

## V - PARTIE 1 : Marketing digital

### V.1 - Étude de l'environnement de l'entreprise

Les facteurs au niveau macro-environnemental :

#### 1 - PESTEL

Politique	Economique	Sociétal	Technologique	Environnemental	Légal
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Contribution Aux objectifs de développement durables.</li> <li>• Signataire Du pacte mondial des nations unies.</li> <li>• Loi Macron : Suppression des ordonnances obligatoires pour les verres correcteurs.</li> </ul>	<p><b>142 :</b> Soutiens financiers Adelante au développement et à l'entrepreneuriat.</p> <p>Le chiffre d'affaires de l'optique en France.</p> <p>À cause de la crise sanitaire du Covid-19, le marché de l'optique a fléchi à 5,9 milliards d'euros en 2020, avec une perte de chiffre d'affaires de 720 millions d'euros selon GFK. Le nombre de paires de lunettes vendues a également diminué de 1,3 million.</p>	<p><b>+5000 :</b> foyers pour lesquels Afflelou pourvoit un emploi.</p> <p><b>+150 000 :</b> Lunettes données aux enfants depuis la création de la fondation Afflelou.</p> <p><b>+100.000 :</b> Lunettes données aux Lions clubs pour leur donner une seconde vie</p> <p><b>1600</b> formations de collaborateurs chaque année +100 000H dispensées.</p> <p>En 2015, plus de 800 révisions de la vue ont été faites et 470 lunettes ont été offertes.</p>	<p><b>1994 :</b> le verre 2Ai.</p> <p><b>1995 :</b> Le verre cent pour cent.</p> <p><b>1997 :</b> la conception de E-porty.</p> <p><b>1999 :</b> Tchín-Tchín</p> <p><b>2002 :</b> L'éphémère d'Afflelou.</p> <p><b>2006 :</b> Le verre protect et verre progressif le cinq.</p> <p><b>2008 :</b> Le verre affinité d'Afflelou.</p> <p><b>2009 :</b> La e-forty et la next year.</p> <p><b>2011 :</b> L'Ephémère confort et le verre égérie.</p> <p><b>2015 :</b> Le Win-Win.</p> <p><b>2019 :</b> Serenity.</p> <p><b>2016 :</b> Les montures Afflelou Blueblock. Scan Mirror. Ecran Afflelou.</p> <p><b>2017 :</b> Afflelou Mix tonic et magic by Afflelou.</p> <p><b>2019 :</b> Colibri by Afflelou et Ecran vitrine.</p> <p><b>2020 :</b> Ephémère Aqua Protect. Et H2O.</p> <p><b>2020 et 2021 :</b> Scan Mirror</p> <p>Eye 3 letters qui symbolisent le projet European Young eye project mené par le</p>	<p><b>3.000.000 :</b> verres de présentation biodégradables.</p> <p><b>2020 : H2O</b> Alain Afflelou Innove pour contribuer à préserver la planète.</p> <p><b>En 2020 50.000 :</b> Bouteilles en plastiques recyclées pour la collection H2O</p> <p>100% : des sachets en plastiques créés par Afflelou biodégradables.</p> <p>La tendance est à l'économie d'énergie</p>	<p><b>1278 :</b> Magasins franchisés.</p> <p><b>+700 :</b> propriétaires de franchise.</p> <p>Loi Macron rend la vente de lunette plus facile car il n'y a plus besoin de passer par son ophtalmologue pour certains types de besoins.</p>

		Lutte contre l'échec scolaire.	groupe avec la commission européenne pour trouver des solutions à la presbytie.  Innovation constante sur le marché des lunettes.	dans la production des lunettes.	
--	--	--------------------------------	---	----------------------------------	--

## 2 - 5 forces de PORTER

<b>Menace des nouveaux entrants</b>	Le marché de l'optique est en ce moment en pleine croissance. Nombreux sont les nouveaux différents concurrents dans le marché de l'optique de plus, ce marché est toujours en évolution. La menace de nouveaux entrants est alors forte. L'optique en forte croissance.
<b>Degré de rivalité avec les concurrents</b>	Intensité de rivalité moyenne.
<b>Menace des produits de substitution</b>	Les lentilles de contacts sont une de principales menaces pour le marché de l'optique. La correction oculaire par chirurgie fait peser une menace sur le secteur de l'optique
<b>Pouvoir de négociation des fournisseurs</b>	<b>Le prix :</b> la remise accordée sur l'ensemble des achats. Abordable <b>La qualité :</b> des produits ou services concernés. Très moyen. <b>Les frais :</b> et délais de livraison. Livraison et retours d'AFFLELOU sont gratuites. <b>Les conditions de paiement :</b> Afflelou accepte l'achat des articles via les cartes bancaires. Ils ne conservent pas les données. <b>Les coûts :</b> liés à la durée de vie des produits.

