

PRISMEOPTIQUE

JOYEUSES FÊTES

NOUS AVONS DES VERRES *TRANSITIONS*® POUR TOUS VOS PATIENTS!

Transitions
Signature® GEN 8™

LES MEILLEURS VERRES
PHOTOCHROMIQUES GLOBALEMENT¹.

Transitions® Signature® GEN 8™
Choisissez votre style:



Gris



Saphir



Émeraude



Brun



Améthyste



Vert Graphite



Ambre

Montures par CAROLINE ABRAM PARIS®
Verres *Transitions*® Signature® GEN 8™ Améthyste

Transitions
XTRACTIVE®
NEW GENERATION

LE MEILLEUR POUR LES PERSONNES TRÈS
SENSIBLES À LA LUMIÈRE OU FRÉQUEMMENT
EXPOSÉES À UNE LUMIÈRE VIVE.

Transitions® XTRACTIVE® new generation
Choisissez votre style:



Gris



Brun



Vert Graphite

Boostez votre style encore plus avec les verres Style Mirrors:



Style Mirrors Argent



Style Mirrors Bleu Violet



Style Mirrors Or Flash



Style Mirrors Bleu Vert



Style Mirrors Cuivre

Montures par ici berlin® — Verres *Transitions*® XTRACTIVE® new generation Brun

Transitions
XTRACTIVE®
POLARIZED™

LE MEILLEUR POUR LES PERSONNES
FRÉQUEMMENT EXPOSÉES À UNE LUMIÈRE
VIVE ET À DES REFLETS ÉBLOUISSANTS.

Transitions® XTRACTIVE® Polarized™
Offert en:



Gris



Les verres *Transitions*® XTRACTIVE® Polarized™, la toute dernière innovation *Transitions* ont été récompensés, en 2021, d'un « Silmo d'Or » dans la catégorie « Vision » lors du Salon « Le Silmo » de Paris.

Montures par TALLA® — Verres *Transitions*® XTRACTIVE® Polarized™ Gris

LES VERRES À LA FINE POINTE DE LA TECHNOLOGIE POUR PASSER DE L'ÉCRAN AU PLEIN SOLEIL.

Transitions® offre à tous les porteurs de verres de lunettes une protection permanente contre les variations de luminosité, tant à l'intérieur qu'à l'extérieur.

Pour recevoir la brochure destinée aux consommateurs, veuillez communiquer avec nous à Cscanada@Transitions.com ou visiter Transitions.com/fr-canadapro.

(1) Basé sur l'obtention du score composite pondéré le plus élevé parmi les principaux verres photochromiques de tous les jours à travers les mesures des principaux attributs de performance photochromique pondérés par leur importance relative pour les consommateurs.

Transitions, *Transitions Signature*, et *XTRACTIVE* sont des marques déposées et le logo *Transitions*, *Transitions verres Lumino-intelligents*, *XTRACTIVE Polarized*, la *Lumière Sous Contrôle* et *GEN 8* sont des marques commerciales de *Transitions Optical Inc.* utilisées sous licence par *Transitions Optical Ltée*. ©2022 *Transitions Optical Ltée*. Les performances photochromiques sont influencées par la température, l'exposition UV et le matériau de fabrication du verre.

Transitions
Verres
Lumino-
Intelligents

PRISME OPTIQUE



Décembre 2022 | Vol. 40 | No. 12

Montures
transpa-
rentes
en toute
clarté

Ajoutez
un créneau
de façon
intelligente

DES IDÉES DE
MARKETING
POUR 2023

Le grand
obstacle
à l'embauche

Optimisation Optique

SOINS DE LA
MIGRAINE

L'ajouter à votre
pratique

Des solutions au bureau pour vous
aider à aller de l'avant



Superflex[®]

Confortables. Abordables. Durables.
Des montures pour tous les styles de vie.

Modèles Présentés : SF-615 | SF-601

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

PRISME OPTIQUE

Décembre 2022 | Vol. 40 | No. 12



Shinola SH5001 par Flexon

ÉDITORIAUX

- 14 OPTIMISATION OPTIQUE**
Des solutions au bureau pour vous aider à aller de l'avant
Par David Goldberg

- 18 LE GRAND OBSTACLE À L'EMBAUCHE**
Des conseils d'initiés pour relever les défis actuels du recrutement et pour renforcer l'entreprise.
Par Amanpreet Dhani

- 22 STYLISER LES YEUX**
En toute clarté
Par Suzanne Lacorte



PHOTO DE COUVERTURE crédit photo Spectacle Eyeworks.

prismeoptique.ca



8



Hiver Modifica de Catherine de' Medici

CHRONIQUES

- 26 TECHNO DES VERRES**
Synergie durable
Par David Goldberg

- 27 VISIBILITÉ**
Un objectif passionnant
Par Amanpreet Dhani

- 24 EN GROS PLAN**
Le traitement de la migraine pour les ECP
Par Avulux

- 31 RÉVÉLATION**
Se diversifier
Par Nancy Dewald

- 34 PERSPECTIVES MARKETING**
Un regard vers l'avenir
Par Kristy Koehler, Marketing4ECPs

RUBRIQUES

- 6** Lettre de l'Éditrice
8 Vision & Voix
10 Regard Actuel

PROCHAIN NUMÉRO

- › L'avenir de l'optique
› Ce que l'avenir réserve à notre secteur

PRISME OPTIQUE

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

Nancy Dewald, Amanpreet Dhami,
David Goldberg, Kristy Koehler

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

Belle
Allure
pour

GRANDES
STATURES



KING SIZE



ronor.com



Smart Mirror Pro

L'outil indispensable de l'opticien moderne



Aide les forts amétropes à
choisir leur monture



Simulateur de lentilles en
réalité augmentée



L'outil de prise de mesures
électroniques le plus simple
d'utilisation

Pour planifier une démonstration contactez ACEP dès aujourd'hui !

888 989 4227

info@acep.tech
www.acep.tech





Si vous demandez à n'importe quel professionnel de la vue pourquoi il s'est lancé dans les affaires, sa réponse sera probablement «pour aider les gens à mieux voir». Mais pour beaucoup, leur formation et leur éducation ne les ont peut-être pas préparés à l'aspect commercial de l'activité optique.

Toute entreprise a ses défis, particulièrement en ces temps de pénurie de personnel et des achats effectués en ligne. Le secteur de l'optique est particulièrement difficile parce qu'il s'agit de l'une des rares entreprises à combiner les soins de santé et le commerce de détail, ce qui peut sembler être aux antipodes du service à la clientèle.

Entre-temps, la publicité et les médias sociaux submergent continuellement vos clients avec des alternatives moins chères et plus pratiques, et les achats en ligne sont devenus la norme depuis la pandémie.

La réponse, comme l'illustre ce numéro de Prisme Optique, est de fournir un service à la clientèle hors pair.

Mais comment trouver, former et garder le meilleur personnel en ces temps de pénurie de personnel ? Dans notre premier article reportage intitulé «Le grand obstacle à l'embauche», la rédactrice Amanpreet Dhami s'est entretenue avec des experts du secteur pour découvrir plusieurs astuces afin de constituer un personnel extraordinaire, axé sur le client, en adoptant des approches non traditionnelles pour embaucher, former et récompenser vos employés.

La technologie peut également jouer un rôle, car elle peut vous aider à rationaliser votre activité et vos besoins en personnel. Notre deuxième article, rédigé par David Goldberg, Éditeur Adjoint, examine les solutions en internes dans le cabinet qui peuvent vous aider à aller de l'avant, qu'il s'agisse de la distribution sans contact, de l'adaptation des montures à l'aide de la réalité augmentée ou de l'accès aux soins oculaires pour tous dans le monde entier.

L'ajout d'une niche à votre pratique est une autre façon de développer votre activité. Dans notre rubrique «Révélation», l'experte en affaires Nancy Dewald décrit une approche étape par étape pour se lancer dans des niches telles que les cliniques pour les yeux secs ou pour le contrôle de la myopie. Et dans notre rubrique «En Gros Plan», les experts d'Avulux expliquent comment ils peuvent vous aider à ajouter le traitement de la migraine à votre pratique.

Vous pourrez également consulter notre page «Vision & Voix» ce mois-ci pour trouver l'inspiration et les conseils de vos pairs sur la manière de gérer une entreprise prospère. Mais peu importe ce que vous faites, cela n'a d'importance que si vos clients et vos clients potentiels en sont au courant. C'est dans cette optique que Kristy Koehler, de Marketing4ECP, propose chaque mois des idées de marketing dans notre rubrique «Perspectives Marketing».

Avec une nouvelle année à l'horizon, c'est le moment idéal pour revigorer votre entreprise et apporter les changements nécessaires qui vous aideront à aborder 2023 avec tous les outils dont vous avez besoin pour bâtir une entreprise solide et saine. Nous espérons que ce numéro vous donnera une foule d'idées pour vous mettre sur la voie du succès.

Bonnes fêtes de fin d'année, et à une nouvelle année brillante et resplendissante !

JANET LEES, Lettre de l'Éditrice

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

NOUVEAU!

MySV

MySV^{MC}

360° Visual Comfort^{MC}

Une lentille simple vision individualisée qui vous offre le "360° visual comfort".

L'expérience MySV met en oeuvre quatre éléments puissants

- 1 BKS Precision Technology^{MD}
- 2 Compensation de l'angle oblique
- 3 Le positionnement de la lunette de chaque patient
- 4 Le choix de la monture

**Contacter votre représentant
HOYA pour plus de détails.**

© 2022 HOYA Corporation. Tous les droits réservés. BKS Precision Technology est une marque déposée de HOYA Corporation. MySV et 360° Visual Comfort sont des marques de commerce de HOYA Corporation.

HOYA
POUR LES VISIONNAIRES

QUELS SONT VOS CONSEILS POUR GÉRER UNE ENTREPRISE AVEC SUCCÈS ?

