



Stéphanie Dangre - Présidente du Groupe All

Anticiper le RAC 0, combattre les remboursements différenciés

Quelle est la position du Groupe All à l'aube de 2019 ?

Notre position est simple : anticiper le RAC 0, combattre les remboursements différenciés. À court terme, l'introduction du RAC 0 va avoir un impact sur les marges des opticiens dès 2020. Le Groupe All a ainsi développé de nombreux outils pour accompagner chaque opticien, mono ou multi-magasins, créateurs et préparer l'introduction du RAC 0.

Comment se matérialise cet accompagnement « RAC 0 » sur le terrain ?

Cet accompagnement se décline en trois temps : avant, pendant et après la visite en magasin. Avant la visite, il s'agit de communiquer pour faire venir les clients chez l'opticien adhérent. L'arrivée du RAC 0 donne déjà lieu à des campagnes de communication massives de la part des enseignes. Chez All, nous trouvons plus judicieux de faire des campagnes prints et digitales locales pour nos opticiens. La proximité géographique reste le premier critère de choix pour les Français (Observatoire Supercent 2018).

En magasin, qu'est-ce qui va changer ?

Le RAC 0 pourrait enfin casser l'image fautive d'opticiens indépendants plus chers que les enseignes. Mais une fois en magasin, tout reste à faire pour convertir ces nouveaux clients. C'est pourquoi le Groupe All a revisité l'expérience et le parcours client en magasin. Les besoins visuels ne cessent d'augmenter, notamment par l'utilisation intensive des smartphones. La réponse passe par une prestation en santé visuelle efficace et normée sur les 3 marchés (RAC 0, réseaux et marché libre). Pour l'appliquer, nous avons conçu des formations exclusives et uniques pour les opticiens et leurs équipes.

Dans les faits, cela se passe comment ?

Je ne peux pas tout vous dévoiler, mais vous en saurez plus lors de nos réunions régionales 2019. Mais je peux d'ores et déjà vous révéler que le Pass Santé Visuelle a été revisité en fonction du RAC 0 et de nos retours terrain. Nous l'avons décliné pour les enfants, ce qui permet des ventes groupées

pour la famille et facilite le multi-équipement. Autre atout clé pour fidéliser et concrétiser les ventes, notre outil Financi'all, mis en place depuis 2012 connaît un franc succès. La mensualisation de la dépense optique séduit nos clients et sera un atout puissant pour adresser le nouveau marché. De plus, nos opticiens constatent une hausse de 25% du panier moyen grâce à des achats « plaisir ».

Enfin, nous constatons que votre métier d'origine de centrale d'achat évolue.

En effet, je vous ai parlé de nos innovations qui collent avec les évolutions du marché et de la législation. Cette dynamique nous permet de rester numéro un. Mais nous restons très attentifs à nos fondamentaux, les achats. Nous avons développé des outils digitaux pour que les opticiens achètent mieux et optimisent leurs marges. Et de manière plus visible, nous avons créé des marques exclusives comme Riley Stone et les collections capsules Bleu Blanc Vous afin de différencier nos opticiens des enseignes.

Quels sont les enjeux pour le marché de l'optique dans les mois à venir ?

À court terme, les opticiens doivent mettre des actions en place (dont nous venons de parler) pour anticiper le RAC 0 et appréhender les nouveaux comportements des réseaux dès aujourd'hui. Nous ne savons pas comment ils vont réagir lors des prochains appels d'offres. Nous sommes plus que vigilants à ce sujet.

À moyen terme, il reste un combat bien plus profond à mener, celui du remboursement différencié. C'est la clé pour notre secteur, hors RAC 0. Nous soutenons et continuerons de soutenir toutes les actions et tous les syndicats qui visent à le supprimer. Le Groupe All a toujours combattu la concurrence déloyale. Comme nos adhérents, nous ne respectons pas ceux qui détruisent de la valeur par le détournement de clientèle et les copistes de nos innovations. Ces acteurs ne favorisent pas une optique de qualité. Il est essentiel que consommateurs, opticiens et mutuelles retrouvent leur liberté de choix et d'actions.