	<b>La qualité du service après-vente</b> : accueil chaleureux. Accueillant et souriant.
Pouvoir de négociation des clients	Baisser le pouvoir d'achat afin d'attirer les clients.

### **3 - SWOT**

<b>FORCES</b>	<b>FAIBLESSES</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Un prix adéquat à tous types de clients avec tous les sortes d'offres et forfaits proposés par les opticiens.</li> <li>• Clientèle large et présente différents types de produits aux clients.</li> <li>• Publicité avec des personnalités très influente.</li> <li>• Les marchés de l'optique et de l'audioprothèse sont très concurrentiels et morcelés. Afin de se démarquer de la concurrence, les misons d'Afflelou depuis toujours est sur les prix discount, la diversité des offres et l'innovation permanente. Depuis l'invention de Tchou Tchou d'Afflelou en 1999 qui a révolutionné le marché de l'optique, ils n'ont jamais cessé de créer.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Satisfaire aux mieux la clientèle, pour ne pas avoir des avis négatifs et mettre en péril l'image et la qualité des services de l'entreprise.</li> <li>• Proposer des prix plus élevés que celui des concurrents.</li> <li>• Même moyens de communication pour les concurrents ; Manque d'innovation.</li> </ul>
<b>OPPORTUNITÉS</b>	<b>MENACES</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Marché de l'optique en pleine croissance.</li> <li>- Augmentation du vieillissement de la population d'ici 2050.</li> <li>- Augmentation de la validité de l'ordonnance à 5 ans et augmentations des examens de vue réalisés par les opticiens.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Innovation constante sur le marché des lunettes.</li> <li>- Développement des montures plastiques qui nuisent à l'écologie.</li> </ul>

## V.2 - Étude de la concurrence

### 1. 2 concurrents directs d’Afflelou :

Général d’optique

Lunette pour tous.

### Concurrent indirect d’Afflelou :

La Grande distribution

### 2. Un paragraphe présentant l’entreprise et ses différentes gammes de lunettes. Préciser pour chaque gamme une paire de lunettes et le prix associé.

#### • Général d’optique :

Général d’Optique, offre des lunettes de vue à votre goût, équipées de verres à votre vue, pour un prix imbattable. Vintage, classiques, tendances ou carrément excentriques : avec toutes sortes de choix de style, entre près de 1000 montures pour hommes, femmes, adolescents. Et pour eux, les enfants sont très importants, ils proposent des montures et des garanties adaptées à leur vie : de quoi s’assurer que même les « brise-fer » resteront bien équipés tout au long de l’année. Ils proposent aussi des montures+verres : à partir de 25€ et des lunettes progressives à partir de 85€.

#### Exemple lunette de vue Général d’optique :

Lunettes de vue pour femme SENSAYA : 239,00 €

#### • Lunette pour tous :

Lunettes Pour Tous est une enseigne française d’optique fondée en 2014 par Paul Morlet et Xavier Niel. Qui possède 25 Magasins ouverts dans toute la France et bientôt plus. Des opticiens experts en santé visuelle diplômés dans tous les magasins. Et possède plus de 1000 montures en acétate fait main, métal, titane. Des lunettes de vue à 10 € montures et verres inclus. Il fabrique aussi des lunettes en seulement 10 min. Et l’ordonnance est 100% remboursé et sans reste à charge. Sans ordonnance lorsque les lunettes de vue sont de manière instantanée en cas d’urgence.

#### Exemple lunette de vue lunette pour tous :

Coralie : 30 €

- **La Grande distribution :**

Plusieurs enseignes de la grande distribution s'attaquent au secteur de l'optique, un marché à 6 milliards d'euros. En promettant un prix compétitif. Les grandes enseignes rivalisent avec des prix toujours plus bas. Une concurrence de plus pour les opticiens traditionnels. Les prix sont attractifs et se situent autour de 40-50 euros pour des lunettes uni focales et de 100-130 euros pour des lunettes progressives.