« Je suis ce que j'appelle les quatre C des soins oculaires. Premièrement, soyez curieux. Apprenez à connaître votre patient en l'écoutant davantage et en parlant moins. Vous serez étonné de voir à quel point il est plus facile de comprendre leurs besoins et leurs désirs tout en établissant une relation de confiance à long terme avec eux. De plus, votre curiosité pour les nouvelles technologies et les innovations peut vous aider à réussir. Le deuxième point est d'être connecté. Outre vos patients, créez des liens avec votre personnel. Ne dirigez pas du haut vers le bas - essayez une approche plus collaborative de la gestion des affaires. Troisièmement, soyez courageux. N'ayez pas peur de prendre des risques calculés en introduisant de nouveaux instruments de diagnostic, de nouveaux services et de nouvelles gammes de produits pour prendre l'avantage sur la concurrence. Il vaut mieux être le premier que le suiveur ! Et enfin, soyez compétent. Connaissez votre métier, formez-vous et apprenez toujours. Sachez résoudre les problèmes et apporter des solutions en fonction des besoins de vos patients ».

DR. KERRY SALSBERG, *Eyes On Sheppard*

« Soyez une rockstar pour chacun de vos patients ! Établir d'excellentes relations avec votre équipe, vos patients, vos fournisseurs et les autres entreprises qui vous entourent permet de créer un réseau de défenseurs qui se feront un plaisir de chanter vos louanges chaque fois qu'ils le pourront. Soyez prêt à essayer de nouvelles choses et à échouer ! Une partie de la croissance de votre entreprise réside dans la volonté de prendre le risque d'essayer de nouvelles technologies, de nouveaux processus ou de nouveaux services. Ils ne réussiront pas toujours, mais pour développer votre entreprise et être innovant, vous devez être prêt à essayer ! Créez une culture d'équipe qui favorise les relations et non seulement votre entreprise réussira, mais vous et votre équipe en serez aussi plus heureux ».

DR. RITESH PATEL, *See and Be Seen Eyecare*



La gestion d'une entreprise prospère repose sur trois piliers : la culture, l'innovation et les processus. Ce sont les personnes qui font que votre entreprise existe - à la fois votre personnel et vos patients. S'assurer que vous développez une culture positive et engageante est essentiel pour démontrer aux patients que vous et votre équipe aimez ce que vous faites et voulez prendre soin d'eux. À son tour, cela crée une expérience de première qualité pour les patients. Investir dans la technologie et les produits haut de gamme démontre à vos patients que vous offrez d'excellents soins. Enfin, des processus améliorés grâce à la technologie et à la bonne formation du personnel permettent de créer une expérience fluide pour le patient, de la prise de rendez-vous au retour chez soi avec la parfaite paire de lunettes ».

**DR WES MCCANN,
*Central Optometry***

« Tout d'abord, définissez votre « pourquoi » - votre raison d'être en affaires - et établissez votre culture tout autour. Faites de vos patients la priorité ; tout tourne autour d'eux. Votre objectif est d'améliorer leur vie grâce à toutes vos compétences et connaissances. Donnez à vos patients une raison de revenir, donnez-leur un aperçu sur l'importance des soins oculaires, offrez-leur une expérience inoubliable et proposez-leur de nouvelles technologies. Investissez dans votre personnel ; il est le reflet de votre personnalité. Votre force dépend de celle de votre personnel. Donnez-leur la formation et les outils nécessaires pour mettre en œuvre votre « pourquoi » et permettez-leur de vous aider. Et enfin, n'oubliez pas de vous amuser ! La vie est trop courte pour ne pas profiter de chaque jour avec votre équipe et vos patients ».

**DR SHALU PAL, *Cofondatrice,
Canadian Contact Lens Academy***

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.

NOUVEAU EN
2023

Cadeau de fidélité
de l'AOC

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



Association des opticiens
du Québec



OPTICIANS
ASSOCIATION OF CANADA
ASSOCIATION DES
OPTICIENS DU CANADA





SHINOLA

La nouvelle collection Shinola Built par Flexon présente des classiques modernes et réinventés dans des styles solaires et optiques, avec l'interprétation de l'Amérique par Shinola et les combinaisons de couleurs emblématiques qui distinguent sa gamme de produits.

La nouvelle gamme de lunettes présente trois histoires de collection - Monster, Runwell et Arrow - avec des formes modernes et faciles à porter, des détails et un design intemporels qui renvoient à la ligne d'accessoires de Shinola.

Les cinq modèles solaires et les six modèles optiques présentent des silhouettes classiques, des fonctionnalités performantes et des matériaux de première qualité, ainsi que des éléments de design uniques à Shinola, tels que la texture et le surfaçage inspirés des cadrans des montres de la marque, et l'utilisation de l'orange caractéristique de Shinola dans un motif de nervures de pneus sur les extrémités des branches.

Pour plus d'informations, contactez votre représentant Marchon ou visitez marchon.com.

FYSH

Les lunettes FYSH sont conçues pour les femmes fortes, ambitieuses, d'influence et qui assument leur style personnel. Les deux nouveaux modèles sont offerts dans des couleurs audacieuses avec des motifs fun inspirés des dernières tendances de l'automne, pour un style marquant qui reste fidèle à l'ADN de la marque. L'association de couleurs, les formes fantaisistes, un laminage personnalisé et les motifs ludiques permettent à la Femme FYSH d'exprimer, sans crainte, sa personnalité à travers son choix de lunettes.

Fun et fabuleux, le modèle F-3703 est un classique œil de chat qui donne de l'allure. Cette monture qui booste l'humeur est composée d'acétate fait main dans des coloris dynamiques qui permettent à la personne qui la porte d'afficher son style personnel en toute confiance. Le laminage personnalisé crée un effet color block sur le devant qui est parfaitement complété par des branches monochromes assorties pour un look élégant et sophistiqué. Les vis d'espacement OBE maintiennent les branches serrées et sécurisées. Parfaite pour les clients à la recherche de teintes accrocheuses, cette monture est disponible en Terracotta Noir Crème, Bleu Sarcelle Orchidée, Mauve Gris Rose, et Écaille de tortue Framboise Violet.

F-3704 est simplement chic avec sa forme d'œil carré modifiée, son pont abaissé et ses teintes accrocheuses. Disponible dans des coloris translucides uniques, l'avant présente un motif laminé personnalisé inspiré des tendances de tricots d'automne le long de la ligne des sourcils, qui se prolonge jusqu'aux branches. Le biseautage sur la partie supérieure met en valeur l'aspect général de la monture. Les charnières OBE à ressort européen de haute qualité offrent un confort supplémentaire et un ajustement parfait. Disponible en Gris Caramel, Sarcelle Pécan, Gris Lavande, et Rose Indigo.

Pour plus d'informations, contactez votre représentant WestGroupe ou visitez : [westgroupe.com](https://www.westgroupe.com)



SNOB

SNOB Milano a récemment présenté sa ligne Bio Lux, avec trois nouveaux modèles réalisés en bio-plastique d'origine végétale associé à des tiges en bêta-titane - un matériau extrêmement léger, résistant et flexible, qui est également hypoallergénique, non toxique et biocompatible.

La nouvelle famille de produits comprend Radetzky, le style iconique lancé en 2016. Dans la version Bio Lux, Radetzky acquiert un look audacieux et sophistiqué par des couleurs opaques.

La collection écologique comprend également deux nouveaux modèles : Targa et Radical. Très large et légèrement carrée, Targa rappelle les lunettes pour hommes des années 60 et 70, qui sont aujourd'hui à la mode pour les hommes et les femmes. Le nouveau modèle Radical a une forme ronde simple qui adoucit les traits du visage. Toutes les lunettes SNOB Milano sont désormais équipées de verres plats ZEISS Sunlens, respectueux du climat et fabriqués en nylon écologique.

Pour plus d'informations, contactez votre représentant SNOB Milano ou visitez snobmilano.com.



RADEZKY



RADICAL



TARGA



RADEZKY

TARGA

RADICAL



GRIER



MILES

PARADIGM

La dernière nouveauté de Paradigm s'inspire des années 1970 pour une ambiance rétro et ludique, avec des clins d'œil subtils à la ville de New York dans toute la collection.

Grier est un modèle surdimensionné avec des bordures métalliques et des inserts en acétate, avec une forme géométrique funky et une riche palette de couleurs qui réunit les deux. Pryor est une monture optique élégante et minimaliste fabriquée en acier inoxydable, avec des verres teintés colorés et un style aviateur classique.

Le style Miles fait son retour avec de l'acétate certifié ISCC dans trois nouvelles couleurs - Nassau, Sage et Visor Tortoise - avec une petite forme ronde et un look classique et élégant. Paradigm a également actualisé sa monture Morrison, son best-seller, en l'adaptant à un plus grand nombre de visages. L'acétate certifié ISCC se décline en quatre toutes nouvelles couleurs.

