

Novembre 2023

# ÉTUDE DE CAS

# ALAIN AFFLELOU

# Sommaire

## ➤ Audits :

- Audit de contexte ----- 2-4
- Audit économique ----- 5-6

## ➤ Recommandation marketing ----- 7-9

## ➤ Facteurs clés de succès / Valeurs ----- 10

## ➤ Cibles / Positionnement ----- 11

## ➤ SWOT ----- 12

## ➤ Méthode PORTER ----- 13

## ➤ Matrice BCG ----- 14

## ➤ ANSOFF ----- 15

## ➤ Questionnaire ----- 16-18



# Audit de contexte

## Histoire de la marque :

Fondée en 1972 (première boutique au Bouscat) → le 1er réseau de franchise de produits d'optique et d'aides auditives en France, et bénéficie d'une forte présence et notoriété sur ses autres principaux territoires tels que l'Espagne, la Suisse ou la Belgique.

En 1978, Alain Afflelou crée la chaîne de magasins d'optique qui porte son nom. L'année suivante, la marque Alain Afflelou est devenue une franchise. Au fil des années, l'entreprise a innové et créé de nombreux produits, tels qu'un verre incassable en 1994, Forty, un coffret de lunettes destiné aux presbytes en 1997, et Tchîn-tchîn, une deuxième paire de lunettes pour un euro de plus en 1993. En 2002, la société a été introduite en bourse.

Aujourd'hui, le groupe Afflelou représente le premier réseau de franchise de produits d'optique et d'aides auditives en France, avec une forte présence et notoriété sur d'autres territoires principaux comme l'Espagne, la Suisse ou la Belgique. Il compte 1400 boutiques en franchise réparties dans le monde, avec une présence dans treize pays.

## Qu'est-ce que Afflelou ?

→ Chaîne d'opticien spécialisée dans la distribution de montures, verres optiques et produits de contactologie. L'entreprise possède également une activité d'audioprothèse.

Afflelou propose une large gamme de produits et services dans le domaine de l'optique et de l'audition. Voici quelques-uns des produits et services qu'ils offrent :

- **Lunettes de vue et de soleil** : Afflelou propose une grande variété de lunettes pour hommes, femmes et enfants. Ils offrent des lunettes de vue et de soleil de différentes formes et styles, y compris sportswear, intemporel, tendance, rétro, luxe et classique. Ils proposent également des lunettes de grandes marques comme Burberry, Chloé, Dior, Guess, Gucci, Prada, Persol, Tom Ford, Ray-Ban.
- **Lentilles de contact** : Afflelou propose une gamme de lentilles de contact pour différents types de vision, y compris les myopes, hypermétropes, progressives et astigmatiques. Ils offrent également des lentilles de différentes périodicités, y compris les lentilles journalières, bimensuelles et mensuelles.
- **Produits d'entretien** : Afflelou propose également une gamme de produits d'entretien pour les lentilles de contact.

Audition : Afflelou propose aussi des aides auditives, des produits d'entretien pour ces aides, et des piles.

## Qui était Alain Afflelou ?

Alain Afflelou est un opticien et homme d'affaires français. Il est né le 1er janvier 1948, à Mascara. Alain Afflelou a été un pionnier en matière de marketing dans le secteur de l'optique. Il a créé des publicités mémorables qui ont contribué à renforcer la notoriété de sa marque. De plus, il a introduit des concepts marketing novateurs tels que "Deuxième paire à 1 €" pour inciter les clients à acheter des lunettes de rechange.

### Réseaux Sociaux :

- Instagram (afflelou) : 55,7 k Followers - 1464 publications - deux à trois fois par semaine
- TikTok (afflelou) : 447.1K Abonnés - une à deux fois par semaine
- Facebook : 305K Followers - deux à trois fois par semaine
- X / Twitter : 11,7K Followers - pas actif

### Concurrents :

Optic 2000 (13%, CA:827M€) +0,9%

Krys (CA:1MM€) +1,7%

Afflelou (CA:567.6€)

AtoI (CA:371M€) +0,4%

Autres : les opticiens mutualistes, Grand optical, Lissac, Optical center, Lynx Optique

