



**Username**

**Password**

[Forgot your password?](#)

[Go](#)

**RONOR**  
Your Vision. Our Expertise.  
1 800 363-6704



**FIND a Job**

**POST a Job**

CLASSIFIED

 **OPTI-NEWS**

2015-04-15



**WestGroupe** is the latest industry partner to support *Think About Your Eyes*, a public awareness campaign aimed at educating consumers on the benefits of vision health. With this new addition, the campaign continues its industry expansion, which now includes 18 leadership partner organizations.

The growth of the campaign, an industry initiative presented by The Vision Council and the American Optometric Association, reflects the increasing importance of getting an annual comprehensive eye exam.


"At WestGroupe, we are dedicated to defining future standards in the optical business by developing, creating and supporting innovative products and services," said WestGroupe President Michael Suliteanu. "It is in support of that mission that we have partnered with the *Think About Your Eyes* campaign. It is essential that we continue to spread the message of comprehensive eye exams, and we're thrilled to join other industry leaders in making annual eye exams a standard part of people's lives."

Since the campaign's launch in the U.S., the number of eye exams has increased by 5.2 percent, leading to an additional 9.1 million annual eye exams and the diagnosis of more than one million previously undiagnosed eye diseases.

The *Think About Your Eyes* campaign has also recently expanded its practice locator with multiple state optometric associations enrolling every active, practicing member. The total number of doctor listings on the locator has reached over 8,900.

The *Think About Your Eyes* initiative employs television, radio, print and online/digital advertising to share educational and motivational messages about eye disease, eye strain, children's vision and how regular eye exams can positively affect overall health. The campaign is designed to encourage consumers to learn more and schedule an eye exam by visiting [thinkaboutyoureyes.com](http://thinkaboutyoureyes.com).

**SPHERE**





**Digital ECP**



# OPTI-GUIDE

C'est plus qu'un annuaire...  
 c'est un outil de **référence!**

## Breton Jobs

**L'emploi de vos rêves vous attend!  
 Téléchargez votre CV  
 et postulez dès aujourd'hui!**

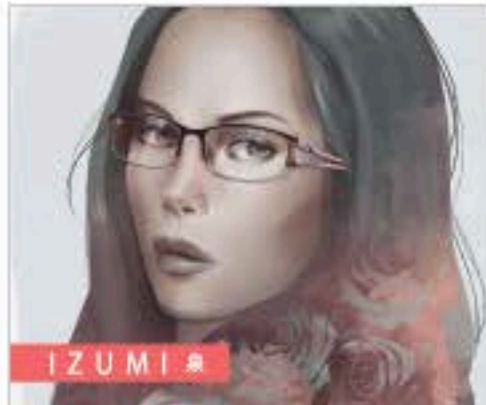


Nom d'utilisateur

Mot de passe

Mot de passe oublié?

Go



## Breton Jobs

**CHERCHER**  
un emploi

**AFFICHER**  
un emploi

ANNONCES CLASSÉES

# OPTI-NEWS

2015-04-15



**WestGroupe** est le plus récent partenaire à s'être engagé dans la campagne de sensibilisation du public, *Think About Your Eyes*, dont le but est de renseigner les consommateurs sur les bénéfices d'une saine vision. La campagne, qui prend de l'ampleur aux États-Unis, compte maintenant 18 organisations partenaires majeures.

L'essor de cette campagne instaurée par The Vision Council et l'American Optometric Association, repose sur l'importance croissante de procéder à un examen visuel annuel complet.

« Chez WestGroupe, nous nous consacrons à définir les futurs standards de l'industrie de l'optique en développant, créant et soutenant des produits et des services innovants », déclare le président de l'entreprise, Michael Suliteanu. « C'est dans cet esprit que nous nous sommes associés à la campagne *Think About Your Eyes*. Il est essentiel que nous continuions à soutenir le bien-fondé d'exams visuels annuels complets, et nous nous réjouissons à l'idée de nous joindre à d'autres leaders de l'industrie pour en faire une norme dans la vie des gens. »

Depuis le lancement de cette campagne aux États-Unis, les examens de la vue auraient augmenté de 5,2 pour cent, ce qui représente 9,1 millions d'exams annuels de la vue et une augmentation de plus de un million de diagnostics de maladies oculaires.

L'opération *Think About Your Eyes* porte aussi fruits en aval puisque de nombreuses associations en optométrie encouragent leurs membres à se joindre au mouvement. Le nombre total d'optométristes actifs dans ce programme est passé à 8 900.

La campagne, publicisée à la télévision, à la radio, dans les publications imprimées et numériques, renseigne sur les maladies et la fatigue oculaires, la vision des enfants, ainsi que sur les bienfaits sur la santé en général d'exams réguliers des yeux. Le programme vise à encourager les consommateurs à se renseigner davantage et à prendre rendez-vous pour un examen visuel en se rendant sur [thinkaboutyoureyes.com](http://thinkaboutyoureyes.com).

## NUPOLAR

**The World's #1 Polarized Rx Lens**  
 is available in the widest range of materials and treatments.

Excellent Availability

Compatible with Digital Surfacing

True Colour Stability

**AVAILABILITY**

Hard Resin, Polycarbonate, Hi-Index 1.60, Hi-Index 1.67, and Trilogy® Trivex®



**YOUNGER OPTICS**  
 The Optical Lens Innovators

[www.nupolar.com](http://www.nupolar.com)

**Show me how to Grow**