

Warszawa, 09.06.2008r.

Informacja prasowa

Wyraź to swoimi oczami, wyraź to soczewkami

Nowa kampania firmy **CIBA VISION™** skierowana do młodzieży

Od maja 2008 CIBA VISION rozpoczęła nową zintegrowaną kampanię marketingową, mającą na celu zwiększenie świadomości na temat soczewek kontaktowych wśród nastolatków. Kampania marketingowa zatytułowana **Wyraź to swoimi oczami, wyraź to soczewkami** informuje, że soczewki kontaktowe pozwalają nastolatkom na swobodę w wyrażaniu siebie.



Celem kampanii jest uświadomienie nastolatków i ich rodziców w temacie soczewek kontaktowych, obalenie mitów i wątpliwości związanych z ich użytkowaniem, podniesienie świadomości w zakresie poprawy jakości życia związanego z soczewkami oraz zachęcenie nastolatków do wypróbowania soczewek kontaktowych.

Soczewki kontaktowe pozytywnie wpływają na różne aspekty życia nastolatków. Użytkowanie soczewek kontaktowych przez młodych ludzi sprawia, że wzrasta u nich poczucie własnej atrakcyjności, chęć uprawiania sportu, poziom aktywności fizycznej, dzięki czemu są zdrowsi i bardziej zadowoleni z życia. Naturalny, niczym nie ograniczony wygląd zewnętrzny poprawia samoocenę i zwiększa pewność siebie. Wiele rodzajów soczewek kontaktowych CIBA VISION jest idealnie dopasowanych do potrzeb nastolatków, wliczając w to: soczewki jednodniowe, takie jak Focus DAILIES®, które oferują wysoki komfort, są praktyczne i bezproblemowe w użytkowaniu; FRESHLOOK® ONE-DAY, oferujące zmianę koloru oczu dla świadomych swojego wizerunku nastolatków, oraz AIR OPTIX® - oddychające silikonowo-hydrożelowe soczewki - zdrowsza alternatywa dla regularnych użytkowników, zapewniająca bardziej naturalne odczucie.

Kampania informacyjna będzie trwała do końca roku. W jej ramach będą prowadzone trzy promocje konsumenckie oparte na najbardziej cenionych produktach CIBA VISION®. Promocja letnia, trwająca od maja do końca sierpnia, będzie dotyczyła soczewek DAILIES®, jesienna AIR OPTIX™, a karnawałowa FreshLook®. W trakcie trwania letniej promocji soczewek kontaktowych DAILIES®, każdy nowy użytkownik, w ramach badania okulistycznego na dopasowanie soczewek otrzyma w prezencie 20 sztuk DAILES®

AquaComfort Plus oraz kupon na promocyjny zakup. Osoby korzystające już z soczewek przy zakupie DAILIES®, otrzymają w prezencie od 10 do 20 sztuk soczewek, torbę ekologiczną oraz kartę lojalnościową.

Ważnym elementem kampanii jest strona internetowa www.okospoko.pl, która jest jednocześnie interaktywnym źródłem informacji o soczewkach kontaktowych, stworzonym z myślą o nastolatkach i ich aktywnym stylu życia, oraz z myślą o ich rodzicach. Strona zawiera atrakcyjne, interaktywne narzędzie, które pozwala nastolatkom dostosować/stworzyć ich własnego EYECON'a (ludzika), który potem mogą przesłać emailem do przyjaciół wraz z osobistą informacją. Na stronie można znaleźć także informacje na temat mitów związanych z soczewkami, informacje o różnych typach soczewek i płynach do pielęgnacji soczewek CIBA VISION oraz informacje na temat używania soczewek.

W ramach działań promocyjnych i uświadamiających młodym ludziom zalety soczewek kontaktowych ruszyła kampania internetowa, na najczęściej użytkowanych przez młodych ludzi portalach, m.in. Wirtualna Polska, o2.pl, Onet.pl, Grono.net, Gadu Gadu Radio). Działania zostaną wsparte także kampanią telewizyjną - spoty w głównych stacjach młodzieżowych (MTV, VIVA, VH1) oraz sponsoring programu BAZAR MTV. Zakupem mediów zajął się dom mediowy mediaedge:cia. Kampania wsparta jest także działaniami PR prowadzonymi przez Euro RSCG Sensors. Dodatkowo materiały na temat akcji znaleźć można w wybranych punktach sprzedaży (wybrane gabinety okulistyczne).

Więcej informacji udziela:

Anna Malitka-Babik, Euro RSCG Sensors

e-mail: anna.malitka@eurorscg.pl, tel. (022) 444 0 662, kom. 0 508 012 182