



18.06.2019

ESSILOR S'ASSOCIE À L'ICÔNE DE BOLLYWOOD, AMITABH BACHCHAN, POUR LA CAMPAGNE SEE NOW

L'acteur de Bollywood, Shri Amitabh Bachchan, prête son image à une nouvelle campagne de sensibilisation à la santé visuelle. Intitulée « SEE NOW », cette campagne ambitionne de réduire la mauvaise vision due au manque d'accès à un service adapté.

Déployée dans cinq districts clés de l'État le plus peuplé de l'Inde, à savoir l'Uttar Pradesh, la campagne devrait toucher des dizaines de millions d'Indiens grâce à un message simple : allez faire contrôler votre vue.

La mauvaise vision : un problème majeur en Inde

- Près de la moitié des conducteurs ont une déficience visuelle, ce qui génère un

problème de sécurité publique,

- Les femmes représentent 67 % des personnes touchées par les problèmes de vue, mais sont 40 % moins susceptibles d'avoir accès à des équipements optiques adaptés,
- La déficience visuelle est le deuxième plus grand facteur de risques de difficultés d'apprentissage chez les enfants,
- La mauvaise vision représente un peu moins de 33 milliards d'euros de perte de productivité annuelle.

La solution principale consiste à sensibiliser la population indienne à l'importance de la santé visuelle et à l'informer des services simples et sécurisés dont elle peut bénéficier. Amitabh Bachchan a choisi de soutenir cette campagne pour aider à sensibiliser ses compatriotes et les inciter à aller faire vérifier leur vue par des services agréés par le gouvernement. Il est fier de porter des lunettes et espère que cela encouragera la population indienne à faire de même, sans stigmatisation.



Amitabh Bachchan a ainsi déclaré au sujet de la campagne : « Les problèmes de vue sont extrêmement fréquents en Inde. À l'heure actuelle, environ 550 millions d'Indiens ont de graves problèmes de vue qui affectent leur famille, leur travail et leur qualité de vie. Le manque fondamental de compréhension et de sensibilisation au fonctionnement de la santé visuelle entraîne la stigmatisation

de traitements pourtant simples. Souvent, la population n'est pas au courant de l'existence de services de santé visuelle de qualité dans sa région. Tout le monde doit savoir que bon nombre de cas de cécité peuvent être évités facilement grâce à des soins préventifs. »

Avec l'aide de Sightsavers et Essilor 2.5 NVG, la campagne a également permis d'identifier des « eye heroes » (héros de la vision) qui travaillent pour soigner les problèmes de vue et régler les lunettes. « Le manque de sensibilisation et d'accès à la santé visuelle empêche un Indien sur trois de bien voir le monde. Chez Essilor, nous sommes fiers de soutenir la campagne See Now qui, dans la lignée de notre ambition d'éradiquer la mauvaise vision d'ici 2050, fait tomber ces barrières », a confié Jayanth Bhuvanaraghan, Chief Mission Officer pour Essilor International.

SEE NOW a permis la création d'un modèle de campagne durable qui mettra en avant l'importance d'une bonne acuité visuelle et stimulera l'accès aux services de soins à travers l'Inde, grâce à l'utilisation d'approches innovantes, aussi bien en ligne que hors ligne. Grâce à l'influence de Shri Amitabh Bachchan, la campagne de communication s'adresse directement à tous les Indiens pour les inciter à faire tester leur vision.

Pour en savoir plus :

[The Fred Hollows Foundation](#)

[Sightsavers India](#)

[Vision 2020 India](#)

À LIRE AUSSI

23.05.2019

DÉVELOPPEMENT DURABLE

ESSILOR OF AMERICA #DIFFERENCEMAKERS : LES COLLABORATEURS SE RENDENT EN MISSION BÉNÉVOLE EN ASIE DU SUD-EST



Dans le cadre de la campagne #DifferenceMakers des collaborateurs et des clients d'Essilor of America se sont rendus en Asie du Sud-Est en mars dernier afin de rencontrer les équipes d'Essilor à Singapour et participer à deux journées de dépistage des troubles de la vue.

31.05.2018

CORPORATE

DÉVELOPPEMENT DURABLE

LA CROISSANCE DU PROGRAMME EYE MITRA EN INDE FÊTÉE LORS DE SA CONVENTION ANNUELLE



Un événement organisé par Essilor qui a permis de rassembler une communauté grandissante d'entrepreneurs passionnés pour partager leurs expériences et apprendre des réussites des autres.