

EssilorLuxottica conferma il suo impegno a estendere i benefici di una buona visione a tutti, ovunque nel mondo, in occasione della Giornata Mondiale della Vista 2020

Il Gruppo raggiungerà milioni di consumatori e migliaia di persone bisognose in tutto il mondo attraverso campagne di sensibilizzazione, collaborazioni artistiche, screening visivi e donazioni di occhiali per aiutare il mondo a vedere meglio

Charenton-le-Pont, Francia (8 ottobre 2020) - Per celebrare il ventesimo anniversario della Giornata Mondiale della Vista, l'8 ottobre, EssilorLuxottica ha organizzato diverse iniziative in tutto il mondo, aumentando il suo impegno per diffondere la consapevolezza sull'importanza della cura della vista. Attraverso la sensibilizzazione dei consumatori e, al tempo stesso, un miglior accesso a occhiali e ad esami oculistici anche nelle regioni meno servite, EssilorLuxottica continua a rafforzare la sua Mission di "aiutare il mondo a vedere meglio, vivere meglio e godere appieno della vita".

In qualità di principale sostenitore della causa, EssilorLuxottica raddoppia il suo impegno in occasione della Giornata Mondiale della Vista, nonostante gli ostacoli causati dalla pandemia COVID-19 la rendano molto più impegnativa.

"Oggi, in occasione della Giornata Mondiale della Vista, celebriamo l'essenza stessa di EssilorLuxottica e la sua Mission di "aiutare le persone a vedere meglio, vivere meglio e godere appieno della vita". Le tante attività organizzate dai nostri team per raggiungere milioni di persone nel mondo testimoniano la dedizione delle nostre persone nel rendere viva la nostra Mission ogni giorno. Questa giornata ci mostra anche l'incredibile impatto che possiamo avere unendo le forze e il potenziale che potremo esprimere come realtà integrata in futuro", hanno commentato Paul du Saillant, Amministratore Delegato di Essilor, e Francesco Milleri, Vicepresidente e Amministratore Delegato di Luxottica.

Aumentare la consapevolezza a livello globale

Sia Essilor sia Luxottica hanno lanciato campagne di sensibilizzazione che coinvolgono i dipendenti di tutto il mondo e raggiungeranno milioni di consumatori.

Essilor ha lanciato una campagna a livello globale per promuovere la consapevolezza sui danni dell'esposizione alla luce blu e ai raggi UV, sulla necessità di controlli della vista regolari e sull'uso di occhiali appropriati agli ambienti, sia interni sia esterni. Come elemento portante di questa campagna digitale, Essilor ha rinnovato il suo sito web dedicato ai clienti: www.putvisionfirst.com. Disponibile in undici lingue, il sito contiene informazioni utili sull'esposizione alla luce e sulla protezione degli occhi e offre test di screening visivo pensati per essere effettuati anche tramite dispositivi mobili.

Allo stesso tempo, i marchi di retail ottico di Luxottica, tra cui LensCrafters in Nord America, Salmoiraghi & Viganò in Italia e OPSM in Australia, uniranno le forze nella campagna *Your Eyes First*. L'obiettivo a lungo termine è enfatizzare l'importanza della cura degli occhi attraverso importanti collaborazioni artistiche e illustrazioni a tema da riprodurre su supporti sia fisici sia digitali. Le opere d'arte verranno riportate su oggetti che quotidianamente si usano nei negozi, dalle shopping bag ai kit per la pulizia degli occhiali, rendendo il messaggio ancora più visibile a tutti.

Unire le forze per raggiungere aree remote

Per la prima volta, Essilor e Luxottica hanno lanciato congiuntamente una campagna di raccolta fondi rivolta ai clienti, facendo leva sulla rete dei circa 60 negozi LensCrafters in Cina. L'obiettivo è quello di offrire esami della vista gratuiti a più di 10.000 bambini che vivono nella contea di Chenduo, sull'altopiano tibetano, dove l'alta quota, i forti raggi UV e la mancanza di educazione sul tema hanno portato alla popolazione locale non pochi problemi alla vista.

