

40 PRISME OPTIQUE
ANNÉES

Avril 2023 | Vol. 41 | No. 4

CARRERA

LUNETTES DEPUIS 1956

©2023 Safilo Group S.p.A. www.mysafilo.com CARRERA 3011

#DRIVEYOURSTORY*

*PILOTE TON HISTOIRE



CARRERA

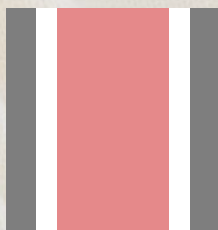
LUNETTES DEPUIS 1956



©2023 Safilo Group S.p.A. www.mysafilo.com CARRERA 3013

#DRIVEYOURSTORY*

*PILOTE TON HISTOIRE



40 PRISME OPTIQUE

ANNÉES

Avril 2023 | Vol. 41 | No 4

STYLE DURABLE

Des montures à la mode
et respectueuses de
l'environnement

LA VOIE À SUIVRE

Vers un système de
soins oculaires durable

CINQ CONSEILS POUR LE WEB

Ce que doit contenir
le site web de votre
cabinet

DANS LES BOIS

Des montures tendance
en bois et en bambou

BOSS
Lady

Lancement au Canada
de Boss pour Femme

Évolution *naturelle*

Comment les fabricants de lunettes suivent le virage vers le vert

MAINTENANT DISPONIBLE

Les verres Essilor® Stellest^{MC}

une avancée majeure pour lutter contre
la progression de la myopie



Les verres Essilor® Stellest^{MC}

ralentissent la progression de la myopie de 67% en moyenne,*
par rapport aux verres simple vision lorsqu'ils sont portés 12 heures par jour.



essilor

Stellest^{MC}

*Par rapport aux verres simple vision, lorsqu'ils sont portés 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., Grobe, B., Chen, H., 2022. Spectacle Lenses With Aspherical Lenslets for Myopia Control vs Single-Vision Spectacle Lenses: A Randomized Clinical Trial, in China. JAMA Ophthalmol. 140(5), 472-478. <https://doi.org/10.1001/jamaophthalmol.2022.0401>
Cet outil est dédié au marché Canadien où les verres Essilor Stellest^{MC} sont commercialement disponibles.

ÉDITORIAUX

- 16** **UNE ÉVOLUTION NATURELLE**
Les clients d'aujourd'hui exigent la durabilité. Comment les fabricants de lunettes suivent-ils le virage vers le vert, et que réserve l'avenir ?
Par Amanpreet Dhami & Nick Krewen



BlackCap par
Bird Eyewear

CHRONIQUES

- 23** **TECHNO DES VERRES**
Chaque lentille compte
Par David Goldberg
- 26** **DANS LE CADRE**
Un style durable
Par Suzanne Lacorte
- 28** **L'HISTOIRE D'UN SUCCÈS**
Dr Donald Bishop
Par Amanpreet Dhami
- 31** **PERSPECTIVES**
La voie à suivre
Par Dr. Harry Bohnsack

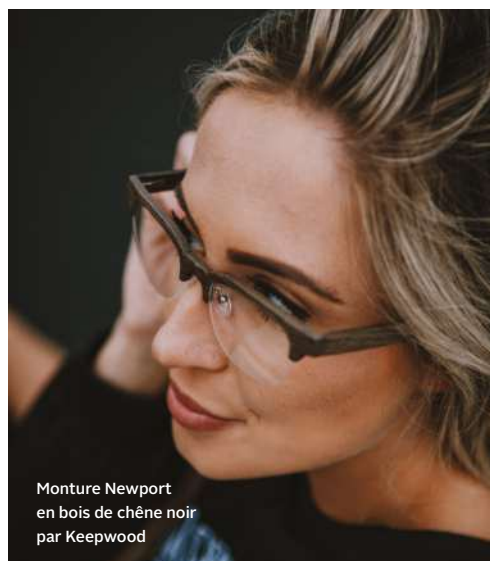
- 32** **RÉVÉLATION**
Le développement durable
Par Nancy Dewald
- 34** **PERSPECTIVES MARKETING**
Ce que doit contenir le site web de votre cabinet
Par Keri Sculland

DÉPARTEMENTS

- 4** Calendrier
- 6** Lettre de l'Éditrice
- 8** Regard actuel
- 30** À hauteur des yeux
- 36** Dernier coup d'œil

PROCHAIN NUMÉRO

- Nouveaux styles de lunettes solaires
- Dernières nouvelles sur protection contre les UV



Monture Newport
en bois de chêne noir
par Keepwood

- 24** **STYLISER LES YEUX**
Dans les Bois
Les montures en bois et en bambou sont durables, légères et résistantes, et avec des styles comme ceux-ci, elles sont également tendance.
Par Suzanne Lacorte



MIO1004 par
Sustainable Eyewear



PHOTO DE COUVERTURE :
Crédit photo Sea2See

40 PRISME OPTIQUE

ANNÉES

RÉDACTRICE / DIRECTRICE DE LA CRÉATION

Suzanne Lacorte
289.678.1523 x 1
slacorte@opticalprism.ca

RÉDACTEUR ASSOCIÉ

Nick Samson
289.678.1523 x 2
nsamson@opticalprism.ca

VENTES ET PUBLICITÉ

Kathleen Irish
289.678.1523 x 5
kirish@opticalprism.ca

ÉDITRICE EN CHEF

Janet Lees
janet.lees@opticalprism.ca

ÉDITEUR ADJOINT

David Goldberg
dgoldberg@opticalprism.ca

DIRECTRICE ARTISTIQUE

Cathryn Haynes
cat.haynes@opticalprism.ca

RESPONSABLE DU CONTENU NUMÉRIQUE

Samantha Budd
sbudd@opticalprism.ca

CONTRIBUTEURS

Dr. Harry Bohnsack, Cole Currie,
Nancy Dewald, Amanpreet Dhami,
David Goldberg

Optical Prism (ISSN 0824-3441) est publié 12 fois par an par Quince Communications Inc.

RESPONSABILITÉS

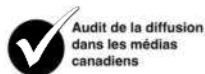
Quince Communications n'est pas responsable des opinions ou déclarations de ses rédacteurs ou contributeurs. Tous droits réservés. La reproduction de tout article, photographie ou œuvre artistique est strictement interdite.

ABONNEMENTS

Les abonnements non-payés à *Optical Prism* sont limités aux optométristes, aux opticiens, aux ophtalmologistes et aux acheteurs et cadres clés des sièges sociaux de chaînes de magasins de détail. Toutes les autres personnes peuvent s'abonner aux tarifs annuels indiqués ci-dessus.

ADMINISTRATEUR DE COURRIER

Envoyez les changements d'adresse à *Optical Prism*, 564 Rosedale Cres, Suite 100, Burlington, Ontario, Canada L7N 2T1 ou par courriel à info@opticalprism.ca.



Numéro d'enregistrement de la TPS : 88541 6529 RT001. Imprimé au Canada par acorn | print production Convention de vente de produits postaux de Postes Canada n° 40040464
Optical Prism, 564 Rosedale Cres, Suite 100, Burlington, Ontario, Canada L7N 2T1
info@opticalprism.ca

CALENDRIER DES ÉVÉNEMENTS

DU 12 AU 14 AVRIL 2023

Événement : SILMO Singapour
Lieu : Singapour
Site web : silmosingapore.com

DU 12 AU 14 MAI 2023

Événement : Conférence annuelle de la BCDO et OPTOFAIR
Place : Vancouver, CB
Site Web : bc.doctorsofoptometry.ca/events

DU 8 AU 10 SEPTEMBRE 2023

Événement : 4^e Congrès Mondial d'Optométrie
Lieu : Melbourne, Australie
Site web : worldcouncilofoptometry.info

DU 27 AU 30 SEPTEMBRE 2023

Événement : Vision Expo West
Lieu : Las Vegas, États-Unis
Site web : east.visionexpo.com

DU 29 SEPTEMBRE AU 2 OCTOBRE

Événement : SILMO Paris
Lieu : Paris, France
Site web : event.silmoparis.com/2023

Apprenez l'art d'une meilleure vision

NAIT est fier d'offrir une variété de programmes menant à des certifications en sciences optiques.

Faites progresser vos connaissances, vos compétences ou votre carrière dans ce domaine en pleine expansion.

Explorez les programmes en :

- Lunetterie
- Lentilles cornéennes

Pour en savoir plus, visitez opticians.ca

Courriel : education@opticians.ca



À VENIR
BIENTÔT !



**HOYA lance un nouveau
programme de fidélité
passionnant.**

Devenez un **Visionary
Insider** et découvrez la
différence HOYA.

Contactez votre représentant HOYA pour
obtenir davantage d'informations.

hoyavision.ca

© 2023 HOYA Corporation. Tous les droits réservés.

HOYA
POUR LES VISIONNAIRES



Alors que ce numéro était prêt à être mis sous presse, nous avons appris qu'Eco Eyewear était devenue l'une des premières marques de lunettes à bilan carbone négatif au monde, ce qui signifie que ses efforts pour réduire les émissions de carbone en plantant des arbres dépassent en fait le seuil de neutralité. En d'autres termes, les arbres plantés par Eco Eyewear éliminent plus de CO₂ que n'en crée la production de ses lunettes.

À date, il ne s'agit là que de l'exemple le plus récent d'entreprises de lunetterie qui mènent le train de la durabilité vers un avenir durable. Si certaines entreprises utilisent des matériaux durables et/ou recyclés dans leur production, d'autres réduisent l'impact sur l'environnement par leurs méthodes de production et d'expédition, elles soutiennent des organisations environnementales, plantent des arbres et veillent à ce que leurs déchets soient recyclés.

Certaines font beaucoup ou tout cela à la fois.

Je suis réticente à appeler cela une tendance car je pense que cela va au-delà d'une simple tendance pour devenir un changement permanent dans la façon dont les entreprises font affaires. Les clients d'aujourd'hui exigent que les produits qu'ils achètent soient durables. Ils cherchent à traiter avec des entreprises qui reflètent leurs valeurs par des actions tangibles, et non pas uniquement par des mots. Et le secteur de l'optique est en train d'apporter sa pierre à l'édifice.

