

# ALAIN AFFLELOU

COMMUNIQUE DE PRESSE  
Paris, le 18 novembre 2020

**ALAIN AFFLELOU & tigrz.paris innovent avec la première expérience d'essayage virtuelle ultra-personnalisée sur Snapchat**



ALAIN AFFLELOU a créé une expérience unique d'essayage à domicile de lunettes en réalité augmentée pour le confinement

## **Une expérience d'essayage en réalité virtuelle sur Snapchat déjà partagée plus de 100 000 fois en France pendant le confinement**

Pour garder le contact avec les Français, ALAIN AFFLELOU a développé avec son agence Social Media tigrz.paris et les équipes de Snapchat France, une lense (filtre en réalité virtuelle) permettant d'essayer ses montures MAGIC et toute la nouvelle collection dans des usages alliant découverte produits et divertissement.

ALAIN AFFLELOU innove sur ce format Snapchat en poussant l'expérience jusqu'à l'ultra-personnalisation. Le filtre permet ainsi d'essayer non pas 1 mais 3 montures au choix et ensuite d'y essayer 6 clips par monture. Tout le monde peut trouver son style et être MAGIC à sa manière. Chacune des 18 possibilités permet d'essayer les clips dans des ambiances engageantes qui rappellent l'univers de la marque (Cinéma, Musique, Soleil, etc.).

La lense encore en cours de diffusion a ainsi enregistré un record d'audience avec plus de 2 millions de personnes atteintes et 100 000 partages en moins de 10 jours. Et c'est aussi un succès d'engagement puisque le temps passé sur la lense est de 21 secondes (versus 15 secondes en moyenne sur le marché français).

*« Innover sans cesse est notre driver depuis toujours chez Alain Afflelou. Nous aimons découvrir, tester et créer toujours plus d'expériences engageantes et originales pour notre communauté sur les réseaux sociaux et nous le faisons depuis maintenant de nombreuses années. Il s'agissait pour nous ici d'investir les codes de Snapchat pour faire découvrir et essayer virtuellement notre très belle innovation de lunettes de vue avec ses Magic Clips aimantés. Nous avons la possibilité d'apporter une vraie expérience d'essayage virtuel et de la pousser loin grâce aux outils de personnalisation, toujours dans un esprit d'entertainment, de style et d'utilité, propre à notre marque Afflelou. »* précise Bénédicte Chalumeau-Vignon, directrice de la communication du Groupe Alain Afflelou.

Le Groupe AFFLELOU se démultiplie aussi sur le Social pour être au plus près des Français avec du service, du conseil & du divertissement.

Avec le premier confinement, un retard dans l'équipement des Français a eu un impact sur leur santé visuelle. Alain Afflelou a choisi de valoriser ses services autour de tous les points de vente grâce à des stratégies sociales géolocalisées.

Le Groupe AFFLELOU fait ainsi la promotion de toutes ses innovations de service :

- Réservation de rendez-vous sur son site Internet sur ses magasins ouverts
- Achat en ligne sur ses collections Forty, blueblock & Lentilles
- Chauffeur à domicile pour tous les services Acousticiens
- Informations, conseils pratiques & divertissement sur l'ensemble des plateformes sociales

Les campagnes en cours ont déjà permis d'atteindre plus de 5 millions de personnes sur Facebook, Instagram & Snapchat en près de 12 jours sur l'ensemble des zones de chalandise du réseau ALAIN AFFLELOU en France. Une manière de maintenir le contact avec les clients de l'Enseigne sur les plateformes favorites des Français !



Découvrez la lense Magic@Home d'Alain Afflelou en scannant le Scan Code depuis votre application Snapchat !

Ou bien regardez la sur <https://vimeo.com/479791617>

**Groupe AFFLELOU Contact presse**

Sandrine MATHIEU

[smathieu@afflelou.net](mailto:smathieu@afflelou.net)

+ 33 1 49 37 74 59

+ 33 6 09 50 88 13

François BOURSICOT

[fboursicot@afflelou.net](mailto:fboursicot@afflelou.net)

+33 616942287