

PRISME OPTIQUE

AVRIL 2024 • VOL. 42 • NO. 4

Style: Josey/G/S

kate spade
NEW YORK



kate spade
NEW YORK

PRISME OPTIQUE

AVRIL 2024 • VOL. 42 • NO. 4

Le monde des matériaux

Les tenants et les aboutissants de la durabilité dans l'industrie de la lunetterie

DIVERSIFIER !

L'Alberta élargit le champ d'exercice des OD

DE DÉCHETS À TRÉSORS

Faire preuve de créativité avec des montures recyclées

Soyez un accompagnateur

Comment créer une culture de l'apprentissage

VOIR PROPRE

Un avenir plus écologique pour les verres et lentilles de contacts

SÉCURITÉ SOLAIRE

Se protéger contre la surexposition

LUNETTES *Écolos-chic*

Les montures des dernières tendances rallient durabilité et style



Vous commencez votre carrière en optométrie? Vous envisagez une fusion pour votre clinique? Visique vous attend pour le prochain chapitre!

Un partenariat avec nous, c'est :

- Faire partie du plus grand réseau de soins de la vue détenu et dirigé par des optométristes au Canada.
- Baigner dans une culture qui valorise la collaboration, la croissance et les résultats pour le bien des patients.
- Avoir accès à des formations poussées, des technologies de pointe et à du coaching.
- Consacrer plus de temps à votre clinique et à vos patients grâce au soutien de notre équipe administrative chevronnée.

Vous associer à Visique n'a que de bons côtés!



**Plus d'info ?
Balayez le code !**

* D^r Frédéric Marchand, optométriste



éditoriaux

14 LE MONDE DES MATÉRIAUX

Au-delà de la durabilité dans
l'industrie de la lunetterie
Par Evra Taylor

22 STYLISER LES YEUX

Des déchets aux trésors
Par Suzanne Lacorte

chroniques

18 TECHNO DES VERRES

Un avenir plus écologique pour
les verres et lentilles de contacts
Par David Goldberg

24 PERSPECTIVE

Les dangers invisibles
de l'exposition solaire
Par David Goldberg

28 SANTÉ-AFFAIRES

Diversification des OD
Par Evra Taylor





31 RÉVÉLATION

Les OD ont besoin
d'accompagnement, Aussi
Par Nancy Dewald

33 VISION DE L'OPTICIEN

L'innovation à l'honneur
Par Robert Dalton

34 PERSPECTIVES MARKETING

Le marketing vidéo
Par Tyra Rixin

departments

6 LETTRE DE L'ÉDITRICE

8 REGARD ACTUEL

25 DANS LE CADRE

30 LUNETTES & ASTROLOGIE

36 DERNIER COUP D'ŒIL

prochain numéro

- Nouveaux styles de lunettes solaires
- Promouvoir les bienfaits des lunettes solaires

en couverture



IMAGE DE COUVERTURE :
Crédit photo Sea2See

f@in [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.

PRISME OPTIQUE

AVRIL 2024 • VOL. 42 • NO. 4

Rédactrice

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 de la création

Suzanne Lacorte
slacorte@opticalprism.ca

Directrice artistique

Cathryn Haynes
cat.haynes@opticalprism.ca

Responsable du contenu numérique

Samantha Budd
sbudd@opticalprism.ca

CONTRIBUTEURS

Wendy Buchanan, Nancy Dewald,
David Goldberg, Claudia Rojas, Keri Sculland,
Dr. Martin Spiro

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.



Audit de la diffusion
dans les médias
canadiens

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

20/20 VM
EYEVOTE
READERS' CHOICE 2023
GAGNANT DANS SIX CATÉGORIES



ONE TRUE PAIR

LUNETTES ÉCO-RESPONSABLES

OTP est conçue pour les milléniaux et les membres de la génération Z qui apprécient les lunettes uniques et écologiques à un prix abordable.

WestGroup | www.westgroupe.com | 1-800-361-6220

OTPS-2039 | OTPS-2038

Les magazines servent souvent de vitrine pour un secteur donné, et l'image que l'on y découvre reflète l'évolution des questions clés et des tendances au fil du temps. En tant qu'éditrice de *Prisme Optique* depuis deux ans, j'ai pu observer la progression de l'industrie de la lunetterie vers le développement durable à travers nos pages.

Lorsque j'ai commencé ce travail en 2022, le respect de l'environnement était encore une tendance relativement nouvelle, mais en plein essor dans le secteur. Aujourd'hui, à peine deux ans plus tard, l'ensemble de notre industrie l'a adopté et de nouvelles marques sont apparues qui utilisent des moyens uniques et créatifs pour produire des lunettes à partir de matériaux recyclés (certaines d'entre elles sont mises en avant dans notre rubrique *Styler les Yeux*).

Comme le souligne Evra Taylor dans son article de ce numéro, « la fabrication durable n'est plus un avantage inattendu ; c'est désormais le coût d'entrée dans cette industrie ». L'article d'Evra examine les défis, les opportunités, les coûts et l'avenir de la lunetterie durable. Il s'agit d'un article incontournable qui met les réalités en perspective.

En même temps, la rubrique *Techno des Verres* de David Goldberg examine les méthodes innovantes par lesquelles les fabricants de verres de lunettes et de lentilles de contact rendent leurs produits plus durables, comme le don de lunettes aimées par le passé aux personnes dans le besoin, et en facilitant le recyclage des lentilles de contact et de leur emballage. Sans oublier l'intégration de la pratiques durables dans leurs opérations qui traitent l'ensemble du cycle de vie du produit - de la réduction de la consommation d'énergie et d'eau à la recherche d'options d'expédition à faible émission de carbone, au recours aux énergies renouvelables et au détournement des déchets des sites d'enfouissement.

« La fabrication durable n'est plus un avantage inattendu, c'est désormais le coût d'entrée dans cette industrie ». - Evra Taylor, page 18

Ce numéro comprend également un article d'Evra Taylor dans *Affaires-Santé*, qui explore la proposition de l'Alberta pour étendre le champ d'exercice des optométristes. Dans notre rubrique *Vision de l'Opticien*, Robert Dalton, directeur général de l'OAC, nous fait part de nouvelles passionnantes concernant la nouvelle base de données de l'organisation et la refonte de son site Web. Notre experte en développement des affaires, Nancy Dewald, explique comment donner un coup de pouce à votre entreprise en améliorant la communication et l'accompagnement dans notre rubrique *Révélation*. Et Tyra Rexin, de *Marketing4ECP*, vous explique comment impliquer les patients en utilisant TikTok et YouTube.

Il y a aussi beaucoup de gâteries pour les yeux, bien sûr (jeu de mots). Bonne lecture !



Crizal® Prevenencia®

Essilor®

N°1 marque de verres

la plus recommandée par
les professionnels de la vue
dans le monde*

Protection à long terme pour vos yeux et vos verres.**



essilor

REGARD ACTUEL

Suki Waterhouse
porte BOSS 1657

REGARD *Actuel*

Gardez vos options de lunettes au goût du jour avec les derniers modèles de ces entreprises les plus influentes

BOSS

Pour le printemps/été 2024, la chanteuse et actrice britannique Suki Waterhouse présente les lunettes BOSS, ainsi que le joueur de tennis italien Matteo Berrettini et l'acteur sud-coréen Lee Minho.

Les collections de lunettes pour hommes et femmes sont enrichies par de nouvelles lunettes de soleil et montures optiques, conçues en nylon biologique, en acétate Renew léger ou en Tritan Renew. Proposés dans des couleurs unies ou des teintes havane, les modèles sont rehaussés des bandes métalliques caractéristiques de BOSS.

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



MODO

La collection R 1000 de MODO Eyewear comprend deux modèles légers, confortables et flexibles.

Le modèle 7069 pour femmes est un modèle plus large, arrondi, œil de chat, disponible en écaïlle rose, magenta foncé, pétrole et lilas. Le modèle 7071 pour homme présente un design audacieux et carré avec un pont haut. Les options de couleur comprennent le noir, le bleu, l'olive et le cristal.

Pour plus d'informations, contactez votre représentant MODO ou visitez : modo.com



Bononia



Genua



Rhegium

BAYRIA

La nouvelle collection Arts & Crafts de Bayria Eyewear se caractérise par des matériaux précieux et peints à la main, des décorations linéaires et géométriques et des détails raffinés.

Les modèles comprennent des maxi œil de chat avec des détails multifacettes sur les pointes, des modèles transparents en acétate coloré avec des ondulations formées par une feuille interne, des formes rhomboïdales avec des détails en or et des branches incurvées, des lunettes diva des années 60, minimisées par des branches tricolores, et des modèles ronds enrichis d'accessoires en or.

La palette de couleurs comprend le noir, le bleu baleine, le rouge bourgogne, le vert sous-bois, le blanc gracieux, le rose et le cristal.

Pour plus d'informations, contactez votre représentant Bayria ou visitez : bayriaeyewear.com

REGARD ACTUEL

B.M.E.C.

Modern Optical a ajouté sept nouveaux modèles à sa collection B.M.E.C. (Big Men's Eyewear Club), exclusivement dans des grandeurs plus larges et avec un style masculin.

