



**ONESIGHT**  
EssilorLuxottica Foundation

## **En cette Journée Mondiale de la Vue, OneSight EssilorLuxottica Foundation se bat pour que chaque enfant ait « le droit de voir ».**

*Une campagne mondiale, illustrée par le célèbre photographe Steve McCurry, met en évidence les difficultés d'accès à la santé visuelle qui touchent 2,7 milliards de personnes.*

**Paris, France (10 octobre 2022)** — OneSight EssilorLuxottica Foundation a créé un accès durable à la santé visuelle pour des millions de personnes vivant dans des communautés qui en étaient dépourvues. À l'occasion de la Journée Mondiale de la Vue le 13 octobre, EssilorLuxottica et OneSight EssilorLuxottica Foundation réaffirmeront leur engagement à travers une campagne de sensibilisation intitulée « **The Right to See** » (le droit de voir) relayée *via* plusieurs canaux de communication. Cette campagne comprend aussi un certain nombre d'événements, destinés à apporter des solutions visuelles à ceux qui en ont besoin.

Aujourd'hui, 2,7 milliards de personnes dans le monde, dont près d'un enfant sur 3, souffrent d'une mauvaise vision non corrigée. OneSight EssilorLuxottica Foundation vise à accélérer la mission d'EssilorLuxottica d'aider chacun à « mieux voir, mieux être » et son ambition de contribuer à éliminer la mauvaise vision non corrigée en une génération.

Pour la Journée Mondiale de la Vue, OneSight EssilorLuxottica Foundation est fière de s'associer au **photographe américain de renommée mondiale, Steve McCurry**, qui a réalisé les puissants portraits de deux enfants que l'on pourra apprécier au travers de toutes les canaux digitaux de OneSight EssilorLuxottica Foundation et d'EssilorLuxottica. La campagne sera soutenue par les marques, les entités commerciales et les salariés d'EssilorLuxottica à travers le monde.

*« La bonne vision est un droit humain fondamental et 80 % des problèmes de vision dans le monde peuvent être résolus par les solutions existantes », ont déclaré **Francesco Milleri, Président-Directeur général, et Paul du Saillant, Directeur général délégué d'EssilorLuxottica.** « Forts de cette conviction et de nos connaissances sur le sujet, nous avons créé cette année OneSight EssilorLuxottica Foundation, pour accélérer la réalisation de notre mission. « The Right to See » illustre notre détermination à défendre la cause de la bonne vision, tout en apportant des solutions visuelles concrètes à ceux qui en ont besoin. En cette Journée Mondiale de la Vue, fédérés autour de OneSight EssilorLuxottica Foundation, avec l'ensemble de nos 180 000 salariés, nous démontrons l'impact que nous pouvons avoir tous ensemble. »*

*« Nous savons à quel point la bonne vision améliore la vie d'une personne, que ce soit sa santé, son éducation, ses opportunités professionnelles. Elle peut aussi améliorer durablement le développement des communautés et des économies locales. En tant que la plus importante organisation dédiée à la santé visuelle, nous nous attaquons à la crise de santé visuelle et nous engageons à utiliser toutes nos ressources pour que chacun puisse envisager un avenir meilleur, à commencer par les plus jeunes. »* explique **Anurag Hans, Head of EssilorLuxottica Mission et Head of OneSight EssilorLuxottica Foundation.** *« C'est pour cela que nous sommes si enthousiastes de lancer « The Right to See », qui permettra d'aider ceux qui en ont le plus besoin à accéder à la bonne vision, et à « voir plus, vivre mieux. »*



**ONESIGHT**  
EssilorLuxottica Foundation

Outre la sensibilisation à l'importance d'une bonne vision, « The Right to See » englobe les activités et partenariats suivants :

### **Activités liées à la Journée Mondiale de la Vue**

Durant le mois qui précède la Journée Mondiale de la Vue du 13 octobre, **OneSight EssilorLuxottica Foundation, en collaboration avec ses partenaires locaux dans différentes communautés, prévoit d'offrir des solutions de santé visuelle à plus de 350 000 enfants et adultes.** Des dépistages visuels et des centres de vision seront accessibles gratuitement dans le monde entier, notamment en Amérique du Nord, en Europe, en Afrique, en Inde, en Grande Chine, en Asie du Sud-Est et en Australie. L'objectif est de permettre au plus grand nombre d'accéder à la santé visuelle et de bénéficier de lunettes.

