



ONESIGHT

EssilorLuxottica Foundation

Giornata Mondiale della Vista: la OneSight EssilorLuxottica Foundation si impegna a garantire il diritto alla vista di ogni bambino

Una campagna globale, realizzata in collaborazione con il fotografo di fama mondiale Steve McCurry, mette in luce il problema dell'accessibilità delle cure oculistiche, che colpisce 2,7 miliardi di persone

Parigi (Francia), 10 ottobre 2022 - La OneSight EssilorLuxottica Foundation crea un accesso sostenibile alle cure oculistiche per milioni di persone nelle comunità svantaggiate. In occasione della Giornata Mondiale della Vista, il 13 ottobre, EssilorLuxottica e la Fondazione confermano il proprio impegno attraverso **"The Right to See"**, una campagna di sensibilizzazione articolata su più canali, oltre a iniziative volte a offrire cure oculistiche ai più bisognosi a livello globale.

Ancora oggi sono 2,7 miliardi le persone al mondo – e, si stima, 1 bambino su 3 – con difetti visivi non corretti. La OneSight EssilorLuxottica Foundation si propone di accelerare la mission di EssilorLuxottica, ovvero di aiutare le persone a vedere meglio e vivere meglio, e supportare l'impegno per eliminare i problemi di vista non corretti in una generazione.

In occasione della Giornata Mondiale della Vista, la OneSight EssilorLuxottica Foundation è orgogliosa di collaborare con il **fotografo americano di fama mondiale Steve McCurry**, che ha realizzato i suggestivi ritratti di due bambini, da oggi trasmessi nelle vetrine digitali della Fondazione e di EssilorLuxottica. La campagna è supportata da tutti i brand, i team e da tutti i dipendenti del Gruppo nel mondo.

*"La vista è un diritto umano fondamentale e oggi sappiamo che l'80% dei difetti visivi nel mondo potrebbero essere risolti con le soluzioni attualmente disponibili", hanno dichiarato **Francesco Milleri, Presidente e Amministratore Delegato, e Paul du Saillant, Vice Amministratore Delegato di EssilorLuxottica**. "È con questa convinzione e consapevolezza che all'inizio di quest'anno abbiamo creato la OneSight EssilorLuxottica Foundation, a supporto della nostra mission. Con la campagna 'The Right to See', la Fondazione conferma la propria determinazione ad affermarsi come promotrice del diritto alla vista, realizzando al contempo azioni concrete per offrire cure oculistiche ai più bisognosi. In occasione della Giornata Mondiale della Vista, ci uniamo alla Fondazione con il supporto delle nostre 180.000 persone, per dimostrare l'impatto che, insieme, possiamo avere".*

*"Sappiamo che vedere bene migliora ogni aspetto della vita, dalla salute all'istruzione, fino alle opportunità di lavoro, allo sviluppo sostenibile delle comunità e delle economie locali. In quanto Fondazione di riferimento per la cura dei difetti visivi, stiamo affrontando questo tema con decisione, impegnandoci a utilizzare tutte le nostre risorse per garantire che ogni essere umano veda un futuro luminoso davanti a sé, a partire dai più giovani cittadini del mondo", ha dichiarato **Anurag Hans, Head of EssilorLuxottica Mission e Head of OneSight EssilorLuxottica Foundation**. "Siamo felici del lancio della campagna 'The Right to See', che aiuterà coloro che in tutto il mondo hanno più bisogno di accedere a cure oculistiche, a vedere meglio e vivere meglio."*

Oltre a sensibilizzare sull'importanza delle cure oculistiche, l'iniziativa "The Right to See" comprende le seguenti attività e collaborazioni:

Attività per la Giornata Mondiale della Vista

Nel mese della Giornata Mondiale della Vista, che si celebra il 13 ottobre, **la OneSight EssilorLuxottica Foundation**, in collaborazione con i suoi partner locali in diverse comunità, **offre servizi di assistenza oculistica a oltre 350.000 bambini e adulti**. Gli screening oculistici e le visite gratuite si terranno in tutto il mondo, dal Nord America, all'Europa, fino ad Africa, India, Cina, Sud-Est asiatico e Australia. L'obiettivo è garantire l'accesso alle cure oculistiche e la fornitura di occhiali al maggior numero possibile di persone.

Per potenziare l'attività di sensibilizzazione e il coinvolgimento del pubblico, in particolare dei genitori e dei policy-maker, la Fondazione organizza diverse attività sui social media rivolte al grande pubblico e un evento di screening della vista tra gli ambasciatori e i leader delle Nazioni Unite, in collaborazione con il gruppo Friends of Vision degli Stati membri dell'ONU, che la Fondazione sostiene.

La OneSight EssilorLuxottica Foundation collaborerà alle iniziative organizzate dall'Agenzia Internazionale per la Prevenzione della Cecità (IAPB) e contribuirà in modo decisivo all'obiettivo globale della IAPB: offrire servizi oculistici a cinque milioni di persone nel mondo.

Nuove partnership

Nell'ambito di "The Right to See", la OneSight EssilorLuxottica Foundation annuncia una nuova partnership con il Berkeley Vision Institute. La campagna **One School at a Time** mira a raggiungere milioni di bambini in età scolare in tutto il mondo attraverso momenti di screening della vista condotti dai partner e lo sviluppo di programmi sostenibili di prevenzione oculistica nelle scuole e di sensibilizzazione in tutto il mondo.

Altre partnership con organizzazioni analoghe che si dedicano a ridurre l'impatto dei difetti visivi a livello globale sono già state avviate e saranno annunciate nel prossimo futuro.

Per maggiori informazioni su come partecipare alle iniziative della Fondazione, sui suoi pilastri strategici e sull'impatto positivo che ha registrato fino ad oggi, è possibile consultare il sito OneSight.EssilorLuxottica.com o seguire i profili [LinkedIn](#), [Instagram](#), [Facebook](#) & [Twitter](#).



ONESIGHT
EssilorLuxottica Foundation

Note

Essilor, "Eliminating Uncorrected Poor Vision in a Generation," Essilor (2020): 15, <https://www.essilorseechange.com/wp-content/uploads/2020/02/Eliminating-Poor-Vision-in-a-Generation-Report.pdf>.

World Health Organization, "Universal Eye Health: A Global Action Plan 2014–2019," World Health Organization (2013): 1, <https://www.who.int/publications/i/item/universal-eye-health-a-global-action-plan-2014-2019>

OneSight EssilorLuxottica Foundation

La OneSight EssilorLuxottica Foundation (prima Essilor Social Impact) è un'organizzazione senza scopo di lucro registrata in Francia (endowment fund) che riflette l'impegno e i valori di EssilorLuxottica per eliminare i problemi di vista non corretti in una generazione. È stata fondata nel 2022 per riunire le azioni filantropiche, di advocacy e gli investimenti di EssilorLuxottica, tra cui: Vision for Life, le Essilor Vision Foundation presenti in Nord America, India, Sudest asiatico e Cina, la Fondazione Salmoiraghi & Viganò in Italia, nonché i partner di lungo periodo OneSight e il Vision Impact Institute. Ha sede presso 147 rue de Paris, 94220 Charenton-Le-Pont, Francia. <https://onesight.essilorluxottica.com/>

Contacts

e-mail: onesight.foundation@essilorluxottica.com