Big Front est un modèle bicolore fait en style zyl à la main avec une silhouette profonde et des accents métalliques arrondis. Big Line est un modèle en matériaux mixtes avec des accents rétro aux sourcils et des plaquettes en silicone. Et Big Warrior est un modèle bicolore à matériaux mixtes avec des branches en acier inoxydable, des branches en zyl faites à la main et des coussinets en silicone.

Pour plus d'informations, contactez votre représentant Modern Optical ou visitez : modernoptical.com



LAFONT

Les nouvelles lunettes de la Maison Lafont sont fabriquées à partir d'un recyclage créatif, un concept exclusif développé par le designer Thomas Lafont qui allie éco-conception et créativité. En utilisant les matériaux des collections précédentes pour créer des couleurs d'acétate exclusives, la marque utilise un processus de thermofusion qui mélange 50% de couleurs vintage avec 50% de nouveaux biomatériaux, ce qui donne une palette de couleurs uniques et vibrantes.

Les lunettes de soleil Ouessant, Ocean et Monaco sont toutes disponibles dans les couleurs recyclées.

Pour plus d'informations, contactez votre représentant Maison Lafont ou visitez : lafont.com

KRAYWOODS

La dernière innovation de cette marque écologique est un verre fabriqué à partir d'acétate de cellulose à base de coton, avec des additifs naturels pour des couleurs vibrantes et durables.

Biodégradables et hypoallergéniques, elles sont disponibles dans une gamme de formes et de styles, avec une grande variété de coloris, notamment Allure Brown, Dash Navy et Glee Pink.

Pour plus d'informations, contactez votre représentant Kraywoods ou visitez : kraywoods.com





Introduction de la iD LifeStyle^{MD} 4.

Nouvelle technologie 3D Binocular Vision!^{MC}

Facile à adapter pour vos patients.

Facile à prescrire pour vous.



Contactez nous
pour en savoir plus.

REGARD ACTUEL

ONE TRUE PAIR

La gamme OTP Sunwear printemps/été 2024 de WestGroupe comprend des composants fabriqués à partir d'acétate bio-dégradable et recyclé.

OTPS-2041 est une silhouette de luxe en acétate recyclé inspirée des *runways*, avec des verres TS et des coloris tendance. OTPS-2038 est une version sophistiquée et légèrement atténuée de l'œil de chat, proposée en rose vif, en taupe clair et en écaille de tortue classique. Le modèle OTPS-2037 est fabriqué à partir d'acétate recyclé, avec des verres TS et une coupe universelle. Les coloris comprennent le Whisky, un classique écaille de tortue avec une touche d'originalité.

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



SILHOUETTE

Silhouette a ajouté trois nouveaux modèles à sa ligne SPX Illusion, qui a également été repensée dans une palette de couleurs actualisée. La forme du modèle 2960 est spécialement conçue pour ceux qui ont besoin d'une petite grandeur.

Les montures SPX Illusion sont disponibles dans les formes pour femme, homme et unisexe. Les nouvelles couleurs sont orchidée foncée tricolore, gris métallique, abricot léger et havane miel en teintes opaques, mates et translucides.

Pour plus d'informations, contactez votre représentant Canadian Optical Supply ou visitez : canadianoptical.com

SPX Illusion
2960

MOVITRA

Ce n'est pas une erreur - Movitra a introduit une nouvelle édition de sa famille de styles Error 404, qui est un best-seller. Cette nouvelle monture entièrement en acétate a une forme d'œil ronde et un effet rayé sur le devant.

Elle est disponible en deux nouvelles couleurs contemporaines - Noir + Bleu cristal miroité avec des verres bleus, ou Noir + Brun cristal avec des verres couleur bronze.

Pour plus d'informations, contactez votre représentant Movitra ou visitez : movitra.it



Error 291

GEN STYLE™ : UNE GAMME DE COULEUR SPECTACULAIRE

GRIS



BRUN



VERT GRAPHITE



SAPHIR



AMÉTHYTE



ÉMERAUDE



AMBRE



RUBIS



Veuillez contacter votre laboratoire de lentilles Transitions® ou
représentant des verres pour obtenir plus d'informations sur Transitions® GEN S™

Le monde des matériaux

Au-delà de la durabilité dans l'industrie de la lunetterie

PAR EVRA TAYLOR

Dans un monde qui se caractérise par une commercialisation effrénée, les consommateurs ne pensent souvent qu'au produit fini qu'ils viennent d'acheter, plutôt qu'à l'ensemble du vaste écosystème impliqué dans sa production. Cela inclut l'approvisionnement, la chaîne d'approvisionnement et la disponibilité des matières premières utilisées dans le processus de fabrication.

Dans le domaine de l'optique comme ailleurs, la fabrication des lunettes a beaucoup évolué en réponse aux préoccupations environnementales. Toutefois, jusqu'à une date récente, les principaux composants n'avaient pas changé de manière significative, à savoir le verre, le plastique et l'acétate.

La durabilité est devenue le mot d'ordre dans un secteur dont les processus de fabrication ne sont pas réputés pour leur respect de l'environnement. La fabrication durable n'est plus un avantage inattendu ; c'est désormais le coût d'entrée dans l'industrie.

Le mouvement en faveur de la durabilité a été alimenté par la transition vers des matériaux alternatifs respectueux de l'environnement. Mais que se passe-t-il lorsque la disponibilité de ces ressources est menacée ou qu'elles sont hors de prix sur le marché ?

CHAÎNE D'APPROVISIONNEMENT ET PROBLÈMES DE DÉCHETS

Bien sûr, de nombreuses industries utilisent le verre, mais tous les verres ne sont pas identiques. Par exemple, la plupart des

bouteilles en verre sont fabriquées à partir de verre sodocalcique, de verre sodocalcique traité ou de verre borosilicaté, alors que le verre utilisé dans le bel art mystique du soufflage du verre provient de sable siliceux dérivé du quartz. Le verre utilisé dans la production de lunettes est une forme de sable siliceux de haute pureté, qui provient principalement des États-Unis et d'Europe.

La fabrication durable n'est plus un avantage inattendu ; c'est désormais le coût d'entrée dans l'industrie.

Selon Mme Lene Bille Hoegh, consultante en développement durable chez *Green Optical Planet Consultants*, basée à Hong Kong, les défis auxquels le secteur de la lunetterie est confronté sont multiples. Ils tournent autour des problèmes de la chaîne d'approvisionnement, qui découlent soit de pénuries de matières premières, soit de perturbations survenant dans et autour de la chaîne de fabrication. Les causes de ces perturbations comprennent les pannes d'électricité, le manque de personnel et les problèmes de transport.

Du point de vue de M. Hoegh, la pandémie de COVID-10 n'est qu'un moment dans l'histoire, et non la raison de l'augmentation des prix. « La hausse des prix est due à l'augmentation des prix de la main-d'œuvre

dans les pays producteurs, à l'augmentation des droits de douane dans le cadre de la guerre commerciale entre les États-Unis et la Chine, et aux coûts subséquents de la délocalisation de la production vers d'autres parties de l'Asie et de l'Union







« Les seuls moyens réalistes de gérer les pénuries actuelles et futures de matières premières seront l'introduction de nouveaux matériaux offrant une haute recyclabilité ou l'amélioration des processus de recyclage ».

- Lene Bille Hoegh
Consultante en durabilité,
Green Optical Planet Consultants

européenne. Nous constatons également une augmentation des prix de l'énergie et de l'eau, qui se répercutent sur l'ensemble de la chaîne d'approvisionnement. Enfin, les coûts de transport et d'expédition ont fortement fluctué ».

La concurrence sur le marché joue également un rôle majeur dans les pénuries de sable, poursuit-elle. « L'industrie électronique a une demande en forte croissance pour le même sable siliceux de haute pureté, ce qui cause une augmentation des prix et met en concurrence l'industrie de la lunetterie. Les verres minéraux deviendront ainsi une offre haut de gamme et les consommateurs se tourneront de plus en plus vers les verres en plastique.

Le verre minéral est créé à partir d'éléments naturels tels que le sable et le carbonate de soude. Il est hautement recyclable, inoffensif pour les humains et les animaux, et beaucoup plus léger et résistant que le verre standard. Les lunettes fabriquées à partir de ce matériau offrent une grande clarté optique et sont très résistantes aux rayures.

Dans le futur, l'empreinte carbone causée par la fabrication des lunettes devra être prise en compte dans le prix de revient, explique M. Hoegh. L'industrie de la lunetterie produit beaucoup de déchets, tant au cours du processus de fabrication qu'au stade de la post-consommation. De plus, les processus de fabrication des matières premières posent de sérieux problèmes d'empreinte carbone, ce qui a un impact supplémentaire sur le coût des lunettes, car un nombre croissant de pays de l'Union européenne imposent des redevances sur des facteurs externes tels que l'empreinte

carbone, la pollution, le traitement des déchets et le recyclage.

Selon M. Mehran Baghaie, propriétaire, directeur et designer de Spectacle Eyeworks, la concurrence sur le marché est une préoccupation majeure que les fabricants d'optique n'ont pas prise en considération. « Les marges bénéficiaires ont été un facteur très important pour toutes les usines qui produisent des quantités incroyables de montures de lunettes pour toutes les entreprises en ligne », explique-t-il.

