

Essilor® lance une campagne nationale pour informer les parents Canadiens au sujet de la myopie

Une nouvelle étude révèle que plus de 70 % des parents ne sont pas au courant de la myopie ; Essilor investit dans les médias grand public pour réduire les effets néfastes de la myopie chez les enfants en incitant les parents à prendre rendez-vous pour un examen de la vue.

MONTRÉAL, QC – 7 septembre, 2023 - Selon une récente étude menée auprès de parents canadiens¹, plus de 70 % d'entre eux ne sont pas conscients de la myopie et de son impact sur la réussite scolaire de leurs enfants. Identifiant le besoin d'améliorer cette prise de conscience, Essilor® lance Regard vers l'avenir, une campagne nationale à travers le Canada pour encourager les parents à protéger la vue de leurs enfants en les éduquant et en les incitant à réserver des examens de la vue avec des professionnels de la vue indépendants (PDLV) pour leurs enfants et à donner aux professionnels de la vue les ressources nécessaires pour mieux diagnostiquer et ralentir la progression de la myopie et d'autres affections oculaires.

Près de la moitié des personnes sondées n'ont pas identifié le besoin de verres correcteurs de leur enfant avant que celui-ci ne soit déjà en difficulté. Selon la recherche, 80 % de l'apprentissage se fait par la vision², et 1 enfant sur 3 ne voit pas clairement le tableau³. D'ici 2050, on prévoit que la moitié de la population mondiale sera myope⁴.

"En tant que leader mondial des soins de la vue, il est de la responsabilité d'Essilor de jouer un rôle de leader dans la lutte contre la myopie, et il est évident que de nombreux parents au Canada ne sont malheureusement pas conscients de l'impact que la myopie peut avoir sur leurs enfants", a commenté Nicola Courtemanche, Vice-président, Optique, Indépendants, EssilorLuxottica Canada. "Avec l'augmentation des cas de myopie chez les enfants, les examens de la vue effectués à un âge plus précoce sont essentiels pour identifier les problèmes et les traiter tôt afin de réduire l'impact de la myopie sur l'avenir des enfants. C'est pourquoi nous nous investissons pour que les parents fassent de la consultation d'un professionnel de la vue pour leurs enfants une priorité absolue."

La campagne Regard vers l'avenir s'adresse directement aux parents canadiens par le moyen de diverses plates-formes multimédias où des personnalités célèbres et des leaders d'opinion clés racontent l'histoire de familles et d'enfants touchés par la myopie. La campagne a la possibilité de produire plus de 13,5 millions d'impressions médiatiques. Les parents apprendront qu'il est essentiel de détecter la myopie à un stade précoce et souligneront la différence positive que les professionnels de la vue peuvent jouer dans la vie de leurs enfants, avec des traitements pour corriger leur vision et ralentir la progression de la myopie, notamment avec les nouveaux verres Essilor® Stellest®.

¹ Proof Strategies. (2023). *Familles canadiennes d'enfants d'âge scolaire : sondage sur la myopie*.

² *Eyeglasses for Global Development: Bringing the Visual Divide*; World Economic Forum, Social Entrepreneurs, EYEliance; June 2016.

³ *Essilor See Change - Put Vision First global campaign 2017*.

⁴ Brien A. Holden, et al, (2016). "Global Prevalence of Myopia and High Myopia and Temporal Trends from 2000 through 2050". *Ophthalmology*, 123(5); p 1036-1042.

"Nous sommes fiers de pouvoir raconter des histoires qui soulignent comment les parents aiment voir leurs enfants grandir, alors que, malheureusement, la myopie peut grandir avec eux ", a déclaré Kristel Bordeleau-Tassile, chef senior du marketing de la marque, EssilorLuxottica Canada. "Ces histoires captent l'attention des parents par l'émotion, l'intérêt et la curiosité. Nous espérons que cette campagne encouragera tous les parents à réserver immédiatement un examen de la vue pour leurs enfants."

"Lorsque nous avons vu que plus de 81 % des parents sondés ont amené leur enfant chez le dentiste au cours de la dernière année, mais que seulement 52 % l'ont emmené chez l'optométriste dans le même laps de temps, cela rend notre campagne Regard vers l'avenir d'autant plus importante", a déclaré Bordeleau-Tassile.

En plus d'investir dans une campagne grand public, Essilor® s'engage à soutenir les professionnels de la vue dans la poursuite de la lutte contre la myopie. Du 1er août 2023 au 31 décembre 2023, les professionnels de la vue indépendants auront la possibilité de gagner des remises s'ils augmentent leurs ventes de verres Essilor® Stellest®⁵. Pour plus de détails et d'informations, les PDLV indépendants sont encouragés à s'adresser à leur conseiller Essilor®. Du matériel de soutien est également disponible, y compris un contenu éducatif approfondi sur le verre innovant par le biais de la plate-forme d'apprentissage Leonardo.

