

Communiqué de presse
Clamart, le 05 mai 2015

La 1ère collection de solaires ELITE MODELS' FASHION, une exclusivité mode pour Optic 2000

La marque Elite Models' Fashion commercialise sa nouvelle gamme de lunettes solaires en exclusivité chez Optic 2000. Dès le 15 mai prochain, une campagne de communication sera lancée pour présenter cette nouvelle collection très mode qui répond aux exigences de la griffe. Composée de 20 montures exclusivement féminines destinées aux 15-40 ans, cette sélection de lunettes solaires sera disponible dans l'ensemble du réseau Optic 2000 à partir de 75€, l'occasion pour Optic 2000 d'affirmer à nouveau son engagement pour la mode et la qualité accessible à tous.

Cette première ligne de solaires pour les femmes transcrit parfaitement les tendances actuelles du marché comme *la forme ronde avec son double pont métallique*. On retrouve également *des modèles combinés* avec des faces en acétate et des branches fines en métal. *Des Pilotes* revisitées, soit avec des verres miroirs très flashy, soit avec une forme plus moderne et plus mode. Ou encore *la mythique Wayfarer* dont les branches seront retravaillées aux couleurs de la marque pour apporter une réelle identité.

ELITE MODELS' FASHION, une exclusivité Optic 2000

Toujours à l'affut des dernières tendances, Optic 2000 renouvelle sans cesse ses collections. Mais elle sait aussi aller chercher le talent là où il se trouve : en faisant appel notamment à ELITE, la prestigieuse agence de mannequins qui signe une collection solaire vendue en exclusivité dans le réseau Optic 2000. Tout en bénéficiant d'une forte notoriété, la marque ELITE MODELS' FASHION est synonyme de beauté et de glamour, des valeurs qui permettent de coller à l'univers de la mode sur lequel l'enseigne Optic 2000 souhaite être reconnue.

Une nouvelle campagne de communication en mai Pour soutenir le lancement de la nouvelle collection ELITE MODELS' FASHION en exclusivité chez Optic 2000, l'enseigne lance une campagne TV du 15 mai au 12 juin 2015. Sur une musique rythmée, elle s'inspire de scènes d'été. Le ton et le message fort délivré par la chanson « The More I See You, the more I want you ... » suivent le fil conducteur de l'ensemble des campagnes de communication depuis 2014 et donnent une image dynamique à l'enseigne.

La campagne TV sera accompagnée d'une campagne presse dans les magazines féminins.

Avec plus de 1 200 points de vente, Optic 2000 est le réseau leader de l'optique en France. Il constitue le premier client de la lunetterie française, mais aussi la première enseigne française de distribution dans le secteur des services à la personne.

Contacts presse Optic 2000

Floriane Ogouchi – 01 41 23 76 15 / Stéphanie Lentini – 01.41.23.75.21
presse@optic2000.fr