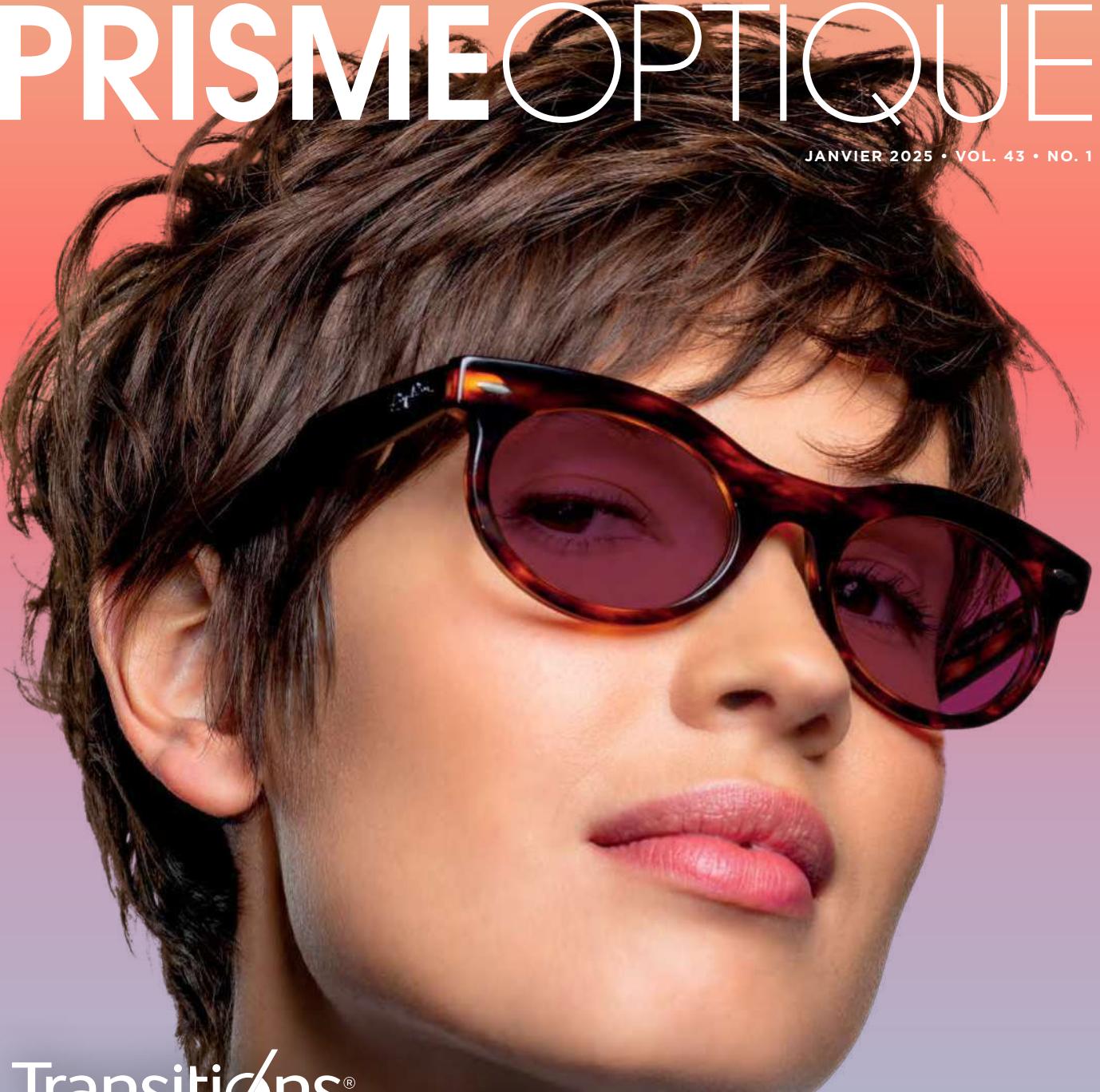


PRISME OPTIQUE

JANVIER 2025 • VOL. 43 • NO. 1



Transitions®
Gen:S™

Commencez la nouvelle année
en recommandant **Transitions®**
À tous vos patients!

Montures Ray-Ban. Transitions Rubis.

SAVIEZ-VOUS QUE 91 % DES PERSONNES QUI ONT ESSAYÉ LES VERRES TRANSITIONS® PENDANT UNE SEMAINE LES ONT PRÉFÉRÉS AUX VERRES CLAIRS?*

COMMENCEZ LA NOUVELLE ANNÉE EN RECOMMANDANT TRANSITIONS® À TOUS VOS PATIENTS. ILS LE MÉRITENT BIEN!



Transitions®
Gen:S™



*Après sept jours de suivi par type de verre, 86 % des porteurs ont choisi de conserver les verres Transitions SALT F, 5 % des porteurs ont choisi de conserver les verres Transitions Signature GEN 8, 9 % des porteurs ont choisi de conserver les verres clairs. Test réalisé par une agence d'étude de marché externe aux Etats-Unis au premier trimestre 2023 auprès de porteurs de verres correcteurs d'indice 1,67 avec un traitement antireflet premium en Transitions SALT F transparent, gris et Transitions Signature GEN 8 gris, 134 personnes interrogées. Transitions et le logo Transitions sont des marques déposées de Transitions Optical, Inc. utilisées sous licence par Transitions Optical Limited. GEN S est une marque déposée de Transitions Optical Limited. ©2025 Transitions Optical Limited. La performance photochromique est influencée par la température, l'exposition aux UV et le matériau du verre. Monture Ray-Ban®, verres Transitions GEN S couleur rubis. Montures Ray-Ban. Transitions Rubis.

PRISME OPTIQUE

JANVIER 2025 • VOL. 43 • NO. 1

Lunettes sérieuses

Des lunettes audacieuses et élégantes qui inspirent confiance

LA STRATÉGIE DE VISION DU CANADA

Unir le Canada pour faire de la santé oculaire une priorité pour tous

MOKA MANIA

Des montures qui célèbrent la couleur Pantone de l'année

Retour aux affaires

Démarrez l'année avec des conseils d'experts sur la planification financière, la gestion des cabinets et les stratégies de croissance pour prospérer en 2025.

GÉRER AVEC CLARTÉ

Comment coordonner votre équipe de direction

Une vision pour tous

Renforcer l'autonomie sur le lieu de travail grâce à des pratiques de vision inclusives

VISION & VANITÉ

Élargir votre champ d'action grâce aux « oesthétiques »

TOK LA CONVERSATION

Engager les patients milléniaux grâce à du contenu TikTok



Nous avons débuté en 2008 en tant que petit groupe d'optométristes indépendants partageant les mêmes idées. Nos valeurs nous ont aidés à devenir le plus grand fournisseur de soins oculaires au Canada avec 400 cliniques d'un océan à l'autre. Tout au long de notre histoire, nous avons toujours donné la priorité à nos patients.

