



Communiqué de presse

Paris, 17/06/2014

ZEISS : une marque haut de gamme, à la pointe de l'innovation, depuis plus de 168 ans

Depuis 168 ans, ZEISS propose le meilleur de la précision optique. Leader de l'optique de précision et numéro 2 mondial des verres ophtalmiques, ZEISS a fait de l'innovation son fer de lance. ZEISS est présent en France depuis plus de 100 ans et fabrique 100% des verres de marque ZEISS destinés au marché français en Bretagne, à Fougères (35). Cette fabrication Made in France permet des verres de lunettes labellisés « Origine France garantie ». Des verres haut de gamme, et un positionnement assumé, comme le démontre la campagne de communication #SANSCOMPROMIS. ZEISS va d'ailleurs lancer sa toute dernière innovation : les verres Digital Lenses.

ZEISS : plus de 100 ans de présence en France

ZEISS est présent en France depuis 1913. La diversification des activités du Groupe et les diverses réorganisations des dernières années ont contribué à ce que les unités d'affaires soient présentes en France.

- Carl Zeiss SAS regroupe les activités Microscopie et Métrologie Industrielle mais aussi Optique
- Carl Zeiss Meditec France SAS regroupe les activités : Ophtalmologie, Microchirurgie, Radiothérapie et possède une partie de ses effectifs à la Rochelle.
- Carl Zeiss Vision France SAS est spécialisée dans la fabrication et la commercialisation des verres ophtalmiques pour le marché français et est présent à Fougères (35) et Aubergenville (78).

Grâce à cette présence, le Groupe est actif sur des secteurs d'activités variés tels que **l'industrie, l'automobile, l'aéronautique, la recherche fondamentale, les sciences des matériaux, l'ophtalmologie, la chirurgie opératoire, l'oncologie, l'optique grand public et les verres ophtalmiques.**

ZEISS Vision Care : une production « 100% Made in France* »

100% des verres de marque ZEISS destinés au le marché français, sont fabriqués en Bretagne *, à Fougères (35).

La production en France de cette technologie allemande, a pour objectifs :

- de **satisfaire les opticiens et le marché français en termes de délais, de services et de qualité**
- de satisfaire **les porteurs de lunettes** qui sont **très attentifs au « Made in France »**,



* sauf hors gamme



Une campagne de communication #SANSCOMPROMIS : Pour favoriser et faire vivre l'excellence ZEISS

ZEISS a lancé une nouvelle campagne #SANSCOMPROMIS qui se recentre sur ses valeurs fortes : **exigence, performance, excellence, fascination, authenticité et émotion**. Une campagne décidément plus authentique, qui se veut **plus proche** de son public et qui permet de **transmettre un message fort**.

ZEISS s'appuie sur son savoir-faire depuis plus de 160 ans pour répondre aux besoins des passionnés à la recherche de la perfection.

Cette campagne s'accompagne d'une identité graphique unique ; le **noir et blanc** permet de mieux faire ressortir la **précision et la fascination** des utilisateurs de la technologie ZEISS. Le noir et blanc appuie le contraste des lignes et souligne une ambiance particulière, **une manière pour ZEISS de faire vivre sa passion #SANSCOMPROMIS**.



- **Une campagne presse et digitale ciblée qui a débuté en avril 2014.** La campagne doit durer jusqu'à la fin de l'année et elle est déclinée sur plusieurs supports (GQ, Vanity Fair, Lui, Monsieur, L'Optimum, Numéro, The Good Life, Sport & Style, Edgar...) pour se rapprocher au plus près de son public.
- **Un site web www.sanscompromis.com et une page Facebook « Les Verres ZEISS »** dédiés sont mis en place où chacun peut retrouver toute l'actualité de la marque en continu. Un film promotionnel est également présenté et diffusé sur le site web.
- **ZEISS s'associe également à la galerie Brugier-Rigail - 40, rue Volta, Paris 3^{ème} - pour exposer les œuvres de l'artiste Thomas Lélou, l'un des protagonistes de la campagne #SANSCOMPROMIS.**

**Par le biais de cette campagne audacieuse,
c'est la première fois que ZEISS communique vers le consommateur !**

ZEISS, à la pointe de l'innovation, lance une nouvelle gamme de verres pour lutter contre la fatigue numérique : ZEISS Digital Lenses

Afin de répondre aux besoins des porteurs de lunettes, notamment ceux qui **utilisent des appareils numériques** (tablettes, Smartphones et écrans), ZEISS a développé et lance une toute nouvelle gamme de verres pour lutter contre la fatigue numérique « **ZEISS Digital Lenses** ». Ces tout nouveaux verres améliorent la vision en apportant une aide accommodative en situation de proximité, et **tendent à faire diminuer les problématiques rencontrées**, tels que les maux de têtes, les douleurs cervicales et les yeux qui tirent en fin de journée.





Chiffres clés « ZEISS »

ZEISS en France :

- **Présence en France depuis plus de 100 ans** dans le domaine des technologies médicales, de la métrologie, microscopes et vision
- 200 M€ de CA à travers l'ensemble de nos divisions présentes sur le territoire dont 100 M€ pour Vision Care
- 550 personnes dont 320 chez Vision Care
- 7 sites dont Marly le Roi, La Rochelle, Sablé sur Sarthe, Saint Vulbas, Fougères, Aubergenville et Paris

ZEISS dans le monde

- **168 ans d'existence (1846)**
- 4 MM€ de CA
- 24 000 personnes
- 10% du CA investit en R&D, 45% du CA réalisé avec les produits de moins de 3 ans. 1 brevet déposé par jour (326 brevets en 2013).

6 Divisions :

- Médical
- Microscopie
- Métrologie
- Vision
- Semi-conducteur
- Optique grand public (optique, jumelle, lunettes) et planétarium

ZEISS, Inventeur :

- du microscope (23 prix Nobel)
- de l'anti reflet
- de l'OCT (scanner 3D de la rétine pour détecter les DMLA et le glaucome)

Contacts presse :

Johann Fourmond
Tél. +33 (0) 2 99 65 05 47
Port : +33 (0) 6 07 89 09 44
e-mail : j.fourmond@releasepresse.com

Nicolas Ribeyre
Tél. +33 (0) 2 23 51 06 49
Port : +33 (0) 6 82 82 40 86
e-mail : nicolas.ribeyre@zeiss.com

www.zeiss.fr/vision