



Communiqué de Presse – 21/03/2018

LE VISION TOUR DE NIKON VERRES OPTIQUES

REPART SUR LES ROUTES DE FRANCE À PARTIR 3 MAI 2018

En 2017, Nikon Verres Optiques est parti à la rencontre des Français et de leur santé visuelle avec une idée qui a fait le buzz : le **Vision Food Truck**. Les Français ont été invités à déguster un burger et à tester leur vue. Plus de **5 000 visiteurs** se sont prêtés au jeu et plus de **2 000 tests de vue** ont été réalisés.

des personnes testées
49% N'ONT PAS UNE
VISION OPTIMALE (1)

des personnes testées
30% N'ONT PAS DE SUIVI
OPHTALMOLOGIQUE
RÉGULIER (2)

Un bilan préoccupant qui motive Nikon Verres Optiques, en tant qu'**acteur de la santé visuelle des Français**, à continuer son combat et à repartir sur les routes de France pour sensibiliser au **bien voir**.

DE L'AUDACE POUR SURPRENDRE ET CONVAINCRE



NIKON VERRES OPTIQUES

VOS YEUX AUSSI
ONT BESOIN
DE REPOS.

VISIONSpa

VENEZ TESTER VOTRE VUE
ET BÉNÉFICIER D'UN MOMENT DE RELAXATION

Afin d'interpeller et sensibiliser en 2018, **Nikon Verres Optiques** revient en force avec une problématique qui **nous concerne tous** : **la fatigue visuelle**.

*Aujourd'hui en France, 3 personnes sur 4 sont concernées par la **fatigue visuelle**⁽³⁾. Celle-ci peut, au quotidien, provenir d'un **trouble visuel non décelé**, d'une **vision non optimale**, de **sécheresse oculaire**, de nos **modes de vie connectés**, ...*

En fin de journée, elle peut se traduire par différents symptômes comme des yeux rouges, qui piquent ou tirent, une vision qui se trouble ou se dédouble,...

Fort de ce constat, **Nikon Verres Optiques** crée un lieu éphémère entièrement dédié au bien-être des yeux : le **Vision Spa**.

Une « **bulle bien-être** » de grande envergure qui fait le **Tour de France** !

- Lille: 3 & 4 mai
- Paris: 14 & 15 mai
- Nancy: 18 & 19 mai
- Lyon: 23 & 24 mai
- Marseille: 28 & 29 mai
- Toulouse: 1^{er} & 2 juin
- Nantes: 6 & 7 juin

Planning prévisionnel sous réserve de modifications





Communiqué de Presse – 21/03/2018

L'EXPÉRIENCE « VISION SPA »

1 SENSIBILISER TOUS LES VISITEURS AU BIEN VOIR

L'équipe de professionnels de la vue BBGR-Nikon invitera **TOUS** les visiteurs à tester leur vue⁽⁴⁾. L'objectif étant de pouvoir conseiller⁽⁵⁾ et systématiquement rediriger vers un professionnel de la **santé visuelle**.



2 OFFRIR UN MOMENT DE BIEN-ÊTRE À LEURS YEUX

Une équipe de professionnels du bien-être⁽⁶⁾ animera des ateliers pour apprendre à se relaxer, délivrer des conseils et transmettre des astuces pour reposer ses yeux. Quelques exemples d'activités : du **yoga des yeux**, des **modelages crâniens** ou des tempes, des **masques de relaxation** en libre service.



MODELAGE DES TEMPES



MODELAGE CRÂNIEN



MASQUE DE RELAXATION



PALMING



YOGA DES YEUX

ENCORE PLUS DE PROXIMITÉ

Cette année, Nikon Verres Optiques va plus loin en proposant à ses **opticiens partenaires Nikon** la possibilité de créer la surprise dans leur ville en dupliquant l'événement **Vision Spa dans leur magasin** !



Le Vision Tour 2018

une mission d'envergure nationale, un événement de proximité maximale.

À propos de Nikon Verres optiques

Fondée en 1917, la compagnie se nomme d'abord Nippon Kogaku Kogyo. Kogaku signifie « optique ». Depuis toutes ces années, Nikon n'a cessé de capturer et travailler la lumière, et a ainsi bâti une marque de légende en optique. Aujourd'hui, Nikon avec son savoir-faire centenaire, est présent dans une multitude d'équipements de notre quotidien. Verres optiques, photographie, microscopes, télescopes, scanners médicaux, nanocomposants : l'innovation Nikon, c'est tout cela à la fois ! L'optique et le traitement de la lumière sont au cœur de ce savoir-faire. Chacune des avancées dans l'un de ces domaines bénéficie aux autres. C'est ainsi que Nikon a toujours su être à la pointe de la technologie. En 1946, les verres optiques furent les premiers produits commercialisés pour le grand public, 1 an avant le premier appareil photo NIKON.

Contact presse : Serge Rodriguez – rodrigse@bbgr.fr – www.nikon-lenswear.fr

(1) Statistiques basées sur 2012 tests de vue réalisés pendant les 10 jours du Vision Tour, dans 6 villes (Paris, Lille, Metz, Lyon, Nantes, Marseille). 92% des tests de vue ont été réalisés sur des Ergovision et 8% en utilisant un autoréfractomètre. 1123 tests ont été réalisés sur des personnes portant une correction, 888 sur des personnes ne portant aucune correction. (2) Statistiques basées sur 1646 questionnaires remplis conformément aux réponses des personnes ayant réalisé un test de vue, à la question « De quand date votre dernier RDV chez l'ophtalmologiste ? », dans 5 villes (Lille, Metz, Lyon, Nantes, Marseille). (3) Etude quantitative menée en 2014 par Ipsos auprès de 4000 personnes en France, au Brésil, en Chine et aux Etats-Unis. (4) Ces tests de vue ne constituent pas un examen médical et n'ont pas valeur de diagnostic. (5) Ne constitue pas un examen médical. Il est nécessaire de consulter régulièrement un médecin ophtalmologiste. (6) Les activités « Spa » sont réalisées en partenariat avec des personnes qualifiées professionnellement. Les verres ophtalmiques Nikon sont des dispositifs médicaux fabriqués par la société BBGR. Ils doivent être montés dans des montures ophtalmiques par des opticiens qualifiés. Consultez votre ophtalmologiste ou votre opticien pour plus d'informations, ainsi que les éventuelles instructions figurant sur l'étiquetage du produit. Ce dispositif médical est un produit de santé réglementé qui porte, au titre de cette réglementation, le marquage CE. Nikon® est une marque de Nikon Corporation- BBGR SAS au capital de 42.635.385,75 euros - 22 rue de Montmorency 75003 Paris - RCS PARIS - 302 607 957 © Crédit photo : Getty Images