« Les grandes marques à prix réduits et les grandes chaînes de magasins manquent d'éthique à cet égard. Je pense que notre industrie fait preuve d'un comportement contraire à l'éthique, étant donné qu'elle est dominée par quelques grandes entreprises qui privilégient les marges bénéficiaires au détriment d'un comportement moral et fondé sur des principes ».

PLASTIQUES ET POLLUTION

Au XX^e siècle, les plastiques ont commencé à dominer le marché de la lunetterie, remplaçant les anciens matériaux tels que le verre, la pierre et le cristal. L'introduction de plastiques à base de pétrole a révolutionné la production de lunettes, notamment le méthacrylate de méthyle polymérisé (PMMA), introduit dans les années 1930. Aujourd'hui, la majorité des montures de lunettes sont fabriquées à partir de plastiques de haute qualité, tels que les matériaux injectés et les acétates de résine, qui nuisent à l'environnement.

Les fabricants sont confrontés à des problèmes liés aux plastifiants très polluants qui sont ajoutés dans le processus de production des lunettes, ainsi qu'à la quantité



importante de déchets qui en découle. Cela affecte l'empreinte carbone globale de la lunetterie. Ces dernières années l'industrie de la lunetterie s'efforce d'atténuer ce problème en passant de l'acétate à base de pétrole aux bio-acétates.

« Actuellement, le marché considère cette évolution comme plus écologique, mais l'abattage qui concerne les forêts saines ou l'occupation de terres agricoles en faveur de plantations de Ricinus (huile de ricin), uniquement pour fournir les huiles végétales pour les acétates et les nylons biosourcés, posent de nouveaux problèmes d'empreinte carbone à long terme », note M. Hoegh.

LE RÔLE DES RÉSINES

Selon M. Hoegh, les résines utilisées pour fabriquer les montures sont une proposition qui concerne le volume. Elles entraînent moins de pertes dans le processus de fabrication que l'acétate. Cependant, toute cette idée de promouvoir des produits en volume pose problème d'un point de vue environnemental. Les produits en volume ont une durée de vie courte et créent davantage de déchets post-consommation, sans réelles options de recyclage.

Les résines utilisées pour fabriquer les verres posent des problèmes de post-consommation sans options actuelles satisfaisantes de recyclage. La préoccupation est la même pour les verres de démonstration, mais il s'agit d'un problème antérieur à la consommation. Certaines chaînes de magasins de lunettes atténuent ce problème grâce à des systèmes qui permettent de présenter jusqu'à 80 % de leur stock sans verres de démonstration en plastique.

LA RECHERCHE DE MATÉRIAUX ÉCOLOGIQUES

L'empreinte carbone des matières premières pétrolières, associée aux déchets plastiques impliqués dans la fabrication des lunettes, a suscité un intérêt et un engagement en faveur du développement d'un mélange de matériaux alternatifs respectueux de l'environnement.

En réponse à l'impact de plus en plus néfaste sur l'environnement, les fabricants de lunettes explorent et innovent avec des matériaux et des processus de fabrication alternatifs. Les ressources renouvelables sont aujourd'hui à l'honneur dans l'industrie de l'optique, notamment les matériaux d'origine végétale et l'acétate biosourcé.

L'avenir de la *durabilité*

La pénurie stimule l'innovation, et il existe de nombreuses nouvelles initiatives dans le domaine de la science des matériaux, explique M. Hoegh. Toutefois, pour devenir des solutions à long terme, elles doivent offrir des propriétés similaires ou supérieures à celles du verre de silice, de l'acétate et des résines. Le véritable défi consiste à concevoir de nouvelles matières premières facilement recyclables. Des infrastructures de recyclage sont nécessaires, à la fois pour les déchets générés lors de la fabrication et pour les flux de déchets mixtes générés après la consommation.

Cela nécessite des efforts de la part des acteurs de l'industrie de la lunetterie et des détaillants de lunettes, ainsi que de la part de tous les systèmes nationaux de gestion des déchets.

Le lancement en 2021 par EssilorLuxottica de son programme de développement durable, *Eyes on the Planet*, les Yeux sur la Planète, est un exemple d'initiative de développement durable d'un leader de l'industrie. L'objectif était d'intégrer la durabilité dans l'ensemble de l'écosystème de l'entreprise, y compris ses employés, ses fournisseurs, ses partenaires et ses clients, explique Mme Elena Dimichino, responsable du développement durable.

Le programme repose sur cinq piliers qui abordent des thèmes stratégiques de durabilité tout au long de la chaîne de valeur :

1. **LE CARBONE**, pour le changement climatique.
2. **CIRCULARITÉ**, pour des produits et des offres durables.
3. **LA VISION MONDIALE**, pour l'impact social de l'entreprise.
4. **INCLUSION**, pour les employés.
5. **ÉTHIQUE**, pour des pratiques équitables et éthiques au sein de la chaîne de valeur.

Chaque pilier a un engagement clair en faveur de la durabilité. Par exemple, le pilier Les Yeux sur le Carbone traite du changement climatique, de la préservation de l'environnement en réduisant la consommation d'énergie et d'eau

dans les activités de l'entreprise et en limitant son empreinte carbone.

Le pilier Les Yeux sur la Circularité vise à optimiser l'utilisation des ressources pour EssilorLuxottica, notamment en passant des matériaux d'origine fossile aux matériaux d'origine biologique et en intégrant l'éco-conception dans tous les développements de produits d'ici à 2025, explique M. Dimichino. Pour résoudre le problème des déchets, l'entreprise a adopté l'approche des 4R, qui comprend la recherche, la réduction du volume des matériaux dans les processus de fabrication et de distribution, la réutilisation et le recyclage des matières premières, et la réduction des emballages.

Le groupe continue de travailler sur les leviers techniques qui soutiennent la circularité des sources, comme le passage continu des matériaux d'origine fossile aux matériaux d'origine biologique, ainsi que sur sa capacité à recycler les déchets industriels en interne ou par l'intermédiaire de partenaires externes.

À l'avenir, le secteur de la lunetterie sera confronté à des défis de coûts pour l'ensemble de la chaîne de valeur, avec à l'horizon des exigences envers l'empreinte carbone et la gestion des déchets et du recyclage.

« Les seuls moyens réalistes de gérer les pénuries actuelles et futures de matières premières seront l'introduction de nouveaux matériaux offrant une haute recyclabilité ou l'amélioration des processus de recyclage », déclare M. Hoegh. « Actuellement, bon nombre des métaux et des aluminiums utilisés sont recyclés, mais pas de manière propre. Ces nouveaux matériaux devront également être moins gourmands en énergie et en eau afin de réduire l'empreinte carbone et la pollution causées par les matériaux actuels ».

« L'électricité, l'eau et la pollution deviendront des éléments externes qui pourront encore faire grimper les coûts à l'avenir. Il existe plusieurs options viables dans le pipeline des nouveaux matériaux ; toutefois, leur intégration nécessitera des investissements de la part de l'industrie ». **PO**

LA VISION EST PROPRE

Un avenir plus écologique pour les verres
et les lentilles de contact

PAR DAVID GOLDBERG

Notre planète est confrontée à un problème de pollution plastique dévastateur. Les scientifiques ont découvert des microplastiques dans notre alimentation, notre eau potable et même notre sang. Alors que les écologistes et les consommateurs réguliers demandent aux entreprises d'en faire plus, les fabricants de lunettes et de lentilles de contact ont répondu à l'appel.

Chaque année, les Nord-Américains envoient des milliards de paires de lunettes et des milliards de kilogrammes de déchets de lentilles de contact à la décharge, et ce uniquement parce qu'ils ne connaissent pas les programmes de collecte et de recyclage spécialisés de l'industrie.

Prisme Optique s'est entretenu avec des experts pour savoir comment les lentilles sont recyclées, ce à quoi elles sont utilisées, et comment les professionnels des soins oculaires peuvent participer au mouvement vers un avenir plus durable.

Recyclage des lunettes

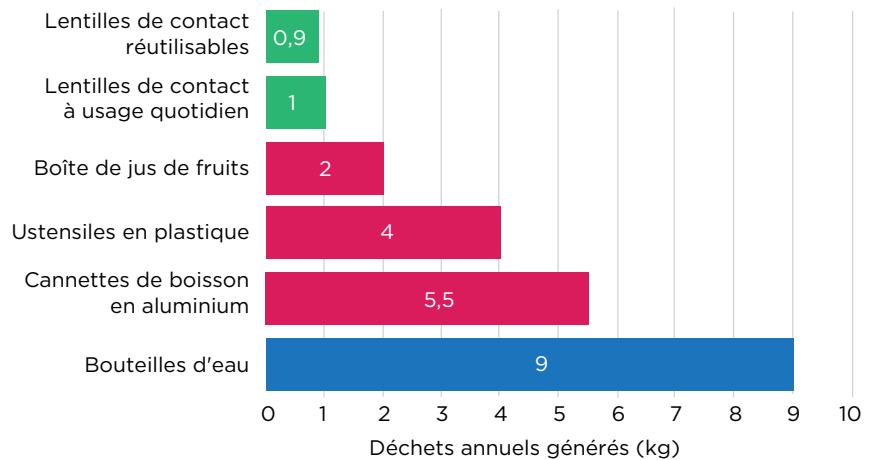
Donner des lunettes qu'on a aimées auparavant à quelqu'un d'autre dans le besoin est une solution gagnant-gagnant. Même une paire de lunettes jetée dans la poubelle bleue finira presque certainement dans une décharge, mais les donner à quelqu'un d'autre permet de les conserver et d'aider ceux qui n'auraient pas les moyens de s'offrir des lunettes autrement. Il s'agit d'un recyclage au sens le plus pur du terme.

