Semaine nationale de la myopie : Krys agit pour préserver la santé visuelle des enfants

Bonjour,

Du 23 au 29 novembre 2026, la 4e édition de la Semaine nationale de la myopie invite les familles à se mobiliser autour de trois leviers : la prévention, le dépistage et les solutions pour freiner la progression de la myopie.

Les résultats 2026 de l'Observatoire de la vue des enfants, réalisé par Ipsos pour KRYS GROUP[1], révèlent que près d'un parent sur deux (47 %) a aujourd'hui un enfant suivi pour au moins un problème de vue. Ils étaient 30 % lors de la création de l'Observatoire, il y a dix ans. L'impact de ces troubles visuels se fait ressentir dans le quotidien des plus jeunes puisque 71 % des parents d'enfants concernés constatent que leur enfant rencontre des difficultés scolaires à cause de ses problèmes de vue (lecture, fatigue visuelle, concentration, vision du tableau…).

Si la myopie demeure le trouble visuel le plus répandu chez les 3-10 ans (23 %), 80% des parents déclarent manquer d'informations claires sur les solutions permettant de freiner sa progression. Un déficit d'information d'autant plus préoccupant que seuls 30 % des enfants myopes bénéficient d'une solution de freination alors que ces technologies ont démontré leur efficacité dès l'âge de 4 ans[2].

Depuis 60 ans, Krys place la prévention au cœur de son expertise en santé visuelle. Ses opticiens accompagnent au quotidien les familles pour adopter les bons réflexes afin de préserver la vue des enfants :

- **Prévenir** : Favoriser les bonnes habitudes telles que les activités à l'extérieur, limiter l'exposition aux écrans et instaurer des pauses visuelles régulières.
- **Dépister** : Faire contrôler régulièrement la vision des enfants (tous les 2 ans) et au plus tard dès l'entrée au CP ou dès l'apparition de signes d'alerte (des yeux plissés pour voir de loin, une utilisation trop proche de l'écran).
- **Freiner** : Adopter, sur recommandations des ophtalmologistes, les solutions de freination adaptées pour limiter les éventuels risques de complications à l'âge adulte.

Dans les magasins Krys, les équipes sont mobilisées tout au long de l'année pour informer les parents, répondre à leurs questions et les orienter vers les professionnels de santé adaptés. Cet engagement traduit la volonté de Krys de rendre la prévention visuelle accessible, concrète et utile à toutes les familles.

« *La myopie n'est pas une fatalité et la prévention ne doit pas commencer lorsque la vision est déjà dégradée. Les résultats de notre Observatoire montrent que les parents manquent encore d'information sur les solutions de freination. Le rôle de Krys est de les aider à adopter les bons réflexes de prévention, à faire contrôler régulièrement la vue de leurs enfants et, si besoin, à être orientés le plus tôt possible vers le professionnel de santé adapté. » - Bruno Censier, Directeur de la Marque KRYS Optique et Audition.*

---

[1] Étude menée par Ipsos du 10 au 17 juin 2026 auprès d'un échantillon représentatif de 1 000 parents d'enfants âgés de 3 à 10 ans, constitué par tirage aléatoire dans la base des panélistes éligibles. Interrogation en ligne via l'Access Panel Online d'Ipsos. Méthode des quotas (sexe, âge, CSP, catégorie d'agglomération, région).

[2] KRYS GROUP, Myopie de l'enfant : une étude inédite confirme l'efficacité des verres de freination, communiqué de presse, 10 juillet 2025. [lien]

Pour aller plus loin sur les bons réflexes face à la myopie, Bruno Censier et les experts santé de Krys sont disponibles pour échanger avec vous.

À PROPOS DE KRYS

Krys est la marque porte-drapeau de KRYS GROUP SERVICES, leader de l'optique en France et acteur majeur de l'audition (+ de 1000 magasins répartis sur tout le territoire et + de 450 espaces et centres audio exclusifs). Côté optique, Krys dévoile chaque année ses nouvelles collections exclusives et de marques partenaires : à la fois tendance, de haute qualité et accessibles. Les différentes collections de lunettes -optiques ou solaires- sont conçues pour répondre à toutes les envies. De l'autre côté, Krys Audition souhaite faire évoluer l'image générée par la perte d'audition et dédramatiser ce sujet. En optique comme en audition, le credo du groupe est d'accompagner le client dans un parcours de vente humain, rassurant, pédagogue, de rendre accessible la bonne santé -visuelle et auditive- à tous et de donner de la confiance à ses clients. Krys a développé un parcours client qui intègre une expérience unique et ultra personnalisée grâce à l'application inédite conçue par l'enseigne. Krys fabrique ses propres verres en France dans son usine de Bazainville (78). Un gage de qualité et une volonté forte de la coopérative de valoriser le savoir-faire français.

Retrouvez-nous sur les réseaux sociaux :

Contacts Presse

EDIFICE Communication
Mélinda Montbrun – 06 49 58 54 79 – melinda@edifice-communication.com
Nicolas Germé – 06 81 36 15 87 – nicolas@edifice-communication.com