### 3. Analyse de la communication de chacun des concurrents sur les :

#### 1. Réseaux sociaux :

Les concurrents	nombre d'abonnés,	taux d'engagement,	Type de contenus publiés,	Sujet traité en publication
Général d'optique	<b><u>Facebook</u></b> : 78 533 <b><u>Instagram</u></b> : 23 400 <b><u>LinkedIn</u></b> : 292	Taux d'engagement moyen	<ul style="list-style-type: none"><li>• Publications audiovisuelles</li><li>• Publications multimédias</li></ul>	Des blagues Des memes Des informations relatives aux marché de l'optique.
Lunette pour tous	<b><u>Facebook</u></b> : 49 882 <b><u>Instagram</u></b> : 32 600 <b><u>Twitter</u></b> : 1487 <b><u>LinkedIn</u></b> : 7029	Un bon taux d'engagement	<ul style="list-style-type: none"><li>• Publications éducative et culturelle.</li><li>• Publications d'information.</li></ul>	De supers photos montrant la sublimité des lunettes. Des informations relatives aux marché de l'optique.
La Grande distribution		Faible taux d'engagement		

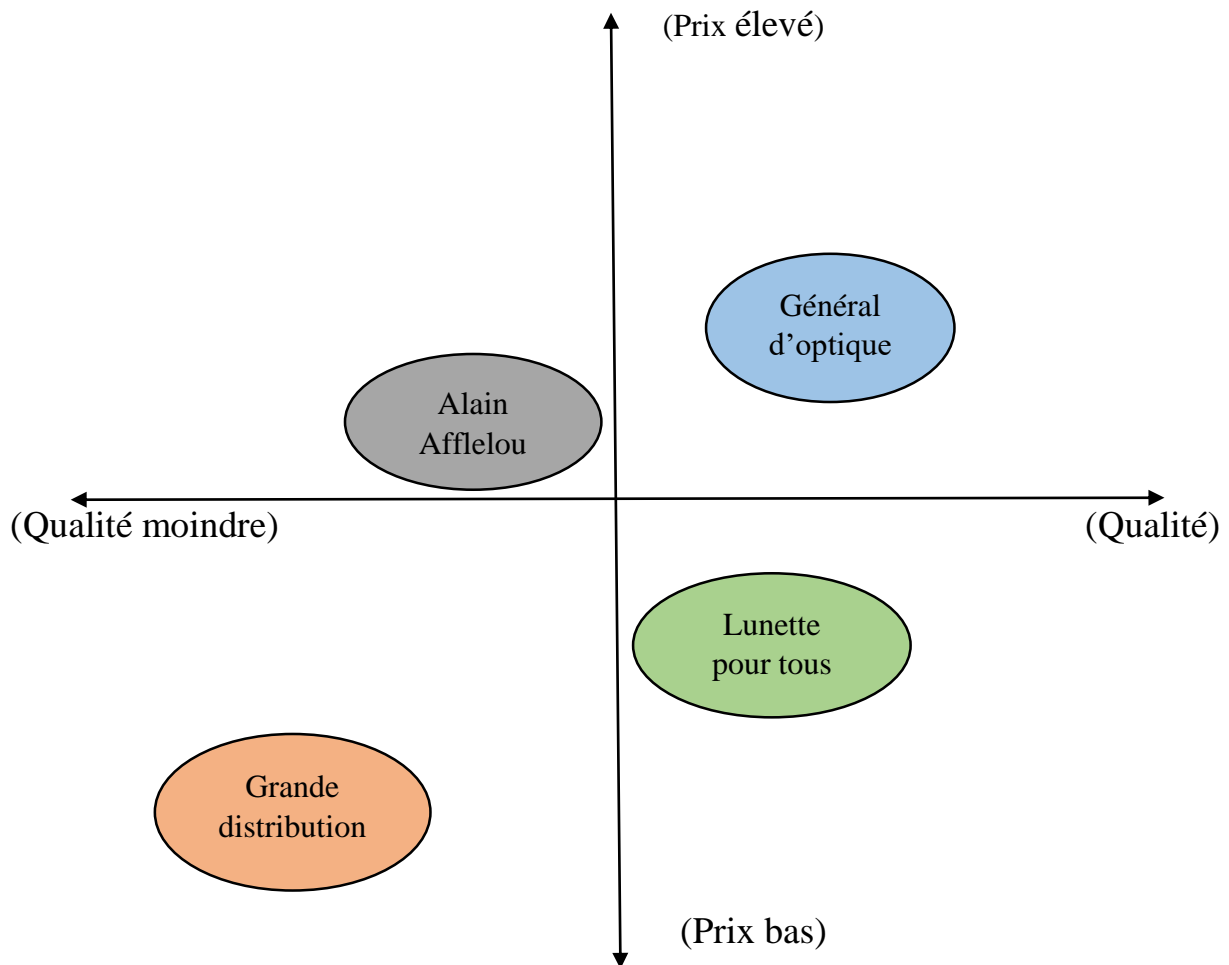
#### 2. Site internet

Concurrents	Construction du menu	Ergonomie	Diversité du catalogue
Général d'optique	Menu sticky	Un design attractif Un contenu rédactionnelles lisible	Toute l'expertise et le choix pour des lunettes de vue
Lunette pour tous	Menu de navigation classique.	Une navigation efficace et simple Bien structurée Un design simple Des textes facilement lisibles	Très diversifiés
La Grande distribution			

### 3. SEO :

	Résultats des audits
Général d'optique	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La partie technique c'est presque parfait il manque juste certaines balises comme la balise meta title et alt img.</li> <li>• La vitesse de chargement de la page est de 1,7 s</li> <li>• Diffusez des images aux formats nouvelle génération</li> </ul>
Lunette pour tous	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La partie technique c'est presque parfait il manque juste certaines balises comme la balise meta title et alt img.</li> <li>• La vitesse de chargement de la page est de 1,6 s</li> <li>• Diffusez des images aux formats nouvelle génération</li> </ul>

#### 4. Mapping concurrentielle :



#### 5. Le marketing mix d’Afflelou :

	Afflelou
Produit	Magic, lunettes de soleil, lunettes de vues, lentilles. Afflelou optique et solaire.
Prix	<u>Condition de paiement</u> : sécurisé. Ils ne conservent pas leurs données bancaires sur leurs serveurs.
Distribution	Magasins : 719 en France

	425 à l'étranger 177 centres et espaces auditifs en France et en Espagne. 150 Magasins Optical discount et Claro. 1400 magasins répartis dans 13 pays.