Pour plus d'informations, contactez votre représentant Kenmark Eyewear ou visitez le site kenmarkeyewear.com



MORRISON

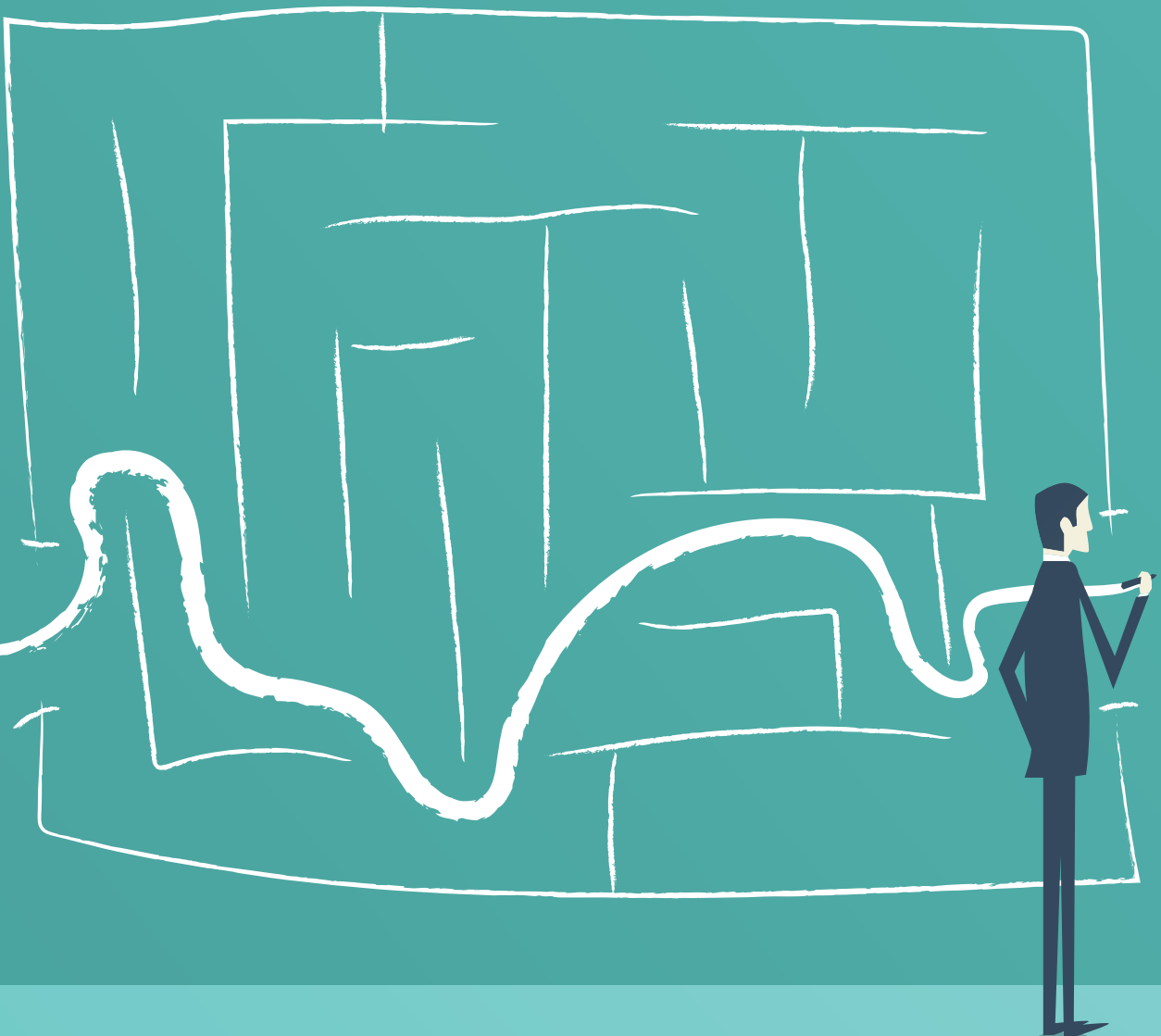


PRYOR

Optimisation OPTIQUE

Des solutions au bureau pour vous aider à aller de l'avant

PAR DAVID GOLDBERG



Le monde de l'ophtalmologie est un secteur concurrentiel, et il est plus important que jamais de faire tout ce qui est en votre pouvoir pour prendre de l'avance. Comment rester maître de cette avalanche de tâches administratives ? Qu'il s'agisse de la distribution sans contact, de l'adaptation des montures avec la réalité augmentée ou de l'accessibilité à des soins oculaires pour tous dans le monde entier, voici un aperçu de certains équipements et logiciels qui permettent aux professionnels des soins oculaires de soigner les clients de manière plus efficace et efficiente.

MIROIR INTELLIGENT

Depuis plus de 25 ans, le groupe ACEP offre aux opticiens une approche moderne pour la prise de mesure des yeux d'un patient pour ajuster une paire de lunettes de prescription. Introduit en 1994, Smart Mirror a été le premier outil de distribution sans contact. Le produit original était un vieux téléviseur à tube sur lequel était fixé un caméscope, le tout relié à un gros ordinateur. Mais les temps ont bien changé.

Aujourd'hui, le Smart Mirror est ultra-mince et ne prend pratiquement pas de place dans la salle d'examen ou dans la salle d'exposition. Il s'agit simplement d'un iPad préchargé avec des capacités spéciales pour prendre des mesures sans lunettes. Et la technologie Smart Mirror Pro permet aux opticiens de mesurer les distances pupillaires, les hauteurs et les distances entre les vertex avec une seule photo. Elle rationalise le processus d'ajustement et augmente la précision des résultats.

Le fondateur et PDG de Smart Mirror, Fabian Bruneau, explique que son appareil fait gagner aux opticiens environ cinq minutes par patient, de sorte que les ECP peuvent voir plus de patients dans une journée et obtenir un meilleur ajustement, ce qui réduit le besoin de visites de suivi.

«Si vous faites les mesures correctement, vous pouvez économiser beaucoup d'argent parce que vous savez que le premier ajustement est le bon», dit M. Bruneau.

Smart Mirror élimine toute surprise pour le patient. L'iPad permet à l'opticien de présenter au client toutes sortes de simulations, y compris la vue à travers des verres progressifs, des photochromiques, des verres polarisés et plus encore.

« Comme le dit le dicton : Une image vaut mille mots - et bien, maintenant le client a une image en réalité augmentée pour comprendre ce dont parle l'opticien », dit M. Bruneau.

Smart Mirror compte actuellement plus de 45 000 licences actives dans le monde. La demande a encore augmenté avec le début de la pandémie de COVID-19. Après avoir été fermés pendant des mois, les opticiens ont réévalué la manière de mener leurs activités en toute sécurité pour le bien de leurs clients, de leurs employés et d'eux-mêmes.

«Lorsque vous prenez les mesures d'une personne avec des outils conventionnels, vous respirez l'air de l'autre personne», explique M. Bruneau. «Mais nous prenons les mesures à distance et c'est plus sécuritaire ainsi. À part le fait de mettre la monture et de l'ajuster légèrement, il n'y a aucun autre contact».

Avec la possibilité pour les grandes chaînes d'obtenir leur version personnalisée du Smart Mirror, M. Bruneau et ACEP ont réussi à développer de solides relations avec des clients en Amérique du Nord et en Europe.

M. Bruneau voit cet équipement et ce logiciel révolutionnaire pour les opticiens comme un outil aux capacités



en constante évolution pour les ECP. «Il est super facile de prendre des mesures, vous avez l'air plus professionnel, et les patients trouvent plutôt génial qu'ils soient mesurés par un iPad».

Visitez acep.tech pour plus d'informations

VISUAL-EYES

Gérer un cabinet d'optométrie n'est pas une tâche facile. Il est facile de se laisser submerger par le barrage constant de prises de rendez-vous, de reprises de rendez-vous, d'annulations et d'autres formalités administratives qui peuvent vous distraire des aspects les plus importants des soins aux clients et de la fidélisation des patients.

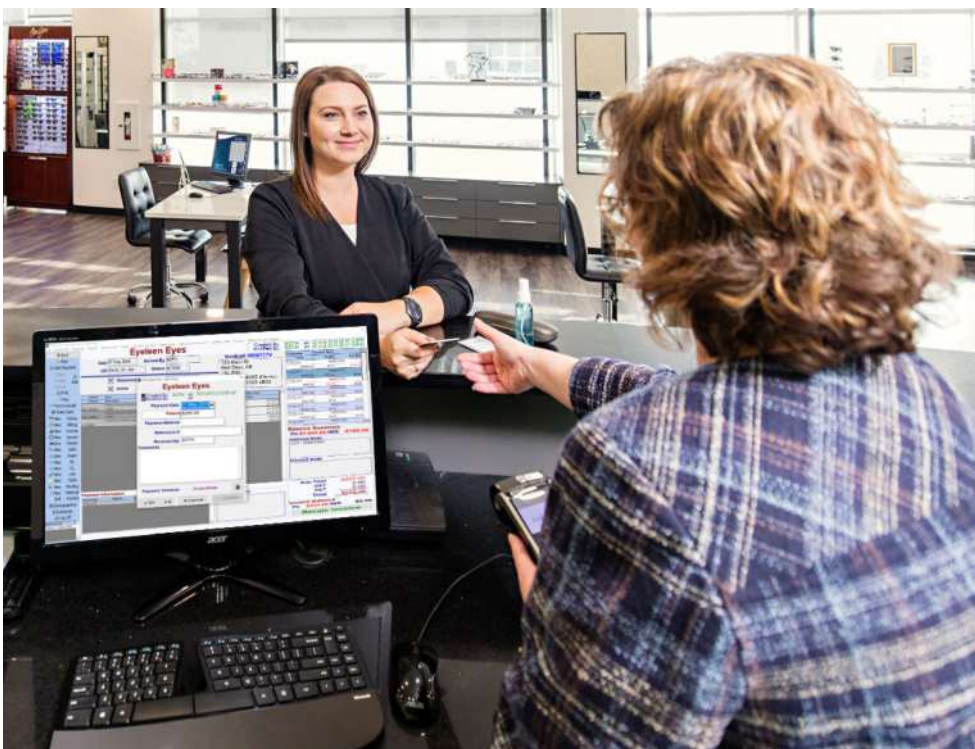
Visual-Eyes est une solution créée au Canada qui aide déjà plus de 420 clients à travers le pays.

«Je suis ingénieure, donc pour moi, diriger une entreprise consiste à résoudre des problèmes et à les faire fonctionner aussi efficacement que possible», explique Anne Chong, PDG de Visual-Eyes. «C'est ma passion, et elle se retrouve dans tout ce que nous faisons en termes de rationalisation».

Visual-Eyes se concentre sur la rationalisation des processus afin que les pratiques puissent se concentrer sur leurs patients plutôt que sur l'activité administrative associée à la gestion d'une entreprise.

«Cela commence par l'optimisation de la saisie des données», dit Mme Chong. «L'interface utilisateur présente un flux logique et nous avons minimisé l'utilisation de la souris, de sorte que le logiciel a été optimisé pour la saisie au clavier, ce qui augmente considérablement l'efficacité du traitement des données».

L'autre avantage du logiciel est le suivi du client et l'automatisation de la réservation. Le programme envoie un courriel de confirmation au patient. Lorsqu'il le con-



firme, le rendez-vous est codé par couleur et intégré au calendrier, de sorte que votre personnel n'a pas à penser à le confirmer auprès des clients.