Afin de sensibiliser et d'impliquer davantage le grand public, et en particulier les parents et les décideurs politiques, la Fondation organisera des activités de mobilisation, notamment sur les réseaux sociaux. Elle contribuera également à une campagne de dépistages visuels destinée aux ambassadeurs et aux dirigeants des Nations Unies, en partenariat avec le groupe Friends of Vision des États Membres des Nations Unies.

OneSight EssilorLuxottica Foundation s'est également associée à l'Agence internationale pour la prévention de la cécité (IAPB) dans le cadre de ses programmes de la Journée Mondiale de la Vue 2022 et contribuera largement à l'objectif mondial que s'est fixé l'IAPB à cette occasion, à savoir de donner accès à des prestations de santé visuelle à cinq millions de personnes dans le monde.

### **Nouveaux partenariats**

Dans le cadre de la campagne « The Right to See », OneSight EssilorLuxottica Foundation vient d'annoncer un nouveau partenariat avec le *Berkeley Vision Institute*. La campagne « **One School at a Time** » (Une école à la fois) est un partenariat visant à atteindre des dizaines de milliers d'écoliers, à l'échelle mondiale, par le biais de dépistage visuels organisés par des partenaires et au travers du déploiement de programmes durables de santé visuelle et de sensibilisation à l'école.

D'autres partenariats sont en cours de préparation et seront annoncés prochainement, avec objectif de réduire les conséquences de la mauvaise vision dans le monde.

Pour en savoir plus sur la mission de OneSight EssilorLuxottica Foundation, ses piliers stratégiques et son impact à ce jour, ainsi que pour participer à ses activités, visitez le site [OneSight.EssilorLuxottica.com](https://www.ONESIGHT.EssilorLuxottica.com) ou suivez-nous sur les réseaux sociaux : [LinkedIn](#), [Instagram](#), [Facebook](#) & [Twitter](#).

### **Notes**

Essilor, « Éliminer le mal voir en une génération », Essilor (2020) : 15, [https://www.essilorseechange.com/wp-content/uploads/2021/01/Eliminer-le-mal-voir-en-une-generation\\_Rapport.pdf](https://www.essilorseechange.com/wp-content/uploads/2021/01/Eliminer-le-mal-voir-en-une-generation_Rapport.pdf).

Organisation mondiale de la Santé, « Santé visuelle universelle : plan d'action mondial 2014–2019 », Organisation mondiale de la Santé (2013) : 1, <https://www.who.int/publications/i/item/universal-eye-health-a-global-action-plan-2014-2019>



**ONESIGHT**  
EssilorLuxottica Foundation

**À propos de OneSight EssilorLuxottica Foundation**

OneSight EssilorLuxottica Foundation, anciennement Essilor Social Impact, est un organisme à but non lucratif (fonds de dotation) déclaré en France qui participe à l'engagement et aux valeurs d'EssilorLuxottica dans sa volonté d'éliminer la mauvaise vision non corrigée en une génération. Il a été renommé en 2022 pour coordonner les actions et investissements d'EssilorLuxottica en matière de sensibilisation et de philanthropie, tels que : Vision for Life, les Essilor Vision Foundations d'Amérique du Nord, d'Inde, d'Asie du Sud-Est et de Chine, la Fondazione Salmoiraghi & Viganò en Italie, ainsi que OneSight et Vision Impact Institute, deux partenaires mondiaux de longue date du Groupe. L'adresse de son siège est le 147, rue de Paris, 94220 Charenton-le-Pont, France.  
<https://onesight.essilorluxottica.com/>

**Contact**

e-mail: [onesight.foundation@essilorluxottica.com](mailto:onesight.foundation@essilorluxottica.com)