



Sondage Odoxa pour ZEISS : 7 Français sur 10 aimeraient y voir plus clair en santé visuelle

Paris, le jeudi 7 février 2019 – En cette traditionnelle période de vœux, il est souvent question de bonne santé, mais *quid* de la santé visuelle ? Si pour 9 Français sur 10, la vue est un sens précieux, leur connaissance en la matière est perfectible, selon un sondage Odoxa* réalisé pour ZEISS, leader mondial de l'optique de précision. 70 % d'entre eux expriment un réel besoin d'information sur la santé visuelle. Une désinformation qui n'encourage pas les bonnes pratiques au quotidien.

La santé visuelle, un sujet important pour 9 Français sur 10

La vue est le sens le plus important pour les Français. Un sondage mené par Odoxa pour ZEISS, leader mondial de l'optique de précision, le confirme puisque les Français ne sont pas moins de **89 % à dire qu'ils se préoccupent pleinement de leur santé visuelle.**

Ce constat se vérifie quel que soit l'âge ou le sexe, **les femmes étant toutefois encore plus attentives que les hommes : 91 % pour la gent féminine contre 86 % pour les hommes.** Les 65 ans et plus sont logiquement ceux qui font le plus attention car ils sont plus sujets aux problèmes liés à la vue.

Pourtant, en ce début d'année, traditionnelle période des bonnes résolutions, les Français peuvent mieux faire. **Seule une courte majorité de 52 % considère qu'elle fait « tout à fait » attention à sa santé visuelle.** Une meilleure information sur le sujet pourrait renforcer l'intérêt des Français pour la santé de leurs yeux et encourager les bons réflexes au quotidien.

Pourtant, plus d'un tiers s'estiment mal informés sur le sujet

La santé visuelle reste un sujet complexe pour **plus d'un tiers des Français (34 %) qui se trouvent mal informés dans ce domaine.** Les disparités sont flagrantes selon l'âge : si la majorité des seniors (82 %) se dit suffisamment renseignée, les moins de 50 ans sont eux 40 % à s'estimer mal informés. Les connaissances sont donc bien souvent liées à un problème de vue existant. Le travail de prévention apparaît donc essentiel.

Le niveau d'information sur la santé visuelle est donc largement perfectible et les Français manifestent de manière globale une volonté d'en savoir plus. **7 Français sur 10 indiquent qu'ils souhaiteraient être plus informés en matière de santé visuelle.** Parmi eux, **les jeunes de 18-24 ans en expriment le plus vif intérêt.**

De nombreux sujets intéressent les Français, notamment le vieillissement des yeux, la protection contre la lumière bleue des écrans ou encore l'hygiène de vie, **qui sont des sujets cités par au moins 8 Français sur 10.** Il y a donc un réel besoin de pédagogie au sujet de la santé visuelle, notamment auprès des jeunes.

Un manque d'information qui n'encourage pas les bonnes pratiques

* Enquête réalisée auprès d'un échantillon de 984 Français représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus interrogés par internet le 18 janvier 2019.

Cette désinformation influe sur le comportement des Français et la protection de leurs yeux. Interrogés sur les domaines auxquels ils prêtent le moins d'attention, ils évoquent en premier (et très largement) l'exposition prolongée aux écrans (58%) devant la protection contre les UV citée par 45% d'entre eux.

Or, avec plus de 6h par jour devant un écran (près de 10h pour les 16-24 ans), **près de la moitié des Français ont déjà ressenti une fatigue visuelle liée à cette exposition**. D'autre part, la **surexposition aux rayons UV** (même en intérieur) **est à l'origine de 20 % des cataractes**, principale cause de cécité dans le monde. Par ailleurs, 10% des cancers de la peau se situent au niveau des paupières¹, une zone jamais protégée par de la crème solaire².

« Les résultats de cette étude nous montrent encore aujourd'hui que la pédagogie autour du bien voir est plus que jamais nécessaire. De trop nombreuses idées reçues persistent encore dans ce domaine; une situation qui entretient des mauvais réflexes, qui à terme peuvent devenir néfastes pour la santé visuelle des Français », déclare Nicolas Serié, Président de Zeiss France.

Contact presse

Agence MATRIOCHKA

Caroline Plagne

06 32 05 03 30

caroline.plagne@mtrchk.com

Gladys Gros-Désir

06 83 59 69 31

Gladys.gros-desir@mtrchk.com

www.zeiss.com/newsroom

www.zeiss.com/vision-news

À propos de ZEISS

ZEISS est une entreprise technologique de premier plan à l'échelle internationale opérant dans les domaines de l'optique et de l'optoélectronique. Au cours de l'exercice précédent, le groupe ZEISS avait réalisé un chiffre d'affaires annuel de plus de 5,8 milliards d'euros dans les quatre secteurs suivants : Qualité et recherche industrielles, Technologie médicale, Marché grand public et Technologie de fabrication de semi-conducteurs (situation au 30 septembre 2018).

Pour ses clients, ZEISS développe, produit et distribue des solutions hautement innovantes pour la métrologie industrielle et l'assurance qualité, des solutions de microscopie pour la recherche en sciences de la vie et des matériaux et des solutions de technologie médicale pour le diagnostic et le traitement en ophtalmologie et en microchirurgie. Le nom ZEISS est également synonyme d'optique de lithographie de premier plan dans le monde, utilisée par l'industrie des puces pour la fabrication de composants semi-conducteurs. Il existe une demande mondiale pour les produits de marque ZEISS à la pointe de la technologie, tels que les verres de lunettes, les objectifs pour appareils photo et les jumelles.

Avec un portefeuille aligné sur les secteurs de croissance futurs tels que la numérisation, les soins de santé et la production intelligente, ainsi qu'une marque solide, ZEISS façonne l'avenir au-delà des secteurs de l'optique et de l'optoélectronique. Les investissements importants et durables de la société dans la recherche et le développement jettent les bases du succès et de l'expansion continue de la technologie et du leadership du marché de ZEISS.

Avec environ 30 000 employés, ZEISS est représentée dans près de 50 pays, avec environ 60 sociétés de vente et de service et 30 centres de fabrication et de développement répartis dans le monde. Fondée à l'époque par l'industriel Carl Zeiss, l'entreprise a aujourd'hui son siège à Oberkochen en Allemagne. La Fondation Carl Zeiss, l'une des plus grandes fondations d'Allemagne engagée dans la promotion de la science, est l'unique propriétaire de la société de portefeuille, Carl Zeiss AG.

¹ Cook BE Jr, Bartley GB. Treatment options and future prospects for the management of eyelid malignancies: an evidence based update. Ophthalmology 2001 Nov.

² <http://www.who.int/uv/faq/uvhealthfac/fr/index3.html>

* Enquête réalisée auprès d'un échantillon de 984 Français représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus interrogés par internet le 18 janvier 2019.