Dans ce numéro, nous nous concentrons sur les nombreuses façons dont notre secteur mène la charge vers un avenir plus durable.

Dans notre Reportage, les rédacteurs Amanpreet Dhami et Nick Krewen mettent en lumière cinq fabricants de lunettes

40
ANNÉES

AU SERVICE DES
PROFESSIONNELS
DE LA VUE CANADIENS
DEPUIS PLUS DE
QUARANTE ANS

qui ont intégré le développement durable dans l'identité de leur marque : Sea2See, Karun, Bird, Keepwood et Kraywoods. Les mesures qu'ils prennent en faveur de la durabilité donnent aux professionnels de la vue des arguments de vente solides pour aider les clients à prendre des décisions éclairées.

Dans notre rubrique Techno des Verres, l'éditeur adjoint David Goldberg présente l'initiative d'aide à la collecte de lentilles jetables de Bausch + Lomb pour éviter qu'elles ne se retrouvent dans les décharges grâce à son programme *Every Contact Counts* en partenariat avec *TerraCycle*.

Mais les fabricants de lunettes ne sont pas les seuls à faire de grands progrès en durabilité. Les professionnels de la vue ont également la possibilité de s'engager et de montrer à leurs clients leur engagement en faveur de l'environnement. Dans notre rubrique « Révélation », Nancy Dewald donne des conseils avisés sur la manière dont les professionnels de la vue peuvent attirer et fidéliser les clients et les demandeurs d'emploi grâce à des pratiques et des initiatives commerciales durables. Dans notre rubrique Perspectives, le président de la CAO, le Dr Harry Bohnsack, explore les piliers des soins oculaires durables : accès équitable et résultats, qualité des soins, technologie, innovation et durabilité environnementale.

Tous les acteurs du secteur de l'optique ont un rôle à jouer pour assurer un avenir durable à nos entreprises, à la santé de nos yeux, à notre secteur, à nos clients et à la planète. Que pouvez-vous faire aujourd'hui pour avoir un impact positif ? C'est une question que nous devrions tous nous poser aujourd'hui et à chaque jour.

JANET LEES, Éditrice En Chef

f @ i n [prismeoptique.ca/abonnez-vous maintenant](https://prismeoptique.ca/abonnez-vous-maintenant)

Suivez-nous sur les médias sociaux et inscrivez-vous à notre liste de diffusion pour recevoir les dernières nouvelles sur les lunettes et les soins oculaires.

CooperVision^{MD} est pionnière en matière de neutralité en plastique net^{1,2}



En 2021, CooperVision a mené la charge en devenant **le premier fournisseur de lentilles cornéennes neutres en plastique net** grâce à sa gamme de lentilles clariti 1 day, puis, en 2022, elle a ajouté la gamme de lentilles jetables à usage unique MyDay^{MD}.

Ensemble, nous avons aidé à **éviter l'équivalent de 100 millions de bouteilles en plastique à atteindre les océans de notre planète**. Toutefois, nous pouvons toujours en faire plus. Ainsi, en 2023, les lentilles cornéennes Biofinity^{MD} et MiSight^{MD} 1 day auront aussi une empreinte plastique neutre nette. Le changement se fait par 100 millions de petits gestes. Ensemble, nous améliorons nos océans, nos communautés et notre avenir.

Joignez-vous à nous alors que nous poursuivons notre mission de durabilité.



1. [clariti^{MD} 1 day/MyDay^{MD} à usage unique, Biofinity^{MD} et MiSight^{MD} 1 day] sont définis comme des commandes et comprennent le produit [clariti^{MD} 1 day sphere, clariti^{MD} 1 day toric et clariti^{MD} 1 day multifocal/MyDay^{MD} à usage unique, MyDay^{MD} toric à usage unique, MyDay^{MD} multifocal à usage unique, Biofinity^{MD} sphere, Biofinity^{MD} XR, Biofinity^{MD} Energys, Biofinity^{MD} toric, Biofinity^{MD} XR toric, Biofinity^{MD} multifocal, Biofinity^{MD} toric multifocal, MiSight^{MD} 1 day] vendu et distribué par CooperVision au Canada. 2. L'empreinte plastique neutre nette est établie par l'achat de crédits auprès de Plastic Bank. Un crédit représente le recueil et la conversion d'un kilogramme de plastique susceptible d'atteindre ou de se retrouver dans un cours d'eau à l'échelle mondiale. CooperVision achète un nombre de crédits égal au poids du plastique dans les commandes de [clariti^{MD} 1 day/MyDay^{MD} à usage unique, Biofinity^{MD} et MiSight^{MD} 1 day] au cours d'une période précise. Le plastique de [clariti^{MD} 1 day/MyDay^{MD} à usage unique, Biofinity^{MD} et MiSight^{MD} 1 day] est déterminé par le poids du plastique dans l'emballage-coque, les lentilles et l'emballage secondaire, y compris les stratifiés, les adhésifs et les ajouts auxiliaires (par exemple, l'encre).



INFACE

La nouvelle collection d'Inface offre une explosion de couleurs ludiques, de formes audacieuses et un choix de verres de démo teintés. Les styles audacieux comprennent Fox, Peacock, Kiwi et Pineapple, fabriqués en acétate de qualité supérieure ou de titane léger et hypoallergénique, et disponibles dans une grande variété de combinaisons de couleurs.

Pour plus d'informations, contactez votre représentant COS ou visitez canadianoptical.com



PEACOCK 4321
par Silhouette



FOX 9522 par
Silhouette



KIWI 2521
par Silhouette

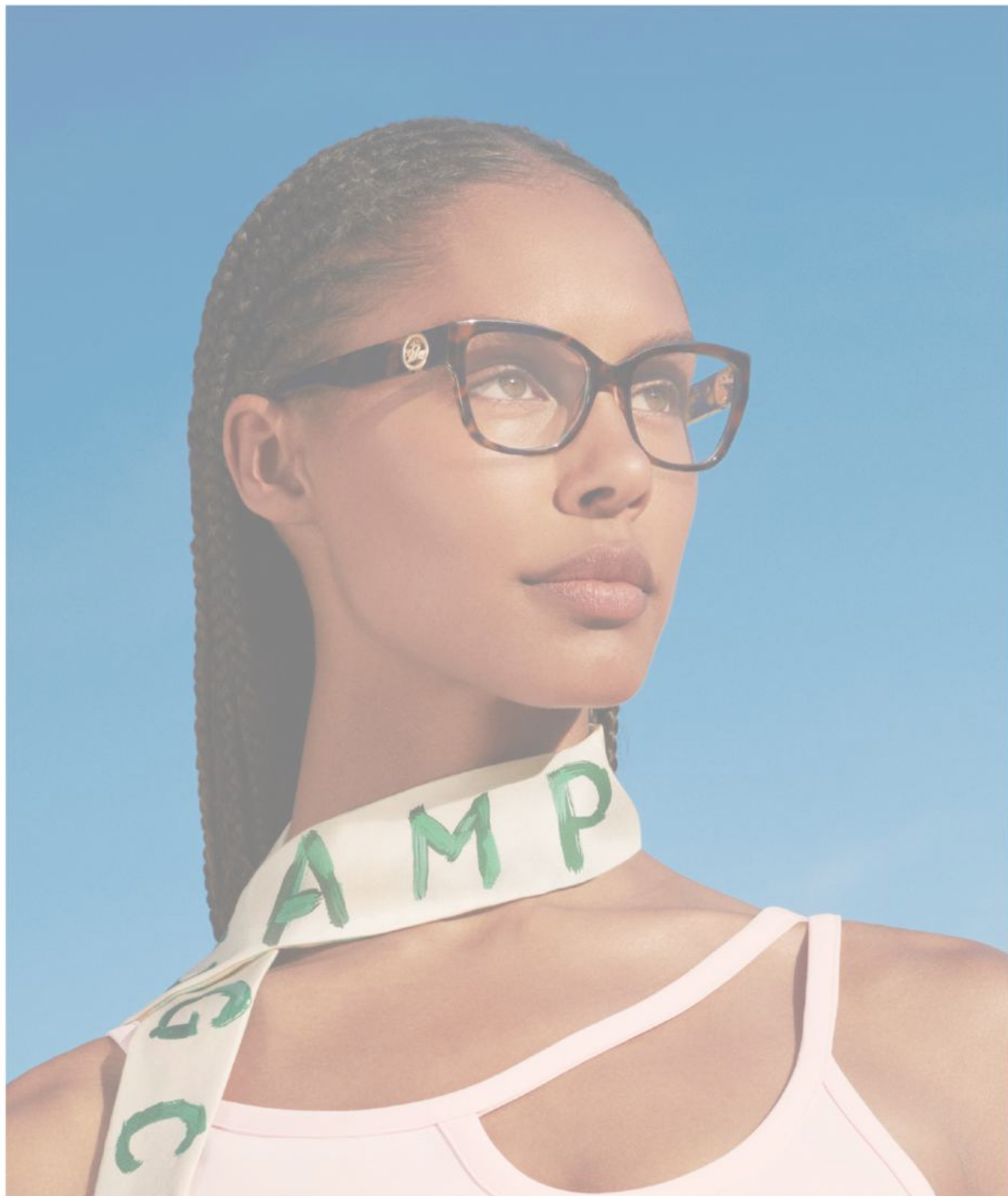


PINEAPPLE 9222
par Silhouette



BEAN 4031
par Silhouette

LONGCHAMP



très paris



OTP

La collection solaire 2023 d'OTP est respectueuse de l'environnement, tout en offrant un style moderne avec une touche vintage. Neuf nouveaux styles comprennent des acétates épais, des classiques ré-imaginés, des métaux géométriques et des aviateurs intemporels.

En plus de l'acétate biodégradable, la collection comprend un mélange de verres solaires UV-400 biodégradables et recyclables, des plaquettes de nez recyclables et un étui en liège durable.

