

"Trop chic à Pornic", "Looké à Angers", "Beau gosse à Biscarrosse" Optic 2000 célèbre la proximité et le style au cœur des territoires avec humour et complicité

Premier réseau de France avec plus de 1 200 magasins, Optic 2000 fait du maillage territorial et de la proximité humaine ses engagements quotidiens. L'enseigne qui soutient activement le dynamisme local (68% de ses magasins sont implantés en centres-villes et quartiers), lance une campagne nationale au ton complice pour célébrer cet ancrage unique en région. Une prise de parole qui rappelle une conviction simple : partout en France, le style et la santé visuelle doivent être accessibles au plus grand nombre.

Un ancrage territorial affirmé, une campagne nationale au style assumé

Avec ses accroches locales "Du flow à Landerneau", "Stylé à Poitiers" ou encore "Tendance à Valence", Optic 2000 joue la carte de l'humour et de la complicité régionale pour célébrer la diversité des territoires et des styles. L'occasion de rappeler que les tendances ne sont pas réservées aux grandes métropoles : chacun peut dénicher la paire parfaite près de chez soi.

Mais cette proximité est aussi celle du professionnel de santé : avec 86% des Français situés à moins de 15 minutes d'un magasin, l'opticien Optic 2000 tisse, jour après jour, une relation privilégiée avec celles et ceux qu'il accueille et accompagne. Une présence attentive pour mieux connaître leurs besoins, leurs attentes, leurs envies et ainsi mieux les conseiller.



« Avec cette campagne, nous voulons prouver que la force d'un grand réseau prend tout son sens sur le terrain. Le style et la santé visuelle ne sont pas réservés aux grandes métropoles ! En célébrant nos régions avec humour et authenticité, nous rappelons que le conseil d'expert se vit au quotidien dans nos 1 200 magasins. Être le 1er réseau de France, c'est avant tout être proche de chaque Français. » Martine Loyer, Directrice Générale Groupement Optic 2000.

Un dispositif de communication 360° au cœur des territoires

Pour porter largement ce message auprès de tous, Optic 2000 va à la rencontre des Français dans leur quotidien et déploie une stratégie média conséquente :

- Affichages national et régional : installer une présence forte au cœur des villes.
- Presse Quotidienne Régionale : s'inscrire au cœur de l'actualité locale avec une 4^{ème} de couverture à l'effigie de la campagne.
- Écosystème 360° : faire vivre la campagne jusqu'en point de vente, en combinant marketing direct, digital et visibilité en magasin. Par exemple, des affiches ultra-personnalisées sont déclinées à la demande pour couvrir chaque ville et chaque magasin Optic 2000.



Pour Optic 2000, être le premier réseau de France ne se résume pas au nombre de magasins. C'est à la fois une proximité géographique, mais surtout humaine, portée chaque jour par les opticiens du réseau depuis 1969.

A propos d'Optic 2000

Créée en 1969, Optic 2000 est une coopérative française de commerçants indépendants, premier réseau de France avec plus de 1 200 points de vente. Organisée en réseau coopératif, elle place l'entrepreneuriat local et la proximité avec les Français au cœur de son modèle. Près de 70 % des magasins Optic 2000 sont situés en centres-villes ou dans des quartiers.