

Contact

Courtney Myers

Havas PR

Tél. 412 512 6542

courtney.myers@havas.com

Dana Reid

Transitions Optical

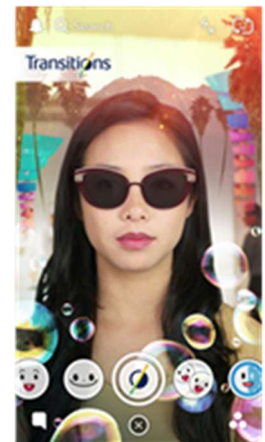
Tél. 727-545-0400 poste 7164

dreid@transitions.com

Transitions Optical lance l'expérience d'essai Snapchat avec la campagne grand public « La lumière sous contrôle™ »

PINELLAS PARK, Fla., 17 mai 2018 – De concert avec le lancement de la nouvelle campagne auprès des consommateurs *La lumière sous contrôle™*, Transitions Optical a conclu un partenariat avec Snapchat pour créer une expérience d'essai interactive en réalité augmentée.

Ce verre Snapchat permet aux utilisateurs d'expérimenter l'adaptabilité des verres Transitions^{MD} sur une plateforme pertinente pour eux et leur mode de vie. Dans l'expérience d'essai Snapchat, les utilisateurs peuvent se voir avec différents styles de montures de lunettes, dans des environnements intérieurs et extérieurs amusants, et regarder les verres s'assombrir au fur et à mesure que les scènes se passent à l'extérieur.



Les utilisateurs peuvent trouver l'expérience des verres Transitions dans l'application Snapchat ou scanner le Snapcode personnalisé Transitions.



« La nouvelle campagne *La lumière sous contrôle™* a pour but d'encourager les patients à adopter leur propre style avec les verres *Transitions* et à intégrer cette technologie dans leur mode de vie » a déclaré Patience Cook, directrice

-suite-

du Marketing Amérique du Nord, Transitions Optical. « Le verre Snapchat aidera les gens à voir que les soins oculaires quotidiens peuvent être sans tracas, intelligents et élégants ».

Transitions Optical lance une nouvelle identité de marque et la campagne grand public [La lumière sous contrôle™](#)

La nouvelle expérience d'essai Snapchat fait partie du lancement de la nouvelle campagne auprès des consommateurs Transitions [La lumière sous contrôle™](#), qui vise à soutenir les efforts de l'entreprise pour attirer de nouveaux porteurs et recruter une nouvelle génération de porteurs de lunettes dans la catégorie des verres photochromiques. Animée par la recherche montrant que 87% des porteurs de lunettes se disent sensibles à la lumière¹, la campagne *La lumière sous contrôle™* utilise des images déstabilisantes et un langage renouvelé pour susciter l'intérêt des consommateurs et créer un désir pour la catégorie parmi les porteurs de lunettes. Deux nouveaux messages télévisés "Noah & Avery" et "Reed" présentent la marque comme moderne et pertinente en mettant en vedette des consommateurs plus jeunes et plus avertis en matière de style. Les publicités peuvent être visionnées sur le site Internet de la campagne, www.Lumiere-SousContrôle.ca.



« Nous savons que le style et la personnalisation sont importants pour les jeunes porteurs de lunettes. Les lunettes font partie de leur identité personnelle. La campagne *La lumière sous contrôle™* encourage les consommateurs à personnaliser leurs lunettes, incluant les verres, pour refléter leur mode de vie » a déclaré Chrystal Barranger, présidente des photochromiques Essilor et Transitions Optical. « Les soins oculaires constituent le combo ultime des soins personnels et de l'expression de soi. »

L'expérience des verres *Transitions* sera disponible via le Snapcode personnalisé jusqu'à la mi-octobre.

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 de Transitions^{MD} Verres Lumino-intelligentTM, visitez Transitions.com.

###

NOTE: Pour obtenir des images en haute résolution, veuillez communiquer avec Brian Ackermann au 412-477-4312 ou Brian.Ackermann@havas.com.

1 87 pour cent des personnes âgées de 18 à 65 ans déclarent éprouver parfois ou souvent une sensibilité à la lumière. Source: Test de Transitions Optical auprès de porteurs par Transitions. États-Unis / France / Chine. 2016-17.