OTPS-2024 est une monture carrée épaisse en translucide et en écaille ; OTPS-2027 est une version moderne modifiée d'une forme carrée classique; et OTPS-2028 ramène la forme ronde classique modifiée la plus vendue dans de nouvelles couleurs pour 2023.

La collection comprend également OTPS-2030 - le classique aviateur de la marque - et OTPS-2031, un œil-de-chat très dramatique.

Pour plus d'informations, contactez votre représentant WestGroupe ou visitez westgroupe.com.



OTPS-2024
par WestGroupe



OTPS-2031
par WestGroupe



OTPS-2030
par WestGroupe



OTPS-2027
par WestGroupe



OTPS-2028
par WestGroupe

ONE TRUE PAIR

RÉTRO INSPIRATION

ÉCO-RESPONSABLE

BIODÉGRADABLE

ONE TRUE PAIR

RÉTRO INSPIRATION

ÉCO-RESPONSABLE

BIODÉGRADABLE

ONE TRUE PAIR

Modèles Présentés : OTP-163 | OTP-158



CARRERA 3006S
par Safilo

CARRERA WOMAN

Carrera plonge plus profondément dans le monde des lunettes pour femmes ce printemps avec une nouvelle collection dédiée de montures optiques et de lunettes de soleil.

Lancée exclusivement au Canada et aux États-Unis, la collection Carrera Woman de 13 pièces est caractérisée par des éléments de design distinctifs de l'héritage de la marque Carrera, avec des silhouettes tendance et des assortiments de couleurs pour le marché nord-américain.

Pour plus d'informations, contactez votre représentant Safilo ou visitez le site mysafilo.com/ca.



CARRERA 3013
par Safilo



CARRERA 3011
par Safilo



CARRERA 3004S
par Safilo





SJMM009
par Opal Demetz



SJMM004
par Opal Demetz



SJMM003
par Opal Demetz



SJMM001
par Opal Demetz

SAINT JAMES

Opal Demetz élargit son offre Made in France avec le lancement de la collection de lunettes Saint James.

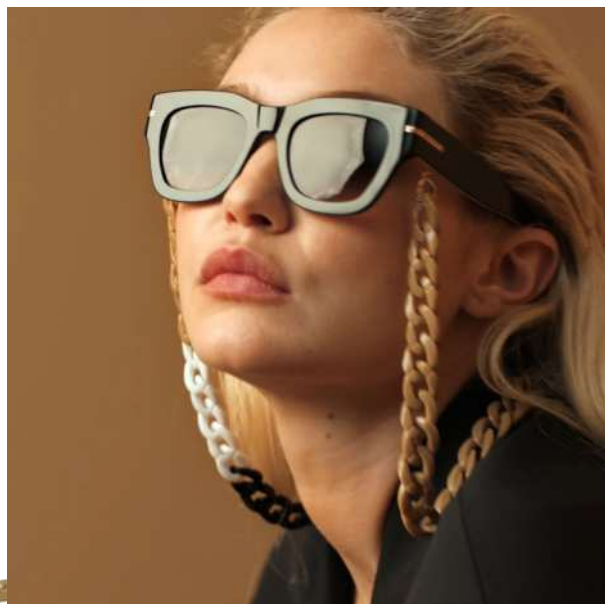
Ces lunettes éco-responsables s'inspirent de l'univers marin, héritage de la marque Saint James.

Cette collection casual-chic est à la fois intemporelle et moderne, tout en rendant hommage aux codes de la marque : la mer, le chapeau du marin et l'ancre marine.

Pour plus d'informations, contactez votre conseiller Opal Demetz ou rendez-vous sur opal-canada.ca/fr/saint-james/

BOSS lady

Lancement de la collection
de lunettes BOSS pour
Femme en Amérique du Nord



BOSS 1520



La collection de lunettes BOSS pour Femme est lancée en Amérique du Nord en avril. Cette collection de 16 pièces se compose de neuf montures optiques et sept lunettes solaires, toutes fabriquées à partir de matériaux de qualité supérieure et sublimes par des détails emblématiques caractéristiques. La collection est divisée en deux familles distinctes de produits : *Distinctive Codes* et *Light & Minimal*.

La famille *Distinctive Codes* propose des montures optiques et des lunettes solaires durables, conçues avec une esthétique à la pointe de la mode, caractérisée par des volumes audacieux, des traitements de couleur sophistiqués (allant de la Havane aux effets opalescents pour la saison PE '23) et l'utilisation de détails embléma-

tiques de la marque tels que la subtile bande signature BOSS. Conçues dans le respect de la planète, toutes les montures optiques et solaires de cette famille sont fabriquées en Acetate Renew, un matériau respectueux de l'environnement contenant des matériaux biosourcés ou recyclés.

La mention « *Responsable* » apparaît sur les verres de démo de tous les modèles ophtalmiques et une étiquette statique sur les verres de tous les modèles solaires.

La famille de lunettes *Light and Minimal* propose des montures optiques et solaires sophistiquées et contemporaines en acier inoxydable léger, en titane/biéta-titane ou en acétate haute densité.

Chaque monture de cette collection est proposée dans des tons subtils - avec des volumes minimaux sur les faces et les branches pour plus de raffinement et de légèreté - et agrémentée d'une élégante bande emblématique sur l'embout ou sur les branches. **OP**

Pour plus d'informations, contactez
votre représentant Safilo ou visitez
le site mysafilo.com/ca.



BOSS 1522



BOSS 1528



BOSS 1529



BOSS

EYEWEAR



Une Évolution *Naturelle*

Les clients d'aujourd'hui exigent de la durabilité. Comment les entreprises de lunettes suivent-elles le virage vers le vert, et que réserve l'avenir ?

PAR AMANPREET DHAMI & NICK KREWEN

La durabilité n'est pas un concept nouveau, mais ces dernières années, elle a dépassé le stade d'une simple tendance ou d'un marché de niche, car de plus en plus de clients préfèrent dépenser leur argent auprès d'entreprises qui partagent leurs valeurs. Grâce à des pratiques commerciales réfléchies, des matériaux écologiques et des procédés de fabrication plus respectueux de l'environnement, les fabricants de lunettes redoublent d'efforts pour le développement en matière de durabilité pour aller au-delà du simple discours ou des initiatives symboliques en faveur d'engagements à plus long terme, plus profonds et plus constants. Voici ce que certaines marques font pour satisfaire leurs clients - et la terre - et qu'ils soient en santé pour les générations à venir.

KARUN EYEWEAR

Basée en Patagonie, au Chili, Karun Eyewear a construit sa marque autour d'une question : À quoi ressemblerait le monde si nous comprenions que nous sommes tous des êtres naturels ? La réponse à cette question est au cœur de tous les produits et procédés de Karun Eyewear.

« Nous pensons que si les gens du monde entier commencent à réfléchir à cette question, nous pourrions avoir la possibilité de vivre dans un monde en harmonie avec nous-mêmes et notre environnement naturel », explique Daniela Edwards, responsable de la marque Karun Eyewear.

« Nous fabriquons des lunettes radicalement durables conçues pour durer, qui symbolisent une autre façon de voir le monde. Nos produits sont fabriqués selon une logique très différente. Nous travaillons dur pour construire l'ensemble de notre chaîne de valeur selon un modèle circulaire, réparateur et régénérateur, tout en fournissant autant de vérification et de transparence que possible ».

Toutes les lunettes Karun sont fabriquées à partir de matériaux recyclés, tels que des filets de pêche recyclés et d'autres types de nylon, des métaux recyclés et du polycarbonate recyclé. Pas moins de 70% du portefeuille de la marque est recyclé, tandis que les autres articles sont fabriqués à partir de nylon régénéré qui est collecté et réutilisé.

Karun lance deux fois par an des collections de lunettes optiques et solaires fabriquées à partir de matériaux recyclés, et tous les produits ont une empreinte carbone faible qui peut être suivie grâce au système de traçabilité de l'entreprise.

Lancé en 2022, le système de traçabilité est une plateforme de technologie blockchain sur le site Web de la marque qui montre au client Karun chaque étape de la chaîne de valeur - des matériaux abandonnés au produit final - en entrant simplement le code de traçabilité SKU situé dans la branche de chaque monture de lunettes (un code de quatre lettres et chiffres).

« La plateforme est très facile à comprendre, montrant à travers une carte chaque

Pedro, Leader d'Impact de Karun ramassant des filets de pêche en Patagonie



lien dans l'écosystème des partenaires et fournisseurs de Karun, jusqu'aux produits finis, ainsi que chaque empreinte carbone exacte de chaque produit », explique Mme Edwards.

L'empreinte carbone de chaque produit a été établie grâce à ce que Karun appelle une analyse du cycle de vie, qui capture les émissions de gaz à effet de serre des matériaux, de la logistique, des processus de recyclage, de la production, et même de l'emballage en carton et de l'étui de chaque paire de lunettes. Le système est né de la conviction que les clients méritent de connaître l'impact de leurs achats sur l'environnement.

Karun propose également un programme de recyclage de lunettes solaires qui





Les clients peuvent voir clairement l'empreinte carbonnée de chaque produit Karun.

encourage les clients (par le biais d'une remise de 25 % sur leur prochain achat) à envoyer leurs anciennes lunettes afin qu'elles soient recyclées en nouvelles lunettes ou en d'autres produits.

« Fermer la boucle est un élément crucial de notre chaîne de valeur », explique Mme Edwards. « Grâce à nos partenariats et technologies, nous voulons nous assurer que lorsqu'un produit arrive en fin de vie, ses matériaux sont maintenus dans l'économie dans la mesure du possible et peuvent être réutilisés dans la production, créant ainsi une valeur ajoutée et se concentrant sur des avantages positifs pour l'ensemble de la société ».

L'engagement de Karun pour la durabilité est démontré davantage par son programme *Karun Collectors* - une initiative qui voit la marque s'associer à *Karun Impact Leaders* (entrepreneurs, leaders communautaires et voisins à travers la Patagonie) qui collectent des matériaux abandonnés dans et autour de la Patagonie et qui les vendent ensuite à l'entreprise. Karun recycle ensuite les matières premières collectées en de nouveaux matériaux pour produire de nouvelles lunettes.

