

PRISME OPTIQUE

JANVIER 2024 • VOL. 42 • NO. 1



NOUVEAU

Varilux®
XR series™

Le premier verre progressif qui
s'adapte au regard conçu grâce à
l'intelligence artificielle.*



*S'adapte au regard en prenant en compte deux paramètres lors de la conception du verre progressif : la prescription et le comportement visuel.

NOUVEAU

Varilux® XR series™



Le premier verre progressif
qui s'adapte au regard conçu
grâce à l'intelligence artificielle.*



*S'adapte au regard en prenant en compte deux paramètres lors de la conception du verre progressif : la prescription et le comportement visuel.
LE PRISME OPTIQUE | JANVIER 2024

PRISME OPTIQUE

JANVIER 2024 • VOL. 42 • NO. 1

Faire une Différence

Redonner à travers
des associations
de soins oculaires
à but non lucratif

FOCUS SUR LE FUTUR

Comment l'IA
et la réalité virtuelle
transforment les
soins oculaires

RÉUNIONS REMARQUABLES

Améliorez vos
réunions

STYLE VISIONNAIRE

Créer une
image de
marque
personnelle

PEACHY KEEN

La couleur
Pantone
de l'année

INTRODUCTION :

Lunettes & Astrologie

L'horoscope de la
lunette de ce mois

NOUVELLE ANNÉE NOUVEAUX LOOKS !

Sont présentés les derniers styles pour 2024, avec des designs frais et fabuleux pour débuter l'année en beauté



Une carrière remarquable vous attend !

Joignez-vous au plus grand réseau de soins oculaires détenu par des optométristes au Canada et à notre équipe guidée par l'excellence et la volonté d'enrichir la vie des gens. Grâce à des formations, du coaching et un soutien continu, vous serez en mesure d'offrir des soins exceptionnels à vos patients dans un environnement clinique moderne et à la fine pointe de la technologie. Façonnons ensemble l'avenir de l'optométrie !



Plus d'info ?
Balayez le code !



éditoriaux

14 AVOIR UN IMPACT

Éclairer le chemin vers une meilleure vision grâce à un soutien caritatif

Par David Goldberg

18 STYLISER LES YEUX

Peachy Keen
Des montures dans la couleur Pantone de l'Année 2024

Par Suzanne Lacorte

chroniques

NOUVEAU

20 SPEC STYLE

Image de marque visionnaire
Par Wendy Buchanan

22 TECHNO DES VERRES

eSight Go
Par David Goldberg

NOUVEAU

24 LUNETTES & ASTROLOGIE

Capricorne

25 L'HISTOIRE D'UN SUCCÈS

Dr. Natasha Randhawa
Par David Goldberg

27 PERSPECTIVES

L'IA au service des soins oculaires
Par le Dr Martin Spiro



Anita par Spectacle
Eyeworks

**30 VISION DE L'OPTICIEN**

Naviguer dans le futur
Par Claudia Rojas

32 RÉVÉLATION

R comme Réunions
Par Nancy Dewald

34 PERSPECTIVES MARKETING

Se connecter pour réussir !
Par Keri Sculland

départements**6 LETTRE DE L'ÉDITRICE****8 REGARDS ACTUEL****29 À HAUTEUR DES YEUX****36 DERNIER COUP D'ŒIL****prochain numéro**

- Lunettes pour les seniors
- Marchandisage visuel

en couverture

IMAGE DE COUVERTURE :
Linda Farrow Collection
Noël blanc.

f @ in 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

JANVIER 2024 • VOL. 42 • NO. 1

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 ophtalmologues 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

KLIIK
denmark

DESIGN MODERNE COUPE ÉTROITE

Modèle Présenté : K-731

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



Le partenariat avec des organisations à but non lucratif peut avoir de nombreux avantages, non seulement pour les individus et les communautés, mais aussi pour vous, votre équipe et, en fin de compte, votre commerce.

Bienvenue en 2024 ! Une nouvelle année s'accompagne d'un engagement renouvelé en faveur de la réussite, et ce numéro de *Prisme Optique* est conçu pour vous aider à démarrer l'année en beauté. Pour beaucoup, l'aube d'une nouvelle année est aussi l'occasion de prendre la résolution de redonner et notre reportage rédigé par le rédacteur en chef adjoint David Goldberg, porte sur cinq organismes canadiens à but non lucratif liés aux soins oculaires qui accomplissent un travail remarquable, tant au Canada qu'à l'étranger, pour apporter des soins oculaires à ceux qui en ont besoin mais qui n'en ont peut-être pas les moyens. Je vous invite à soutenir ces organisations caritatives par tous les moyens possibles, qu'il s'agisse d'un soutien financier, d'une collecte de fonds ou de bénévolat. Comme l'a souligné notre chroniqueuse Nancy Dewald dans un précédent numéro de PO, le partenariat avec des organisations à but non lucratif peut avoir de nombreux avantages, non seulement pour les individus et les communautés, mais aussi pour vous, votre équipe et, en fin de compte, votre entreprise.

En parlant d'entreprise, nos rubriques Révélation et Perspectives Marketing de ce numéro offrent de solides conseils pour mieux réussir en 2024. Dans Révélation, Nancy Dewald explique comment le fait d'améliorer vos réunions peut vous aider, vous et votre équipe, à rester sur la bonne voie et à travailler ensemble à la réalisation d'un objectif commun. Et dans Perspectives Marketing, Keri Sculland de Marketing4ECPs décrit les tactiques du marketing numérique que vous pouvez mettre en œuvre dès aujourd'hui pour récolter les bénéfices d'une forte présence en ligne pour votre cabinet.

Nos rubriques Perspectives et Vision de l'opticien s'intéressent toutes deux à l'avenir de la technologie dans le domaine des soins oculaires. Dans Perspectives, le président de l'AOC, Martin Spiro, examine comment l'IA peut « profiter aux patients et aux praticiens en élargissant l'accès aux soins oculaires, en facilitant la collaboration et en améliorant les capacités de diagnostic ». Dans Vision d'opticien, la présidente de la ACO, Claudia Rojas, se penche sur la réalité augmentée et virtuelle dans les soins oculaires, observant que « l'industrie de l'optique se trouve au seuil d'un voyage transformateur alimenté par la réalité augmentée et la réalité virtuelle ».

Dans l'esprit de tout ce qui est nouveau, nous vous proposons deux nouvelles rubriques dans ce numéro. Dans notre nouvelle rubrique Spec Style, l'experte en image de marque Wendy Buchanan explique comment créer une marque personnelle pour réussir en affaires. Nous vous présentons également Lunettes & Astrologie, une nouvelle rubrique régulière présentant des lunettes qui reflètent la personnalité du signe du zodiaque de chaque mois. Par ailleurs, notre section Regard Actuel présente de superbes nouveaux styles de montures pour le début de l'année, et notre rubrique Stylier les Yeux met en emphase des lunettes qui correspondent à la couleur de l'année 2024 de Pantone - Peach Fuzz. Vous trouverez de nombreux autres contenus passionnants dans les pages suivantes. Nous espérons que vous l'apprécierez et que vous en ressortirez revigoré pour une année pleine de plaisir et de succès ! **PO**

Stellest®

Essilor®
N°1 mondial*

des verres de lunettes



Les verres Essilor® Stellest® ralentissent la progression de la myopie de 67% en moyenne**,

par rapport aux verres simple vision, lorsqu'ils sont portés au moins 12 heures par jour.



* Essilor N°1 mondial des verres de lunette - Euronmonitor Eyewear 2021 édition; valeurs venues au détail au niveau mondial chez RSP. ** Par rapport aux verres simple vision, lorsqu'ils sont portés au moins 12 heures par jour tous les jours. Bao, J., Huang, Y., Li, X., Yang, A., Zhou, F., Wu, J., Wang, C., Li, Y., Lin, L.W., Spiegel, D.P., Dufre, B., Chen, H., 2022. Spectacle lenses vs Aspherical lenses for Myopia control. A randomized clinical trial in China. *AMA Optometry and Vision Science*. <https://doi.org/10.1007/s00392-022-04011>

REGARD *Actuel*



Maintenez vos options de lunettes au goût du jour avec les derniers modèles de ces entreprises leaders



Claudia

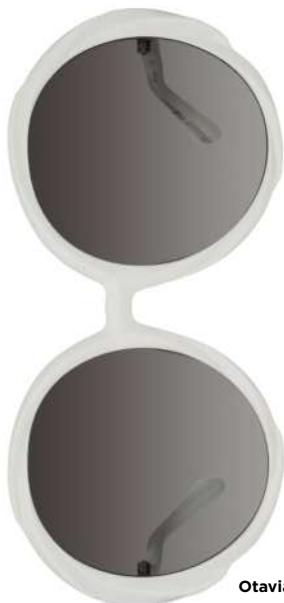


SEA2SEE

La toute nouvelle collection de lunettes ophthalmiques et solaires « marine durable » de la marque est entièrement produite en Italie à partir de plastique marin recyclé. Chaque vente de monture finance également la collecte de 1 kg de plastique marin récupéré en mer

Pour plus d'informations, contactez votre représentant

Sea2See ou visitez : sea2see.org



Otavia



Elodie



Marcelo

LINDA FARROW

La collection capsule *White Christmas* comprend trois nouveaux modèles en édition limitée, réintroduits dans un coloris blanc hivernal. Cette collection capsule comprend l'Elodie, une monture plate en D, l'Otavia, un modèle rond surdimensionné, et la Marcelo, une monture d'aviateur en or blanc avec des détails peints en blanc.

Pour plus d'informations, contactez votre représentant Linda Farrow ou visitez : lindafarrow.com



J.F. REY

Les lunettes de soleil Anna en métal et acétate pour femmes combinent le glamour des années 70 et le design contemporain. La structure frontale est un patchwork créatif d'acétates et de formes géométriques colorées qui s'assemblent pour créer un effet graphique. Les textures sophistiquées, les couleurs vives et les combinaisons chromatiques sont adoucies par des transparences subtiles.

