

ALAIN AFFLELOU présente sa nouvelle campagne TV avec son ambassadrice Sharon Stone



Paris, le 10 février 2017. ALAIN AFFLELOU dévoile sur les écrans son nouveau film TV (formats 20 et 30 secondes). Ce troisième opus avec Sharon Stone comme ambassadrice sera révélé à la télévision à partir du 13 février prochain. Associé à un dispositif plurimedia puissant, ALAIN AFFLELOU compte réaffirmer son expertise dans le domaine des verres progressifs en s'appuyant sur son offre emblématique sur la multi possession « Tchou-Tchin ».

3^{ème} opus de cette saga publicitaire : « *Parfaite de près comme de loin* »



Ce nouveau film, qui se déroule à Los Angeles, met en scène Sharon Stone dans son univers professionnel. On la voit dans son quotidien, sur un plateau de cinéma, assumer le port des lunettes progressives de façon décomplexée. Elle se sent « parfaite de près comme de loin ».

« *Nous voulions dédramatiser le port des verres progressifs, qui est souvent vécu comme une réelle épreuve voire comme une stigmatisation du passage à la catégorie des « personnes seniors » pour la grande majorité des gens* », souligne Bénédicte Chalumeau Vignon, Directrice de la Communication France ALAIN AFFLELOU.

Avec cette nouvelle campagne, l'enseigne espère donc décomplexer les personnes presbytes et les faire adhérer au port des verres progressifs.

Une nouvelle campagne à 360° déployée dès le 13 février

La diffusion du spot TV se fera en télévision du 13 février au 26 mars 2017 en trois vagues sur les chaînes hertziennes (TF1, France Télévisions, M6) et les chaînes de la TNT (W9, 6 Ter, Téva, Paris Première, C8, C Star, C-News, L'Equipe 21, BFM TV, NT1, HD 1, LCI et TV Breizh).

La campagne sera soutenue dès le 27 février par un spot radio diffusé sur douze grandes stations radio (Europe 1, RMC info, RTL, NRJ, RTL2, Chérie FM, RFM, Rire & Chansons, NOVA, TSF Jazz, MFM et Nostalgie) et sur les Indés, et par un dispositif digital. Du 27 février au 20 mars, une vidéo en ligne sera aussi visible sur les plus grands sites de news ainsi que sur les plateformes de vidéo en ligne avec en soutien des campagnes sur les réseaux sociaux Facebook, Twitter et Instagram. Plusieurs supports en magasins complètent également ce dispositif 360° depuis le 1er février.

Une offre unique dans le domaine des verres progressifs

Avec cette campagne, ALAIN AFFLELOU souhaite capter les clients presbytes pour devenir le leader français sur ce segment. Pour atteindre cet objectif, l'enseigne s'est inspirée de son offre reconnue et emblématique « Tchîn Tchîn », et l'a adaptée aux équipements progressifs.

« Grâce à cette grande campagne, nous réaffirmons notre position d'opticien spécialiste des verres progressifs. Avec 800 000 nouveaux presbytes chaque année, nous nous devons d'offrir une proposition commerciale innovante et unique à tous les presbytes. Avec « Tchîn Tchîn verres progressifs », nous marquons encore notre différence », déclare Frédéric Poux, Président-Directeur Général du groupe AFFLELOU.



Avec cette offre, ALAIN AFFLELOU est la seule enseigne à proposer sur le marché un verre progressif de même géométrie en deuxième paire, quelle que soit la marque de verres, sur plus de 200 modèles.

« En complément de cette grande campagne de communication, nous avons investi dans la formation de tous les opticiens du réseau avec la création de modules spécifiques et adaptés aux presbytes. Nous avons également équipé la quasi-totalité des magasins d'un tout nouvel instrument de prises de mesure, développé en partenariat avec le n°1 de la fabrication des verres Français : Essilor. Nous proposons également à tous nos clients, un service de garantie adaptation de maximum 3 mois et une hotline gratuite d'experts en verres progressifs. Le succès des adaptations aux progressifs est garanti à 100% désormais, c'est notre engagement!», détaille Frédéric Poux.

FICHE TECHNIQUE DU FILM :

- Annonceur/ Agence de publicité : ALAIN AFFLELOU
- Directrice Communication et Marketing ALAIN AFFLELOU : Eva IVARS
- Directrice Communication France ALAIN AFFLELOU : Bénédicte CHALUMEAU VIGNON
- Responsable création ALAIN AFFLELOU : Lucie PARDO
- Production : ALSIONA
- Réalisateur : Frédéric AUERBACH

Lien vers le film publicitaire : <https://youtu.be/O83zZr9Eocc>

À propos du Groupe AFFLELOU :

Fondé à Bordeaux en 1972 par Monsieur Alain Afflelou, le Groupe Afflelou est l'un des principaux franchiseurs sur les marchés des produits d'optique et des aides auditives en Europe. En 2015, le Groupe exploitait le plus important réseau de franchises de produits d'optique (en termes de nombre de magasins) et l'enseigne Alain Afflelou était la quatrième enseigne la plus importante de France avec une part de marché de 9 % (en termes de ventes, TVA incluses), sur un marché historiquement fragmenté et comprenant de nombreux commerçants indépendants. Le Groupe bénéficie d'une présence historique en France mais également d'une forte position en Espagne, où il exploitait le plus important réseau de franchises de produits d'optique en 2014 (en termes de nombre de magasins). Le Groupe, qui poursuit une stratégie d'expansion internationale, est présent sur cinq continents et compte 1403 boutiques dans 15 pays au 31 octobre 2016, comprenant les deux marchés principaux du Groupe que sont la France et l'Espagne, ainsi que la Principauté d'Andorre, la Belgique, le Luxembourg, le Portugal, la Suisse, l'Algérie, la Côte d'Ivoire, le Liban, le Maroc, le Sénégal, la Tunisie, la Chine et le Chili. <http://www.afflelou.com>

Contacts presse :

GRUPE AFFLELOU : - Laetitia Chevallier Deliquiet: 01 49 37 74 51 - lchevallier@afflelou.net
François Boursicot: 01 49 37 72 19 - fboursicot@afflelou.net