« Tous les matériaux livrés par *Karun Impact Leaders* sont recyclés en une monture de haute qualité, conçue en et inspirée par la Patagonie, et faite pour la supporter. Nous gérons les métaux et le polycarbonate localement, et nous envoyons le nylon des filets de pêche à nos partenaires qui le transforment en nylon régénéré ECONYL - un matériau aux caractéristiques techniques vierges, mais toujours 100 % recyclé », explique Mme Edwards.

Karun signifie « être la nature » dans la langue indigène Mapuche, et l'engagement de la marque à la nature et aux pratiques durables montre son engagement à incarner pleinement ce nom.



Nous travaillons dur pour construire l'ensemble de notre chaîne de valeur selon un modèle circulaire, réparateur et régénérateur, tout en fournissant autant de vérification et de transparence que possible.

— DANIELA EDWARDS
Chef de Marque, *Karun Eyewear*

KRAYWOODS EYEWEAR

Cette entreprise canadienne créée localement, crée des lunettes de vue aussi durables que tendance. En tant que marque, Kraywoods se consacre à « avoir un impact positif sur le monde », déclare la co-fondatrice Rachal Kabbara. « Nos valeurs incluent l'innovation, la durabilité et la contribution aux communautés et à la planète ».

L'entreprise vise à démontrer cela en démontrant que la mode et la durabilité vont de pair. Kraywoods utilise des matériaux et des procédés respectueux de l'environnement dans la production de ses lunettes de vue, tout en cherchant à toujours à améliorer les produits et les procédés de production afin de minimiser leur impact sur l'environnement.

Toutes les lunettes de Kraywoods sont fabriquées à partir d'une combinaison de matériaux durables, notamment du bois, du bio-acétate et des matériaux recyclés. Les montures en bois sont fabriquées à partir de bois provenant de sources durables pour réduire l'empreinte carbone du processus de production, tout en offrant des motifs et des textures uniques. Les montures en bio-acétate de Kraywoods sont fabriquées à partir de matériaux renouvelables et à base de plantes dérivées de la cellulose, ce qui les rend biodégradables et durables, ainsi que légères. Enfin, les montures recyclées de Kraywoods sont fabriquées à partir de déchets métalliques post-consommation, tels que des déchets d'aluminium.

« En utilisant du métal recyclé, nous contribuons à réduire la quantité de déchets dans les décharges et à préserver les ressources naturelles. Nous pensons qu'il faut créer des lunettes qui sont non seulement esthétiques, mais aussi qui sont bénéfiques pour l'environnement », explique Mme Kabbara.

En plus de minimiser les impacts négatifs, Kraywoods s'associe également

Les lunettes Kraywoods sont fabriquées à partir d'une combinaison de bois, de bio-acétate, et de matériaux recyclés.



avec *One Tree Planted* et *Carbon Click* pour avoir un impact positif direct sur la planète.

One Tree Planted est une organisation à but non lucratif axée sur les efforts de reforestation dans le monde. Avec chaque paire de lunettes Kraywoods vendue, *One Tree Planted* plante un arbre au Kenya au nom de la marque. « La région au Kenya que nous soutenons, la forêt de Kijabe, est cruciale pour une communauté de près de 200 000 personnes qui en dépendent pour l'eau, le bois et l'agriculture », explique Mme Kabbara.



« En utilisant du métal recyclé, nous contribuons à réduire la quantité de déchets dans les décharges et à préserver les ressources naturelles. Nous pensons qu'il faut créer des lunettes qui sont non seulement esthétiques, mais aussi qui sont bénéfiques pour l'environnement »

— RACHAD KABBARA
Co-fondateur de Kraywoods Eyewear

Le projet vise à intégrer l'agroforesterie et une combinaison de cultures et d'arbres pour la restauration écologique et l'autonomisation économique de la communauté. Cette année pour le Mois de la Terre, Kraywoods triple sa donation à *One Tree Planted* : « Pour chaque paire de lunettes vendue pendant le mois d'avril, nous planterons trois



Les cadres Sea2See sont fabriqués à partir de plastique océanique recyclé.

arbres au Kenya, au lieu d'un seul », affirme Mme Kabbara.

L'autre organisation avec laquelle Kraywoods s'associe, *Carbon Click*, aide Kraywoods à compenser l'empreinte carbone de son entreprise pour atténuer l'impact environnemental de l'expédition de lunettes aux clients. Kraywoods travaille avec *Carbon Click* en soutenant des projets axés sur les énergies renouvelables, la reforestation et la capture de carbone, conformément à l'engagement de la marque à réduire sa propre empreinte carbone.

« Nous pensons que les entreprises ont la responsabilité de montrer l'exemple et d'être à l'avant-garde du mouvement durable », déclare Mme Kabbara. « Avec notre engagement envers la durabilité, l'innovation et la contribution, nous contribuons à créer un monde meilleur, une paire de lunettes écologiques à la fois ».

SEA2SEE

Personne n'est plus surpris que le fondateur et PDG de Sea2See, François van den Abeele, qui s'est retrouvé dans l'industrie des lunettes solaires et optique, offrant des montures « durables » en plastique recyclé pour sa ligne de produits.

« Je ne connaissais rien à ce secteur absolument rien », dit-il (explique-t-il à *Prisme Optique*). « Initialement, je ne voulais pas faire de lunettes ; je voulais fabriquer des shorts de surf et utiliser du fil de polyester à partir de produits recyclés ».

Mais une visite inattendue à la pharmacie pour acheter une paire de lunettes de lecture en plastique a incité l'ancien journaliste et documentariste à emprunter un chemin différent. M. Van den Abeele a vu le potentiel de déchets



« Avec un mètre cube de granulés recyclés, qui pèse une tonne, je peux fabriquer 30 000 montures. Je collecte 25 tonnes par mois et n'utilise qu'environ six tonnes par an »

— FRANÇOIS VAN DEN ABEELE
Fondateur et PDG de Sea2See

des montures et a réalisé que le plastique recyclé de l'océan pouvait être une alternative écologique plus respectueuse de l'environnement.

Il a également vu l'opportunité de contribuer à créer une économie circulaire dans les villages africains de pêcheurs, où les pêcheurs peuvent échanger tous les articles non biologiques qu'ils attrapent avec leurs filets, y compris les filets eux-mêmes.

« Nous avons maintenant 37 points de collecte au Ghana », explique

M. van den Abeele. « Le jour du marché, les pêcheurs reviennent avec leurs sacs

et nous pesons et payons. Nous doublons leur revenu et nous nous approvisionnons en matières premières.

« Bien que ce soit une excellente solution pour les pêcheurs », M. van den Abeele dit que le programme est presque devenu trop fructueux.

« Je collecte environ 60 fois plus que ce dont j'ai besoin pour mes montures », note-t-il. « Avec un mètre cube de granulés recyclés, qui pèse une tonne, je peux fabriquer 30 000 montures. Je collecte 25 tonnes par mois et n'utilise qu'environ six tonnes par an ».

Mais l'ingénieur M. van den Abeele a trouvé un autre plan pour résoudre ce dilemme.

« J'ai créé une marque appelée UpSea », explique-il. « Nous construisons actuellement notre propre usine de recyclage, et les granulés peuvent être utilisés pour l'injection textile, l'industrie automobile, etc. Nous sommes même en pourparlers avec une entreprise pour (utiliser le matériau pour) des prothèses ».

Prendre ces mesures supplémentaires résulte en énormes avantages pour l'environnement. « Pour moi, cela concerne beaucoup plus l'impact que nous avons aujourd'hui à la source ».

L'entreprise est également en croissance. Au cours des cinq dernières années, Sea2See est passée d'une entreprise individuelle à huit employés, avec des lunettes solaires et optiques fabriquées en Italie disponibles dans 4 000 points de vente dans le monde entier.

Avec des programmes de recyclage réussis en Espagne, en France et au Ghana, M. van den Abeele a lancé des projets similaires au Sénégal, au Cameroun et au Sri Lanka, et il est en discussion pour les étendre en Inde et aux Seychelles.

« Je pense que nous pouvons avoir plus d'impact ailleurs », explique-t-il. « Si nous recyclons correctement la matière première, elle sera facile à vendre. Et si nous donnons tous quelque chose en retour, nous vivrons dans un monde meilleur ».

KEEPWOOD EYEWEAR

Lorsque Krista Klassen de Winnipeg a décidé de se lancer dans la fabrication de lunettes, il y a plus d'une décennie, elle savait qu'elle voulait proposer des montures naturelles pour sa ligne Keepwood Eyewear.

« La majorité de nos montures de lunettes de soleil et de vue sont en bois massif », explique-t-elle. « Beaucoup d'entre elles ont un embout en acétate, juste pour être plus malléables, mais nous en avons beaucoup plus faites entièrement en bois massif. Les personnes allergiques au plastique semblent être attirées par l'idée que les montures en bois sont hypoallergéniques pour elles.

« Après avoir initialement trouvé un fabricant à l'étranger disposé à concevoir des montures Keepwood ainsi qu'à accepter les créations de Mme Klassen elle-même, elle s'assure maintenant que tous les approvisionnements et la fabrication de Keepwood respectent les sources de bois utilisées pour les montures.



Keepwood Sterling Black
lunettes en bois de chêne.

« Nous sommes en contact étroit avec les fournisseurs, nous nous assurons simplement qu'ils n'utilisent pas de bois exotiques ou en voie de disparition », explique Mme Klassen. « Nos lunettes en coquillage d'abalone sont très populaires, et nous nous assurons également qu'il ne soit pas récolté de manière préjudiciable pour l'environnement. Nous communiquons très étroitement avec nos fournisseurs et nos fabricants ».

Il était également impératif pour Keepwood d'offrir aux porteurs de lunettes un produit durable.



