

## **Varilux® XR series™ est maintenant disponible au Canada**

### **Essilor lance une nouvelle campagne grand public présentant Varilux® XR series™ comme le verre progressif du futur**

*« Une seule paire fait tout. Je suis très impressionné »*

*« Je recommande vivement les verres XR par rapport à tous les autres verres progressifs. »*

**Montréal, QC (3 OCTOBRE 2023)** - Essilor, qui fait partie d'EssilorLuxottica, l'un des principaux fournisseurs mondiaux de soins de la vue et de lunettes, est fière d'annoncer que le verre progressif [Varilux® XR series™](#) est maintenant disponible au grand public au Canada. Reconnus comme les meilleurs verres progressifs globalement<sup>1</sup>, les verres progressifs Varilux® XR series™ exploitent la puissance de l'intelligence artificielle, combinée à la compréhension inégalée des modes de vie des consommateurs par ses scientifiques<sup>2</sup>.

Ce verre innovant a déjà reçu des commentaires élogieux de la part des [OBJ]Essilor Experts™[OBJ] et des membres [OBJ]EssilorLuxottica 360[OBJ] qui ont eu un accès en avance à ce verre progressif au Canada. De plus, les porteurs de verres progressifs Varilux® XR series™ bénéficient d'une netteté instantanée, même en mouvement<sup>3</sup>, + 49 % de champ de vision global comparé au Varilux® X series™<sup>4</sup>. Lors de tests indépendants réalisés par des tiers, 87% des consommateurs ont préféré

---

<sup>1</sup> Basé sur l'obtention du score composite le plus élevé parmi les conceptions progressives haut de gamme des principaux concurrents américains sur 14 attributs identifiés comme importants par une enquête auprès des consommateurs américains. Les mesures sont le résultat des simulations sur des avatars de la R&D d'Essilor® en 2022.

<sup>2</sup> D'après les simulations de la R&D d'Essilor - 2022 - calcul basé sur les mesures des verres pondérées par le niveau d'importance de chaque critère pour les verres progressifs déclarés par les utilisateurs (Etude quantitative consommateurs - Ipsos - Q1 2022 - BR/FR/IT/UK/US - n=4000 porteurs de verres progressifs) - Simulations réalisées sur les marques concurrentes les plus pertinentes : marques ayant un bon niveau de notoriété auprès des consommateurs (Consumer Lens Brand Tracking - Ipsos - Q3 2022 - BR/CA/CN/FR/IN/IT/UK - n=8000) & proposant des verres progressifs haut de gamme.

<sup>3</sup> Verres Varilux® XR series™ - Étude consommateurs en situation réelle d'usage - Eurosyn - 2022 - France (n = 73 porteurs de verres progressifs) 66/73 netteté instantanée perçue à toutes les distances en mouvement

<sup>4</sup> Simulations de R&D interne - 2022 - comparaison avec le verre Varilux® X series™.

Varilux® XR series™ par rapport à leurs verres progressifs haut de gamme actuels<sup>5</sup>. Et 95 % des porteurs se sont adaptés à leurs nouvelles verres dès le premier jour<sup>6</sup>.

De plus, une nouvelle campagne publicitaire grand public a été lancée à l'échelle mondiale, en afin de faire connaître ce verre progressif révolutionnaire. Réalisée par le Creative Hub d'EssilorLuxottica en collaboration avec l'agence externe The Mill, la campagne vise à sensibiliser les presbytes au premier verre progressif à réponse oculaire doté d'une intelligence artificielle comportementale<sup>7</sup>. Le thème " voir l'avenir" met en avant la technologie des verres Varilux® XR series™ en démontrant comment un modèle prédictif est utilisé pour comprendre le mouvement des yeux du consommateur.

« Varilux a toujours été à la pointe de la technologie, mais cette campagne va plus loin pour positionner Varilux® XR series™ comme le verre du futur. Elle illustre la façon dont l'innovation s'appuie sur une intelligence artificielle comportementale de pointe pour répondre à l'évolution des besoins visuels des presbytes, » déclare Agnes Dewidehem, Global Head of Marketing Lens Brands & Categories chez EssilorLuxottica.

