



POUR DIFFUSION IMMÉDIATE

Contact

Courtney Myers

Havas PR

Tél. 412 456 4707

courtney.myers@havas.com

Transitions Optical dévoile une nouvelle identité de marque et une campagne destinée aux consommateurs « La lumière sous contrôle »

ORLANDO, Fla., 3 avril 2018 – Durant le Transitions Academy, Transitions Optical a dévoilé une nouvelle identité de marque et un plan de rajeunissement qui s'appuiera sur les efforts de l'entreprise pour recruter de nouveaux porteurs et attirer une génération plus jeune de porteurs de simple vision vers les verres photochromiques. La synergie de la nouvelle identité visuelle, le logo de la marque Transitions^{MD} et sa signature « verres lumino-intelligents », et de la campagne de publicité grand public « La lumière sous contrôle » créeront un désir pour les produits d'une manière simple, moderne et innovante.

« Les yeux des gens sont précieux, or la vision optimale dans toutes les situations de lumière est un défi. « La lumière sous contrôle » vise à amener de nouveaux porteurs dans la catégorie photochromique en démontrant comment nos verres sont pertinents pour la vie trépidante des gens aujourd'hui », a déclaré Chrystel Barranger, présidente des photochromiques, Transitions Optical. « Nos verres intelligents face à la lumière permettent une vie sans tracas, avec une protection optimale contre la lumière et toujours un style libre. »

La ligne directrice ayant guidé le rajeunissement global de la marque est inspirée de la recherche¹ montrant que 87 pour cent des porteurs de lunettes se disent sensibles à la lumière. Les nouvelles images de la campagne, la palette de couleurs et les messages mettront l'accent sur une attention renouvelée à la lumière - comment nous en avons besoin, nous la saisissons et nous pouvons être protégés de ses éléments nocifs. La campagne et le logo présenteront également un nouveau design créant une séparation en diagonale, afin d'évoquer une sensation familière de glissement sur les téléphones mobiles, les déplacements tout au long de la journée ainsi que la technologie de filtrage des verres Transitions^{MD}. La stratégie de la campagne comprendra des tactiques numériques dynamiques et innovantes pour rejoindre les plus jeunes porteurs là où ils consomment le plus de médias.

Au Canada, la campagne télévisée générera plus de 79 millions d'impressions et débutera sur des chaînes spécialisées et généralistes telles que CTV, TVA, TSN et RDS, de même que la chaîne Discovery pendant les heures de grande écoute, tôt le matin et aux heures de sport. Le plan de la campagne numérique combinera des bannières d'affichage, des vidéos, des recherches commandées et des médias sociaux pour 75 millions d'impressions supplémentaires. Le Canada vise aussi les plus jeunes porteurs grâce à un partenariat avec l'influenceuse styliste Jessica Mulroney (voir le communiqué de presse séparé).

« Les besoins des patients, tels que la lutte contre la sensibilité à la lumière, ont toujours été au centre de l'innovation de nos produits et nous avons constaté une croissance de l'affinité des consommateurs avec la marque, comme en témoigne notre taux de rachat de 90%, » a déclaré Barranger. « Nous voulons maintenant susciter chez les consommateurs un nouveau désir d'avoir un verre qui les gardera non seulement satisfaits, mais qui sera aussi une solution intelligente face à la lumière en leur offrant la protection et des options de style et de personnalisation. »

¹ 87 pour cent des personnes âgées de 18 à 65 ans déclarent éprouver parfois ou souvent une sensibilité à la lumière.

Les consommateurs et les professionnels de la vue commenceront à voir le nouveau logo de la marque Transitions et la campagne médiatique « La lumière contrôlée » à compter d'avril 2018. Les professionnels de la vue pourront avoir accès à du matériel de points de vente et des ressources numériques au deuxième trimestre.

Au sujet de Transitions Optical

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

Leadership au niveau des produits, activités axées sur le consommateur et excellence en matière d'exploitation ont fait de la marque Transitions^{MD} 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 Transitions.com.

#

NOTE: Pour obtenir des images en haute résolution, veuillez communiquer avec Christina Gregory au 724-261-8332 ou Christina.Gregory@havas.com.