## Des atouts différenciations :

- **Une marque forte** mise au service des franchisés.
- **Un positionnement optimal** dans un marché fragmenté et à fort potentiel de croissance
- **L'innovation et l'observation** des besoins des consommateurs est au cœur de l'ADN du groupe
- **Un modèle de franchise** efficace et créatrice de valeur
- **Un profil financier** résilient et générateur de trésorerie



## Objectifs Afflelou :

Objectifs Afflelou :

Les objectifs de la marque Afflelou sont susceptibles de varier en fonction de plusieurs facteurs, mais en général, voici quelques-uns de leurs objectifs typiques:

**Expansion et Croissance de la Marque :** Comme toute entreprise, Afflelou peut chercher à étendre sa présence sur de nouveaux marchés, à ouvrir de nouvelles succursales ou à augmenter sa part de marché dans le secteur de l'optique.

**Innovation et Développement de Produits :** La marque peut avoir pour objectif de continuer à innover dans la conception de montures de lunettes, de lentilles de contact ou d'autres produits optiques pour rester compétitive sur le marché.

**Amélioration de l'Expérience Client :** Offrir un service client exceptionnel, simplifier le processus d'achat.

**Marketing et Image de Marque :** Accroître la notoriété de la marque, renforcer sa réputation et créer des campagnes marketing efficaces pour attirer de nouveaux clients et fidéliser ceux déjà existants.

**Expansion en ligne :** Le développement et la croissance de la présence en ligne peuvent être un objectif important, en particulier à l'ère du commerce électronique.

## Proposition de valeur :

- **Compréhension des besoins des clients :** depuis plus de 50 ans, le groupe Afflelou innove en se basant sur la compréhension des besoins des clients et des spécificités des métiers dans le secteur de l'optique et de l'audio.
- **Innovation :** Afflelou a révolutionné le secteur de l'optique en lançant une campagne de publicité audacieuse : "la moitié de votre monture à l'œil chez Alain Afflelou".
- **Large gamme de produits et services :** Afflelou propose une large gamme de produits et services, y compris des lunettes de soleil, des lunettes de vue, des lentilles de contact, et des aides auditives. Ils offrent également des services tels que l'essayage virtuel, le RDV opticien en visio, et le test de vue.
- **Présence internationale :** Afflelou a une présence internationale avec près de 1 500 magasins dans une vingtaine de pays.



# Audit économique

## Chiffre d'affaires Afflelou

L'entreprise Afflelou a généré plus d'1 milliard de chiffre d'affaires réalisé en 2022 par le groupe d'optique et d'audition Afflelou.

- Plus de 50 millions € de produit vendus avec l'offre NextYear en 2020
- Plus de 1,7 million de personnes profitent de l'offre TCHIN TCHIN chaque année.



## Offres de la marque

La mission du groupe Afflelou est **d'améliorer l'accessibilité financière** avec des prix abordables

- **L'offre TCHIN TCHIN** permettant aux personnes achetant une paire de lunettes, d'avoir pour 1€ de plus une deuxième paire de lunettes. Cela garantit la sécurité de leur client, car avoir une paire de secours constitue une véritable sécurité et bien être pour leurs clients.
- **L'offre NextYear** permet à tous les consommateurs de payer leur appareil 1 an après leur acquisition, ou en 12 paiements sur 1 an.
- **L'offre Kid Cool** permet aux parents d'obtenir le remplacement gratuit des lunettes pour leur enfant (âgé de moins de 12 ans) en cas de casse, de perte ou de vol dans l'année suivant l'acquisition.

MAGIC  
EXCLUSIVITÉ D'AFFLELOU

À partir de 149€  
avec deux "Magic Clips."\*

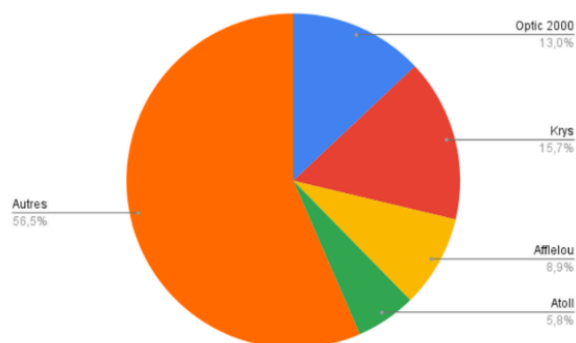
ALAINAFFLELOU  
Découvrez notre collection sur [afflelou.com](http://afflelou.com)

\*Voir conditions en magasin.