La campagne propose une approche de communication à 360 degrés pour soutenir le parcours du consommateur et le guider pour qu'il s'informe auprès de son professionnel de la vue pour qu'il le renseigne concernant de Varilux® XR series™. Elle comprend un clip télévisé, un clip audio pour les services de streaming musical, et des contenus digitaux pour toutes les plateformes sociales ainsi que des affichages extérieurs. Le matériel en magasin sera entièrement visible sur le lieu d'achat. Une attention particulière sera également portée à la création de trafic vers Essilor Experts, le programme partenaire phare d'Essilor conçu pour optimiser les résultats commerciaux des professionnels.

« Dans ce moment charnière pour la marque, nous avons besoin d'une campagne qui fasse entrer les consommateurs dans ce nouveau monde Varilux - un monde qui repousse les limites de la science et de la technologie plus loin que jamais, » explique Matteo Pelo, directeur exécutif de la création chez EssilorLuxottica. « Un verre conçu avec une intelligence artificielle avait besoin d'une direction artistique et d'un traitement visuel adaptés au storytelling que nous avons dans la nouvelle campagne Varilux® XR series™ - une campagne qui reflète le verre du futur »

---

<sup>5</sup> Essilor International - Varilux® XR series™ lens - in-life consumer study - Eurosyn - 2022 - France (parmi les n=67/73 ayant exprimé une préférence.

<sup>6</sup> \*Essilor International–Varilux® XR series™ -Étude consommateurs en situations réelles – Eurosyn–2022 –France (n=73 porteurs de verres progressifs ; 66/73).

<sup>7</sup> La réactivité oculaire est définie comme la prise en compte de deux paramètres dans la conception du verre progressif : la prescription et le comportement visuel.

Varilux®, inventé en 1959, est le meilleur verre progressif global<sup>8</sup> et les verres Varilux® ouvrent la voie avec plus de 70 brevets<sup>9</sup> ; le résultat de plus de 60 ans de recherche et développement. Les verres progressifs Varilux® XR series™ sont maintenant disponibles au Canada.

### **A propos d'Essilor**

Essilor, qui fait partie du portefeuille d'EssilorLuxottica, est un leader mondial des verres de lunettes<sup>10</sup> et la première marque de verres recommandée par les professionnels de la vue<sup>11</sup>. Elle offre une gamme complète de solutions dédiées aux besoins de chaque individu en matière de vision et de style de vie tout au long de sa vie. Chaque verre Essilor est une combinaison de plusieurs technologies complémentaires grâce à sa gamme de solutions d'entretien de la vue de premier plan, comprenant des marques innovantes telles que Stellest®, Eyezen®, Varilux® et Crizal®. Ces technologies révolutionnaires corrigent la vision, protègent les yeux des rayons nocifs et améliorent la clarté visuelle.

##

#### **Coordonnées du contact:**

Valerie Burnatowski

Manager, Commercial Relations

EssilorLuxottica

Cellulaire: 514-242-1809

Courriel: [valerie.burnatowski@essilor.ca](mailto:valerie.burnatowski@essilor.ca)

---

<sup>8</sup> Basé sur l'obtention du score composite le plus élevé parmi les conceptions progressives haut de gamme des principaux concurrents américains sur 14 attributs identifiés comme importants par une enquête auprès des consommateurs américains. Les mesures sont le résultat des simulations sur des avatars de la R&D d'Essilor® en 2022.

<sup>9</sup> 70 inventions ont donné lieu à des dépôts de brevets dans plusieurs pays depuis 1953 (dont le statut d'acceptation ou d'entrée en vigueur varie selon les époques et les pays).

<sup>10</sup> Euromonitor, Eyewear 2018 edition, Essilor International SA Company ; Ventes au détail en valeur au RSP.

<sup>11</sup> Recherche quantitative menée auprès d'un échantillon représentatif de 958 PCE indépendants par CSA en février 2019 - France, Royaume-Uni, Allemagne, Italie, Espagne, États-Unis, Canada, Brésil, Chine, Inde.