

Le Groupement Optic 2000 dévoile COOP 26/30 : un plan stratégique ambitieux pour grandir, innover et renforcer la proximité

Objectif 2030 : 3 000 magasins, 20 % de part de marché et une expérience client enrichie. Le Groupement Optic 2000 lance son plan stratégique COOP 26/30, une feuille de route ambitieuse pour les cinq prochaines années. Avec ce plan, le Groupement Optic 2000 entend accélérer son développement, et offrir aux Français un accès à une santé visuelle et auditive de qualité.

1. Croissance : 3 000 magasins pour renforcer la proximité sur tout le territoire

Acteur majeur de la santé visuelle et auditive, le Groupement Optic 2000 vise 3 000 points de vente et 20% de part de marché d'ici 2030. Le groupement entend s'appuyer sur la force de ses enseignes pour consolider son maillage territorial :

- 1 300 magasins Optic 2000 pour une proximité renforcée
- 300 magasins Lissac sur le segment premium
- 510 corners Audio 2000 intégrés et 90 centres audio exclusifs
- 450 magasins Gadol, au service des indépendants
- 250 magasins en Suisse et une ouverture en Europe avec 100 nouveaux magasins

Ce développement s'appuiera sur une accélération de la synergie optique/audition (50 % du réseau équipé d'un corner Audio 2000 d'ici 2030).

Au-delà des ouvertures, le plan ambitionne de renforcer la qualité de son parc de magasins et de centres, avec des rénovations, des déplacements, des mises au concept pour accueillir et prendre en charge les clients dans les meilleures conditions.

2. Optimisation : moderniser les outils et simplifier la gestion des magasins

Pour libérer du temps en magasin et en centres et améliorer leur performance, le groupement investit dans :

- **La modernisation de l'atelier de Clamart**, avec le montage de la première paire optique dès 2025
- **La formation**, avec son école de vente et son campus pour accompagner la montée en compétences des équipes dans les domaines de la relation clients, de la santé visuelle et auditive.
- **L'intelligence artificielle et les outils digitaux**, pour automatiser les tâches et fluidifier le parcours client.

3. Parcours client : plus de services, plus d'innovation, plus de fidélité

Le Groupement Optic 2000 veut proposer une expérience client unique, en magasin, en centre et au-delà :

- **Un nouveau concept magasin pour Optic 2000**, mettant en avant l'expertise santé, les services, la synergie entre optique et audio, l'innovation produit et notre engagement pour la seconde vie des produits
- **La téléconsultation** déployée dans 300 points de vente du groupement, pour lutter contre les déserts médicaux

- **Une offre de seconde main généralisée**, avec réparation, entretien et revente
- **Des services hors magasin renforcés** (programme de prévention en entreprise, domicile)
- **Un nouveau programme de fidélité dès 2026**, pour renforcer la relation client et viser 60 % de fidélisation

« COOP 26/30 incarne notre vision : conjuguer développement, responsabilité et innovation pour nos magasins, nos équipes et les Français. Nous voulons être le groupement de référence engagé pour la santé visuelle et auditive de tous. ». Olivier Padieu, Président du Groupement Optic 2000

Contact Presse Groupement Optic 2000 - Lissac - Audio 2000

presse@optic2000.fr / 01 41 23 77 44