Nous voulons
produire quelque
chose de plus durable,
de plus écologique et
de meilleure qualité
dont les gens, nous
espérons prendront
soin et qui durera
plus longtemps

— KRISTA KLASSEN
Keepwood Eyewear

« Voir des gens acheter des lunettes de soleil bon marché qui se cassent si vous vous assoyez dessus, donc vous les jetez, montre que tout est jetable, tout comme dans l'industrie de la mode rapide », déplore Mme Klassen. « Nous voulons produire quelque chose de plus durable, de plus écologique et de meilleure qualité dont les gens, nous espérons prendront soin et qui durera plus longtemps ».

Même les accessoires accompagnant la ligne de lunettes Keepwood Eyewear sont recyclés. « Nous avons des étuis en papier artisanal recyclé qui accompagnent chaque paire de lunettes. Nous avons également d'autres étuis en bois ou en bambou. Ils sont tous deux respectueux de l'environnement ».



En plus des lunettes durables, Keepwood offre des étuis faits en bois ou en bambou.

Mme Klassen veille également à ce que l'entreprise joigne le geste à la parole, en attribuant un pourcentage des bénéfices de chaque achat à deux causes qui lui tiennent à cœur.

La première, *Trees For The Future*, reçoit des dons de Keepwood depuis 2013, la vente de chaque paire de lunettes finançant la plantation de 10 arbres au Cameroun, au Kenya, au Sénégal, en Ouganda, en Guinée et en Tanzanie.

Et plus récemment, Keepwood a commencé à soutenir les communautés autochtones du nord de l'Argentine grâce à une organisation à but non lucratif appelée *Gaucha Argentina Love For Humanity*.

« Mon mari Max est originaire d'Argentine et il s'est associé à une femme, Graciela de l'Ontario, qui a travaillé sur le terrain en Amérique centrale et latine », explique Mme Klassen. « Nous soutenons les Wichi, qui sont traditionnellement un peuple plus nomade. Ils se sont sédentarisés, mais beaucoup de leurs communautés n'ont aucune source d'eau, alors ils se déplacent vers les rivières et les lacs et boivent de l'eau non potable. »

Mme Klassen dit que l'argent donné aux Wichi est utilisé pour construire des puits solaires pour obtenir de l'eau

potable fraîche, ainsi que pour planifier des jardins communautaires et élever de poulets comme source de nourriture.

« Nous donnons une bonne partie de nos recettes à cette cause, plus que *Trees For The Future*. Nous donnons toujours à Trees, mais l'autre est si proche de chez nous que nous pouvons voir les progrès réalisés ce qui est un peu plus impactant. »

BIRD EYEWEAR

Les co-fondateurs Ed et Lawrence Bird ont déjà franchi une étape impressionnante en six ans d'existence : en 2020, Bird Eyewear est devenue la première marque de lunettes au Royaume-Uni à être certifiée B Corp.

« C'est une certification qui permet d'analyser en profondeur l'activité de votre entreprise », explique Ed Bird. « Il est très difficile d'obtenir cette certification, car il s'agit de trouver un équilibre entre l'impact sur l'environnement, la raison d'être d'une entreprise et la manière dont elle réalise des bénéfices. Ils examinent toute la structure - de votre gouvernance et de votre équipe à la parité, à la rémunération, à l'aménagement de vos bureaux, à votre chaîne d'approvisionnement et au fait que vos

travailleurs reçoivent un salaire décent, ainsi qu'à l'impact de votre chaîne d'approvisionnement sur l'environnement et l'eau. Vous devez obtenir des scores assez élevés dans toutes ces différentes sections pour pouvoir être certifié.

« Pour nous, c'était un moyen de montrer aux gens que nous ne nous contentons pas de nous qualifier de durables, écologiques ou verts ».

M. Bird ne s'en cache pas : avec le slogan « Meilleures lunettes pour un monde meilleur », l'entreprise utilise du bio-acétate, de l'aluminium recyclé, du bois durable (érable, hêtre, bois de santal et bambou approuvés par le FSC), des graines de ricin et du liège pour fabriquer ses montures et accessoires.

C'est un engagement qui reflète l'éducation des deux frères. « Nous avons grandi dans une famille nombreuse qui passait beaucoup de temps en extérieur, et qui était très proche de la nature », explique Ed. « Nous sommes passés de la construction de cabanes à la construction de marques, mais la nature et l'environnement ont toujours été au cœur de notre réflexion et de notre approche ».

Il ajoute : « D'une certaine manière, cela nous a donné un avantage, car nous ne sommes pas issus de l'industrie de la lunetterie ni de l'optique. Nous ne sommes jamais venus avec des idées préconçues ou des bagages, ce qui nous a permis donc d'adopter une approche différente ».

Bird soutient également un certain nombre de causes, allant du projet Share Your



Ed et Lawrence Bird co-fondateurs de Bird Eyewear.

Sun qui a distribué des lampes solaires à 15 000 familles en Zambie et au Malawi, une plantation de plus de 10 000 arbres dans les deux prochaines années dans la Bird Forest, non loin du siège de l'entreprise à Devon, au Royaume-Uni.



Chaque monture que nous vendons contribue à distribuer une lampe solaire, ce qui permet d'apporter un éclairage propre et sûr aux familles qui seraient autrement obligées de brûler du pétrole ou des lampes à kérosène pour éclairer leurs pièces après la tombée de la nuit

— Ed Bird
Co-fondateur de Bird Eyewear

« Nous voulions être plus qu'une entreprise à but lucratif ; nous voulions donner quelque chose en retour », explique Ed. « Chaque monture que nous vendons contribue à distribuer une lampe solaire,

ce qui permet d'apporter un éclairage propre et sûr aux familles qui seraient autrement obligées de brûler du pétrole ou des lampes à kérosène pour éclairer leurs pièces à la tombée de la nuit. C'est une ressource énergétique très propre et très sûre qu'ils peuvent recharger pendant la journée et utiliser la nuit ».

Entre temps, à travers le projet Bird Forest, les frères et leurs amis et clients travaillent sur le terrain pour planter 500 arbres en une journée, avec l'objectif ambitieux de planter 10 000 arbres chaque année.

« C'est agréable de passer une journée loin de l'ordinateur et de se salir les mains dans la nature », explique Ed. « Au fur et à mesure que les arbres poussent, vous bénéficiez également de la séquestration du carbone ».

Prochaine étape pour Bird : réduire considérablement son empreinte carbone grâce à la localisation.

« Nous cherchons à localiser notre fabrication au Royaume-Uni », explique Ed. « Nous cherchons à créer un cycle de vie en boucle fermée d'un produit : prendre du plastique recyclé et le réutiliser pour fabriquer des produits dans le Sud-Ouest » - en d'autres termes, sourcés localement et fabriqués localement. « Notre empreinte carbone, les kilomètres aériens et nautiques et nos émissions de CO2 diminuent à mesure que la chaîne d'approvisionnement sera plus locale ». Le programme devrait être opérationnel d'ici la fin de ce mois. **PO**



Faites à partir bio-acétate, les cadres Athene de Bird sont biodégradables.

Chaque Lentille Compte

Empêcher les déchets plastiques de se retrouver dans les sites d'enfouissement

PAR DAVID GOLDBERG

C'est le moment de l'année où nous réfléchissons aux moyens de réduire notre empreinte carbone. Et les fabricants de lentilles de contact y pensent aussi. Face à la réalité malaisante que les Canadiens envoient actuellement 290 millions de lentilles jetables dans les sites d'enfouissement chaque année, Bausch + Lomb s'est associé à TerraCycle pour créer le programme Chaque Lentille Compte.

« L'un des plus grands défis du recyclage des lentilles de contact concerne l'instruction », explique Sean McNeill, Chef de Produit Principal de la division des soins de la vue de Bausch + Lomb. « De nombreux consommateurs - et même des cliniciens dans le monde de l'optométrie - ne savent pas que les lentilles de contact et les plaquettes à emballage alvéolé ne sont pas correctement traitées par la plupart des programmes de recyclage municipaux ».

La pollution de l'eau est une autre préoccupation. On estime qu'environ 20% des porteurs de lentilles de contact jettent leurs lentilles dans les toilettes ou l'évier, contribuant ainsi directement à la pollution par les microplastiques. Et c'est là qu'intervient le programme Chaque Lentille Compte.

Le programme compte plus de 500 professionnels de la vue participants dans tout le Canada. Les patients peuvent bénéficier d'un examen de la vue, récupérer leurs nouvelles lentilles de contact et recevoir une pochette de collecte spéciale. N'importe quel contenant convient, mais l'idée est de collecter les lentilles et les plaquettes à emballage alvéolé au fur et à mesure de leur approvisionnement. Au prochain rendez-vous ophtalmologique, le patient peut déposer ses déchets de lentilles de contact dans la poubelle dédiée à ce recyclage d'une clinique participante.

« Une fois que les lentilles de contact et les plaquettes à emballage alvéolé collectées sont reçues par TerraCycle, elles

sont d'abord séparées par composition et nettoyées », explique Wendy Sherman, directrice de compte senior des partenariats avec les marques chez TerraCycle. « Les couches métalliques des plaquettes à emballage alvéolé sont recyclées séparément, et les lentilles de contact et les composants en plastique des plaquettes sont fondus en plastique qui est moulé pour former des produits recyclés. Le matériau recyclé est ensuite utilisé pour fabriquer des articles tels que des bancs de parc, des tables de pique-nique, des porte-vélos, et même des équipements pour l'entraînement des chiens guide avec les malvoyants ».

Entre les deux programmes menés par TerraCycle avec B+L au Canada et aux États-Unis, les partenaires ont recyclé près de 170 000 kilogrammes de lentilles et d'emballages, soit l'équivalent de 112 véhicules de taille moyenne.

Mme Sherman de TerraCycle cite le succès continu du programme et ses efforts pour instruire les professionnels de la vue et les patients.

« Notre mission permanente est de sensibiliser à l'importance du recyclage et de détourner autant de déchets que possible de la décharge », dit-elle.

