

PARTIE 1 : MARKETING & MARKETING DIGITAL

I. Etude environnementale de l'entreprise

NB : Ces analyses prennent en compte les 5 continents sur lesquels la marque Alain Afflelou est présente.

✓ *Au plan macro-environnemental*

Politique	Economie	Sociologique	Technologique	Environnemental	Légal
<p>Reforme fiscale mondiale en cours de validation dont l'entrée en vigueur est prévue à l'horizon 2023. Elle fixera une taxation des multinationales élevée à 15%</p> <p>Baisse de l'impôt sur les sociétés. En 2022, la dernière étape de la réforme engagée en 2018 de l'impôt sur les sociétés entre en vigueur. le taux normal de l'IS sera abaissé à 25 % pour l'ensemble des entreprises.</p>	<p>Le marché mondial de l'optique représentait 100milliards d'Euros en 2021. Il est prévu selon le rapport d'euromonitor que le chiffre d'affaires de ce marché s'élève à 142milliards en 2022</p> <p>Sur le marché de l'optique en France, les 12 833 magasins d'opticiens du marché français ont</p>	<p>Selon un sondage réalisé en mai 2020 par Santéclair, 15 % des Français interrogés portent des lentilles. il y aurait environ 130 millions de personnes portant des lentilles dans le monde.</p> <p>Selon le sondage AsnaV 2021, À la sortie de la crise sanitaire, 8 Français sur 10 portent des Lunettes (82%) dont 1 sur 2 de façon</p>	<p>Un accès simplifié aux services en ligne pour les entreprises</p> <p>Afin de simplifier la recherche d'informations et la réalisation des démarches en ligne par les entreprises, trois nouveaux sites internet vont être lancés en 2022.</p> <p>Création, immatriculation, modification, cessation, déclaration, paiement...de nombreuses démarches qui sont réalisées aujourd'hui par les entreprises sur une multitude de</p>	<p>Pour encourager la transition écologique du secteur et accélérer la prise de conscience tant chez les vendeurs et les consommateurs, l'opticienne Carole Riehl a lancé en 2019 le label Optic For Good à destination des fabricants de Lunettes et des opticiens.</p>	<p>Arrêté du 24 juin 2022 portant extension d'application de la convention nationale organisant les rapports entre les opticiens délivrant des produits et prestations inscrits au chapitre 2 du titre II de la liste prévue à l'article L. 165-1 du code de la sécurité sociale et l'assurance maladie</p>

	<p>réalisé un chiffre d'affaires global de 6,75 milliards d'euros en 2021, soit 13,5 % ou encore 803 millions € de plus qu'en 2020, une année marquée par la baisse d'activité due à la crise de la Covid-19 et à des périodes de fermeture des opticiens.</p> <p>Pour en savoir plus : <u>Le marché de l'optique en France en 2021</u></p>	permanente (55%).	sites, seront désormais centralisées sur ces trois sites.		
--	---	-------------------	---	--	--

