

# METTRE FIN À LA PERTE DE VUE ÉVITABLE

# 2030 IN SIGHT

Ce document définit notre plan stratégique pour les dix prochaines années. Il s'appuie sur l'excellent travail accompli, mais reconnaît qu'il reste encore beaucoup plus à faire. Alors que nous sommes sur le point d'éliminer des maladies transmissibles, des maladies non contagieuses, les modifications de nos modes de vie et le vieillissement de nos populations présentent actuellement un nouveau défi pour la santé oculaire.

1,1 milliards de personnes dans le monde vivent avec les conséquences de la perte de vision parce qu'elles n'ont pas accès aux services de soins oculaires. Ces personnes figurent parmi les plus pauvres et les plus marginalisées de la société. Si nous ne faisons rien, d'ici 2050 ce chiffre passera à 1,8 milliards.

Nous devons travailler différemment pour nous assurer que la vue reçoive la priorité politique, médicale et de développement sur le plan mondial dont elle a besoin et qu'elle mérite.

La fin de la perte de vue évitable est désormais à notre portée et nous devons faire plus d'efforts que jamais pour réaliser cette ambition.

**Une initiative stratégique**  
**Synthèse**

Version de septembre 2021



## OBJECTIFS

### Que voulons-nous réaliser?

L'enjeu est plus complexe que jamais, les chiffres sont plus élevés et les inégalités ne font qu'augmenter. Notre ambition doit donc aller de paire avec cette échelle.

#### **D'ici 2030, nous voulons voir un monde dans lequel :**

- Personne ne subisse une perte de vue inutile et évitable et que chacun et chacune puisse atteindre son plein potentiel.
- Les services de soins oculaires et de réadaptation sont accessibles, inclusifs et bon marché pour tous et toutes, dans le monde entier, lorsqu'ils sont nécessaires.
- Les personnes comprennent l'importance de prendre soin de la santé de leurs yeux et demandent accès aux services, sans le poids de préjugé social.

## LES OBSTACLES

### Que devons-nous surmonter?

#### **Compréhension et sensibilisation**

Les avantages sociaux, économiques et médicaux associés aux services intégraux de la vue sont encore mal compris. Le préjugé social associé à la perte de la vue demeure, ce qui est durement ressenti dans certaines parties de la société du monde entier.

#### **Engagement et finance**

Il existe un écart important de financement pour soutenir l'accès aux services de soins oculaires, essentiellement au sein des systèmes nationaux de soins de santé, mais aussi dans des cadres plus vastes, en particulier ceux de l'éducation, de l'industrie et des affaires.

#### **Systèmes et personnes**

Il existe trop souvent un manque total de coordination et d'intégration aux services de santé oculaire résultant en un déficit de financement, de services, de personnel ainsi que de systèmes coordonnées de données.

#### **Réglementations et marchés**

Des cadres réglementaires peuvent exacerber le manque de ressources en créant des barrières limitant le nombre et l'éventail des personnes qui peuvent administrer des services de soins oculaires. Ceci est encore plus exacerbé par d'autres cadres réglementaires et des politiques qui entravent un accès juste et équitable.

# ÉLEVER, INTÉGRER, ACTIVER

## Notre mission sur dix ans

### 1 ÉLEVER

Intégrer la vision comme une question fondamentale, économique, sociale et de développement

#### Comment?

- **Débloquer la volonté politique et le financement.**
- **Définir de nouveaux objectifs et tenir les gouvernements responsables de leur atteinte.**
- **Tirer parti des milieux scolaires et de l'éducation.**
- **Cibler les employeurs.**
- **Adopter le plan-cadre du développement durable dans son intégralité.**

### 2 INTÉGRER

Incorporer la santé oculaire aux systèmes de santé plus larges

#### Comment?

- **Pousser pour l'inclusion dans la Couverture Sanitaire Universelle.**
- **Administrer des soins oculaires intégrés centrés sur les personnes.**
- **Former et développer un personnel diversifié et résilient.**
- **Adopter les solutions technologiques.**

### ACTIVER

### 3 Susciter le changement du marché ainsi que des consommateurs et consommatrices

#### Comment?

- **Faire campagne à un autre niveau.**
- **Lutter contre les stéréotypes négatifs.**
- **Développer des partenariats public-privé.**
- **Créer le bon environnement réglementaire.**

## LE FUTUR EN VUE

### Comment le secteur doit-il changer?

Nous connaissons l'enjeu, l'importance, l'urgence et le potentiel du changement si nous nous y prenons bien. Que devons-nous faire différemment en tant que secteur pour y parvenir?

#### 10 Priorités sur 10 ans

- 1 Développer le leadership
- 2 Faire un plaidoyer de façon différente
- 3 Sécuriser de nouvelles formes de financements
- 4 Adopter des solutions technologiques
- 5 Renforcer les partenariats avec le secteur privé
- 6 Créer de nouvelles alliances
- 7 Développer le personnel
- 8 Justifier notre cause
- 9 Améliorer la responsabilisation
- 10 Influencer l'auditoire le plus vaste