Plusieurs organisations proposent aux professionnels des soins oculaires des options pratiques pour aider les Canadiens à donner un nouveau foyer à leurs lunettes, notamment le *Canadian Lions Eyeglass Recycling Centre* (CLERC). L'organisation dispose de centaines de points de collecte à travers le pays et elle affirme qu'environ 40 % des lunettes données sont suffisamment en bonne condition pour être réutilisées. En 25 ans, le CLERC a placé six millions de paires de lunettes données sur le visage de personnes dans 103 pays.

Si les lunettes sont cassées et ne peuvent être sauvées, il existe toujours une option plus durable que la poubelle. TerraCycle est une entreprise de recyclage innovante qui traite les déchets pour lesquels la plupart des systèmes municipaux n'ont pas les ressources nécessaires pour les recycler correctement. Par exemple, dans le cadre du programme *Eyewear Zero Waste Box*, les commerçants collectent des lunettes pour les recycler, notamment des lunettes de vue, des lunettes de soleil, des lunettes de protection, et plus. Dans les installations de TerraCycle, les lunettes sont décomposées et les matières premières sont séparées pour être recyclées.

L'entreprise s'efforce d'utiliser tous les débris de plastique possibles, explique M. Bharat Thazhathu, directeur principal des opérations nord-américaines de TerraCycle. « Même après la séparation (des matériaux), une grande partie sera un mélange de thermoplastiques et de thermodurcissables qui ne peuvent pas être remoulés », explique M. Thazhathu. « En tant que tel, le matériau

FIGURE 1 : Déchets annuels générés par la consommation ou l'utilisation quotidienne (365 jours) de produits courants. (Données de Routhier et al.) Boire une bouteille d'eau par jour génère 10 fois plus de déchets que d'utiliser quotidiennement des lentilles de contact réutilisables ou jetables.



Reproduit avec l'autorisation du Centre for Ocular Research and Education (CORE).

résultant sera utilisé comme matériau de remplissage dans plusieurs procédés tel que pour la fabrication de palettes d'expédition en plastique ».

Recyclage des lentilles de contact

Le recyclage des lentilles de contact présente sa propre série de défis, principalement en raison de leur petite taille et de la complexité de leur composition matérielle. Mais des solutions innovantes ont été développées pour collecter, nettoyer et recycler ces lentilles en une multitude de produits. Malheureusement, la majorité des utilisateurs de lentilles de contact ne le savent pas encore.

Selon une étude récente de Johnson & Johnson Vision, environ 58 % des porteurs de lentilles de contact ne savaient pas qu'ils pouvaient recycler leurs lentilles, 57 % jetaient leurs lentilles usagées à la poubelle et 20 % les jetaient dans les toilettes.

« Ces méthodes pour disposer des lentilles sont inappropriées et peuvent avoir des

conséquences dévastatrices », expliquent M. Lyndon Jones, directeur, et Mme Alison Ng, cheffe de la recherche clinique au *Centre for Ocular Research and Education* (CORE).

« De grands et petits fragments de lentilles de contact ont été retrouvés dans les boues d'épuration, et comme 50 % des boues d'épuration traitées aux États-Unis sont utilisées comme biosolides (matière organique traitée provenant des eaux usées et utilisée comme engrais) dans l'agriculture, cela peut potentiellement introduire davantage de plastiques dans la chaîne alimentaire ».

En réponse, les principaux fabricants de lentilles de contact intègrent activement dans leurs activités des pratiques durables sur le plan environnemental qui portent sur l'ensemble du cycle de vie du produit. Des fabricants comme Alcon, Bausch + Lomb, CooperVision, Johnson & Johnson Vision ont entrepris des changements opérationnels significatifs et déployés des efforts pour réduire la consommation d'énergie et d'eau, passer à des sources d'énergie renouvelables, minimiser l'emballage des produits, opter

**PLUS DE 3 000 000
DE LENTILLES DE
CONTACT ET DE PACKS
DE BLISTER ÉVITENT
LES DÉCHARGES ET
COURS D'EAU !**



L'équivalent de plus de
29 000 livres de déchets



L'équivalent de
5 800 oies canadiennes



L'équivalent de
10 orques

pour des options d'expédition à faible teneur en carbone et détourner les déchets des sites d'enfouissement.

L'année dernière, TerraCycle et Bausch + Lomb ont lancé *Every Contact Counts*, le tout premier programme de recyclage des lentilles de contact au Canada. Les patients peuvent déposer leurs lentilles de contact et leur emballage de n'importe quelle marque dans les cabinets d'ophtalmologie participants à travers le Canada. Jusqu'à date, TerraCycle a recyclé trois millions de lentilles de contact et leurs packs de blisters au Canada, ce qui représente 29 000 livres de déchets dans les décharges et les cours d'eau évités, soit l'équivalent du poids de 10 orques ou de 58 000 oies du Canada. À l'échelle mondiale, le programme a permis de recycler 60 millions de lentilles de contact et de packs de blisters, ce qui représente 373 000 livres de déchets (l'équivalent de 112 véhicules de grandeur moyenne).

Autre exemple de changement durable, Alcon et CooperVision se sont associés à Plastic Bank, une entreprise sociale visant à réduire le plastique dans les océans. Grâce à

ce partenariat, ils proposent des lentilles de contact neutres en plastique. Chaque boîte vendue permet de financer la collecte et le recyclage d'une quantité équivalente de déchets plastiques généraux, correspondant au poids du plastique utilisé dans les produits et les emballages de lentilles de contact.

Grâce à ce programme, CooperVision a récupéré l'équivalent de 114,8 millions de bouteilles en plastique des océans, et ce succès a conduit l'entreprise à étendre son initiative de neutralité plastique nette à d'autres produits.

« Alors que les patients sont de plus en plus sensibilisés, les professionnels des soins oculaires devront prendre du recul pour réfléchir à comment ils peuvent continuer à soigner leurs patients sans nuire à l'environnement », déclarent M. Jones et Mme Ng de CORE. « De petits changements progressifs et continus par les fabricants des lentilles de contact, les professionnels des soins oculaires et les patients peuvent réduire notre empreinte environnementale et créer un avenir plus lumineux pour tous ». **PO**

FIGURE 2 : Composants de chaque élément des produits pour lentilles de contact. (Adapté de Smith et al, 2022.) Les codes de couleur indiquent le potentiel de recyclage du composant, où : vert=peut être recyclé par des systèmes de recyclage domestiques typiques ou des systèmes de recyclage spécialisés, orange=peut être recyclé en utilisant un système de recyclage spécialisé en dehors du système commun, et rouge=ne peut pas être recyclé actuellement.

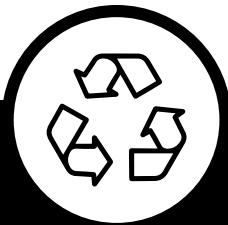
	Lentilles quotidiennes jetables	Lentilles réutilisables	Pack de solutions polyvalentes (MPS)
Emballage externe	●	●	●
Lentilles de contact	●	●	
Feuilles d'aluminium	●	●	
Plaques de blister	●	●	
Brochure d'information pour le patient			●
Étui pour lentilles de contact			●
Flacon de MPS			●
Couvercle MPS			●
Bague sécurisante de MPS			●
Bouchon MPS			●

Reproduit avec l'autorisation du Centre de recherche et d'éducation oculaire (CORE).

QUI PRODUIT LE PLUS DE POLLUTION PLASTIQUE ?

Des chercheurs de l'université de Manchester, au Royaume-Uni, ont constaté que les porteurs de lentilles de contact qui utilisent des lentilles quotidiennes jetables produisent 27 % de déchets plastiques en plus que les porteurs de lentilles mensuelles.

Cependant, la même étude a également montré que les déchets liés aux lentilles de contact peuvent être recyclés par les porteurs de lentilles réutilisables à 78% à leur maison, et que les porteurs de lentilles quotidienne jetables ont accès à des options de recyclage qui leur permettent de les recycler à 100%.



Focus sur le développement durable

Voici comment d'autres fabricants de lentilles s'engagent dans des pratiques plus durables :

HOYA Vision Care Canada

HOYA s'est engagée à réduire son impact sur l'environnement en mettant en œuvre d'importantes réductions de la consommation d'énergie, en visant 100 % d'électricité renouvelable d'ici 2040, avec un objectif intermédiaire de 60 % d'ici 2030. Les initiatives comprennent également des mesures de prévention des déchets axées sur la réduction de l'utilisation de l'eau dans la fabrication et le recyclage des emballages tout au long de la chaîne d'approvisionnement.

Essilor-Luxottica

Essilor-Luxottica s'est engagée à réduire son empreinte carbone et à atteindre la neutralité carbone dans ses activités directes d'ici 2025, avec des étapes clés déjà franchies en France et en Italie depuis 2021. L'entreprise a également pour objectif de passer de matériaux d'origine fossile à des matériaux d'origine biologique pour tous ses produits d'ici 2025.

