**Persbericht**

**18 june 2013**

Alcon en Tequila springen in ’t oog (en ’t oor) met Start to Lens®

60% van alle Belgische ogen hebben een correctie nodig. Toch **draagt slechts 1 op 10 Belgen contactlenzen**. Dat is weinig vergeleken met de buurlanden. Onderzoek wijst uit dat de Belgische consument nog flink wat watervrees heeft over contactlenzen. Dit komt vooral door een **gebrek aan deskundige informatie**.

Alcon Vision Care, een deel van de oogzorgdivisie van Novartis, en Tequila van de TBWA\Group zagen hierin een dubbele opportuniteit. Enerzijds om meer lensgebruikers aan te trekken. Anderzijds om de relatie met de zelfstandige opticien te versterken.

Daarom ontwikkelden Alcon en Tequila het **coachingprogramma**

**Start to Lens®**. Een laagdrempelige manier om contactlenzen uit te proberen met het **deskundig advies van je coach: de opticien.**

Die opticien wist het concept Start to Lens® meteen te smaken. Liefst **570 zelfstandige optiekzaken schreven zich in** als Start to Lens® expert. Om hun coaching-taak in de kijker te zetten, kregen ze een hele set winkelcommunicatie, infofolders en startpakketten voor de proeflenzen.

De Start to Lens® campagne naar het grote publiek start op dinsdag 18 juni.

**Twee radiospots** maken 2 weken lang contact met de lenzenloze luisteraars van Q-music, StuBru, MNM, Top radio, Radio Contact, Fun Radio, Classic 21, NRJ en Pure FM. [Je kan ze hier beluisteren](http://www.youtube.com/watch?v=ih-X2a6eW0M&list=PLYASOEZ8ADzVnL8249uKDFyj0vB_GDRgf).

[Flair publireportages](http://www.start-to-lens.com/opticiens/files/StarttoLens_Flair_NL_double.pdf) tonen de lezeressen hoe makkelijk je, samen met je LensCoach, start met lensdragen.

Alle communicatie verwijst naar het online platform [**www.start-to-lens.com**](http://www.start-to-lens.com)**.** Daar vind je info en demonstratiefilmpjes. Via de zoekfunctie ontdek je de **Start to Lens® Coach** in je buurt voor een consultatie en een startpakket.

De Start to Lens®-campagne past in de nieuwe positionering van Alcon die werd vertaald in de baseline ‘Lenzen met coaching’. De communicatie en strategie worden verzorgd door de TBWA\Group en Tequila.

Alcon, the ALCON logo and Start to Lens® are trademarks of Novartis AG. CIBA VISION® is now part of Alcon, a division of Novartis AG.

**Crédits:**

**Client**: Alcon: Bruno Crepain - Ann Geldhof

**Creative Director**: Peter Loiseaux

**Creatives**: Philip De Cock & Eric Debaene

**AccouJunt team**: Kris Staels – Sofie De Clercq

**Strategy**: Gunther Van Lany – Luc Perdieus

**Radio Production**: SAKE – Lore Desmet – Jan Pollet - Chiara De Decker

**Media**: Radio – Pulbilreportages in Flair - POS bij opticien - Online <http://www.start-to-lens.be> – Advertentie in OPTO Magazine – DM en E-mails naar opticien - DM naar consument