

## Personne-ressource

Courtney Myers

Havas PR

Tél. : 412 456-4707

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

## Les lunettes ont la cote : Plus de Canadiens portent principalement des lunettes pour corriger leur vue

*L'élégance des lunettes contribue à ce changement, surtout chez les plus jeunes générations*

LAS VEGAS, 16 septembre 2016 – Le sondage Light and Eyewear de 2016<sup>1</sup>, réalisé par Wakefield Research pour Transitions Optical inc., révèle que plus de Canadiens portent surtout des lunettes pour corriger leur vue par rapport à il y a cinq ans.

En fait, 55 % des Canadiens portent principalement des lunettes pour corriger leur vue en 2016, alors que seuls 51 % des répondants le faisaient en 2011. Deux changements ont contribué à ce phénomène. Premièrement, il y a simplement plus de gens qui ont besoin de corriger leur vue. Aujourd'hui, 74 % des Canadiens ont besoin de verres correcteurs, alors que seuls 72 % en avaient besoin en 2011. Deuxièmement, il y a eu une diminution du pourcentage des Canadiens portant d'autres formes de correction de la vision.



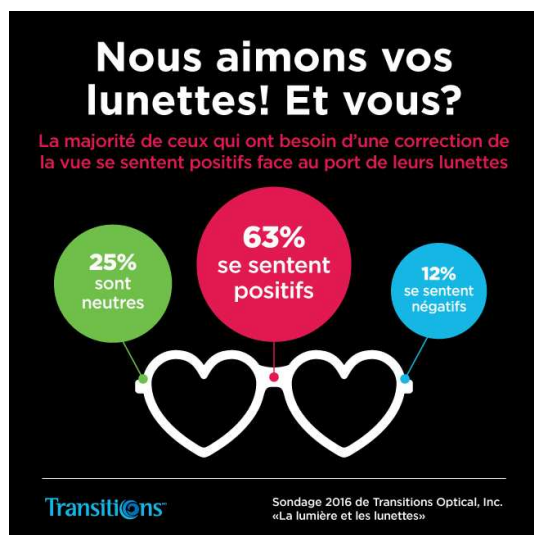
Le côté élégant des lunettes est l'une des raisons de ce changement. Lorsqu'on a demandé aux Canadiens qui ont changé pour des lunettes pourquoi ils avaient fait ce changement, 24 pour cent croyaient que les lunettes sont plus élégantes maintenant. Les plus jeunes Canadiens étaient plus susceptibles de valoriser l'aspect esthétique des lunettes. Selon le sondage, 37 %

-plus-

des répondants de la génération X et 32 % de la génération des millénaires ont indiqué l'aspect de l'élégance des lunettes comme une raison de leur changement, par rapport à seulement 11 % des baby-boomers<sup>1</sup>.

De plus, l'aspect mode des lunettes ne s'applique pas uniquement aux montures selon le sondage. La grande majorité des Canadiens (85 %) ont indiqué que certains types de verres devenaient de plus en plus à la mode. Les verres antireflets et les verres photochromiques (comme les verres *Transitions*<sup>MD</sup>) figuraient en tête de liste. Selon un autre sondage de *Transitions Optical* réalisé en 2015, le pourcentage de consommateurs âgés de moins de 36 ans qui considéraient les verres *Transitions* comme étant élégants a presque doublé de mars 2015 à octobre 2015, passant de 43 % à 63 %.

« Les plus jeunes générations dictent généralement les tendances. C'est donc stimulant pour l'industrie de l'optique de constater un tel enthousiasme pour des montures et des verres qui sont considérés comme des accessoires de mode, signale Patience Cook, directrice, Marketing, Amérique du Nord, chez *Transitions Optical*. Les plus jeunes Canadiens portent assurément un intérêt de plus en plus grand envers les verres *Transitions*, et le taux de satisfaction est très élevé dans toutes les générations. »



Selon le sondage *Light and Eyewear*, les Canadiens tiennent à peu près le même discours d'une génération à l'autre, avec une moyenne de 63 % qui sont contents de porter des lunettes. Les jeunes millénaires (âgés de 18 à 24 ans) forment la génération qui préfère le plus porter des lunettes, ce qui laisse croire que les lunettes demeureront tendance<sup>1</sup>.

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

#### **Au sujet de *Transitions Optical inc.***

*Transitions Optical* est le principal fournisseur de produits photochromiques (adaptatifs) en plastique des fabricants de produits optiques partout dans le monde. Première entreprise à avoir fabriqué et commercialisé avec succès des verres adaptatifs en plastique en 1990,

Transitions Optical a tiré profit de son investissement continu dans la recherche, le développement et la technologie : elle offre toute une variété de produits et établit de nouvelles normes de performance supérieure. Elle procure ainsi 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 Transitions<sup>MD</sup> l'une des marques grand public les plus reconnues dans l'industrie de l'optique.

Pour plus d'information au sujet de l'entreprise et des verres Transitions, visitez le site [Transitions.com](http://Transitions.com) ou le site [TransitionsCanadaPRO.ca](http://TransitionsCanadaPRO.ca).

# # #

**REMARQUE : Pour obtenir des images en haute résolution, veuillez communiquer avec Michael Battisti au 724 987-2640 ou à [Michael.Battisti@havasww.com](mailto:Michael.Battisti@havasww.com).**

---

1. Sondage en ligne effectué par Wakefield Research, pour le compte de Transitions Optical inc., auprès de 1 002 adultes canadiens, âgés entre 18 et 69 ans, du 29 février au 10 mars 2016.