



POUR DIFFUSION IMMÉDIATE

Personne-ressource

Courtney Myers

Havas PR

Tél. : 412 456-4707

courtney.myers@havas.com

Transitions Optical invite une nouvelle génération de porteurs de verres *Transitions*^{MD} à raconter leur expérience et à «Vivre la bonne lumièreTM» avec la campagne publicitaire grand public 2017

ORLANDO, Floride, 31 janvier 2017 – Transitions Optical lance sa nouvelle campagne publicitaire au Canada appelée «Vivre la bonne lumièreTM» en mettant l'accent sur l'engagement et l'attrait d'une génération plus jeune de porteurs de verres simple vision pour les verres photochromiques.

La campagne met en valeur la marque *Transitions* en sensibilisant les consommateurs à la technologie des verres adaptatifs à l'intérieur comme à l'extérieur. La nouvelle publicité présente différentes personnes, aux styles de vie variés, profitant de la lumière confortablement et en toute sécurité dans des environnements sociaux et professionnels uniques grâce aux verres *Transitions*. La campagne montre qu'avec les verres *Transitions*, chaque instant, du lever au coucher, est une fête. De la plus intime interaction aux événements de plus grande envergure, les porteurs de verres *Transitions* peuvent profiter de tout ce qui se passe autour d'eux avec grâce aux verres *Transitions* qui s'adaptent et les protègent continuellement.

Comparativement à la campagne précédente de Transitions Optical, qui était axée sur l'expérience « Au-delà des verres », la nouvelle campagne fera vivre aux téléspectateurs une expérience «à l'intérieur du verre» et montre les porteurs bénéficiant des avantages des verres et de leurs expériences avec eux, par opposition à l'environnement qui les entoure uniquement.

De plus, cette campagne fera ressortir la protection contre la lumière bleue nocive, à l'intérieur et à l'extérieur. Tous les verres *Transitions* réduisent l'exposition à la lumière bleue nocive et

-plus-

aux rayons UV, et la nouvelle publicité sensibilise les patients sur cette question et les encourage à se renseigner auprès de leurs professionnels de la vue sur les avantages des verres *Transitions*.

« En adoptant une nouvelle approche et en se concentrant sur les porteurs et leur expérience avec les verres *Transitions*, nous pouvons établir un lien émotionnel avec un public de tout âge tout en continuant de souligner les principaux avantages de notre produit, affirme Patience Cook, directrice, Marketing pour l'Amérique du Nord, chez Transitions Optical. Nous nous appuyons sur les efforts que nous avons déployés dernièrement pour établir un lien avec des porteurs de verres simple vision, plus jeunes, en démontrant l'aspect élégant des verres *Transitions* et aussi en réitérant qu'ils protègent contre la lumière bleue nocive à l'intérieur et à l'extérieur. »

La nouvelle publicité à elle seule générera plus de 258 millions d'impressions au Canada puisqu'elle sera diffusée sur les réseaux traditionnels et spécialisés les plus importants, comme CTV, TVA, TSN, RDS et Discovery Channel, en période de pointe, tôt le matin et pendant les sports. La campagne, qui sera lancée le 17 avril et se terminera à la fin d'août, entraînera également 45 millions d'impressions numériques.

Les professionnels de la vue peuvent contribuer à la nouvelle campagne en commandant une trousse « Vivre la bonne lumière™ », qui contient un aperçu sur les avantages de la publicité, des outils pour mettre en valeur la nouvelle campagne, le nouveau matériel de point de vente, le Guide des styles de verres, des instructions étape par étape et des scripts pour intégrer la nouvelle campagne dans votre pratique et sur les médias sociaux. Les professionnels de la vue peuvent commander la trousse de la campagne dès le 15 mars auprès du service à la clientèle de Transitions Optical au customerservicecanada@transitions.com ou au 1.877.254.2590. Transitions Optical lancera également, plus tard en 2017, un «Concours des lève-tôt», qui invitera les Canadiens à raconter des histoires sur l'importance de la lumière dans leur vie. Ce concours générera 75 millions d'impressions dans les médias sociaux et permettra aux professionnels de la vue de promouvoir les verres *Transitions* en ligne et dans leur clinique.

Au sujet de Transitions Optical

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 pour ainsi procurer un confort visuel et une protection UV en hausse constante.

Leadership sur le plan des produits, activités axées sur le consommateur et excellence en matière d'exploitation ont fait de Transitions^{MD} 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*, visitez le site Transitions.com ou le site TransitionsCanadaPRO.ca.

#

REMARQUE : Pour obtenir des images haute résolution, veuillez communiquer avec Michael Battisti au 724 987-2640 ou à Michael.Battisti@havasww.com.