« Avec près de 3 000 professionnels de la vue participant au programme de recyclage Chaque Lentille Compte en tant que points de dépôt publics, il y a certainement un endroit à proximité qui offre un dépôt pratique », note

Mme Sherman, ajoutant que tout le monde peut également envoyer les déchets de lentilles de contact directement à TerraCycle pour recyclage.

Ce n'est qu'un exemple parmi d'autres de la responsabilité environnementale de l'entreprise, déclare M. McNeill de B+L. « En plus de veiller à ce que la fabrication soit effectuée de manière écologique, la création de programmes tels que Chaque Lentille Compte, le financement d'initiatives de recyclage et de projets de nettoyage des océans sont autant de moyens extraordinaires par lesquels les fabricants peuvent contribuer à lutter contre le problème de déchets qui existe pour les porteurs de lentilles de contact ». **PO**



CONSEILS POUR LE RECYCLAGE DES LENTILLES DE CONTACT

Avant de collecter les lentilles de contact et les plaquettes thermoformées, assurez-vous que les patients suivent ces étapes :



Assurez-vous que tous les liquides en excès, tels que la solution pour lentilles de contact, soient retirés. Si les patients choisissent de rincer leur produit, ils doivent s'assurer qu'il est complètement sec.



N'incluez pas les boîtes en carton dans vos collectes, car elles sont recyclables par le biais du recyclage municipal régulier.



DANS *les* BOIS

Les montures en bois et en bambou sont durables, légères et résistantes - et avec des styles comme ceux-ci, elles sont également tendance.

PAR SUZANNE LACORTE





6.



CONSEIL *D'entretien*

LES UTILISATEURS PEUVENT PRÉVENIR L'ASSÈCHEMENT DES CADRES EN BOIS EN EMPLOYANT DE LA CIRE D'ABEILLE, DE L'HUILE DE NOIX OU UN BAUME À LÈVRES APPLIQUÉ DÉLICATEMENT SUR LES SURFACES EN BOIS.



7.



8.



9.



10.

1. Cyrus de Spectacle Eyeworks.
2. Collection Miranda de YYCMood.
3. Cairo Black Birch & Kevazingo de Nurilens.
4. Lunettes Optiques Charm Rose de Kraywoods.
5. Midsummer avec clip par Unsuikyo.
6. HL50 53-22-47 de Herrlicht.
7. Lynx par Truwood. 8. Gretna Zebrawood de Keepwood. 9. BlackCap de Bird.
10. Tabor Metal de Shwood.



1.



2.



3.

Style durable

Être respectueux de la planète ne signifie pas sacrifier le style. Ces montures ultra-mode sont fabriquées à partir de matériaux durables tels que le bio-acétate, l'aluminium recyclé et même des bouteilles d'eau recyclées. Elles sont donc aussi agréables à porter qu'à regarder..

PAR SUZANNE LACORTE



4.



5.



6.



7.



8.

1. MIO1001 par MITA Sustainable Eyewear 2. BOSS 1503 par Safilo 3. Storm par Eco Eyewear 4. Murano par Sea2See 5. Nautica N8181 par Marchon 6. OTPS-2029 par WestGroupe 7. Castello par David Green Eyewear 8. MIO1004 par Sustainable Eyewear



IMPRESSION B.I.G. NORM^{MC}

VERRES PROGRESSIFS DÉVELOPPÉS AVEC INTELLIGENCE ARTIFICIELLE

La nouvelle technologie d'IA de Rodenstock et les données de plus de 500 000 scans oculaires biométriques offrent une vision plus nette aux utilisateurs de verres progressifs.



Pour plus de renseignements, veuillez communiquer avec votre représentant en lentilles de l'Optique Centennial.
www.centennialoptical.com

R
RODENSTOCK
Parce que chaque œil est unique

Les ordres de Bishop

Le Dr Donald Bishop partage son parcours de croissance, les leçons et les succès de son parcours de plusieurs décennies dans le monde de l'optique.

PAR AMANPREET DHAMI

Depuis près de 40 ans, le Dr Donald Bishop réalise son rêve en tant que propriétaire d'entreprise dans le secteur de l'optique, tout en relevant les défis, en apprenant et en changeant de direction au besoin pendant le parcours.

Après avoir obtenu son diplôme de l'école d'optométrie de l'Université de Waterloo en 1983, il a travaillé pendant six mois à Edmonton, puis s'est installé à Calgary pour ouvrir son premier cabinet. Au début, il était le seul médecin du cabinet, mais cela signifiait qu'il devait fermer

le cabinet pendant ses vacances. Il a rapidement reconnu l'intérêt d'ajouter d'autres associés à sa pratique pour en assurer le fonctionnement continu - et son revenu - pendant ses vacances ou lorsqu'il était indisponible.

Au cours des années suivantes, il a ouvert cinq cabinets (deux qui distribuent des accessoires d'optiques et trois non-distributeurs) et il a entamé une relation continue en pratiquant sous la marque LensCrafters qui a duré jusqu'en 2020, lorsqu'il a décidé de reprendre son indépendance.



Dr. Donald Bishop

« Avec la pandémie, la détérioration de la relation avec LensCrafters et les changements qu'ils avaient apportés (dans leurs attentes) envers les médecins associés à eux, j'ai décidé d'ouvrir mes propres bureaux de vente en dehors des centres commerciaux intérieurs », explique-t-il. « Au cours de l'automne et de l'hiver 2021 et 2022, j'ai ouvert trois nouveaux magasins de distribution de lunettes à Beacon Hill, Willow Park Village et Northgate Village Mall ».

Aujourd'hui, Bishop est président, président directeur général, propriétaire et exploitant de Dr Bishop & Associates, qui emploie 89 employés administratifs, assistants opticiens et opticiens lunetiers, ainsi que 11 autres médecins associés.

Ses cinq cabinets situés dans la région de Calgary offrent des examens oculaires complets, des services complets de lentilles de contact et de lunettes, ainsi que des services spécialisés axés sur la sécheresse oculaire, les problèmes rétinien, y compris la dégénérescence maculaire, la gestion de la myopie, la cornée irrégulière, le diagnostic du glaucome, ainsi que les évaluations et les traitements de la santé oculaire.

DÉFIS ET LEÇONS

Tout au long de sa carrière, Bishop a été confronté à de nombreux défis et leçons, qui ont tous contribué à sa croissance. Voici quelques-unes des plus importantes :

Rester à la pointe des avancées technologiques qui profitera à vos patients et à vos clients.

Offrez un service à vos patients et à vos clients de manière à les rassurer sur le



fait qu'ils en ont pour leur argent, même lorsque l'assurance paie.

Un excellent exemple de cela s'est produit dans les années 90, lorsque Bishop a soupçonné que le gouvernement de l'Alberta allait supprimer les assurances pour les examens de la vue. En réponse à cela - et pour s'assurer que les patients en aient plus pour leur argent - il a amélioré ses examens de la vue pour fournir des résultats plus sophistiqués.

« Lorsqu'une nouvelle technologie devient disponible, nous l'étudions, l'analysons et, si possible, essayons pour voir si elle effectue ce qu'elle prétend et si elle est bénéfique pour nos patients ».

Par conséquent, lorsque les services de santé de l'Alberta ont cessé d'assurer les personnes âgées et les enfants, l'entreprise de Bishop, bien que touchée, n'a pas connu de problèmes majeurs.

Avec chaque service que vous offrez, essayez d'effectuer plusieurs transactions au sein d'une même opération pour économiser sur les charges.

Optimiser votre entreprise signifie limiter les charges que vous engagez pour chaque transaction. Pour Bishop, un exemple clair de cela est sa pratique établie de vendre à ses patients une année complète de lentilles de contact avec leur examen de la vue lorsque cela est pertinent pour leurs besoins.

« Nous avons commencé très tôt à capitaliser sur la vente d'un approvisionnement d'un an en lentilles de contact », note-t-il. « Cela a réduit à la fois le temps de notre personnel et celui du personnel de la comptabilité. Mais surtout, cela a donné à nos patients la possibilité d'avoir tous les produits dont ils auraient besoin jusqu'à leur prochain examen de la vue, et de se souvenir quand ils devaient revenir nous voir ».

Les patients ont de multiples choix d'endroits où acheter des produits ophtalmiques, il est donc important de ne pas leur donner une raison d'acheter ailleurs en répondant à leurs besoins à l'avance.

Faites en sorte que les patients reviennent vous voir en faisant de votre établissement un guichet unique pour

tous leurs besoins en soins oculaires.

Proposez-leur tout, des lunettes de neige et de natation aux lentilles de contact et aux solutions.

« Essayez de répondre à tous leurs besoins (couverts par) leur assurance et proposez-leur toutes les autres choses dont ils pourraient avoir besoin », explique M. Bishop. Il peut s'agir de lingettes pour lentilles, de traitements contre la sécheresse oculaire ou du suivi de la progression de la cataracte.

En élargissant vos services ainsi, vous vous assurez que votre cabinet répond à tous les besoins des patients en soins oculaires, ce qui limite les risques qu'ils aillent ailleurs.

Exercez toujours dans le respect de l'éthique.

« L'optométriste doit avoir une éthique dans ce qu'il fait, que ce soit dans un cabinet parallèle ou dans son propre cabinet », dit Bishop. « Si un patient n'a pas vraiment besoin d'une ordonnance, n'inventez pas une ordonnance légère pour vendre des lunettes. Si un patient n'a pas besoin de changer et que ses lunettes sont en bon état, laissez faire ».

Avoir une conduite éthique dans tout ce que vous faites - et former votre personnel à faire de même - favorise la fidélité des clients, les recommandations et les ventes futures.

Devenir indépendant plus tôt.

« L'un des plus grands défis que j'ai rencontré était de ne pas contrôler totalement mon destin », note Bishop. « Je n'ai pas réussi à résoudre ce défi aussi rapidement que je l'aurais dû. Un gestionnaire doit être fidèle à lui-même et à son code d'éthique, et être capable de faire ce qu'il pense être le meilleur pour fournir les services les plus éthiques et les meilleurs à ses patients et clients ».