The advertisement features a row of five women wearing different styles of sunglasses. The background is a soft-focus indoor setting with bokeh lights.

## Part du marché Afflelou

En 2015, le groupe gérait le réseau de franchise de produits optiques le plus vaste (en termes de nombre de magasins). L'enseigne ALAIN AFFLELOU se classait quatrième en importance en France, détenant 9% du marché (en termes de nombre de magasins), dans un secteur traditionnellement fragmenté avec de nombreux commerçants indépendants.



Afflelou possède 8,9% du marché en France

## Ecosystème technologiques

Afflelou a défini sa feuille de route RSE intégrant des plans d'action pour atteindre les objectifs fixés. La feuille de route RSE couvre les enjeux prioritaires de l'entreprise au sein de 6 piliers stratégiques. Ces piliers sont déclinés en 14 engagements et contribuent en parallèle aux Objectifs de Développement Durable (ODD).

<b>GOVERNANCE &amp; ÉTHIQUE</b>	Intégrer la RSE à la gouvernance de l'entreprise Intégrer l'éthique dans nos pratiques et relations avec les parties prenantes	16 PAIX, JUSTICE ET ÉQUILIBRE SOCIAL
<b>SALARIÉS</b>	Attirer et fidéliser les talents Accompagner le développement de tous les salariés dans l'entreprise Lutter contre les discriminations et favoriser la diversité et l'inclusion Favoriser un environnement de travail de qualité et le bien-être des salariés	8 TRAVAIL DÉCENT ET ÉCONOMIE JUSTE
<b>FRANCHISÉS</b>	Soutenir le développement responsable de notre réseau de franchise	8 TRAVAIL DÉCENT ET ÉCONOMIE JUSTE
<b>CLIENTS &amp; SOCIÉTÉ</b>	Agir au quotidien pour améliorer la satisfaction et l'expérience client Proposer des produits et services innovants et accessibles au plus grand nombre Sensibiliser nos clients et la société aux enjeux de santé visuelle et auditive	3 SANTÉ BIEN-ÊTRE ET ÉQUILIBRE
<b>ENVIRONNEMENT</b>	Limiter l'impact environnemental de nos produits et emballages sur l'ensemble du cycle de vie Réduire l'empreinte carbone de nos activités et notre chaîne de valeur	12 ÉCONOMIE ÉNERGÉTIQUE ET CLIMAT 13 VIE AQUATILE, TERRESTRE ET ÉCOSYSTÈMES
<b>FOURNISSEURS &amp; PRODUITS</b>	Développer des relations responsables avec nos fournisseurs Garantir la qualité et la sécurité de nos produits et services	8 TRAVAIL DÉCENT ET ÉCONOMIE JUSTE 12 ÉCONOMIE ÉNERGÉTIQUE ET CLIMAT



# Recommandation marketing

Création d'une campagne de sensibilisation pour la vue.

## Objectifs :

- **Sensibiliser sur les risques des problèmes de vue au volant :**  
L'objectif principal pourrait être de sensibiliser les conducteurs sur les dangers potentiels liés aux problèmes de vue lors de la conduite, en mettant en avant des scénarios d'accidents de la route.
- **Encourager la responsabilité individuelle :** Faire passer le message que chaque conducteur a la responsabilité de s'assurer que sa vision est adéquate pour la conduite et que cela contribue à la sécurité de tous sur la route.
- **Positionner Afflelou comme acteur engagé dans la sécurité routière :** Utiliser la campagne pour renforcer l'image d'Afflelou en tant qu'entreprise engagée dans la sécurité routière en mettant en évidence son rôle dans la fourniture de solutions visuelles.

