

KRYS GROUP : bonne résistance des performances opérationnelles et financières

- **KRYS GROUP continue de surperformer le marché dans un contexte de crise sans précédent.**
- **Le Groupe conforte son leadership avec des parts de marché en hausse de 0,4 point à 15,8%¹.**
- **Une réponse offensive à la crise pour accélérer la stratégie de développement du Groupe.**

Nanterre, le 6 avril 2021 - **KRYS GROUP, le leader de l'optique en France, enregistre des ventes de 1,015 milliard d'Euros en 2020, en retrait limité de 9,8% par rapport à 2019. Dans un contexte de crise sanitaire sans précédent ayant entraîné la fermeture des magasins du réseau pendant deux mois, KRYS GROUP continue de gagner des parts de marché, démontrant une nouvelle fois la résilience de son modèle et la pertinence de sa stratégie. Pour asseoir son positionnement et poursuivre son développement, KRYS GROUP aborde 2021 avec détermination et ambition, faisant le choix d'une réponse offensive à la crise et plus généralement à la mutation du secteur de l'optique en France.**

Jean-Pierre Champion, Directeur Général de KRYS GROUP déclare :

« L'exercice 2020 a été marqué par un challenge suivi d'un choc. Le challenge de la mise en place du 100% santé, que notre Groupe avait anticipé, et le choc d'une crise sanitaire majeure face à laquelle nous avons réagi collectivement et de façon pragmatique.

Dans ce contexte, le secteur de l'optique a accéléré sa mutation et, malgré une intensité concurrentielle exacerbée, KRYS GROUP a continué de gagner des parts de marché. Sur la base de fondamentaux solides, en premier lieu desquels un positionnement unique de distributeur-producteur et un modèle coopératif entrepreneurial, notre Groupe a pu démontrer sa résilience en étant capable de s'adapter très rapidement aux mesures de confinement avant de capter le fort rebond du marché observé dès le mois de mai.

Nous abordons 2021 plus déterminés que jamais et avons décidé d'un plan de surinvestissement pour amplifier cette phase de rebond. Fidèles à nos convictions et à nos engagements d'excellence et d'innovation au service de la santé visuelle et auditive des Français, nous avons choisi d'adopter une posture offensive malgré la crise sanitaire pour continuer d'inscrire le Groupe dans une trajectoire de croissance durable et responsable. »

Les comptes de KRYS GROUP pour l'exercice clos le 30/09/2020 ont été approuvés et les données commerciales de l'année calendaire 2020 ont été présentées lors de l'Assemblée Générale du 29 mars 2021.

¹ Sur la base du marché de l'optique tel qu'évalué par I+C et GFK

En M€	2020	2019	Variation
Activité des magasins au 31/12			
Chiffre d'affaires des réseaux ^(*)	1 015	1 125	-9,8%
<i>Dont France^(*)</i>	995	1 099	-9,5%
Nombre de magasins (unités)	1 433	1 420	+0,9%
<i>Dont France (unités)</i>	1 382	1 371	+0,8%
Parts de marché France (%)	15,8%	15,4%	+0,4 pt
^(*) Données TTC, Optique uniquement			
Activité tête de réseau au 30/09			
Chiffre d'affaires	208,9	230,7	-9,4%
<i>Dont chiffre d'affaires Codir</i>	128,3	135,2	-5,1%
Résultat d'exploitation	6,3	14,6	-56,9%
Résultat d'exploitation (en %)	3%	6,3%	-3,3%

Bonne résistance dans un contexte de crise majeure

Pour l'année calendaire 2020, les ventes de KRYUS GROUP en France atteignent 995 M€, en repli de 9,5% par rapport à 2019 (-10,6% à parc constant). En 2020, le réseau a continué de s'étendre avec 32 ouvertures de magasins en France et 3 ouvertures à l'international. Dans un marché en baisse de 12%², le Groupe conforte sa place de numéro un français et accroît ses parts de marché de 0,4 point, à 15,8 %.

Le début d'exercice a été marqué par l'entrée en vigueur du 100% santé, que le Groupe avait largement anticipé. Développement d'offres attractives, formation, évolution de l'outil informatique, les partis-pris du Groupe lui ont permis de maximiser l'effet « prime au leader » et de gagner de nouveaux clients.