Pour plus d'informations, contactez votre représentant J.F. REY ou visitez : jfrey.fr



Anna



SERAPHIN

Des couleurs oniriques et luxuriantes, des profils sculptés et des accents texturés sont les caractéristiques de cette marque d'OGI Eyewear. Le style Clover présente des couleurs superposées en acétate poli, avec une face audacieuse et distinctive en forme d'arlequin biseauté.

Pour plus d'informations, contactez votre représentant OGI ou visitez : ogieyewear.com

SPECTACLE EYEWORKS

Une collection Spectacle Eyeworks aux formes lourdes et provocatrices qui associe les tendances actuelles à des styles anciens, rehaussés d'une feuille d'or laminée d'acétate. Ces modèles explorent des formes multidimensionnelles et des biseaux pour mettre en valeur la structure du visage. Tous les styles sont dis-

ORGREEN OPTICS

Cette marque danoise a dévoilé sa nouvelle collection Halo Nordic Lights, dans des couleurs audacieuses qui se fondent sur les bords pour un subtil « effet halo ». La découpe pointue des facettes et l'épaisseur robuste de l'acétate renforcent la profondeur de chaque teinte pour un look haut de gamme.

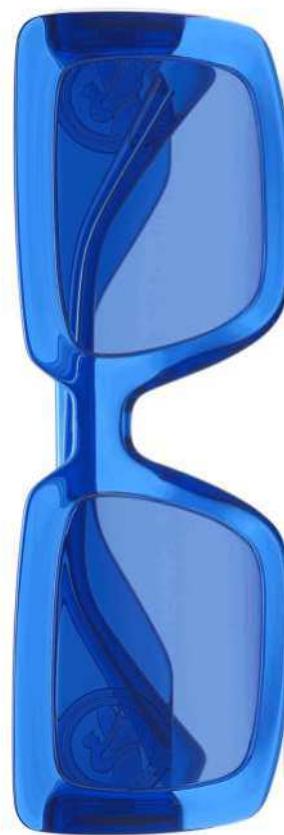
Pour plus d'informations, contactez votre représentant Orgreen ou visitez : orgreenoptics.com

LONGCHAMP

Fabriquées en résine végétale légère et respectueuse de l'environnement, ces lunettes de soleil pour femmes présentent une face rectangulaire audacieuse. Le médaillon emblématique du cheval Longchamp apparaît sur les branches dans la même couleur que la structure. Disponibles en rose, bleu, noir, orange et kaki.

Pour plus d'informations, contactez votre représentant Longchamp ou visitez : longchamp.com

LO743S



Nada

ponibles en sept options de couleurs, notamment *Vermillion*, *Leaf Lamination* et *Fabric Lamination*, ainsi que *Smoke* et *Sea Green* semi-transparents.

Pour plus d'informations, contactez votre société Spectacle Eyeworks ou visitez : spec-eyeworks.com



GIGI STUDIOS

REGARD ACTUEL

MOVITRA

Giovanni fait partie de la collection COMBO de Movitra, fabriquée dans plusieurs matériaux, dont l'acétate, le titane et l'acier inoxydable. Ce modèle présente une forme d'œil carrée légèrement adoucie et il est doté du mécanisme de fermeture breveté de



Movitra, qui permet à la monture de pivoter et de se replier, protégeant ainsi les verres.

Les coloris et les finitions comprennent l'acétate Havane noir avec finition galvanique en *Gun Metal* et *Light Gun*; une lentille solaire *Flash Electric Gradient Light Blue* ou l'acétate Havane avec finition galvanique en *Gun Metal*; et *Light Gun* avec lentilles vertes.

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



The Equinox



The Florida

STRUKTUR

Les verres presque ronds des Equinox de Struktur Eyewear ajoutent une touche contemporaine à l'esthétique vintage. La forme rectangulaire unique du modèle Florida est mise en valeur par un bas-relief astucieux sur le périphérique supérieur, ainsi que par des côtés découpés et une finition « velour mat ».

Pour plus d'informations, contactez votre représentant Struktur ou visitez : struktur-eyewear.fr/fr



Giovanni

SPECTAFUL

Cette marque italienne de lunettes a lancé sa collection CLOUD, dont le modèle féminin Patty. La forme œil de chat se caractérise par des bords angulaires distinctifs qui créent un look géométrique.

Initialement prévue comme un modèle de grande taille, la Patty a finalement été conçue pour les clients ayant un visage plus petit. Disponible dans une palette de couleurs vives, dont le bleu cobalt et le violet profond.

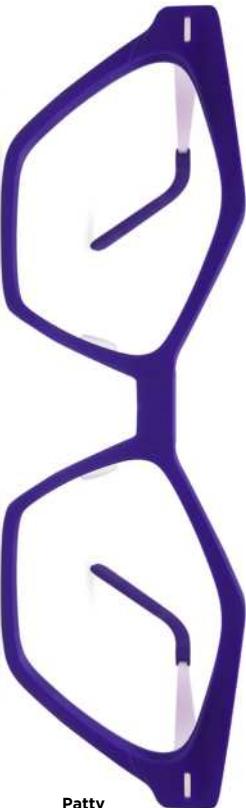
Pour plus d'informations, contactez votre représentant Spectaful ou visitez : spectaful.com



TAKUMI

Cette monture à verres ronds en écaille de tortue présente un mélange de matériaux en métal et en acétate, ainsi que la technologie TuboFlex de charnière rotative à 360 degrés et des clips magnétiques polarisés avec une protection UV à 100 %.

Pour plus d'informations, contactez votre représentant Aspex ou visitez : aspexeyewear.com



Patty



BIENVENUE DANS LE MONDE DE LA MEILLEURE VISION

Les verres idéaux pour chaque situation visuelle :
Les verres à intelligence biométrique



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

R
RODENSTOCK
Parce que chaque œil est unique

Avoir un IMPACT

Éclairer le chemin vers une meilleure vue
grâce à un soutien caritatif

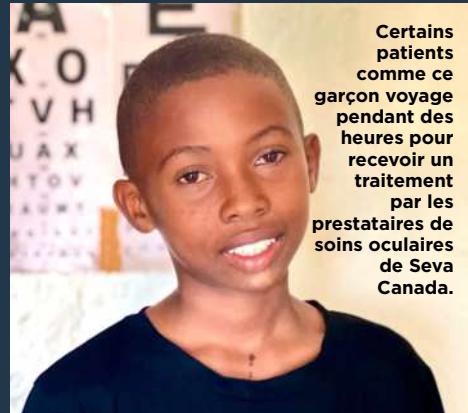
PAR DAVID GOLDBERG

Une nouvelle année apporte de nouvelles résolutions pour redonner. Si vous êtes un professionnel des soins oculaires et que vous cherchez à faire une différence dans votre communauté ou à effectuer un travail significatif à l'étranger en 2024, vous ne pouvez pas faire mieux que de soutenir ou de faire du bénévolat auprès de l'un des nombreux organismes canadiens à but non lucratif dont la mission est de restaurer et de protéger la vision des gens à travers le pays et dans le monde entier.

Des villages isolés de Madagascar aux rues de Winnipeg (Manitoba), ces organisations canadiennes liées à la vision changent des vies. Elles représentent certains des meilleurs efforts humanitaires en soins oculaires - chacune ayant une mission unique, mais unie par un objectif commun : apporter de l'espoir à ceux qui luttent contre la perte de vision.

Il n'y a jamais eu de meilleure opportunité pour les professionnels de soins oculaires de faire une différence dans leur communauté et à l'échelle internationale. Faites-nous savoir ce que vous faites pour redonner, et nous allons peut-être parler de vous dans notre prochain numéro de *Prisme Optique*. Envoyez un courriel à l'éditrice : janet.lees@opticalprism.ca.





CREDIT : Seva Canada

Certains patients comme ce garçon voyage pendant des heures pour recevoir un traitement par les prestataires de soins oculaires de Seva Canada.

Seva Canada

Seva Canada est une organisation caritative qui se consacre à la restauration de la vue et à la prévention de la cécité dans le monde entier. Compte tenu des statistiques stupéfiantes selon lesquelles quatre personnes aveugles sur cinq n'ont pas à l'être, cette mission est à la fois urgente et déterminante.

Présente dans 13 pays, Seva a fait une différence monumentale depuis 1982, en aidant plus de cinq millions de personnes à recouvrir la vue.

L'approche de Seva consiste à créer des centres ophtalmologiques communautaires dans des zones reculées, comme le centre récemment fondé à Ambilobe, à Madagascar. Ces centres fournissent des soins essentiels tout au long de l'année, qu'il s'agisse de traitements simples ou d'orienter vers des opérations chirurgicales.

« Les donateurs de Seva Canada aident des centaines de milliers d'enfants chaque année », explique Liz Brant, directrice générale, en évoquant une interaction marquante qu'elle n'oubliera jamais.

« Nous avons rencontré un garçon, Ali, qui avait voyagé avec sa grand-mère pendant quatre heures en bus. Au centre, il a été diagnostiquée d'une conjonctivite qui, si elle n'était pas traitée, pouvait entraîner des problèmes de vue permanents. Sans le centre, Ali aurait probablement souffert de l'infection pendant longtemps et l'aurait transmise à sa famille et à ses camarades ».

M. Brant encourage les professionnels canadiens de l'ophtalmologie à contribuer par des dons et par la sensibilisation, en soulignant que chaque don, aussi modeste soit-il, peut faire une différence substantielle.

Même de petites contributions peuvent avoir un impact profond : 15 dollars suffisent à prévenir la cécité grâce à des médicaments, 25 dollars permettent d'acheter des lunettes et 50 dollars financent une opération de la cataracte.

VISITEZ SEVA.CA POUR EN SAVOIR PLUS.