L'objectif est de fidéliser les patients, explique Mme Chong, dont le programme relie les patients en tant que familles, de sorte que le personnel ne manquera jamais de rappeler à quelqu'un un contrôle annuel en retard.

«Visual-Eyes rassemble et présente ce type d'informations pour vous», explique-t-elle, «et le personnel n'a pas besoin de les chercher. Tout est immédiatement disponible».

Visual-Eyes est entièrement personnalisable pour répondre aux besoins de chaque ECP, que vous fassiez partie d'une grande chaîne ou d'un magasin indépendant. Les clients ont également accès à des possibilités de formation et à un soutien direct par un personnel amical basé à Red Deer, en Alberta.

«Nous offrons toujours de nouvelles opportunités de formation», déclare Mme Chong. «Nous prendrons le temps de vous aider à tout installer correctement et de vous aider à identifier ce que vous voulez accomplir avec notre logiciel».



Visual-Eyes se concentre sur la rationalisation des processus afin que les pratiques puissent se concentrer sur leurs patients plutôt que sur l'activité administrative associée à la gestion d'une entreprise.

Le système Visual-Eyes vous permet de commencer avec le module de base et de construire votre système en fonction des besoins de votre pratique, en ne payant que pour les modules dont vous avez besoin. Le logiciel est proposé sous la forme d'un abonnement mensuel ou d'un paiement unique avec un support annuel.

Visitez visual-eyes.ca pour plus d'informations.



Anne Chong

EYE BUDDY

Créée par un duo dynamique frère-sœur, cette application met les tests oculaires et les soins oculaires quotidiens entre les mains des patients.

L'idée d'Eye Buddy est née de la pandémie, lorsque des millions d'enfants dans le monde ont été soudainement contraints d'apprendre virtuellement sur une tablette ou un ordinateur, tandis que les adultes travaillaient à domicile et communiquaient exclusivement par courriel, applications de texto et appels vidéo. D'un seul coup, nos vies entières



Outre l'identification des problèmes de vision potentiels, Eye Buddy propose des méthodes de traitement via l'application, notamment plus de 50 exercices qui font travailler les 12 muscles oculaires.

tournaient autour de fixer d'un écran numérique pendant des heures - ce que les professionnels de la vue savent être nocif pour la santé oculaire à long terme.

«La vue est une fonction est telle que si vous et si vous la perdez, vous ne pouvez jamais revenir en arrière. Vous ne pouvez la gérer qu'avec des lunettes plus coûteuses», explique le cofondateur Predipta Chowdhury, qui a développé Eye Care Buddy avec sa sœur Purnashree Chowdhury.

«Nous nous sommes donc demandé : Pourquoi cela se produit-il et comment pouvons-nous jouer un rôle ?

Le premier test d'Eye Buddy a permis d'identifier des problèmes de vision de base. La principale motivation des Chowdhury était de pouvoir mettre ces outils entre les mains de personnes dans les pays en développement.

«Nous voulons aider de toutes les manières possibles à lutter contre la cécité», déclare Predipta, diplômé de l'Université de Toronto, qui a été accepté à l'école de médecine, avec l'intention de devenir ophtalmologue comme son père.

Outre l'identification des problèmes de vision potentiels, Eye Buddy propose des méthodes de traitement via l'application, notamment plus de 50 exercices qui font travailler les 12 muscles oculaires. Dans un des jeux destinés aux enfants qui pourraient souffrir de fatigue visuelle numérique, le programme leur indique quand cligner des yeux. Sous la forme d'une interaction amusante, cela peut prévenir la sécheresse oculaire.

Pour sa prochaine phase, Eye Buddy envisage une incursion dans la télé-médecine. Les Chowdhury ont déjà lancé un service de télé-médecine au Bangladesh, où de nombreux facteurs rendent extrêmement difficile l'accès à des soins oculaires adéquats.

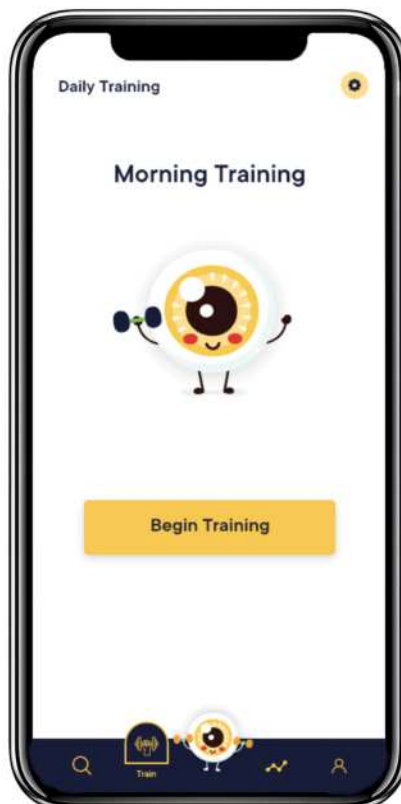
«Le transport est un gros problème, de même que le fait de ne pas pouvoir s'absenter du travail et le manque général d'accès à des ophtométristes



ou à des ophtalmologistes qualifiés», explique Predipta.

«Nous voulons concevoir une application de télé-optométrie afin de pouvoir travailler avec les meilleurs médecins pour apporter les meilleurs soins de santé aux populations partout dans le monde. Nous avons commencé au Bangladesh et nous allons maintenant essayer de travailler avec d'autres marchés au Royaume-Uni et au Canada». **PO**

Visitez eyebuddy.app pour plus d'informations.





LE **GRAND** OBSTACLE À L'EMBAUCHE

Des conseils d'initiés pour relever les défis actuels du recrutement et pour renforcer l'entreprise

PAR AMANPREET DHAMI

La passion de ceux qui travaillent dans le secteur de l'optique est inégalée. En tant que professionnel de la vue, il y a de fortes chances que votre choix de carrière ait été motivé par votre désir de venir en aide aux autres, mais comme nous le savons tous, gérer une clinique ne se limite pas à fournir des soins aux patients ou à vendre des lunettes. Il s'agit d'un secteur d'activité qui exige que vous fassiez preuve de souplesse dans la recherche de solutions, ce qui se traduit par constituer une équipe pour vous aider à réussir.

Au cours des trois dernières années, le marché de l'emploi a changé, à un tel point que les problèmes de recrutement sont désormais à l'ordre du jour. Avec les changements de comportement à l'égard du lieu de travail et de l'équilibre entre la vie professionnelle et la vie privée, trouver, former et garder le personnel est devenu une préoccupation majeure pour toutes les entreprises, et le secteur de l'optique n'y fait pas exception.

Pour vous aider à renforcer votre pratique, Prisme Optique s'est entretenu avec des experts du secteur sur les pénuries de personnel et les défis de recrutement auxquels le secteur est actuellement confronté, tout en recueillant des conseils et des solutions innovantes pour vous aider à naviguer dans les nouvelles réalités de l'embauche.

Du roulement au maintien en **poste**

«Je constate un taux de roulement des plus élevé que jamais dans le secteur, car les employés ont beaucoup d'options», déclare Nancy Dewald de Lead Up Training and Consulting, qui travaille avec les entreprises du secteur de l'optique pour les aider à atteindre leurs propres objectifs commerciaux et relever les défis.

«Les gens changent d'emploi plus souvent que par le passé, et à un rythme beaucoup plus rapide. Le roulement du personnel est inévitable. Il ne va pas s'arrêter, mais avez-vous un bon programme d'intégration ? Avez-vous un bon programme de formation ? Avez-vous des incitations pour attirer et garder les employés?»

En vous concentrant sur ces éléments, la rétention s'améliorera progressivement et il sera plus facile de trouver de nouveaux employés.

La fidélisation s'améliore lorsque vous comprenez les valeurs de vos employés. Les employés d'aujourd'hui cherchent à faire partie d'une équipe. Ils veulent être respectés et veulent que leur voix soit entendue. Mme Dewald recommande de chercher à savoir ce qui est important pour vos employés, puis d'y répondre.

Offrir aux employés une «valeur ajoutée» n'est pas forcément coûteux - il peut s'agir d'un simple congé pour leur anniversaire. Au lieu de se concentrer sur les pénuries, Mme Dewald met au défi les propriétaires d'entreprises d'optique à devenir efficaces en ce qui concerne le roulement du personnel en pensant à retenir les employés dans le but d'offrir une excellente expérience aux patients.

D'un autre côté, Greg Matheson, propriétaire et exploitant de Matheson Eyewear et membre de l'Association canadienne des opticiens d'ordonnances, affirme que la solution à la pénurie se résume à de meilleurs salaires : «Les salaires des opticiens doivent être augmentés afin d'être compétitifs et d'attirer les gens à l'industrie».

Le Dr Michael Nelson, optométriste et ancien président de l'Association canadienne des optométristes, met au défi les propriétaires d'entreprises à modifier leur mentalité. Au lieu de considérer la gestion du personnel comme un défi, il exhorte les propriétaires à envisager une vision plus édifiante.

«Rassembler une belle équipe est l'un des meilleurs aspects du métier de propriétaire», affirme M. Nelson. «La capacité à recruter et à établir des relations avec une équipe que vous aimez voir tous les jours est l'une des meilleures parties du métier de propriétaire d'entreprise».

Lorsque l'embauche est perçue comme une source de joie plutôt qu'un défi, elle peut être abordée avec une approche qui sera plus orientée vers les solutions.

Un meilleur recrutement commence par **l'adéquation**

D'après l'expérience de M. Nelson, le recrutement est plus efficace lorsqu'un membre de l'équipe est recruté pour son adéquation à la culture de l'entreprise plutôt que pour son expérience.

Tim Brennan, directeur général visionnaire de FitFirst, a bâti toute son entreprise sur cette prémisse. Il affirme que toutes les entreprises - y compris celles du secteur de l'optique avec lesquelles il travaille souvent - obtiennent le meilleur personnel lorsque l'adéquation est prise en compte lors du recrutement. M. Brennan résume son processus de recrutement moderne en disant «mesurer ce qui compte».