Communication	Divers publicité aussi incroyables l'une que l'autre. Des affichages publicitaires Divers publications dans les réseaux sociaux

### V.3 - Étude de la cible

#### 1) Les cibles d'Afflelou :

Cœur de cibles : Personnes âgées.

Lorsqu'on vieillit on a plus la capacité de voir des objets de près, faire de la lecture. On a alors besoin de lunettes pour corriger notre vue.

Cibles primaires : Des jeunes ayant des problèmes auditifs et des problèmes de vue.

Le port des lunettes pour les ados, les jeunes ou les adultes parce que en ce moment nos yeux sont exposés sur les écrans. Les écrans de notre machine, de nos smartphones et c'est pourquoi on se protège en portant des lunettes.

Cibles secondaires : toutes les personnes ayant des problèmes auditifs et des problèmes de vue.

Pour presque tout le monde.

#### 2) Les personas :





### **Age**

74 ans

### **Emploi**

Bibliothécaires

### **Familles**

3 enfants et 8 petits

Enfants.

### **Lieu**

Bordeaux

### **Statut matrimonial**

Mariée

### **Revenu annuel**

20 000 €

### **Langue parlée**

Français

### **Médias sociaux utilisés**



### Son personnalité et son histoire :

Claire est une femme drôle, énergique et ambitieuse. Elle est très engagée dans son travail et elle a sa réussite et sa croissance à cœur. Elle aime découvrir de nouvelles choses et elle est ouverte d'esprit pour essayer de nouveautés en ce qui concerne les lunettes, ses montures et tout ce qui va avec.

### Attitudes :

- Connait très peu l'entreprise
- Pas toujours organiser
- Très sensible aux facteurs humains

### Ses ressources de confiance

Pour trouver son information, elle s'informe principalement à l'aide des premiers résultats de ses recherches sur Google. Les blogues d'experts ou encore les pages ayant beaucoup de commentaires la rassurent.

### Son Objectif :

Vie social épanouie

Contribution à un monde meilleur

### Ses décisions concernant la décision d'achat :

Elle choisit bien son magasin et se pose des questions en fonction de l'expertise, l'apparence et le service de celui-ci, elle regarde les commentaires d'autres clients, sur Google ou facebook avant l'achat.

# Dixon Dubois



## Age

24 ans

## Emploi

Développeur web

## Lieu

Bordeaux

## Statut matrimonial

Célibataire

## Revenu mensuel

2 000 €

## Langue parlée

Français

Anglais

## Son personnalité et son histoire :

Dixon est un jeune développeur qui est plutôt un esprit libre et solitaire. Il n'aime pas la contrainte quand il s'agit de faire un travail c'est pourquoi il essaie d'être le plus indépendant possible pour garder cette liberté quel qu'en soit le prix.