A compter du mois de mars, les mesures de confinement prises par le Gouvernement afin d'endiguer la propagation de la Covid-19 ont conduit le Groupe à s'adapter rapidement et à mettre en place une série de mesures visant à protéger ses équipes, ses clients et ses fondamentaux économiques. Ainsi, comme tous les acteurs de la filière optique, KRYUS GROUP n'a pas eu d'autre choix que de fermer ses magasins pendant le premier confinement, la sécurité des clients et des équipes ne pouvant être assurée. La mise en place d'un protocole sanitaire particulièrement exigeant a permis, dès le 11 mai, la réouverture de l'ensemble des magasins du réseau KRYUS GROUP qui a ainsi pu bénéficier d'un fort effet de rattrapage sur le reste de l'exercice.

La digitalisation de l'organisation, déjà largement initiée, s'est accélérée et le Groupe a pu compter sur ses outils informatiques ainsi que sur l'adaptabilité de ses équipes et de ses associés pour rebondir dès la levée du confinement. Les mois d'octobre et décembre ont permis d'établir de nouveaux records de croissance et le gain de nouveaux clients pour le Groupe, avec un chiffre d'affaires qui a bondi respectivement de 15% et de 20%.

Un site industriel unique, levier de compétitivité et d'efficacité

Le site industriel de Bazainville (78) enregistre un chiffre d'affaires de 128 M€ à fin septembre 2020, en léger recul par rapport à l'exercice précédent malgré deux mois de fermeture.

Tout au long de 2020, le rôle du site de Bazainville aura été décisif à la fois pour accompagner la mise en place des mesures sanitaires nécessaires à la réouverture du réseau, mais aussi pour assurer le redémarrage et soutenir le rebond de l'activité. En dépit d'un contexte fortement perturbé, les investissements consentis par le Groupe ont permis d'augmenter les capacités de production du site de près de 30% en 2020.

² Source : GfK en non comparable

En 20 ans, le site s'est profondément modifié pour devenir un solide levier de compétitivité et un atout concurrentiel majeur, permettant de massifier les achats, de réaliser des économies d'échelle substantielles et de stimuler la politique d'innovation du Groupe. KRYSGROUP entend continuer d'investir sur ce site avec un projet d'agrandissement à horizon 2023, témoignant de la force du « Produire en France ».

En misant sur l'innovation, KRYSGROUP poursuit une stratégie offensive

A l'issue d'une année 2020 difficile, KRYSGROUP a démontré sa capacité de résilience et a gagné en agilité. Le Groupe est aujourd'hui mieux armé que jamais pour continuer à se développer sur un marché en profonde mutation, sous l'effet de la crise sanitaire et des chocs successifs de régulation. Dans cet environnement, KRYSGROUP entend poursuivre le déploiement de son plan stratégique Vision 2025 et l'année qui s'annonce sera décisive avec le déploiement de nombreuses innovations.

■ **Signature Krys, une offre disruptive au service de la santé visuelle des Français**

En 2021, l'enseigne emblématique du Groupe réinvente le parcours d'achat en posant comme principe fondateur de Signature Krys que le client ne doit dorénavant acheter que ce qu'il comprend vraiment et que le bien voir, comme la protection visuelle, sont une dette et non un moyen de surfacturer l'innovation technologique. KRYSGROUP invente un nouveau parcours d'achat et un verre tous deux ultra personnalisés, ouvre de nouvelles perspectives et n'hésite pas à prendre le contre-pied des principaux verriers.

■ **Un portefeuille de marques revu pour une présence renforcée sur tous les segments du marché**

KRYSGROUP a raffiné son portefeuille de marques pour réaffirmer le positionnement de chaque enseigne et renforcer leurs différences. Le Groupe entend ainsi mieux adresser les différents segments de marché.

- Vaisseau amiral du Groupe, **Krys** promet toujours davantage de services et d'innovations pour un prix qui ne doit jamais cesser d'être accessible, comme en témoignent les lancements d'offres de rupture, qui sont, et seront, révélées en 2021. Elue enseigne d'optique préférée des Français pour la 7^{ème} année en 2020, Krys entend cultiver la préférence client en créant une expérience d'achat unique.
- **Lynx Optique YOU DO** est l'enseigne « prix » du Groupe, qui s'adresse aux clients souhaitant acheter des lunettes de qualité, plus facilement, moins chères et plus souvent. Avec un nouveau concept moderne, ouvert, participatif et décomplexé, l'enseigne s'attaque au marché de l'achat d'optique 100% en ligne et permet de diviser par deux le temps consacré à l'achat de lunettes.
- **Vision Plus devient le Collectif des Lunetiers**, une enseigne d'ultra-proximité, dédiée aux clients recherchant la proximité tant géographique que relationnelle, avec une offre adaptée localement, des ambiances et des services différents selon les opticiens. Le Collectif des Lunetiers entend conjuguer les atouts des magasins indépendants aux forces d'un Groupe coopératif leader du secteur.