## Propositions :

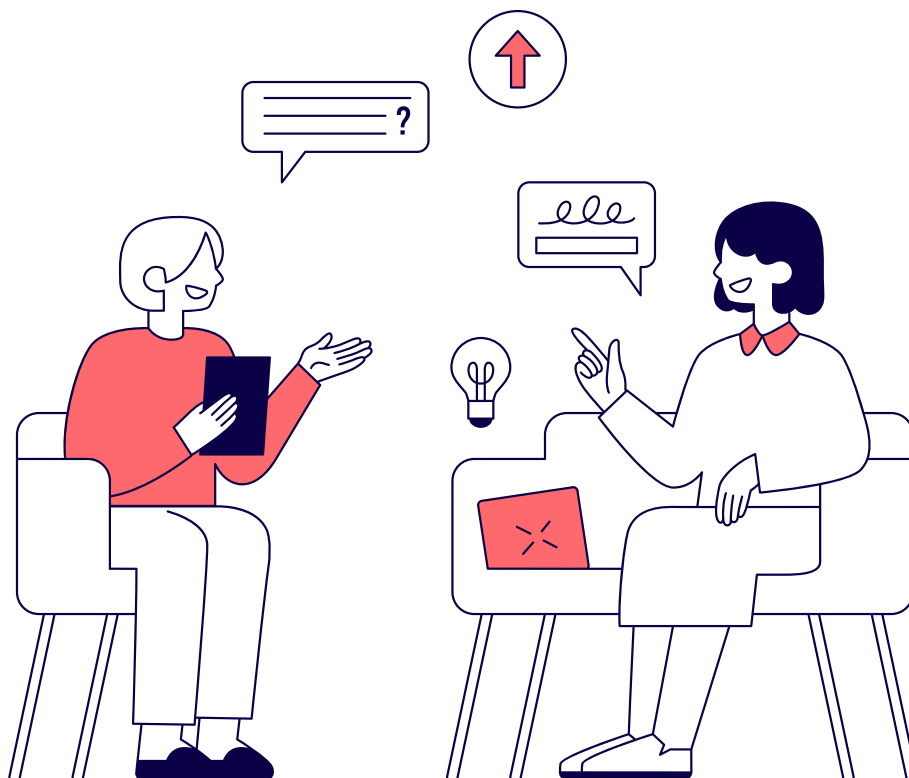
- **Affiche :** Permet de montrer sur les réseaux et même dans les rues une affiche montrant le lieu d'un accident avec des phrases d'accroche comme : "avec une bonne vue, on peut sauver des vies".
- **Vidéo publicitaire :** À la télévision ou sur les réseaux sociaux, une vidéo montrant quelqu'un faire un accident dû à une erreur de vision et entraînant un grave accident avec des innocents, puis à la fin de la vidéo, une phrase indiquant la sensibilisation de la vue. Cela montre une scène qui marque les spectateurs et qui vont pouvoir s'en souvenir afin d'y retenir une bonne cause.
- **Travailler en partenariat avec des organismes de sécurité routière :**  
Maximiser l'impact de la campagne et bénéficier de leur expertise.





## Mix marketing : Communication

- **Exploiter les Réseaux Sociaux :** Renforcer la présence sur **les plateformes sociales** en partageant du contenu visuel captivant comme des vidéos courtes ou des publications, en répondant aux questions des clients, en organisant **des jeux concours** ou en proposant **des promotions exclusives** pour les abonnés.
- **Événements et Partenariats :** Organiser **des événements**, des **collaborations** avec des associations ou des **partenariats** avec d'autres entreprises pour **renforcer les liens** avec la communauté et **améliorer** la visibilité de la marque.
- **Utiliser l'Expérience Client pour la Promotion :** Encourager les clients satisfaits à **partager leur expérience** en ligne via des **témoignages**, des **avis** positifs et des **histoires personnelles** sur les réseaux sociaux ou même sur le site web d'Afflelou.



# Les facteurs clés du succès

**Marque et Notoriété :** Afflelou bénéficie d'une marque forte et bien établie, reconnue pour sa qualité et son expertise. Sa notoriété lui permet de fidéliser une clientèle et d'attirer de nouveaux clients.

**Innovation et Design :** Afflelou se démarque par son engagement continu envers l'innovation dans la conception de produits. Elle propose des montures très innovantes et esthétiques, des technologies de correction visuelle avancées et des designs attractifs.

**Service Clientèle de Qualité :** La qualité du service client est un pilier important pour Afflelou. Elle offre des examens de la vue précis, des conseils personnalisés pour le choix des lunettes et un suivi après-vente.

**Stratégie Marketing et Communication :** Les campagnes publicitaires et marketing efficaces d'Afflelou contribuent à maintenir une visibilité constante et à renforcer la popularité de la marque.

