

Mes Fournisseurs

1^{er} trimestre au beau fixe

Essilor + 13,4%

+13,4% de CA au 1^{er} trimestre, pour un montant consolidé de 1 027,6 millions d'€. La division verres et matériel optique affiche une croissance organique de 3,7%. Le secteur Equipements réalise +49,2% de CA, grâce aux performances des machines numériques.

Luxottica + 12%

1,56 million d'euros de CA net au 1^{er} trimestre, correspondant à +12%. Cet essor découle du développement du groupe dans les marchés émergents, et du succès rencontrés par les solaires aux Etats-Unis, notamment grâce à Oakley.

Safilo + 5,1%

300 millions de CA net, soit +5,1% au 1^{er} trimestre 2011. Tommy Hilfinger et Boss enregistrent notamment de très belles ventes en ce début d'année sur les marchés asiatiques et américains.

Marcolin + 12%

+12% de CA et un bénéfice majoré de 31% au 1^{er} trimestre 2011. Ce très bon résultat s'explique par l'implication de Marcolin dans le luxe. L'Asie représente un marché phare pour la marque, avec +42,8% de CA.

Charmant se renforce en Chine

Chengdu (province de 10 millions d'habitants) devient la 4^e plateforme de la marque en Chine, après Shanghai (depuis 2006), Beijing et Guangzhou. Le groupe Charmant distribue actuellement ses produits dans les 80 principales villes chinoises, à travers un réseau de plus de 3 000 opticiens.

EDI-OPTIQUE

UN NOUVEAU STANDARD AUX APPLICATIONS CONCRÈTES EN MAGASIN

L'association EDI-Optique lance le standard universel de catalogues optiques qui fluidifiera les échanges de données au sein de la filière et facilitera le quotidien des opticiens.

Son but est que tous les acteurs aient la bonne information au bon moment pour en finir avec les erreurs de commandes, supprimer les saisies manuelles et gagner en productivité.

Verres, montures, lentilles, solutions d'entretien mais aussi offres packagées sont concernés par ce nouveau standard. Leur commande et la lecture des informations les concernant seront facilitées.

Dans nos prochains numéros, nous reviendrons sur ces thèmes à travers des cas concrets.

► PROBLÉMATIQUE SUR LES LENTILLES DE CONTACT

JONATHAN WERNER, CENTRALE D'OPTIQUE MAURICE À DOLISHEIM (67)



« Le principal problème lié à la gestion de la contactologie en magasin tient à la connaissance exacte des informations sur les lentilles que nous recevons. Aujourd'hui, nous sommes

obligés de lire chacune des informations écrites sur les boîtes. Une gestion automatisée nous permettrait d'avoir des alertes sur nos problèmes de réassort par exemple.

Egalement, pour les problèmes de traçabilité, nous ne pouvons connaître, grâce à notre logiciel actuel, que l'identité des clients et les marques qu'ils ont achetées, mais pas les numéros de lots correspondants. Ce qui est problématique en cas de rappel. »

► LES SOLUTIONS D'EDI-OPTIQUE

« Le nouveau standard universel, déployé à partir de septembre pour les catalogues optiques, aura des incidences concrètes en magasin, assure Jean-Christophe Leroy, directeur de programme EDI-Optique. Désormais, les opticiens pourront scanner les codes-barres des boîtes de lentilles qui seront automatiquement intégrées à la gestion du stock. Jusqu'à 15 000 références par laboratoire seront préenregistrées. » « Un bénéfice très important de traçabilité en magasin est attendu de cette identification », souligne Jean-Michel Lambert, DG France chez Johnson & Johnson Vision Care pour la marque Acuvue.

Parallèlement le Contaguide sera disponible sur le logiciel de ventes. « Des recherches sur de nombreux critères pourront être effectuées afin d'identifier les caractéristiques majeures des lentilles. Ainsi, le programme deviendra un outil performant pour relayer la prescription et pour assurer le suivi des patients », poursuit Jean-Christophe Leroy.

Pour les problèmes de traçabilité des lots, « EDI-Optique évalue actuellement une solution en partenariat avec les réseaux de pharmacies. Pour l'instant, la codification des lots des différents laboratoires n'est pas encore unifiée, mais cela interviendra prochainement. » Il ne restera plus qu'à mettre en place les codes-barres de lots pour faciliter la traçabilité complète jusqu'au consommateur.