

3 questions à interview **EXPRESS**

STÉPHANIE DANGRE,
PRÉSIDENTE DU GROUPE ALL

» À l'occasion du Silmo, vous annoncez une nouvelle orientation de la politique d'achat du groupe, en quoi va-t-elle consister ?

Le Groupe All n'est pas une simple centrale d'achat. Sa responsabilité de leader est engagée dans un véritable accompagnement au quotidien des opticiens indépendants, doublé de la défense d'une profession chahutée dans un contexte économique difficile.

En tant que centrale leader sur le marché, nous nous devons donc d'apporter des solutions innovantes à nos adhérents et de tirer le marché vers la qualité que nous considérons comme un, sinon le seul, levier de croissance.

Sur la base de la satisfaction et de la qualité pour le client final, fondamentaux du groupe, nous avons mis en place une nouvelle politique d'achat qui permet à nos adhérents de mettre l'accent sur une stratégie tarifaire qui valorise la marge globale nette par client tout en apportant valeur ajoutée et services de haut niveau aux amétropes.

Cette politique permettra à nos opticiens de s'extraire de l'environnement actuel caractérisé par la pression économique et la baisse des prix.

» Comment concilier ces deux éléments, maintien des marges et produits innovants accessibles ?

Nous avons conclu des partenariats renforcés avec les principaux fournisseurs sur des



gammes de produits exclusifs. Ces partenariats renforcés nous permettent d'obtenir des conditions et des avantages puissants qui nous assurent le maintien voire l'amélioration de nos marges.

En contrepartie, le groupe et ses adhérents s'engagent à travailler la qualité avec des produits à haute valeur ajoutée.

Notre objectif est, je le répète, de proposer l'innovation à tous les consommateurs. Nous ne voulons pas d'un client "satisfait" mais d'un porteur "plus que satisfait", comblé même par son opticien et son équipement. Pour le fidéliser de façon certaine. Notre positionnement est clair !

Il s'agit à la fois de respecter le consommateur par la qualité, le conseil et de protéger les opticiens indépendants.

Autre élément de notre nouvelle politique d'achat : le développement d'une marque propre, Kesio H3, et la distribution exclusive en France de la marque Pentax. Avec ces deux marques spécifiques au groupe, nous anticipons l'avenir car sur ces marques, nous maîtrisons entièrement la distribution sur Internet et la politique de référencement OCAM.

» Vous mettez également sur pied une structure de réflexion propre aux grands comptes...

"Team by Groupe All", notre cercle d'influence, est né en juin de cette année d'un constat évident : le futur ne nous attend pas mais il se construit aujourd'hui. C'est à nous de l'orienter positivement, c'est-à-dire dans le respect du consommateur et dans la défense d'une optique de qualité, avec des solutions innovantes, créatives et génératrices d'un nouveau business performant.

Nos grands comptes ont toute la légitimité pour agir sur le marché. Team réunit déjà 87 grands comptes qui réalisent un minimum de 800 000 euros de chiffre d'affaires annuel par magasin.

Adossé à notre connaissance à la fois globale et pragmatique de l'optique grâce à nos 1971 opticiens adhérents, Team a toutes les capacités pour développer des solutions opérationnelles inédites. Il est un moteur, un creuset d'idées visionnaires, de réflexions constructives et d'actions performantes. ■