Propriété réelle

Nos partenaires docteurs en optométrie ne sont pas seulement des membres de l'équipe, ils sont des propriétaires dans tous les sens du terme. Ils ont un véritable intérêt financier et un rôle de conseil sur l'ensemble de l'organisation, ce qui signifie que leur influence se fait sentir autant dans leur clinique et leur unité commerciale que dans l'ensemble de l'entreprise.



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

**Nos racines sont dans
l'optométrie et nos cœurs
sont dans la compassion
et l'attention.**



Visique
MD



Découvrez notre
gamme complète

Une expérience et des performances fiables



Biofinity^{MD}

sphere | XR sphere | Energys^{MD} | toric | XR toric | multifocal | toric multifocal

La gamme de lentilles cornéennes Biofinity^{MD} a fait ses preuves en matière d'innovation en offrant confort et clarté de vision à un plus grand nombre de patients chaque jour.

Soyez extraordinaire



Références : 1. Données internes, CVI, 2023, recherche indépendante, Canada; sondage en ligne auprès de 150 professionnels de la vue qui prescrivent des lentilles cornéennes. Note de bas de page : Basé sur les réponses de 149 répondants aux questions « Quelle est la marque de lentilles cornéennes souples à remplacement mensuel à laquelle vous faites le plus confiance pour vos patients? » et « Quelle est la marque de lentilles cornéennes souples toriques que vous recommandez le plus souvent à vos patients astigmates? ». 2. Données internes, CVI, 2023, recherche indépendante, Canada; sondage en ligne auprès de 150 optométristes canadiens qui prescrivent des lentilles cornéennes. Note de bas de page : Basé sur les réponses de 148 répondants aux questions « Quelle est la marque de lentilles cornéennes souples multifocales à remplacement mensuel que vous recommandez le plus souvent à vos patients presbytes? » et « Quelle est la marque de lentilles cornéennes souples à remplacement mensuel que vous recommandez le plus souvent à vos patients? ». ©2024 CooperVision. SA11404 – 1FRC

Janvier 2025



éditoriaux

14 FOCUS FINANCIER

Pourquoi vous devez examiner de plus près la santé financière de votre clinique en 2025 ?
Par David Goldberg

18 STYLISER LES YEUX

Des lunettes sérieuses
Par Suzanne Lacorte

20 COULEUR PANTONE DE L'ANNÉE

Mocha Mousse

chroniques

21 TECHNO DES VERRES

iD MyStyle 3 de HOYA réimagine les verres progressifs
Par David Goldberg



24 PERSPECTIVES OPTIQUES
Élargissez votre champ d'action grâce aux « oesthétiques »
Par Evra Taylor

NOUVEAU

26 SURVEILLANCE FINANCIÈRE
Clarté financière en vue
Par Tim Paziuk

27 PERSPECTIVE
Projet de loi C-284 : La stratégie de vision du Canada
Par le Dr Martin Spiro, président de l'ACO

28 VISION DE L'OPTICIEN
Une vision pour tous
Par Robert Dalton, CAO

NOUVEAU

30 L'EXPERT DES YEUX
Demandez à un expert
Par le Dr Rob Kloepfer

32 PERSPECTIVES MARKETING
Tok la conversation
Par Heather Hobma

33 RÉVÉLATION
Gérer avec clarté
Par Nancy Dewald

départements

6 LETTRE DE L'ÉDITRICE

8 REGARD ACTUEL

34 LUNETTES & ASTROLOGIE

prochain numéro

- Focus sur les technologies de l'avenir et les progrès en soins oculaires
- Les derniers outils pour la basse vision

on the cover



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 2025 • VOL. 43 • NO. 1

Rédactrice/Éditrice en Chef

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

Réviseuse/Traductrice

Lamia Ghezal
lamia.ghezal@opticalprism.ca

Rédacteur/trice de Reportages

David Goldberg
dgoldberg@opticalprism.ca

Evra Taylor
evra.taylor@opticalprism.ca

Directrice artistique

Cathryn Haynes
cat.haynes@opticalprism.ca

Responsable du contenu numérique

Samantha Budd
sbudd@opticalprism.ca

CONTRIBUTEURS

Robert Dalton, Nancy Dewald,
Heather Hobma, Dr. Rob Kloepfer,
Tim Paziuk, Dr. Martin Spiro

Optical Prism (ISSN 0824-3441)
est publié 10 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-paiés 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



FYSH

UN VISAGE À LA MODE

F-3738

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

 **vision
expo**
KIOSQUE : P829



CRÉDIT PHOTO: JESSICA WAUGH

Être à ses affaires

Lors que nous entamons une nouvelle année, il n'y a pas de meilleur moment pour réfléchir aux objectifs que vous avez pour votre cabinet et à la manière dont vous envisagez de les atteindre. Le début de l'année offre une occasion unique aux opticiens et optométristes qui gèrent leur propre entreprise de revoir leurs stratégies, d'adopter des pratiques plus intelligentes et de se positionner pour une année 2025 rentable.

Gérer un cabinet avec succès ne consiste pas uniquement à fournir des soins exceptionnels aux patients. Il s'agit de trouver un équilibre entre l'art de la médecine et les connaissances commerciales nécessaires pour réussir sur un marché en constante évolution.

Cette parution de *Prisme Optique* est consacrée à aider les professionnels des soins oculaires à naviguer avec confiance les aspects commerciaux liés à la gestion d'un cabinet.

Notre rédacteur de reportage, David Goldberg, a rassemblé des points de vue d'experts du secteur et de praticiens sur le terrain pour vous offrir des conseils pratiques. De l'optimisation de vos opérations à l'exploration de nouvelles sources de revenus, notre objectif est de vous fournir les outils nécessaires pour prospérer.

C'est dans cet esprit que nous vous présentons Surveillance Financière, une nouvelle rubrique rédigée par l'auteur et conseiller financier Tim Paziuk. Tim offre aux professionnels des soins oculaires des conseils directs pour naviguer vers la liberté financière, tant sur le plan personnel que professionnel.

Cette parution présente également notre nouvelle rubrique Demandez à l'Expert, dans laquelle le Dr Rob Kloepfer, optométriste et enseignant, répond à des questions sur les défis de l'optométrie d'aujourd'hui.

Le thème commercial se poursuit avec Stylier les Yeux, où nous mettons en avant des lunettes audacieuses et élégantes qui attirent l'attention, tant dans la salle de réunion qu'au-delà.

Enfin, notre numéro de janvier ne serait pas complet sans une sélection de montures dans la couleur Pantone de l'année 2025, Mocha Mousse, une teinte de brun chaud et riche qui s'harmonise avec tous les types de peau.

En tournant ces pages, j'espère que vous trouverez de l'inspiration, de la clarté et des idées concrètes à mettre en œuvre dans votre cabinet.

À une année de succès et de vision—dans tous les sens du terme.

A handwritten signature in cursive script that reads "Suzanne".

SUZANNE LACORTE

Éditrice- Rédactrice en chef

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.