Nikon

Dans le cadre de son engagement en faveur d'un modèle de production plus durable, Nikon a investi dans un système de filtrage spécial qui permet de recycler l'eau et de réduire la consommation globale d'eau de 90 %.

Tous les matériaux résiduels sont éliminés de manière écologique par le biais d'entreprises spécialisées.



de contrôle de la progression horizontale qui contrôlent la progression de la myopie en s'assurant que la lumière est réfractée pour frapper devant la rétine plutôt que derrière.

Une étude clinique indépendante a démontré qu'après deux ans, les verres basés sur les mêmes principes que MyCon réduisaient la croissance de la longueur axiale de l'œil d'environ 56 %. Il s'agit d'une étape importante dans la gestion de la myopie, offrant une solution tangible pour ralentir une condition qui a des implications considérables pour la santé visuelle des enfants.

Au-delà de la science, les verres MyCon sont conçues en prenant le porteur en considération. Disponibles en indices différents, elles sont plus fines et plus élégantes que de nombreuses autres solutions, ce qui permet de lever l'un des principaux obstacles au port de lunettes par les enfants : l'esthétique. Cette conception réfléchie ouvre aux opticiens de nouvelles perspectives démographiques en leur offrant un produit qui répond à la fois aux besoins médicaux et sociaux de leur jeune clientèle.

Avec une solution qui contrôle la progression de la myopie et un design qui plaît aux jeunes porteurs, les verres MyCon représentent un grand pas en avant dans le traitement de la myopie. **PO**

Visitez centennialoptical.com pour en savoir plus

Les professionnels des soins oculaires disposent d'une nouvelle ressource vitale pour le traitement de la myopie chez les enfants. Centennial Optical a introduit les verres Rodenstock MyCon sur le marché canadien, distribuant cette solution innovante conçue pour contrôler la progression de la myopie chez les jeunes yeux.

Depuis que les enfants passent moins de temps en extérieur et plus de temps sur les appareils numériques, l'incidence de la myopie a augmenté de façon spectaculaire.

Rodenstock - un nom synonyme de technologie de pointe en matière de vision - prend les devants avec les verres MyCon, spécialement conçues pour traiter et contrôler la progression de la myopie chez les enfants.

Le principe de conception des verres MyCon est aussi ingénieux qu'efficace. Les verres uni-focaux traditionnels corrigent la myopie en concentrant la lumière directement sur la rétine. Par inadvertance, la lumière périphérique se concentre derrière la rétine, ce qui peut stimuler l'allongement de l'œil et aggraver la myopie. Les verres MyCon sont conçues avec des zones

LE VERRE MYCON DE RODENSTOCK CONTRÔLE LA MYOPIE ET ASSURE UNE SANTÉ OCULAIRE DANS LE TEMPS

PRÉSENTATION DES VERRES MYCON DE RODENSTOCK

Les verres MyCon de Rodenstock sont conçus pour corriger la myopie et offrir une vision nette tout en contrôlant la progression de la myopie chez les enfants.

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

Centennial
toujours en vue

R
RODENSTOCK



Lorem ipsum
BY SUZANNE

Des déchets *aux* TRÉSORS

Des mégots de cigarettes aux grains de café, aux bouteilles en plastique, aux filets de pêche, les créateurs de lunettes d'aujourd'hui prouvent que les montures peuvent être fabriquées à partir de presque n'importe quel matériau recyclé. Et c'est bon pour la planète sans sacrifier le style, la couleur ou la forme.

PAR SUZANNE LACORTE



1.



2.

CONSEILS DE

Style

Libérez l'authenticité du style de vos clients en leur offrant des lunettes recyclées qui révèlent leur véritable personnalité.

Renforcez leur individualité en tissant un récit captivant de mode éthique et d'expression personnelle, suscitant ainsi admiration et attention.

- WENDY BUCHANAN
Experte en image de lunettes



3.



4.



5.



6.



7.

1. MIO1030 de Mita 2. Recycled Money de Dresden 3. KAUF0164 de Karün
4. Rose de Eco 5. Dayla de Ochis 6. Hudson de Sea2See 7. Harlyn de Waterhaul



Aveuglés par la lumière

Les dangers invisibles de l'exposition solaire

PAR LE DR MARTIN SPIRO, PRÉSIDENT DE LA CAO

Alors que l'éclipse solaire capte l'attention des gens partout au Canada et ailleurs, il est essentiel de souligner l'importance de la sécurité oculaire. Alors que nous nous émerveillons de la beauté de la nature, il est crucial de rappeler à nos patients que regarder directement le soleil, même pendant une éclipse, peut causer des dommages irréversibles.

Les rayons ultraviolets émis par le soleil peuvent entraîner une rétinopathie solaire, une affection caractérisée par des lésions permanentes de la rétine, causant une vision floue, voire même une cécité. Nous ne voulons pas que les gens aient peur et passent à côté de cet événement rare, mais nous voulons nous assurer que l'éclipse reste dans les mémoires comme un spectacle extraordinaire, plutôt que comme une vision endommagée.

Il est impératif d'utiliser des lunettes solaires certifiées conformes à la norme internationale de sécurité ISO 12312-2. Les lunettes improvisées, telles que les lunettes de soleil, le verre fumé ou les filtres faits maison, ne

doivent pas être utilisées, car elles n'offrent pas une protection adéquate. Pour ceux qui ne peuvent pas se procurer de lunettes solaires certifiées, regarder l'éclipse en ligne ou utiliser des techniques de visualisation indirecte telles que les projecteurs à sténopé sont d'excellentes alternatives.

La discussion et la couverture médiatique de l'éclipse signifient que la plupart des gens ont au moins une certaine conscience des risques potentiels, mais en général, les gens sont moins préoccupés par leur exposition aux UV au quotidien. L'éclipse est un excellent point de départ pour sensibiliser vos patients aux bonnes habitudes de protection contre les UV tout au long de l'année.

Nous avons tous ressenti les effets immédiats d'un coup de soleil lorsque nous avons oublié d'appliquer de la crème solaire, mais les effets de l'exposition aux UV sur la santé oculaire peuvent être plus subtils et plus faciles à ignorer. L'un des défis auxquels nous sommes confrontés est de combattre l'idée fausse selon laquelle les dommages causés par les UV ne concernent que les mois d'été. Les rayons UV sont un problème tout au long de l'année et leurs effets

cumulatifs peuvent se manifester au fil du temps, entraînant des pathologies telles que la cataracte, la dégénérescence maculaire et le ptérygion.

Nombreux sont ceux qui ne réalisent pas que les UV ne se limitent pas aux journées ensoleillées. Même par temps couvert, les rayons UV peuvent traverser la couverture nuageuse et constituer une menace pour les yeux non protégés. Les rayons UV peuvent se refléter sur des surfaces telles que l'eau, la neige et le sable, intensifiant ainsi leur impact sur nos yeux. Il est donc essentiel de donner la priorité à la protection des yeux tout au long de l'année, quel que soit le temps.

L'intégration d'éléments de style personnel dans les lunettes peut renforcer l'attrait de la protection solaire. Comprendre les priorités de chaque patient vous permet de mettre en avant le large éventail d'options de protection des yeux. Les verres polarisés ou les verres correcteurs changeront la donne pour certains. D'autres se tourneront vers des marques ou des styles de montures particuliers. Lorsque quelqu'un aime ses lunettes de soleil, il est plus enclin à les porter !

Il est également important de prendre en compte d'autres facteurs de risque lorsqu'on aborde la question de la protection solaire. Les patients qui prennent des antibiotiques ou qui utilisent des produits contenant du Retin-A peuvent être plus sensibles à l'exposition au soleil, tout comme ceux qui ont les yeux plus clairs ou qui souffrent de cataracte. Une meilleure connaissance des risques et des moyens de les atténuer permettra aux gens de faire de meilleurs choix et de comprendre les effets à long terme sur leur vision et leur santé oculaire.

L'éducation à la protection solaire est l'un des moyens les plus simples de préserver la vision et la santé oculaire. En préconisant des pratiques de protection solaire lors d'événements ponctuels comme l'éclipse et en soulignant l'importance d'une protection contre les UV tout au long de l'année, nous pouvons donner à nos patients les moyens de faire des choix éclairés qui préservent leur santé oculaire et contribuent à leur assurer un avenir radieux. **PO**

Le Dr Martin Spiro est président de l'Association canadienne des optométristes (ACO). L'ACO est la voix nationale de l'optométrie, offrant leadership et soutien à plus de 8 300 membres (optométristes, étudiants et assistants en optométrie) afin d'améliorer la prestation de soins oculaires sains et d'une vision claire pour tous les Canadiens.



Les métalliques

Les montures en métal
sont toujours tendance,
et ces exemples légers
et sophistiqués offrent de
nouvelles interprétations
d'un favori qui a fait
ses preuves.

PAR SUZANNE LACORTE



1. 4807 par Andy Wolf Eyewear. 2. Carrera 3035 de Safilo. 3. OTP-176 de WestGroupe.
4. Mita Eyewear MIO1035 par Eredità. 5. Red Rose, Montova de OGI. 6. Zaniah 500 de LOOL.
7. Victoria Beckham VB2129 de Marchon. 8. Vogue Eyewear VO4298T de Luxottica.

