



13.09.2018

AFRIQUE : DÉCOUVREZ COMMENT ESSILOR RÉPOND AUX BESOINS DE SANTÉ VISUELLE

Avec 1,2 milliard d'habitants répartis sur 54 pays, l'Afrique est un vaste continent, divers et complexe. Découvrez l'un des business modèles développé par Essilor pour améliorer l'accès aux soins de la vue et développer le marché de l'optique.

Les défis du Groupe peuvent se résumer en quatre mots : sensibilisation, acceptation, distribution et accessibilité. En Afrique subsaharienne, Essilor tire parti de son expertise pour compenser un manque criant de professionnels de la vue et de point d'accès. L'approche du groupe est de tester de nouveaux business modèles afin de mieux répondre aux besoins de tous, allant des consommateurs à faibles revenus jusqu'aux classes moyennes.

L'Afrique connaît une longue tradition d'activités entrepreneuriales. Avec « My Vision Shop », Essilor a créé une formule "clé en main" à destination des entrepreneurs désireux d'ouvrir leur propre magasin d'optique. Le principe est simple : Essilor propose à chaque entrepreneur un kit d'installation avec tous les outils nécessaires à l'ouverture de son magasin : montures, verres, instruments, logiciel de magasin, formation, éléments marketing...

Les porteurs de projets sont encadrés par des équipes Essilor qui les soutiennent car l'idée est avant tout de construire et de développer les marchés dans la durée. Cet accompagnement est systématiquement adaptée au lieu d'implantation du magasin (ville ou hôpitaux) et tient compte du niveau

d'investissement souhaité par l'entrepreneur. La marque ombrelle que partagent toutes les boutiques, permet de développer l'image de marque et la réputation de « My Vision Shop ». Le succès de l'un fait la réussite de tous. Ce modèle doit permettre d'accélérer la structuration des marchés de l'Afrique subsaharienne, tout en créant des opportunités de carrière pour les jeunes entrepreneurs. Les équipes d'Essilor ont permis la création de « My Vision Shop » dans plusieurs pays comme le Mozambique.

Essilor développe de nombreux autres business modèles : franchises, distribution dans les pharmacies ou les stations-service en passant par les « vision ambassadors » qui fournissent des lunettes de lecture et des lunettes de soleil à un prix raisonnable aux consommateurs à faibles revenus. Chaque approche s'adapte à la réalité du terrain et permettent de couvrir l'ensemble des besoins de la population en matière de santé visuelle.