

L'opticien Hans Anders met le cap au Sud

La filiale du groupe hollandais d'optique low-cost veut s'imposer sur l'ensemble du territoire français.

ALLETTE DE BROQUA

MARSEILLE

SERVICES Hans Anders, l'opticien néerlandais low-cost, s'attaque au sud de la France. Il vient d'inaugurer son 48^e magasin, à Marseille, dans le centre commercial Grand Littoral, à côté du premier Primark français. La filiale française avait jusqu'alors implanté ses boutiques dans le quart nord-est de la France. Elle s'intéresse désormais aux autres régions. « Nous entrons à Marseille. Nous cherchons un emplacement à Nice, les deux en succursales, explique François-Xavier Jombart, directeur général pour la France. Ensuite nous voulons nous développer en franchise, autour, dans des villes de plus petites tailles, comme Aix-en-Provence, Martigues ou Avignon. » De même, après l'ouverture de Bordeaux et de Tours en propre, il y a quelques jours, la stratégie est de multiplier les franchises autour.

François-Xavier Jombart affiche l'objectif d'inaugurer 14 boutiques en 2014 (les prochaines seront à Grenoble et Caen) et de doubler son parc d'ici à 2016 et d'arriver, à l'horizon 2025, à 400 points de vente et 200 millions d'euros de chiffre d'affaires en France. « Cela correspond à une part de marché de 8 à 10 %, contre epsilon aujourd'hui », ajoute le dirigeant. Pour cela, il mise

sur le succès du modèle économique d'Hans Anders : des produits vendus deux fois moins cher, à qualité égale, que chez ses concurrents, avec les mêmes services, soit 400 euros par équipement contre 800 euros en moyenne.

Lentilles sur Internet

La société s'appuie sur la puissance d'achat du groupe auquel elle appartient pour obtenir des prix beaucoup plus tirés pour les montures. « Hans Anders vend 1 million de montures à sa marque, avec très peu de fournisseurs, alors qu'Afflelou, par exemple, en commercialise 1,5 million mais avec une quarantaine de fournisseurs », souligne François-Xavier Jombart. Pour les verres, Hans Anders n'a qu'un seul fournisseur. Très peu de publicité et des magasins plus petits et à des emplacements de deuxième catégorie complètent le modèle. « Nous sommes aux prix de l'Internet avec le savoir-faire de l'opticien traditionnel », met en avant François-Xavier Jombart.

Le chiffre d'affaires en France a progressé de 25 % en 2013, à nombre de magasins constant, à 12 millions d'euros, alors que le marché est saturé, avec 12000 opticiens. Il prévoit par ailleurs d'ajouter à son activité, cette année, la vente en ligne de lentilles de contact, le seul créneau dans l'optique, selon lui susceptible de se développer sur Internet. ■

HANS ANDERS
EN FRANCE

48
magasins

12
millions d'euros
de chiffre d'affaires