ESSILOR

MIEUX VOIR LE MONDE

Dans le cadre de la Journée Mondiale de la Vue, Essilor lance la campagne *#PutVisionFirst* pour sensibiliser le public à l'importance de la santé visuelle

(*Charenton-le-Pont, France - 10 octobre 2017)* – A l'occasion de la Journée Mondiale de la Vue, le 12 octobre, Essilor lance #*PutVisionFirst* poursuivant ainsi sa mission d'améliorer la vision pour améliorer la vie. Cette campagne mondiale, qui a pour but de sensibiliser le public à l'importance d'une bonne vision invite chacun à faire régulièrement un examen de vue auprès d'un professionnel.

Aujourd'hui, 2,5 milliards de personnes, soit un tiers de la population mondiale, souffrent d'une mauvaise vision, ce qui altère leur capacité d'apprentissage et nuit à leur travail et à leur sécurité. En 2050, on estime que la planète comptera 5 milliards de myopes soit la moitié de la population mondiale. Pour autant, les examens de vue réguliers, réalisés par des professionnels de la vue ne sont toujours pas considérés comme un geste élémentaire de santé visuelle. Pour cette Journée Mondiale de la Vue, Essilor veut changer la donne et sensibiliser le public aux conséquences au quotidien d'une mauvaise vision, l'encourageant ainsi à donner la priorité à sa santé visuelle avec la campagne *#PutVisionFirst* .

« *80 % de notre apprentissage passe par nos yeux. Une bonne vision permet d'apprendre, mais également de travailler plus efficacement et d'être en sécurité. Il est indispensable que chacun prenne sa santé visuelle en main et en fasse une priorité. Cela commence par des contrôles réguliers chez un professionnel de la vue*, » a déclaré Jayanth Bhuvaraghan, Chief Mission Officer chez Essilor. « *Avec le soutien de la coalition Our Children's Vision, de la Fédération Internationale de l'Automobile et du Conseil Mondial d'Optométrie, nous allons, ensemble, alerter sur l'importance d'une bonne vision et mobiliser les décideurs mondiaux sur ce sujet crucial.* »

La campagne #*PutVisionFirst* interpelle le public sur le rôle fondamental de la bonne vision, surtout en classe, au travail et sur la route. Un site internet dédié (www.putvisionfirst.com), disponible en neuf langues, permet à tous les visiteurs de tester leur vue en ligne, dans un premier temps. Pour toute personne chez qui un problème de vision est détecté et qui s'engage à faire réaliser un examen complet auprès d'un professionnel - le seul moyen fiable de garantir la santé visuelle-, Essilor reversera un dollar en son nom à Essilor Vision Foundation et à Our Children's vision.*

Cette campagne s'inscrit dans le cadre des multiples initiatives que le Groupe Essilor déploie pour promouvoir la bonne vision auprès de groupes à risque tels que les enfants et les usagers de la route. Elle est soutenue par des acteurs d'envergure mondiale qui partagent l'engagement d'Essilor en faveur de la sensibilisation à l'importance d'une bonne santé visuelle, notamment le Conseil Mondial d'Optométrie, la coalition Our Children's Vision, et la Fédération Internationale de l'Automobile (FIA).
En septembre dernier, Essilor et la FIA ont annoncé un partenariat mondial de trois ans pour promouvoir la sécurité routière. Après l'adoption, en mai 2017, d'une nouvelle Règle d'Or de la FIA, « Faites contrôler votre vue », Essilor et la FIA se sont alliés pour promouvoir la bonne vision au travers de vastes campagnes de sensibilisation.

** La vision en priorité*

À propos de la Journée Mondiale de la Vue

La Journée Mondiale de la Vue est un évènement annuel mis en place en 1998 par l'Organisation Mondiale de la Santé afin d'attirer l'attention de la communauté internationale sur les problématiques liées à la déficience visuelle.

A propos d'Essilor

Essilor est le numéro un mondial de l'optique ophtalmique. De la conception à la fabrication, le groupe élabore de larges gammes de verres pour corriger et protéger la vue. Sa mission est d'améliorer la vision pour améliorer la vie. Ainsi, le groupe consacre plus de 200 millions d'euros par an à la recherche et à l'innovation pour proposer des produits toujours plus performants. Ses marques phares sont Varilux®, Crizal®, Transitions®, Eyezen™, Xperio®, Foster Grant®, Bolon™ et Costa®. Essilor développe et commercialise également des équipements, des instruments et des services destinés aux professionnels de l'optique.

Essilor a réalisé un chiffre d'affaires net consolidé de plus de 7,1 milliards d'euros en 2016 et emploie environ 64 000 collaborateurs. Le groupe, qui distribue ses produits dans plus d'une centaine de pays, dispose de 33 usines, de 490 laboratoires de prescription et centres de taillage-montage ainsi que de 5 centres de recherche et développement dans le monde (au 31 décembre 2016). Pour plus d'informations, visitez le site www.essilor.com.

L'action Essilor est cotée sur le marché Euronext Paris et fait partie des indices Euro Stoxx 50 et CAC 40.

Codes : ISIN : FR0000121667 ; Reuters : ESSI.PA ; Bloomberg : EI:FP.

CONTACTS

Communication Corporate	**Relations Presse**
Lucia Dumas	Maïlis Thiercelin
Tel.: +33 (0)1 49 77 45 02	Tel.: +33 (0)1 49 77 45 02