Suivez toujours votre instinct et faites ce que vous pensez être le mieux, conseille-t-il. « Ne choisissez pas la solution de facilité en laissant les choses au statu quo. Dans l'ensemble, restez fidèle à vous-même et à votre éthique, et ce sera ce qu'il y a de mieux pour vos patients et vos clients ». **PO**



Le Dr Don Bishop partage avec nous ses meilleures astuces pour réussir, des conseils ainsi que les choses à faire et à ne pas faire qu'il a apprises en chemin.

- 1 La réussite passe par des heures de travail acharné et d'organisation. Travaillez dur vous-même et formez ceux qui vous entourent à réussir.
- 2 Une recette de succès est une équipe de gestion solide associée à un personnel compétent qui œuvrent tous pour un objectif commun.
- 3 Donnez au personnel les outils nécessaires pour réussir.
- 4 Fixez des objectifs et offrez une formation pour pouvoir les atteindre.
- 5 Restez éthique et n'induisez pas les clients en erreur pour un gain financier. Informez les clients des options qui s'offrent à eux et de ce qui répond le mieux à leurs besoins.
- 6 Ne soyez pas trop positif avec ce que vous pensez pouvoir accomplir - soyez réaliste.
- 7 Soyez prêt à essayer de nouvelles choses ou idées. Ne craignez pas de changer de direction ou de chemin.
- 8 Anticipez les obstacles et mettez en place une solution pour les surmonter. Ayez un plan pour gérer chaque défi avant qu'il ne devienne un problème.
- 9 Établissez une base financière solide au cas où les affaires ne se déroulent pas comme prévu.
- 10 Offrez toujours les dernières technologies.

A hauteur des YEUX

Une sélection de produits de lunetterie et de soins oculaires importants, innovants ou uniques que nous adorons ce mois-ci.



1 LES OVERCOATS

Les *Overcoats* sont la ligne haut de gamme de 2020 Accessory Source proposant des sur-lunettes avant-gardistes, dans une monture légère en polycarbonate et des verres en triacétate polarisés pour une protection contre les UV.

2020as.com



2 TASSES DÉCO LUNETTE

Ces tasses en céramique sont fabriquées à la main sur un tour de potier et présentent un joli détail de lunettes. Disponible dans une variété de couleurs, chaque tasse peut contenir 20 onces de liquide.

etsy.com/shop/cerwinkaceramics



3 SPEXWAX ÉTUI À LUNETTES

SPEXWAX fabrique des montures de lunettes à partir de disques vinyles inutilisables, et chaque paire est accompagnée d'un étui en origami unique, entièrement fabriqué à la main à partir de la pochette de l'album. L'ultime en matière de recyclage.

spexwax.com/cases



4 CHAÎNE EN CUIR DURABLE

Ce cordon à lunettes est fabriqué en cuir de veau italien tanné aux végétaux, coupé en fines bandes et entrelacé, avec des extrémités en métal galvanisé. Disponible en brun et en noir. tbdeyewear.com



5 GUMMIES POUR LE SOIN DES YEUX

Ces gummies sont remplies d'antioxydants pour favoriser la santé des yeux et maintenir la vue dans des conditions associées aux dommages causés par la lumière du soleil, aux cataractes et à la dégénérescence maculaire liée à l'âge.

herbaland.ca/produits/soins-des-yeux-adultes

Durabilité

Qu'est-ce que c'est, et comment faire pour que cela fonctionne pour nous ?

PAR NANCY DEWALD, Lead Up Training and Consulting

La durabilité se définit comme la capacité à maintenir ou à soutenir un processus dans le temps. Il peut s'agir de la prévention de l'épuisement des ressources naturelles pour maintenir un équilibre écologique, ou de l'économie, comme un modèle d'entreprise durable. Examinons de plus près ces deux sujets.

DURABILITÉ ENVIRONNEMENTALE

L'augmentation du nombre de personnes qui se soucient de la durabilité a un effet intéressant sur les comportements. En fonction de facteurs sociaux et environnementaux, les consommateurs et les demandeurs d'emploi optent pour ou contre les marques ou les entreprises qu'ils soutiennent, en fonction de la démonstration de valeurs communes.

Le terme pour désigner ces personnes est « *Shoptivistes* ».

J'en ai fait l'expérience la semaine dernière pendant que je travaillais avec un client, un patient a informé le personnel qu'il n'achètera plus de lentilles de contact journalières en raison de la quantité de déchets, même si c'est plus pratique pour son style de vie.

Voici quelques éléments à considérer pour attirer et fidéliser les consommateurs et les demandeurs d'emploi :





La voie à suivre

Vers un système de soins oculaires durable

PAR LE DR HARRY BOHNSACK
président de l'Association Canadienne des Optométristes

La durabilité des soins de santé consiste à s'assurer que le système est conçu et exploité de manière à répondre aux besoins du présent sans compromettre la capacité des générations futures à répondre à leurs propres besoins.

Le Forum Économique Mondial a récemment publié un rapport sur les perspectives de la santé et des soins de santé en 2035, citant quatre champs stratégiques, l'équité étant un objectif fondamental :

1. Accès et résultats équitables,
2. Transformation du système de santé pour fournir des soins de haute qualité,
3. Technologie et innovation (en cultivant un environnement qui soutient le financement, l'utilisation et la mise en œuvre de l'innovation en science et en médecine) et
4. La durabilité de l'environnement pour lutter contre le changement climatique.

Comme dans de nombreux autres pays, les gouvernements fédéral et provinciaux, les organisations, les organismes de réglementation, les parties prenantes et les acteurs de

l'industrie du Canada s'attaquent à ces problèmes tout en utilisant des technologies de rupture - qui ont été accélérées pendant la pandémie - pour garantir un système de soins de santé résilient qui profite aux patients et aux praticiens.

En nous concentrant particulièrement sur le pilier de l'innovation, nous voyons des défis et des opportunités dans le domaine des soins ophtalmologiques apportés par l'IA et la téléoptométrie. Il est essentiel d'adapter notre modèle d'affaires en réponse à ces forces externes majeures, tout comme il est essentiel de garantir l'accès aux soins pour tous les Canadiens.

La collaboration est essentielle pour traiter des questions complexes et entrecroisées tout en s'efforçant d'obtenir des changements systémiques à long terme. Pour ce faire, il faut continuer à œuvrer pour la défense des intérêts afin de participer aux discussions nationales sur la résilience et l'adaptation nécessaire de notre système de soins de santé, et défendre l'intégration bénéfique de la technologie dans notre champ d'activité afin d'améliorer la santé et les soins oculaires.

Notre pratique optométrique doit évoluer avec le développement de nouveaux

modèles de prestation de soins axés sur la prévention, la détection précoce et l'intervention rapide. La technologie disponible peut améliorer le diagnostic, le pronostic et le traitement. Si elle est développée correctement, l'IA a le potentiel de rendre les optométristes meilleurs et plus efficaces dans leur travail en augmentant la valeur de leur jugement expert.

Avec le vieillissement de la population canadienne, la nécessité d'améliorer l'accès aux soins est plus importante que jamais. L'exécution réfléchie de la téléoptométrie réduira les obstacles aux soins oculaires en fournissant des soins de qualité quel que soit l'endroit où vit le patient - surtout dans les régions où il y a une pénurie de cliniciens qualifiés, comme les communautés rurales et éloignées du Canada.

La téléoptométrie peut être considérée comme un moyen permettant aux patients de recevoir des soins oculaires au sein de leur communauté. Cependant, nous devons exiger du fournisseur qui offre ce service au même niveau de responsabilité et à la même norme de soins qu'un examen en personne.

L'ajout de l'IA présente des avantages, mais elle n'est pas infallible, de sorte que la supervision et les décisions finales devront toujours être effectuées par l'optométriste. Il a été démontré que la précision du diagnostic est meilleure lorsque l'IA et le praticien sont associés que lorsqu'ils sont seuls.

Le chemin à parcourir est complexe, mais il offre l'opportunité d'évoluer vers un nouveau modèle durable. Grâce à une mobilisation collective, nous pourrions exploiter au mieux les opportunités que l'innovation peut offrir à notre profession et à nos patients sur le long terme. **PO**

**L'ASSOCIATION CANADIENNE
DES OPTOMÉTRISTES (ACO) est
la voix nationale de l'optométrie.
Elle offre leadership et soutien
à plus de 5 400 membres afin
d'améliorer la santé des yeux et
la clarté de la vision de tous les
Canadiens. Pour plus d'informations,
visitez le site opto.ca.**

- Connaissez votre marché et adaptez vos efforts à ce qui est important pour eux (l'exemple ci-dessus a eu lieu dans une zone universitaire). Les consommateurs de votre marché aiment-ils le plein air, ou êtes-vous au centre-ville d'une grande ville ? Ne vous méprenez pas, avoir un plan de durabilité est important pour tout le monde, mais plus pour certains marchés que pour d'autres.
- Ajoutez des programmes de recyclage, passez au zéro papier et limitez l'utilisation de ressources jetables. Les Shoptivites remarqueront si votre pratique met des montagnes de papier à la poubelle ou dans un bac de recyclage, si nettoyage se fait avec des serviettes en papier ou des chiffons réutilisables, etc.
- Soutenez les efforts de durabilité communautaire.
- Demandez à votre équipe de planter des arbres.
- Encouragez le covoiturage en faisant preuve de souplesse dans les horaires.
- Alignez-vous avec des fournisseurs dont les produits sont réutilisés et/ou recyclés, ou ceux qui redonnent à l'environnement. Partagez leurs efforts avec votre personnel et dans votre contenu marketing. De nombreux fournisseurs partenaires font une différence considérable.
- Identifiez les membres de l'équipe qui sont passionnés par ce sujet et demandez-leur de vous présenter les opportunités pour accroître vos efforts. Être durable sur les plans environnemental et social peut également accroître la motivation et la productivité des employés au travail, lorsque leurs valeurs en durabilité sont alignées avec celles des entreprises pour lesquelles ils travaillent.
- Informez les demandeurs d'emploi de vos initiatives. Dans une enquête récente menée par *Fast Company*, environ 40 % des milléniaux ont

déclaré avoir choisi de travailler pour une entreprise ayant un programme environnemental solide. Certes, cette enquête a été menée auprès de grandes entreprises, mais il serait naïf de penser qu'elle ne s'applique pas également aux petites entreprises.

