

# MultiOpticas



HÁ 30 ANOS, O LÍDER DA VISÃO  
FOR 30 YEARS, THE VISION LEADER



Dr. Rui Borges, CEO GrandVision Portugal

*A comunicação e estratégia da MultiOpticas contam na última década com o input da Green Media. Líder em Portugal há 30 anos, a marca que já foi espanhola, holandesa e francesa tem em Portugal uma história invejável de sucesso e continua a marcar o passo na liderança do setor.*

*The communication and strategy of MultiOpticas counts in the last decade with the input of Green Media. Leader in Portugal for 30 years, the brand that was already Spanish, Dutch and French has in Portugal an enviable success history and continues to mark the step in leadership of the sector.*

A MultiOpticas é uma marca revolucionária. A sua entrada levou à democratização do setor em Portugal, pioneira a lançar o “Desconto igual à idade”, inovadora na relação preço/

qualidade com a “Melhor Oferta Sempre” nas lojas de óptica, inédita a liberalizar a livre experimentação de óculos no interior das lojas e a primeira e



Diana Chaves, Embaixadora MultiOpticas



Manos Guedes, Embaixadores MultiOpticas



José Diogo Quintela, Embaixador MultiOpticas

única que realmente dispõe de uma verdadeira Fábrica em Portugal que abastece a totalidade do mercado nacional e exporta 80% para a Europa. A qualidade, a moda e o serviço de uma marca que parece que encontrou o elixir da juventude, é hoje a referência como case study para todo o mercado nacional e internacional.

A estratégia de mediatização e a relação com a comunicação social foi desde início um pilar na comunicação com a qual ultrapassou todos os grandes momentos: o rebranding mundial, o conceito de loja do futuro, a renovação da rede franchising para a mais sólida de sempre, a marca solidária, a apresentação de novos embaixadores e novas campanhas, a abertura de lojas e o crescimento anual em Portugal. ●

MultiOpticas is a revolutionary brand. Its entry led to the democratization of the sector in Portugal, pioneering the launch of "Discount equal to age", innovative in the price/quality with the "Best Offer Ever" in optical shops, unprecedented to liberalize the free experimentation of glasses inside the stores and the first and the only one that really has a real factory in Portugal that supplies the entire national market and exports 80% to Europe. The quality, fashion and service of a brand that seems to have found the elixir of youth, is today the reference as case study for the whole national and international market. The strategy of mediatization and the relationship with the media was from the beginning a pillar in the communication with which it surpassed all the great moments: the world rebranding, the concept of store of the future, the renewal of the franchising network for the most solid of all time, the solidarity brand, the presentation of new ambassadors and new campaigns, the opening of stores and the annual growth in Portugal. ●