

Avec Eyezen-challenge.com d'Essilor, mesurez-vous à des champions mondiaux de E-sport et découvrez les verres Eyezen™

(Charenton-le-Pont - France, 4 avril 2016) – Essilor, numéro un mondial de l'optique ophtalmique, lance aujourd'hui le Eyezen Challenge, en association avec Fnatic, l'une des meilleures équipes de E-sport au monde. Une expérience digitale immersive qui permettra à chacun de venir défier l'une des stars mondiales du E-sport en utilisant simplement... son regard !

Cette expérience a été conçue pour sensibiliser toute une génération de jeunes internautes, qui peuvent passer jusqu'à 7 heures par jour sur écran, à l'importance de préserver leur capital visuel. Dédiée à la vie connectée, la nouvelle catégorie de verres Eyezen™ s'adresse à la fois aux porteurs et aux non porteurs de lunettes. Grâce à la nouvelle technologie Eyezen™ Focus et à une technologie qui filtre sélectivement une partie de la lumière bleu-violet nocive, les verres Eyezen™ soulagent et aident à protéger les yeux.

L'expérience met en scène les Fnatics, l'une des meilleures équipes internationales de E-sport, en reprenant les codes d'un jeu en particulier, *League of Legends*. Une technologie de tracking du regard permet au joueur de neutraliser des cibles et les lumières bleu-violet nocives qui apparaîtront à l'écran.

Le Eyezen Challenge permet au joueur d'affronter une des stars mondiales du E-sport, Martin Rekkless Larsson, équipé des verres Eyezen™ d'Essilor, dans un face à face unique en son genre. Les joueurs qui réaliseront les meilleurs scores pourront participer à un tirage au sort et peut-être aller voir jouer l'équipe Fnatic.

« La vie connectée et la vision sur écran ont fait naître de nouveaux besoins visuels. Avec 27 millions de joueurs par jour, le E-sport nous offre un formidable levier de sensibilisation des internautes, porteurs ou non de lunettes, à l'impact des écrans sur leur vision » déclare Alain Riveline, VP Global Marketing Essilor International. *« Nous souhaitons en particulier leur présenter Eyezen™, en créant une expérience divertissante, proche de leur pratique quotidienne et qui les sensibilise à l'importance de prendre soin de ses yeux, surtout quand on utilise intensément les différents écrans digitaux »*

Le mal voir est le premier handicap au monde. Aujourd'hui, 7,2 milliards de personnes dans le monde doivent protéger leurs yeux des risques liés aux UV ou à la lumière bleu-violet nocive, notamment présente dans la lumière naturelle, les éclairages basse énergie et les écrans digitaux. Et 4,5 milliards de personnes dans le monde ont besoin de corriger leur vision.

Retrouver l'expérience sur Eyezen-challenge.com

CONTACTS

Communication Corporate

Lucia Dumas

Relations Presse

Mailis Thiercelin

Tél. : +33 (0)1 49 77 45 02

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 200 millions d'euros par an à la recherche et à l'innovation pour proposer des produits toujours plus performants. Ses marques phares sont Varilux[®], Crizal[®], Transitions[®], Eyezen[™], Xperio[®], 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 6,7 milliards d'euros en 2015 et emploie 61 000 collaborateurs. Le groupe, qui distribue ses produits dans plus d'une centaine de pays, dispose de 32 usines, de 490 laboratoires de prescription et centres de taillage-montage ainsi que 5 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 Paris et fait partie des indices Euro Stoxx 50 et CAC 40.

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