVA | • HAPPYVIEW.FR | • OPTISTYA / AUDISTYA |
| • AUDIOPROX | • IDEAL AUDITION | • PIERRE LEMAN OPTICIENS |
| • AUDITION CONSEIL | • ITELIS | • POLETTE |
| • AUDITION MUTUALISTE | • JIMMY FAIRLY | • RETINA |
| • AUDITION SANTÉ | • KALIVIA | • REV AUDIO |
| • AUDITION SOLUTIONS | • KELOPTIC.COM | • REV OPTICIENS |
| • CARTE BLANCHE PARTENAIRES | • KRYS | • SANTÉ DISCOUNT |
| • CDA | • KRYS AUDITION | • SANTÉCLAIR |
| • CDISCOUNT | • LA BORDELAISE DE LUNETTERIE | • SENSATION AUDITIVE |
| • CDO | • LENTILLESMOINS CHERES.COM | • SENSEE |
| • CERCLE OPTIQUE | • LENTILLES-ONLINE.NET | • SÉVÉANE |
| • CLARO AFFLELOU | • LES OPTICIENS CONSEILS | • SOLUSONS |
| • C-MAVUE.COM | • LES OPTICIENS MOBILES | • SONALTO |
| • COMPTOIR AUDITION | • LES OPTICIENS MUTUALISTES | • SONANCE AUDITION |
| • CONFORTVISUEL.COM | • LISSAC L'OPTICIEN | • TOUTESMES LENTILLES.FR |
| • CONTRASTE CERAP | • LUNETTES POUR TOUS | • UNIVERS PHARMACIE |
| • CONVERSIONS | • LUNETTESTORE | • VDO |
| • COSTCO | • LUXOTTICA | • VISALIS |
| • DIRECT-OPTIC.FR | • LUZ | • VISION PLUS |
| • DYAPASON | | • VISUAL |
| | | • VIVA'SON |

(*) Liste non exhaustive

Pour recevoir votre étude **IMMÉDIATEMENT**,
COMMANDEZ directement sur : **XERFI.COM**

- ❶ Rentrez le code **7DIS71** dans la barre de recherche pour la retrouver
- ❷ Achetez l'étude directement par carte bancaire
- ❸ Recevez votre étude en format pdf sur votre compte client xerfi.com

Pour toutes **PRESTATIONS PERSONNALISÉES** (présentation, étude sur mesure, etc.), contactez Laurent Marty, Directeur Associé, lmarty@xerfi.fr

Ces études pourraient également vous intéresser

- **La nouvelle donne sur le marché de l'assurance santé et les projections 2020**
6ABF74 – Novembre 2016
- **Les portails et plateforme d'information santé en ligne**
7COM38 – Janvier 2017

Retrouvez sur le site xerfi.com le plus vaste catalogue d'études sur les secteurs et les entreprises



BONDE
COMMANDE

A retourner à :

Groupe Xerfi 13-15 rue de Calais 75009 Paris
Téléphone : 01 53 21 81 51
Email : commande@xerfi.fr

Réf : 7DIS71 / PTAX

INFORMATIONS CLIENT

Nom : _____
Prénom : _____
Fonction : _____
Société : _____
Adresse : _____
Code postal : _____
Ville : _____
Adresse email : _____
Téléphone : _____
TVA Intra : _____
N° SIRET : _____

Facture avec la livraison. Le taux de TVA applicable est celui en vigueur à la date d'émission de la facture. En cas de litige, il est fait attribution exclusive au Tribunal de Commerce de Paris.
Tarifs valables jusqu'au 31/03/2018 (TVA 20,0%).

La distribution d'optique et d'audioprothèse

Nouveaux modèles de distribution, nouveaux espaces de croissance et jeu concurrentiel à l'horizon 2020

Version papier (classeur)	Version électronique (fichier pdf)	Version électronique + version papier
2 500,00 € HT	2 400,00 € HT	2 795,00 € HT
2 637,50 € TTC	2 880,00 € TTC	3 354,00 € TTC



MODE DE RÈGLEMENT CHOISI

- dès réception de l'étude et de la facture
- par carte bancaire sur www.xerfi.com
- par chèque joint à l'ordre de XERFI-DGT

Date, signature et cachet :

XERFI-DGT SAS au capital de 5 786 051 euros - 13-15 rue de Calais 75009 Paris
RCS Paris B 523 352 607 - TVA intracommunautaire : FR22523352607