



#GLASSES4WOMEN



22.11.2019

ESSILOR ET LE VISION IMPACT INSTITUTE SOUTIENNENT LE MOUVEMENT #GLASSES4WOMEN

Essilor et le Vision Impact Institut soutiennent activement #glasses4women, un mouvement visant à souligner l'importance cruciale d'une bonne vision pour les femmes dans la construction d'un monde plus égalitaire.

Essilor œuvre pour un futur où chacun pourra bien voir, se sentir inclus et où la diversité sera encouragée, comme le prouve la récente intégration du Groupe dans le classement mondial des [leaders de la diversité](#) du Financial Times. C'est pourquoi Essilor et le [Vision Impact Institut](#) soutiennent activement [#glasses4women](#), un mouvement visant à souligner l'importance cruciale d'une bonne vision pour les femmes dans la construction d'un monde plus égalitaire.

Selon l'Organisation Mondiale de la Santé (OMS), 56% de la population mondiale est atteinte de cécité et 55% des personnes souffrant de troubles de la vision sont des femmes. Cependant, l'une des plus importantes inégalités de genre est liée à la stigmatisation des femmes qui portent des lunettes. Le concept de la beauté féminine est tellement enraciné dans certaines sociétés que les femmes qui portent des lunettes sont souvent considérées comme disgracieuses. Par conséquent, les jeunes femmes attendent trop longtemps avant de corriger leur vision, ce qui peut avoir de sérieuses conséquences.



La vision sous la perspective du genre

De récents [rapports](#) diffusés par la chaîne de télévision japonaise, Nippon TV et par “Business Insider Japan” ont révélé que dans de nombreux secteurs industriels du Japon, les femmes ont reçu pour instruction d’éviter de porter des lunettes au travail. Cette règle ne s’applique pas à leurs collègues masculins. Les raisons invoquées vont de l’aspect esthétique aux principes de sécurité. Le problème se pose également dans d’autres pays qu’au Japon. En 2018 en [Corée du Sud](#), pour la première fois de toute l’histoire des journaux diffusés en direct sur les trois principales chaînes télévisées du pays, une présentatrice a porté des lunettes. Une initiative courageuse pour s’opposer à la stigmatisation des porteuses de lunettes. Une [étude](#) menée dans les zones rurales de l’Inde montre que certaines personnes refusent de porter des lunettes, car celles-ci sont considérées comme esthétiquement inacceptables. Une telle attitude a entraîné une crainte de rejet par le sexe opposé et de moqueries de la part de collègues.

Les femmes partagent leur point de vue en ligne

Un grand nombre de hashtags, dont [#glasses4women](#) ont été postés sur Twitter depuis début novembre pour soutenir ce mouvement. Essilor s’associe au Vision Impact Institute pour féliciter les auteurs de ces messages sur les réseaux sociaux et autres médias traditionnels qui se sont insurgés contre cette décision et qui continuent de le faire.

Découvrez la campagne en vidéo. Nous vous invitons toutes et tous à relayer cette campagne en utilisant le hashtag [#glasses4women](#)



© Essilor 2016