

La division d'économie inclusive d'Essilor 2.5 NVG célèbre une réussite record : elle a fourni des lunettes à plus de 10 millions de personnes en Inde

(Charenton-le-Pont, 9 mai 2019) – Essilor annonce aujourd'hui que sa division dédiée aux modèles d'économie inclusifs, « 2.5 New Vision Generation » (2.5 NVG), a fourni des lunettes à plus de 10 millions de personnes en Inde depuis 2013 et a également permis à plus de 200 millions de personnes de bénéficier d'un dépistage visuel, via son programme Eye Mitra. Cette annonce vient confirmer la contribution significative de 2.5 NVG à l'ambition de la société d'éradiquer la mauvaise vision dans le monde d'ici 2050.

[Eye Mitra](#) (« ami des yeux » en hindi), le programme phare de la division d'économie inclusive 2.5 NVG et le plus grand réseau optique dans les zones rurales au monde, a largement contribué à ce résultat. Pour célébrer cette réussite, Essilor a accueilli plus de 1 000 Eye Mitras venant de toute l'Inde à l'occasion de sa 6^e convention annuelle Eye Mitra à Jaipur le 8 mai.

2,5 milliards de personnes dans le monde souffrent de troubles visuels non corrigés, ce qui a un impact économique et social estimé à 272 milliards de dollars par an*. Pour contribuer à résoudre ce problème, le programme Eye Mitra a été lancé en 2013. En apportant des formations, des compétences supplémentaires et une source de revenus, le programme permet aux jeunes sans emploi ou sous-employés de créer des micro-entreprises dans leurs communautés rurales. Formés à réaliser un dépistage visuel basique et à fournir des lunettes à des prix adaptés à leur clientèle, les Eye Mitras offrent un accès à la santé visuelle dans des régions où la population en était privée auparavant. Le succès des Eye Mitras en Inde a conduit à une expansion du programme, adapté dans de nombreux pays, dont le Bangladesh, le Kenya et l'Indonésie. Aujourd'hui, ces micro-entrepreneurs de la vision sont 12 000 dans le monde.

« La mauvaise vision non corrigée est l'un des handicaps les plus répandus au monde. Il affecte 1 personne sur 3, dont 90 % vivent dans des pays en développement, où les principaux freins sont le manque d'accès et d'information. Les consommateurs dans ces pays ont besoin de solutions et de produits sur mesure, à des prix abordables, pour répondre à leurs besoins visuels et à leurs aspirations. Le programme Eye Mitra est une solution inédite qui répond à ces attentes », explique Jayanth Bhuvanaraghan, Chief Mission Officer chez Essilor. « Grâce à l'innovation et au digital, à tous les niveaux - des produits aux services en passant par la formation des micro-entrepreneurs de la santé visuelle - nous pouvons monter en puissance et avoir un impact plus fort. »

La convention annuelle est un moment important pour les Eye Mitras venus de toute l'Inde. Elle leur permet de célébrer leurs réussites, de partager leurs expériences et leurs témoignages afin de motiver et d'inciter les autres à se développer et progresser. Son thème, cette année, est tourné vers l'avenir et met en valeur les leviers de l'innovation et du digital pour aider à fournir à des millions de personnes vivant en zones rurales la correction visuelle dont elles ont besoin.

« Notre programme Eye Mitra en Inde est vraiment un pionnier mondial en termes de santé visuelle dans les zones rurales. Il a été également déployé en Asie et en Afrique. Le travail accompli pour contribuer à atteindre le cap des 10 millions de personnes équipées, ici en Inde, est essentiel dans notre ambition d'éliminer la mauvaise vision le mal voir d'ici 2050 », a déclaré Saugata Banerjee, Vice-Président, Division d'Economie inclusive, Philanthropie & Impact social, Asie, chez Essilor.

L'objectif d'Essilor est de former 25 000 micro-entrepreneurs de la vision dans le monde d'ici 2020.

À propos de 2.5 New Vision Generation et du programme Eye Mitra

En 2013, Essilor, leader de l'optique ophtalmique, a créé sa division dédiée aux modèles d'économie inclusifs 2.5 New Vision Generation (2.5 NVG), destinée à sensibiliser le public, développer les infrastructures et offrir des prestations de santé visuelle abordables aux populations des pays à faible revenu, qui représentent 90 % des 2,5 milliards d'habitants de la planète souffrant de mauvaise vision non corrigée. Les programmes d'économie inclusifs d'Essilor ont un impact sur sept des 17 Objectifs de développement durable de l'ONU. Ces objectifs sont entre autres : pas de pauvreté, éducation de qualité, égalité entre les sexes et travail décent et croissance économique.

2.5 NVG a lancé son programme phare, Eye Mitra, en 2013 en Inde, dans le cadre de sa stratégie qui vise, d'une part, à améliorer la sensibilisation et l'accès à la santé visuelle des populations défavorisées et, d'autre part, à améliorer leurs moyens de subsistance. Eye Mitra (« ami des yeux » en hindi) répond aux besoins non satisfaits en matière de santé visuelle en recrutant et formant des jeunes sans emploi ou sous-employés pour qu'ils deviennent des micro-entrepreneurs de la vision dans leurs communautés. Des programmes similaires ont été lancés au Bangladesh et au Kenya en 2018 et y sont connus respectivement sous les noms « Eye Mitro » et « Eye Rafiki ».

Pour plus d'informations, rendez-vous sur le site : www.essilorseechange.com

A propos d'Essilor

Essilor International 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 International est une filiale d'EssilorLuxottica. L'action EssilorLuxottica est cotée sur le marché Euronext à Paris et fait partie des indices Euro Stoxx 50 et CAC 40. Codes et symboles : ISIN : FR0000121667 ; Reuters : ESLX.PA ; Bloomberg : EL : FP.

Pour plus d'information : www.essilor.com

CONTACTS

Relations Presse Essilor

Maïlis Thiercelin
Tel.: +33 (0)1 49 77 45 02
mailis.thiercelin@essilor.com

Communication Mission Essilor

Lauren Wyper
Tel.: +65 97 29 04 23
lauren.wyper@essilor.com