

## Personne-ressource

Courtney Myers

Havas PR

Tél. : 412 456-4707

[courtney.myers@havasww.com](mailto:courtney.myers@havasww.com)

## Un sondage de Transitions Optical révèle que beaucoup de Canadiens se préoccupent de la sensibilité à la lumière

PINELLAS PARK, Floride, 11 août 2016 – La majorité des Canadiens se dit sensible à la lumière et aux éblouissements selon le sondage La lumière et les lunettes<sup>1</sup> 2016 de Transitions Optical, Inc.

À la question leur demandant à quel point ils étaient sensibles à la lumière et aux éblouissements, les Canadiens ont répondu dans une proportion de sept sur dix (71 %) qu'ils étaient sensibles à la lumière, dont 19 % très sensibles à la lumière. Seuls 7 % des répondants ne sont pas du tout sensibles à la lumière et aux éblouissements. Même s'ils ne se considèrent pas particulièrement « sensibles à la lumière », presque tous les Canadiens sont incommodés, dans une certaine mesure, par la lumière. Dans un sondage de 2015, 95 % des répondants se disaient incommodés par la lumière, et 75 % de ces répondants incommodés ont déclaré que ce problème les empêchait fréquemment d'accomplir une tâche ou d'en profiter (sondage Lumière et éblouissements 2015 de Transitions Optical, Inc.)<sup>2</sup>.



-plus-

La conduite faisait partie des tâches grandement affectées par la lumière et les éblouissements. Le sondage de 2016 a révélé que les Canadiens déclarent être encore plus sensibles à la lumière et aux éblouissements dans une voiture qu'en général. Une grande partie (78 %) des Canadiens se disent sensibles à la lumière et aux éblouissements dans la voiture, et 26 % des répondants s'avouent très sensibles.

« Puisqu'autant de Canadiens sont sensibles à la lumière et aux éblouissements, surtout dans la voiture, et qu'uniquement 17 % d'entre eux connaissent les verres Transitions<sup>MD</sup> XTRActive®, il existe une véritable occasion de proposer le produit de la famille Transitions qui offre la meilleure protection à l'intérieur, à l'extérieur et dans la voiture, affirme Patience Cook, directrice, marketing, Amérique du Nord, pour Transitions Optical. Il est possible que beaucoup de professionnels de la vue ne pensent pas à offrir les verres, car ils ne réalisent pas à quel point les patients qui se considèrent comme sensibles à la lumière et se préoccupent de la protection contre le soleil sont nombreux. »

Selon le sondage de 2016, 59 % des Canadiens croient que la lumière vive et aveuglante est nocive pour les yeux, encore plus que les rayons UV (56 %). Ces données démontrent combien la sensibilité à la lumière est devenue une préoccupation concrète pour de nombreux Canadiens et renforcent l'intérêt potentiel envers des verres qui pourraient aider.



Tous les verres *Transitions* passent de clairs à l'intérieur à foncés à l'extérieur. De plus, ils aident à réduire la fatigue oculaire tout en filtrant la lumière bleue nocive et en bloquant les rayons UV. Les professionnels de la vue recommandent souvent les verres *Transitions XTRActive* aux patients sensibles à la lumière, car ces verres offrent une protection additionnelle contre la lumière quand le soleil brille et que les conditions météo sont les plus chaudes. Ils sont 17 % plus foncés que les verres Transitions<sup>MD</sup> Signature<sup>®</sup> VII et ont été conçus pour réagir aux rayons UV et à la lumière visible. Ils deviennent plus foncés à l'extérieur et s'activent derrière le pare-brise (assombrissement de catégorie deux).

Les professionnels de la vue peuvent en apprendre davantage sur les verres *Transitions* à [TransitionsCanadaPRO.ca](http://TransitionsCanadaPRO.ca).

### **Au sujet de Transitions Optical**

Transitions Optical est le principal fournisseur de verres photochromiques (adaptatifs) en plastique aux fabricants de produits optiques partout dans le monde. Première entreprise à fabriquer et à commercialiser avec succès des verres adaptatifs en plastique en 1990, et investissant continuellement dans la recherche, le développement et la technologie, Transitions Optical offre un large éventail de produits, établissant de nouveaux standards de performance supérieure pour procurer un confort visuel et une protection UV qui s'améliorent constamment.

Leadership sur le plan des produits, activités axées sur le consommateur et excellence en matière d'exploitation ont fait de la marque Transitions<sup>MD</sup> l'une des marques grand public les plus reconnues dans l'industrie de l'optique.

Pour obtenir plus d'information au sujet de l'entreprise et des verres *Transitions*, rendez-vous à [Transitions.com](http://Transitions.com) ou à [TransitionsCanadaPRO.ca](http://TransitionsCanadaPRO.ca).

###

**REMARQUE : Pour obtenir des images haute résolution, veuillez communiquer avec Maria Heintzinger au 724 766-1868 ou à [Maria.Heintzinger@havasww.com](mailto:Maria.Heintzinger@havasww.com).**

---

1. Sondage en ligne effectué par Wakefield Research, au nom de Transitions Optical, Inc., auprès de 1 002 adultes canadiens, âgés de 18 à 69 ans, du 29 février au 10 mars 2016.

2. Sondage en ligne effectué par Wakefield Research, au nom de Transitions Optical, Inc., auprès de 1 000 adultes canadiens, âgés de 18 à 69 ans. Le sondage incluait des sur-échantillons de sous-groupes statistiquement significatifs de Canadiens d'origines asiatique, africaine et autochtone et a eu lieu du 20 février au 6 mars 2015.