

RÉSULTATS 2015 ET PROJECTIONS 2016

KRYS GROUP AFFICHE UN BILAN POSITIF, QUI VALIDE DES ORIENTATIONS STRATÉGIQUES PORTEUSES

Le 20 mars dernier, à Monaco, KRYS GROUP annonçait ses résultats financiers à l'occasion de son Assemblée Générale, présidée par Fabien Hamès. L'exercice 2015 révèle les bonnes performances du leader de l'optique sur un marché tendu, qui confirment la pertinence de ses choix stratégiques. Cette Assemblée Générale a également été marquée par la célébration du 50e anniversaire de la coopérative, créée en 1966 par un groupe d'opticiens déterminés à émerger sur un marché traditionnel. L'occasion de réaffirmer la réussite d'un modèle économique qui a fait ses preuves, mais aussi de rendre hommage aux valeurs humaines et à l'esprit de coopération du groupement.

Chiffres clés

Le marché de l'optique en France

+ 0,5%
de variation par
rapport à 2014*

Les résultats de KRYS GROUP en détail**

	Nombre de magasins au 31/12/2015	Chiffre d'affaires 2015	Variation par rapport à 2014**
G K R R O Y U S P	1 324	929 M€	+ 2,3%
Krys	872	733 M€	+ 2,1%
vision plus <small>optique</small>	340	124 M€	+ 4%
Lynx <small>OPTIQUE</small>	112	71 M€	+ 1,4%

	2015	2014	Variation
• Résultat net consolidé	3 M€	5,7 M€	- 26%
• Endettement en % du CA	21	21	0%

“ Commentant ces performances, Jean-Pierre Champion, Directeur Général KRYS GROUP, a déclaré : « 2015 est une année positive pour KRYS GROUP, marquée par le retour à la croissance : notre chiffre d'affaires, à parc de magasins constant, augmente significativement, enregistrant une évolution supérieure à celle du marché pour la première fois depuis longtemps. Ainsi, nous progressons plus vite que nos concurrents dans beaucoup de zones de chalandise en France et le travail engagé porte ses fruits. »

* Source : i+c, décembre 2015

** A parc comparable

Le point sur les résultats 2015

Le bilan de l'exercice 2015 s'avère donc positif pour KRYS GROUP avec une bonne dynamique sur l'ensemble de son réseau. À périmètre constant, son chiffre d'affaires progresse de façon significative, se portant à 929 millions d'euros, soit une progression de 2,3%, plus rapide que celle du marché, à 0,5%, et ce, pour la première fois depuis longtemps.

2015 vient aussi consolider le repositionnement de Vision Plus, puisque l'Enseigne affiche la meilleure progression du Groupe (4%). Ayant revu son business model en 2014, elle propose aujourd'hui les cotisations les plus basses du marché (2,2% en moyenne à l'échelle nationale).

Les résultats financiers sont solides et satisfaisants, avec un résultat net de 3 millions d'euros TTC. Ce chiffre s'explique par la politique d'investissement du Groupe, notamment dans son usine de Bazainville (Yvelines), mais aussi au profit de l'outil informatique, ainsi que de campagnes publicitaires et marketing. Des décisions stratégiques et nécessaires pour faire face à la contraction prévisible du marché. Enfin, toujours dans une logique d'investissement, KRYS GROUP a décidé, cette année encore, de ne pas distribuer de dividendes à ses actionnaires.

Une stratégie renforcée en 2016 pour faire face aux enjeux du marché

Afin de conforter sa position de leader et de relever les défis à venir, KRYS GROUP renforcera encore sa stratégie durant l'exercice 2016, en s'appuyant notamment cette année sur 4 axes de développement majeurs.

1. Agir pour faire face à la contraction du marché, qui devrait mécaniquement enregistrer une baisse de 15%, par l'effet cumulé des mesures réglementaires et législatives. Pour y parvenir, le Groupe s'appuie sur 3 leviers d'action :

- **L'investissement** : en premier lieu dans son outil industriel et logistique pour financer l'évolution de son site de production de Bazainville (Yvelines). D'ici à 2017, 12 millions d'euros seront investis pour permettre une croissance de 50% des volumes vendus et augmenter la capacité de télé-détournage et de traitement des verres. Dans le domaine informatique ensuite. Les investissements portent sur la poursuite du déploiement en magasins du logiciel de gestion Konvergence. Celui-ci est accéléré pour faire basculer l'ensemble du réseau d'ici au 1er juillet 2016, soit avec 6 mois d'avance sur les prévisions initiales. Enfin, les investissements marketing sont intensifiés, notamment avec le retour de Krys en télévision pour célébrer les 50 ans de l'Enseigne. En matière de sponsoring, le partenariat avec le Tour de France est reconduit, Krys sponsorisant ainsi le maillot blanc.
- **L'optimisation de son positionnement prix** : le Groupe enregistre une croissance de 2,3% en valeur, chiffre se portant à 6,4% en volume, ce qui traduit sa volonté de diminuer les prix de vente à l'échelle globale.
- **Une stratégie axée sur la création de valeur** : en faisant évoluer le modèle économique de ses magasins, KRYS GROUP entend les aider à trouver l'équilibre entre volume de ventes et marge unitaire. Pour préserver cette dernière, les opticiens pourront recourir massivement aux achats via CODIR, monter en gamme et valoriser auprès de leurs clients la deuxième paire.