Entrepôt de la Lunette : Le concept gagnant en franchise

Le concept de franchise Entrepôt de la Lunette, lancé en 2023, a suscité un intérêt chez les professionnels des soins oculaires désireux de créer leur propre commerce. M. Pierre Charenton, Vice-président exécutif du Groupe Vision Optique, souligne l'attrait du modèle de franchise : « Ce qui interpelle les futurs partenaires, c'est notre modèle d'affaires hautement compétitif et notre engagement à offrir des prix abordables sans compromettre la qualité, une combinaison qu'il est difficile de trouver ailleurs. Les opticiens et optométristes avec lesquels nous travaillons apprécient notre concept qui les soutient dans le développement de leur entreprise. L'Entrepôt de la Lunette leur apporte un savoir-faire en marketing, en approvisionnement de montures et de verres et en gestion et formation ».

Offrir des lunettes au meilleur prix

Le lancement du programme de franchise a suscité un intérêt immédiat, conduisant à l'ouverture prochainement du premier magasin franchisé Entrepôt de la Lunette en avril 2024.

M. Daniel Beaulieu, Président et Chef de la direction du Groupe Vision Optique, y voit le début d'une nouvelle phase pour l'Entrepôt de la Lunette :



« L'ouverture de notre première franchise à Saint John au Nouveau-Brunswick marque le début d'une nouvelle étape dans la croissance de notre groupe. En plus de vouloir continuer notre développement au Québec et dans l'Atlantique, nous souhaitons commencer notre expansion en Ontario ».

Un concept à la pointe de l'innovation

L'innovation est au cœur du succès de notre entreprise, illustré par le porte-

feuille de technologies dans lesquelles nous avons investi.

« En plus d'un choix de 2000 montures, nous offrons aux consommateurs une gamme de verres progressifs de haute technologie pouvant être parfois à des prix jusqu'à 50 % inférieurs à ceux de nos concurrents », affirme M. Daniel Beaulieu.

« Avec l'introduction des montures sur mesure, les clients peuvent désormais accéder à des lunettes 100% personnalisables à un prix incroyable. L'Entrepôt de la Lunette n'est pas uniquement destiné aux

porteurs de lunettes dont le budget est serré ; nous nous adressons à tous ceux qui en ont assez de payer trop cher pour des lunettes de prescription. Fournir des produits de qualité supérieure à des prix équitables est la clé de voûte de la mission de l'Entrepôt de la Lunette », affirme M. Pierre Charenton.

Un marketing dynamique personnalisé

Leader en stratégies marketing, l'Entrepôt de la Lunette innove encore une fois avec l'introduction d'un marketing de fidélisation basé sur l'essai virtuel de montures.

Mme Jenny Tzelardonis, Directrice marketing et chargée de projet au développement des affaires, souligne l'importance de ce projet : « Il est essentiel de fidéliser nos clients en leur offrant une expérience sur mesure.

« Ce qui interpelle les futurs partenaires, c'est notre modèle d'affaires hautement compétitif et notre engagement à offrir des prix abordables sans compromettre la qualité, une combinaison qu'il est difficile de trouver ailleurs. »

– M. Pierre Charenton, Vice-président exécutif du Groupe Vision Optique

Par exemple, une de nos technologies nous permet de créer une sélection personnalisée de montures en fonction des préférences du client et lui envoyer un message dans lequel il pourra faire l'essai virtuel de cette sélection.

compétitif proposant des lunettes de qualité au meilleur prix. Grâce à un modèle clé en main et un savoir-faire en matière d'innovation et de marketing, le concept de franchise de l'Entrepôt de la Lunette offre des retours sur investissement intéressants. **PO**

Un concept gagnant dans un marché concurrentiel

Avec une expérience de 10 ans sur le marché canadien, l'Entrepôt de la Lunette a créé un concept robuste et

Pour ceux qui souhaitent rejoindre le réseau en pleine expansion de l'Entrepôt de la Lunette, veuillez contacter franchising@opticalwarehouse.ca pour la présentation complète des opportunités de partenariat disponibles.



UNE OPPORTUNITÉ DE FRANCHISE UNIQUE

La seule chaîne d'optique offrant des verres de **haute qualité** à prix abordables garantissant des **marges compétitives**.

Reconnu comme

FCCQ

MODÈLE D'AFFAIRES À SUCCÈS

Par la Fédération des chambres de commerce du Québec

- ✓ **COÛT DE FRANCHISE LE PLUS BAS AU CANADA**
- ✓ **FAIBLE INVESTISSEMENT INITIAL**
- ✓ **VALEUR D'ENTREPRISE GARANTIE**
- ✓ **FORT POTENTIEL DE PLUS-VALUE DÈS LA TROISIÈME ANNÉE**

Demandez la présentation complète de la compagnie !
franchising@opticalwarehouse.ca

ENTREPÔT DE LA LUNETTE

LUNETTES COMPLÈTES

À PARTIR DE

70\$*

*Voir précisions en lunetterie.

LA FIN DES LUNETTES CHÈRES.



Diversification des O.D.

Les Albertains bénéficieront de l'expansion du champ d'exercice des optométristes proposée

PAR EVRA TAYLOR



Avec la pénurie croissante de praticiens de la santé, le manque d'accès est une préoccupation sérieuse pour les Canadiens dans toutes les provinces. C'est pourquoi l'Alberta a pris des mesures pour combler l'écart entre les besoins croissants et fournir les ressources indispensables en proposant d'élargir davantage le champ d'exercice des optométristes dans la province.

L'*Alberta College of Optometrists* affirme que les progrès dans l'éducation et la formation des optométristes de l'Alberta ont dépassé leur champ d'exercice actuel, et que les docteurs en optométrie (O.D.) sont formés et cliniquement entraînés pour exercer à un niveau supérieur à celui actuellement légiféré.

CONTEXTE

En 2015, l'*Alberta College of Optometrists* a cherché à élargir le champ d'exercice de l'optométrie prévu par la loi afin de fournir

des soins plus efficaces et d'améliorer les résultats pour la santé des Albertains, avec l'avantage supplémentaire de réduire les coûts pour le gouvernement. L'expansion avait également pour but de soutenir le travail des cliniques d'optométrie du secteur privé qui offrent de nouveaux services dans les zones urbaines et rurales, en dehors des établissements des services de santé de l'Alberta.

En 2015, l'*Alberta College of Optometrists* a cherché à élargir le champ d'exercice de l'optométrie prévu par la loi afin de fournir des soins plus efficaces et d'améliorer les résultats pour la santé des Albertains.

Le gouvernement de l'Alberta a approuvé officiellement la version révisée de La Réglementation sur la profession d'optométriste plus tard dans l'année. Tous les op-

tométristes qui ont suivi avec succès le cours de certification de compétence avancée sont désormais autorisés à exercer toutes les nouvelles responsabilités, notamment :

- L'autorisation de délivrer, prescrire, vendre ou fournir pour la vente tous les médicaments topiques et oraux des annexes 1 et 2 dans le cadre de la pratique de l'optométrie ;
- L'autorisation de gérer et de traiter le glaucome de façon indépendante ;
- L'autorisation de commander des tests de laboratoire ;

- L'autorisation de commander et d'appliquer des radiations non ionisantes sous forme d'ultrasons.

La réglementation de 2015 ne permettait pas aux optométristes d'exploiter des officines pharmaceutiques dans leur cabinet. Étant donné que la grande majorité des services de santé sont fournis dans le cadre d'un modèle collaboratif basé sur le travail d'équipe, le règlement stipule que les optométristes doivent communiquer avec d'autres professionnels de la santé afin d'assurer des soins appropriés et optimaux

L'amendement inclut l'autorisation d'effectuer des traitements mineurs au laser et des interventions chirurgicales superficielles sur la peau, telles que l'ablation de fibromes cutanés, de verrues et d'autres lésions superficielles.

Les avantages de cette demande d'expansion incluent :

- Un meilleur accès aux services de soins de la vue dans toutes les régions de la province. Ceci est particulièrement important pour les populations rurales, éloignées et indigènes.

En 2020, l'Alberta College of Optometrists a demandé une expansion supplémentaire du champ d'exercice, afin d'offrir de meilleurs résultats en santé oculaire, de manière plus efficace et efficiente.

aux patients. Cela concerne des domaines tels que : les données de diagnostic, les prescriptions pharmaceutiques, les services de traitement, les résultats des tests de laboratoire et le diagnostic des signes oculaires de maladies systémiques.

POURSUITE DE L'EXPANSION

En 2020, l'Alberta College of Optometrists a demandé une expansion supplémentaire du champ d'exercice, afin d'offrir de meilleurs résultats en santé oculaire, de manière plus efficace et efficiente, et de veiller à ce que les Albertains puissent accéder à un plus grand nombre de services que les optométristes sont formés et entraînés à fournir.

- Une réduction de la facturation des médecins au système de santé d'Alberta grâce à l'élimination des référencement obligatoires pour être soigné. Il en résulte une plus grande efficacité et de réelles économies dans le système de santé.
- Réduction des paiements du gouvernement pour les médicaments contre le glaucome destinés aux personnes âgées.
- Amélioration de l'état de santé des patients.
- Réduction de la pression sur les médecins de famille, les cliniques sans rendez-vous et les services d'urgence.

