



Une coalition optique défend l'accès aux soins de la vue

(Calgary, Alberta – octobre 2018) De grandes entreprises et de grands réseaux optométriques mondiaux s'unissent pour former une coalition dans l'objectif d'aider 1,2 milliard de personnes dans le monde qui souffrent de déficience visuelle, simplement car elles n'ont pas accès à un examen de la vue et à des lunettes.

Grâce à la campagne organisée par Optométrie porteuse de vision, de grandes entreprises optiques forment une coalition afin de recueillir des fonds et de sensibiliser le public pour contribuer à combler l'important besoin de soins de la vue dans le monde au moyen du [Défi de la Journée mondiale de la vue](#).

Malgré les progrès accomplis dans le domaine de la santé oculaire, la rareté des ressources vécue par de nombreuses personnes partout dans le monde est immense. Des millions de personnes ont de la difficulté à accéder à des soins de la vue de base. Dans le souci de faire sa part pour lutter contre ce défi mondial, la coalition s'attaque au problème dans une perspective de développement durable.

Les membres de la coalition collaborent à une mission commune et appuient des programmes de soins de la vue de partout dans le monde qui offrent des soins de la vue immédiats aux personnes dans le besoin, des réalisations durables et la formation de fournisseurs de soins de la vue locaux qui renforcent l'effectif local.

« C'est incroyable de voir tous les efforts et la passion de la direction et des employés de ces entreprises », affirme le Dr Juan Carlos Aragon, président d'Optométrie porteuse de vision. « Sans eux, notre travail ne serait pas possible ».

Les répercussions de ce travail sont évidentes. En 2017, Optométrie porteuse de vision a appuyé 47 projets dans 24 pays pour offrir des soins de la vue aux groupes les plus marginalisés, comme les femmes et les enfants, et pour financer des écoles d'optométrie dans quelques pays parmi les plus pauvres afin de former des personnes locales qui deviendront optométristes.

Les entreprises membres de la coalition comprennent ABB Optical Group, La Fondation Alcon, Bausch & Lomb, CooperVision, Essilor of America, Eye Recommend, EyePromise, Vision Source®, VSP Global®, WestGroupe and Carl Zeiss Vision.

Soixante (60) autres entreprises participent également au *Défi de la Journée mondiale de la vue*, y compris de nombreuses entreprises [s'inscrivent](#) et [font un don](#) chaque jour. Le *Défi de la Journée mondiale de la vue* se déroule tout au long des mois d'octobre et de novembre, donc il y a amplement de temps pour y participer!

Pour obtenir de plus amples renseignements sur le [Défi de la Journée mondiale de la vue](#) et pour savoir comment votre organisation peut prendre part au défi, visitez le site givingsight.org ou téléphonez au +1



403-670-2619 (Canada) ou +1 888 647-4483 (États-Unis) ou envoyez-nous un courriel à l'adresse canada@givingsight.org.

Ventilation : Les membres de la coalition pour le Défi de la Journée mondiale de la vue ont prévu une variété d'activités pour sensibiliser les gens à l'importance de la santé oculaire et pour offrir des soins oculaires aux personnes dans le besoin, notamment les initiatives suivantes.

###

Carl Zeiss Vision Canada sensibilise et mobilise ses employés dans des initiatives de collecte de fonds à l'appui du Défi de la Journée mondiale de la vue en organisant un événement par semaine en octobre afin de recueillir des fonds pour Optométrie porteuse de vision. Carl Zeiss Vision Canada égalera les dons versés par ses employés.

Pour la Journée mondiale de la vue de 2018, **WestGroupe** a mis sur pieds une équipe de champions qui surmonte des obstacles chaque jour en tant qu'aveugle ou personne ayant une déficience visuelle. Avec ces champions, WestGroupe encourage tous les voyants à relever le **Défi #WithoutMySight**. Le défi consiste à effectuer une tâche quotidienne telle que préparer du café, se maquiller ou préparer un sandwich, les yeux bandés. Les participants enregistreront une vidéo de 30 secondes dans laquelle on les voit essayer d'effectuer leur tâche choisie. Ils doivent ensuite faire un don à Optométrie porteuse de vision, puis téléverser leur vidéo sur Instagram, Facebook ou Twitter, en étiquetant @WestGroupe et en utilisant le mot-clic #WithoutMySight.

À l'appui de l'initiative de la Journée mondiale de la vue, **ABB OPTICAL GROUP** versera un pourcentage de ses ventes du réseau DIGITAL EYE LAB (DEL) en don tout au long du mois d'octobre pour Optométrie porteuse de vision.

La **Fondation Alcon** tiendra son défi intitulé « Cycle for Sight 20/20 ». En atteignant leur objectif de 2 020 participants d'Alcon dans tous leurs emplacements, ils pourront verser un don de 25 000 \$ à Optométrie porteuse de vision. Des employés de nombreux emplacements, y compris l'Australie, Singapour, le Royaume-Uni et les États-Unis, sont prêts à monter à vélo.

Pour la troisième année consécutive, **Bausch + Lomb** tiendra une initiative de collecte de fonds nationale auprès de ses employés pour soutenir le Défi de la Journée mondiale de la vue 2018. L'entreprise publiera également des messages dans les médias sociaux pour sensibiliser le public à la Journée mondiale de la vue et à l'importance des examens de la vue annuels.