READ ON

« Read On Light » est la dernière innovation de Sandra Kaufmann et Monika Fink, cofondatrices de la marque suisse de lunettes Sol Sol Ito. Ces lunettes de lecture ultra légères et vibrantes incarnent les principes du design suisse : précision, esprit du temps et innovation. Après leur lancement en 2021 - un modèle TR90 mince qui se range dans les étuis de smartphones - les retours ont révélé un besoin de lunettes de lecture élégantes et pratiques. Read On Light comble cette lacune avec un style audacieux et contemporain, redéfinissant la commodité et le design pour les lecteurs modernes.

Pour plus d'informations, visitez readon-mobile.com

REGARD *Actuel*

Gardez vos options de lunettes au goût du jour avec les derniers modèles de ces grandes marques.

**LINDA FARROW**

Linda Farrow dévoile la collection 2 « SWEET INDULGENCE », qui célèbre le luxe des fêtes de fin d'année inspirés des portraits de la Renaissance. S'éloignant des visuels traditionnels des fêtes, ce style éditorial sombre apporte de la sophistication à la mode de décembre. La collection comprend cinq styles de lunettes de soleil - Celia, Paloma, Nieve, Cara et Calthorpe - offrant des modèles pour tous les goûts et toutes les formes de visage. Parmi les modèles phares, citons la Paloma, d'inspiration glamour des années 70, et la Nieve, aux lignes anguleuses, avec des tons de rose, de mandarine et de couleurs festives.

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



Cara



Nieve

**MAX MARA**

Max Mara Eyewear dévoile les nouveaux modèles Maxim pour la saison automne/hiver, avec la signature géométrique métallique, caractéristique de la marque. Le design Maxim met en valeur les yeux avec sophistication, reflétant l'allure élégante de Max Mara. Ce symbole doré capture la lumière, créant un mouvement et un sentiment de richesse. Emblème intemporel, il évoque l'émotion et les souvenirs, incarnant la promesse de la marque d'un style et d'un charisme durables à travers les générations.

Pour plus d'informations, contactez votre représentant Marcolin ou visitez le site marcolin.com.



Valencia

Chad

**HARDEM**

Maintenant disponible au Canada ! Lunettes argentines fabriquées à la main à partir d'acétate de première qualité, chaque paire a des lentilles polarisées avec protection UV400. Les lunettes de soleil Valencia exsudent l'élégance et l'exclusivité avec leurs accents brillants de beige et d'écailler de tortue, leurs détails de branches bleu clair et leurs lentilles grises dégradées. Les lunettes de soleil Chad noires avec le logo plaqué or sur la branche et la finition bleu clair ajoutent une touche subtile, élégante et ludique.

Rejoignez-nous au MIDO 2025 Pavillon O1 Stand E03 ou visitez hardem.ca/ca/op



Charles



Yvonne

OGI

Les collections printemps 2025 d'OGI Eyewear combinent des couleurs audacieuses et des formes saisissantes avec individualité et équilibre. Des teintes vibrantes comme le rouge cerise et le bleu électrique remplacent les tons neutres, tandis que les montures surdimensionnées s'imposent. Le directeur de la création, David Duralde, s'assure que ces designs mettent en valeur le style personnel sans submerger ceux qui les portent.

L'utilisation emblématique des couleurs par OGI se poursuit avec des designs architecturaux, associant des teintes vibrantes à des palettes plus discrètes dans des montures biseautées comme North Star. Des modèles surdimensionnés tels que Minnehaha Mist et Hurkle Durkle redéfinissent les lunettes audacieuses avec sophistication et élégance.

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

OPHY

Eredità Eyewear est fière d'accueillir Ophy Eyewear dans sa collection. En associant des formes architecturales audacieuses d'inspiration du futurisme et de l'art moderne, Ophy redéfinit les lunettes contemporaines. Enracinée dans l'artisanat italien et influencée par le vignoble de son propriétaire, la marque équilibre magistralement tradition et innovation. Chaque monture exude une sophistication artistique, célébrant l'individualité et le style.

Eredità Eyewear poursuit sa mission de défense des marques indépendantes qui privilégient la qualité et la créativité. L'arrivée d'Ophy Eyewear renforce cette vision avec des modèles qui incarnent l'art, l'architecture et l'élégance italienne. Découvrez Ophy Eyewear - une fusion harmonieuse de l'artisanat et du design moderne.

Pour plus d'informations, contactez votre représentant Eredità ou visitez ereditaeyewear.com.



North Star



Hurkle Durkle



Minnehaha



LO761S



LONGCHAMP

La collection de lunettes Longchamp Automne/Hiver 2024 offre une interprétation intemporelle et raffinée de l'esthétique emblématique de la marque. Fabriqués à partir de matériaux de première qualité, les modèles extraordinaires de cette saison présentent des couleurs riches et des accents caractéristiques, reflétant la vision de l'élégance française de la Maison. Avec un style à la fois audacieux et féminin, illustré par les lunettes de soleil mises en valeur dans la campagne publicitaire automne-hiver, ces pièces incarnent le goût contemporain et l'allure sophistiquée de la femme Longchamp.

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



LONGCHAMP

ØRGREEN

Ørgreen Optics présente la collection Acetate Cut, une fusion de simplicité et de fonctionnalité, associant les caractéristiques iconiques de sa collection en titane. La capsule comprend cinq styles avec des façades monochromes en acétate et des branches en titane, offrant des contours ultra-minces et des bords définis. L'acétate haute densité garantit la durabilité et une finition raffinée, disponible dans des tons transparents et translucides. Les branches en titane assurent une durabilité légère, avec des détails bien pensés comme le logo « Ørgreen ». La collection offre des plaquettes de nez réglables et des charnières à ressort OBE pour plus de confort et de longévité, alliant un design innovant à des pratiques durables.

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



SKAGA

La collection de lunettes Skaga Automne/Hiver 2024 s'inspire de la nature suédoise et du design minimaliste. Dotées de branches sculpturales inspirées des monolithes de calcaire « Raukar » de Gotland, les montures utilisent l'acétate Renew, un matériau durable fabriqué à partir de sources biosourcées et recyclées. La collection comprend les lunettes féminines SK2902 Fors, les lunettes audacieuses SK2901 Kaffepannan et les lunettes rondes et rétro SK2173 Langhammar, toutes conçues pour le confort et le style avec des plaquettes de nez réglables, des charnières à ressort à cinq barils et des matériaux de première qualité respectueux de l'environnement.

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



MODO

La collection Brooklyn Made de MODO Eyewear présente deux styles fabriqués à la main pour l'automne-hiver 2024. Monroe, un œil de chat chic pour les femmes, se décline dans des teintes vibrantes comme le rose et le vert olive. Bay, une monture carrée rétro pour homme, se décline dans des couleurs telles que Deep Burgundy et Grey Green. Fabriquées à Brooklyn, ces montures célèbrent l'innovation américaine avec des designs audacieux, des branches en plastique modernes et des détails uniques. Un mélange parfait de style et de savoir-faire définit cette collection exceptionnelle.

