



POUR DIFFUSION IMMÉDIATE

Contact

Courtney Myers

Havas PR

412 456 4707 tel

courtney.myers@havas.com

Transitions Optical et l'Association des opticiens du Canada annoncent les gagnants du Programme de bourses d'études Vision d'étudiants 2018

Trois étudiants recevront des bourses d'une valeur de 2 500 \$, 1 500 \$ ou 500 \$ pour le partage de façons créatives de trouver le style dans les verres

PINELLAS PARK, Fla., Nov. 29, 2018 — Transitions Optical et l'Association des

opticiens du Canada (AOC) sont fiers d'annoncer les gagnants du Programme de bourses d'études Vision d'étudiants 2018: Sherene Vazhappilly, Katherine Vanloo et Brittany Hoffman. Sherene Vazhappilly, étudiante en optométrie à l'Université de Waterloo, se méritera le grand prix soit une bourse de 2 500 \$. Katherine Vanloo, étudiante en technique d'orthèses visuelles à l'Institut de technologie du Nord de l'Alberta (NAIT), recevra une bourse de 1 500 \$, et Brittany Hoffman, également étudiante en technique d'orthèses visuelles au NAIT, recevra une bourse de 500 \$.



La gagnante du grand prix Sherene Vazhappilly a créé une vidéo montrant des exemples de façons de trouver le style dans les verres au moment de la prescriptio aux patients.

Les candidats étudiants devaient décrire comment ils instruiraient leurs patients sur le style en matière de soins de la vue, en réalisant une vidéo, une présentation ou un essai. Les candidatures ont été examinées par un jury et évaluées en fonction de leur créativité, leur réflexion stratégique et leur aspect éthique.

Sherene Vazhappilly a soumis une vidéo décrivant son approche en trois parties pour s'assurer que les patients trouvent des lunettes qui non seulement corrigent leur vision, mais qui font également appel à leur sens du style. Katherine Vanloo a écrit un essai mettant l'accent sur différentes options de monture et de verres existants pour répondre à différents besoins selon les prescriptions. Brittany Hoffman a créé un dossier de consultation unique en son genre, destiné à guider l'opticien dans ses conversations avec les patients au sujet du style.

« Nous avons reçu une très forte réponse à l'appel de candidatures cette année, dont de nombreuses exceptionnelles qui ont rendu la décision finale très difficile », a déclaré Patience Cook, directrice du marketing pour l'Amérique du Nord, Transitions Optical. « Cependant, nos gagnants ont soumis des projets allant au-delà de ce qui leur était demandé, en intégrant des idées créatives et stratégiques pour ajouter le style à la conversation. »

Le thème du Programme de bourses consistant à trouver le style dans les soins de la vue a été inspiré par les récentes recherches menées par le *Center for Generational Kinetics* pour le compte de Transitions Optical. Ces recherches ont en effet montré que de nombreux porteurs de lunettes au Canada considèrent que les lunettes font partie de leur style ; 71% des Milléniaux, 63% des baby-boomers et 64% de la génération X sont de cet avis. Non seulement 67% des porteurs de lunettes canadiens interrogés ont déclaré que le style est le premier aspect influençant leur décision lorsqu'ils reçoivent des recommandations concernant leurs lunettes, mais les répondants ont également déclaré que les professionnels de la vue sont ceux qui ont le plus d'influence sur leurs décisions, plus que leurs conjoints, leurs familles et les autres personnes significatives.

Au sujet de Transitions Optical

Transitions Optical est le principal fournisseur de produits photochromiques (adaptatifs intelligents) à travers le monde, et a été le premier à fabriquer et à commercialiser avec succès des verres adaptatifs en plastique en 1990. Investissant continuellement dans la recherche, le développement et la technologie, Transitions Optical offre une grande variété de produits de

lunetterie et de protection, et établit de nouvelles normes de performances avancées pour fournir un confort visuel toujours croissant et une protection optimale contre la lumière bleue nocive, et ce, tout en bloquant toujours 100% des rayons UVA et UVB.

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 sur l'entreprise et sur les verres Transitions[®] Lumino-IntelligentsTM, rendez-vous sur 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 Sondage en ligne mené par le *Center for Generational Kinetics* pour le compte de Transitions Optical en janvier 2018 auprès de 1 271 adultes canadiens représentatifs âgés entre 22 et 65 ans, classés porteurs de lunettes en permanence, porteurs occasionnels et non porteurs. Aux fins de la présente enquête, on entend par Milléniaux les personnes nées entre 1977 et 1995, ceux de la génération X (1965-1976) et les baby-boomers (1946-1964).