Des prestataires des soins oculaires participants à un souper pour une levée de fond « Soirée merci pour ma vue »

Fondation de l'œil du Canada

La Fondation canadienne de l'œil (EFC) se consacre à l'amélioration de l'éducation, de la recherche et des soins aux patients dans le domaine de l'ophtalmologie. Steve Arshinoff a cofondé la FEC il y a 35 ans avec ses collègues William Samis et Robert Gough, lorsqu'ils ont constaté une lacune dans la qualité de l'enseignement de l'ophtalmologie au Canada.

« Nous n'obtenons pas les meilleurs candidats en ophtalmologie parce que cette discipline n'était pas enseignée dans les facultés de médecine », explique M. Arshinoff, professeur

d'optométrie à l'université de Toronto et président de l'EFC.

La Fondation des yeux du Canada propose un important programme de bourses visant à encourager la prochaine génération d'ophtalmologues. Chaque été, la fondation attribue une bourse d'une valeur de 8 000 dollars à un ou plusieurs étudiants en médecine ayant terminé leur deuxième année, afin de leur permettre de poursuivre leur formation en médecine, chirurgie et recherche ophtalmologiques.

« En formant ces personnes pour qu'elles aillent dans le monde, nous

avons probablement touché plus d'un million de Canadiens qui ont bénéficié de meilleurs soins oculaires grâce à nous », déclare M. Arshinoff.

Le programme comprend des expériences éducatives et de recherche en diagnostic et gestion des maladies oculaires dans le cadre de stages dans des établissements médicaux de la région du Grand Toronto. Chaque étudiant participe à au moins un projet de recherche soutenu par l'EFC, ce qui lui permet d'acquérir une expérience pratique sur le terrain.

Depuis sa création en 1991, le programme a produit 50 boursiers d'été de l'EFC, dont les deux tiers ont poursuivi une carrière en ophtalmologie. Ce taux de réussite souligne l'efficacité du programme, qui inspire et forme les futurs professionnels de l'ophtalmologie.

La mission de l'EFC va au-delà de l'excellence académique. Comme l'explique M. Arshinoff, « nous voulons améliorer les soins ophtalmologiques pour tous les patients qui ne pourraient pas les obtenir autrement ».

Il insiste sur la nécessité de s'impliquer au-delà des contributions financières, de nombreux anciens étudiants jouant aujourd'hui le rôle de mentors - un élément crucial pour former la prochaine génération de professionnels de l'ophtalmologie.

VISITEZ EYEFOUNDATIONCANADA.CA POUR EN SAVOIR PLUS.

Association canadienne des opticiens

L'Association des opticiens du Canada (ACO) a une histoire riche d'efforts philanthropiques pour soutenir les opticiens et améliorer les soins de la vue dans les communautés. L'objectif de l'ACO est de soutenir les opticiens dans leur carrière - ce qui aide non seulement les opticiens, mais aussi les communautés qu'ils servent.

Parmi les projets notables de l'ACO, citons le programme *Opening Eyes* avec les Jeux olympiques spéciaux de la Nouvelle-Écosse, qui fournit des soins de la vue aux athlètes ayant des besoins particuliers. Il existe également un partenariat avec le *Winnipeg Heritage School District* qui offre des lunettes aux élèves à risque. Enfin, au nom de ses membres, la AOC parraine un chien par

l'intermédiaire de CNIB, ce qui représente un engagement de 50 000 dollars.

L'ACO fournit également à ses membres qui ont cinq ans ou plus de service une trousse à outils ultramoderne pour exercer leur métier au sein de la collectivité. Ce cadeau comprend également une assurance responsabilité civile professionnelle.

« Nous recevons des commentaires d'opticiens qui prennent ces trousse à outils, vont voir leur mère dans un centre de soins de longue durée et finissent par faire des ajustements pour toutes ses amies dans le centre », explique Robert Dalton, directeur général de l'ACO.

« Nous avons donné aux opticiens les moyens concrets d'agir, d'aller dans la communauté et de redonner ».

De plus, l'ACO s'est associée à *Transitions Optical* pour parrainer le programme de bourses *Students of Vision*. Cette initiative de bourses d'études vise à encourager la promotion de la diversité, de l'équité et de l'inclusion dans le secteur des soins oculaires. Les candidats retenus ont la possibilité de gagner des bourses d'études allant de 1 000 à 2 000 \$.

« Certaines personnes font preuve d'une grande créativité », déclare M. Dalton à propos des diverses demandes de bourses qu'il a examinées par le passé. « C'est une partie très amusante de mon travail, et c'est une source d'inspiration que de voir la prochaine personne qui se présentera ».

VISITEZ OPTICIENS.CA OU TRANSITIONS.COM/FR-CA/ POUR EN SAVOIR PLUS.



Vicki Singh, PDG de Canadian Eyesight Global.

Canadian Eyesight Global

Depuis plus de trois décennies, Canadian Eyesight Global (CEG) s'est donné pour mission de rendre le monde plus sain en offrant des examens de la vue et des opérations chirurgicales gratuits à ceux qui en ont le plus besoin, aidant ainsi des dizaines de milliers de patients à travers le Canada et à l'étranger.

Pour Vicki Singh, membre fondateur du CEG et aujourd'hui élue PDG et présidente, la passion derrière son engagement est très personnelle : son père, Anup Singh Jubbal, a fondé l'organisation caritative il y a près de 35 ans. Ayant assisté à la croissance de l'organisation depuis le début, Vicki Singh a commencé à diriger la CEG après le décès de son père en août 2021.

« Il m'a dit qu'un parfait inconnu verrait sa vue restaurée grâce à l'action de la CEG », se souvient Mme Singh à propos de la vision de son père pour l'organisation. « Cela fera une différence durable qui améliorera la qualité de leur

vie, celle de leur famille et de leur communauté ».

« Nous arrivons avec rien et repartons avec rien, mais c'est l'impact que nous avons sur la vie de quelqu'un qui fait toute la différence ».

Sous la direction de M. Singh, Canadian Eyesight Global poursuit aujourd'hui son travail d'impact. L'année dernière, CEG a organisé avec succès quatre camps, dont deux en Inde, qui ont permis à près d'un millier de personnes de bénéficier gratuitement d'exams de la vue, de lunettes, de médicaments et d'opérations de la cataracte.

M. Singh encourage également les professionnels canadiens de l'ophtalmologie à faire du bénévolat dans leurs communautés.

« Nous sommes toujours à la recherche de médecins désireux d'offrir quelques heures de leur temps localement pour les camps que nous organisons au Canada ».

**VISITEZ LE SITE
CANADIANEYESIGHT.ORG
POUR EN SAVOIR PLUS.**



Depuis l'ouverture de sa première clinique en Jamaïque, CVC a fourni gratuitement des soins oculaires pour une valeur d'un million de dollars à des personnes à travers le monde.

CREDIT : Canadian Vision Care

Canadian Vision Care

Depuis que Canadian Vision Care (CVC) a ouvert sa première clinique ophtalmologique à Montego Bay, en Jamaïque, il y a 40 ans, des bénévoles ont formé des centaines de professionnels de la vue jamaïcains et fournit des soins ophtalmologiques d'une valeur de 60 millions de dollars aux Jamaïcains.

Avec des opérations mondiales au Costa Rica, aux Philippines, en Afrique et en Guyane, CVC est toujours à la recherche de volontaires généreux et passionnés qui se consacrent à la mission de fournir des soins oculaires à tous.

« Ces projets permettent de découvrir tant de glaucomes non traités, c'est vraiment triste », a déclaré Gerry Leinweber à Prisme Optique, depuis la Jamaïque où il visite actuellement une clinique du CVC.

Gerry Leinweber a cofondé CVC en 1981 avec Gord Hensel, Andy Patterson et Brad Almond, d'autres anciens étudiants de l'Université de Waterloo. Depuis sa création, CVC et le Lions Club jamaïcain ont fourni des soins ophtalmologiques de haute qualité et rentables en Jamaïque à des personnes qui n'auraient pas les moyens de se les offrir, notamment des exams de la vue, des lunettes, des opérations chirurgicales et des médicaments. Des ophtalmologistes spécialisés tentent de combler le manque de soins ophtalmologiques en Jamaïque, où seuls 50 ophtalmologistes s'occupent d'une population de trois millions d'habitants.

La situation est la même dans de nombreux pays du monde, explique M. Leinweber. « Sans ce projet, de nombreux écoliers auraient du mal à apprendre avec des erreurs de réfraction importantes ».

« C'est l'occasion de redonner et de vivre une expérience mémorable qui restera à jamais gravée dans nos mémoires. La vie n'est qu'une série d'aventures, et c'est une excellente occasion d'en vivre une ».

**VISITEZ LE SITE CANADIANVISIONCARE.COM
POUR EN SAVOIR PLUS OU POUR DEVENIR
BÉNÉVOLE.**

PEACHY KEEN

La Couleur de l'Année 2024 de Pantone est décrite comme « un ton pêche doux et velouté dont le sens englobant enrichit l'esprit, le corps et l'âme ». En lunetterie, cette teinte chaude et douillette parle de douceur, de bien-être et de modernité.

PAR SUZANNE LACORTE



1.



2.



3.



5.



4.



7.



6.

CONSEIL DE

Style

Associez ces lunettes juteuses et élégantes à une mode merlot profond. Les tons de pêche brilleront contre vos couleurs romantiques, créant une fusion harmonieuse avec un côté irrésistible.

- WENDY BUCHANAN
Expertise en image de lunettes



1. Bouton d'or d'Andy Wolf
2. Aurora par AYA Optical
3. Asteria 04 de Le Parc
4. KLiiK K-762 de WestGroupe
5. CL50136 de Céline
6. Honey 1370 de Orgreen
7. Lois de Modo



STYLISER LES YEUX

Couleur de
de l'Année
2024

PANTONE®
Peach Fuzz
13-1023



Les ophtamologues peuvent styliser comme des consultants en entreprise, Gazzy Amin reflète leur leur image personnelle.