<p>Suite à la réforme du 100 % Santé, on peut s'acheter des Lunettes de vue sans payer aucun reste à charge (RAC) et ce, quel que soit le niveau de correction choisi et quel que soit son niveau de couverture complémentaire.</p>	<p>En France, il se vend près de 36 000 paires de Lunettes de vue chaque jour, soit environ 13 millions par an ainsi que 14 000 paires de Lunettes de soleil par jour, soit environ 5 millions l'année. Au total il se vend donc environ 18,5 millions de paires de Lunettes en France. Ce marché représente un chiffre d'affaires d'environ 6,5 milliards d'euros</p> <p>Le prix moyen des Lunettes à verres progressifs en France s'élevait à</p>	<p>En 2020, 25 millions de Français présentaient des troubles de la vision et 92 % d'entre eux portaient des Lunettes ou des lentilles de contact (Gf Retail and Technology).</p> <p>Les Français renouvellent leur paire de Lunettes en moyenne tous les 2,5 ans.</p> <p>La santé visuelle préoccupe 97 % des Français (</p> <p>En France, 150 000 personnes choisissent de régler leur problème de vision par <u>une opération des yeux</u>. Le phénomène s'est encore amplifié depuis l'apparition de la pandémie : l'effet buée sur les Lunettes quand on porte le masque a poussé les Français à la chirurgie</p>	<p>en 2021, Carole Riehl forme l'association RecyclOptics qui a pour but de faciliter le recyclage des déchets issus de l'optique - Lunetterie et de sensibiliser tous les acteurs du métier sur l'importance de l'écologie dans ce secteur</p>	<p>De nouvelles règles commerciales concernant les promotions, les ventes en ligne...et sanctions en vigueur depuis le 28 mai</p> <p>Suppression de dépenses fiscales inefficaces Outre certaines dépenses fiscales, la loi abroge des exonérations temporaires pour les entreprises bénéficiant de l'exonération d'impôt sur les sociétés pour reprise d'une entreprise ou d'un établissement industriel en difficulté : taxe foncière sur les propriétés bâties, cotisation foncière des entreprises (CFE), cotisation sur la valeur ajoutée des entreprises (CVAE)</p>
---	---	--	---	---

	<p>597 € en 2020 pour un équipement complet. En 2017, il était de 469 €. En 2019, selon le ministère de la Santé, le prix médian d'une monture de Lunettes était de 135 €.</p> <p>en moyenne, la paire de Lunettes, verres et monture, coûtait 425 euros en 2021 en France.</p>	<p>réfractive. Les lasers dernière génération permettent de soigner beaucoup de cas sans trop d'effets secondaires, mais cela a un coût.</p> <p>Selon l'OMS (2021) ; plus de 2,2 milliards de personnes sont atteintes d'une déficience visuelle.</p> <p>Les Lunettes Bio-acétate, Genderless, New Vintage, Made in Italy, Anti-lumière bleue sont très demandées en 2022.</p>			
Création d'un crédit d'impôt en faveur de la recherche collaborative Afin de favoriser la recherche collaborative, il est instauré un crédit d'impôt au bénéfice des entreprises qui concluent des contrats de collaboration	En France, le Syndicat national de l'industrie des technologies médicales (Snitem), a récemment publié le nombre de ventes d'aides	<p>En France, un adulte sur quatre (25%) est touché par une forme de <u>déficience auditive</u>, selon une étude de l'Institut national de la santé et de la recherche médicale (Inserm)</p> <p>En Afrique spécialement en</p>	entrée en 2019 et 2020 sur le marché optique de 3 grandes tendances innovatrices : Les lentilles Acuvue ^{MD} Oasys avec Transitions TM , Impression 3D, les verres Transitions génération 8.		Décret n° 2022-691 du 26 avril 2022 relatif aux soins visuels pouvant être réalisés sans prescription médicale par les orthoptistes

avec certains organismes de recherche publics. Le crédit d'impôt s'élève à 40 % des sommes facturées par les organismes, dans la limite de 2 M€ par an, et à 50 % pour les PME.	<p>auditives pour 2021, qui atteignent 1,7 millions d'unités.</p> <p>En 2021, les ventes d'appareils auditifs en Europe atteignaient 18,79 millions d'euros selon l'Ehima, l'Association européenne des fabricants d'aides auditives.</p>	<p>Afrique de l'ouest (Sénégal) pour faire la chirurgie sur la surdité profonde, il faut déboursier au moins 10 millions de FCFA", précise le Pr Ndiaye.</p> <p>selon le rapport de l'OMS (Organisation Mondiale de la Santé) émis en 2021 dès 2050 :</p> <p>En région africaine (de l'OMS), 337 millions de personnes seront concernées par des pertes auditives, contre 136 de nos jours.</p> <p>236 millions, en région européenne, contre 196 millions aujourd'hui.</p> <p>L'Asie est le continent où le plus de personnes souffrent de déficience auditive. La situation risque</p>			
---	---	--	--	--	--