## Ces valeurs

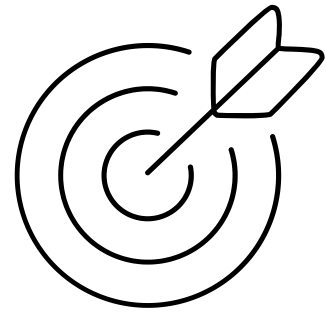
Afflelou met l'accent sur la :

- **Confiance** auprès de ses clients
- **L'éthique** de ses produits
- **L'innovation** continue
- **Le respect**
- **L'engagement**
- **Le perfectionnement** au quotidien



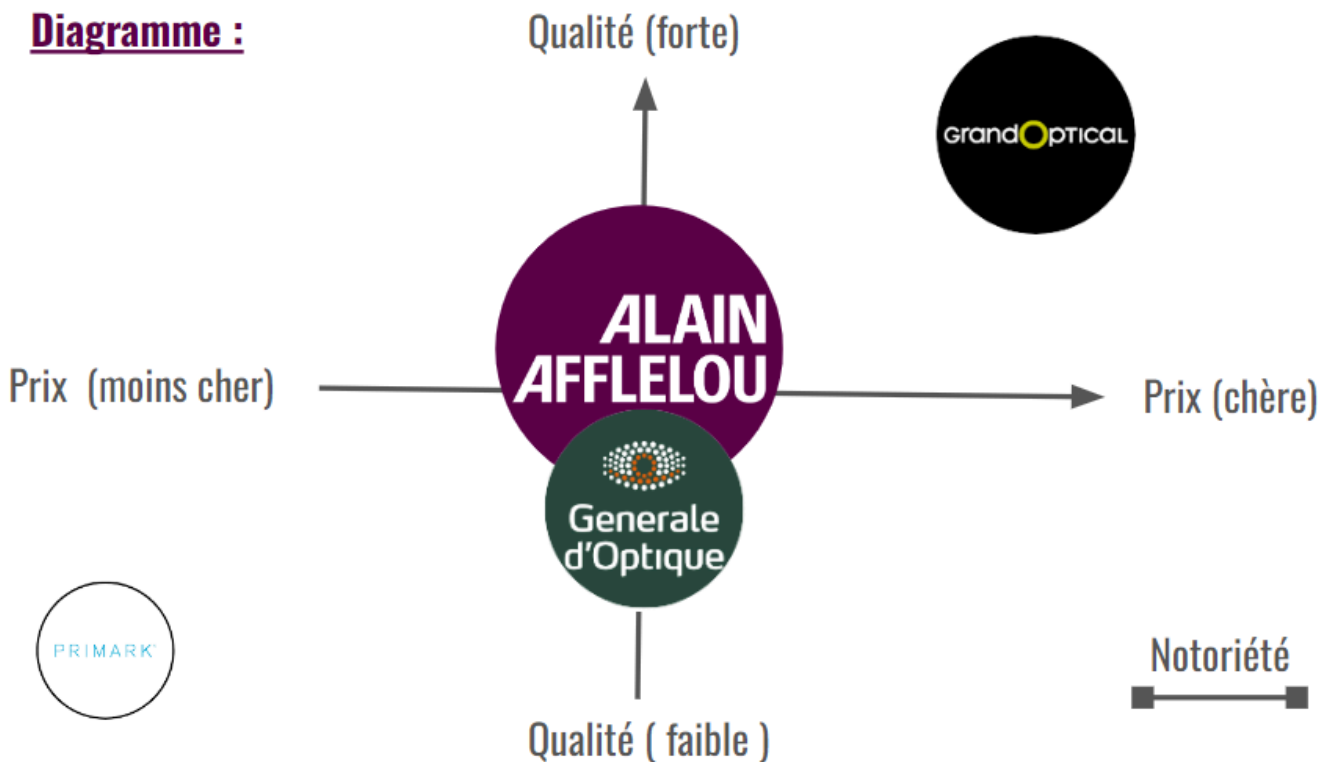
# Les cibles

- Individus ayant des **problèmes de vue**
- Individus ayant des **problèmes d'audition**
- Clients à la recherche de **services optiques**
- Tout individu :
  - Femme
  - Homme
  - Enfant
  - Personne âgée



## Positionnement

### Diagramme :



# SWOT

S

W

- Première marque d'optique connue -> 95% de notoriété
- Présence internationale dans 19 pays avec 1446 magasins
- Rachat de plusieurs marques
- Plusieurs offres de lunettes (Hommes, Femmes, Enfants ) ou pour les appareils auditifs
- Bonne communication : publicité, télé, réseaux sociaux
- Invention régulière de nouvelles offres promotionnelles = avantages concurrentiels

