

Communiqué de Presse**Paris, le 06 février 2014****Nouvelle campagne
LensCrafters « Anthem »**

LensCrafters est fier de vous annoncer le lancement d'une campagne globale, créative et audacieuse qui encourage les consommateurs à s'arrêter et à s'émerveiller sur le rôle vital que leurs yeux jouent dans leur vie émotionnelle et plus généralement sur leur santé. La campagne nommée « Take a stand for quality vision care », communique la passion de LensCrafters à agir comme le partenaire des soins des yeux – la synergie d'un soin fiable et d'exceptionnelles lunettes. LensCrafters est le représentant Nord-Américain de « Eye Love » la famille de marques de distribution mondiale qui comprend LensCrafters China (Chine), OPSM (Australie) et GMO (Amérique du sud). La campagne pour LensCrafters est lancée au mois de février et celle de LensCrafters China et GMO le sera en mars 2014.

« Take a stand for quality vision care » invitera le spectateur à reconsidérer son actuel vendeur de lunettes et la personne en qui il a confiance pour prendre soin de ses yeux. Le film défiera le public de rechercher un partenaire compétent qui comprendra l'importance de l'œil, pas seulement la vision mais aussi toutes les expériences de vie.

La campagne se distingue par des images saisissantes, un langage provocant qui fait ressortir l'essence émotionnelle des yeux et la préciosité de la vue. Elle exprime l'expérience de regarder profondément dans les yeux de quelqu'un et de se perdre, trouver l'humanité et mesurer leur esprit.

Détenu par Luxottica – le leader des lunettes premium, luxueuses et sportives – LensCrafters est le premier fournisseur de soins complets de la vue. La marque propose son expertise du soin de la vision, incluant des ophtalmologues et des opticiens qualifiés, des expériences personnalisées avec du personnel compétent, assisté par des technologies brevetées et une vaste sélection de marques de lunettes de haute qualité.

« La nouvelle campagne est plus qu'une nouvelle direction créative, c'est une vision commune pour notre marque afin d'être sûr que tous ceux qui viendront dans nos magasins repartiront en ayant vu ce qu'ils aiment et en aimant ce qu'ils ont vu », déclare Eric Anderson, SVP & GM LensCrafters. « Cela est possible en mettant à leur disposition les dernières technologies et une sélection de marques de lunettes de haute qualité. Cette campagne invite les personnes à réfléchir à la façon dont ils prennent soin de leurs yeux et en qui ils font confiance pour les aider dans ce sens ».

La campagne sortira en TV, print et digital.

Contacts Communication

Emilie Seid - emilie.seid@conseil.publicis.fr / 01 44 43 70 21
Romain Sybillin – romain.sybillin@marcelww.com / 06 26 98 42 58