## Compétences :

- Diagnostique de site.
- Sondage client et visiteur : recherche des besoins.
- Alimentation de nouveaux contenus.
- Correction et amélioration des fonctionnalités d'un site web.
- Retouche et amélioration d'une application web.

## Expériences

- Ingénieur de site dans la société France Telecom
- Développeur web com'busters
- Concepteur web société de transport terrestre SNFC Mobilities.

## Son Objectif :

Son but est de développer des interfaces web adaptées pour son client. Il peut s'agir de sites Intranet, de sites internet, d'applications web ou d'outils en ligne.

## Ses décisions concernant la décision d'achat :

Comme ses yeux sont exposés tout le temps sur les écrans. Il doit se protéger contre toutes substances et matières susceptibles d'endommager l'organe et de compromettre une vision de qualité.

## Médias sociaux



## V.4 - Marketing Digital

### 1. Les moyens de communication d’AFFLELOU, en triant via Owned, Paid et Earned média :

Chaque canal propose une approche unique pour créer de l’engagement avec ses consommateurs. Il est important de savoir utiliser l’Owned Paid et Earned média pour pouvoir efficacement développer la visibilité de sa marque.

Le PAID MEDIA d’Afflelou : les expositions publicitaires achetées les bannières, les mots-clefs payants ou offline pub sue le TV, presse papier, pub à la radio. Les médias payants SEA : référencement payant par achat de mots clés (Google Adwords, Bing Ads...), les publicité digitale, emailing, sponsoring, rémunération d’influenceur apportent une belle visibilité mais elle s’achète. L’agence sert d’intermédiaire. Sur tik tok 30 influenceurs ont mis en en avant la collection Magic la collection Magic et des offres AFFLELOU.

Sur la partie OWNED MEDIA d’Afflelou : site Internet, pages, comptes sur les réseaux sociaux, blog, brochures, newsletter, magazine d’Afflelou. Le contenu personnalisé est bien souvent la clé du succès et l’agence est un support de création et de promotion.

Le EARNED MEDIA les expositions dont Afflelou bénéficie gratuitement dans les médias, sur les réseaux sociaux, blogs d’influenceurs, avis et commentaires de consommateurs. C’est la visibilité que l’on obtient par la presse et la communauté. Parce que le Earned Media touche aussi à l’émotion.

### 2. le Tunnel de conversion d’Inbound Marketing en sélectionnant pour chaque phase des moyens de communication pour la paire de lunettes “Afflelou Sébastien paire homme :

**Attire** ➡ **Convertir** ➡ **Engager** ➡ **Fidéliser**

**Attire (Découverte) :** Mettre des contenus attractifs à travers les réseaux sociaux et sur le Web.

**Convertir(Evaluation) :** Inciter les personnes à aller sur le site d’Afflelou et optimiser l’expérience utilisateur.

**Engager(Achat) :** Concrétiser l'achat des lunettes.

**Fidéliser(Fidélisation) :** Inciter les personnes à laisser un avis concernant la qualité des services et la qualité du produit.