Essilor® à l'avant-garde des solutions oculaires innovantes contre la myopie

Essilor® a lancé au Canada, début 2022, un nouveau verre appelé Essilor® Stellest®, qui a prouvé ralentir la progression de la myopie de 67% en moyenne⁶, par rapport aux verres unifocaux lorsqu'ils sont portés 12 heures par jour.

"Avec une innovation de pointe et des ressources pour aider les professionnels de la vue à fournir des soins de la plus haute qualité et à avoir un impact sur la vie de nombreux jeunes enfants, nous sommes fiers d'apporter une gamme complète de solutions de gestion de la myopie au Canada, ce qui en fait le premier pays d'Amérique du Nord à lancer ce système de soins de la vue ", a commenté M. Courtemanche.

Plus tôt une personne atteinte de myopie commence à porter les verres Essilor® Stellest®, meilleurs seront les résultats sur la progression de la myopie. Les verres Essilor® Stellest® peuvent être adaptés à n'importe quelle monture et doivent être prescrits par un professionnel de la vue.

L'efficacité des verres Essilor® Stellest® a été renforcée par les résultats de l'essai clinique quatre ans de l'innovation d'Essilor en matière de contrôle de la myopie, le verre a été présenté lors de la réunion annuelle de l'ARVO à la Nouvelle-Orléans, en Louisiane, aux

⁵ **CONDITIONS GÉNÉRALES***

A) Votre base de référence vous sera communiquée par votre conseiller d'affaires Essilor®.

B) Le rabais sera livré sous la forme d'une note de crédit à votre compte Essilor®, 6 à 8 semaines après le 31 décembre 2023.

C) Cette offre s'adresse exclusivement aux professionnels de la vue au Canada et ne peut être jumelée à aucun autre rabais, à l'exception des offres portant sur multi-paires.

D) Seuls les verres Essilor® Stellest®, non taillés ou taillés et montés, sont admissibles à cette promotion.

Cette offre est valable sur toutes les commandes de verres Essilor® Stellest® passées entre le 1er août et le 31 décembre 2023.

⁶ Par rapport aux verres unifocaux, lorsqu'ils sont portés par des enfants au moins 12 heures par jour, tous les jours. Bao, J., Huang, Y., Li, X., Yang, A., Zhou, F., Wu, J., Wang, C., Li, Y., Lim, E.W., Spiegel, D.P., Drobe, B., Chen, H., 2022. Verres de lunettes avec verres asphériques pour le contrôle de la myopie par rapport aux verres de lunettes à vision unique : Un essai clinique randomisé, en Chine. *JAMA Ophthalmol.* 140(5), 472-478.

États-Unis, en avril 2023. Les résultats montrent que les verres Essilor® Stellest® continuent à être très efficaces pour ralentir la progression de la myopie et l'allongement axial de l'œil chez les enfants au cours de la quatrième année. Ces nouvelles données font suite à la publication récente des résultats de l'essai clinique de trois ans dans la revue médicale American Journal of Ophthalmology, qui met également en évidence l'efficacité continue du contrôle de la myopie par le verre dans le ralentissement de la progression de la myopie chez les enfants sur trois ans. Le lien vers l'article est disponible [ici](#).

Pour plus d'informations sur les verres Essilor® Stellest® ou sur la myopie, veuillez consulter le site www.essilor.ca.

À propos d'Essilor®

Essilor®, membre d'EssilorLuxottica, est le leader mondial des verres de lunettes et la première marque de verres recommandée par les professionnels de la vue. Essilor® offre une gamme complète de solutions dédiées aux besoins de chaque individu en matière de vision et de mode de vie, tout au long de leur vie. Chaque verre Essilor® est une combinaison de technologies multiples et complémentaires, grâce à sa gamme de solutions de soins de la vue haut de gamme, comprenant des marques innovantes telles que Stellest®, Eyezen®, Varilux® et Crizal®. Pour plus d'informations, veuillez consulter le site www.essilor.ca.

À propos du sondage

Une enquête en ligne a été menée du 1er au 2 mars 2023. Les répondants ont été recrutés à partir d'un panel d'audience en ligne sur la base d'être citoyen canadien, d'être âgé de 25 à 55 ans et d'avoir un enfant âgé de 5 à 14 ans. Des quotas géographiques ont été fixés, proportionnellement au nombre de répondants de l'Atlantique, du Québec, de l'Ontario, des Prairies, de la Colombie-Britannique et du Nord. En outre, 200 répondants français ont été ciblés au départ. Au total, 1 019 répondants qualifiés ont répondu à l'enquête. S'il s'agissait d'un échantillon probabiliste, la marge d'erreur serait de +/- 3 % avec un niveau de confiance de 95 %

Coordonnées du contact:

Valerie Burnatowski
Manager, Commercial Relations
EssilorLuxottica
Cellulaire: 514-242-1809
Courriel: valerie.burnatowski@essilor.ca