2. Travailler sur la différenciation pour se démarquer des autres acteurs du marché. Avec ses 3 Enseignes aux positionnements clairs et complémentaires, dont Krys qui a été élue pour la 4e année consécutive « Enseigne d'optique préférée des Français¹ », le Groupe entend développer toujours plus ses atouts concurrentiels.

Dès 2016, les Enseignes doivent ré-enchanter l'expérience client, en s'appuyant sur l'omnicanalité et sur des offres de services conçues comme des vecteurs de fidélisation.

L'Assemblée Générale de Monaco a été l'occasion de présenter aux adhérents de la coopérative une toute nouvelle alliance stratégique avec VSP, géant mondial nord-américain des assurances. Ce rapprochement va permettre le développement d'une offre de services, à retrouver prochainement dans les magasins Krys.

3. Rééquilibrer la relation avec les réseaux de soins. Avec un poids économique de 30% sur le chiffre d'affaires de KRYG GROUP, les réseaux de soins représentent indéniablement un relais de croissance. Pour autant, cette évolution rapide de leur impact pourrait devenir une menace, si elle se prolongeait sans condition.

Il convient donc de préparer les prochains appels d'offres, prévus en 2019. Cela pourra se faire en établissant une collaboration gagnant/gagnant avec ces réseaux, en s'assurant que les grilles tarifaires répondent à tous les besoins en matière de santé visuelle, sans nivellement par le bas, et en militant pour que ces appels d'offres soient totalement transparents.

4. Accompagner le développement du réseau, qui s'est déjà agrandi en 2015 avec 40 nouveaux points de vente, portant leur nombre à 1 324 en France. Cette année, KRYG GROUP envisage d'ouvrir ou de faire passer sous l'une de ses 3 Enseignes 46 magasins supplémentaires.

Pour optimiser le recrutement et continuer à gagner des parts de marché, les cotisations des adhérents KRYG GROUP n'augmenteront pas pour la 3^e année consécutive. Celles de l'Enseigne Vision Plus révolutionnent d'ailleurs les standards du marché, puisque ce sont les plus basses, à 2,2% en moyenne à l'échelle nationale.

Enfin, l'Enseigne Krys, qui célèbre son cinquantenaire, propose une offre exceptionnelle : 3 ans d'exonération de cotisation d'Enseigne pour toute adhésion réalisée avant le 31 décembre 2016².

« En 1966, une poignée de jeunes opticiens, entrepreneurs dans l'âme, se regroupent pour fonder une coopérative devenue, 50 ans plus tard, le groupement leader de l'optique en France. KRYG GROUP, c'est une histoire d'innovation, de savoir-faire, d'exigence et de partage. Nous avons toujours été précurseurs. Nous sommes les mieux armés pour faire face aux défis à venir », conclut Jean-Pierre CHAMPION.

3 Enseignes aux positionnements complémentaires pour couvrir tout le marché

Krys - Avec l'objectif d'en offrir davantage au consommateur pour un même niveau de dépenses, l'Enseigne s'est engagée en 2015 dans un nouveau cycle, fondé sur des temps forts marchands, une identité revisitée et un dispositif média réinventé. L'objectif : recruter de nouveaux clients, en rendant la marque toujours plus accessible et désirable.

Vision Plus - Cette Enseigne propose le modèle économique le plus attractif du marché pour ses opticiens, puisque les cotisations moyennes se situent à 2,2%. De plus, elle a vu son positionnement repensé autour du savoir-faire de l'opticien pour offrir à ses clients davantage de proximité.

Lynx Optique - Enseigne basée sur le prix, son offensive commerciale va se poursuivre avec des offres originales. Le but est de permettre aux consommateurs de respecter leur budget, tout en accédant à des marques de référence. Ainsi, elle mise plus que jamais sur le renforcement de sa stratégie digitale au cours des prochains mois.

De nouveaux administrateurs pour KRYG GROUP

À l'issue de l'Assemblée Générale, deux nouveaux administrateurs ont été élus et rejoignent le Conseil d'Administration de KRYG GROUP : **Valérie Nicolini Vogel et Cyril Mallet.**

G K R R O Y U S P

A PROPOS DE KRYG GROUP

KRYG GROUP est le leader de l'optique en France avec ses 3 Enseignes – Krys, Vision Plus, Lynx Optique – et près de 5 millions de clients par an. Pour les accueillir et les conseiller chaque jour, 6 000 spécialistes sont répartis sur près de 1 400 points de vente. Depuis 1966, KRYG GROUP est organisé en coopérative et, depuis 1980, le site de Bazainville (Yvelines) regroupe ses activités d'achat et de production. À ce jour, avec ses 3 Enseignes, KRYG GROUP a passé le cap des 1 100 magasins certifiés par AFNOR Certification. Pour en savoir plus sur l'usine de Bazainville, rendez-vous sur la chaîne YouTube de KRYG GROUP.

Pour plus d'informations :
www.krys-group.com



À PROPOS DE VSP VISION CARE

Groupe américain jouant un rôle majeur dans le secteur optique, VSP Vision Care est l'assureur N° 1 aux États-Unis avec plus de 49 000 entreprises clientes et 77 millions de personnes couvertes.

Le groupe est également propriétaire de Marchon Eyewear, qui gère les licences de marques de lunettes comme Chloé, Nike ou Lacoste. Également prestataire de services informatiques via sa branche Eyefinity, VSP équipe en France environ 4 000 magasins de ses logiciels. Sa mission : rendre la santé visuelle accessible à tous, en s'appuyant sur un réseau de professionnels, qui réinvente constamment l'accès aux soins comme aux équipements optiques.

Pour plus d'informations :
www.vsp.com