Iniziative ad hoc per rispondere alle diverse esigenze locali

In India, la Essilor Vision Foundation (EVF) ha collaborato con diversi ospedali specializzati nella cura della vista per condurre screening gratuiti per circa 4.000 persone in difficoltà. Negli Stati Uniti FGX International, controllata del Gruppo Essilor specializzata negli occhiali da lettura e in occhiali da sole non graduati, ha avviato una collaborazione con l'attrice americana di origini svizzere Kat Graham, che promuoverà l'importanza della salute degli occhi a milioni di persone, attraverso dei post dedicati sui suoi profili social.

In Italia, a tutti i clienti Salmoiraghi & Viganò che acquisteranno un paio di occhiali graduati da sole o da vista fino al 1° novembre 2020 verrà rimborsato il costo della visita oculistica attraverso il “Bonus Prevenzione”.

I dipendenti di Essilor e Luxottica avranno anche l'occasione di lavorare insieme su diverse iniziative dedicate alla cura degli occhi, come la creazione di una clinica temporanea in Sud Africa per fornire occhiali alle persone bisognose e l'organizzazione di campagne di sensibilizzazione in Cina sull'impatto di luce blu e raggi UV.

A sostegno di OneSight

La partnership del Gruppo con OneSight, l'organizzazione no-profit indipendente fondata e sponsorizzata da Luxottica, verrà ulteriormente rafforzata in occasione della Giornata Mondiale della Vista. Insieme le due realtà si pongono l'obiettivo di promuovere il più possibile il libro per bambini di OneSight, digitale e gratuito, intitolato *Through the Looking Glasses*. Parti del libro, composto di oltre 30 storie e illustrazioni di autori internazionali sul tema dell'importanza della buona vista, saranno lette da alcuni personaggi noti in un evento online intitolato *Bedtime Stories*, l'8 ottobre. I video delle letture saranno trasmessi in 10 fusi orari diversi durante quella che, in tutto il mondo, è considerata l'ora di andare a dormire. Per partecipare all'evento *Bedtime Stories* e scaricare il libro gratuito:

www.onesight.org/worldsightday.

Da luglio, anche LensCrafters collabora con OneSight per dare supporto alle comunità locali più colpite dalla pandemia COVID-19, fornendo esami oculistici completi e occhiali a migliaia di persone bisognose in tutto il Nord America.

EssilorLuxottica è un leader globale nella progettazione, produzione e distribuzione di lenti oftalmiche, occhiali da vista e da sole. Costituita nel 2018, la sua mission è aiutare il mondo a vedere meglio, vivere meglio e godere appieno della vita. L'azienda unisce le competenze complementari di due pionieri nel settore, uno nelle tecnologie all'avanguardia per lenti oftalmiche e l'altro nella realizzazione di occhiali da vista e da sole iconici, definendo nuovi standard nel settore dei prodotti per la cura della vista e nell'esperienza dei consumatori. Marchi iconici come Ray-Ban e Oakley nell'eyewear, Varilux e Transitions nelle lenti, Sunglass Hut e LensCrafters nel retail ottico e sole fanno parte della famiglia EssilorLuxottica. Con circa 150.000 dipendenti, nel 2019 EssilorLuxottica ha registrato ricavi pro forma di circa 17,4 miliardi di Euro. EssilorLuxottica è quotata sul mercato Euronext Paris ed è inclusa negli indici Euro Stoxx 50 e CAC 40. ISIN: FR0000121667; Reuters: ESLX.PA; Bloomberg: EL:FP.

CONTATTI

EssilorLuxottica Investor Relations

(Charenton-le-Pont) Tel: + 33 1 49 77 42 16

(Milan) Tel: + 39 (02) 8633 4870

E-mail: ir@essilorluxottica.com

EssilorLuxottica Corporate Communications

(Charenton-le-Pont) Tel: + 33 1 49 77 45 02

(Milan) Tel: + 39 (02) 8633 4470

E-mail: media@essilorluxottica.com