- L'entreprise se positionne sur l'offre discount
- Besoin d'innovation continue : sur le marché de la technologie, le manque d'innovation pourrait être une faiblesse



S

W



O

T



- Nombreuses innovations (secteur d'avenir qui ne cesse d'innover)
- Nombreux moyens de communication
- Secteur porteur car il y a toujours des individus qui ont des problèmes de vue
- Augmentation de 10% pour le marché des lunettes pour enfants par rapport à 2015
- Les ventes de verres correcteurs génèrent le plus important chiffre d'affaires

- Le marché de l'optique est très compétitif
- Le prix est 2x plus élevé en France que dans les pays voisins pour l'achat de paire de lunettes
- Les changements dans les préférences des consommateurs pourraient impacter les ventes

O

T

# Méthode PORTER

## RIVALITÉ ENTRE LES CONCURRENTS EXISTANTS

### Rivalité entre les concurrents existants

- Nombre de concurrents
- Diversité des concurrents
- La croissance de l'industrie
- Différences de qualité
- Fidélité à la marque

### LE POUVOIR DE NÉGOCIATION DES ACHETEURS

#### Pouvoir des acheteurs

- Nombreuses alternatives de marques
- L'importance des clients
- Différences entre les concurrents
- Politique de prix

### LA MENACE DES NOUVEAUX ENTRANTS

#### Nouveaux entrants

- Le coût d'entrée moins chère que Afflelou
- Exigences de capital
- Politiques d'entreprises

### LA MENACE DES PRODUITS OU SERVICES SUBSTITUABLES

#### Produit de substitution

- Les chirurgies oculaires au laser
- Rapport qualité / prix des concurrents
- Les achats en ligne de lunettes ou de lentilles

