

## KRYS GROUP continue de surperformer le marché de l'optique et de l'audition en France

- Un chiffre d'affaires en hausse de 5,5% par rapport à 2021 et de 13,8% par rapport à 2019, année de référence pré-Covid.
- Un leadership incontesté avec des parts de marché en hausse de 0,5 pp à 16,5%<sup>1</sup> dans l'optique.
- Krystal 2028, un nouveau plan stratégique pour toujours plus d'engagement, de proximité et de préférence.

**Nanterre, le 20 mars 2023** - En 2022, KRYSGROUP renforce son leadership avec des ventes cumulées Optique et Audition qui s'élèvent à 1,265 milliard d'euros, en hausse de 5,5% par rapport à 2021 et de 13,8% par rapport aux ventes de 2019, pré-Covid. Le réseau continue de s'étendre, avec l'ouverture de 51 magasins, dont le 1000<sup>ème</sup> magasin Krys, le 400<sup>ème</sup> Le Collectif des Lunetiers et le 200<sup>ème</sup> Krys Audition, témoignant de l'attractivité des enseignes du Groupe et de la pertinence de son modèle unique de distributeur-producteur.

**Jean-Pierre Champion, Directeur Général de KRYSGROUP déclare :**

*« L'exercice 2022 a plus que tenu ses promesses avec un chiffre d'affaires en croissance et la clôture avec 2 ans d'avance de notre plan Vision 2025 ! Cette année encore nous surperformons le marché optique de 2,4 points et le marché audio de 6 points. C'est le résultat d'un engagement sans faille des opticiens et audioprothésistes du Groupe et de toutes nos équipes qui œuvrent quotidiennement pour garantir la satisfaction de nos clients et prendre soin de leur santé visuelle et auditive. Nous abordons l'année 2023 avec sérénité mais aussi prudence dans un environnement macro-économique perturbé et un contexte durablement inflationniste. Nous devons rester vigilants et veiller à ce que nos atouts concurrentiels, en premier lieu desquels notre modèle unique de distributeur-producteur, restent des leviers clés pour continuer de renforcer notre avance sur nos marchés. KRYSGROUP dispose de tous les fondamentaux nécessaires pour ouvrir une nouvelle phase de conquête, accélérer son développement et se projeter avec confiance pour les 5 années à venir. »*

---

<sup>1</sup>Source : GFK

Les comptes de KRYSP GROUP pour l'exercice clos le 30/09/2022 ont été approuvés et les données commerciales de l'année calendaire 2022 ont été présentées lors de l'Assemblée Générale du 19 mars 2023.

En M€	2022	2021	Var. 22/21	2019	Var. 22/19
<b>Activité Optique des magasins au 31/12 Monde</b>					
Chiffre d'affaires des réseaux <sup>(*)</sup>	1 251	1 192	+4,9%	1 125	+11,2%
<i>Dont France<sup>(*)</sup></i>	1 225	1 161	+5,5%	1 099	+11,4%
Nombre de magasins (unités)	1 533	1 495	+2,5%	1 420	+8,0%
<i>Dont France (unités)</i>	1 481	1 444	+2,6%	1 371	+8,0%
<b>Parts de marché France (%)</b>	<b>16,5%</b>	<b>16,0%</b>	<b>+0,5pp</b>	<b>15,4%</b>	<b>+1,1pp</b>

En M€	2022	2021	Var. 22/21	2019	Var. 22/19
<b>Activité Optique et Audition des magasins au 31/12 - France uniquement</b>					
Chiffre d'affaires Optique <sup>(*)</sup>	1 225	1 161	+5,5%	1 099	+11,4%
Chiffre d'affaires Audition <sup>(*)</sup>	39,7	38,1	+4%	13	+207,7%
<b>Total</b>	<b>1 265</b>	<b>1 199</b>	<b>+5,5%</b>	<b>1 112</b>	<b>+13,8%</b>

<sup>(\*)</sup> Données TTC

En M€	2022	2021	Var. 22/21	2019	Var. 22/19
<b>Activité tête de réseau au 30/09</b>					
Chiffre d'affaires	264,7	251,1	+5,4%	230,7	+14,7%
<i>Dont chiffre d'affaires Codir</i>	150,7	149,8	+0,6%	131,1	+15%
Résultat d'exploitation	9,4	14,1	-33,3%	14,6	-35,6%
<i>Marge d'exploitation (en %)</i>	3,6%	5,6%	-	6,3%	-

## 2022 : KRYSP GROUP continue de renforcer son leadership

Pour l'année calendaire 2022, les ventes optique de KRYSP GROUP en France sont en croissance de 5,5% par rapport à 2021 (+3,1% à parc constant) et de 11,4% par rapport à 2019 (+6,5% à parc

constant), année de référence pré-Covid. Grâce à ces très bonnes performances, le Groupe conforte sa place de numéro un français et accroît ses parts de marché de 0,5 point de pourcentage, à 16,5 %.