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



Bay and Monroe

Découvrez la nouvelle ère des lentilles

clariti^{MD} 1 day multifocal



Nouveauté!

clariti^{MD} 1 day
multifocal 3 Add

Nouvelle conception. Nouveau bord. Nouveaux paramètres.

La dernière innovation de clariti^{MD} 1 day présente notre conception Optimized Comfort Edge^{MC} pour un meilleur confort et le Binocular Progressive System^{MC} pour offrir une vision claire à toutes les distances, pour tous les niveaux de presbytie^{1,2}. Avec les paramètres 1 day multifocal les plus complets du marché, un plus grand nombre de patients peuvent faire l'expérience de notre nouvelle lentille à un prix abordable^{*3}. Recommandez clariti^{MD} 1 day multifocal 3 additions et aidez vos patients à voir comme ils le faisaient auparavant².

* Les prix sont basés sur le PVCF publié par le fabricant et sur les remises en vigueur en date du 11/01/2023.

1. Données internes, CVI, 2021. Étude prospective, bilatérale, à double insu, d'une semaine sur la distribution de clariti^{MD} 1 day multifocal 3 additions; avec un classement de 88 sur 100; n=90 porteurs habituels de lentilles cornéennes multifocales. 2. Données internes, CVI, 2021. Étude prospective, bilatérale, à double insu, d'une semaine sur la distribution de clariti^{MD} 1 day multifocal 3 additions; avec des classements de 85 à 89 sur 100; n=90 porteurs habituels de lentilles cornéennes multifocales. 3. Données internes, CVI, 2024. Sur la base des combinaisons d'options de prescription (sphère et addition) disponibles sur toutes les lentilles souples multifocales à usage unique de CVI, JJV, B+L et Alcon aux États-Unis en février 2024. ©2024 CooperVision.



Prêts pour une nouvelle ère?



CooperVision^{MD}

Focus\$ financier

Pourquoi vous devez examiner de plus près la santé financière de votre clinique en 2025

PAR DAVID GOLDBERG

La mission d'un professionnel de soins oculaires est de maîtriser l'art d'aider ses patients à voir plus clair, mais parfois les choses ont tendance à devenir un peu floues lorsqu'il s'agit de sa propre situation financière. La gestion d'un cabinet consiste à concilier les soins aux patients avec les exigences complexes de la gestion du personnel, des stocks, des négociations avec les fournisseurs et du paiement des factures. Même les professionnels de soins oculaires les plus brillants peuvent se sentir dépassés, surtout à l'approche de la saison des impôts.

Les coûts augmentent, les perspectives économiques n'ont jamais été aussi sombres et les propriétaires d'établissements d'optique doivent ajuster leurs comptes en conséquence. En 2025, les professionnels de soins oculaires devront adopter des stratégies de résilience et de croissance, et Prisme Optique s'est entretenu avec trois experts qui proposent chacun une prescription pour une clarté financière.

Pour certains professionnels de soins oculaires, la gestion de l'argent est une chose à laquelle ils ne pensent qu'une fois par an, comme à Halloween, mais beaucoup plus effrayante.

« Trop de médecins n'ont pas conscience de leurs situation financière avant que l'année soit terminée », déclare le Dr Kerry Salsberg, optométriste de deuxième génération et propriétaire d'Eye on Sheppard à Toronto.

Pour M. Salsberg, diriger l'un des plus grands cabinets indépendants de Toronto exige une comptabilité, une budgétisation et des prévisions financières méticuleuses. Son cabinet emploie une équipe de 40 personnes, dont huit médecins, dans un bureau de 10 000 pieds carrés, mais M. Salsberg affirme que sa philosophie financière peut s'appliquer à des cabinets de toutes tailles.

« Nous examinons nos chiffres tous les trimestres », explique-t-il. « Il s'agit de prendre le pouls de son cabinet tous les jours, toutes les semaines et tous les trimestres. Je suis toujours sur mon ordinateur à regarder les chiffres ».

Lui et son équipe se concentrent sur les indicateurs clés de performance, également appelés ICP, qui sont des données mesurables révélant la performance des différentes activités de l'entreprise. Des indicateurs tels que le revenu par heure de travail, la rotation des cadres et les taux de capture permettent de détecter rapidement les inefficacités, ce qui permet à M. Salsberg de gérer les pertes potentielles avant qu'elles ne deviennent incontrôlables.

« Pour moi, chaque dollar investi doit rapporter trois dollars », explique-t-il. « Il est facile de

réduire les dépenses, mais le plus difficile est d'investir stratégiquement dans son cabinet pour obtenir des rendements significatifs.

Se concentrer sur l'avenir

Pour de nombreux professionnels de soins oculaires, le suivi financier s'arrête à l'examen des chiffres de l'année précédente, une pratique qui peut aider à diagnostiquer les erreurs du passé mais qui positionne rarement une entreprise sur la voie de la réussite future.

« La plupart des professionnels passent la majeure partie de leur carrière, si ce n'est toute leur carrière, à regarder dans le rétroviseur », déclare

« La plupart des professionnels passent la majeure partie de leur carrière, si ce n'est toute leur carrière, à regarder dans le rétroviseur. Ils s'assoient avec leur comptable une fois par an, mais ce que nous voulons, c'est commencer à regarder vers l'avant. »

- Tim Paziuk

Planificateur financier agréé et président de TPC Financial

Tim Paziuk, planificateur financier agréé et président de TPC Financial. « Ils s'assoient avec leur comptable une fois par an, mais ce que nous voulons, c'est commencer à regarder vers l'avant. »

Une partie de cette mentalité prospective consiste à anticiper l'augmentation des coûts des fournisseurs et à se préparer aux fluctuations des taux d'intérêt.

Ces facteurs peuvent prendre les propriétaires de petites entreprises au dépourvu, et c'est pourquoi le budget de chaque professionnel de soins oculaires doit prévoir une marge de manœuvre. Il

s'avère que la flexibilité est un élément essentiel de la planification financière.

Nancy Dewald, de LeadUp Training & Consulting, encourage les professionnels des soins oculaires à élaborer des plans d'urgence en cas d'augmentation soudaine des dépenses. Restez à l'affût des augmentations de prix et négociez stratégiquement avec les fournisseurs pour obtenir des tarifs avantageux pour votre entreprise.

« Ma stratégie consiste à ne pas traiter avec tous les fournisseurs », dit-elle. « Trouvez vos fournisseurs préférés et travaillez principalement avec eux afin d'obtenir les meilleures réductions de volume et les meilleurs prix. »

Et n'achetez pas plus de stock que vous ne pouvez écouter, ou vous vous retrouverez avec des cartons et des cartons de produits dépréciés. « Trop de montures ou de produits périssables peuvent immobiliser de l'argent inutilement », déclare Mme Dewald.

