



## Largement au-dessus des chiffres du marché, Atol affiche un record historique

A Antony, le 16 mai 2019 – Le 12 mai dernier, Eric PLAT, le Président-Directeur Général d'Atol, les actionnaires de l'enseigne et les membres du conseil d'administration se sont réunis à Biarritz, pour la traditionnelle assemblée générale annuelle. L'occasion de revenir sur les succès de l'année écoulée et de présenter les projets en ligne de mire pour 2019.



### **Du jamais vu depuis 12 ans !**

Avec un chiffre d'affaires de 375 millions d'euros en 2018, soit une progression de 2% par rapport à l'année précédente, la coopérative dévoile des chiffres forts. Les magasins enregistrent sur les premiers mois, une croissance inédite depuis 12 ans.

*Eric PLAT, Président-Directeur Général d'Atol déclare « Une nouvelle fois cette année, nous affichons une croissance constante et durable. Des résultats très encourageants au regard des prochains défis que le marché de l'optique s'apprête à affronter. Ce bilan confirme notre stratégie et récompense l'engagement sans relâche de notre réseau tourné vers le mieux voir des Français. »*

### **Une année placée sous le signe du renouveau**

Dans un contexte législatif complexe et à l'heure de la réforme 100% santé, l'année 2018 a été marquée par la mise en place des dernières étapes du Plan Transform'Atol. Lancé en 2016, cet ensemble d'engagements de service axés sur le professionnalisme et l'innovation, aboutira fin 2019 avec un an d'avance.

Un renouveau marqué par des projets à tous les niveaux de la stratégie de l'enseigne, avec :

La refonte de la communication : l'enseigne place les quadragénaires au centre de sa communication globale depuis deux ans, accompagnée par l'agence Romance. Une campagne publicitaire à 360° qui fait appel à leurs souvenirs et propose une opération spéciale autour de la presbytie, avec un test de vue offert en magasin. Avec plus de 14 millions de vues sur tous les réseaux sociaux, dont 1,2 millions uniquement sur Youtube, en l'espace de deux mois, cette campagne remporte un franc succès.

Un nouveau concept de magasins : avec des espaces tournés vers les nouvelles technologies et un design épuré, ce nouveau projet sera adopté par plus de 150 magasins à fin 2019. Atol instaure plus que jamais une relation de confiance et de transparence, où le client et l'opticien sont côte à côte en magasin, pour satisfaire au mieux les attentes du consommateur. Un changement qui fait déjà ses preuves puisque les boutiques concernées affichent en moyenne entre 10 et 20 % de hausse de chiffre d'affaires.

La restructuration des collections privées : le style, le choix des tailles et le panel de couleurs qui ont fait le succès de la collection Adriana, ont inspiré le lancement de Latitude 47 et de leurs déclinaisons en modèles enfants baptisés Adriana for girls et Latitude for boys. Atol a récemment renforcé son offre avec Latitude Advanced au look résolument masculin et moderne, qui combine style et performance.

Des partenariats auprès de marques tendances : avec une volonté assumée de développer l'image d'une enseigne à l'affût des nouvelles tendances, Atol a noué des partenariats solides avec de grands noms de la mode tels que Timberland, ou plus récemment Kendall & Kylie, la nouvelle marque de lunettes lancée par les deux sœurs du clan Kardashian-Jenner.

## L'omnicanalité totale au cœur de la stratégie 2019

Un renouveau digital aussi, avec le développement des outils commerciaux au service des associés, permettant de répondre à l'objectif d'omnicanalité totale de l'enseigne, fixé dans le cadre du Plan Transform'Atol.

Aussi, l'utilisation de Critizr, une plateforme de gestion centralisée des avis clients récoltant de nombreux commentaires favorables, place le réseau à un taux de satisfaction national de plus de 93%.

Soulignons enfin la mise en ligne d'un tout nouveau site de recrutement qui s'adresse aux salariés de l'enseigne et aux futurs associés souhaitant rejoindre le réseau. L'espace facilite la démarche des candidats grâce à une interface claire et simple d'exploration.

*Eric PLAT conclut « Atol a été élu par les consommateurs « Meilleure Chaîne de Magasin de l'année 2018-2019 » dans la catégorie « opticiens » pour notre approche au service des besoins de nos clients. Cette année, nous lançons deux nouveaux services encore plus loin dans la satisfaction de nos clients : l'essayage à domicile pour que nos clients puissent choisir en toute sérénité le meilleur équipement optique et 8 jours pour garder ou échanger ses lunettes. »*

### **A propos des Opticiens Atol**

*Fondée en 1970, Atol les opticiens appuie son développement sur sa structure 100% coopérative, contrôlée par des opticiens de métier. Elle est animée par des professionnels compétents, tournés avant tout sur la qualité du produit, la formation de ses professionnels, et une implication sur le terrain pour la santé visuelle. Les opticiens Atol s'engagent au quotidien pour maintenir la qualité de la filière optique en France, apporter le bien voir à tous. Animée par une forte culture de l'innovation, Atol fait partie des premières enseignes du marché de l'optique à avoir lancé une démarche d'innovation permanente autour de ses produits et de ses services. Les opticiens Atol ont été élus Meilleure Chaîne de magasin optique 2018-2019.*

*Pour plus d'informations : [www.opticiens-atol.com](http://www.opticiens-atol.com)*

### **Contact presse**

Mathilde THIREAU – [m.thireau@opticiens-atol.com](mailto:m.thireau@opticiens-atol.com) // 01 46 11 44 09