



1963 : naissance à Eindhoven (Pays-Bas)
1986 : débute chez Hans Anders après un diplôme d'opticien et de management
2002-2003 : responsable des nouveaux développements chez Hans Anders
2008 : déménage à Reims avec sa famille

Qui veut voyager loin, économise sa monture : une vision que l'enseigne néerlandaise d'optique partage avec ses clients au point d'avoir ouvert 250 magasins en vingt ans au pays des tulipes. Désormais, c'est aussi aux quatre coins de la France que 500 à 750 magasins low cost estampillés Hans Anders vont fleurir. Et c'est depuis sa nouvelle base rémoise que Hans Anders mène sa révolution sur le front des prix.



Hans Zoon, directeur général délégué Hans Anders France

VOIR DES BASES SOLIDES pour partir à la conquête du marché français



L'arrivée d'Hans Anders sur le marché français semble avoir dérangé certains de vos concurrents, qui contestent devant les tribunaux votre slogan "70 % moins cher". Comment parvenez-vous à proposer des prix aussi bas ?

Pour bien comprendre, il faut remonter aux origines d'Hans Anders. Contrairement à ce qu'on pourrait penser, il ne s'agit pas d'un patronyme, mais d'un sigle composé d'un prénom très répandu – Hans qui est l'équivalent de Jean – et du mot "anders", qui signifie "autrement". Aux Pays-Bas, Hans Anders était au départ une entreprise industrielle présente dans des secteurs comme l'hydraulique. C'est à partir des années 1980 que ses dirigeants ont cherché à se diversifier en ciblant les secteurs où les marges pratiquées étaient élevées, ce qui était le cas de l'optique, comme d'ailleurs des prothèses auditives et plus généralement des équipements de maintien à domicile. Grâce à son organisation, Hans Anders savait déjà pratiquer le low cost et obtenir les meilleurs prix de ses fournisseurs. À partir de 1981, Hans Anders a commencé à se lancer

sur le marché de l'optique aux Pays-Bas. Aujourd'hui, Hans Anders Retail Group a une dimension plus large tournée vers la distribution et le commerce d'une manière générale.

"Hans Anders a cherché à se diversifier en ciblant les secteurs où les marges pratiquées étaient élevées, ce qui était le cas de l'optique."

Justement, comment l'enseigne a-t-elle pu se développer aussi vite aux Pays-Bas jusqu'à en devenir le leader national ?

Il y a eu plusieurs facteurs favorables. Notre positionnement low cost correspondait à un besoin du marché. Un marché en croissance avec le vieillissement de la population. Or, les besoins augmentent, et en même temps, les conditions de remboursement vont plutôt en diminuant au fil du temps. En 2002, il y a eu une refonte importante du système de santé aux Pays-Bas, avec une remise en cause

qui a abouti à une sérieuse diminution des remboursements par les caisses de protection sociale et les mutuelles. Les consommateurs se sont de plus en plus tournés vers nous parce que nous proposons des prix très bas. Chez Hans Anders, il n'existe que deux tarifs : 100 et 160 euros, selon que vous voulez des lunettes unifocales ou des progressives. Nos magasins proposent aussi 1 000 montures au prix unique de 35 euros. Si nous pouvons le faire, c'est parce que nous nous approvisionnons directement auprès des fabricants de lunettes et de verres, et que nous possédons un centre de meulage et toute une logistique.

Aujourd'hui, le marché néerlandais ne vous suffit plus, et vous avez décidé de vous implanter d'abord en Belgique, et maintenant en France. Pourquoi ?
Aux Pays-Bas, Hans Anders dépasse 33 % du marché national de l'optique. Avec 250 magasins pour 16 millions d'habitants, il nous paraissait difficile de faire mieux. Nous avons commencé à réfléchir à de nouveaux développements, tant en matière de produits que de marchés. **>>> suite page 31**

Hans Anders s'est d'abord intéressé aux prothèses auditives, un marché qui, par bien des aspects, rappelle celui de la lunetterie, et nous avons des magasins sur ce segment aux Pays-Bas. J'ai mené des études sur les possibilités de développement, et certains pays comme la Belgique et la France ont révélé un potentiel important. D'une part, parce que les caractéristiques de la population sont semblables, d'autre part, parce qu'il y avait une place à prendre sur le secteur low cost de l'optique. Géographiquement, nous avons commencé à faire un pas vers la France en passant par la Belgique, en ouvrant des magasins en Wallonie et à Bruxelles.

“La situation géographique de Reims était très intéressante, et notre projet a tout de suite été très bien accueilli par les acteurs locaux.”