Dans le monde en constante évolution de l'optométrie, où la précision rencontre le panache, l'importance de l'image de marque personnelle ne peut être surestimée. Votre image personnelle - la façon dont vous marchez, parlez, vous habillez et vous projetez - n'est pas uniquement le reflet de qui vous êtes ; c'est une étape vers votre marque personnelle.

Dans le domaine des soins ophtalmologiques, où l'attention portée aux détails est primordiale, la création d'une image de marque personnelle pour votre équipe par le biais de lunettes et d'un style personnalisé est l'arme secrète d'une réussite à long terme.

“

Mes lunettes font partie de ma marque ! Partout où je vais, que ce soit pour le travail ou pour des raisons personnelles, les gens viennent me voir pour me dire à quel point ils les aiment. Cela facilite grandement le travail en réseau !

- Gazzy Amin, consultante en affaires

LE POUVOIR D'UNE IMAGE PERSONNELLE

Imaginez votre cabinet comme une tapisserie tissée avec les fils de personnalités, de styles et d'expertises individuels. La façon dont les membres de votre équipe se présentent est une expression visuelle de votre marque.

Les clients se font souvent une idée à partir de ces indices visuels - l'assurance dans la démarche, l'éloquence du discours, le choix de la tenue vestimentaire et, surtout, les lunettes qui ornent le visage. Chacun de ces éléments contribue à une impression qui va au-delà d'une simple prescription optique ; il crée un lien humain dont les clients se souviennent et auquel ils veulent revenir.

Image de marque visionnaire

Créer une image de marque de style personnalisée pour assurer le succès d'un commerce d'optique

PAR WENDY BUCHANAN, EXPERTE EN IMAGE DE LA LUNETTERIE

RÉVÉLER LES STRATES DE LA MARQUE PERSONNELLE

Votre marque personnelle n'est pas uniquement une question de mode ; c'est une représentation holistique de vos forces, de votre passion, de vos valeurs et de vos compétences. C'est la fusion de l'expertise et du style, la création d'un récit qui combine le médical, le technique et la mode dans votre entreprise d'optique.

Les vêtements et les lunettes que vous choisissez deviennent une toile qui reflète votre individualité dans le domaine de l'optique. Une image personnelle bien choisie communique la confiance, la fiabilité et l'engagement envers l'excellence.

LES PIERRES ANGULAIRES DE L'IMAGE DE MARQUE

La construction d'une marque personnelle n'est pas une entreprise éphémère ; c'est un travail de longue haleine qui exige de la constance, du dévouement et, surtout, de l'authenticité.

Se montrer authentique dans son style vestimentaire et de lunetterie - que j'aime appeler son Spec Style (style de lunettes) - est un outil puissant dans l'arène des ventes et des expériences relationnelles dans l'industrie de l'optométrie. Voici pourquoi :

1 Relation et connexion

Lorsque les clients voient que vous et les membres de votre équipe embrassez sincèrement votre individualité, cela humanise la relation avec le client. Les gens s'identifient naturellement à vous. En affichant avec assurance votre sens unique de la mode, vous faites tomber les barrières et vous projetez une image à laquelle on peut s'identifier et qui est accessible. Les clients sont plus enclins à s'engager et à se sentir à l'aise lorsqu'ils perçoivent de l'authenticité dans votre présentation personnelle.

2 Instaurer la confiance

L'authenticité engendre la confiance. Les clients cherchent souvent à s'assurer qu'ils sont entre des mains compétentes et dignes de confiance – surtout lorsqu'il s'agit de questions aussi personnelles que les montures qu'ils mettent sur leur visage. Ils auront davantage confiance en vos recommandations et votre expertise s'ils ressentent un lien authentique avec les personnes qui sélectionnent leurs lunettes. Cette confiance diminue le besoin

de prendre des selfies et de demander un deuxième avis.

3 Le souci du détail

Dans le secteur de l'optique, où le souci du détail est essentiel, votre marque personnelle devient un signe tangible de votre engagement en faveur de l'excellence. Les clients apprécieront les professionnels de l'optique qui prêtent attention aux moindres détails, et votre image soigneusement mise en place est votre pouvoir visuel, mettant en valeur votre compétence et la qualité de votre service.

4 Distinction dans un marché concurrentiel

Dans un marché saturé de cabinets d'optométrie et de choix de lunettes en ligne, il est essentiel de se démarquer. Un style personnel authentique devient un facteur de différenciation. Il aide votre entreprise à se forger une identité unique qui va au-delà des aspects cliniques des soins oculaires. Les gens se souviennent de leurs expériences, et lorsqu'ils rencontrent une équipe au look distinctif et des stylistes sûrs d'eux, votre entreprise d'optique se démarque dans leur esprit.

Un investissement stratégique pour une réussite à long terme



La création d'une image de marque personnelle pour votre équipe par le biais de lunettes et d'un style personnalisé est l'arme secrète d'une réussite à long terme.

Dans le vaste paysage des soins oculaires, où les cabinets d'optométrie abondent, l'image de marque personnelle devient un investissement stratégique dans votre équipe et, en fin de compte, dans le succès de votre galerie d'optique. Considérez votre équipe de vente comme votre carte de visite - une représentation visuelle des valeurs, de la qualité du

service et des expériences exceptionnelles que vous défendez.

En permettant aux membres de votre équipe d'adopter leur Spec Style, vous attirerez sans cesse vos clients idéaux. Une marque personnelle cohérente favorise la familiarité, et donc la confiance.

En prenant le temps et en étant consistant avec une marque personnelle bien conçue, vous vous assurez de ne ressembler à personne d'autre, ce qui désamorce votre concurrence. Personne ne peut être VOUS !

En conclusion, l'intégration de votre marque personnelle dans le tissu de l'identité de votre entreprise n'est pas uniquement une tendance ; c'est une stratégie intemporelle qui en assure la réussite quand elle sera systématiquement appliquée. Lorsque les membres de votre équipe deviennent les ambassadeurs visuels de votre marque, vous ne vous contentez pas de styliser des lunettes - vous construisez une réputation de confiance, de distinction et de succès à long terme dans le monde dynamique des soins oculaires. **PO**

Wendy Buchanan est une experte en stylisme renommée et la visionnaire et fondatrice du programme de formation à la vente Be Spectacular. Opticienne primée et cheffe d'entreprise, Wendy s'associe aux optométristes pour transformer les cabinets en destinations grâce à son approche novatrice du stylisme de la lunette et à la puissante combinaison de l'image de marque personnelle et de l'autonomisation de l'équipe. bespectacular.com/optical



**Victor Cristobal,
Somerset Eye Care.**

eSight Go

Une nouvelle perspective pour les malvoyants

PAR DAVID GOLDBERG

Au début de l'année, eSight lancera son tout nouveau casque pour les personnes malvoyantes. L'eSight Go sera un moyen efficace pour les optométristes de traiter les patients, conjointement avec les lunettes traditionnelles et d'autres traitements.

Les lunettes eSight capturent des vidéos de haute qualité de l'environnement de l'utilisateur, qui sont affichées sur des écrans devant les yeux de l'utilisateur. Ce processus peut souvent améliorer la vision demeurante des utilisateurs, leur permettant de voir les visages, de lire et d'effectuer des activités qui seraient autrement difficiles ou impossibles en raison de leur déficience visuelle.

Depuis le début, tout ce qu'eSight a conçu vise à améliorer la vie des personnes malvoyantes. « Il ne s'agit pas seulement d'aider les gens à lire ou à regarder la télévision », explique Roland Mattern, directeur des ventes et du marketing chez eSight. « Nous voulons intégrer cette technologie dans le quotidien de chacun pour qu'il puisse vivre de manière autonome ».

Conçu pour les personnes souffrant d'une perte de vision centrale, l'eSight Go est particulièrement efficace pour des pathologies telles que la dégénérescence maculaire liée à l'âge et la maladie de Stargardt. Son design centré sur l'utilisateur est immédiatement perceptible.





« Il est beaucoup plus petit et plus léger, de sorte qu'il ressemble à une paire de lunettes de soleil pour la cataracte ou à des lunettes de sécurité », explique M. Mattern. Cet aspect est essentiel pour les utilisateurs, qui veulent être discrets et normaux en public.

Les caractéristiques avancées de l'eSight Go - un champ de vision plus large, des caméras haute définition, une stabilisation d'image améliorée - sont complétées par son poids léger de 169 grammes, ce qui améliore le confort et la facilité d'usage au quotidien.

Mais l'impact de l'eSight Go dépasse les détails techniques.



Quand une personne avec une vision de 20/400 voit le visage de son conjoint pour la première fois depuis des années, c'est incroyable.

– Roland Mattern
Directeur des ventes et du marketing à eSight

« Maintenant, je peux passer des heures à lire un livre ou n'importe quel document sans avoir à faire des pauses à cause de maux de tête ou en essayant de comprendre ce que dit le texte », explique Faizan Kazani, utilisateur d'eSight à Calgary qui a été diagnostiqué d'une atrophie optique à l'école primaire et qui a essayé l'eSight pour la première fois l'année dernière.

« J'ai bénéficié des conseils d'un coach d'eSight qui m'a aidé à débuter et à naviguer à travers les différentes fonctionnalités de l'appareil », explique M. Kazani. « J'ai commencé à l'essayer par moi-même et à explorer la façon dont l'appareil

pouvait m'aider à surmonter mes difficultés visuelles ».

Plus qu'un appareil d'assistance, eSight Go est une passerelle vers des expériences que l'on croyait perdues, et redonne de l'indépendance à ses utilisateurs.