Ce modèle remet en question le système d'embauche traditionnel qui place les candidats dans des piles de oui, non et peut-être en fonction de ce qu'un candidat sait et de ce qu'il a fait, ce qui fait que les employeurs apprennent à connaître la personne réelle 90 jours après l'embauche.

«Nous avons inversé le modèle et nous les plaçons maintenant dans une pile «oui», «non» et «peut-être» en fonction de leur identité, puis nous examinons ce qu'ils savent et ce qu'ils ont fait», explique M. Brennan.

Lorsque les entreprises regardent d'abord qui est une personne, elles mesurent ce qui compte. Cela signifie qu'elles examinent les quatre mesures de l'adéquation :

1	L'adéquation avec le poste.
2	L'adéquation avec le manager.
3	L'adéquation avec l'équipe.
4	L'adéquation avec l'organisation.

«Si l'un de ces facteurs n'est pas aligné, vous devez automatiquement faire face à des frictions en commençant avec vous-même», explique M. Brennan. «La personne pourrait être vraiment excellente dans ce qu'elle fait, mais elle ne s'intègre pas à l'équipe ou elle se désengage et vous la perdez». En mesurant ce qui compte, vous pouvez éliminer cette possibilité de friction.

Comment mesurer ce qui est important ? Au lieu de poser des questions comportementales datant des années 1990, M. Brennan conseille vivement aux chefs d'entreprise de poser des questions tertiaires ou tierces. Au lieu de poser des questions sur le candidat lors d'un entretien, posez des questions sur quelqu'un d'autre ou sur quelque chose d'autre.

Ce type de questions peuvent être les suivantes :

?	Parlez-moi du meilleur manager avec lequel vous avez travaillé ?
?	Qu'est-ce qui a fait de ce manager le meilleur ?
?	Maintenant, parlez-moi d'un manager pour lequel vous avez travaillé et que vous n'avez pas aimé ?
?	Qu'a fait ce manager qui vous a désengagé du travail ?

Grâce à ce type de questions, le candidat vous parlera de ses anciens managers, ce qui vous permettra de connaître son attitude vis-à-vis de la supervision, des types de collègues, des clients et des invités.

Cette rupture avec les anciennes techniques d'embauche nécessite un engagement profond pour changer la façon dont vous embauchez, et M. Brennan souligne que cela signifie que les propriétaires d'entreprise doivent s'y engager à fond. Vous ne pouvez pas avoir un pied sur le quai avec les anciennes méthodes d'embauche et le second dans le bateau avec les nouvelles pratiques.

Recrutez auprès de sources non traditionnelles

Lorsqu'ils cherchent à embaucher de nouveaux membres d'équipe, les propriétaires d'entreprise peuvent aussi chercher des candidats dans des endroits moins évidents.

«Les propriétaires d'entreprises doivent penser à deux types de sources : Vous pouvez débaucher, ou vous pouvez développer votre propre équipe», explique M. Brennan.

«Se développer soi-même signifie investir dans de futurs candidats, par exemple en entretenant des relations à long terme avec des étudiants en optique encore aux études, ou en se tournant vers d'autres industries comme le commerce de détail ou l'hôtellerie... :

Si vous êtes en mesure d'embaucher des personnes et de les former, il recommande de trouver des personnes qui correspondent vraiment bien à vos besoins mais qui n'ont ni formation ni expérience. Dans cette optique, M. Brennan a conçu un site Web gratuit pour le secteur de l'optique, appelé Talent Sorter, qui permet aux employeurs de savoir pour quels emplois du secteur de l'optique un candidat pourrait convenir, en fonction de réponses à un sondage.

Mme Dewald encourage les professionnels de la vue à être attentifs aux candidats potentiels lorsqu'ils magasinent, vont au restaurant ou utilisent des services. Lorsque vous rencontrez quelqu'un qui fait preuve d'un bon service à la clientèle ou qui a un bon contact, vous pouvez simplement lui donner vos coordonnées et lui dire : « N'hésitez pas à me contacter si vous êtes à la recherche de changement ».

«Toute personne qui travaille dans le commerce au détail ou l'hôtellerie a beaucoup d'excellentes compétences transférables», explique-t-elle. «Vous ne pouvez pas apprendre aux personnes à avoir une personnalité, mais vous pouvez leur enseigner les compétences dont ils auront besoin».

Cherchez des solutions internes

Avant de se tourner vers l'extérieur pour trouver de nouvelles recrues, M. Nelson recommande d'envisager d'autres options en interne, comme la mise en place de meilleurs systèmes pour gagner en efficacité et pour déléguer les tâches au sein de votre équipe existante.

«Il peut s'agir de déléguer des tâches à un membre de l'équipe qui habituellement ne fait peut-être pas ce type de tâche», explique M. Nelson. «Il peut s'agir d'ajouter des gestionnaires qui peuvent aider à rendre votre équipe existante plus efficace. Vous pouvez également explorer les technologies commerciales qui peuvent automatiser ou rendre les tâches moins dépendantes des membres de votre équipe.

Enfin, vous pouvez investir dans votre personnel actuel en lui offrant une formation supplémentaire pour le rendre plus efficace et plus productif. Les options sont vraiment infinies et il n'est pas nécessaire de compter uniquement sur de nouvelles recrues».

«Identifiez vos joueurs clés en interne et exploitez-les», conseille Mme Dewald. «Vous pouvez avoir quelqu'un qui sait vraiment tout sur le fonctionnement du bureau et qui ne veut pas être un manager, mais c'est un excellent employé avec de fortes compétences en communication. Nous les formons donc à l'intégration. Prenez votre meilleur optique qui vend vraiment le plus de produits et mettez-le à profit. Donnez-leur l'intention et les ressources nécessaires pour aider les autres».

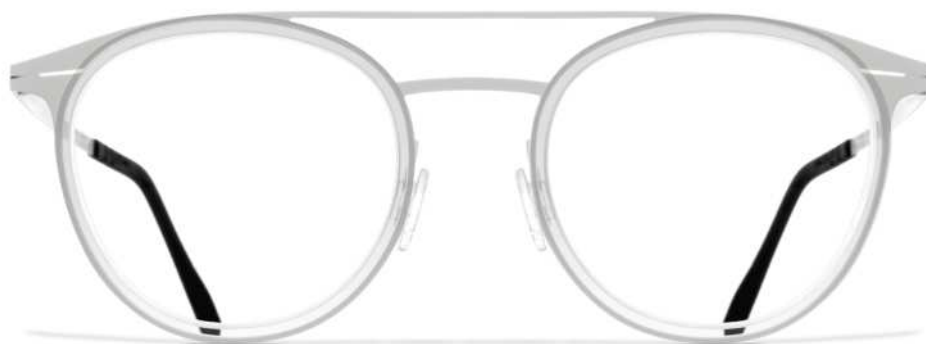
«Parfois, nous rendons les choses plus compliquées que nécessaire et nous pensons que nous devons tout faire nous-mêmes. Il y a beaucoup de personnes formidables dans nos bureaux qui peuvent nous aider, nous devons simplement les aider et leur donner les moyens d'agir».

Tout indique que la pénurie de main-d'œuvre restera un problème dans les années à venir, mais ne désespérez pas : avec un peu de réflexion et d'ingéniosité, vous pouvez créer et maintenir une équipe hors pair. **PO**

En TOUTE CLARTÉ

Les montures transparentes font fureur, et ce n'est pas étonnant : elles sont faciles à porter, embellissent presque tous les teints et conviennent à toutes les formes de visage. Un atout supplémentaire, les clients peuvent expérimenter des styles de montures plus grands comme les montures transparentes n'envahissent pas le visage comme le font parfois les montures plus foncées.

PAR SUZANNE LACORTE



2.



3.

1. Lac clair
de Blackfin 2. HUGO HG
1221 de Safilo 3. OTP154S
de WestGroupe 4. Hiver
Modifica de Catherine
de' Medici 5. DRILL-480
de la collection LOOL
d'Etnia Barcelona



5.



4.

Soins de la migraine pour les ECPs

Ajouter la gestion de la migraine et de la sensibilité à la lumière à votre pratique



La migraine touche environ 15 % des Canadiens et, par le passé, elle a été prise en charge presque exclusivement par des médecins de famille et des spécialistes des maux de tête. Cette situation est en train de changer. Les professionnels de la vue sont désormais en mesure d'être en première ligne de défense pour aider leurs patients à gérer la migraine et la sensibilité à la lumière.

Cela grâce à une nouvelle technologie de lentille cliniquement prouvée, développée par Avulux, qui est disponible pour les professionnels de la vue au Canada. Imaginez que les soins oculaires rencontrent la médecine.

Les médecins et les ingénieurs d'Avulux ont conçu une lentille qui filtre jusqu'à 97 % de la lumière bleue, ambre et rouge nocive, tout en laissant passer la lumière verte apaisante. Des études indépendantes ont montré qu'en filtrant précisément la lumière, les lentilles Avulux peuvent aider les personnes souffrant de migraine.

«Les professionnels de la vue peuvent désormais aider un groupe de patients qui manquait de solutions à un problème si débilitant que souvent il empêche une personne de fonctionner dans sa vie quotidienne», déclare le Dr Charles

Les professionnels de la vue sont maintenant en mesure d'être en première ligne de défense pour la gestion de la migraine et de la sensibilité à la lumière de leurs patients.

Posternack, PDG d'Avulux. «Nous parlons de bien plus que d'un simple mal de tête et d'une productivité réduite. Les patients

migraineux sont souvent dans l'incapacité totale de fonctionner. Ils se retrouvent dans l'obligation de s'isoler dans une pièce sombre, souvent pendant des heures. Mais ils peuvent trouver de l'aide auprès de leur ophtalmologiste».

En mettant en œuvre un programme de gestion de la migraine et de la sensibilité à la lumière avec Avulux, les professionnels de la vue auront l'occasion de diversifier leur portefeuille de produits, ce qui peut aider les revenus et la croissance de la pratique tout en offrant un meilleur niveau de soins aux patients.