Pour venir sur le marché français, vous avez décidé de créer une filiale française, avec un siège et une unité de meulage et de logistique à Reims. Quelles sont les raisons de ce choix ?

Avant de décider d'implanter une structure en France, nous avons commencé par tester le marché. C'est pourquoi nous avons ouvert cinq magasins dans le Nord-Pas-de-Calais, à partir d'octobre 2006.

Ces tests ont été rapidement positifs, ce qui nous a amenés à chercher un site d'implantation en France. Lorsque nous avons pris la décision de nous intéresser au marché français, nous avons aussitôt cherché quelqu'un qui connaissait bien la culture française. Le premier



“Les dirigeants d'Hans Anders ont estimé qu'il y avait une place à prendre sur le secteur low cost de l'optique en France.”

embauché a été Etienne Varlet, qui dirige aujourd'hui le développement. C'est avec lui que nous avons commencé à nous pencher sur le choix d'une localisation en France. La situation géographique de Reims était très intéressante, et notre projet a tout de suite été très bien accueilli par les acteurs locaux et Reims Champagne Développement. Nous savions aussi pouvoir y embaucher les collaborateurs dont nous avons besoin.

Vous venez d'inaugurer le siège français de Hans Anders à Reims : quel pari faites-vous en venant ici ?

L'objectif est véritablement de nous enraciner localement, d'avoir des bases solides pour partir à la conquête du marché français. La culture d'entreprise,

c'est très important. Même si Hans Anders France est la petite sœur de la maison mère des Pays-Bas, c'est aussi une entreprise française qui se sent bien dans sa ville. J'en profite d'ailleurs pour vous dire que Reims est une très belle ville, avec beaucoup de possibilités et qui a su évoluer, tout en conservant une richesse culturelle et une qualité de vie. Nous avons également été bien accueillis, et il est normal de renvoyer l'ascenseur en participant, dès que nous le pouvons, aux actions lancées par Jean-Yves Heyer pour la promotion du territoire marnais. Hans Anders vient de participer, aux couleurs d'Invest in Reims, à l'initiative “le Soleil se lève à Reims”, visant à offrir des lunettes de soleil aux décideurs économiques !

En matière d'ouvertures de magasins, quels sont les critères que vous vous étiez fixé ?

Nous avançons à un bon rythme. Nous venons juste d'inaugurer notre 38^e magasin français, qui est d'ailleurs situé en Champagne-Ardenne, à Saint-Dizier. Le rythme actuel est d'une ouverture de magasin toutes les trois semaines. C'est beaucoup de travail, puisque tous nos magasins sont des succursales qui nous appartiennent, et que nous avons des objectifs importants : compte tenu de la taille du marché français, nous pensons pouvoir y implanter de 500 à 750 magasins.

“Compte tenu de la taille du marché français, nous pensons pouvoir y implanter entre 500 et 750 magasins.”



Hans Zoon et toute sa famille sont rémois depuis l'été dernier.

Sur un plan plus personnel, comment s'est passée votre adaptation à la France ?

Très bien. Après avoir mené les études de développement pour Hans Anders, j'avais émis le souhait d'aller sur le terrain mettre en pratique les pistes que j'avais proposées.

J'ai donc pris les rênes de la filiale française, et comme j'aime bien aller au bout des choses, je suis devenu rémois depuis l'été dernier, avec toute ma famille. Bien sûr, je me déplace souvent aux Pays-Bas, mais je suis présent à Reims, où je me sens bien. Bien sûr, je suis toujours un fervent supporter du PSV Eindhoven, mais, qui sait, peut-être deviendrai-je aussi un admirateur du Stade de Reims ! ■

Laurent Locurcio

Un centre de meulage et de logistique à Reims

C'est en mars dernier que le tout nouveau centre de meulage et de logistique de Reims a été inauguré, rue André-Huet, dans des locaux occupés autrefois par un imprimeur. Aujourd'hui, de 600 à 700 paires lunettes en sortent quotidiennement. À terme, l'effectif sera de 70 collaborateurs, et la capacité d'un million de paires de lunettes par an. Alors que bon nombre d'opticiens continuent de monter les verres en magasin, Hans Anders a fait un autre choix. « Nous avons voulu externaliser le maximum de tâches, afin que l'opticien se consacre essentiellement aux clients », explique Hans Zoon. Ce qui lui permet aussi de dégager du temps, par exemple pour proposer un examen gratuit de la vue. Reims est véritablement le centre névralgique du développement de l'opticien en France, avec, autour de Hans Zoon et d'Etienne Varlet, Edouard Hoedemaker, responsable réseau, et Andra Maury, responsable des ressources humaines. ■