

ALAIN AFFLELOU

Opticien et Acousticien

Communiqué de presse

Paris, le 27 mai 2025

ALAIN AFFLELOU bouscule les codes avec sa nouvelle campagne TCHIN TCHIN SPECIAL ETE originale et décalée, conçue avec l'intelligence artificielle

ALAIN AFFLELOU lance sa nouvelle campagne de communication TCHIN-TCHIN SPECIAL ETE. Tournée en studio, elle repose sur un dispositif de production innovant hybride combinant mannequins, éléments de décors physiques et environnements virtuels, générés en temps réel avec l'intelligence artificielle. Réalisée par l'agence BETC, elle illustre la volonté d'ALAIN AFFLELOU d'explorer de nouveaux formats et territoires créatifs.



ALAIN AFFLELOU affirme son engagement pour l'innovation en explorant des formats disruptifs et créatifs avec l'intelligence artificielle

Réalisée en collaboration avec l'agence BETC sous la direction de Raphaël FRYDMAN, la campagne s'appuie sur un studio virtuel où des décors 3D sont conçus et affichés en temps réel sur un écran LED haute résolution. Les mannequins évoluent sur un plateau en studio équipé d'éléments physiques au premier plan. L'environnement numérique s'adapte dynamiquement aux mouvements de la caméra. Ce procédé, utilisé pour la première fois par ALAIN AFFLELOU, permet de combiner flexibilité créative, maîtrise des ressources et enrichissement visuel.

Avec cette nouvelle campagne de communication, ALAIN AFFLELOU propose une création à la fois innovante et affirmée, qui bouscule les codes tant par son intention créative que par ses choix de réalisation. Plus décalée que jamais, elle affirme un ton libre et contemporain, tout en s'appuyant sur les possibilités inédites offertes par l'intelligence artificielle.

TCHIN TCHIN SPECIAL ETE, une offre qui allie utilité, plaisir et générosité !

Avec sa nouvelle campagne TCHIN TCHIN SPECIAL ETE, ALAIN AFFLELOU réinvente avec audace et originalité le plaisir d'avoir plusieurs paires de lunettes : « 2 paires de plus pour 1 euro de plus. La troisième pour soi ou à offrir en cadeau ». La mise en chanson des bénéficiaires de l'offre permet d'apporter de la légèreté auprès des Français qui ont besoin de positivité et de joie.

La musique, composée spécialement pour cette campagne, s'inscrit dans une continuité sonore identifiable, en écho aux campagnes historiques qui ont marqué l'univers publicitaire de la marque.

« Nous sommes très heureux de notre toute nouvelle saga TCHIN TCHIN SPECIAL ETE, qui redéfinit complètement notre communication autour de l'utilité et du plaisir de posséder plusieurs paires de lunettes ! Cette année, nous avons vraiment repoussé les limites de l'exercice publicitaire avec une création incroyablement originale, décalée et totalement inédite avec l'IA », explique **Bénédicte Chalumeau-Vignon, Directrice de la communication et des relations publiques du Groupe AFFLELOU.**

Elle ajoute : « Nous sommes fiers de cette campagne avant-gardiste qui, nous en sommes convaincus, saura capter l'attention et susciter l'enthousiasme. »

Tchin Tchin : une saga emblématique signée ALAIN AFFLELOU

Depuis son lancement en 1999, l'offre TCHIN TCHIN a marqué durablement le secteur de l'optique avec une promesse simple et attractive : « une seconde paire pour 1 euro de plus ». Bien au-delà d'une opération commerciale, elle incarne aujourd'hui l'esprit visionnaire d'ALAIN AFFLELOU et s'impose comme la référence de la multi-possession de lunettes pour plus de 8 Français sur 10.

L'édition spéciale été 2025 renforce encore cette signature avec une troisième paire offerte, optique ou solaire, à garder ou à offrir. Une manière unique de valoriser les collections auprès des clients fidèles comme des nouveaux, via la carte cadeau. Ce sont plus de 200 modèles à choisir dans la collection exclusive MAGIC, une gamme innovante de montures équipées de clips aimantés qui permettent de changer de style en un geste. Une offre généreuse, renouvelée et différenciante, fidèle à l'ADN d'AFFLELOU.

La campagne sera diffusée à partir du 1^{er} juin 2025 en télévision, en digital et sur les réseaux sociaux.

Un second volet SPÉCIAL HIVER sera dévoilé en fin d'année, prolongeant l'esprit de cette nouvelle saga.

Fiche technique

Secteur d'activité : Optique

Annonceur : ALAIN AFFLELOU FRANCHISEUR

Agence : BETC

Réalisateur : Raphaël FRYDMAN

Musique : « *Born Bad Afflelou* », Benjamin Dupont et Laurianne Petit

Medias : PLV digitale, TV, vidéo digitale, réseaux sociaux, communication locale, CRM, radio

Support : vidéo

Format : 20s

Date de diffusion : A partir du 31 mai au soir

À propos du Groupe AFFLELOU

Fondé à Bordeaux en 1972 par Alain Afflelou, le groupe AFFLELOU, majoritairement détenu par le fonds Lion Capital, est l'un des principaux franchiseurs européens de produits optiques et d'appareils auditifs.

Le Groupe exploite le plus grand réseau de franchise de produits optiques (en termes de nombre de magasins) et se développe très fortement sur le territoire Français avec l'enseigne ALAIN AFFLELOU Acousticien (415 centres audio). Le Groupe est présent de longue date en France, mais il est également très bien implanté en Espagne, Belgique et en Suisse, ses principaux marchés. Grâce à son modèle de franchise performant et à ses concepts de magasins proposant une expérience client unique et premium, le Groupe AFFLELOU accélère son développement à l'international. Il est présent dans 20 pays avec 1468 magasins. Fin 2022, Le Groupe AFFLELOU franchit le cap symbolique du milliard d'euros de CA TTC des Réseaux. Au 31 décembre 2024, il atteint 1.1 Mds d'euros TTC.

CONTACTS PRESSE

Agence Patricia Goldman

Valentine FABRY - vfabry@patricia-goldman.com - 06 80 13 51 75

Lauriane KRIEF - lkrief@patricia-goldman.com - 06 13 89 91 26

Thomas DIAS - tdias@patricia-goldman.com - 07 50 45 29 91

Groupe AFFLELOU

Bénédicte CHALUMEAU-VIGNON - bvignon@afflelou.net - 01 49 37 73 66

François BOURSICOT - fboursicot@afflelou.net - 01 49 37 72 19