		<p>de s'empirer en 2050.</p> <p>Enfin, on enregistrera 332 millions de personnes souffrant d'une certaine déficience auditive sur le continent américain contre 217 millions aujourd'hui.</p> <p>Au Nouvelle Zélande, on estime que 15-17% de la population adulte est déficiente auditive.</p> <p>Plus d'1 milliard de jeunes adultes risquent d'avoir une perte auditive permanente, pourtant évitable.</p> <p>près de 80% des personnes concernées par une surdité vivent dans un pays à faible ou moyen revenu.</p>			
--	--	---	--	--	--

✓ *Les forces de Porter analysées*

**POUVOIR DE
NEGOCIATION
FOURNISSEURS PLUS
OU MOINS
EQUILIBREE.**

Plus 150 fournisseurs
référéncées par la
marque et 250 sur la
marché.

**PRODUITS DE
SUBSTITUTION
NOMBREUX :**

Lasers, chirurgies,
produits médicamenteux,
ampliateurs d'écoute,
thérapie visuelle, implant
cochléaire

**LES NOUVEAUX ENTRANTS DE
CE LE MARCHE SONT
CONFRONTES A LA RUDE
CONCURRENCE DES GEANTS
MAIS SONT POTENTIELLEMENT
UN DANGER POUR LES AUTRES.**

Ils allient technologie –optique-
audition. Une innovation au niveau du
prix se fait sentir aussi de sorte à
pousser les autres entreprises à
revoir leurs communications.

**POUVOIR DE
NEGOCIATION
CLIENT
IMPORTANT.**

L'offre est
supérieure à la
demande.

**INTENSITE
CONCURENTIELLE
ACCREE.**

Les grands
concurrents internes
et mondiaux sont
multiples.

✓ *Analyse SWOT de l'entreprise*

STRENGTHS(FORCES)

- ✓ Première marque optique connue en France soit 94% de notoriété assistée en 2021
- ✓ Faisant partie du top 5 des enseignes optiques préférées des français en 2022
- ✓ Présence internationale sur les 5 continents soit dans 19 pays et 5 sites web
- ✓ Offres diversifiées et adaptées à toutes cibles (femme-hommes-enfants) et retrouvées dans ces deux domaines de prédilection (santé visuelle et auditive).
- ✓ En 2022, la marque a reçu pour la 7^{ème} consécutive le prix du « service client de l'année » dans la catégorie opticien
- ✓ Plus de 1,7 millions de personnes et d'1 millions bénéficient respectivement des offres Tchou-Tchou et Nextyear
- ✓ Rachat de marque Optical discount, optimil, happyview.fr et Malentille.com
- ✓ Partenariat avec des verriers, des marques et des clubs de renom (Calvin Klein, AS-Monaco...).
- ✓ Soucieux de l'écologie, la marque s'est lancée dans le recyclage des Lunettes.
- ✓ L'innovation constante est au cœur de l'entreprise lancement du 1^{er} diplôme en optique et optométrie avec réalité virtuelle immersive en Espagne en 2019).
- ✓ Une communication massive.

WEAKNESS (FAIBLESSES)

- ✓ L'enseigne décide de se positionner uniquement sur l'offre Discount

OPPORTUNITIES(OPPORTUNITES)

- ✓ Secteur porteur et en proie à l'innovation constante. Chaque jour on rencontre des personnes souffrant de troubles visuels ou auditives. De nouvelles méthodes sont recherchées ou mises en place pour améliorer ces troubles.
- ✓ Apparition de nombreux moyens et méthodes de communication et commercialisation
- ✓ Croissance très importante du marché d'audioprothèse
- ✓ Les ventes de verres correcteurs génèrent le plus important chiffre d'affaires et augmente en volume (4milliards d'euros et 13 millions de paires vendues.
- ✓ Augmentation de 10% du marché des Lunettes d'enfants par rapport à 2015.

