



08.11.2019

JOURNÉE MONDIALE DE LA VUE 2019 : UNE RÉUSSITE MONDIALE POUR ESSILOR

Comme chaque année depuis 2012, Essilor a célébré avec enthousiasme la Journée Mondiale de la Vue le 10 octobre dernier. Sur tous les continents, les collaborateurs, les partenaires et les fournisseurs d'Essilor se sont rassemblés afin de fêter l'événement le plus important de l'année organisé autour de la sensibilisation et de la promotion de la santé visuelle.

La Journée Mondiale de la Vue a donné lieu à des centaines d'initiatives, l'occasion pour le Groupe de renouveler son engagement : améliorer la vision pour améliorer la vie. Cette année, le thème de la campagne mondiale d'Essilor était la lutte contre la myopie.

La myopie poursuit ses ravages dans le monde. On estime qu'elle touchera en 2050 environ la moitié de la population mondiale, c'est-à-dire 5 milliards d'individus. Actuellement, le grand public est encore trop peu informé sur la myopie. La prévisibilité est alors faible et les traitements limités, ce qui a de lourdes conséquences sur la qualité de vie des populations. La campagne d'Essilor était axée sur deux cibles principales qui doivent agir impérativement : les parents, afin qu'ils fassent contrôler la vision de leurs enfants, et les jeunes adultes. L'objectif était de sensibiliser à l'épidémie mondiale, d'inciter les personnes à faire contrôler et corriger leur vision régulièrement, et leur faire adopter de bonnes pratiques dans leurs gestes du quotidien.

Cette année encore, les équipes d'Essilor se sont mobilisées partout dans le monde. Elles ont organisé des événements, des visites de laboratoire pour les enfants et les jeunes adultes, des tests de vision, des dons de montures, des visites dans les écoles pour sensibiliser les enfants à la myopie et bien plus encore. Toutes ces initiatives ont remporté un vif succès dans l'ensemble des sites et des villes où Essilor est implanté.

Regardez ci-dessous la vidéo qui vous permettra de découvrir quelques-unes des centaines d'initiatives organisées au sein du Groupe, ainsi que par nos partenaires et nos fournisseurs.



Journée Mondiale de la Vue 2019 en quelques chiffres

- +50 000 participants
- +70 pays
- +82 entités
- +35 000 tests de dépistage visuel
- +30 000 tests de dépistage visuel en ligne sur www.putvisionfirst.com

Les partenaires et fournisseurs du monde entier ne sont pas en reste

Les partenaires et fournisseurs d'Essilor ont également participé à la campagne et à sa réussite.

Altavia Italie, du groupe international de communication commerciale dédiée au retail Altavia, a organisé une campagne interne de sensibilisation à la myopie à l'aide de différents supports imprimés et dans les médias sociaux. Ses collaborateurs ont en outre bénéficié de tests de dépistages visuels.

À Singapour et en France, grâce à putvisionfirst.com, plus de 300 collaborateurs d'UPS, le spécialiste international de la logistique, et de la société de livraison de repas Deliveroo ont fait tester leur vue par des bénévoles équipés d'instruments Essilor (WAM700+ et VIsiosmart500).

BMS All Circuits, un acteur majeur de l'industrie électronique a organisé des dépistages sur 50 salariés et a saisi l'opportunité pour en apprendre davantage sur Essilor, la myopie et les différents moyens d'améliorer la vision.

Reaching 98 million people on social media

Organisée en trois phases – teasing, révélation et déploiement, la campagne digitale d'Essilor a été largement partagée sur les réseaux sociaux. Plus de 32 000 messages ont été publiés à propos de la Journée Mondiale de la Vue.

Un site web de sensibilisation dédié, PutVisionFirst.com, disponible en 11 langues, présentait les messages clés et incitait les visiteurs à tester leur vision en ligne. Entre le 9 octobre et le 5 novembre, il a reçu plus de 66 000 visiteurs. La campagne digitale a été une réussite en termes de visibilité, essentiellement grâce aux initiatives de nos filiales, nos partenaires et nos fournisseurs, ainsi qu'à la campagne media sur les comptes Facebook et Instagram du Groupe, menée entre le 5 et le 28 octobre qui a permis de toucher plus de 6 million personnes.

La Journée Mondiale de la Vue ne serait pas ce qu'elle est sans votre participation et votre soutien.

Félicitations et merci à chacun d'entre vous !

À l'année prochaine...

À LIRE AUSSI

10.10.2019

CORPORATE

JOURNÉE MONDIALE DE LA VUE 2019 : ESSILOR LANCE UNE CAMPAGNE MONDIALE SUR LA MYOPIE



À l'occasion de la Journée mondiale de la vue, Essilor lance une nouvelle campagne digitale pour sensibiliser le grand public au développement de la myopie dans le monde : réseaux sociaux, nouveau site Internet putvisionfirst.com et partenariat avec des influenceurs.

08.11.2018

CORPORATE

JOURNÉE MONDIALE DE LA VUE 2018 : UNE FORTE MOBILISATION POUR UNE JOURNÉE D'EXCEPTION



Cette année encore, la Journée Mondiale de la Vue a généré une forte mobilisation, partout dans le monde. L'esprit de cette journée emblématique se résume par le slogan de notre campagne 2018 : « Nous partageons le même monde. Ne devrions-nous pas partager la même vision ? ».

vous proposer des contenus et services adaptés à vos centres d'intérêts. Pour en savoir plus, cliquez [ici](#).

ACCEPTER

PERSONNALISER