A fin 2022, les enseignes de KRYSGROUP, à savoir Krys, Le Collectif des Lunetiers et Lynx Optique You Do, comptent 1 533 magasins et 225 espaces audition. 51 nouveaux magasins d'optique ont été ouverts au cours de l'exercice, dont notamment le 1000<sup>ème</sup> magasin Krys, le 400<sup>ème</sup> Le Collectif des Lunetiers et le 200<sup>ème</sup> Krys Audition.

Cette dynamique est soutenue par un "plan Marshall" de 50 M€ lancé l'année dernière en réponse aux effets de la crise sanitaire et étalé sur 5 ans pour notamment soutenir les ouvertures de magasin, investir dans l'outil informatique et accroître les capacités de production du site industriel de Bazainville.

### Le site industriel de Bazainville, un bouclier anti-inflation pour les magasins du réseau

Le site industriel de Bazainville (78) enregistre un chiffre d'affaires de 150 M€ à fin septembre 2022, en croissance de 0,6% par rapport à 2021 et de 15% par rapport à 2019, année de référence pré-Covid. Ces résultats sont le reflet de la bonne performance du réseau et de l'efficacité de cet outil industriel. En ayant fait le choix précurseur de rapatrier sa production en France et d'investir massivement sur ce site depuis 20 ans, KRYSGROUP a bâti un solide levier de compétitivité qui lui permet de massifier ses achats, de réaliser des économies d'échelle substantielles et de stimuler la politique d'innovation du Groupe.

Pour accroître encore davantage sa compétitivité, le Groupe a lancé il y a un peu plus d'un an, un plan d'investissement de 23 millions d'euros qui va permettre d'agrandir significativement le site et de renforcer sa productivité. Fin 2023, ce seront ainsi 1,8 million de verres à haute valeur ajoutée qui seront produits (contre 1,4 million en 2020) et 3,5 millions de verres qui seront détournés (contre 2 millions en 2020) sur le site de Bazainville.

Dans le contexte inflationniste actuel, la maîtrise des coûts de production des verres, les gains de productivité attendus des derniers investissements réalisés et les efforts du réseau permettront de limiter significativement les hausses de prix. Les prix des verres, en particulier, devraient rester inchangés. C'est un avantage concurrentiel fort qui soutient la stratégie de conquête de parts de marché du Groupe.

### L'attractivité des marques pour construire la préférence, à tous les niveaux

Vaisseau amiral du Groupe, l'enseigne **Krys** continue de cultiver sa différence. Après le lancement de Signature Krys et la mise en place d'un parcours d'achat toujours plus différenciant, l'enseigne a dévoilé en tout début d'année un nouveau projet de marque, avec une nouvelle promesse centrée sur la confiance, un nouveau logo et une nouvelle saga publicitaire.

De son côté, **Le Collectif des Lunetiers** finalise sa mutation. L'enseigne monte en puissance et rencontre un beau succès commercial, forte d'une offre qui répond aux besoins des clients des magasins indépendants. 353 magasins Vision Plus ont changé d'enseigne et le réseau compte désormais 405 magasins.

Pour l'enseigne « prix » du Groupe, **Lynx Optique You Do**, l'année 2022 est une année de consolidation et 2023 devrait marquer une accélération.

**Krys Audition** poursuit sa stratégie de conquête de parts de marché et voit son chiffre d'affaires progresser de 4% sur un marché en baisse de 2%, après une hausse de 135% de l'activité en 2021, année du lancement du 100% santé audio.

### « Krystal 2028 », un nouveau plan stratégique à 5 ans

Lancé en 2017, le plan Vision 2025 se clôture avec 2 ans d'avance. Ce plan était construit autour de quatre piliers, performance, densification, différenciation et diversification, sur chacun desquels KRYSP GROUP a obtenu de très bons résultats avec le passage du cap symbolique du milliard d'euros de ventes et des gains de parts de marché de 2,5 points en 5 ans démontrant la puissance et la résilience du Groupe dans un contexte de crise et de mutation profonde du marché.