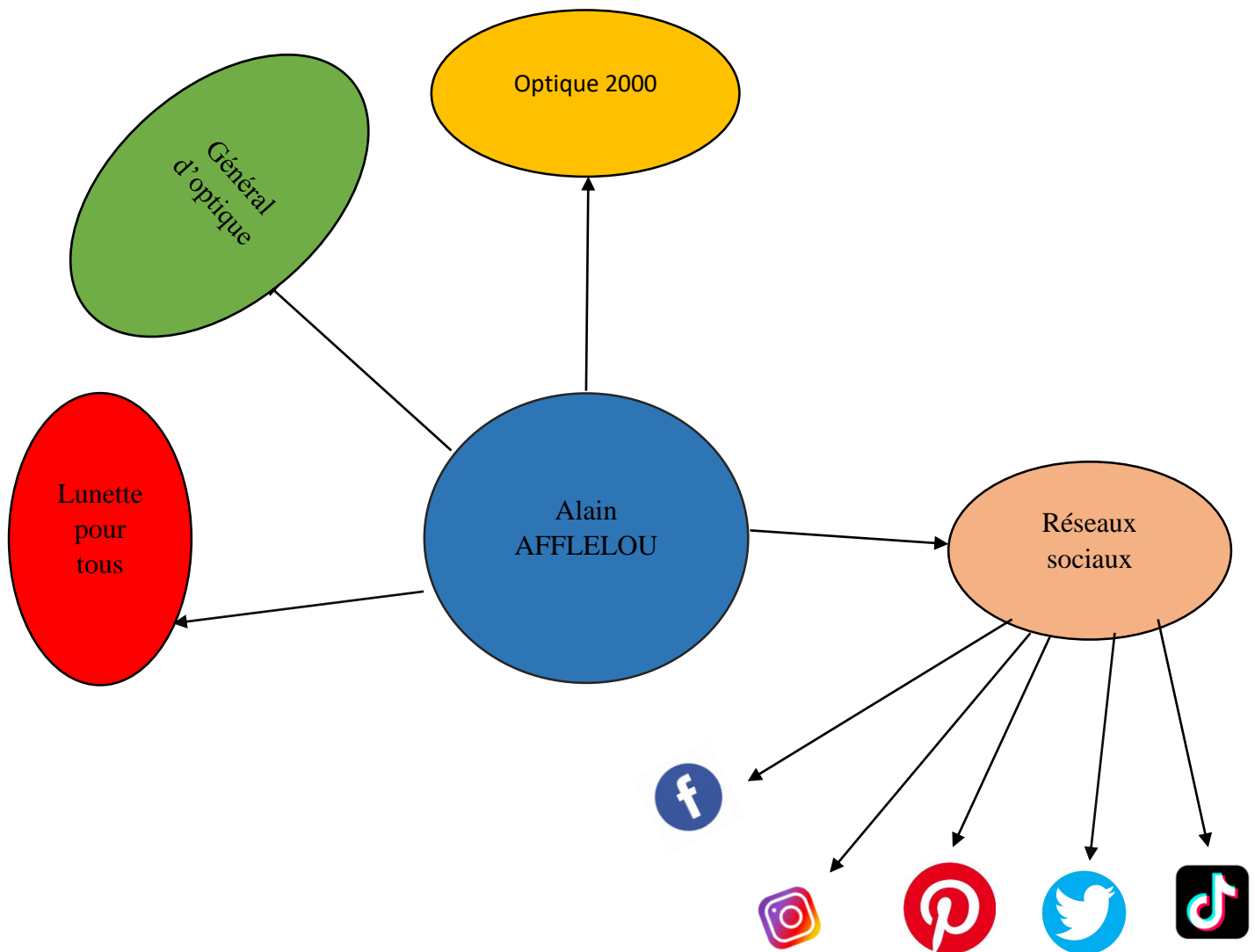
**3 et 4 Marketing digital :**

<b>Moyens de communication</b>	<b>Action réalisée</b>	<b>Objectif Smart</b>	<b>KPI</b>
<b>Blog</b>	Mettre des contenus attractifs.	Atteindre 300.000 nouveaux visiteurs par mois.	Pourcentage des visiteurs connus
<b>Affiches</b>	Lancer de nouvelles offres .	Augmenter le taux de vente de 35% des lunettes à l'aide d'une campagne publicitaire.	Popularité du contenu
<b>Presse écrite</b>	Mettre des sujets attrayants.	Augmenter le taux de vente de 15% des lunettes à l'aide d'une campagne publicitaire.	Popularité du contenu
<b>Internet(site web, réseaux sociaux)</b>	Mettre des contenus attractifs. Faire appel à des influenceurs pour augmenter la visibilité.	Atteindre 800.000 nouveaux visiteurs par mois.	Volume du trafic Les fans, les abonnés et les followers.
<b>Radio, télévision</b>	Publicité	Vendre plus de 5000 lunettes par mois avec les divers publicités.	

**VI - PARTIE SEO : Audit du site**

## 1ère Partie :

### Résumé synthétique de l'écosystème global d'Afflelou :



#### Informations sur la concurrence

+ Ajouter un domaine M

Domaine	Mots clés organiques	Trafic organique	Mots clés payants	Trafic payant	Domaines réf.	Authority Score
<a href="#">afflelou.com</a> <span>FR</span>	40,2K -0.42%	465,3K -1.05%	519 +0.78%	19,2K +0.15%	3,5K -2.16%	57 0

## 2<sup>ème</sup> partie

### Analyse technique :

Vérification de la présence des balises title ; Meta description ; h1, h2, h3 ; strong ; alt img.