« Lorsqu'une personne ayant une vision de 20/400 voit le visage de son conjoint pour la première fois depuis des années, c'est incroyable », déclare M. Mattern.

eSight vise également à rendre cette technologie plus accessible grâce à un prix inférieur lorsque les clients sont recommandés par un optométriste. « Le prix est un obstacle dans la communauté au sens large, et nous essayons de le faire baisser autant que possible ».

Intégrer eSight dans la pratique de l'optométrie

Le rôle des optométristes dans l'introduction des patients à eSight est essentiel.

« Mon médecin ne connaissait pas eSight jusqu'à ce que je le porte dans son cabinet », raconte Gary Foster, de Toronto, qui porte différentes versions des dispositifs eSight depuis dix ans pour combattre les effets de la dégénérescence maculaire.

« Il a été stupéfait lorsque j'ai lu jusqu'au bas le tableau des yeux ».

Les optométristes sont particulièrement bien placés pour informer et éduquer les patients sur l'eSight Go, en comblant le fossé entre les technologies émergentes et les patients qui peuvent en bénéficier le plus.

Selon M. Foster, en restant informés des innovations telles que l'eSight Go, les ophtalmologistes peuvent jouer un rôle crucial dans l'amélioration de la qualité de vie de leurs patients.

« Je souhaiterais sincèrement qu'ils connaissent les caractéristiques de cet appareil et qu'ils sachent ce qu'il représente pour des personnes comme moi qui peuvent vraiment l'utiliser », déclare-t-il.

À une époque où la technologie semble souvent impersonnelle, l'eSight Go offre la promesse d'un avenir plus radieux et plus inclusif. Comme le dit Mattem, « c'est l'impact humain de cet appareil qui le rend si spécial ».

Visitez le site eSight.com pour en savoir plus. **PO**

CAPRICORNE



22 DÉC - 19 JANV

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 » du signe astrologique du mois.

Les Capricornes ont tendance à préférer les styles de mode classiques et intemporels. Ils optent souvent pour des tenues structurées et sur mesure qui respirent le professionnalisme et la sophistication.

Les Capricornes ont tendance à s'en tenir à des couleurs neutres comme le noir, le gris et le marron, car ils apprécient la simplicité et l'élégance. Ils peuvent également intégrer à leur garde-robe des tons de terre tels que les verts profonds et les bleus marins.

Dans l'ensemble, leurs choix de style reflètent leur nature pratique et traditionnelle, et ils sont peu enclins à suivre les tendances éphémères. Pensez à des silhouettes simples, à des basiques sans fantaisie et à des articles en cuir de haute qualité.

Parmi les célébrités Capricornes, citons Diane Keaton, Michelle Obama, Kate Middleton, Orlando Bloom et la créatrice Carolina Herrera, toutes connues pour leur sens du style classique et élégant. **PO**



RB0707V par Ray Ban



Salvador par Etnia Barcelona



Grober par Moscot



Khan par Le Parc

Pas d'attente

Placer les patients au premier plan à chaque étape

PAR DAVID GOLDBERG

Il n'y a pas de salle d'attente dans les cliniques de la Dre Natasha Randhawa. En fait, elle ne croit même pas au concept d'attente pour les soins oculaires.

Mme Randhawa, propriétaire des centres ophtalmologiques Sherwood Park et Lendrum à Edmonton (Alberta), a redéfini les normes des soins ophtalmologiques grâce à ses stratégies novatrices de gestion et de conception.

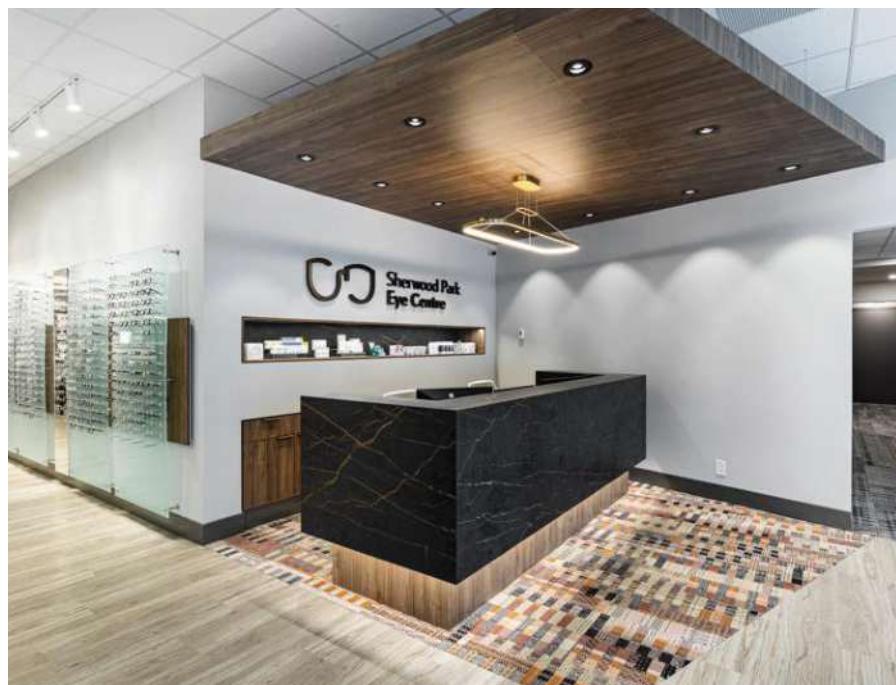
Plusieurs années après avoir commencé sa carrière d'optométriste, Mme Randhawa est devenue entrepreneuse dans le domaine des soins oculaires. Elle a acheté ses cliniques à des propriétaires établis et elle a su naviguer la transition habilement pour hériter leurs clients tout en attirant de nouveaux.

Lorsque Mme Randhawa a rénové son premier cabinet de 6 000 pieds carrés, elle l'a fait en gardant à l'esprit l'expérience du patient. Par exemple, dans son bureau de

Sherwood Park, elle a méticuleusement planifié l'agencement afin d'assurer une circulation fluide à travers les services, de la réception aux salles d'examen, puis à la fin du rendez-vous à la salle d'exposition d'accessoires optiques.

« Notre conception est axée sur un flux d'activité efficace ; nous évitons tout reflux dans la clinique », explique Mme Randhawa. Chaque arrêt du patient est intentionnel et prévu, afin qu'il n'ait jamais à revenir en arrière ».

La rénovation - qui a été réalisée sans fermer la clinique ne serait-ce qu'une journée - a été exécutée en plusieurs phases, en tirant parti de l'expérience de la famille Randhawa dans le domaine de la construction. Cette approche stratégique a permis de minimiser les interruptions des soins aux patients, et a mis en évidence sa capacité à équilibrer les exigences opérationnelles et les besoins des patients.



**Notre conception
est axée sur un flux
d'activité efficace ; nous
évitons tout reflux dans la
clinique. Chaque arrêt du
patient est intentionnel et
prévu, afin qu'il n'ait jamais
à revenir en arrière.**

- Dr. Natasha Randhawa

« Nous ouvrions six jours par semaine et, après le travail, le samedi, nous commençons les travaux de rénovation », se souvient-elle. « Tous les week-ends étaient consacrés à la transformation de la clinique et à s'assurer que nous étions opérationnels le lundi matin ».

La diversité des équipes de ses cliniques permet aux patients de recevoir un traitement dans la langue avec laquelle ils sont le plus à l'aise (Mme Randhawa parle elle-même l'anglais, le français et le pendjabi).

« Je crois qu'il faut donner la priorité à la culture dans notre équipe », dit-elle. « Un environnement de travail agréable est essentiel. Nous perdons rarement des employés parce qu'ils se sentent valorisés et satisfaits de leur rôle ».

Comment cette entrepreneure à succès, mère de trois enfants, parvient-elle à tout faire ? C'est simple : elle ne le fait pas.

L'HISTOIRE D'UN SUCCÈS

Ma réponse à cette question est toujours : « Je ne le fais pas », parce que j'ai une équipe formidable qui fait beaucoup et qui me permet d'arrêter de travailler quand je ne suis pas au travail. Il en va de même pour sa vie privée. « Concilier les rôles de mère, d'optométriste et d'entrepreneure a été un véritable défi. J'ai dû accepter que le fait d'être mère n'est pas le seul aspect de mon identité, et j'ai un partenaire qui me soutient beaucoup. »

Grâce à sa gestion innovante, à son éthique de conception centrée sur le patient et à son esprit d'entreprise, Mme Randhawa établit une nouvelle norme pour les soins ophtalmologiques et offre des leçons inestimables aux futurs entrepreneurs, quel que soit leur domaine d'activité.

Et au cas où vous vous demanderiez si la famille de Mme Randhawa va l'aider à rénover une troisième clinique : Ils ont dit « plus jamais » après la première. Nous disons que c'est un peu comme un accouchement - vous pensez que vous n'oublierez jamais, mais vous oubliez et vous recommencez. **PO**

Les clés de la réussite

Les meilleurs conseils de la Dre Randhawa aux futurs entrepreneurs



COMPRENEZ VOS FORCES ET VOS LIMITES

Sachez reconnaître ce en quoi vous excellez et ce en quoi vous avez besoin d'aide. Il est essentiel de constituer une équipe solide qui complète vos compétences.



CONCENTREZ-VOUS SUR L'EXPÉRIENCE DU PATIENT

Dans le domaine de la santé, l'expérience du patient est capitale. Concevez votre cabinet non seulement sur une base esthétique, mais aussi en veillant à sa fonctionnalité et au confort du patient.



L'ÉQUILIBRE EST ESSENTIEL

N'oubliez pas que l'épanouissement personnel et la réussite professionnelle ne s'excluent pas mutuellement. Recherchez un équilibre respectueux des deux aspects de votre vie.



RESTEZ CENTRÉ SUR LE PATIENT

Donnez toujours la priorité aux besoins et au confort de vos patients. Leur satisfaction et leur bien-être doivent être au cœur de toutes décisions.

