Communiqué de Presse

24 septembre 2016

Marion Starkman
Consultante Optique
T +33 01 74 18 62 27
marion.starkman@gfk.com

Le marché européen de l'optique enregistre un chiffre d'affaires record de plus de 8.8 milliards € sur le premier semestre 2016.

Suresnes, le 24 septembre – GfK annonce les derniers résultats sur les 4 principaux marchés européens de l'optique (Allemagne, Espagne, France et Italie). Le chiffre d'affaires pour ces marchés se situe à 8.8 milliards d'euros pour le premier semestre 2016. Lors du SILMO 2016 à Paris, seront présentés les derniers chiffres clés.

L'institut d'études de marché GfK délivre les données de ventes pour les montures solaires et optiques, verres de correction, lentilles de contact et produits d'entretien.

Cette performance globale positive du marché européen est le résultat de tendances divergentes enregistrées dans chaque pays : de + 4.7% en Allemagne à +0.9% pour l'Espagne. La France (+2.2%) et l'Italie (+2.4%) se situent dans la moyenne européenne.

En Allemagne, la croissance du marché a été générée par les verres de correction et les montures optiques, qui représentent 87.6% du marché total.

La performance négative des montures solaires (-7.5%) est la principale raison de la quasi-stabilité du marché espagnol, qui est néanmoins positif sur les catégories verres de correction (+3.8%) et contactologie (+2.8%).

La France enregistre la décroissance la plus importante sur le segment de la contactologie (-2.8%) ; cependant, les 3% d'augmentation sur le marché des verres de correction – catégorie qui représente 60.9% du marché total de l'optique – ont permis au marché français de rester positif sur les six premiers mois de l'année.

Pour terminer, l'Italie est le seul pays ayant montré une croissance sur chaque segment du marché ; c'est également le pays avec la croissance la plus importante sur les montures optiques (+5.4%).

GfK
40 rue Pasteur
CS 30 007
92 156 Suresnes
France

T +33 01 74 18 60 00
F +33 01 74 18 72 33
fr@gfk.com
www.gfk.com/fr

Management
Matthias Hartmann (CEO)
Christian Diedrich (CFO)
Dr. Gerhard Hausruckinger
David Krajicek
Alessandra Cama

Supervisory Board Chairman
Ralf Klein-Bölting

RCS Nanterre B 702 004 235
SIRET 702 004 235 00041

Bilan par catégorie

Au premier semestre 2016, les verres de correction et les montures optiques qui représentent 79.8% du marché total de l'optique, ont largement contribué aux résultats positifs des opticiens en Europe dont les ventes ont cru respectivement de +3.9% et de +3.6%.

Les ventes de lentilles de contact et de produits d'entretien (9.7% en valeur du marché total de l'optique) sont stables (-0.2%). Mais sur le marché des lunettes de soleil, après une année de croissance, la tendance est revenue à la baisse (-1.8%).

C'est durant la première partie de l'année 2016 que les ventes de verres de correction et de montures optiques sur le segment premium (prix supérieur à 200€) ont le mieux performé : +9.6% de croissance pour les verres de correction, +3.7% pour les montures optiques.

Cette tendance positive sur le segment des verres de correction s'explique par la croissance à 2 chiffres des verres progressifs (+12%).

Quant aux tendances des nouveaux styles de montures, les chiffres de GfK montrent que la croissance du segment premium est due aux matériaux plus légers et aux modèles plus fins. Rappelons que la combinaison plastique/métal reste la préférée (>40% des ventes).

Le segment premium des lunettes de soleil (composé de 60% de modèles femmes) rencontre quant à lui une stabilité (-1%).

Les dépenses mensuelles pour les lentilles, avec un budget moyen de 22€ ont augmenté, ceci s'explique par la croissance constante des lentilles journalières et journalières en silicone hydrogel. On note également que les lentilles hebdomadaires et mensuelles sont en croissance en entrée de gamme.

Une analyse approfondie sur le taux de rétention des marques est maintenant disponible chez GfK pour plusieurs pays. Ce service (Contact Lenses Fit Audit POS tracking) est un outil de monitoring de l'adaptation chez les opticiens.

Le marché français de l'optique

Marion Starkman, consultante chez GfK précise : "en France, le marché des lunettes optiques et solaires est passé d'une tendance négative en valeur sur le dernier semestre 2015 (-0.6% vs 2014) à une croissance globale de +1.6% sur le premier semestre 2016, et ce bien que les conditions météorologiques aient été défavorables au mois de juin pour les solaires. »

En France, le marché global des lunettes s'élève à 1.1 milliards d'euros sur les 6 premiers mois de l'année, avec un environnement concurrentiel féroce puisque nous relevons la présence de plus de 1300 marques !

Marion Starkman ajoute : « avec plus de 100 nouvelles marques lancées en France durant ces 2 dernière années, le renouvellement est très dynamique. La concurrence n'en a jamais été aussi intense. C'est d'autant plus vrai si nous prenons en considération les marques propres des distributeurs. »

GfK a segmenté la catégorie des montures en 10 groupes de marques de façon à mettre en évidence les contributeurs à la croissance. A fin juin 2016, le "Pure Optical Brands" reste le plus gros segment avec une croissance de 3% en volume vs juin 2015. Enfin, le marché des « Optical Designers Brands » continue sur une tendance dynamique après 2 années de croissance.

Marion Starkman termine en soulignant que : « cette étude souligne les différentes dynamiques parmi les groupes et nous pensons que la spécialisation doit être un levier important pour les opticiens afin de rester en croissance sur un secteur en perpétuelle évolution. »

A propos de GfK

GfK fournit une information, de référence, sur les marchés et sur les comportements des consommateurs. Plus de 13 000 experts des études de marché combinent leur passion à 80 années d'expérience en analyse des données. GfK enrichit ainsi de sa vision globale, les insights locaux dans plus de 100 pays. Grâce à l'utilisation de technologies innovantes et à la maîtrise de l'analyse des données, GfK transforme les Big Data en Smart Data, permettant ainsi à ses clients d'améliorer leur compétitivité et d'enrichir les expériences et les choix des consommateurs. Pour en savoir plus, visitez www.gfk.com/fr et suivez nous sur www.twitter.com/GfK_en

Contact Presse

GfK
Service de Presse
40 rue Pasteur
92156 Suresnes - France
www.gfk.com/fr

LinkedIn | Twitter | Facebook | YouTube | G+