**1<sup>ère</sup> page : Préparer vos yeux pour la santé**

**2<sup>ème</sup> page : lunettes de vues femmes**

**3<sup>ème</sup> page : lentilles des contacts**

Présence de tous les balises mentionné ci-dessus à part trois balise la balise meta description et la balise alt-image et strong.

Problème au niveau du fichier robot txt et les autres.

2,847 images internes sont rompues	<a href="#">Explication et correction du problème</a>		<a href="#">Envoyer à...</a>	
23 pages ont des descriptions Meta en double	<a href="#">Explication et correction du problème</a>		<a href="#">Envoyer à...</a>	
2 problèmes de balises de titre en double	<a href="#">Explication et correction du problème</a>		<a href="#">Envoyer à...</a>	
Le fichier robots.txt présente des erreurs de format	<a href="#">Explication et correction du problème</a>		<a href="#">Envoyer à...</a>	
Absence de redirection ou de lien canonique vers la page d'accueil HT...	<a href="#">Explication et correction du problème</a>		<a href="#">Envoyer à...</a>	

#### A propos de ce problème

Si votre fichier robots.txt est mal configuré, cela peut causer beaucoup de problèmes. Les pages Web que vous souhaitez voir promues dans les résultats de recherche ne peuvent pas être indexées par les moteurs de recherche, alors que certains de vos contenus privés risquent d'être exposés aux utilisateurs. Ainsi, une erreur de configuration peut endommager votre classement, ruiner tous vos efforts d'optimisation du référencement.

**Catégorie:** Explorabilité

#### Correction du problème

Passez en revue votre fichier robots.txt et corrigez toutes les erreurs, s'il y en a. Vous pouvez vérifier votre dossier en utilisant [l'outil de test du fichier robots.txt de Google](#). Pour savoir comment configurer votre robot.txt, veuillez consulter [cet article](#).

### Problème au niveau des liens https.

#### À propos de ce problème

Si un lien sur le site Web pointe vers l'ancienne version HTTP du site web, il est possible que les moteurs de recherche ne sachent plus quelle version de la page ils doivent référencer.

**Catégorie:** Liens, Sécurité et HTTPS

#### Correction du problème

Remplacez tous les liens HTTP par les nouvelles versions HTTPS.

## 4<sup>ème</sup> partie backlincks :

### Votre audit de backlinks a été effectué

ⓘ Nous n'analysons que les 500 premiers backlinks pour tous les domaines référents détectés.

Domaines référents <b>2 598</b>	Domaines toxiques <b>409</b>	Domaines potentiellement toxiques <b>586</b>
Score de toxicité global <b>Élevé</b>	Backlinks analysés <b>78 656</b>	Dans votre liste Suppression 0 Dans votre liste Désaveu 0

---

Domaines à analyser	5 190
Restrictions de robots.txt	445
Erreurs d'exploration	714
Domaines analysés	<b>4 031</b>

**78 656** nouveaux backlinks trouvés à partir de **2 598** domaines

[Accéder aux résultats](#)

#### Score de toxicité global (1 juil. 2022) ⓘ

**Élevé** Votre profil de backlinks a l'air dangereux !

<b>409</b>	<b>586</b>	<b>1,6K</b>
15,7% toxiques	22,6% pot. toxiques	61,7% non toxiques



Domaines référents ⓘ	Backlinks analysés ⓘ	Authority Score ⓘ
<b>2 598</b> 65,9% follow	<b>78 656</b> 87,1% follow	<b>57</b>
Nouveaux ⓘ 133	Nouveaux ⓘ 23 167	
Rompus ⓘ 106	Rompus ⓘ 7 215	
Perdus ⓘ 73	Perdus ⓘ 11 352	

## VII - PARTIE RÉDACTION WEB : Article de blog

### Pourquoi porter des lunettes ?

Souvent on pense que les personnes qui porte des lunettes sont des personnes super intelligentes. Des personnes sérieux et fiable. C'était l'image qu'on c'est tous dit que : « porter des lunettes de vue rendent plus intelligents ». Mais cette affirmation est fausse l'habit ne fait pas le moine. Y'en a vraiment des personnes qui mettent des lunettes et qui ont les caractéristiques énoncées ci-dessus mais la plupart sont des personnes ayant des problèmes de vues. Porter des lunettes pour ajouter une touche de tendance à notre tenu notre style.

#### **Les lunettes et ses bienfaits :**

Nombreux sont les avantages procurés par le port des lunettes.

Protéger les yeux contre toutes les agressivités. Tel que les lumières bleues causés par les écrans de nos ordi ou nos smartphones. Le port des lunettes évite aussi l'assèchement des yeux dû au courant d'air.