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



Focus sur l'avenir

L'IA au service des soins oculaires

PAR LE DR MARTIN SPIRO, PRÉSIDENT DE L'ACO

L'intelligence artificielle (IA) dans le cadre des soins oculaires a récemment occupé une place importante dans les programmes de formation continue, les sujets de recherche et les discussions au sein des cercles de direction et de réglementation. Dans la vie de tous les jours, l'IA est si omniprésente qu'elle en devient presque banale. Des applications de navigation qui nous guident efficacement vers nos destinations aux algorithmes qui façonnent notre expérience en ligne, en passant par les dispositifs portables qui nous donnent des conseils de santé basés sur nos données biométriques, l'IA est omniprésente.

Les outils qui améliorent l'efficacité de nos activités quotidiennes ont également des répercussions sur les prestations des soins oculaires. Les ensembles de données massives et les algorithmes de l'IA ont le potentiel d'améliorer les soins aux patients, de rationaliser les processus et de faire progresser la recherche.

L'un des principaux atouts de l'IA est la prédiction. L'analyse de l'historique des



gestion des dossiers, en réduisant les charges administratives et en libérant le personnel pour les tâches pratiques et les soins personnalisés que les patients attendent.

L'utilité de l'IA ne se limite pas à la prise et à la gestion des rendez-vous. L'identification des tendances, les prévisions de vente et la gestion des stocks nous permettent d'offrir des produits et des services qui répondent aux préférences évolutives des consommateurs et d'anticiper les demandes du marché avec une plus grande précision pour améliorer la satisfaction des clients et maximiser l'efficacité opérationnelle.

En ce qui concerne leurs mises en pratique cliniques, le potentiel de l'IA pour transformer les soins oculaires est encore plus impressionnant. Nous parlons souvent des yeux comme des « fenêtres sur la santé globale », et cette idée est encore plus pertinente lorsqu'elle est appliquée à la capacité de l'IA d'évaluer et d'analyser

des soins de la santé. L'une des préoccupations majeures est la sécurité des données, car les informations sensibles sur les patients nécessitent des mesures robustes pour se protéger contre les accès non autorisés et les violations.

De plus, le risque de biais dans les algorithmes d'IA pose des problèmes - en particulier si les données d'apprentissage ne sont pas diversifiées, ce qui pourrait entraîner des inexactitudes ou des disparités dans les diagnostics et les recommandations de traitement dans différents groupes démographiques.

Aborder les questions de responsabilité et d'obligation de rendre des comptes exige l'élaboration simultanée de réglementations, de normes, de lignes directrices éthiques et de cadres juridiques clairs. Ces mesures sont essentielles pour garantir des pratiques responsables et équitables tout en favorisant la confiance entre les patients et les praticiens.

Soutenir l'utilisation responsable et efficace de l'IA peut bénéficier à la fois aux patients et aux praticiens en élargissant l'accès aux soins, en facilitant la collaboration et en améliorant les capacités de diagnostic. Appliqués avec prudence, les outils d'IA peuvent nous permettre de fournir de meilleurs soins préventifs et options de traitement et d'améliorer l'efficacité opérationnelle de nos pratiques.

L'IA et la technologie ne sont pas une panacée, pas plus que les humains ne sont infaillibles. Toutefois, lorsque ces éléments convergent, leurs forces combinées offrent un vaste potentiel. Aborder l'IA comme un complément à l'expertise humaine, plutôt que comme un remplacement, elle peut nous ouvrir les yeux sur des possibilités encore inexplorées. **PO**

L'ASSOCIATION CANADIENNE DES OPTOMÉTRISTES (ACO) est la voix nationale de l'optométrie, offrant leadership et soutien à plus de 5 400 membres afin d'améliorer la santé des yeux et la clarté de la vision pour tous les Canadiens.

l'IA peut contribuer à l'efficacité des réservations, du triage et de la gestion des dossiers, en réduisant les charges administratives et en libérant le personnel

données de santé peut aider à prédire l'apparition, la progression et les résultats d'une maladie, ce qui permet aux prestataires de soins oculaires d'intervenir à un stade précoce, et donc de prévenir ou d'atténuer les problèmes.

Une capacité prédictive accrue peut réduire l'incertitude dans tous les aspects des soins oculaires et de la gestion des cabinets, mais aussi puissante qu'elle soit, l'IA ne peut pas vous remplacer, vous ou votre équipe. Une utilisation efficace de l'IA peut contribuer à l'efficacité des réservations, du triage et de la

gestion des dossiers. Nous le constatons dans de nouveaux domaines de recherche comme l'oculomique, qui examine les biomarqueurs de l'imagerie oculaire pour mieux comprendre les maladies systémiques. À mesure que cet ensemble de connaissances s'enrichit, le potentiel de développement d'approches personnalisées et fondées sur des données pour le diagnostic, le traitement et la prévention des maladies s'accroît.

Les promesses de l'IA s'accompagnent des risques potentiels qu'il convient d'examiner attentivement, en particulier dans le contexte

**Un programme unique de
formation en matière
d'assistance optométrique.**

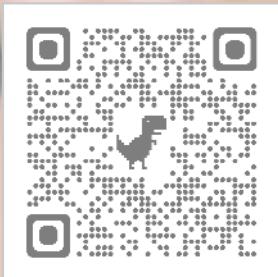


**Un service client exceptionnel commence par une
équipe exceptionnelle !**

PROGRAMME À LA DEMANDE

~~\$2499~~
\$1999*

Vous êtes membre de votre association provinciale d'optométristes ? Vous êtes automatiquement membre de l'ACO et bénéficiez de l'offre.



**En
savoir
plus**



opto.ca/fr/aocc



613-235-7924
888-263-4676



ccoa@opto.ca

*L'offre est prolongée jusqu'au 31 mars 2024.

Produits qui retiennent l'attention

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

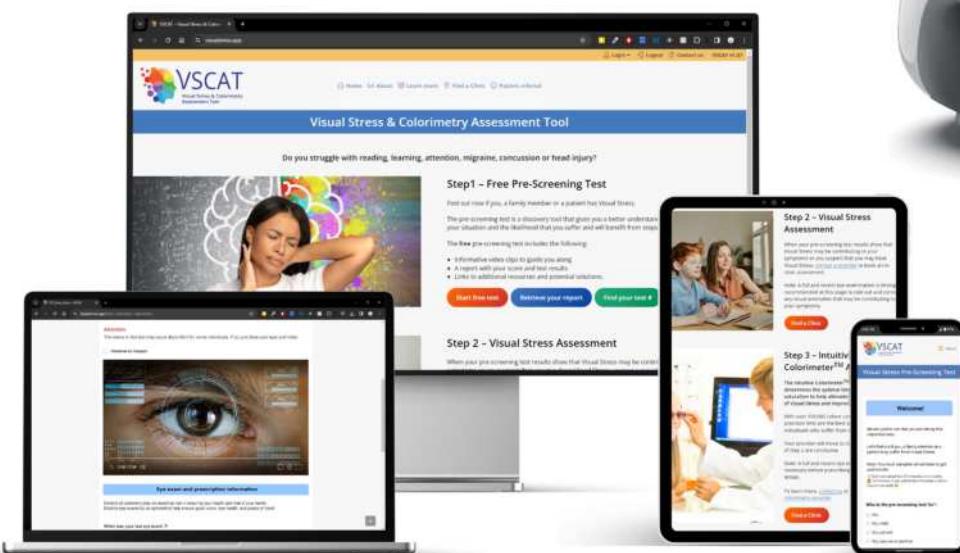


CHAÎNE DE LUNETTES EN TISSU G CUBE

Les lunettes de soleil GUESS sont associées à une chaîne assortie en tissu coloré et décorée du motif G Cube, inspiré de la ligne de vêtements « Colors of Life ». marcolin.com

ÉTUI DE VOYAGE OYOBOX

Cet élégant étui de voyage OYOBox a trois compartiments pour organiser et protéger vos lunettes quand vous voyagez. L'étui est rembourré pour protéger les lunettes pendant les voyages d'affaires ou de loisirs. oyobox.com/chocolate-brown-travel-case.html



OUTIL D'ÉVALUATION DU STRESS VISUEL ET DE LA COLORIMÉTRIE

Opticalm a mis au point un test innovant et GRATUIT de dépistage du stress visuel. Cet outil convivial est conçu pour faciliter le processus de diagnostic et fournir des informations précieuses sur les problèmes potentiels de stress visuel.

visualstress.app/pre-screening-test/



MASSEUR OCULAIRE EYERIS 1

Ce masseur oculaire à domicile aide à soulager la fatigue oculaire, les poches et la sécheresse des yeux après une longue journée de travail ou d'étude. Il comprend une télécommande et une fonction Bluetooth.

renpho.ca/produits/eyeris-1-masseur-pour-les-yeux



Naviguer dans le futur

Les réalités augmentées et virtuelles transforment les soins oculaires

PAR CLAUDIA ROJAS, RO, RCLP

Dans un monde où l'innovation technologique est constante, le secteur de l'optique se trouve à l'aube d'un voyage transformateur alimenté par la réalité augmentée (RA) et la réalité virtuelle (RV). Ces technologies émergentes promettent de révolutionner la façon dont les clients et les patients perçoivent les lunettes et les soins oculaires, tout en offrant de nouvelles possibilités de collaboration et d'efficacité entre les professionnels de l'optique.

Imaginez que vous entrez dans un magasin d'optique où les miroirs se transforment en écrans interactifs, permettant aux clients d'essayer virtuellement une gamme infinie de montures en un clin d'œil. Ce n'est pas de la science-fiction, c'est l'avenir promis par l'intégration de la technologie de la réalité augmentée. La réalité augmentée est sur le point de redéfinir l'expérience d'achat de lunettes, en offrant aux clients un moyen immersif et dynamique d'explorer différents styles, couleurs et montures - tout en rationalisant le processus de prise de décision, améliorant ainsi l'efficacité globale à la fois pour les clients et les opticiens.