La mise en œuvre d'un nouveau programme dans votre cabinet peut sembler être une tâche ardue, mais Avulux a simplifié le processus et propose un kit de bienvenue complet pour les professionnels de la vue, contenant tous les outils dont vous aurez besoin pour réussir. Avulux s'est associé à Plastic Plus, un laboratoire d'optique de Toronto, pour mettre les lentilles à la disposition de tous les professionnels de la vue au Canada. **PO**



Avulux facilite le soutien des patients souffrant de migraine et de sensibilité à la lumière.

La migraine touche environ 15 % des Canadiens. Les prestataires de soins oculaires mettant en œuvre un programme de gestion de la migraine et de la sensibilité à la lumière avec Avulux ont la possibilité d'offrir un niveau de soins supérieur aux patients et de diversifier leur portefeuille de produits.



Les lentilles Avulux sont disponibles pour les fournisseurs de soins oculaires au Canada grâce à notre partenariat avec Plastic Plus.

Visitez Avulux.ca/ECP pour plus d'informations.



SYNERGIE DURABLE

Comment le recyclage moléculaire permet de construire un avenir plus vert pour l'industrie de la lunetterie

PAR DAVID GOLDBERG

Chaque année, l'homme produit plus de 300 millions de tonnes de plastique, dont seul un faible pourcentage est collecté et recyclé en nouveaux produits utilisables. Cette statistique qui fait réfléchir a incité les plus grands noms du secteur de la lunetterie à repenser la fabrication et l'approvisionnement en matériaux.

« Notre objectif est d'étendre autant que possible l'utilisation de matériaux durables afin de progresser dans notre démarche de durabilité », explique Francesco Rinaldi Ceroni, président et PDG Amérique du Nord du groupe Safilo. « La durabilité est au cœur de nos stratégies commerciales et repose sur le développement de projets et d'initiatives qui peuvent contribuer à relever les défis mondiaux de demain ».

Dans cette optique, Safilo deviendra le premier acteur sur le marché à adopter les verres polarisés d'Eastman Tritan Renew. À partir d'août 2023, les verres polarisés Tritan Renew seront présents dans les lunettes Under Armour, l'une des marques sous licence de Safilo, et seront progressivement déployés dans le large portefeuille de collections de lunettes de soleil haut de gamme du groupe.

Cette récente avancée technique permet à Safilo d'introduire la matière recyclée certifiée à 50 % de Tritan Renew dans les collections de lunettes de soleil polarisées sans sacrifier la qualité ou les performances, selon un processus qu'Eastman s'efforce d'affiner depuis des années.

Tritan Renew est alimenté par une nouvelle technologie de recyclage révolutionnaire qui transforme les déchets à usage unique en éléments de base qui sont ensuite utilisés pour fabriquer des matériaux durables, performants et sécuritaires pour les aliments. Ce processus compense l'utilisation de combustibles fossiles, ce qui permet de réduire les émissions de gaz à effet de serre.

« Bien que nous soyons bien connus des fabricants de lunettes, nous étions moins visibles pour l'ensemble de l'industrie », explique Rachel Oakley, responsable du segment mondial des lunettes chez Eastman.

« Plus récemment, nous nous sommes concentrés sur la manière dont nous pouvons contribuer à résoudre la crise des déchets plastiques et avons développé des technologies de recyclage moléculaire pour produire des matériaux durables à grande échelle. Nous sommes désormais en mesure de proposer des matériaux à contenu recyclé dont l'aspect, le toucher et les performances sont identiques à ceux des matériaux réguliers ».

Le recyclage moléculaire est le processus qui décompose les déchets en molécules, que les entreprises réassemblent ensuite en nouveaux plastiques. Les molécules sont les éléments constitutifs fondamentaux des plastiques, et elles sont les mêmes qu'elles proviennent de matières premières fossiles ou de déchets de plastique. Cela signifie que lorsque le

plastique est fabriqué via le recyclage moléculaire, il possède les mêmes propriétés que le plastique fabriqué à partir de matériaux traditionnels.

« Notre vision est de parvenir à une circulation totale des plastiques en prenant des déchets difficiles à recycler et en les réintroduisant dans notre processus de production de matériaux », explique Oakley. « Eastman investit actuellement dans de nouvelles installations de recyclage moléculaire aux États-Unis et en France afin de répondre au besoin rapidement croissant de polymères durables de haute performance ».

L'introduction de Tritan Renew n'est que la dernière collaboration entre Safilo et Eastman. Début 2022, Safilo a introduit le Tritan Renew et l'Eastman Acetate Renew d'Eastman dans la collection printemps-été de Polaroid. Les matériaux Eastman se retrouvent également dans diverses collections de Safilo tels que Tommy Hilfiger, BOSS et Levi's.


« En travaillant ensemble, Safilo et Eastman prouvent que les lunettes durables ne signifient pas un compromis sur le style ou la qualité », déclare Oakley d'Eastman. « Nous avons hâte de continuer à travailler avec Safilo afin d'apporter des matériaux et des solutions durables à d'autres marques de leur portefeuille tout en explorant de nouvelles opportunités pour l'industrie de la lunetterie ». **PO**



UN OBJECTIF *Passionnant*

FYidocors et Visique redonnent aux communautés du Canada
à l'occasion du mois dédié à Enrichir la Vie.

PAR AMANPREET DHAMI



À l'approche des fêtes de fin d'année, beaucoup d'entre nous réfléchissent à la façon de « donner au suivant » en redonnant à nos communautés. Pour FYidocors et Visique, divisions du groupe FYihealth, la réponse réside dans le Mois dédié à Enrichir La Vie, centré sur ce qui nous tient à cœur. Né des valeurs fondamentales et de l'ADN de FYihealth, ce programme a un impact sur les communautés locales à travers le Canada par le biais d'efforts charitables et de relations humaines.



Comment tout a commencé

Le programme Enrichir La Vie est un projet à but non lucratif qui fournit des subventions à plusieurs organismes de bienfaisance et de programmes communautaires canadiens. FYidoctors et Visque encouragent leurs cliniques à travers le pays à participer par des dons et des événements communautaires philanthropiques.

Pour atteindre l'objectif de collecte de fonds de cette année, soit 300 000 \$, les cliniques et les bureaux ont choisi un organisme de bienfaisance avec lequel ils vont collaborer et participer pendant tout le mois d'octobre. Au-delà du mois d'octobre - désormais connu sous le nom de mois pour Enrichir La Vie - des cliniques individuelles continueront à collecter des fonds en fonction de ce qui se passe dans leur communauté locale et de l'organisme de bienfaisance qu'elles ont choisi.

La mission du programme a découlé de la participation active des employés au sein de FYidoctors, explique la Dre Sheila Laplante, présidente du Mois pour Enrichir La Vie et optométriste à Gatineau qui a rejoint FYidoctors en 2016.

« En 2019, nous avons fait un sondage sur la responsabilité de l'entreprise pour savoir ce qui est important pour les médecins et les cliniques, pour savoir comment ils voyaient cela », explique Mme Laplante. « C'est grâce aux réponses de l'enquête que le programme Enrichir La Vie a vu le jour. Les équipes ont décidé de la manière dont cela serait fait et de ce qui est important pour elles ».

Relation personnelle

Ce que signifie « Enrichir la vie » pour chaque clinique ou équipe participante est unique. Chaque clinique est invitée à choisir une organisation caritative avec laquelle elle souhaite travailler.

« Ce que j'ai suggéré à toutes les cliniques avec lesquelles j'ai discuté, c'est d'avoir une conversation et de voir ce qui vous tient à cœur et derrière quoi vous pouvez vous rallier », explique Kerri Nicholls, une participante active à la campagne Enrichir La Vie qui dirige également les cliniques FYido de la Colombie-Britannique à l'Ontario au sein de la fondation. « C'est vraiment ce à quoi se résume la campagne Enrichir La Vie. Nous constatons de bons résultats lorsqu'un membre de l'équipe ou sa communauté locale se sentent concernés par la cause ».

La propre clinique de Nicholls travaille avec un organisme de bienfaisance basé à Toronto, nommé *Making Faces*, qui



En 2021, l'objectif de collecte de fonds était de \$ 200 000, et nous avons récolté plus de \$ 300 000. Les cliniques ont absolument explosé notre objectif.

— DR. SHEILA LAPLANTE

offre des ateliers pour enseigner les compétences d'acteur et les jeux d'improvisation qui renforcent la confiance des enfants présentant des différences faciales dans les communautés à travers le Canada. Pour Mme Nicholls, *Making Faces* était la solution idéale car son fils cadet, Kenton, est né avec une fente labiale et palatine, ce qui donne un aspect personnel aux efforts de collecte de fonds. « C'est incroyable et réconfortant de voir les membres de mon équipe soutenir un de mes enfants », déclare Mme Nicholls.

Chaque année, le lien personnel tissé avec l'organisme de bienfaisance choisi par chaque clinique alimente la croissance de la fondation. En 2019 et 2020, le programme Enrichir La Vie a permis de collecter plus de \$ 250 000 au total - un montant dépassé rien que l'année suivante. « En 2021, l'objectif de collecte de fonds était de \$ 200 000, et nous avons récolté plus de \$ 300 000. Les cliniques ont absolument explosé notre objectif », déclare fièrement Mme Laplante.

Cette année, l'objectif était de 300 000 \$, et FYidocors confirme que l'entreprise a dépassé cet objectif pour la campagne 2022, qui s'est terminée le 31 octobre. Cette même croissance et ce même enthousiasme se retrouvent à travers le pourcentage de cliniques participantes. En 2020, 37 % des cliniques de FYidocors et Visique ont participé au mois pour Enrichir La Vie. Ce chiffre est passé à 55 % en 2021 et en octobre de cette année, la participation des cliniques est passée à 69 %. « Notre objectif est de parvenir à une participation de 100% des cliniques, et nous pouvons le faire », déclare Darcy Verhun, président du groupe FYihealth. « L'impact dans les communautés locales où nous vivons et travaillons pourrait faire une réelle différence avec toutes nos cliniques qui soutiennent une organisation locale ». Mme Laplante ajoute : « Nous nous développons chaque année depuis le début de COVID-19, car de nombreuses organisations ont besoin du soutien de leurs communautés ».