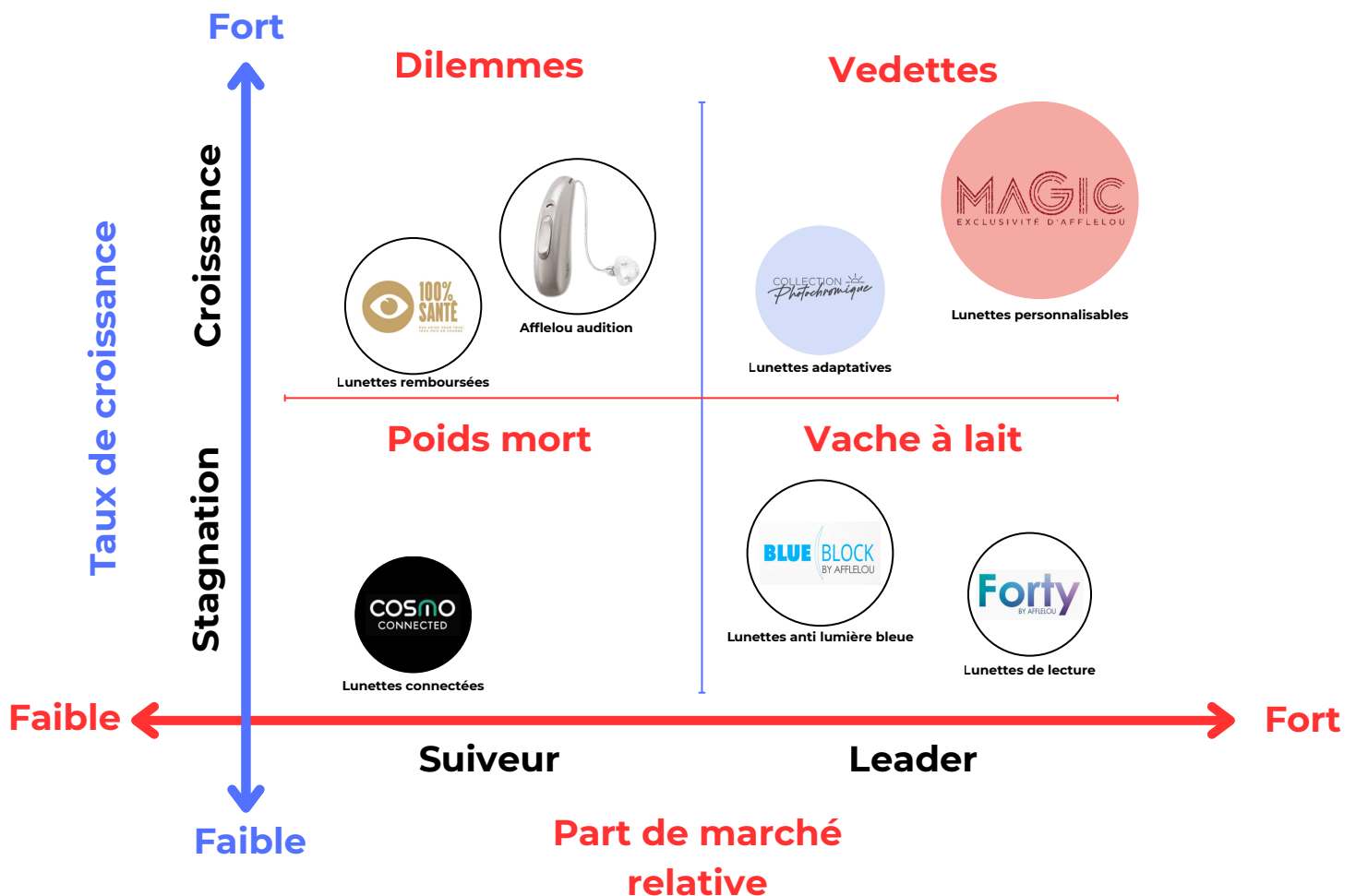
### LE POUVOIR DE NÉGOCIATION DES FOURNISSEURS

#### Pouvoirs des fournisseurs

- Influencer les prix / conditions
- Fournisseurs peu nombreux donc plus de négociation
- Moins d'impact de négociation pour Afflelou, car ils ont de nombreux fournisseurs



# Matrice BCG



## Le produit "Dilemme" :

Les appareils auditifs ont une part de marché plus faible que les autres produits de chez Afflelou. Mais ce produit fait partie d'un secteur en forte croissance.

## Le produit "Vedettes / Stars" :

La collection "Magic" de chez Afflelou est l'un des produits phares qui sont dans une forte croissance. Cette collection est un vrai succès pour la marque, avec une forte part de marché.

