

Communiqué de presse

En croissance au premier semestre 2015 le marché européen de l'Optique passe la barre des 8 milliards d'euros

25 Septembre 2015

Raphaël Couderc
T +33 0174186157
raphael.couderc@gfk.com

Paris, 25 Septembre 2015 – L'Institut d'études de marché GfK délivre le bilan du marché européen de l'Optique à partir de ses panels de distributeurs actifs en Italie, France, Espagne et Allemagne. A l'issue du premier semestre 2015 en Europe, le chiffre d'affaires de l'Optique s'élève à 8,1 Milliards d'euros, en croissance significative de +4% comparé à la même période l'année précédente. Tels sont les principaux enseignements communiqués par GfK sur le marché de l'Optique en Europe à l'occasion du salon SILMO 2015 à Paris.

Les analyses portées par GfK restituent une croissance généralisée à l'ensemble des catégories solaires, montures, verre de correction et contactologie. Le cabinet note cependant des disparités dans les pays audités.

L'Italie et l'Espagne retrouvent la voie de la croissance après une année 2014 difficile et terminent le 1er semestre 2015 sur des tendances valeur positives (respectivement +5% et +10% à fin juin), grâce à la performance des solaires. L'Allemagne maintient le plus fort taux de croissance avec une solide progression du CA sur les 6 premiers mois de l'année 2015 à +7,6%. En revanche, dans l'Hexagone, qui représente 36% du chiffre d'affaires de cette région, l'Institut GfK confirme une stabilité de la croissance valeur, soit +0,9%.

Un bon début d'année pour l'ensemble des catégories.

La part des verres de correction et des montures optique est toujours aussi conséquente en termes de chiffre d'affaires puisque ces 2 catégories absorbent 80% du marché total de l'Optique et progressent de 5,3% au premier semestre 2015. La contactologie et produits d'entretien (10% du CA global du marché de l'Optique) affichent un score toujours confortable : +2,9% Et après deux saisons en repli (-7% au premier semestre 2013 et -0,6% sur la même période en 2014) le marché des solaires montre enfin des signes de revitalisation avec un chiffre d'affaires en hausse de +3,6% au premier semestre 2015 en Europe.

Les montures en croissance.

Pour Gianni COSSAR, Directeur Mondial des marchés de l'Optique chez GfK : « *L'appétence des consommateurs pour les solaires a profité à l'ensemble de la filière. Le marché des montures passe ainsi d'une croissance molle au premier semestre 2014 (+0,1% versus 2013), à une solide valorisation*

GfK SE
Nordwestring 101
90419 Nuremberg
Germany

Tel. +49 911 395-0
Fax +49 911 395-2209
public.relations@gfk.com
www.gfk.com

Management Board:
Matthias Hartmann (CEO)
Christian Diedrich (CFO)
Dr. Gerhard Hausruckinger
Debra A. Pruent

Chairman of the
Supervisory Board:
Dr. Arno Mahler

Commercial register
Nuremberg HRB 25014

de +4,7% sur le premier semestre 2015. Cela génère des dynamiques et des mouvements particulièrement intéressants. Jusqu'à l'année dernière, le marché se développait principalement autour d'une offre d'entrée de gamme et Premium, avec un milieu de gamme très timide dans ses performances. Mais sur ce premier semestre 2015, seul le segment Luxe (produits proposés à partir de 280€) qui représentent environ 8% du marché, génère une croissance valeur à deux chiffres de +11% comparée à la même période en 2014. Dans ce contexte, le marché de l'Optique adopte les mêmes mécanismes que n'importe quel autre marché du secteur de la mode ».

Marion STARKMAN, Consultante Marketing Senior sur le marché de l'Optique en France chez GfK ajoute : *“En analysant de plus près le marché français, nous constatons une légère érosion du chiffre d'affaires des montures soit -0,3% entre janvier et juin 2015. Nous l'expliquons par les résultats décevants du segment solaire impacté par le climat mitigé en ce début de saison. Le marché Français n'en demeure pas moins attractif puisque le secteur a généré près d'1 milliard d'euros de chiffre d'affaires sur ce premier semestre (935 Millions €) avec plus de 1300 marques actives sur le territoire. Sur les 3 dernières années, plus de 150 nouvelles marques ont été introduites, ce qui vient apporter un peu d'émulation entre les fabricants et les marques distributeurs ».*

Parmi les 11 segments que distingue GfK en France, à fin juin 2015, celui des « Pure Opticals Brands » demeure le plus important malgré un déficit des actes d'achats de -2,5% au premier semestre. Les 'Couture Brands' constituent le deuxième segment aussi bien en volume qu'en valeur mais avec une consommation ralentie. Dans le même temps les 'Optical Designers' et 'Children's Brands' enregistrent des ventes à la hausse et sont les contributeurs à la croissance.

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

Contact Presse

Raphaël Couderc

Service de Presse

T +33 01 7418 6157

raphael.couderc@gfk.com