KRYSP GROUP entend désormais capitaliser sur ses fondamentaux solides et sur la pertinence de son modèle coopératif au statut particulier de distributeur-producteur. Il s'agit donc de passer à la vitesse supérieure sur 3 priorités clefs, nos 3 principaux leviers de croissance, à l'horizon des 5 prochaines années :

- **La préférence client**, en faisant de la satisfaction client un véritable outil de management de la performance, tant en magasin qu'à l'échelle du Groupe et ce, pour faire de nos Enseignes les enseignes préférées des Français.
- **La proximité client**, grâce à **l'accélération du développement**, pour améliorer encore notre maillage tant localement que nationalement. Objectif : ouvrir 400 magasins d'optique à l'horizon 2028.
- **L'accélération dans l'audioprothèse**, prolongement naturel de notre métier historique et de notre expertise santé avec des espaces audio logés dans nos magasins d'optique. Objectif : ouvrir plus de 400 nouveaux points de vente d'ici à 2028.

Le renforcement d'une capacité de veille et d'innovation sera en outre décisif pour continuer d'anticiper les évolutions réglementaires, technologiques, digitales et socio-économiques à venir, et les transformer en opportunités de croissance comme cela a été le cas au cours des derniers exercices.

*« Krystal 2028 va nous nous rendre plus forts face aux multiples évolutions survenues ces dernières années qui ont bouleversé notre environnement : crise sanitaire, crise géopolitique, inflation durable, consolidation tendancielle du secteur, crise des vocations et changements réglementaires avec notamment le 100 % Santé. Là où la plupart des plans stratégiques mettraient tout le poids du corps sur la recherche d'innovations rupturistes, nous avons choisi à horizon 5 ans de travailler l'exécution au service de la proximité et de la préférence client au travers du "precision retail". Nous considérons qu'à date nous avons suffisamment d'innovations à déployer sur les 5 prochaines années, ce qui ne nous empêche pas d'en concevoir de nouvelles mais pour les années futures»,* déclare Jean-Pierre Champion.

*« Ce nouveau plan stratégique doit nous permettre en 5 ans, de creuser l'écart avec la concurrence, de devenir incontournable localement et d'être le groupe référent sur le marché français de l'optique et de l'audition, fortement engagé dans les initiatives RSE ».* conclut Jean-Pierre Champion.

#### **Indicateurs cibles à horizon 2028 :**

- 1,75 milliard de CA TTC optique et audition pour KRYSP GROUP en France métropolitaine
- 1,6 milliard de CA optique pour KRYSP GROUP en France métropolitaine
- 120 millions de CA audition en France métropolitaine
- 1 800 magasins d'optique (+ 400 ouvertures depuis 2023)
- 600 points de ventes audio (+ 400 ouvertures depuis 2023)
- Un NPS 10 % au-dessus de ceux des concurrents

**G K R R O Y U S P**

Leader français du marché de l'optique et acteur majeur de l'audition, KRYG GROUP marque sa différence par les valeurs coopératives qui l'ont porté depuis sa création en 1966. Fort de 1 533 magasins dans le monde sous 3 enseignes complémentaires – Krys, Collectif des Lunetiers et Lynx Optique You Do – KRYG GROUP affiche des ventes optique et audio de 1,265 milliard d'euros en 2022. Distributeur et producteur, il est le 1<sup>er</sup> employeur du secteur en France où il emploie 6 000 personnes. 1<sup>er</sup> verrier à obtenir, en 2012, la certification « Origine France Garantie », KRYG GROUP est le seul groupement d'optique à fabriquer lui-même ses verres en France, à Bazainville (78). En 2020, KRYG GROUP a été la première entreprise certifiée « Service France Garanti » par l'AFNOR pour son service client et consommateur. Un gage de qualité, de rapidité et de compétitivité dont il fait directement bénéficier ses 6 millions de clients. Depuis 2014, KRYG GROUP a développé une offre dédiée à la santé auditive et compte aujourd'hui 225 points de vente Krys Audition.

Pour plus d'information, consulter notre site Internet : [www.krys-group.com](http://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](mailto:alexandre@edifice-communication.com)

Mélinda Montbrun - 06 49 58 54 79 - [melinda@edifice-communication.com](mailto:melinda@edifice-communication.com)