AGIR dans le PRÉSENT, PENSER à L'AVENIR.

MODÈLE D'ENTREPRISE DURABLE

Parlons maintenant de la durabilité concernant votre modèle d'entreprise. Un modèle d'entreprise durable est ce que tout chef d'entreprise espère atteindre, c'est-à-dire que l'entreprise réalise des profits rapidement et reste à flot sur le long terme.

Nous pourrions parler de ce sujet pendant des jours, mais pour l'instant je vais souligner quelques points clés :

- Gardez toujours une base solide. N'ajoutez pas de niches ou les dernières tendances tant que vous ne fournissez pas de manière constante les services et produits de base.
- Connaissez votre « pourquoi » et restez aligné avec lui. Pourquoi faites-vous ce que vous faites, pourquoi vous êtes-vous lancé dans cette entreprise, etc.

- Concentrez-vous sur les éléments essentiels dont votre entreprise a besoin pour survivre, puis développez-vous à partir de là. Gardez un œil sur l'avenir lointain, au lieu de vous concentrer sur des profits plus immédiats.
- Prenez soin de la ressource la plus précieuse - vous-même. Dans ce secteur, nombreux sont ceux qui remplissent plusieurs rôles, comme propriétaire/optométriste, gestionnaire/opticien, etc. Prévoyez du temps pour gérer l'entreprise, où vous vous concentrez uniquement sur le rôle de PDG ou de gestionnaire. Ce n'est PAS entre les patients et les demandes du personnel. Trouvez des moyens d'être efficace avec votre temps, par exemple ajoutez des transcriptions ou des chefs d'équipe, établissez des rapports et des systèmes efficaces, prévoyez des réunions avec le personnel clé plutôt que des réunions de couloir, etc.
- Gérez les dossiers de vos patients pour vous assurer qu'ils restent actifs. Vous avez travaillé dur et dépensé de l'argent pour attirer ces patients, consacrez maintenant du temps et des efforts pour les fidéliser. Donnez des pré-rendez-vous à vos patients ou du moins, ayez un programme de rappel organisé.

Ces deux définitions de la durabilité suivent le même thème général : Agir dans le présent, penser à l'avenir.

Si vous avez d'autres conseils ou stratégies à partager avec le groupe sur la façon d'être plus respectueux de la Terre Mère, j'aimerais les entendre. C'est vraiment à nous tous de faire notre part. **PO**

Nancy Dewald est une professionnelle du développement des affaires, une animatrice d'ateliers et une vétérane du secteur de l'optique. Elle est PDG et fondatrice de *Lead Up Training and Consulting*, qui se spécialise dans l'identification des lacunes de l'entreprise, la mise en œuvre de solutions et le développement de leaders. Pour en savoir plus, visitez leaduptrainingandconsulting.ca.

CE QUE LE SITE WEB DE VOTRE CABINET DOIT CONTENIR

PAR KERI SCULLAND

Le site Web de votre cabinet est un outil merveilleux pour intéresser les patients existants et joindre de nouveaux patients potentiels. Souvent, il s'agit de votre première impression.

Cela signifie que votre site Web doit comporter quelques éléments clés. Vous ne serez probablement pas surpris d'apprendre qu'une page d'accueil exceptionnelle fait partie intégrante d'un site Web de qualité, mais que devez-vous inclure d'autre ?

1. VOTRE PAGE D'ACCUEIL

Votre page d'accueil est votre carte de visite. Elle doit refléter votre pratique, avec votre rythme, votre voix et votre image de marque uniques. Les photos que vous choisissez doivent refléter votre cible démographique et être visuellement attrayantes.

Sur votre page d'accueil, vous pouvez vous présenter et présenter quelques-uns de vos principaux services pour donner à l'utilisateur un aperçu de qui vous êtes et de ce que vous avez à offrir. La page doit être facile à parcourir et, surtout, attrayante.

2. VOTRE DEUXIÈME PAGE LA PLUS IMPORTANTE

Quelle est la deuxième page la plus visitée de votre site Web ? Ce n'est pas votre page de contact, mais elle est aussi importante !

Vous devez inclure une page « À propos de nous » qui décrit qui vous êtes, présente vos médecins et votre personnel, et raconte une histoire.

Après avoir cliqué sur votre page d'accueil, votre nouveau patient potentiel voudra peut-être en savoir plus sur les personnes qui constituent le cabinet.

Vous pouvez pimenter cette page en racontant à l'utilisateur quelque

chose d'intéressant sur votre cabinet ou qui vous êtes. Qu'il s'agisse d'une technologie de pointe ou de l'atmosphère chaleureuse et accueillante que vous offrez, mentionnez-le sur cette page au monde.

N'oubliez pas d'inclure des biographies intéressantes sur vous-même, les autres médecins, les assistants optométristes, les opticiens et le personnel de soutien. C'est votre espace pour dire au monde qui vous êtes. Les gens s'intéressent aux personnes, alors veillez à ce qu'elles soient uniques, intéressantes et leurs faits faciles à lire.

Vos qualifications sont ce qui vous a mené là où vous êtes, et bien qu'elles soient de grandes réalisations, elles ne sont pas la seule chose intéressante à votre sujet ! Jouez-vous au water-polo ?





Vous avez escaladé une montagne ? Vous possédez des chihuahuas de petite taille ? Tout ce qui vous intéresse, intéresse vos patients également !

3. VOTRE EMPLACEMENT ET VOS COORDONNÉES

Cela devrait aller de soi, mais si votre emplacement et vos coordonnées ne sont pas facilement accessibles, ou si quelqu'un doit fournir trop d'efforts pour les trouver, vous risquez de le perdre comme patient.

Une fois qu'une personne est arrivée sur votre site Web, elle est probablement très intéressée par qui vous êtes, ce que vous offrez et où vous êtes situé. S'il ne peut pas estimer la commodité, il risque de passer à autre chose.

4. PRISE DE RENDEZ-VOUS

Que vous disposiez d'un logiciel de réservation en ligne, d'un formulaire de demande de rendez-vous ou que vous préféreriez que les gens téléphonent ou envoient un courriel, ces informations doivent être claires et accessibles.

La dernière chose que vous voulez faire est de compliquer la tâche de vos patients lorsqu'ils décident de prendre rendez-vous.

5. QU'OFFREZ-VOUS ?

Dressez la liste de vos services. Ceux-ci doivent être répartis sur leurs propres pages pour faciliter la navigation. Il est

important pour l'optimisation des moteurs de recherche (SEO) et pour l'expérience des utilisateurs que tous vos services soient répertoriés sur votre site Web.

Si votre patient potentiel cherche des lentilles de contact, il doit savoir que vous les proposez. Si quelqu'un a besoin de soins oculaires d'urgence, mettez cette information à sa disposition. Une personne âgée cherche à gérer une maladie des yeux ? Elle ne devrait pas avoir à chercher bien loin pour savoir que vous la proposez.

LES 5 INGRÉDIENTS CLÉS

Lorsqu'une personne visite votre site, vous voulez l'aider à prendre des décisions rapides et éclairées.

Considérez ceci comme votre recette pour ce qui est nécessaire sur le site Web de votre cabinet :

- | | |
|---|--------------------------------------|
| 1 | Une excellente page d'accueil |
| 2 | Une page "Qui sommes-nous" |
| 3 | Votre emplacement et vos coordonnées |
| 4 | Des options de prise de rendez-vous |
| 5 | Les services que vous proposez |

Grâce à ces cinq ingrédients clés, les patients qui visitent votre site se sentiront intéressés, informés et prêts à prendre rendez-vous.

Si votre site Web ne convertit pas les visiteurs en rendez-vous, il est temps de faire des changements. Essayez d'inclure ces ingrédients pour améliorer la fonctionnalité de votre site, ou faites appel à des professionnels pour vous aider. **PO**

Keri Sculland est rédactrice de contenu et rédactrice en chef chez Marketing4ECPs. En tant que spécialiste du contenu et de la communication, elle rédige depuis plus de dix ans des articles universitaires et professionnels pour des journaux et des magazines dans toute l'Amérique du Nord. Pour en savoir plus, visitez le site marketing4ecps.com.

Une attention, RENOUVELÉE

PAR JANET LEES

Cette nouvelle monture optique légère pour femmes, fabriquée à partir de 50 % de matériaux recyclés certifiés, comprend une multitude de fonctionnalités de performance pour améliorer la vie quotidienne, de l'entraînement au jour du match, à la vie hors des vestiaires. Faisant partie de la collection durable d'Under Armour, le modèle UA5055 est fabriqué en Tritan Renew, un copolyester durable et sans BPA développé avec Eastman.





GARDE TES YEUX SUR L'OBJECTIF

DES LUNETTES CONÇUES
POUR LES ATHLÈTES.



Il est grand temps d'adhérer à l'AOC et à l'A00Q

Les avantages d'être membre sont nombreux, notamment :

- Assurance Responsabilité Professionnelle Gratuite
- Formation continue en ligne gratuite
- Programme pour promouvoir notre profession

En prime : Tous les membres de l'AOC qui ont soutenu l'Association pendant au moins 5 années consécutives recevront un kit d'outils optiques Hilco Vision dans les quatre mois suivant le renouvellement de leur adhésion en 2023.

Pour plus d'informations sur le cadeau de fidélité, visitez opticiens-canada.ca

Adhérez ou renouvelez votre adhésion à l'AOC maintenant à : opticians.ca/site/becomingamember

NOUVEAU EN
2023

Cadeau de fidélité
de l'AOC



Association des opticiens
du Québec



OPTICIANS
ASSOCIATION OF CANADA
ASSOCIATION DES
OPTICIENS DU CANADA