Imaginez des opticiens s'immergeant dans des environnements virtuels pour améliorer leurs compétences, qu'il s'agisse de maîtriser les techniques d'ajustement des montures, de se tenir au courant des dernières avancées des lentilles.

Qu'il s'agisse d'essayer virtuellement des montures ou de recevoir des recommandations de style personnalisées, la réalité augmentée a le pouvoir d'améliorer la satisfaction du client et le parcours d'achat. La fusion de la technologie et de la mode dans l'espace de vente d'optique ouvre de nouvelles possibilités pour engager et ravir la clientèle, marquant un changement significatif par rapport aux approches traditionnelles.

Au-delà de la salle d'exposition, la RA a le potentiel de remodeler le paysage des examens de la vue. Imaginez un scénario

dans lequel les optométristes s'appuient sur la RA pour réaliser des examens complets avec une précision inégalée, tout en fournit une analyse plus approfondie de la santé oculaire des patients. Cela pourrait conduire à des évaluations plus rapides, à des prescriptions plus précises et à une approche personnalisée de la correction de la vue, répondant ainsi aux demandes des consommateurs soucieux de leur temps qui recherchent à la fois la commodité et des soins oculaires optimaux.

Les implications de la RV vont au-delà du domaine des consommateurs, offrant une nouvelle approche de la formation et de l'éducation dans le secteur de l'optique. Imaginez des opticiens s'immergeant dans des environnements virtuels pour améliorer leurs compétences, qu'il s'agisse de maîtriser les techniques d'ajustement des montures, de se tenir au courant des dernières avancées des lentilles ou de comprendre les détails complexes de la fabrication des lentilles. Cela permet non seulement de répondre aux besoins d'une main-d'œuvre dynamique, mais aussi de s'assurer que les consommateurs sont servis par des professionnels compétents et expérimentés.

Alors que l'industrie de l'optique navigue à la frontière transformatrice de l'optique et des réalités augmentées, la collaboration entre les optométristes et les opticiens devient essentielle. Imaginez un avenir où les optométristes pourraient concentrer leur expertise de la santé oculaire globale, tout en déléguant les activités de réfraction spécifiques aux opticiens. Cette collaboration professionnelle permettrait aux optométristes de concentrer leur expertise sur les aspects complexes des diagnostics et sur les soins aux patients, tandis que les opticiens contribueraient activement à une approche rationalisée et holistique de la correction de la vision, créant ainsi un continuum de soins sans faille.

Cette collaboration améliore non seulement l'expérience globale du patient et du client, mais illustre également les gains d'efficacité réalisables lorsque des professionnels aux compétences diverses travaillent en synergie.

À l'intersection de l'optique et des réalités augmentées, le secteur de l'optique est à l'avant-garde d'une révolution. Les réalités augmentées et virtuelles ne se contentent pas de remodeler l'expérience client en lunetterie, elles redéfinissent également les conditions des examens de la vue et la dynamique de collaboration entre les optométristes et les opticiens.

L'horizon optique, enrichi par la RA et la RV, offre un aperçu d'un avenir où la technologie améliore chaque facette de l'industrie - de l'esthétique du choix des lunettes à la précision des examens de la vue. Alors que les optométristes et les opticiens profitent d'une collaboration et profitent de ces technologies, ils assurent non seulement l'efficacité opérationnelle, mais ouvrent également la voie à un secteur agile, innovant et déterminé à offrir des expériences de soins oculaires exceptionnelles pour les années à venir. Le futur de l'optique n'est pas uniquement en vue ; il se dessine grâce à l'intégration harmonieuse de la technologie et de l'expertise. **PO**

Claudia Rojas est présidente de l'Association canadienne des opticiens (ACO), ainsi que de la section de la Colombie-Britannique de l'ACO. La mission de l'ACO est de promouvoir les opticiens agréés et la profession, de maintenir les normes professionnelles et d'éduquer et d'informer les consommateurs sur la santé oculaire. Pour plus d'informations, visitez opticians.ca.

Si les avantages potentiels sont évidents, l'intégration de la RA et de la RV dans le secteur de l'optique s'accompagne de défis et de considérations. Les questions relatives à la sécurité des données, à la protection de la vie privée des utilisateurs et à la courbe d'apprentissage pour les professionnels et les consommateurs doivent être abordées. Il sera essentiel de trouver le juste équilibre entre l'innovation technologique et la responsabilité éthique pour une intégration transparente qui réponde aux demandes des consommateurs tout en respectant leur vie privée.

R comme Réunions

Comment améliorer l'efficacité de vos réunions

PAR NANCY DEWALD, LEAD UP TRAINING AND CONSULTING



Si vous êtes à la recherche de stratégies susceptibles de changer les choses en ce début d'année, je vous mets au défi d'améliorer vos stratégies de réunions. Vous pensez peut-être que les réunions sont une perte de temps - et à vrai dire, les réunions mal gérées et mal définies sont effectivement une perte de temps. Mais les réunions du personnel jouent un rôle essentiel dans toute organisation puisqu'elles constituent une plate-forme de communication, de collaboration, de retour d'information et de résolution de problèmes.

Je sais que beaucoup d'entre vous tiennent actuellement ce que j'appelle des « réunions de couloir », au cours desquelles vous communiquez dans les couloirs en passant les uns devant les autres. Il n'est pas surprenant que les tâches ne soient pas exécutées correctement en utilisant cette approche. Nous pouvons faire mieux !

Il existe différentes formes de réunion pour différents objectifs ; un seul style ne convient pas à tous les besoins. Dans cet article, je partage des stratégies tirées des enseignements de Patrick Lencioni, mieux connu comme le créateur des Cinq Comportements, un programme de formation qui aide à construire des équipes productives et soudées. (Pour information, je suis maintenant certifiée pour animer ce programme).

Il existe quatre types de réunions :

1 Mise au point quotidienne

Durée : 5 à 10 minutes.

Durant cette réunion, nous sommes en contact de manière informelle pour aider l'équipe à établir des priorités et à assigner les ressources pour la journée. Tout le monde reste debout, ce qui permet de raccourcir la durée de la réunion.

Cette réunion doit mettre en évidence des informations telles que les mises à jour du calendrier, les tests spéciaux requis, les rendez-vous avec les fournisseurs, les résultats de la semaine, les responsabilités du personnel pour la journée et les tâches qui doivent être accomplies.

2 Réunion tactique hebdomadaire

Durée : 45 à 90 minutes.

Il s'agit ici de passer en revue les objectifs principaux et de résoudre les problèmes. C'est le moment d'inspirer et d'encourager

l'équipe à exécuter le plan déjà en place, et non de lancer de nouveaux projets.

Ne fixez pas d'ordre du jour à l'avance. Commencez plutôt la réunion en passant en revue les objectifs et les résultats actuels, puis établissez l'ordre du jour en fonction de ce qui est important pour l'équipe afin de réaliser ces objectifs.

Voici à quoi cela pourrait ressembler : Si vous travaillez à la mise en place d'un traitement contre la sécheresse oculaire, passez en revue les résultats/progrès, discutez des succès et des obstacles, échangez et faites un brainstorming afin de surmonter les obstacles.

3 Réunion Stratégique

Durée : 2 à 4 heures

Les réunions stratégiques se tiennent idéalement mensuellement, pour discuter et réfléchir à des questions qui affectent le succès à long terme (par exemple, comment remplir le calendrier lorsque nous sommes

Ces réunions doivent être interactives et impliquer des conflits. Oui, vous avez bien lu : les conflits sont essentiels à la bonne santé d'une équipe et le fait d'encourager les gens à partager respectueusement leurs opinions (ou leur désaccord) les aide à se sentir écoutés et valorisés.

4 Réunion trimestrielle hors site

Durée de la réunion : 1 jour

Lors de cette réunion, qui peut être réservée aux dirigeants, nous examinons les performances de l'équipe, évaluons le marché et explorons le paysage concurrentiel. Gardez ces discussions au stade conceptuel et laissez les stratégies pour la réunion stratégique.

Pour toutes les réunions, communiquer clairement afin de permettre aux participants de savoir à quoi s'attendre et de se préparer si nécessaire. N'oubliez pas non plus de vous amuser !

Réunions du personnel jouent un rôle essentiel dans toute organisation puisqu'elles constituent une plate-forme de communication, de collaboration, de retour d'information et de résolution de problèmes.

en difficulté). Si une question urgente est soulevée au cours de la réunion tactique hebdomadaire, il serait peut-être nécessaire d'organiser une réunion stratégique ad hoc.

Utilisez une accroche pour cette réunion plutôt qu'un ordre du jour. Une accroche annonce l'objet de la réunion et les enjeux encourus si la question n'est pas résolue. C'est un peu comme une avant-première de film plutôt qu'une description scène par scène de ce qui va se produire.

Impliquer vos collaborateurs pour qu'ils soient entendus favorise l'implication et, à terme, la réussite. Votre équipe a d'excellentes idées – soyez-y ouvert. En tant que responsable, vous n'êtes pas obligé d'avoir toutes les réponses.

Vous vous demandez peut-être en quoi cette approche offre un avantage concurrentiel. Les réunions efficaces permettent une communication constante et elles se concentrent sur les résultats de l'équipe. L'équipe sera plus alignée, plus engagée et, par conséquent, plus efficace. Je vous encourage d'essayer et d'en observer les résultats ! Comme toujours, faites-moi savoir si je peux 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.

Se connecter pour réussir !

Pourquoi le marketing numérique est si important pour votre commerce

PAR KERI SCULLAND, MARKETING4ECPS

Le marketing numérique est un élément essentiel de la gestion moderne d'un cabinet de soins oculaires, vous permettant d'attirer de nouveaux patients, d'établir une forte présence en ligne et de développer des relations durables avec votre public.