La gestion des stocks, explique-t-elle, est souvent négligée en tant que facteur clé de la rentabilité d'un cabinet. Les cabinets doivent régulièrement examiner leur stock pour identifier les produits à faible rotation et se débarrasser des anciennes montures par le biais de promotions, d'offres groupées ou de mesures incitatives pour le personnel.

Risque et récompense

Envisagez-vous d'élargir les services offerts par votre clinique ? Les experts affirment qu'un examen détaillé est nécessaire avant de prendre des engagements financiers importants.

« Si vous envisagez d'ajouter quoi que ce soit à votre entreprise, vous devez effectuer une analyse du seuil de rentabilité pour savoir comment récupérer cet argent », explique Mme Dewald. L'analyse du seuil de rentabilité, explique-t-elle, est une étape cruciale que de nombreux propriétaires de cabinets médicaux négligent lorsqu'ils investissent dans de nouvelles technologies ou de nouveaux services. S'ils ne comprennent pas l'ensemble des coûts - formation du personnel, augmentation de la maintenance, voire hausse des factures d'énergie -, les professionnels des soins oculaires peuvent se retrouver pris au dépourvu par des dépenses qu'ils n'avaient pas anticipées.

« La planification ne se résume pas à des chiffres sur une page ; c'est une stratégie », affirme Mme Dewald.

En ce qui concerne les tendances des dépenses, M. Salsberg a remarqué que certains professionnels des soins oculaires abandonnent la vente d'optique et de lentilles de contact au profit de services de diagnostiques et thérapeutiques.

« Je pense que beaucoup de gens ont abandonné la vente d'optique et des lentilles de contact parce que ce sont des produits compétitifs et que leurs ventes conduisent plus difficilement à l'adhésion de ces patients », déclare-t-il. « Mais je pense que c'est une grave erreur d'abandonner ces activités.

Selon M. Salsberg, de nombreux médecins s'orientent vers une pratique médicale parce qu'elle est moins exposée à la concurrence, qu'elle leur permet de fixer les honoraires et qu'elle implique moins d'intervenants. Il prévient toutefois que le fait de renoncer à des sources de revenus de la vente au détail pourrait se retourner contre eux à long terme.

« Si l'on renonce aux ventes d'optiques et de lentilles de contact, ce n'est qu'une question de temps avant que les acteurs du secteur privé ne commencent à nous concurrencer dans le modèle médical », déclare-t-il.

M. Salsberg estime que les optométristes devraient s'appuyer sur leur base de patients qu'ils ont établie. « Ces patients nous appartiennent », affirme-t-il.

Et si l'ambition qui sous-tend l'expansion est admirable, il ne faut pas en faire trop, affirme Mme Dewald. Elle conseille aux professionnels des soins oculaires d'abandonner l'idée qu'ils doivent offrir eux-mêmes tous les services.

« Si vous avez un intérêt particulier pour quelque chose et que vous voulez aller un peu plus loin, concentrez-vous sur ce point et faites-le bien », dit-elle. « Si vous ne pouvez pas tout faire, trouvez un confrère à qui vous adresser, quelqu'un qui vous renverra ses patients, de manière à ce que la relation soit réciproque.

Mme Dewald estime que la collaboration est souvent sous-utilisée dans le secteur des soins oculaires.

« Dans notre secteur, nous ne le faisons pas très bien, et la seule personne qui en souffre est le patient, parce que nous ne le servons pas correctement », dit-elle.

Salaires, contrats et planification de succession

Les professionnels des soins oculaires incorporés sont confrontés à des choix cruciaux pour leur planification financière, et le planificateur financier Tim Paziuk souligne l'importance de revoir ces décisions chaque année. Le choix d'un salaire ou de dividendes est particulièrement important, car il est influencé par les circonstances individuelles et l'évolution de la réglementation fiscale.

« Souvent, ils consultent leur comptable et, selon l'avis de ce dernier - parfois fondé sur des préjugés personnels - il leur dit de prendre un salaire pour des raisons telles que les droits de cotisation à un REER ou la possibilité de mettre en place un régime de retraite individuel », explique M. Paziuk.

Il prévient toutefois que les règles fiscales fédérales peuvent changer de manière inattendue, d'où l'importance de revoir régulièrement les stratégies.

Les pratiques des professionnels des soins oculaires au Canada en chiffres :

2 milliards de dollars :

Revenu annuel de l'industrie canadienne de l'optométrie

6 000 :

Nombre approximatif d'optométristes pratiquant au Canada

10 410 :

Nombre total d'employés dans l'industrie de l'optométrie à l'échelle nationale

4 759 :

Nombre total d'entreprises d'optométrie au Canada.

SOURCE : Royal Financial Group

« S'ils réduisent les crédits d'impôt sur les dividendes, il se peut que vous perceviez auparavant des dividendes sans percevoir de salaire, mais que le gouvernement modifie les règles et qu'il soit soudain plus avantageux pour vous de changer de régime », explique-t-il.

M. Paziuk souligne également le rôle essentiel de la planification de succession, en particulier à la lumière des changements proposés pour les taux d'inclusion des plus-values au Canada. Sans une planification minutieuse, la charge fiscale sur les actifs d'une entreprise après le décès de ses propriétaires peut être importante.

« Les contrats d'actionnaires doivent prévoir ce qui se passe si l'un des dirigeants décède avant

l'autre », explique-t-il. « Ces accords doivent préciser comment les actions sont transférées et comment les impôts sont gérés.

Enfin, M. Paziuk insiste sur l'importance de disposer de contrats de travail en bonne et due forme, l'absence a provoqué le chaos dans de nombreux cabinets lors des fermetures de COVID-19.

« On peut s'estimer heureux si 25 % des cabinets ont des contrats de travail en place », déclare-t-il.

Lorsque le COVID-19 a contraint les cliniques à fermer, de nombreux employeurs se sont retrouvés dans l'embarras pour comprendre leurs obligations envers le personnel, en grande partie parce qu'il n'y avait pas de conditions claires en place.

Ce que nous avons appris très rapidement en discutant avec les avocats spécialisés dans le droit du travail avec lesquels nous travaillons, c'est que la première question qu'ils posent est : « Que dit le contrat de travail ? » Et la plupart du temps, la réponse est : « Nous n'en avons pas », explique M. Paziuk.

Ce manque de documentation a non seulement semé la confusion quant aux responsabilités des employeurs, mais a également exposé de nombreux cabinets à une responsabilité potentielle. « Il ne s'agit pas seulement du salaire. Les contrats de travail clarifient tout - les conditions de licenciement, les responsabilités et les avantages - et sans cela, vous évoluez dans une zone grise sur le plan juridique », ajoute-t-il.

M. Paziuk ajoute que les contrats de travail sont particulièrement importants lors de la transition d'une entreprise vers un nouveau propriétaire.

« Lorsque vous achetez une clinique, c'est l'occasion idéale de mettre en place de nouveaux contrats de travail pour chaque membre du personnel », explique-t-il. « Cela permet de s'assurer que les conditions de départ sont claires et d'éviter tout malentendu ultérieur ».

