

Essilor lance sa première campagne média en Chine pour accélérer le développement des verres Crizal®

Charenton-le-Pont (24 juillet 2014) – Fort du succès des campagnes média développées aux Etats-Unis, en France et au Brésil pour renforcer la marque Crizal®, Essilor lance sa toute première campagne publicitaire grand public en Chine, premier marché mondial du verre ophtalmique en volume.

Déclinée sur différents supports (TV, Internet, focus média) dans 6 grandes villes chinoises (Tier 2), la campagne capitalise sur les forces de la gamme Crizal® autour de deux messages clé :

- Un premier spot publicitaire vise à renforcer la marque Crizal® en tant que référence du verre transparent offrant l'ensemble des valeurs ajoutées (propriétés anti-rayure, antireflet, antisalissure, hydrophobe, antistatique etc.) et ainsi stimuler la montée en gamme des porteurs ;
- Un autre spot, centré sur l'indice E-SPF, a vocation à éduquer les consommateurs sur les moyens de prévenir les effets nocifs des rayons ultra-violet. En plus des verres E-SPF 25 de la gamme Crizal® UV, cette publicité va soutenir le développement des verres E-SPF d'indices 10, 15 et 25 commercialisés sous d'autres marques du groupe (Shamir, Nikon, Kodak) et par ses partenaires en Chine.

Cette campagne s'inscrit dans le cadre de l'importante augmentation du budget média consommateur du groupe destiné à soutenir les marques phare du groupe, dont Crizal®, Transitions®, Varilux®, et Xperio®. Ce budget passe de 25 millions d'euros en 2013 à 60 millions en 2014¹, dont 22 millions pour la seule marque Crizal®.

L'augmentation de ces ressources, notamment grâce aux synergies tirées de l'intégration de Transitions Optical Inc. dans le groupe Essilor, permettra de porter le budget média consommateur à 125 millions d'euros d'ici 2016 et contribuera significativement à la croissance du groupe ainsi qu'au renforcement de son leadership.

A propos d'Essilor

Essilor est le numéro un mondial de l'optique ophtalmique. De la conception à la fabrication, le groupe élabore de larges gammes de verres pour corriger et protéger la vue. Sa mission est d'améliorer la vision pour améliorer la vie. Ainsi le groupe consacre plus de 150 millions d'euros par an à la recherche et à l'innovation pour proposer des produits toujours plus performants. Les marques phares sont Varilux®, Crizal®, Transitions®, Definity®, Xperio®, Optifog™, Foster Grant®, Bolon® et Costa®. Essilor développe et commercialise également des équipements, des instruments et des services destinés aux professionnels de l'optique.

Essilor a réalisé un chiffre d'affaires net consolidé de plus de 5 milliards d'euros en 2013 et emploie plus de 55 000 collaborateurs. Le groupe, qui distribue ses produits dans plus d'une centaine de pays, dispose de 28 usines, plus de 450 laboratoires de prescription et centres de taillage-montage ainsi que plusieurs centres de recherche et développement dans le monde. Pour plus d'informations, visitez le site www.essilor.com.

L'action Essilor est cotée sur le marché Euronext à Paris et fait partie des indices Euro Stoxx 50 et CAC 40.

Codes : ISIN : FR0000121667 ; Reuters : ESSI.PA ; Bloomberg : EI:FP.

Codes and symbols: ISIN: FR0000121667; Reuters: ESSI.PA; Bloomberg: EI:FP.

CONTACTS

Relations Investisseurs et Communication Financière

Véronique Gillet – Sébastien Leroy – Ariel Bauer
Tél. : + 33 (0)1 49 77 42 16

Communication Corporate

Lucia Dumas

Presse

Maïlis Thiercelin
Tél. : + 33 (0)1 49 77 45 02