

Optical Discount dévoile sa nouvelle signature pour la première fois en télévision avec l'agence Saatchi & Saatchi

Paris, le 24 janvier 2017. Optical Discount dévoile sa nouvelle signature « L'Opticien qui vous marque » révélée en télévision à partir du 28 janvier, une grande première pour l'enseigne. Avec ce dispositif plurimedia, Optical Discount souhaite faire valoir ses atouts différenciants sur un marché ultra concurrentiel, et valoriser la qualité de service rendu par ses opticiens.

Un premier film TV militant pour se démarquer

Pour ce premier film publicitaire TV de 30 secondes, décliné également en 20 secondes, Optical Discount a souhaité mettre en scène différents profils de clients par effet de morphing. Ils expliquent ce qu'on peut retrouver dans les magasins de l'enseigne : des prix bas, du choix parmi les plus grandes marques et la qualité de service d'un professionnel de l'optique. L'intervention d'un opticien vient appuyer le discours. Comme un clin d'œil, l'enseigne a fait réagir un jeune consommateur pour faire valoir cette relation de confiance et de proximité.

« Ce premier investissement media TV nous permet d'affirmer nos différences par rapport à la concurrence en insistant sur la notion d'expertise et d'afficher notre stratégie militante sur les prix », explique Gilles Meridjen, l'un des deux dirigeants d'Optical Discount.

La première diffusion du spot TV aura lieu le samedi 28 janvier sur M6 entre le journal « 19 :45 » et la série « Commissariat Central ». La campagne durera jusqu'au 10 mars prochain sur les chaînes du groupe M6 (M6, W9 et 6TER). Elle sera soutenue pendant une semaine par des spots sur les ondes radios régionales et par un dispositif mobile géolocalisé autour des magasins pendant 1 mois.

Optical Discount a imaginé son film publicitaire en collaboration avec l'agence Saatchi & Saatchi, produit par Mint Production avec le réalisateur Philippe Locquet.

Nouvelle signature « L'Opticien qui vous Marque » : le service rendu au cœur du dispositif

Avec cette nouvelle signature, Optical Discount souhaite expliquer aux consommateurs le concept du discount, qui ne se fait pas au détriment de la qualité du service. L'enseigne entend renforcer cette relation de confiance et de proximité entre l'opticien et le consommateur. Cette signature rappelle enfin explicitement que l'offre d'Optical Discount est construite d'abord autour des plus grandes marques de montures optiques et solaires à bas prix toute l'année.

Un positionnement clair et assumé qui vient en complémentarité avec ALAIN AFFLELOU, enseigne positionnée Premium

« Les comportements d'achat ont évolué. Aujourd'hui, ils souhaitent se faire plaisir tout en payant moins cher. Mais le seul combat du prix ne suffit plus. Nos consommateurs veulent acheter malin mais pas au détriment de la qualité des produits et du service rendu. C'est pourquoi nous avons voulu placer au cœur de ce dispositif l'opticien et son expertise que nous retrouvons dans chacun de nos magasins », conclut Gilles Meridjen.

FICHE TECHNIQUE DU FILM :

ANNONCEUR

- Directeur Général Optical Discount: Gilles Meridjen
- Responsable Marketing Optical Discount: Karl Pommereul
- Directrice Communication France Groupe AFFLELOU : Bénédicte Vignon
- Responsable création Groupe AFFLELOU : Lucie Pardo

AGENCE SAATCHI & SAATCHI

- Directeur général : Philippe Mérillon & Olivier Després
- Directrice conseil : Emmanuelle Bordin
- Chef de projet : Leila Akodjenou
- Directeur de création : Pierre Viallaneix

MINT PRODUCTION :

- Directrice générale : Julie Lahaye Verhoeven
- Producteur : Zacharie Yetkin
- Réalisateur : Philippe Locquet



Lien vers le spot publicitaire :

<https://youtu.be/vUYWszmO1II>

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>