A corriger ou traiter les problèmes de vues aux personnes qui en ont besoin. Et surtout les lunettes permettent aux personnes âgées d'être en bonne santé parce que beaucoup sont les maladies qu'on peut éviter par le port des lunettes.

Des lunettes correcteurs d'Afflelou des exemples de lunettes avec le prix moins cher et ceux avec un prix assez élevé.



Adidas OR5026

Lunettes de vue 1 couleur.

99€



Prada OPR 64YV

255€

#### **Qui doit porter les lunettes ?**



La question ne doit même pas se poser. On sait que le public le plus visé sur le marché de l'optique sont les personnes âgées. Puis viennent ensuite ceux qui ont des problèmes de vues. En France selon des études de cas 6 personnes sur 10 portent des lunettes. A peu près plus de 27 millions des personnes et la majorité sont âgées de plus de 50 ans. Les Aveugles aussi font partie des publics visé pour l'achat des lunettes. Eux ils optent plutôt pour Les lunettes de soleil pour se protéger de la lumière. Parce que même en étant malvoyant il peuvent quand même voire un peu de lumière. Les enfants et les jeunes qui sont surexposées aux écrans qui nuisent d'une façon assez rapide la vue. Dès leurs jeunes âges ils portent déjà des lunettes correctrices, des lunettes antireflets. Et enfin les stars qui sont eux aussi des clients potentiels. Ils ont besoins des lunettes pour être super stylées. Bien assortir leur look et leur super lunette de soleil mais aussi pour se protéger des flashs lors des évènements auxquels ils sont conviés.

### **Les différents types de lunettes**

On peut trouver plusieurs types de lunettes. Mais on peut distinguer deux très grand

Types les lunettes solaires et les lunettes de vues.

#### **Les lunettes de soleil :** on peut les distinguer par leurs formes

Lunettes de soleil Hexagonales.

Lunettes de soleil Ovale.

Lunettes de soleil Papillon.

Lunettes de soleil Pilote.

Lunettes de soleil Rectangulaires.

Lunettes de soleil Rondes.

Lunettes de soleil Wayfarer.

Puis concernant les lunettes de soleil il y a des catégories aussi de catégorie 0 à 4. Du plus Clair au plus foncé. Puis après à vous de choisir la monture ou le choix de la couleur des Lunettes.

**Les Lunettes de vues :** On peut aussi distinguer différents types de Lunettes de vues et c'est selon les verres avec lesquels elles sont constitués.

Verres minéraux (à base de verre naturel)

Verres organiques (à base de matériaux synthétiques)

Verres en polycarbonate.

Verres unifocaux (ou "simple foyer")

Verres bifocaux (verres à double-foyer)

Verres multifocaux.

Traitement antireflets.

Filtres anti-lumière bleue.

Afflelou possède différents types de lunettes :

Misight.

Precision.

Premio.

Total.

Ultra.

Des exemples de jolies lunettes de vues d'Afflelou :



Afflelou Lucile

Lunettes de vue 3 couleurs

99€



Afflelou ELEA

Lunettes de vue 2 couleurs

99€



Afflelou Eliette

Lunettes

de vues 3 couleurs

99 €

Et encore plusieurs autres types que vous pourrez trouver dans le lien ci de-dessous :

<https://www.afflelou.com/lunettes-de-vue/tchin-tchin-optique>

Des exemples de lunettes solaire d’Afflelou :



Afflelou Izan Lunettes de soleil 5 couleurs

29€ avec 50% de réduction



Afflelou Joaquim Lunettes de soleil de couleurs

29€ et 50% de réduction.



Afflelou Lisandro. Lunette de soleil 2 couleurs.

29€ et 50% de réduction.

Et encore plusieurs autres types que vous pourrez trouver dans le lien ci de-dessous :

<https://www.afflelou.com/lunettes-de-soleil/tchin-tchin-solaire>

## **Lunettes ou lentilles :**

Entre lunette est lentilles. Les lunettes ne causent pas trop d’effet secondaires que les lentilles. Nombreux sont les avantages des lentilles par rapport aux lunettes. Comme porter des lentilles fournissent de meilleurs champ visuels que les lunettes traditionnelles. Mais les lentilles abiment les yeux par contre les lunettes soignent ou plutôt corrige la v

**Le choix du thème :** Pour faire comprendre aux lecteurs la nécessité des lunettes. Pour orienter le client aux achats du produit.