



POUR DIFFUSION IMMÉDIATE

Personne-ressource

Courtney Myers

Havas PR

Tél. : 412 456-4707

courtney.myers@havas.com

Transitions Optical dévoile la Campagne de sensibilisation à la protection solaire totale au Canada

La campagne comporte un volet de sensibilisation aux dangers du soleil pour les yeux, en collaboration avec l'Association canadienne de dermatologie (ACD) et la Société canadienne d'ophtalmologie (SCO).

ORLANDO, Floride, 30 janvier 2017 – Afin de sensibiliser les Canadiens à l'importance de protéger leurs yeux, tout comme leur peau, contre le soleil, Transitions Optical a dévoilé une nouvelle campagne axée sur la nécessité de la protection solaire totale. La campagne à volets multiples comprend la publication des résultats d'un nouveau sondage, un volet de sensibilisation aux dangers du soleil pour les yeux, en collaboration avec l'ACD et la SCO, un groupe de discussion avec les experts de l'industrie et de nouvelles ressources pédagogiques. L'annonce a été faite aujourd'hui à Orlando, à l'occasion du Transitions Academy 2017, la séance de formation annuelle de l'entreprise pour les professionnels de l'industrie de l'optique d'un bout à l'autre de l'Amérique du Nord.

« Nous savons que les gens se préoccupent des rayons UV du soleil, mais ils pensent moins à protéger leurs yeux que leur peau, confirme Patience Cook, directrice, Marketing pour l'Amérique du Nord, chez Transitions Optical. En engageant le dialogue sur la protection solaire totale, nous espérons encourager les gens à prendre des mesures proactives tout au long de l'année pour atténuer les effets nocifs des rayons UV du soleil, comme les dommages causés à la vue. »

Nouveau sondage sur la protection solaire totale

Un nouveau sondage de Transitions Optical¹, réalisé par Wakefield Research, montre la nécessité d'informer la population sur l'importance de protéger ses yeux contre le soleil. Le sondage réalisé en décembre 2016 auprès de 1 000 adultes canadiens indique que les répondants se préoccupent autant de protéger leurs yeux que leur peau (88 % chacun) contre les rayons UV du soleil, mais qu'ils sont plus susceptibles de protéger leur peau que leurs yeux. Le sondage révèle que seulement 59 % des porteurs de lunettes portent des lunettes de protection (lunettes ordinaires avec protection UV ou verres photochromiques). Néanmoins, 71 % de ces répondants appliquent un écran solaire.

De plus, le sondage démontre la nécessité de sensibiliser la population sur l'importance de la protection tout au long de l'année, étant donné que plus de 50 % des Canadiens interrogés croient que la protection contre le soleil est uniquement nécessaire au cours des mois les plus chauds de l'été. Par exemple, 93 % des répondants estiment qu'ils doivent protéger leur peau contre les rayons UV du soleil en juillet, mais seulement 19 % pensent la même chose pour le mois de novembre.

Campagne de sensibilisation du public aux dangers du soleil pour les yeux

Transitions Optical appuie l'ACD et la SCO en leur accordant une subvention à caractère éducatif sans restrictions afin de financer une campagne de sensibilisation du public aux dangers du soleil pour les yeux visant à informer les Canadiens des risques pour la santé oculaire liés aux rayons UV et des moyens de protection qui existent. La campagne rejoindra des millions de Canadiens et présentera un site Web spécialisé sur lequel se retrouveront des vidéos, des images, du contenu, des médias sociaux et bien d'autres choses que les professionnels de la vue pourront partager dans leur pratique et sur leurs propres réseaux sociaux.

« L'appel à l'action est simple : dehors, protégez vos yeux, nous disait Jennifer Brunet-Colvey, directrice générale et chef de la direction de la SCO, voix nationale et publique de l'industrie de l'ophtalmologie et autorité reconnue en soins des yeux et de la vue. Vos yeux, tout comme votre peau, sont vulnérables aux rayons du soleil. Une exposition non protégée peut entraîner de la douleur et un inconfort à court terme, de même que

compromettre la vue et accroître les risques de maladies oculaires graves à long terme, comme les cataractes, la dégénérescence maculaire liée à l'âge et bien d'autres. »

« Vous ne pouvez pas appliquer de l'écran solaire dans vos yeux, ajoute Chantal Courchesne, chef de la direction de l'ACD, laquelle informe le grand public sur la protection solaire et fait la promotion d'une peau, de cheveux et d'ongles sains tout au long de la vie. Il faut prendre des mesures de protection, comme porter des lunettes optiques ou solaires qui protègent contre les rayons UV ou un chapeau à larges bords, et se tenir à l'ombre le plus possible. Tout le monde doit se protéger, surtout les Canadiens qui passent beaucoup de temps à l'extérieur et les enfants, car ils sont plus sensibles aux rayons UV du soleil. »

Groupe de discussion d'experts

Afin d'approfondir la conversation sur la protection solaire totale, des professionnels de la vue en exercice et des représentants de l'Association canadienne des optométristes et de l'Association des opticiens du Canada se joindront aux représentants de l'ACD et de la SCO pour participer à un groupe de discussion en mars prochain. Ils aborderont différents sujets, notamment différents types de lumière, divers moyens de protection, comment sensibiliser le grand public et démentir les idées fausses, ainsi que les façons de mieux renseigner la population sur la protection solaire. Les résultats de ce groupe de discussion permettront de créer du nouveau matériel éducatif.

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 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 TransitionsCanadaPRO.ca.

###

i. Sondage en ligne effectué en décembre 2016 par Wakefield Research, au nom de Transitions Optical inc., auprès de 1 000 adultes canadiens âgés de 18 ans et plus.