Avec des contrats de travail en bonne et due forme, les professionnels des soins oculaires peuvent protéger leur entreprise, apporter de la clarté à leurs employés et éviter des litiges coûteux.

« Il s'agit d'un petit pas qui peut éviter beaucoup de stress et de difficultés financières à l'avenir », déclare M. Paziuk.

La clarté financière ne consiste pas uniquement à suivre les chiffres, mais aussi à planifier l'avenir et à prendre des décisions qui garantissent la réussite de votre cabinet. En adoptant la bonne approche et en bénéficiant de conseils professionnels, les professionnels des soins oculaires peuvent relever les défis, saisir les opportunités et assurer la prospérité de leur cabinet pour les années à venir. **PO**



east.visionexpo.com

où se
rassemblent les
visionnaires

19-22 février 2025

Centre des congrès du comté d'Orange à Orlando, Floride



In the business of
building businesses

Inscrivez-vous maintenant

STYLISER LES YEUX



DES LUNETTES *sérieuses*

Des lunettes audacieuses et élégantes qui attirent l'attention dans la salle de conférence et au-delà. Découvrez des montures conçues pour rehausser votre confiance en vous en toute circonstance.

PAR SUZANNE LACORTE



1.

CONSEIL DE
Style

Pas besoin de se fondre dans la masse — attirez tous les regards avec des montures en bordeaux sensuel, écaille sophistiquée ou émeraude intense qui volent la vedette à votre look. Ces modèles sont conçus pour rehausser votre confiance et renforcer votre esthétique chic, en montrant au monde que vous êtes sérieuse et que vous avez l'intention de conquérir votre journée dans un style naturel.

- WENDY BUCHANAN
Eyewear Expert en image



2.



3.



4.



5.



6.



7.

MOCHA MOUSSE

Célébrez la couleur Pantone de l'année avec des montures élégantes de couleur moka, alliant élégance intemporelle et sophistication moderne pour tous les styles.



1. CC0005O de Chloé 2. Limona par Etnia Barcelona
3. Oxman par Le Parc 4. Killa par Vint & York

Clarté



sans compromis

iD MyStyle 3 de HOYA réimagine les verres progressifs

PAR DAVID GOLDBERG

Lorsque les professionnels des soins oculaires rencontrent un patient qui a des difficultés avec des verres progressifs, les plaintes concernent souvent la difficulté d'adaptation et la distorsion de la vision périphérique. Ces problèmes peuvent être encore plus prononcés chez les patients qui passent de longues heures sur des appareils numériques, ce qui est désormais le cas pour presque tout le monde. Plutôt que de contraindre les patients à s'adapter à une technologie dépassée, HOYA Vision Care a mis au point un nouveau verre optimisé pour chaque porteur.

« Généralement, les patients apprécient un champ large pour la vision de loin sur leurs verres progressifs, mais malheureusement, cela a un impact sur leurs champs de vision de près et intermédiaire », explique Todd Deforest, opticien agréé en Nouvelle-Écosse et directeur de la formation et du développement chez HOYA pour le Canada atlantique. « Depuis la pandémie, nous passons plus de temps que jamais à l'intérieur, ce qui rend la clarté de près et intermédiaire encore plus essentielle. »

La dernière innovation de HOYA, le iD MyStyle 3, s'attaque directement à ces défis. Disponible dès maintenant aux professionnels des soins oculaires canadiens pour prescrire et livrer, la lentille présente des améliorations novatrices et un système d'évaluation simplifié qui rend les lentilles progressives plus adaptables aux besoins des patients.

HOYA a introduit cinq modèles distincts pour mieux aligner les verres aux besoins spécifiques des patients : Tyro, Modern, Detail, Adventure et Expert. Chaque option s'adapte à un style de vie différent et simplifie le processus de sélection pour les professionnels des soins oculaires.

« Cette lentille résout notamment le problème de la distorsion périphérique astigmatique, omniprésente dans toutes les lentilles », explique M. Deforest. « Auparavant, modifier une zone de la lentille — qu'il s'agisse de la vision de loin ou de près — affectait inévitablement l'autre, sans solution possible. Avec cette nouvelle technologie, nous pouvons augmenter la zone de vision de près sans compromettre les autres. De plus, elle élimine les effets de nage et d'oscillation vers les bords extérieurs, que les patients trouvent particulièrement désagréables. »

L'iD MyStyle 3 repose sur deux avancées majeures pour optimiser le confort visuel.

La première, la technologie AdaptEase, réduit la distorsion astigmatique périphérique et adoucit les transitions entre les zones de vision de près, intermédiaire et de loin. Elle simplifie l'adaptation des porteurs et offre une expérience visuelle nettement plus confortable.

La seconde avancée est la vision binoculaire 3D, une solution conçue pour les patients présentant des différences de puissance entre leurs deux yeux — un défi courant chez 73 % des presbytiques.

Cette technologie réduit les effets prismatiques périphériques, stabilise la vision et offre aux porteurs une expérience plus naturelle.

« Une façon d'expliquer les verres progressifs est de les comparer à un bac à sable », explique M. Deforest. « Par le passé, nous avions des zones distinctes pour la vision de loin, intermédiaire et de près, mais le sable — représentant les zones de distorsion — s'accumulait à la périphérie de ces zones. Avec l'iD MyStyle 3, nous avons nivelé ces amas, adouci les transitions et élargi les zones claires, les rendant plus utilisables pour les patients. Bien que la distorsion n'ait pas totalement disparu, elle a été considérablement réduite, permettant aux porteurs de s'adapter plus facilement et d'utiliser les lentilles de manière confortable. »

HOYA a introduit cinq modèles distincts pour mieux répondre aux besoins spécifiques des patients : Tyro, Modern, Detail, Adventure et Expert. Chaque option s'adapte à un mode de vie

« Certaines personnes passent directement à notre modèle intermédiaire, Modern, et en sont pleinement satisfaites », ajoute M. Deforest. « Pour les porteurs de progressifs débutants, Tyro constitue une première étape idéale avant de passer à d'autres versions des lentilles. »

Le questionnaire MyStyle iDentifier simplifie le processus de personnalisation pour les patients et les professionnels des soins oculaires. En analysant la prescription et le mode de vie du patient, cet outil permet aux praticiens de recommander rapidement et efficacement le design le plus adapté.

L'iD MyStyle 3 offre aux professionnels des soins oculaires une solution pratique pour répondre aux plaintes courantes liées aux verres progressifs. Son design innovant minimise la distorsion périphérique, adoucit les transitions entre les zones visuelles et réduit l'effet de nage et de balancement, offrant ainsi une expérience globale améliorée aux patients. De plus, ce verre est compatible avec les traitements HOYA, notamment les options antireflets et photochromiques.

