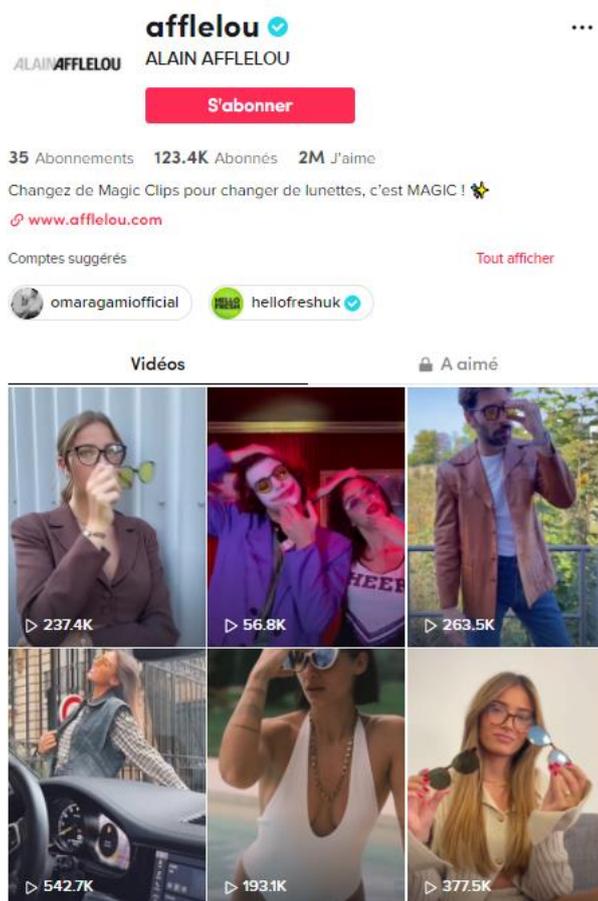


# ALAINAFFLELOU

Communiqué de presse  
Paris, le 15 novembre 2021

## ALAIN AFFLELOU affole tous les compteurs sur le réseau social TikTok !

Cinq mois seulement après le lancement de son [compte officiel](#) sur TikTok, ALAIN AFFLELOU devient la marque la plus engageante de son secteur, et confirme son leadership dans la conquête de modes conversationnels toujours plus innovants !



## Accroître la notoriété de la marque et l'engagement des fans

Pour AFFLELOU, l'objectif est d'accroître la notoriété de la marque auprès d'un public jeune et très actif sur les réseaux sociaux. Une stratégie différenciante qui fait le choix de l'engagement, sur une plateforme sociale créative comme Tik Tok.

Avec plus de 123 000 abonnés, 2 millions de likes et 42,3 millions de vues sur les vidéos publiées, ALAIN AFFLELOU se positionne comme l'une des marques les plus engageantes !

## Une mise en avant exceptionnelle de la collection Magic et des offres AFFLELOU

Depuis son lancement, 30 influenceurs se sont déjà prêtés au jeu en mettant en avant la collection Magic ou les offres Tchîn Tchîn 3 Paires d'été et Tchîn Tchîn Solaire. En privilégiant les codes et les usages des plus jeunes, les collections Afflelou et les offres phares de la marque sont mises en avant de manière plus affinitaire.

L'utilité des Magic et de leurs Magic Clips, le plaisir d'avoir plusieurs paires de lunettes pour le quotidien, pour profiter du soleil, ou juste changer de look : tout l'univers Afflelou est mis en avant de manière ludique et moins commerciale, pour séduire une nouvelle cible moins sensible aux publicités et médias traditionnels.



« TikTok est devenu un média central dans notre stratégie de conquête, avec une audience de 45 % sur les 18-24 ans mais aussi de plus de 44 % sur les 25-45 ans », souligne Bénédicte CHALUMEAU-VIGNON, Directrice de la Communication Groupe.

### Contact presse

Marion Tarneaud – mtarneaud@afflelou.net Port. 06 88 15 48 65