

Jérôme Coquerel

Propos recueillis
par Georges de La Motte Collas

UN EXPERT DE LA DISTRIBUTION OPTIQUE

A 57 ans, opticien de formation, Jérôme Coquerel a acquis, au sein du groupe GrandVision, une excellente connaissance de la distribution optique en Europe et en France. Exerçant désormais en magasin et ayant assuré un service d'urgence pendant la période de confinement, il porte un regard pertinent sur l'évolution de notre filière dans la crise actuelle.

Mon parcours

Après quelques velléités pour les études de pharmacie, j'ai finalement choisi l'optique et rejoint GrandVision dès sa création. Sous l'égide de Daniel Abittan, j'ai participé à la formidable expansion du groupe qui apportait les compétences de la distribution moderne au milieu optique. J'y ai appris la culture du client. Quand GrandVision a été racheté, j'ai créé ma société de conseil puis ouvert plusieurs magasins et racheté, en 2015, un beau magasin dans le 8^e arrondissement de Paris (Optique Bylaart).

2020

Optique Bylaart aura 100 ans en 2021 : cette année 2020 s'annonçait prometteuse avec l'ajout de l'activité audition dès janvier. La crise brutale change évidemment complètement la donne. Il a fallu se battre avec notre bailleur qui refusait d'adapter son loyer à notre activité. Même combat avec les banques peu pressées de nous accompagner alors que les crédits de 2015 pour l'acquisition du bail et la refonte de la boutique ne sont pas complètement remboursés.

Le service d'urgence

Comme beaucoup de confrères, nous avons décidé de proposer un service minimum d'urgence. Pour moi, il s'agissait de rappeler aux porteurs que nous sommes une profession de santé. En liaison avec le Rof qui nous a procuré, conseils, information et kits sanitaires. La plupart des demandes émanaient de personnes restées actives durant la crise sanitaire, qui n'étaient pas des clients habituels. Nous avons principalement effectué des réparations bien souvent gratuitement. Nous n'avons enregistré quasiment aucun chiffre d'affaires, mais je pense que c'est favorable à notre image. Au global une expérience utile.

L'évolution de mon magasin

En ce qui concerne notre politique d'achat, et par là même notre positionnement, nous allons évoluer, en prenant en compte de nouvelles valeurs. D'abord, la volonté des consommateurs d'acheter des produits fabriqués localement, même si c'est 15 à 20 % plus cher et à condition, bien sûr, que l'équipement convienne. Ensuite, le souci de l'écologie qui privilégie le circuit court en évitant de proposer des montures qui ont parcouru 8 000 km. C'est parfaitement possible. Mais je regrette que la législation sur le made in France reste si floue.

Ce dont je suis fier

Je suis fier d'avoir dirigé le "GrandOp" des Champs-Élysées (plus de 12 M€ de CA et près de 80 collaborateurs) et accompagné le développement de GrandVision en Italie et à l'international. Aujourd'hui, je suis heureux de permettre à une des plus anciennes maisons d'optique de Paris de perdurer et, j'en suis sûr, de se développer.

Quelles conséquences ?

Je ne crois pas à un retour rapide à la normale. Ce sera long, très long. Je n'envisage pas de licenciement puisque nous sommes peu nombreux (3 au sein du magasin). Néanmoins, je pense que d'autres opticiens, parmi les plus gros, y seront contraints.

Et après ?

Il faut en priorité assurer un second semestre d'activité avec une baisse de trésorerie substantielle, en espérant que ni une seconde vague ni une crise économique ne viennent s'ajouter à la situation déjà très difficile. Nous suivons bien sûr l'actualité avec attention et appréhension.

BIO

19/11/1963	Naissance à Suresnes (92)
1981	Bac C à Plaisir (78)
1985	BTS-OL à Fresnel et DU Contactologie
1986-1989	Directeur du magasin Kryss Expansion, avenue des Gobelins (75013)
1990-1993	Directeur du magasin GrandOptical Centre commercial Italie 2 (75013), puis Champs-Élysées (75008).
1993-2000	Animateur de 18 magasins puis directeur opérations chez Générale d'Optique
2000-2003	Directeur GrandOptical en Italie (20 magasins)
2003-2007	Directeur franchise GrandVision export (création de 10 succursales)
2007	Création société Entrevue (conseil d'entreprises, stratégie et formation)
2009	Création d'un magasin Lissac, associé avec Nicolas Peumery, à Clamart (92)
2010	Création d'un magasin Acuitis, associé à Alex Tostain, au Havre (76)
2015	Rachat du magasin Optique Bylaart (rue de Saint-Pétersbourg, 75008)
2020	Création de l'activité audition

Evolution du marché

Les investissements cette année sont gelés et nous nous attendons à une réduction du nombre global d'ordonnances au moins jusqu'à fin 2020. Par ailleurs, le e-commerce va prendre plus de place et même les petits opticiens devront développer leur site marchand, et ce très rapidement. Le développement d'Internet dans notre filière est pour moi l'une des grandes leçons de la crise actuelle qui a fait tomber toutes les barrières.

L'audioprothèse

J'ai créé un département audio en début d'année. Ma clientèle apprécie ce nouveau service qui devrait représenter, d'ici 3 ans, 20 % du CA du magasin. C'est un relais de croissance vraiment pertinent dans le contexte actuel et un apport de marge. C'est aussi le signe que notre métier comme beaucoup d'autres devient "hybride". Il faut savoir s'adapter.