



Février 2023

Atol les Opticiens, porté par son plan Accélèr'Atol, continue sur sa lancée avec un chiffre d'affaires en hausse de 3,4 % et 63 ouvertures

Le réseau Atol les Opticiens annonce un chiffre d'affaires de 428 millions d'euros pour l'année 2022, en augmentation de 3,4 % comparée à 2021 (414 millions d'euros). Cette croissance s'appuie en grande partie sur les leviers stratégiques définis par le plan Accélèr'Atol, lancé en 2021 : segmentation des concepts de l'enseigne, innovations au service des troubles visuels, miser sur la fabrication responsable française, palier à la pénurie d'opticiens par le biais d'une politique de formation très poussée, le souci de la santé visuelle de toute la famille et des problèmes qui peuvent survenir à tous les âges... des orientations qui portent leurs fruits.

Malgré une offre toujours plus concurrentielle, avec l'émergence de nouveaux acteurs au positionnement low-cost et un contexte réglementaire qui demeure instable, autour du 100 % Santé et du vote du PLFSS, concernant l'encadrement des marges, Atol poursuit son développement à un rythme élevé. L'enseigne d'optique compte actuellement plus de 780 points de vente, dont 63 (21 en transmission) ont ouvert en 2022 et prévoit 40 implantations nettes supplémentaires en 2023.

Une segmentation des concepts pour décliner le « Bien voir et Bien-être pour tous »

2022 a été marquée par le lancement de concepts différenciants pour Atol, avec, comme leitmotiv, la volonté de proposer des expériences complémentaires aux clients et offrir de nouvelles perspectives de développement aux associés afin de conquérir une position de leader sur leur zone de chalandise.

Atol Access propose uniquement des montures à moins de 150 euros. Ce concept vient compléter l'offre d'*Atol les Opticiens* dans une même zone et répond au contexte inflationniste actuel, avec une situation économique très tendue pour les Français qui disposent pour certains d'un budget limité.

Contact : Alexandra Aubry - 07 85 90 73 70

a.aubry@opticiens-atol.com

ATOL

BIEN VOIR. BIEN ÊTRE.



Atol expérimente également un concept qui s'adresse aux fans de lunettes, à la recherche d'une palette de choix de montures design élargie : *Atol Style*. Il démarre actuellement en phase de test, avec un possible déploiement dans quelques années.

En 2022, Atol s'est aussi positionné sur un nouveau segment du marché du bien-être, celui du bien-entendre, en lançant *Atol Audition*. Ce concept mêle confort et expertise afin de simplifier le chemin des patients vers l'appareillage et dédramatiser le passage à l'acte. Tout comme pour les autres concepts développés par Atol, l'expérience client est optimisée avec un service prévu pour s'adapter à chaque besoin, tout en cassant les codes d'un univers parfois froid et centré sur la dimension médicale. En 2022, ce sont 17 points de vente (corners compris) qui ont vu le jour.

La famille au cœur du développement d'Atol

Depuis le 15 janvier 2023, Atol a lancé une nouvelle série de spots publicitaires qui reflète bien l'ADN et la philosophie de l'enseigne. Au-delà de la représentation stéréotypée du quadragénaire et de sa presbytie, Atol se veut plus fédérateur avec une approche familiale qui balaie l'ensemble des problèmes de vue auxquels une famille peut être confrontée : myopie, presbytie, dyslexie... Les troubles potentiels sont nombreux et n'attendent pas le poids des années pour se déclarer.

Atol replace le bien-être et le bien voir au cœur de sa communication afin qu'elle soit plus en phase avec ses valeurs, la réalité du terrain et l'énergie déployée par les associés de la coopérative pour traiter chaque cas avec le soin qu'il nécessite : au-delà des tests de rigueur, l'opticien Atol va plus loin en prenant le temps d'échanger sur les habitudes du client au quotidien ou ses projets de vie afin de dispenser un conseil sur mesure.

2022 : lancement d'ONEO, les lunettes écoresponsables Origine France Garantie

Véritable précurseur dans le domaine de la relocalisation, avec une démarche initiée en 2005, Atol a lancé en 2022 une collection de lunettes Origine France Garantie : ONEO. Si réussir à fabriquer des lunettes en France reste un défi complexe pour le secteur de l'optique, Atol peut se féliciter d'avoir concrétisé son projet.

Contact : Alexandra Aubry - 07 85 90 73 70

a.aubry@opticiens-atol.com

ATOL
BIEN VOIR. BIEN ÊTRE.



Beaune, plateforme logistique et véritable siège industriel de l'enseigne, est au cœur de la démarche : la collection ONEO est le fruit d'une collaboration en circuit court entre le distributeur et plusieurs acteurs historiques du bassin lunetier, installés dans l'Ain et le Jura : bilan carbone de la monture divisé par 20, seulement 1 800 km parcours contre 13 000 km pour une monture chinoise et 3 500 km pour une monture italienne... les chiffres sont parlants et illustrent ce tour de force. Cette année, Atol prévoit d'apporter plusieurs nouveautés à la collection, notamment avec le développement de montures en métal. ONEO s'est également distingué à plusieurs reprises ces derniers mois, notamment en recevant le prestigieux Red Dot Award. Habituellement décerné aux designers ou aux producteurs, c'est la première fois que ce prix était attribué à une enseigne de distribution optique nationale française.

Fort de ces différents succès et des projets menés à bien, Atol a, pour la 5^{ème} année consécutive, été élue « Meilleure Chaîne de Magasin de l'année » dans le secteur de l'optique.

Recrutement, formation et innovation au cœur de la réussite d'Atol

Pour faire face à la crise des vocations sur le secteur, Atol multiplie les initiatives. Alors que le nombre de diplômés en BTS opticien lunetier ne cesse de baisser année après année, l'enseigne s'appuie sur l'École Atol créée en 2021, qui vise à pourvoir les 200 emplois proposés par le réseau partout en France : 13 postes sont notamment disponibles en Auvergne-Rhône-Alpes, 12 en Île-de-France mais également 10 en Provence-Alpes-Côte d'Azur. Une trentaine de postes sont également à pourvoir au siège d'Antony (92) et sur la plateforme logistique de Beaune (21).

En 2022, l'enseigne a complété son dispositif en y ajoutant une session VAE collective pour monter en compétences et obtenir l'équivalence du BTS OL (Opticien Lunetier), en partenariat avec l'ISO Paris.

Côté innovation, pour 2023, Atol ambitionne notamment de capitaliser sur son partenariat avec la start-up de la French Care, Abeye, qu'elle incube depuis 2018, pour mener à bien de nouveaux projets. Cette collaboration s'est déjà concrétisée par la commercialisation de Lexilens : une paire de lunettes intelligente équipée de verres électroniques qui compensent les troubles de lecture pour les dyslexiques. Avec Atol Zen, la première monture créée pour détecter les chutes et prévenir les secours automatiquement, ces dispositifs symbolisent la volonté du groupe d'apporter des solutions innovantes pour la santé et le bien-être visuel à tous les âges de la vie.

Contact : Alexandra Aubry - 07 85 90 73 70

a.aubry@opticiens-atol.com

ATOL

BIEN VOIR. BIEN ÊTRE.