PROCÉDURES AVANCÉES

L'Ordre a demandé que les O.D. soient autorisés à fournir :

- Trois procédures spécifiques de traitement au laser - l'iridotomie périphérique (IP), la trabéculoplastie sélective au laser (TSL) et la capsulotomie au Nd-YAG - à effectuer en cabinet.
- Les interventions chirurgicales mineures visant à retirer des lésions cutanées mineures telles que les fibromes cutanés, les papillomes, les verrues, etc. à effectuer en cabinet sous anesthésie locale.

Seuls les optométristes qui ont réussi un cours de certification rigoureux et un examen final, ou un programme d'études accepté par l'Ordre, se verront accorder la désignation Procédures avancées sur leur permis d'exercice et seront autorisés à offrir toutes nouvelles activités proposées.

Les O.D. qui n'ont pas la désignation Procédures avancées pourront toujours :

- Demeurer un membre réglementé de l'ACO pour continuer à pratiquer en Alberta à leur niveau de pratique actuel.
- Transférer d'une autre province pour exercer en Alberta, puisque la désignation Procédures avancées ne serait pas considérée comme l'une des exigences d'inscription obligatoires pour les candidats au transfert. Ces candidats interprovinciaux pourront être transférés en Alberta et commencer à exercer immédiatement.

La proposition est encore en cours d'examen par le ministère de la santé de l'Alberta. **PO**

Lutte contre le glaucome à TNL

Expansion du champ d'exercice à Terre-Neuve-et-Labrador

En 2021, Terre-Neuve-et-Labrador a annoncé que la réglementation provinciale avait été modifiée pour élargir le champ d'exercice des optométristes afin d'y inclure le traitement et la prise en charge des patients chez qui un glaucome a été diagnostiqué.

En vertu du règlement modifié sur les médicaments diagnostiques et thérapeutiques de la *Optometry Act*, le champ d'activité des optométristes comprend

désormais le diagnostic, la gestion et le traitement du glaucome, conformément à leur éducation et à leur formation formelle, ainsi que fournir des médicaments oraux des annexes 1 et 2 pour le traitement des maladies oculaires.

Ces règlements soutiennent l'intention du gouvernement provincial d'améliorer l'accès des patients aux soins de santé.

LE BÉLIER



21 MARS - 19 AVRIL

Les signes astrologiques en disent long sur la personnalité d'une personne, qui se reflète à son tour dans son sens du style. Voici « l'horoscope lunettes » pour le signe astrologique du mois.

Les Béliers sont connus pour être audacieux, confiants et énergiques dans leur sens de la mode. Ils aiment s'affirmer par leurs choix vestimentaires et ne craignent pas de prendre des risques de styles.

Les Béliers sont attirés par les couleurs vives et ardentes telles que le rouge, l'orange et l'or. Ils sont également attirés par les styles élégants et tendance qui mettent en valeur leur personnalité forte et affirmée.

La mode Bélier consiste à être au centre de l'attention et à exsuder un sentiment de puissance et d'autorité à travers ses choix vestimentaires.

Parmi les icônes de style du Bélier, citons Lady Gaga, Elton John, Sarah Jessica Parker et Robert Downey Jr. Faut-il en dire plus ? **PO**



Liesse par
Lafont



Grober par
Moscot



Coati par
Woodys



Fortitude
par Vontéle



Ottoman
de LeParc

Les O.D. ont aussi besoin d'être accompagnés

Comment créer une culture de l'apprentissage

PAR NANCY DEWALD, LEAD UP TRAINING AND CONSULTING

Au cours des derniers mois, j'ai remarqué des incohérences dans la façon dont les médecins ophtalmologistes exercent leur profession au sein d'une même clinique. Cette situation est préoccupante pour plusieurs raisons :

1 Intégrité de la marque

La principale force d'une marque est la cohérence ; il est difficile de construire votre marque lorsque l'expérience diffère d'un O.D. à l'autre. Pensez aux marques fortes - l'expérience Starbucks est cohérente partout dans le monde, et si une entreprise peut le faire à l'échelle mondiale, nous pouvons le faire au sein d'une même pratique.

2 Occasions manquées

Il se peut que nous ne répondions pas à tous les besoins de nos patients et que nous manquions des opportunités de revenus. Il est important de comparer les résultats des O.D. pour comprendre où se situent les opportunités potentielles.

3 Culture du cabinet

Le fait d'avoir des attentes différentes pour le personnel et les O.D. peut avoir un effet négatif et réduire la productivité.



Que pouvez-vous faire ?

- Créez une culture de l'apprentissage, de l'accompagnement et de la collaboration.
- Surveillez les résultats et organisez régulièrement des réunions d'O.D. au cours desquelles vous exploitez les points forts de chacun pour apprendre les uns des autres.
- Obtenez un retour d'information et des idées sur l'expérience des patients et les processus.

À mesure que le champ d'action s'élargit et qu'il y a tant de priorités concurrentes, nous devons nous soutenir les uns les autres. Lorsque j'encadre des O.D., je constate qu'ils sont ouverts et désireux d'apprendre - il suffit d'avoir la conversation et de communiquer notre intention de les soutenir.

Ne supposez pas qu'ils connaissent ou soient à l'aise avec les compétences relationnelles. Ils peuvent avoir besoin d'aide pour comprendre comment parler à un patient du demodex sans le faire paniquer, comment expliquer la

différence entre une lunette de soleil bon marché et une lunette de soleil de qualité, etc. Lorsque leurs patients seront plus heureux et que leur revenu augmente, ils vous remercieront.

Abordez les problèmes en temps utile dans le cadre d'un accompagnement individuel. Récemment, l'un de mes clients a dû faire part de ses inquiétudes à un O.D. associé. Le client évitait cette conversation depuis plus d'un an. Nous avons examiné ensemble comment la conversation devait se dérouler, en nous concentrant sur la cause première du problème et en veillant à ce que l'approche ne soit pas confrontante.

Même si cela a été difficile et en dehors de la zone de confort de ce propriétaire, ils ont eu une conversation productive et se sont mis d'accord sur les prochaines étapes. Lorsque j'ai fait le suivi, le propriétaire a répondu : « J'ai l'impression qu'on m'a enlevé une tonne de briques des épaules ».

L'accompagnement est une compétence acquise. Il est normal de proposer son aide ; ce n'est PAS acceptable d'éviter

les conversations et de laisser grandir le ressentiment.

Discutez toujours des critiques ou des commentaires des patients, même s'ils sont perçus comme difficiles ; les commentaires offrent toujours une possibilité d'apprentissage. C'est un cadeau qu'il ne faut pas négliger.

Définissez des attentes claires pour l'ensemble de l'équipe et veillez à ce que chacun connaisse ses responsabilités. En d'autres termes, chacun doit faire ce qu'il a dit qu'il ferait.

Vous pouvez donner un coup de fouet à votre entreprise en améliorant simplement votre communication et votre accompagnement. Vous constaterez une augmentation des résultats et un excellent retour sur investissement !

Comme toujours, je suis là pour vous aider. **PO**

Nancy Dewald est une professionnelle du développement commercial, 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 commerciales, la mise en œuvre de solutions et le développement de leaders. Pour en savoir plus, visitez leaduptrainingandconsulting.com.

Association des opticiens du Canada L'UNION FAIT LA FORCE

OPTICIANS.CA

Assurance responsabilité professionnelle personnelle gratuite

Formations continues accréditées en ligne gratuites

Cadeau de fidélité à la 5ème année d'adhésion
et plus





L'innovation à l'honneur

L'AOC présente une nouvelle base de données et une nouvelle conception de son site web

PAR ROBERT DALTON, DIRECTEUR GÉNÉRAL DE L'AOC

Nous sommes ravis d'annoncer une transition passionnante pour l'Association des opticiens du Canada (AOC), avec le lancement de notre nouvelle base de données et d'une nouvelle conception de notre site Web. Cet effort transformateur marque une avancée significative pour l'amélioration de l'expérience de nos membres et vous offre un soutien inégalé dans votre parcours professionnel.

Rehausser votre expérience de membre grâce à une connexion simplifiée, à un apprentissage personnalisé et à une technologie de pointe.

Voici quelques éléments clés de notre nouvelle plateforme :

OUVERTURE DE SESSION EN UN SEUL CLIC : Dites adieu aux connexions multiples ! Avec notre nouvelle plateforme,

les membres peuvent se connecter une seule fois pour l'ensemble de l'expérience, ce qui simplifie le processus de connexion et vous fait gagner un temps précieux.

PRIORITÉ À LA CONVIVIALITÉ POUR LES MEMBRES :

Notre site web repensé met l'accent sur la convivialité pour les membres. Nous avons simplifié l'interface pour ne vous montrer uniquement ce dont vous avez besoin, rendant la navigation intuitive et simple.

UNE EXPÉRIENCE PERSONNALISÉE :

Faites l'expérience d'un parcours personnalisé, adapté à vos préférences. Notre plateforme s'adapte en fonction de vos préférences, recommandant des cours et contenus qui correspondent à vos centres d'intérêt.