CooperVision, commanditaire mondial or d'Optométrie porteuse de vision, organise sa septième campagne consécutive intitulée « Fight for Sight », à laquelle participeront des employés des Amériques, de l'Europe, du Moyen-Orient, de l'Afrique et de l'Asie-Pacifique. Un vaste éventail d'événements de collecte de fonds dirigés par les employés sont organisés sur trois mois, notamment des enchères d'œuvres d'art et d'espaces de stationnement de choix, des journées de vêtements thématiques, des



tirages, des ventes de nourriture et des événements de mieux-être. Grâce à un généreux engagement de don équivalent en cadeau de la part de l'entreprise, la contribution cumulative à la campagne approche rapidement 1 million de dollars.

EyePromise participera encore à de nombreuses activités de collecte de fonds cette année, y compris des initiatives auprès des employés et des clients. À l'occasion du Vision Expo West, EyePromise a tenu le défi à vélo « *Go the Extra Mile in support of OGS* » et a recueilli des fonds à l'appui d'Optométrie porteuse de vision.

Essilor of America soulignera le travail des professionnels des soins de la vue qui incarnent l'esprit de la mission de l'entreprise en améliorant la vue avec le lancement de la campagne « *DifferenceMakers* ». Sur le microsite EssilorUSA.com/DifferenceMakers, qui sera lancé le 11 octobre, les gens peuvent faire connaître les bonnes actions des professionnels des soins de la vue en soumettant leur candidature pour qu'ils se joignent à une mission d'Essilor en Asie du Sud-Est en 2019. L'**Essilor Vision Foundation**, une organisation sans but lucratif, organisera son événement annuel « *Kids Vision Fest* », le 4 octobre. Environ 400 élèves d'écoles primaires de la région se rendront sur le campus d'Essilor of America à Dallas, où ils recevront un examen de la vue et des lunettes, s'ils en ont besoin. À l'occasion de la Journée mondiale de la vue, les membres de l'équipe de l'Essilor Vision Foundation livreront personnellement les lunettes aux élèves dans l'une des écoles primaires.

Vision Source recueillera des fonds pour la Journée mondiale de la vue grâce à des dons de plus de 3 300 cliniques membres de partout aux États-Unis. De plus, les employés du centre de soutien Vision Source Member Support Center recueillent des fonds au moyen d'activités de collectes de fonds telles que des enchères en ligne, des dîners, un concours de talents virtuel et le tirage d'un voyage de golf, pour n'en nommer que quelques-uns. Vision Source recueille également des fonds en vendant de la marchandise sur le site VisionSourceGear.com. Ils verseront la moitié des recettes provenant de la vente de produits à l'effigie de la Journée mondiale de la vue à Optométrie porteuse de vision.

VSP Global égalera les dons versés dans le cadre des activités de collecte de fonds auprès des employés à l'échelle mondiale pendant le mois d'octobre et sensibilisera le public sur les pages des médias sociaux @VSPVisionCare et @VSPProviders à l'appui du Défi de la Journée mondiale de la vue.

En 2018, **ZEISS Vision USA** a donné plus de 300 000 lunettes aux collectivités mal desservies en Haïti et en Amérique Centrale. De plus, ZEISS offre des examens de la vue gratuits à plus de 6 000 patients dans les collectivités mal desservies en Inde tous les mois.

Notes à l'intention de la rédaction :

La **Journée mondiale de la vue** est une journée de sensibilisation tenue le deuxième jeudi du mois d'octobre de chaque année pour attirer l'attention du monde entier sur la cécité et la déficience visuelle. Elle est coordonnée par l'International Agency for the Prevention of Blindness (IAPB), dans le cadre de l'*initiative mondiale VISION 2020*. Elle est appuyée par des organismes de santé oculaire des

quatre coins de la planète, dont Optométrie porteuse de vision, et figure dans le calendrier officiel de l'Organisation mondiale de la Santé (OMS). 2018 marque la sixième année du [Plan d'action mondial de l'OMS](#), sous le thème : [Santé oculaire universelle](#). L'appel à l'action de cette année pour la Journée mondiale de la vue est « [des soins de la vue partout](#) ». La Journée mondiale de la vue aura lieu le jeudi 11 octobre 2018.

Optométrie porteuse de vision est une initiative de collecte de fonds qui cible précisément la prévention de la cécité et de la déficience visuelle attribuables à des erreurs de réfraction non corrigées, pour lesquelles il ne faut qu'un examen de la vue et des lunettes.

Voici quelques exemples de la façon dont les dons versés pour le Défi de la Journée mondiale de la vue de cette année peuvent aider :

- 1 000 \$ – Des lunettes pour 200 enfants.
- 2 000 \$ – Une trousse d'équipement clinique permettant d'offrir des services mobiles.
- 3 000 \$ – Le perfectionnement de personnel clinique pour offrir des examens de la vue aux enfants.
- 4 000 \$ – La formation de 100 professeurs sur l'exécution de dépistages en santé oculaire pour les enfants.
- 5 000 \$ – Le financement d'un dépistage en santé oculaire auprès de 2 000 enfants qui vont à l'école.
- 10 000 \$ – L'achat d'équipement pour aménager une salle d'examen de la santé oculaire en clinique.