Relations humaines

Essentiellement, la fondation s'appuie sur un réseau complet qui relie des personnes de différentes cliniques et bureaux à des causes caritatives dans tout le pays - démontrant ainsi qu'il n'y a pas de distance ou d'obstacle à effectuer un travail significatif. « Nous avons des relations au sein des cliniques, car il s'agit d'un effort pour constituer des équipes. Les relations et les conversations entre les différentes cliniques du pays sont toutes reliées par un lien étroit, et des histoires sont partagées sur toutes ces formidables organisations caritatives à travers la nation », explique Mme LaPlante. Les histoires sur les liens et les amitiés qui se sont noués entre les cliniques et les organisations caritatives grâce à ces partenariats sont nombreuses. Diane Dupay, fondatrice de *Famous PEOPLE Players*, une organisation caritative basée à Toronto,

travaille en étroite collaboration avec la clinique FYidocors de la rue Bloor, à Toronto, depuis 2018. Ce partenariat a permis de nouer d'excellentes relations.

« Diane Rego, qui est aujourd'hui Coach de pratique de FYidocors (gestionnaire de clinique), elle a commencé à collecter des fonds pour *Famous PEOPLE Players* et à travailler avec eux il y a de ça trois ans - elle a été d'une aide précieuse », explique Mme Dupay. « Elle et son équipe sont vraiment adorables et travaillent très dur. FYidocors soutient actuellement notre programme *Stars of Tomorrow*. J'aime tellement travailler avec Diane et l'équipe de FYidocors, car ensemble, tout est vraiment une question de vision - ce que vous pouvez voir physiquement et comment vous pouvez voir vos rêves ». Ted Kim, fondateur de la *Chilliwack Bowls of Hope Society*, a eu une expérience tout aussi positive en travaillant avec le bureau de Chilliwack de FYidocors. Depuis près de dix ans, la coach Patti Stuart et son équipe travaillent avec *Bowls of Hope*. Chaque soir, l'équipe coupe jusqu'à 500 livres de légumes pour aider l'organisme de bienfaisance à nourrir au moins 1 000 élèves par jour dans les écoles locales. Sans cette nourriture, ces élèves pourraient avoir faim. L'association propose également des programmes nutritionnels aux familles dans le but de nourrir l'esprit et le corps des enfants. « Un grand coup de chapeau à Patti ; elle pense constamment à Bowls of Hope et trouve des moyens pour que ses employés participent à ce programme », déclare Kim. « Je suis constamment époustoufflée par la volonté de l'incroyable participation communautaire que reçoit ce programme, et nous ne pourrions pas le faire sans le travail de FYidocors et des membres de leur équipe ». Il ne s'agit là que d'une poignée d'histoires réconfortantes sur le travail de FYidocors et des équipes de Visique dans le cadre du mois pour Enrichir La Vie - un exemple brillant de la manière dont les bonnes intentions, les valeurs et les efforts peuvent aider l'industrie optique à remplir une mission philanthropique plus large pour Enrichir La Vie, afin de rendre le monde meilleur. **PO**



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 PLAT «WHERE AIR MEETS WATER»

Ce magnifique plat, «Where Air Meets Water : The Eagle and the Orca» est fièrement fabriqué au Canada et présente une œuvre d'art originale de l'artiste autochtone Corrine Hunt. Fabriquée à partir de verre recyclé, cette pièce étonnante est un excellent cadeau de Noël et elle est GRATUITE pour toute commande de 10 montures ou plus AYA Optical. Disponible dans les grandeurs de 12 ou 8 pouces. claudiaalan.com/aya/optical-frames



2 COLORIMÈTRE INTUITIF

Cet appareil aide les professionnels des soins de la vue à identifier une solution de filtre personnalisé pour les patients souffrant de migraines, du syndrome de vision post-traumatique, de difficultés d'apprentissage et d'autres troubles neurologiques. Les lentilles filtrantes médicalement teintées peuvent réduire les problèmes visuels, de perception et vestibulaires persistants. Le Colorimètre Intuitif est le dispositif médical de classe 1 approuvé par la FDA et homologué par Santé Canada utilisé pour déterminer la teinte optimale. opticalm.ca



3

TROUSSE « STAY GLASSY »

Cette trousse à fermeture éclair peut contenir des lunettes, des cosmétiques ou tout autre article que vous souhaitez maintenir organisé chez vous, au travail, en voyage ou pendant vos loisirs. Fabriquées en toile de haute qualité avec une impression marbrée, ces trousse sont durables et résistantes à l'eau avec une fermeture éclair noire solide. Taille : 9,2 x 6,8 pouces.

amazon.ca/POFULL-Optometrist-Travel-Cosmetic-Optician/dp/B09GV91LYR/



4

VERRE À WHISKY AVEC DIAGRAMME OCULAIRE

Dégustez votre scotch ou votre whisky préféré dans ce verre gravé sur mesure, ou offrez-le à vos patients et fournisseurs. Vous pouvez également les personnaliser avec votre nom et votre logo. La gravure est réalisée sur sable, laissant une image profondément gravée qui ne s'usera jamais et ne sera jamais délavée.

etsy.com/ca/listing/1047335361/eye-chart-whiskey-glass-optician-etched

SE DIVERSIFIER

Ajoutez un créneau à
votre pratique de façon
intelligente

PAR NANCY DEWALD,
Lead Up Training and Consulting



Nous vivons une époque passionnante comme le champ d'action de notre secteur s'élargit et nous pouvons résoudre beaucoup de maux des patients. Ceci-dit, dans mes déplacements, je vois des salles de traitement, des équipements et des ressources qui ne sont pas utilisés à pleine capacité.

Les propriétaires et le personnel sont enthousiastes à l'idée d'ajouter des cliniques de traitement des yeux secs et de contrôle de la myopie, mais ils s'essouffent souvent, car ces ajouts à une entreprise demandent beaucoup de temps de planification et de suivi. De plus, ces investissements ont tendance à ajouter du stress au propriétaire : des coûts et des responsabilités supplémentaires sans qu'il n'en retire un bénéfice immédiat.

Dans cette optique, voici quelques étapes clés à franchir sur la voie du succès.



Un objectif
sans plan n'est
qu'un souhait

— ANTOINE DE SAINT-EXUPÉRY

1 QUEL EST L'OBJECTIF ?

Qu'est-ce que vous espérez accomplir ? Quelle est l'opportunité ou le problème que vous résolvez ? Il est essentiel d'être clair sur ce point, car à partir de ce moment il doit servir de vision pour votre équipe et un élément de base pour la prise de décision.

Un énoncé de mission doit vous guider et vous garder sur la bonne voie. Il pourrait ressembler à ceci :

- Notre Clinique pour les yeux secs a pour mission d'éduquer sur les yeux secs et de soulager l'inconfort causé par les symptômes des yeux secs, quelle que soit leur gravité, en aidant autant de patients que possible.
- L'ensemble de notre cabinet comprendra et éduquera tous les candidats sur le contrôle de la myopie pour aider à en ralentir la progression et assurer le meilleur résultat de vue.

2 SE CONCENTRER SUR UNE OPPORTUNITÉ / UN CRÉNEAU À LA FOIS

Ajoutez une niche correctement, puis passez à autre chose et reproduisez le processus.

Lorsque nous essayons de faire trop de choses, nous surchargeons notre personnel et nos patients. Cette surcharge est la raison pour laquelle les choses ne sont pas faites correctement et sont mises de côté. Je dis souvent à mes clients : on peut faire les choses rapidement ou on peut les faire correctement.

Un énoncé de mission doit vous guider et vous garder sur la bonne voie.

3 EFFECTUEZ UNE ANALYSE DU SEUIL DE RENTABILITÉ

Cet exercice permet de fixer des attentes réalistes. Il devrait être effectué avant tout achat important. Il est important de prendre en considération tous les coûts associés au projet. Par exemple, si vous investissez dans la thérapie par radio-fréquence et lumière pulsée pour traiter les yeux secs, les coûts comprennent les dépenses liées à la machine et à l'équipement connexe, la main-d'œuvre pour faire fonctionner la machine, les consommables, le marketing, l'assurance, les frais généraux, etc.

Une fois que vous avez compris vos coûts, déterminez votre prix et calculez le seuil de rentabilité.

LA FORMULE EST LA SUIVANTE :

Revenu par unité

(combien facturez-vous ?)



Coûts variables

(coûts qui fluctuent en fonction de l'utilisation)



Marge de contribution



Coûts fixes

(coûts qui restent les mêmes)

4 ÉLABOREZ VOTRE PLAN ET METTEZ LES BONNES PERSONNES EN PLACE

«Un objectif sans plan n'est qu'un souhait» - Antoine de Saint-Exupéry

Aucune parole plus vraie n'a jamais été prononcée. Élaborez un plan et mettez les bonnes personnes en place. Suivez les progrès réalisés en commençant par une fréquence hebdomadaire, et une fois que vous aurez constaté des progrès, vous pourrez diminuer la fréquence.

Reconnaissez ensemble les progrès accomplis et la résolution d'obstacles. Pour en savoir plus sur la mise en œuvre, consultez mon article dans le numéro de juin de *Prisme Optique* intitulé «5 étapes vers le succès - Mettre en œuvre quelque chose de nouveau ne devrait pas être si difficile».

Une dernière pensée : Envisagez de vous mettre en relation avec des pairs qui ne proposent pas ce traitement et convenez des modalités pour les opportunités de référencement. Ils peuvent offrir des services que vous ne fournissez pas, et vice versa. En travaillant ensemble, vous pourrez répondre à tous les besoins de vos patients. **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 le site : leaduptrainingandconsulting.ca.



