

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

### 1- PESTEL

| POLITIQUE  | ECONOMIQUE  | SOCIOLOGIQUE  | TECHNOLOGIQUE  | ENVIRONNEMENTAL  | LEGAL   |
|--|---|---|--|--|---|
| Politique de protection des données et vie privées des visiteurs | 980 millions d'euro de chiffre d'affaire, 1 445 magasins dans 19 pays | Présence à l'international comme au Maroc, Liban, Côte d'Ivoire, Sri Lanka... | Réseau de point de vente physique alliée à des sites internet offrant toute l'expertise et les services d'un magasin | Le groupe AFFLELOU définit les priorités de sa stratégie de développement durable. | Il est géré par le Directeur Juridique <b>Frédéric FRANCESCHI</b> |

### 2 - 5 forces de PORTER

|   |  |
|---|--|
| Menace des nouveaux entrants            |  |
| Degré de rivalité avec les concurrents  | Afflelou reste dans les 5 premiers dans le classement des meilleurs opticiens avec Optical Center, Krys, Générale d'Optique... |
| Menace des produits de substitution     | Lentilles de correction  |
| Pouvoir de négociation des fournisseurs |  |
| Pouvoir de négociation des clients      | Observation des besoins des consommateurs  |

### 3 – SWOT

| FORCES   | FAIBLESSES   |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- Première marque d'optique connue en France</li> <li>- Opticien et acousticien</li> <li>- Partenariat avec des verriers de grande renommée</li> <li>- Positionné sur l'offre premium et le secteur discount</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>- se positionne seulement sur le discount</li> </ul>  |
| OPPORTUNITÉS   | MENACES  |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- Les ventes de verres correcteurs génèrent un chiffre d'affaires important</li> <li>- Secteur porteur au vu du fait qu'il y aura toujours des personnes avec des problèmes de vue</li> <li>- Croissance importante sur le marché de l'audioprothèse</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Le marché de l'optique est très compétitif</li> <li>- Prix 2 fois plus élevés en France que dans les pays voisins</li> <li>- Le marché sur internet est faible</li> </ul> |

## V.2 - Étude de la concurrence

1- Les entreprises dans l'optique sont nombreuses puisqu'il y aura toujours quelqu'un qui aura besoin de lunettes. J'énumère deux concurrents directs d'Afflelou, qui sont : Atol et Grand Optical pourtant les ventes sur internet représentent un concurrent indirect qui menace ces grands enseignes.

2-Atol c'est une chaîne d'opticiens transformés en société en nom collectif en 2009, elle comprend 752 magasins et est classée comme un des leaders du service en 2017 et 2018. Il y a plusieurs gammes selon les besoins, par exemple :

- la gamme pour femme **FLOWER coquelicot 04 Bleu foncé et or**, prix aux alentours de 129 €
- la gamme pour homme **TIMBERLAND TB1614 Noir**, prix de vente généralement constaté à 129 €
- la gamme enfants fille **AMEYA FOR GIRLS poney pop 03 Rose cristal moucheté rouge** avec un prix aux alentours de 135 €
- la gamme enfants garçon **RAY-BAN JUNIOR ORY1053 Gris**, prix aux alentours de 124 €

Grand Optical: fait partie de l'entreprise néerlandaise GrandVision avec Générale d'Optique et Solaris qui est numéro 1 en Europe et numéro 2 dans le monde. Les gammes se répartissent selon le genre :

- la gamme enfants **RIP CURL BOA006 02 NOIR VERT**, au prix de 159 €
- la gamme pour femme **SENSAYA SYOF0029 ND00 BROWN GOLD**, au prix de 132,30 €
- la gamme pour homme **DBYD DBOM5055 FF00 BEIGE BEIGE**, au prix de 111,30 €

Ce sont les sites internet qui vendent les lunettes prolifèrent.

## 2- Analyse de la communication des concurrents :

### a- Afflelou

|                             | Facebook                 | Instagram                                 | twitter                 | YouTube                            |
|-----------------------------|--------------------------|---|-------------------------|------------------------------------|
| Nombre d'abonnés            | 325 000                  | 33 700                                    | 10 852                  | 5 542                              |
| Taux d'engagement           |                          |   |                         |                                    |
| Type de contenus publiés    | Photos et Vidéos         | Photos et Vidéos                          | Annonces et publicités  | Vidéos                             |
| Sujet traité en publication | Promotion de Tchou Tchou | Concours pour gagner 2 paires de lunettes | Annonces de partenariat | Promotion de nouvelles collections |

### b- Atol

|                             | Facebook             | Instagram                   | twitter    | YouTube                  |
|-----------------------------|----------------------|-----------------------------|------------|--------------------------|
| Nombre d'abonnés            | Pas de page officiel | 9 403                       | 6 301      | 1 849                    |
| Taux d'engagement           |                      |                             |            |                          |
| Type de contenus publiés    | Néants               | Photos et Vidéos            | Annonces   | Vidéos                   |
| Sujet traité en publication | Néants               | Promotions et Collaboration | Promotions | Promotion des nouveautés |

### c- Grand Optical

|                             | Facebook               | Instagram                          | twitter    | YouTube                |
|-----------------------------|------------------------|------------------------------------|------------|------------------------|
| Nombre d'abonnés            | 80 724                 | 23 802                             | 441        | 295                    |
| Taux d'engagement           |                        |                                    |            |                        |
| Type de contenus publiés    | Photos                 | Photos et Vidéos                   | Annonces   | Vidéos                 |
| Sujet traité en publication | Promotions et Annonces | Promotions et Annonces de concours | Promotions | Cours sur le visagisme |