



Communiqué de presse

Eindhoven, mars 2010

Essilor et National Geographic unis pour une vision naturelle

Essilor, leader de la fabrication de produits ophtalmiques, et National Geographic travaillent en collaboration depuis le 1^{er} janvier 2010. En 2010, les diverses campagnes de promotion et de marketing d'Essilor seront soutenues par des illustrations et des premiums de la plateforme multimédia scientifique populaire. À travers cette collaboration, Essilor vise à promouvoir l'importance de verres ophtalmiques de qualité et d'une vision naturelle.

Le thème central des différentes campagnes nationales d'Essilor et de National Geographic en 2010 sera : *'Natural Vision, whatever the distance'*. Ce slogan met en avant toute la force des verres progressifs de haute technologie Varilux. Varilux est aussi la marque la plus importante d'Essilor. Grâce aux technologies les plus récentes, les verres ophtalmiques Varilux corrigent la vue de façon naturelle quelle que soit la distance. Les campagnes de marketing renforceront l'essence du verre Varilux par l'utilisation de photos signées National Geographic.

En 2010, les trois campagnes de marketing d'Essilor - la campagne pour les verres solaires, la campagne sur la fatigue visuelle et l'action de fin d'année Varilux habituelle - défendront un thème national, exploité au niveau local. Parallèlement, les actions pourront être utilisées localement par des opticiens indépendants, membres du programme fidélité d'Essilor : Fidelis. Essilor opte pour "Plus forts ensemble". La campagne nationale utilisera des panneaux publicitaires et des formules non spot avec un encart local. Les campagnes seront soutenues sur le site web de National Geographic. En Flandre la chaîne télévision National Geographic diffusera un spot publicitaire, dans lequel les opticiens locaux pourront aussi se profiler, des annonces paraîtront régulièrement dans le magazine et des bannières seront placées sur le site web. En Wallonie la collaboration reçoit une dimension supplémentaire sous la forme d'annonces et publi-reportages dans le quotidien national Le Soir. En collaboration avec les opticiens, divers médias locaux seront également impliqués, avec notamment des toutes-boîtes et des mailings directs. De plus, un concours national de photographie sera organisé ayant pour thème principal : *'Natural vision, whatever the distance'*. La première campagne, consacrée aux verres solaires, débutera prochainement.

Ron de Bruijn, CEO d'Essilor, est fier de cette collaboration particulière : "Les photos magnifiques qui font la réputation de National Geographic reflètent exactement ce que nous défendons aussi chez Essilor : une vision parfaite et naturelle quelle que soit la distance. Par ailleurs, cette collaboration nous permet de contribuer à la défense de l'environnement. Pour chaque spot publicitaire diffusé par National Geographic Channel, un pourcentage du bénéfice est consacré aux projets de recherche en cours de National Geographic dans le monde en matière de sciences et d'environnement."

"Les groupes-cibles de National Geographic et d'Essilor correspondent parfaitement. Il était donc tout à fait logique pour nous d'entamer une collaboration pluri-médias avec Essilor", explique Jacqueline Heemskerk de National Geographic. "Nos téléspectateurs et nos lecteurs

sont des gens qui optent pour la qualité de vie et qui manifestent de l'intérêt pour la nature, les technologies et l'innovation. Ceci correspond exactement au profil du porteur de verres Varilux."

Note pour la presse: vous trouverez davantage d'informations sur Essilor sur www.essilor.nl et www.essilor.be. Vous pouvez aussi contacter Silvie Geerts, par téléphone: +31 (0)40 2065858 ou par courriel: GEERTSS@essilor.nl ou PR Style : +32 (0)3 740 09 90 ou stephanie.dheer@prstyle.be pour tout support visuel.

À propos d'Essilor

Essilor International est l'une des plus grandes entreprises au monde dans le domaine de l'optique visuelle. L'entreprise est présente dans plus de 100 pays et compte près de 30.000 collaborateurs dans le monde. Elle produit plus de 300 millions de verres ophtalmiques dans 16 usines et plus de 240 ateliers de surfaçage. En outre, 4 centres R&D travaillent en permanence au renouvellement et à l'amélioration des produits. Son chiffre d'affaires global est légèrement supérieur à 3 milliards d'euros.

Le siège d'Essilor International est situé à Paris. Au Benelux, Essilor possède des succursales à Eindhoven (siège), Bruxelles et Zevenaar. Une grande partie des verres destinés au marché du Benelux sont fabriqués sur prescription à Zevenaar. Grâce à un processus de fabrication élaboré et presque entièrement automatisé, les verres ophtalmiques sont polis, colorés et pourvus d'un traitement antireflet et anti-griffe.

À propos de National Geographic

National Geographic Channels International est une filiale de National Geographic Television (NGT) et FOX Entertainment Group. En plus de NGC, le Benelux compte deux chaînes supplémentaires : NGC HD et la chaîne nature numérique Nat Geo Wild. Dans le monde, plus de 315 millions de foyers captent NGC dans 166 pays et 34 langues. Plus d'informations sur natgeotv.com.