Conception ergonomique pour une meilleure répartition du poids

Acétate de cellulose italien de première qualité

Charnières italiennes 3-5 barillets

Quadruple poli pour un superbe finition vitreuse

Fabriqué à la main en Slovénie



LAIBACH & YORK

LAIBACH-YORK.COM | 604.565.9119  

CALENDRIER DES ÉVÉNEMENTS

2023 JANVIER

Du 27 au 29 janvier 2023

Événement : Opti 2023

Lieu : Munich, Allemagne

Site web : opti.de

2023 MARS

Du 16 au 19 mars 2023

Événement : Vision Expo East

Lieu : New York, New York

Site Web : east.visionexpo.com

2023 SEPTEMBRE

Du 8 au 10 septembre 2023

Événement : 4^e Congrès mondial de l'optométrie

Lieu : Melbourne, Australie

Site web : worldcouncilofoptometry.info

Du 27 au 30 septembre 2023

Événement : Vision Expo East

Lieu : Las Vegas, Nevada

Site web : east.visionexpo.com

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



VISION D'AVENIR



Des idées de marketing pour chaque mois de 2023

PAR KRISTY KOEHLER, Marketing4ECPs

Pour que vos patients continuent à s'investir dans leur santé oculaire - et dans votre cabinet - il faut faire preuve de créativité et planifier à l'avance. Trouvez des liens avec des fêtes bien connues comme la Saint-Valentin et Noël, mais soyez également créatif !

Les mois de sensibilisation à la médecine sont d'excellentes opportunités éducatives, mais c'est également le fun de célébrer les journées commémoratives étranges, farfelues et merveilleuses qui sont dans le calendrier. Elles peuvent vous aider à garder vos médias sociaux et votre marketing par courriel actuels et intéressants !

Une fois que vous aurez réalisé combien d'opportunités de marketing se présentent chaque mois, vous souhaiterez qu'il y ait plus de 365 jours dans une année.

Janvier

Généralement, en début d'année les patients sont soucieux de leur santé. Aidez-les à atteindre leurs objectifs de bien-être en leur rappelant que la santé oculaire et la santé globale sont liées. Les campagnes « Nouvelle année, nouvelles lunettes » sont toujours populaires, mais c'est aussi le mois de la sensibilisation au glaucome.

Entamez une conversation avec vos patients sur les facteurs de risque du

glaucome et l'importance des examens oculaires ! C'est aussi le Mois National de la Soupe, alors proposez une recette saine pour les yeux, comme une soupe aux carottes, dans votre bulletin de janvier.

Mois de la Sensibilisation au Glaucome

Mois National de la Soupe

1^{er} janvier : Jour de l'An

Le 4 janvier : Journée Mondiale du Braille

Février

Ce mois est le moment idéal pour sensibiliser le public à la DMLA et à la basse vision. Des grilles de photos Instagram fantaisistes qui mettent en valeur des montures rouges et roses contribueront à répandre l'amour pour votre cabinet. « Donnez de l'Amour à vos yeux » est un excellent thème de campagne pour le début du mois.

Mois de la Sensibilisation à la DMLA

Mois de la Basse Vision

14 février : Saint-Valentin

Mars

Le dernier jour du mois est la Journée Nationale des Crayons de Couleur. Organisez un concours de coloriage amusant sur vos réseaux sociaux. Mettez l'accent sur les lunettes de sécurité

de prescription à l'occasion du Mois de la Santé Oculaire au Travail et célébrez les Femmes qui travaillent dans votre cabinet à l'occasion de la Journée Internationale de la Femme.

Mois de la Santé Oculaire au Travail

8 mars : Journée Internationale de la Femme

23 mars : Journée Mondiale de l'Optométrie

31 mars : Journée Nationale du Crayon

Avril

Le Jour de la Terre est une excellente occasion de faire connaître des marques durables, des gammes de montures écologiques et des informations sur le recyclage des lentilles de contact. C'est également le Mois de la Sensibilisation à la Rosacée, votre marketing peut donc mettre l'accent sur les technologies qui ciblent à la fois les problèmes de sécheresse oculaire et d'esthétique.

Si vous utilisez des reels Instagram ou si vous êtes actif sur TikTok, essayez de créer une vidéo divertissante pour la Journée Internationale du Plaisir au Travail. Montrez à vos patients à quel point votre personnel a du plaisir au travail - après tout, nous passons du bon temps lorsque nous aidons les personnes à choisir des lunettes !

Mois de la Sensibilisation à la Rosacée

1^{er} avril : Journée Internationale du Plaisir au Travail

22 avril : Jour de la Terre

Mai

Pendant le mois National de la Sensibilisation au Soleil, rappelez à vos patients les dangers que les rayons UV peuvent causer à leur vue. Montrez les lunettes de soleil de votre galerie d'optiques et dites à vos patients comment une bonne paire de lunettes peut protéger leur vision. Le Mois de la Santé Visuelle vous donnera de nombreuses occasions d'éduquer vos patients et la Fête des Mères est un moment idéal pour organiser des promotions sur l'esthétique oculaire.

Mois de la Santé Visuelle

Mois National de la Prudence au Soleil

14 mai : Fête des mères

Juin

Le mois National des Zoos et Aquariums offre des possibilités infinies de publication sur les médias sociaux. Saviez-vous que les yeux d'un calmar géant mesurent jusqu'à 25 cm de diamètre ? Vos patients non plus ! Les faits concernant les yeux des animaux génèrent une discussion amusante.

En tant que Mois de la Sensibilisation à la Cataracte, juin est également le moment idéal pour sensibiliser les patients à l'importance des lunettes de soleil, surtout à l'approche du temps qui se réchauffe.

Mois de la Sensibilisation à la Cataracte

Mois National des Zoos et Aquariums

20 juin : Fête des Pères

Juillet

Il n'y a pas de meilleur moment pour encourager vos patients à faire des achats locaux que le mois du Détaillant Indépendant. Attirez l'attention sur les raisons pour lesquelles l'achat de lunettes

en personne, dans votre cabinet, est de loin supérieur à l'achat de lunettes en ligne.

Mois du Détaillant Indépendant

5 juillet : Journée Nationale de Prévention des Blessures

Août

Alors que les parents se préparent pour la rentrée scolaire, le mois d'août est le moment idéal pour les encourager à prendre rendez-vous pour un examen de la vue. Mettez en avant les façons dont la vue et l'apprentissage vont de pair et rappelez aux patients que les simples dépistages scolaires ne suffisent pas.

Achats pour la Rentrée Scolaire

Septembre

À la mi-septembre, les enfants ont repris l'école et vos patients ont retrouvé leur routine. Le temps passé devant l'écran augmente et c'est le bon moment pour parler de la fatigue oculaire liée au numérique. Proposez des verres bloquant la lumière bleue. À l'occasion de la Journée Mondiale des Premiers Secours, partagez des informations sur les soins oculaires d'urgence.

Mois National du Chien-Guide

Premier Jour d'École

11 septembre : Journée Mondiale des Premiers Secours

Octobre

La Journée Mondiale de la Vue rappelle aux patients de donner la priorité aux soins oculaires. Pendant le mois de la Vision des Enfants, mettez en avant vos méthodes de contrôle de la myopie. Halloween est le moment idéal pour rappeler aux gens que même si les

lentilles de contact colorées peuvent rehausser un déguisement, elles ne sont pas toujours sécuritaires et ne doivent être adaptées que par un professionnel.

Mois de la Vision des Enfants

12 octobre : Journée Mondiale de la Vue

31 octobre : Halloween

Novembre

Informez vos patients diabétiques des soins spécialisés offerts par votre clinique et veillez à leur fournir des informations éducatives sur les effets du diabète sur la vue. Le mois de novembre est également le moment de rappeler aux patients d'anticiper.

Pour beaucoup, l'année de prestations se termine et le calendrier se remplit. Il est bon de rappeler aux patients qu'ils doivent réserver tôt pour éviter toute déception, notamment en raison du calendrier des vacances à venir.

Mois de la Lutte Contre le Diabète

Décembre

Ce mois-ci, présentez les montures les plus sophistiquées de votre galerie pour les fêtes et les événements sociaux figurant sur le calendrier de vos patients. Attirez la foule des acheteurs du Boxing Day avec une vente de montures. Et bien sûr, n'oubliez pas d'informer vos patients des fermetures pour les fêtes !

3 décembre : Mardi des dons

Le 24 décembre : Veille de Noël

25 décembre : Jour de Noël

26 décembre Boxing Day

31 décembre Réveillon du Nouvel An

Kristy Koehler est une stratège senior en marketing par courriel chez Marketing4ECPs. Elle passe ses journées à créer du contenu créatif sous forme de courriel pour des cabinets de soins oculaires dans toute l'Amérique du Nord. Pour en savoir plus sur Kristy et Marketing4ECPs, rendez-vous sur marketing4ecps.com.



OPTOMETRY GIVING SIGHT

**world sight day
challenge**



IL FAUT VOIR

Avoir une bonne vision permet de bien vivre, de travailler et de s'épanouir. Grâce à elle, les possibilités de mener une vie active se multiplient, sinon, elles disparaissent. Dans le cadre de notre Défi de la Journée mondiale de la vue, nous créons des solutions durables de soins de la vue pour des personnes qui en ont besoin :

- Former des personnes dans les collectivités locales pour qu'elles deviennent des professionnels des soins de la vue.
- Établir des centres de la vue où des personnes peuvent recevoir régulièrement des soins de la vue.
- Offrir des soins de la vue et des lunettes à des personnes qui en ont besoin.

Pour y arriver, il nous faut des héros, c'est-à-dire des champions qui appuient notre cause en offrant un soutien financier ou en dirigeant des activités de collecte de fonds dans leur bureau ou au sein de leur entreprise ou organisation. Il nous faut des gens qui répondent présents pour améliorer le sort de personnes partout dans le monde.

Concrétisez avec nous notre vision pour éliminer les déficiences visuelles évitables : **participez au Défi de la Journée mondiale de la vue.**

Faites un don ou inscrivez-vous pour participer à une activité de collecte de fonds avec nous à l'adresse givingsight.org/wsdc.