TECHNOLOGIE DE POINTE :

En adoptant les dernières technologies, notre nouvelle plateforme vous garantit l'accès à des outils de pointe pour vous

soutenir efficacement dans votre parcours d'apprentissage.

DONNÉES SÉCURISÉES : Soyez assuré que vos données sont sécurisées dans notre plateforme de confiance, qui est reconnue comme la norme de l'industrie par les grandes entreprises. Votre vie privée et votre sécurité sont nos priorités absolues.

OPTIONS À MULTIPLES FACETTES

: Prenez le contrôle de votre adhésion grâce à des options multiples qui vous permettent de gérer vous-même votre compte. Gérez vos préférences, mettez à jour vos informations et explorez diverses fonctions conçues pour améliorer votre expérience d'adhérent.

FORUMS ET COMMUNICATIONS

INTERPROVINCIALES : Nous étudions la possibilité de mettre en place des forums et des tableaux de messagerie qui créeront des opportunités de communication professionnelle et de collaboration entre les membres des différentes provinces.

CARREFOUR D'OFFRES

D'EMPLOI : Restez au courant des possibilités d'emploi dans le secteur de l'optique grâce à notre centre d'affichage des offres d'emploi. Explorez les possibilités de carrière et passez à l'étape suivante de votre parcours professionnel.

UN INVESTISSEMENT JUDICIEUX :

Notre nouvelle plateforme est un choix plus judicieux pour votre argent, reflétant notre engagement à notre approche « les membres en premier ». Investir dans cette solution innovante nous permet de nous concentrer davantage sur l'apport d'un contenu éducatif précieux, de séminaires et de nouvelles façons passionnantes d'apprendre et d'interagir avec vos pairs dans la communauté d'optique.

L'AOC s'engage à donner à ses membres les moyens d'agir et à leur fournir les ressources nécessaires pour réussir dans leur profession. Nous sommes excités de nous embarquer dans cette aventure avec vous et nous attendons avec impatience les nombreuses opportunités que notre nouvelle plateforme apportera.

Restez à l'écoute pour d'autres mises à jour et préparez-vous à vivre une nouvelle ère d'excellence avec l'Association des opticiens du Canada ! **PO**

L'Association des opticiens du Canada a pour mission de promouvoir les opticiens agréés et la profession, de maintenir des normes professionnelles et d'éduquer et d'informer les consommateurs sur la santé oculaire. Pour plus d'informations, visitez opticiens.ca.

Vidéo Marketing

Engager une conversation avec les patients grâce à YouTube et TikTok

PAR TYRA REXIN, MARKETING4ECPS

Dans un monde dominé par les géants des médias sociaux comme YouTube et TikTok, le vidéo marketing s'est imposé comme un outil indispensable pour les entreprises qui cherchent à créer des connexions significatives avec des patients potentiels et des clients.

En intégrant le vidéo marketing à leur stratégie, les professionnels de soins oculaires ont la possibilité de communiquer avec leurs patients actuels et d'en attirer de nouveaux. Vous pouvez utiliser la vidéo pour positionner votre cabinet en tant que leader d'opinion dans le domaine, et pour vous établir une réputation qui vous distingue de la concurrence.

Pourquoi la vidéo ?

Le vidéo marketing permet aux professionnels de soins oculaires d'établir une relation de confiance avec leurs patients. En associant un visage au nom et en présentant vos connaissances d'une manière accessible et à laquelle on peut se relater, vous pouvez fonder des connexions qui vont au-delà des murs de la clinique.

Reconnaissons-le, le vocabulaire médical peut être intimidant, et des plateformes comme YouTube et TikTok vous offrent l'opportunité de créer des vidéos informatives et captivantes qui simplifient des sujets complexes en segments faciles à assimiler. Cela apporte

non seulement une valeur ajoutée à vos patients, mais cela leur permet également de découvrir de nouveaux traitements ou produits qu'ils n'avaient peut-être pas encore bien saisis auparavant.

Être un leader d'opinion

Le contenu vidéo vous donne le pouvoir d'éduquer, d'informer et d'inspirer votre public. En créant régulièrement des conte-

nus vidéo utiles et éducatifs, vous vous positionnez aux yeux de votre public comme une source fiable de connaissances.

Le vidéo marketing offre également la possibilité d'une plus grande portée et visibilité. Cette visibilité accrue contribue non seulement à établir votre leadership de pensées, mais peut également générer du trafic vers votre site web, entraînant ainsi de nouveaux patients potentiels.

Exploiter YouTube pour l'éducation des patients

YouTube est depuis longtemps l'espace de prédilection pour les contenus vidéo plus longs, ce qui signifie qu'il s'agit d'une plateforme idéale pour télécharger des vidéos qui informent votre audience sur la santé oculaire, les affections oculaires courantes et les mesures préventives.

Pour diversifier votre contenu, vous pouvez ajouter des éléments ludiques, comme emmener votre audience dans les coulisses de votre cabinet pour présenter la technologie dont vous disposez. Donner aux patients un aperçu du fonctionnement interne de votre cabinet contribue à construire la confiance et la crédibilité.

YouTube Shorts est une fonctionnalité distincte que vous pouvez utiliser pour partager des vidéos d'une durée maximale de 60 secondes ou des extraits de votre contenu long format afin de susciter l'intérêt pour votre chaîne.

habitudes de vie saines ou de démystifier des mythes courants, TikTok peut être votre porte-parole pour atteindre les yeux et les esprits plus jeunes.

Vous n'avez pas le temps ? Passez au direct

La diffusion en direct gagne du terrain et devient de plus en plus populaire sur diverses plateformes. Le plus intéressant ? Elle ne nécessite pas un grand coût de production, et n'importe qui avec un smartphone peut le réaliser.

Plutôt que d'investir du temps et des ressources dans la production de vidéos très soignées, la diffusion en direct vous permet de communiquer directement avec vos spectateurs, sans montage ni post-productions poussées. C'est une



plusieurs plateformes. Qu'il s'agisse de YouTube, Facebook, Instagram ou TikTok, chaque plateforme possède sa propre base d'utilisateurs. En étant présent sur chacune d'entre elles, vous pouvez jeter un filet plus large pour attirer une nouvelle audience.

Inclure des liens vers votre site web ou des informations pour vous joindre dans les descriptions ou les légendes des vidéos orientera l'audience vers la possibilité d'en savoir plus sur vos services ou de prendre rendez-vous. Cela peut générer du trafic vers votre site web et potentiellement convertir l'audience en patients.

Mesurer le succès

Définissez ce que signifie le succès de vos efforts de vidéo marketing - qu'il s'agisse d'une augmentation de la notoriété de la marque, de la conversion de patients ou de l'engagement - et sélectionnez les indicateurs clés de performance appropriés pour suivre les progrès accomplis dans la réalisation de ces objectifs.

En analysant des indicateurs tels que le nombre de vues, l'engagement, les conversions, la notoriété de la marque, la fidélisation du public et la durée moyenne de visionnage, vous pouvez obtenir des informations précieuses sur l'efficacité de vos vidéos. Utilisez ces informations pour optimiser vos campagnes, affiner vos stratégies et obtenir des résultats significatifs pour votre cabinet. **PO**

Tyra Rexin est rédactrice et éditrice pour Marketing4ECP. Pour en savoir plus sur Tyra et Marketing4ECPs, rendez-vous sur marketing4ecps.com.

En intégrant le vidéo marketing à leur stratégie, les professionnels de soins oculaires ont la possibilité de communiquer avec leurs patients actuels et d'en attirer de nouveaux.

TikTok, une plateforme pour la santé

Avec 41 % des utilisateurs de TikTok âgés de 16 à 24 ans, cette plateforme attire principalement un public jeune. Bien que prisée par un public jeune, TikTok compte des millions d'utilisateurs actifs, ce qui signifie que votre contenu sur les soins médicaux a le potentiel d'avoir un réel impact.

Le principal attrait de TikTok est son contenu court et accrocheur. Les professionnels de soins oculaires peuvent en profiter en créant des contenus de courte durée pour renforcer la notoriété de leur marque et attirer des patients potentiels.

Qu'il s'agisse d'informer votre public sur un problème de santé, de promouvoir des

façon plus immédiate et spontanée de partager vos connaissances et d'engager le dialogue avec votre public.

Vous pouvez adopter ce format interactif en même temps que les vidéos préenregistrées pour créer un sentiment de confiance, d'authenticité et de transparence avec les patients.

Contenu vidéo multiplateforme : Soyez partout

Le contenu vidéo multiplateforme vous permet de diffuser vos vidéos à grande échelle et d'atteindre différents publics sur

STYLE DU MOIS

L'ŒIL *du* CHAT

Ces lunettes solaires œil de chat en acétate vif, de la collection Carolina Herrera de Safilo, sont ornées de doubles clous métalliques arrondis sur le devant. Les branches surdimensionnées distinctives ont un design arrondi, rehaussé par une nouvelle interprétation de *color-block*. La riche palette de couleurs comprend Havane/Rouge avec des verres bruns, Bleu/Bleu Havane avec des verres bruns, et Noir/Rose Clair avec des verres gris.



CAROLINA HERRERA
EYEWEAR



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 2024.

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

