



12.11.2020

JOURNÉE MONDIALE DE LA VUE 2020 : LES ÉQUIPES D'ESSILOR ENGAGÉES MALGRÉ LES DÉFIS ACTUELS !

Si la crise sanitaire a quelque peu contrarié les projets, elle n'a pas dissuadé les collaborateurs d'Essilor de célébrer une date importante pour le Groupe : la Journée Mondiale de la Vue 2020 ! Malgré les circonstances difficiles, les équipes ont été nombreuses à soutenir la campagne du Groupe et à faire preuve de créativité.

Avec des messages positifs et ludiques, la campagne du Groupe - qui a eu pour vocation cette année de sensibiliser le public à l'importance de se protéger les yeux de la lumière (lumière bleu-violet et rayons UV), à l'intérieur comme à l'extérieur - a suscité l'enthousiasme et l'engagement en ligne. Plus de 17 millions de personnes ont été exposées à cette campagne sur Twitter, Facebook et Instagram, ce qui a généré près de 70 000 clics dirigeant les visiteurs vers le site putvisionfirst.com spécialement mis à jour pour l'occasion. Près de 500 messages

ont été publiés le jour J pour promouvoir le site par le biais du hashtag #putvisionfirst. Au total, on estime que la campagne a touché environ 80 millions de personnes sur l'ensemble des plateformes en ligne.

Paul du Saillant, Directeur général du Groupe Essilor commente : « Cette année, la journée mondiale de la vue s'est déroulée dans un contexte compliqué et j'ai été impressionné par la créativité déployée par nos équipes à travers le monde pour faire de cette édition un succès malgré les circonstances. Améliorer la vision pour améliorer la vie est notre raison d'être et les collaborateurs d'Essilor ont démontré, à nouveau, la force de notre mission, tout en célébrant l'importance d'une bonne vision par le biais d'initiatives importantes dans toutes les régions. »

Ci-dessous quelques-unes des diverses célébrations organisées par les équipes d'Essilor dans le monde à l'occasion de cette journée mondiale de la vue :

Singapour : Les salariés d'Essilor à Singapour ont assisté à une réunion virtuelle organisée par Essilor Vision Foundation ASEAN marquant officiellement le début des festivités locales de la journée mondiale de la vue. Notre président, Hubert Sagnières, a prononcé un discours de bienvenue pour mobiliser tout le monde autour de cette date importante et les encourager à poursuivre la lutte contre le mal voir.

Etats-Unis : plus de 250 collègues d'Essilor of America ont fièrement porté des t-shirts "Put Vision First / World Sight Day" pour promouvoir l'importance de la vision et beaucoup ont publié des messages en interne et sur leurs propres réseaux sociaux. Essilor Vision Foundation USA a également soutenu la journée mondiale de la vue grâce à sa vente annuelle de t-shirts. FGX International, filiale du Groupe Essilor, a promu les publications sur les réseaux sociaux de l'actrice Kat Graham, qui s'est engagée à soutenir cette journée pour promouvoir l'importance de la santé visuelle.



WORLD SIGHT DAY 2020



Mexique : Essilor Mexique et la fondation Delvyn ont conjugué leurs efforts pour offrir des tests de vue gratuits à 15 000 personnes et ont fait don de 13 000 paires de lunettes. Cette collaboration a été retransmise auprès d'environ 450 000 téléspectateurs mexicains aux heures de grande écoute.

Espagne : l'équipe marketing d'Essilor Espagne s'est montrée active sur les réseaux sociaux en publiant des informations et des conseils grâce à une infographie animée. Un communiqué de presse et des supports audiovisuels ont également été partagés avec les médias et une campagne numérique de sensibilisation grand public à l'exposition à la lumière nocive a été menée pendant la semaine du 8 octobre atteignant presque 84 000 personnes et générant près de 11 000 interactions.

Cette année, pour la première fois, Essilor et Luxottica ont lancé une campagne commune de collecte de fonds auprès de clients. Les salariés des deux entités ont également travaillé ensemble sur différentes initiatives de santé visuelle, notamment sur la mise en place d'une clinique temporaire pour fournir des lunettes aux populations qui en ont besoin en Afrique du Sud et le déploiement de campagnes de sensibilisation en Chine sur l'impact des UV et de la lumière bleu-violet.

Félicitations et merci à chacun d'entre vous !
Rendez-vous l'année prochaine...

À LIRE AUSSI

08.11.2019

CORPORATE

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.

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 ? ».