

QUESTIONS À...

Benoit JAUBERT Directeur général, GROUPE OPTIC 2000



Benoit JAUBERT
Directeur général, GROUPE OPTIC 2000

Benoit JAUBERT, vous êtes directeur général du groupe Optic 2000, quelles sont les enseignes du groupe, et combien de magasins par enseigne ?

Nous sommes un groupe coopératif constitué de **quatre enseignes d'optique et deux enseignes audio.**

Au 31 août, nous exploitons 1700 opticiens français servis par notre groupement dont **Optic 2000** qui possède 1200 magasins, **Lissac**, 255 et les 237 opticiens **Gadol** indépendants.

A ceci s'ajoute 118 Optic 2000 en Suisse.

Pour l'audio, nous exploitons 258 centres **Audio 2000.**

Nos magasins sont surtout présents en centres-villes et zones commerciales des moyennes et petites villes. Nous voulons être un réseau de proximité. Notre présence en centre commercial représente à peu près 6 à 7% de notre réseau.

A date, nous nous développons en France et en Suisse mais réfléchissons à d'autres pays pour l'avenir. Le développement de nouveaux magasins reste au cœur de notre ambition.

Nous réalisons un chiffre d'affaires de 1.292 millions d'euros TTC en 2023, une croissance de 5 %.

Au premier semestre 2024, notre croissance est de 2 %.

Un des enjeux est la synergie entre optique et audition, qu'est-ce que cela signifie en pratique ? Quelle forme cela prend-il ?

Nos deux marchés sont totalement complémentaires. A l'avenir, nous souhaitons qu'un maximum de nos opticiens aient également un centre audio. Nous avons même mis un place un format de magasins pour cela qui intègre les deux métiers. **Notre objectif est d'avoir plus de 600 centres audios à terme.** Nous avons la même démarche avec Lissac.

Les besoins en matière d'audition présentent forcément un fort potentiel du fait du vieillissement de la population, quels sont les enjeux pour vous ?

Effectivement, les évolutions démographiques vont développer nos marchés tendanciellement. Par ailleurs, c'est un marché qui innove beaucoup et les innovations se croisent. Il est certain que rapidement la lunette servira de support à la qualité d'audition et sera un support essentiel pour le confort dans la vie de tous les jours.

Quels sont les objectifs prioritaires pour votre groupe ?

Nous voulons nous inscrire le plus possible dans les évolutions de la société et de nos clients.

De ce point de vue, diriger un groupe coopératif, avoir des actionnaires qui sont eux-mêmes des exploitants et participent directement aux décisions est une force incroyable. Cela nous pousse sur certains sujets tels que la RSE.

Dans ce cadre, nous travaillons notamment à relocaliser nos approvisionnements en privilégiant la production française pour les verres mais aussi pour une partie de nos montures.

Nous nous engageons également dans la seconde vie des montures. Cela se fait déjà pour les solaires et nous attendons l'autorisation administrative pour les lunettes de vue.

Enfin, nous voulons rester l'opticien N°1 de la proximité.

Les Français ont subi d'importants impacts sur leur pouvoir d'achat et ont modifié leur consommation. Ils ont fait des arbitrages et de nombreux secteurs du commerce en souffrent aujourd'hui. Des activités comme les vôtres, plus proches des enjeux de santé sont-elles à l'abri de ces arbitrages, de ces changements de comportements et si non, qu'est-ce qui a changé ?

L'achat d'équipement visuel ou audio répond à des comportements un peu différents de la consommation classique.

Il y a des impacts par exemple de la politique sociale, tels que le zéro reste à charge. Aujourd'hui, un cinquième de nos clients sortent de nos boutiques sans rien dépenser.

Nous sommes bien entendu dépendants des évolutions des politiques des mutuelles. Nous sommes très attentifs aux préoccupations de nos clients.

Notre prix de vente moyen évolue moins vite que l'inflation par exemple (2 % environ). Bien entendu, nous avons une partie de notre clientèle qui est également plus haut de gamme. Mais, nous sommes sur un marché très concurrentiel qui pousse à une plus grande mutualisation pour les opticiens indépendants qui doivent faire face à des augmentations de coûts importants et des politiques de mutuelle qui tendent à moins rembourser le client final au fil des années.

Les Jeux olympiques viennent de se dérouler et Optic 2000 soutient plusieurs athlètes. Tout s'est-il bien déroulé ? Comment vos équipes ont-elles vécu cette période ?

Avant même les JOP, nous avions l'ambition de nous positionner comme l'opticien du sport.

Les JOP nous ont permis d'accélérer. **Nous avons développé une gamme sport déployée dans toutes nos boutiques.** La part du CA sport s'est beaucoup développée.



Par ailleurs, notre de score de reconnaissance, nous sommes passés en peu de temps de la 12^è à la première place sur ce créneau.

Nous poursuivons après les JOP avec une véritable volonté de sponsoring sportif.

Cette politique et les JOP nous ont permis d'embarquer nos associés et nous avons renforcé notre présence auprès des clubs de sport.

Pendant les JO, trente de nos salariés ont été volontaires et ont fortement contribué à la réussite des JOP. **Certains de nos opticiens étaient engagés à la polyclinique** du village olympique, nous avons eu **des porteurs de flamme** dont nous sommes très fiers. Cela a été un bon moment pour les équipes. Nous avons également été présents au sein de fans zones, à Paris, Lille et Nice, pour proposer des **dépistages visuels et auditifs**.

Enfin et c'est important, quatre médailles ont été remportées par les athlètes que nous soutenons.

Vous le savez, Procos a choisi une nouvelle raison d'être « Agir pour un commerce qui donne envie ». Que signifie pour vous un commerce qui donne envie ?

Ce choix de Procos nous parle puisque donner envie veut dire proximité, personnalisation, service client, efficacité physique et digitale, bien-être de ses patients qui est au cœur de notre raison d'être.

De notre côté, nous voulons aider chaque jour nos clients à préserver et retrouver un bien-être visuel et auditif au quotidien. Nous allons jusqu'à nous déplacer chez les clients pour assurer cette mission.