THREATS(MENACES)

- ✓ Marché très concurrentiel
- ✓ marché sur internet en France est faible
- ✓ la réticence des consommateurs dans les pays à faible revenu où la marque opère vis-à-vis d'elle. Ses services sont jugées onéreux par rapport à leurs budgets.
- ✓ La loi de financement de sécurité sociale : Remboursement de 150 euros par monture seulement 1 fois chaque 2ans
- ✓ prix 2 fois élevé en France que dans les pays voisins
- ✓ depuis 2017 le marché est en recul de 2,4% du fait de la libéralisation du secteur des Lunettes low cost en 2016
- ✓ recul permanent des lentilles de contact.

II. Étude de la concurrence

- ✓ 2 concurrents directs & 1 indirect d'Alain Afflelou


Dans cette étude, notre attention se penche particulièrement sur **optic 2000, Krys et Amazon France.**



Elu opticien n°1 des français en 2022, le groupe Optic 2000 est le leader de la distribution d'optique en France. Créé en 1969 par 4 opticiens de Potiers, il regroupe en son sein trois filiales : Optic 2000 Suisse, Audio 2000 et Lissac Enseigne. Avec Optic 2000 c'est près de 1200 points de vente en France, des Lunettes, lentilles femme- homme-enfant et un chiffre d'affaires d'environ 1 milliard en 2021 et partenaire officiel des jeux olympiques de Paris 2024. On retrouve à sa tête, Olivier Padiou, le président du groupe.

Voici quelques Lunettes de vue et de soleil des gammes homme-enfant-femme que vous pouvez trouver en scrollant le site : <https://www.optic2000.com/tango-ofm02110-prune.html>

Nouveau




Lunettes de vue
Homme
Persol

218,00 €

● ●

Nouveau

ANTI-LUMIÈRE BLEUE



Lunettes anti-lumière bleue
Enfant
Kumquat

KJ2202 - Ecaille


En stock

Corrections

Sans correction

39,00 €

● ●



Lunettes de vue
Femme
Morgan

201152 - Beige

En stock

111,80 €

●



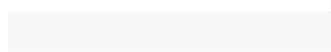
Lunettes de soleil
Femme
Banana Moon
BM122 - Bleu
En stock

32,50 € ~~65,00 €~~



Lunettes de soleil
Enfant
Nike
NIKE HORIZON
ASCENT S - D -
Noir
En stock

52,00 €



Nouveaux



Lunettes de soleil
Homme
**Dolce &
Gabbana**
DG4403 - Noir
En stock

183,00 €



2^{ème} marque optique préférée des français en 2022, l'enseigne Krys fait son apparition sur le marché en 1967. Elle fut la première à avoir présenté les montures en libre essai en magasin dès 1971. Aujourd'hui avec Krys c'est près de 900 magasins en France, partenaire du tour de France depuis 2014, 1,2 milliard comme chiffre d'affaires en 2021 et l'opération « **we love sunglasses** » en 2022. Le groupe est dirigé par Frédéric Mazeaud et a pour slogan "**vous allez vous aimer**".

Vous trouverez ci-dessous quelques Lunettes des différentes gammes de Krys. Pour en découvrir davantage je vous mets ce lien : <https://www.krys.com/>

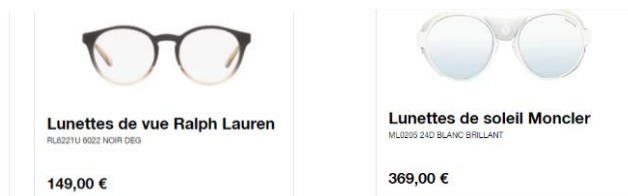
Gamme enfant : Lunettes de vue et de soleil