En ayant un site web rapide et convivial, en publiant des blogs éducatifs, en vous engageant sur les médias sociaux, en envoyant des courriels intéressants et en créant des publicités percutantes, vous pouvez vous différencier de la concurrence, positionner votre cabinet comme une autorité de confiance et, en fin de compte, aider plus de personnes à voir clairement et à maintenir une bonne santé oculaire.

Commencez à mettre en œuvre ces tactiques de marketing numérique dès aujourd'hui et profitez des avantages d'une forte présence en ligne pour votre cabinet de soins oculaires.

AVOIR UN SITE WEB RAPIDE ET CONVIVIAL

Votre site Web est le visage virtuel de votre cabinet de soins oculaires, et c'est souvent le premier endroit que les patients potentiels visitent pour en savoir plus sur vos services, votre personnel et votre localisation. Un site Web bien conçu et optimisé peut aider à positionner votre cabinet comme une autorité digne de confiance dans le secteur des soins oculaires et à attirer davantage de patients.

Assurez-vous que votre site Web se charge rapidement, qu'il est adapté aux mobiles et qu'il est facile à naviguer. Incluez dans votre navigation des pages importantes comme À propos de nous, Services, Localisation et Nous contacter, et proposer des appels à l'action clairs (CTA) qui encouragent les visiteurs à contacter votre cabinet ou à prendre rendez-vous.

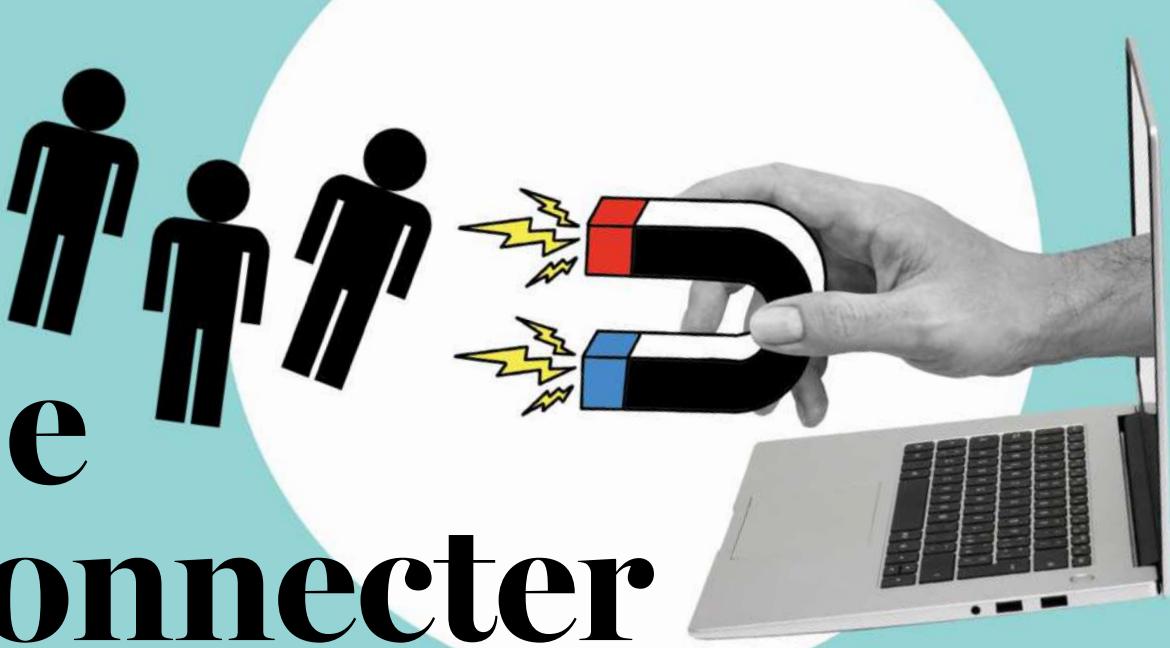
Maintenez le contenu de votre site web à jour et optimisez-le pour les moteurs de

recherche afin que les internautes puissent vous trouver lorsqu'ils recherchent des mots-clés connexes.

PUBLIER DES BLOGS ÉDUCATIFS

Les blogs éducatifs sont un outil puissant pour mettre en valeur votre expertise en soins oculaires, éduquer votre public sur la santé oculaire et apporter de la valeur ajoutée aux patients actuels et potentiels. La rédaction régulière d'articles de blogue peut vous aider à augmenter le trafic sur votre site Web, à vous établir en tant que leader d'opinion dans l'industrie et à améliorer votre classement dans les moteurs de recherche.

Réfléchissez à des sujets de blog pertinents et utiles pour votre public, et veillez à ce que votre rédaction soit informative, attrayante et facile à comprendre. Partagez vos articles de blog sur votre site web, vos canaux de médias sociaux et vos bulletins



d'information électroniques pour joindre un public plus large.

S'ENGAGER SUR LES MÉDIAS SOCIAUX

Les plateformes de médias sociaux comme Facebook et Instagram sont d'excellents endroits pour entrer en contact avec vos patients et votre communauté, partager du contenu lié aux soins oculaires et promouvoir vos services. En dialoguant régulièrement avec vos followers, vous pouvez fidéliser votre marque, augmenter le trafic sur votre site web, et attirer et fidéliser les patients.

et veillez à ce que vos courriels soient visuellement attrayants et optimisés pour les mobiles.

Surveillez les taux d'ouverture et de clics de vos courriels et ajustez votre stratégie si nécessaire.

PAIEMENT AU CLIC, MÉTA-PUBLICITÉ ET PUBLICITÉ NUMÉRIQUE

La publicité au paiement par clic (PPC) est un moyen efficace d'atteindre les patients potentiels qui recherchent activement des services de soins oculaires. Avec le PPC,

et du profil démographique de vos patients idéaux, ce qui vous permet de maximiser votre budget publicitaire et de minimiser le gaspillage.

La publicité sur les médias sociaux est un autre outil puissant pour atteindre votre public cible. La publicité sur les plateformes de médias sociaux, telles que Facebook et Instagram (qui appartiennent à Meta), vous permet de cibler des patients potentiels en fonction de données démographiques, d'intérêts et de comportements. En créant des publicités visuellement attrayantes et informatives, vous pouvez attirer de nouveaux patients et faire connaître votre marque. La publicité sur les médias sociaux vous permet également de cibler les personnes qui ont déjà visité votre site web, augmentant ainsi les chances de conversion.

Commencez à mettre en œuvre ces tactiques de marketing numérique dès aujourd'hui et profitez des avantages d'une forte présence en ligne pour votre cabinet de soins oculaires.

Élaborez une stratégie de médias sociaux qui corresponde à vos objectifs commerciaux et à votre public cible. Publiez régulièrement, répondez aux commentaires et aux messages, partagez des images de haute qualité et utilisez des hashtags pertinents pour augmenter votre portée.

ENVOYEZ DES COURRIELS INTÉRESSANTS

Le marketing par courriel est un moyen rentable d'envoyer des messages personnalisés à vos patients et de bâtir des relations durables. Une stratégie efficace de marketing par courriel peut vous aider à éduquer votre public, à promouvoir vos services et à fidéliser vos patients.

Segmentez votre liste d'adresses électroniques en fonction des données démographiques, des centres d'intérêt et des interactions antérieures avec votre cabinet, et envoyez des messages ciblés qui s'adressent directement à chaque groupe. Incluez un contenu de valeur comme des articles éducatifs, des offres spéciales et des mises à jour commerciales,

vous pouvez enchérir sur des mots-clés liés aux services de soins oculaires et placer des annonces qui apparaissent dans les premières positions des pages de résultats des moteurs de recherche (SERP).

Lorsqu'un patient potentiel clique sur votre annonce, vous payez une commission. Le PPC vous permet de cibler vos annonces en fonction de l'emplacement géographique

TROUVER LE MIX MARKETING MAGIQUE

En associant votre site web à divers outils de marketing, vous pourrez atteindre votre public cible, attirer de nouveaux patients et fidéliser vos patients actuels. Vous pouvez essayer de trouver l'équilibre parfait par vous-même si vous disposez d'un responsable marketing interne, ou vous adresser à une société de marketing qualifiée pour vous aider à atteindre vos objectifs commerciaux. **PO**

Keri Sculland est la gestionnaire de la rédaction et de la stratégie de contenu chez Marketing4ECPs. Pour en savoir plus sur Keri et Marketing4ECPs visitez marketing4ecps.com



STYLE DU MOIS

EXPRESSION AUDACIEUSE

Ces montures optiques Carrera 3036 pour femme en acétate sont tout sauf basiques avec leurs angles audacieux et leurs proportions robustes. Issues de la famille de produits Flag - l'expression la plus audacieuse de Carrera- elles expriment l'attitude audacieuse de la marque avec leur design distinctif d'œil de chat à facettes, rehaussées par le logo Carrera « C » en métal embossé sur les branches. Un subtil embellissement métallique est visible sur le devant, ajoutant une touche d'élégance. Disponibles en brun bleu Havane, brun corne, gris transparent, vert corne et noir.



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

Les avantages d'être membre sont nombreux, notamment :

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

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

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

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

NOUVEAU EN
2023

Cadeau de fidélité
de l'AOC





DONNER LA VUE DONNE L'OPPORTUNITÉ

La capacité de voir, c'est la capacité de faire son chemin dans le monde. Pour apprendre. Pour travailler. Pour s'épanouir. L'accès universel aux soins et solutions de la vue est essentiel à un monde de possibilités pour tous. Chez Optometry Giving Sight, nous dirigeons ces efforts et amassons des fonds indispensables pour :

- Former des personnes dans les collectivités locales afin 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.

Avez-vous le désir et la vision nécessaires pour faire le don de la vue et offrir des possibilités? Nous avons besoin de vous.

Rendez-vous sur le site Web givingsight.org/donate pour apporter votre contribution dès aujourd'hui.