## Le produit "Vache à lait" :

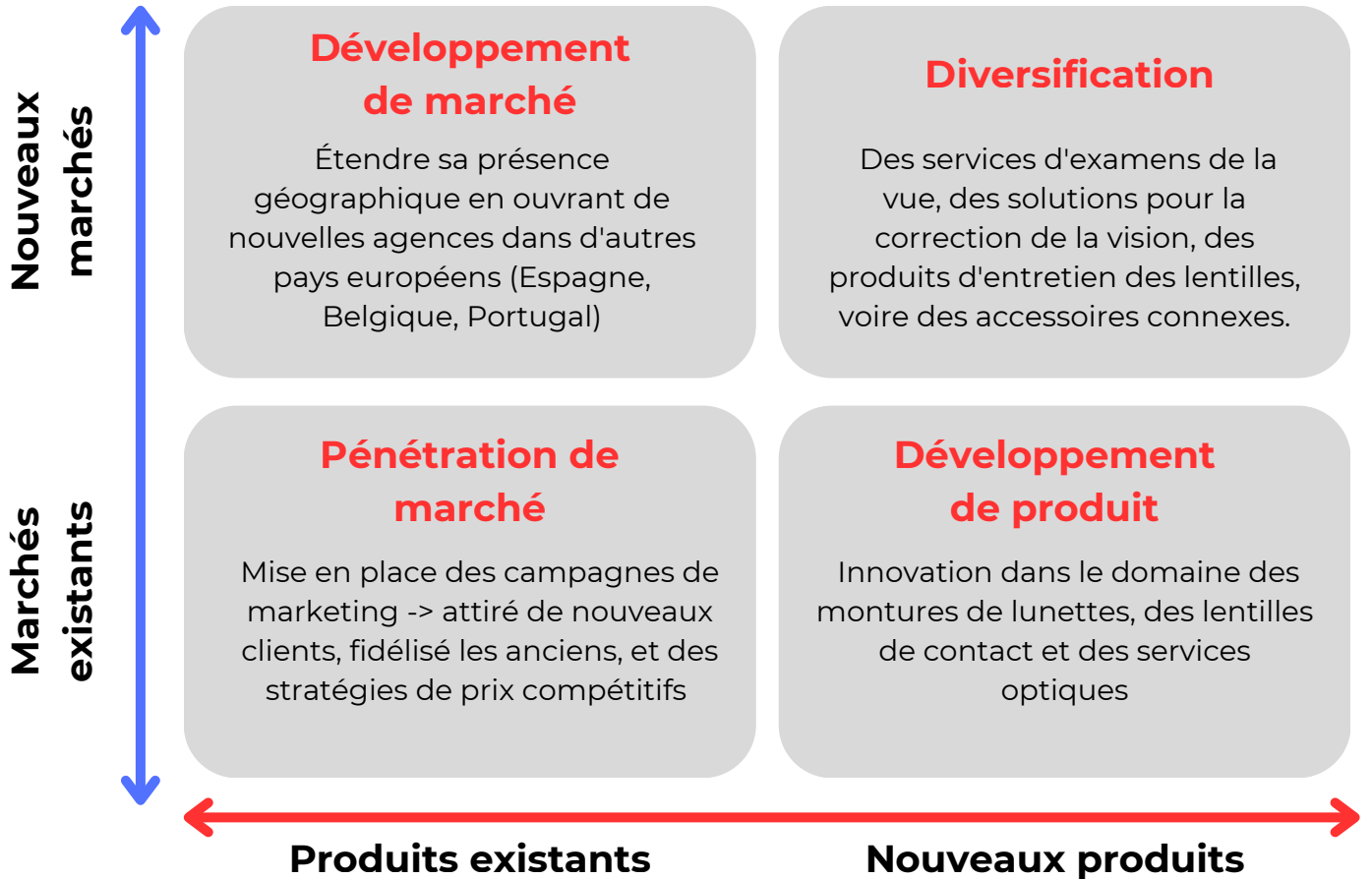
Les lunettes de soleil standards sont l'une des premières collections à être sortie. Ces produits ont une forte part de marché qui est dans un secteur qui reste en moyenne croissance.

## Le produit "Poids mort" :

Afflelou n'a pas à ce jour pas de produits ayant une faible part de marché tout en étant dans un secteur à faible croissance. L'entreprise sait toujours garder ses produits dans une bonne croissance dans le marché tout en étant dans un secteur en forte croissance. C'est ce qui fait l'avantage principal de l'entreprise Afflelou.

# ANSOFF

Afflelou a mis en œuvre différentes stratégies de développement au fil de son histoire. Voici comment Afflelou a utilisé ces stratégies :



# Questionnaire

- Etes-vous déjà allé sur le site Afflelou ?
  - Souvent
  - Plusieurs fois
  - Très peu de fois
  - Jamais
- Quels réseaux sociaux d’Afflelou connaissez vous ?
  - Instagram
  - Facebook
  - Youtube
  - TikTok
  - X
  - Linkedin
  - Pinterest
- Avez-vous déjà participé à une ou plusieurs opérations Afflelou ?
  - Win Win
  - Tchin Tchin
  - Next Year
  - Kid Cool
  - Alibi responsable



# Questionnaire

- Avez-vous déjà acheté chez Afflelou ?
  - Oui
  - Non
  
- Pensez-vous que Afflelou puisse sensibiliser aux accidents liés aux problèmes de vue ?
  - Oui
  - Non
  
- Pensez-vous que cela pourrait inciter les gens à tester leur vue pour éviter ces risques ?
  - Oui
  - Non
  
- Pensez-vous qu'il serait intéressant qu'une entité publique connaissant ces risques s'associe à Afflelou pour cette campagne de sensibilisation ?
  - Oui
  - Non



# Questionnaire

- Quelle est votre catégorie socio-professionnelle ?

- Agriculteur, exploitant
- Artisan, commerçant et chefs d'entreprise
- Cadre, profession intellectuelle supérieure
- Profession intermédiaire
- Employé
- Ouvrier
- Retraité
- Etudiant
- Chômeur

- Quel âge avez-vous ?

- 25ans et -
- 26-35ans
- 36-45ans
- 46-65ans
- 66ans et +

- Quel est votre sexe ?

- Homme
- Femme
- Autre (ne pas préciser)