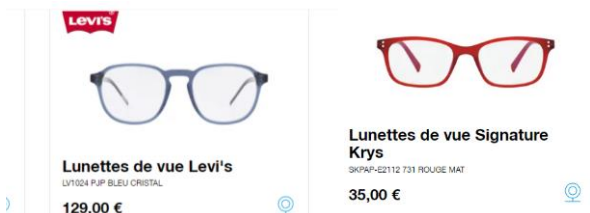
Gamme homme : Lunettes de soleil et de vue



Gamme femme : Lunettes de vue et de soleil



Gamme responsables et anti-lumière: Lunettes de vue





Crée par le milliardaire américain Jeff Bezos en 1994, Amazon est une entreprise de commerce en ligne. Elle fait partie des titans tant dans le milieu du e-commerce que dans celui du web. Amazon compte présentement deux filiales, plus d'1 million d'employés dans le monde, des sites spécialisés dans plusieurs pays et plus de 16 produits. L'entreprise est dirigée par Jeff Bezos et son chiffre d'affaires s'élevait à 469.8Milliards \$ en 2021.

Le but de cette étude n'est pas de se polariser sur le groupe Amazon mais plutôt sur la filiale Amazon France qui s'affiche comme un potentiel concurrent indirect de la marque optique Alain Afflelou. De par les paires de lunettes que celle-ci propose.

Lunettes de vue homme-femme :



Lunettes de vue et de soleil enfant
NB : cette catégorie est plutôt limitée





Bertoni
Lunettes de Soleil Enfant/Garçon
- Polarisées - 100% Protection...

29,00€


Recevez-le entre le **lundi 5 septembre**
et le **mercredi 21 septembre**

Lunettes de soleil homme-femme

ATTCL EYEWEAR

2022 Lunettes de soleil polarisées pour homme
En savoir plus sur ATTCL >






Offre à durée limitée
18,05€
Le plus bas : 49,00€ (5 % de réduction)

Offre à durée limitée
18,05€
Le plus bas : 49,00€ (5 % de réduction)

29,00€ - prime

Sponsorial



Sponsorial

IzzDynno
4 PCS Rectangle Lunettes de
soleil pour femmes Men Lunette...

14,88€

Promotion disponible
Recevez-le entre le **mardi 6 septembre**
et le **samedi 24 septembre**

Lunettes de repos anti-lumière bleue



Lunettes ultimes, à un prix révolutionnaire
En savoir plus sur Horus X »



Offre Star
29,66€ prime

Le plus bas : 34,90€ (15 % de réduction)



34,90€ prime



29,90€ prime

Pour plus d'informations cliquez sur :

https://www.amazon.fr/s?k=lunettes&mk_fr_FR=%C3%85M%C3%85%C5%BD%C3%95%C3%91&crd=3KJ8IYFK9VHCH&sprexix=lunettes%2Caps%2C533&ref=nb_sb_noss_2

✓ Analyse de la communication des concurrents cités

Réseaux sociaux	Optic 2000	Krys	Amazon France
Nombre d'abonnés	Facebook : 154 000 Twitter : 3449 Instagram : 25000 LinkedIn : 8685	Facebook : 103 000 Youtube : 3400 Twitter : 18300 Instagram : 27000 LinkedIn : 11 464	Facebook : 2,1: millions Twitter : 5146 Instagram : 80 500 Youtube : 38200
Taux d'engagement (voici comment le calculer : nombre de likes+ de commentaires et/ou de partages/le nombre d'abonnés ou de visiteurs)	Facebook : 0,000 Twitter : 0,000 Instagram : 0,002 LinkedIn : 0,001	Facebook : 0,009 Youtube : 0,005 Twitter : 0,005 Instagram : 0,192 LinkedIn : 0,001	Facebook : 0,000 Twitter : 0,000 Instagram : 0,001 Youtube : 0,008
Type de contenus	Articles, vidéos, photos, offres d'emplois, événements	Articles, vidéos, photos, événements, offres d'emplois	Articles, actualités, vidéos, événements.

