



## ATOL DEVOILE EN EXCLUSIVITE UNE AVANT-PREMIERE DE SA CAMPAGNE TV SUR TF1



Paris, le 25 avril 2019 – Après le succès de sa campagne de communication l’an passé, Atol fait découvrir en avant-première exceptionnelle le nouvel épisode de sa plateforme de communication le 8 mars à 20h30 sur TF1 sur l’une des soirées rassemblant l’une des plus fortes audiences de l’année. Toujours attentive à accompagner l’arrivée de la presbytie chez les quarantenaires, l’enseigne dédramatise le phénomène et encourage le consommateur en énumérant avec humour et bonne humeur toute une liste de situations auxquelles il a survécu jusqu’alors.

### **Accompagner les nouveaux presbytes, un défi de taille**

Après le spot « 40 ans enfin ! » spécifiquement dédié aux quadras, Atol propose un nouvel opus de sa « saga » démarrée en 2018. Les nouveaux presbytes subsistant la cible prioritaire de l’enseigne, Atol invite à un véritable voyage dans le temps, à travers ce film intitulé « Vous survivrez ».

Le thème fait référence à des situations auxquelles les quadras ont survécu, tout comme ils survivront à ce petit problème de vue qui baisse. Cagoules qui grattent, chaussures méduses dans lesquelles un petit caillou venait inexorablement se coincer, téléphone à cadran rendant la composition des numéros interminable, trajets en voiture sans climatisation et sans GPS... Si les quadras y ont survécu, la presbytie sera toute aussi simple à surmonter, avec le soutien d’un opticien Atol.

Cette note positive est en total accord avec les valeurs pionnières d’Atol incluant une vision hédoniste de la vie et reflète clairement le bonheur du passage à un âge charnière. Le choix de cette cible des nouveaux presbytes, prescripteurs pour deux autres générations (les grands-parents et les enfants), permet ainsi, avec une publicité ciblée, de toucher indirectement plus de la moitié de la population française.

## Une nouvelle publicité dévoilée en avant-première sur TF1



La première publicité présentera un format spécial de 50 secondes qui sera diffusé en avant-première sur TF1 le 8 mars 2019 en amont de la diffusion du concert des Enfoirés, ainsi que le lendemain avant The Voice. Des diffusions en prime-time, qui touchent d'emblée une forte audience pour les spots publicitaires.

La suite de la campagne à partir du 10 mars se fera sur des spots

toujours longs, de 30 secondes.

Atol complète également sa campagne avec un second spot de 10 secondes présentant une offre de service : le prêt de lunettes pour essayage à domicile qui fait partie des 7 nouveaux engagements de service de « La Totale Atol ».

Pour cette nouvelle campagne, c'est le réalisateur Adrien Armanet qui était aux commandes pour l'agence Romance. Il est surtout connu pour avoir collaboré avec les marques Ikea, Boursorama, Google, Perrier et Poker Star entre autres.

## Une mise en lumière des valeurs de la coopérative

A l'écoute des besoins de ses consommateurs et investie dans la quête du mieux voir, la coopérative a choisi d'accompagner les quarantenaires à vivre plus sereinement la période où on commence à avoir des difficultés pour voir de près. Pour cela, elle propose à tous ceux nés avant 1978 un parcours d'achat disruptif qui bouleverse le parcours d'achat d'équipement classique. Il se déroule en magasin par la réalisation d'un test de vue permettant de recommander ou pas une visite auprès d'un ophtalmologue. Le client reste ainsi au centre des préoccupations de l'enseigne pour satisfaire ses besoins visuels et améliorer son bien-être au niveau général.

Une campagne qui porte les valeurs de proximité relationnelle, point fort de l'enseigne qui a d'ailleurs été élue meilleure chaîne de magasins 2018-2019 pour la qualité de l'ensemble de ses services.

Eric Plat, Président-directeur général d'Atol les Opticiens se réjouit « *Nous sommes ravis de pouvoir révéler au grand jour notre campagne publicitaire fortement inspirée des valeurs portées par notre enseigne. Elle a été soigneusement conçue par nos équipes pour attirer l'attention sur le sujet primordial de la presbytie, qui permet de faire valoir toute notre expertise. Il s'agit d'un « film clin d'œil » à la fois pétillant et touchant, faisant appel aux souvenirs de toute une génération. La programmation événementielle du 8 mars sur une soirée familiale avant « le concert des Enfoirés » participe à notre envie de partager cette bonne humeur et notre vision optimiste avec les consommateurs.* »

### **Informations pratiques :**

Réalisateur : Adrien Armanet

Agence : Romance

Directeurs de création agence : Alexandre Hervé, Philippe Pinel et Frédérick Lung

Annonceur : Cécile Cardin Brichet, Laurence Caurette pour Atol

Agence média : Jean Paul Le Fur pour Medialist

**A propos des Opticiens Atol**

*Fondée en 1970, Atol les opticiens appuie son développement sur sa structure 100% coopérative, contrôlée par des opticiens de métier. Elle est animée par des professionnels compétents, tournés avant tout sur la qualité du produit, la formation de ses professionnels, et une implication sur le terrain pour la santé visuelle. Les opticiens Atol s'engagent au quotidien pour maintenir la qualité de la filière optique en France, apporter le bien voir à tous. Animée par une forte culture de l'innovation, Atol fait partie des premières enseignes du marché de l'optique à avoir lancé une démarche d'innovation permanente autour de ses produits et de ses services. Les opticiens Atol ont été élus Meilleure Chaîne de magasin 2018-2019.  
Pour plus d'informations : [www.opticiens-atol.com](http://www.opticiens-atol.com)*

**Contact presse**

Maelle NACRY – [m.nacry@kingcom.fr](mailto:m.nacry@kingcom.fr) // 01 40 40 50 17

Samuel BOTTON [s.botton@kingcom.fr](mailto:s.botton@kingcom.fr) // 06 84 79 99 61