■ **Des solutions de financement pour répondre à l'évolution des modes de consommation**

En 2021, KRYSGROUP déploiera dans ses trois enseignes de nouvelles solutions de financement et de services qui répondent à un mode de consommation basé sur l'usage et qui se développe notamment parmi les plus jeunes. C'est une pratique qui se développe et qui est appelée à s'étendre.

■ **Krys Audition, l'arme de diversification du Groupe**

Alors qu'entre en application le 100% santé audio, véritable opportunité permettant de démocratiser l'usage des aides auditives, Krys Audition qui compte aujourd'hui 176 centres et espaces dédiés, poursuit son développement rapide et mise sur la sensibilisation de tous les Français aux troubles de l'audition qui touchent aussi bien les séniors que les plus jeunes. L'enjeu pour la marque est

important, puisqu'il s'agit de banaliser le recours aux appareils auditifs, pour une meilleure santé auditive pour tous.

▪ Freination de la myopie, un enjeu stratégique pour KRYSP GROUP

En tant qu'opticiens engagés et experts de la santé visuelle, KRYSP GROUP s'est emparé de cet enjeu de santé publique par la mise en place d'actions de prévention et le renforcement de l'offre en magasin visant à sensibiliser les Français, alerter sur les conséquences possibles de la myopie, mieux la dépister et mesurer l'évolution de sa prévalence. Ainsi, le CHU de Poitiers a lancé en 2016 la première étude de grande ampleur sur la myopie en France, dirigée par le Pr Nicolas Leveziel et en collaboration avec le Groupe. Cette étude, dont les résultats seront publiés très prochainement, a inclus un échantillon très important d'enfants myopes, âgés de 4 à 17 ans et suivis sur une période de 5 ans. Dernière innovation en date, le verre HOYA MiYOSMART Vision, premier verre de freination de la myopie dédié à l'enfant, rejoint l'éventail de solutions distribuées par Krys afin que chaque enfant myope puisse trouver la réponse la mieux adaptée à son besoin.

« Qu'il s'agisse de la mise en œuvre du 100% santé ou des mesures sanitaires prises pour faire face à la pandémie, le Groupe et ses opticiens ont démontré, tout au long de l'exercice, leur sérieux et leur engagement. Grâce aux innovations du Groupe, l'opticien devient de plus en plus acteur de l'examen de vue, de la compréhension de son client, et de l'évaluation de ses capacités visuelles, et désormais auditives, pour lui proposer une solution parfaitement adaptée. Autant d'avancées qui permettent au Groupe d'aller encore plus loin sur son cœur de métier : la santé visuelle et auditive de tous les Français, » conclut Jean-Pierre Champion.

À PROPOS DE KRYSP GROUP

Leader français du marché de l'optique, KRYSP GROUP marque sa différence par les valeurs coopératives qui l'ont porté depuis sa création en 1966. Fort de 1 433 magasins dans le monde sous 3 enseignes complémentaires – Krys, Vision Plus et Lynx Optique – KRYSP GROUP affiche des ventes de plus d'un milliard d'euros en 2020. Distributeur et producteur, il est le 1er employeur du secteur en France où il emploie 6 000 personnes. 1er verrier à obtenir, en 2012, la certification « Origine France Garantie », KRYSP GROUP est le seul groupement d'optique à fabriquer lui-même ses verres en France, à Bazainville (78). Un gage de qualité, de rapidité et de compétitivité dont il fait directement bénéficier ses 4 millions de clients. Depuis 2014, KRYSP GROUP a développé une offre dédiée à la santé auditive et compte aujourd'hui 176 espaces Krys Audition.

Pour plus d'information, consulter notre site Internet : www.krys-group.com

Retrouvez-nous sur les réseaux sociaux :



Contacts Presse

EDIFICE Communication

Alexandre Boisseau - 06 50 71 45 42 - alexandre@edifice-communication.com

Méline Montbrun - 06 49 58 54 79 - melinda@edifice-communication.com