L'iD MyStyle 3 offre aux professionnels des soins oculaires une solution pratique pour répondre aux plaintes fréquentes liées aux verres progressifs. Son design innovant minimise la distorsion périphérique, adoucit les transitions entre les zones visuelles et réduit l'effet de nage et de balancement, offrant ainsi une expérience globale améliorée aux patients. De plus, ce verre est compatible avec les traitements HOYA, notamment les options antireflets et photochromiques.

« Nous savons ce dont les patients ont besoin », affirme M. Deforest. « Nous avons entendu leur demande pour un champs de vision élargi et une zone de distorsion plus douce, et nous allons y répondre ». **PO**

différent, tout en simplifiant le processus de sélection pour les professionnels des soins oculaires.

« Tyro est parfait pour débuter, grâce à son design souple qui permet aux patients de s'habituer progressivement au port de lentilles progressives », explique M. Deforest. « Beaucoup de personnes passent soit d'une vision simple à une vision progressive, ce qui peut être difficile à accepter, soit de l'absence totale de correction à une vision progressive, ce qui est encore plus exigeant. En atténuant certains de ces défis, nous leur facilitons grandement la transition. »

Les autres modèles répondent à une large gamme de besoins des patients. Modern convient parfaitement aux personnes multitâches qui alternent fréquemment entre les distances proches, intermédiaires et lointaines. Detail met l'accent sur la clarté pour les activités d'intérieur et les travaux de précision, ce qui en fait un choix idéal pour ceux qui passent beaucoup de temps à un bureau ou devant des écrans. Adventure privilégie l'acuité visuelle à distance, s'adressant aux amateurs de plein air et à ceux qui passent plus de temps à l'extérieur. Enfin, Expert est conçu pour les porteurs expérimentés de verres progressifs recherchant des performances et une stabilité avancées.

UN MODÈLE POUR CHAQUE PATIENT

Tyro : Conception souple pour les porteurs débutants.

Modern : Pour les multitâches qui alternent entre vision de près et de loin.

Detail : Clarté pour les activités d'intérieur et le travail de précision.

Adventure : Optimisé pour les passionnés d'activités en plein air.

Expert : Performance avancée pour les porteurs expérimentés de verres progressifs.

iD MyStyle^{MD} 3

Fait sur mesure pour votre confort visuel.

Conçu pour offrir une clarté à toutes les distances grâce à la technologie AdaptEase^{MC} et 3D Binocular Vision^{MC}.



Contactez nous
pour en savoir plus.

Évolution des soins oculaires

Les optométristes élargissent leur champ d'action pour obtenir une source de revenus en Œsthétique

PAR EVRA TAYLOR

Dans le monde du marketing, le concept d'extension de gamme n'est pas nouveau, mais le phénomène de plus en plus populaire qui combine les services d'optique avec des traitements médico-esthétiques offre aux patients une expérience tout-en-un avec un nouvel équilibre entre commodité et soins. Cette fusion représente une nouvelle source de revenus fructueuse conçue pour répondre aux besoins croissants de la clientèle actuelle des optométristes et également pour attirer de nouveaux clients.

Ces dernières années, la frontière entre les services médicaux et l'esthétique s'est estompée pour répondre aux besoins des consommateurs, de plus en plus soucieux de conserver leur apparence grâce à des traitements anti-âge, tout en consultant les professionnels des soins oculaires pour divers types d'interventions oculaires.

Le terme « œsthétique » a été inventé pour décrire cette synthèse et cette symbiose de services adaptés aux besoins et aux désirs des patients qui recherchent une approche plus holistique et intégrée de leur santé oculaire. Les praticiens de l'ophtalmologie s'efforcent de trouver des moyens novateurs et diversifiés pour servir leurs clients, ce qui a permis d'identifier certains corollaires. L'un d'entre eux est le traitement de la sécheresse oculaire, dont l'incidence augmente de façon exponentielle, est maintenant traitée par certains optométristes.

Plusieurs experts dans ce domaine ont remarqué que certains avantages esthétiques peuvent découler, de manière secondaire, de l'objectif principal des traitements proposés. Le

Dr Timothy Tsang est optométriste chez Foresee Eyecare, une clinique d'optométrie complète avec une galerie de lunettes. Il se spécialise dans une large gamme de services de soins oculaires, incluant les lentilles de contact/specialisées, la prise en charge et le traitement de la sécheresse oculaire, le contrôle de la myopie, la gestion des maladies oculaires et la cogestion des chirurgies réfractives.

Le Dr Tsang a souligné que le traitement actuel de la sécheresse oculaire est en réalité issu d'une application cosmétique. Les technologies de lumière pulsée intense (IPL) et de radiofréquence (RF) sont utilisées en dermatologie et en esthétique depuis des décennies. La lumière pulsée est employée pour sublimer le contour des yeux en stimulant la production de collagène, en réduisant l'apparence des ridules et des cernes, ainsi qu'en traitant les dommages causés par le soleil. L'adaptation de ces technologies aux soins oculaires représente une extension naturelle de leurs bienfaits.

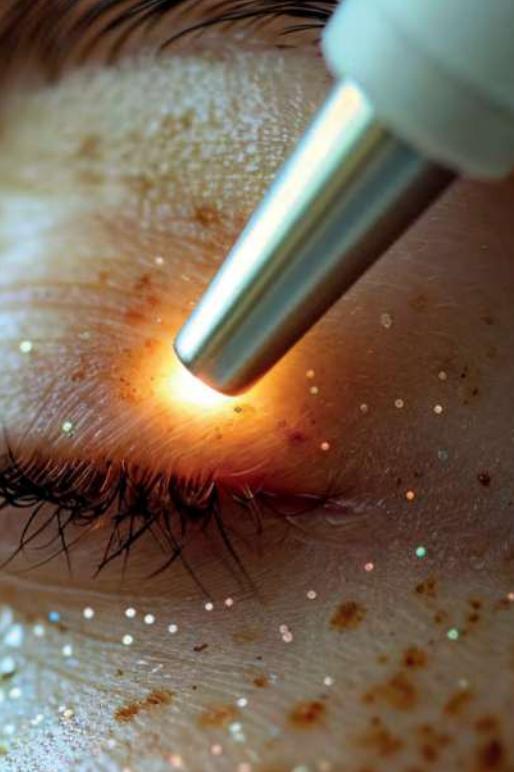
« Nous avons commencé à proposer davantage d'options de traitement pour la sécheresse oculaire après avoir rénové notre cabinet en 2021 », explique le Dr Tsang. « Historiquement, il a toujours existé de nombreuses façons de gérer la sécheresse oculaire, notamment les larmes artificielles, les compléments nutritionnels et les compresses chaudes. Cependant, l'introduction et l'évolution des thérapies IPL/RF ainsi que des dispositifs permettant de chauffer et d'exprimer les glandes de Meibomius, qui contribuent à la sécheresse oculaire, ont considérablement amélioré notre capacité à traiter cette affection ».