Sujet traité en publication	optique, soutien aux sportifs, marque, actualités sur l'entreprise	optique, audition	Commerce, présentation de produits etc. ...
-----------------------------	--	-------------------	---

Analyse du site et Audit seo d'optic 2000, Krys et Amazon France

Commenté [E1]: À réaliser plus tard

A fournir avant audit

Accès Analytics

Accès Google Search console

Après audit

Analyse des mots clés

Analyse des différents mots clés, avec le volume de recherche

Audit du contenu

Résultats de l'audit des contenus

Audit technique

Résultats de l'audit technique

Audit ergonomie et design

Résultats de l'audit ergonomique et design

Recommandations

Recommandations au niveau des mots-clés, contenus, linking (interne / externe), technique, ergonomie et design

Mapping concurrentiel de la marque par rapport à ses concurrents (Optical center, Lunettes pour tous, optic 2000, General optic, Krys).

Commenté [E2]: Le prix et la qualité du service client à analyser

Le marketing mix d'Alain Afflelou	
produit	Lunettes de vue- Lunettes de soleil- Lentilles – Aides auditives adaptées à toutes les catégories (homme-femme-enfant) souffrant ou non d'affection optique. Des produits Made in France donc fabriqués en local et testés par de spécialistes du domaine. Les fournisseurs de la marque sont des personnes de référence avec qui elle coopère de longues dates.
Prix	des prix variés et conçus pour satisfaire plusieurs types de consommateurs. comme le cas des offres tchintchin, Nextyear
Place(Distribution)	Plus de 1500 magasins en franchise dans le monde (dans les 19 pays où la marque est présente. Un réseau multi-format et multicanal (points de ventes physiques alliés à des sites internet offrant toute l'expertise et services d'un magasin Alain Afflelou, centre-ville, centres commerciaux ou parcs d'activités).

Promotion (communication)	Utilisation du Paid, Owned et earned média(SMS de promotion, mail, flyers, télévision, présence sur les réseaux sociaux Facebook, Tik-tok, Twitter,Instagram,Linkedin, Snapchat,Youtube , publicités avec des influenceurs comme le cas de Sharon de Stone en 2014.
Personnel	Un personnel dynamique, accueillant, à l'écoute, conseiller et diversifié (plus 1279 employés travaillant au siège social et dans les succursales)
Processus (Expérience clientèle)	Un accueil chaleureux. ce qui lui vaut le titre du meilleur service depuis 2017
Preuves	Notoriété de la marque élevée 1 ^{ère} marque reconnue de manière spontanée en France et en Espagne en 2021, 2 ^{ème} en Espagne, 4 ^{ème} en Suisse, Classé comme Leader parmi les spécialistes en prothèses auditives en France en notoriété spontanée.

III- Étude de la cible

✓ les cibles d'Alain Affielou

Cible primaire : personnes âgées entre 5 et 40 ans souffrant de troubles visuels (presbyte ou myope) et étant en permanence exposés à l'écran et/ ou aux livres. Ce sont des personnes à faible revenu. Télévision, internet, jeux sur le téléphone sont leurs hobbies.

Cœur de cible : enfants de moins de 12ans souffrant de myopie

Cibles secondaires : personnes (sportifs, employés d'une entreprise) atteintes de déficience visuelle et /ou auditive.

✓ la persona des cibles

IV- Marketing Digital

✓ *les moyens de communication d'Afflelou*

Paid media : Flyers, Télévision, publicité, articles sponsorisés, cinéma, partenariat avec les entreprises, clubs et marque (Orange, As Monaco, As Saint Etienne, PSG, Calvin Klein, Team vitality, fédération française de tennis etc....

Owned media : Email, réseaux sociaux, newsletter, site internet, blog

Earned Media : influenceurs (Sharon Stone, Alice Taglioni, Sophie Vouzelaud)

PARTIE II : SEO

PARTIE III : RÉDACTION WEB

Commenté [E3]: Écrire sur le strabisme.
Titre : 5 choses qu'il faut absolument savoir sur ceux qui louchent.