Selon le Dr Tsang, le traitement de la sécheresse oculaire a été l'un des principaux moteurs de croissance de son cabinet, en raison de l'augmentation des besoins et des avancées des connaissances et technologies disponibles. « L'adaptation de lunettes ou de lentilles de contact personnalisées, ainsi que les traitements en cabinet pour la sécheresse oculaire, sont toujours des services très bien accueillis, parce que les patients peuvent en ressentir les bénéfices instantanément », a-t-il noté.

Le Dr Kerry Salsberg, optométriste et propriétaire d'Eyes on Sheppard, a travaillé pendant 25 ans aux côtés de son père, le Dr Stan Salsberg, fondateur de la clinique. En plus de l'optométrie classique, ils ont étendu leurs services pour inclure des traitements esthétiques et des soins pour la sécheresse oculaire en utilisant des équipements initialement destinés aux traitements esthétiques.

Il y a environ huit ans, Eyes on Sheppard a intensifié ses traitements contre la sécheresse oculaire, réalisant au bout de quelques années que cela constituait une porte d'entrée vers les soins esthétiques grâce à l'utilisation d'appareils polyvalents. « Souvent, lorsque les patients recevaient un traitement pour leurs yeux secs, l'occasion se présentait de discuter d'autres soins liés aux yeux ou au corps qu'ils recherchaient », a souligné le Dr Salsberg.



que l'économie de la sécheresse oculaire, les techniques de communication efficace avec les patients et la manière d'intégrer certains de ces services d'optométrie et d'appoint. « Il existe un marché inexploité pour cette intégration de services. Les patients peuvent être réticents à divulguer certains problèmes. Nous leur fournissons un formulaire à remplir pour optimiser leur visite afin qu'ils puissent évoquer des sujets tels que les rides et ridules qui les dérangent. » Cela permet un marketing basé sur l'autorisation, ce qui peut conduire à une conversation plus approfondie sur les préoccupations esthétiques plus sensibles des patients.

« La population canadienne vieillit en nombre, mais pas dans le mode de vie. Les Canadiens restent jeunes de cœur et veulent être beaux et bien voir. Nous présentons par exemple ces concepts et procédures synergiques sur les écrans de nos salles d'attente, et nous les passons en

NightLase, un traitement au laser non invasif pour l'arrêt du ronflement, en plus de la lunetterie. Tanya Miller, responsable du développement commercial de l'entreprise, fait remarquer que les patients ne sont souvent pas conscients de leurs besoins supplémentaires ou des possibilités d'améliorer leur bien-être. « Par exemple, une personne peut venir spécifiquement pour un traitement Fotona 4D - un lifting non chirurgical - et découvrir au cours de la consultation qu'elle souffre d'une sécheresse oculaire légère ou modérée, une condition qu'elle n'aurait peut-être pas détectée par elle-même. »

Mme Miller explique que « les patients qui nous consultent initialement pour des soins ophtalmologiques peuvent être attirés par nos services cosmétiques après avoir pris connaissance de la gamme de traitements de rajeunissement que nous proposons. Ce chevauchement naturel des services met en lumière la nature holistique de notre pratique, où les soins oculaires fonctionnels et les améliorations esthétiques s'associent harmonieusement pour offrir une gamme complète de soins adaptés à chaque individu. La répartition entre les deux services peut varier, mais il est évident que les patients apprécient la possibilité de traiter leurs objectifs de santé et d'esthétique en un seul et même lieu de confiance. »

« Cette combinaison résonne profondément, car elle correspond à une approche holistique du bien-être : se sentir bien à l'intérieur de soi et le refléter à l'extérieur. Les gens sont attirés par l'idée que leurs soins ne doivent pas être compartimentés ; au contraire, ils peuvent améliorer à la fois leurs besoins fonctionnels et esthétiques dans un seul cabinet », poursuit-elle.

« En proposant les deux, nous ne nous contenterons pas de traiter, nous transformons. Les patients reconnaissent la valeur d'une expérience qui garantit que leur vision est protégée par des spécialistes et que leur apparence est rajeunie par des professionnels, réunissant la science, la santé et la beauté d'une manière qui semble naturelle et profondément personnelle. C'est le reflet d'une tendance plus large : les gens recherchent des soins complets qui valorisent à la fois leur santé et l'image qu'ils ont d'eux-mêmes. La synergie n'est pas uniquement logique, elle change la vie », conclut Mme Miller.

La diversification des services offerts par les professionnels des soins oculaires permet de nouvelles opportunités de revenus et améliore les soins aux patients pour un nombre croissant de consommateurs qui cherchent non seulement à vivre plus longtemps, mais aussi à améliorer leur qualité de vie. **PO**

Le terme « œsthétique » a été inventé pour décrire cette synthèse et cette symbiose de services adaptés aux besoins et aux désirs des patients qui recherchent une approche plus holistique et intégrée de leur santé oculaire

En plus des traitements IPL et RF, Eyes on Sheppard propose le microneedling, le Jett Plasma – le seul appareil à plasma à courant continu utilisé pour la thérapie de la sécheresse oculaire – ainsi que des soins esthétiques, y compris la blépharoplastie non chirurgicale.

Le cabinet actuel accueille une population variée, allant des enfants aux personnes âgées, avec un ratio de services de 80 % pour l'optométrie et de 20 % pour le traitement des yeux secs et l'esthétique, avec l'ambition d'augmenter ce dernier à 30 %. Chacun des sept médecins a une spécialité de niche et les références croisées se font au sein du cabinet. La synergie existe, par exemple, dans les cas où les injections de Botox entraînent une sécheresse oculaire.

Le Dr Salsberg commercialise son segment de pratique de la sécheresse oculaire en organisant des séries de conférences sur les pratiques de traitement et des sujets liés aux affaires, tels

revue avec les patients, leur proposant parfois une consultation esthétique gratuite. Nous engageons également un marketing intensif sur les réseaux sociaux et par envoi postaux pour accroître la sensibilisation », a ajouté le Dr Salsberg.

« Avec l'engouement pour Sephora et TikTok, les consommateurs sont exposés à ces services, et il existe un désir et une demande pour que les gens paraissent et se sentent bien, et voient le meilleur d'eux-mêmes. Il est très important d'avoir l'air jeune. En tant qu'optométristes, nous sommes la porte d'entrée pour tout ce qui touche aux yeux et nous devrions être en mesure de discuter des traitements spécifiques aux yeux », a-t-il déclaré.

U Vision Group propose des services tels que des procédures cosmétiques au laser, la chirurgie de correction de la vue, l'adaptation de lentilles de contact spécialisées et des chirurgies médicales/cosmétiques telles que la blépharoplastie et

Une vision claire des finances

Aperçus financiers pour les professionnels des soins oculaires

PAR TIM PAZIUK



Avez-vous déjà réfléchi à l'étendue des connaissances que vous avez acquises à l'école concernant la gestion d'une pratique ? Je m'appelle Tim Paziuk. Je travaille dans le secteur des services financiers depuis plus de 45 ans, en me concentrant sur l'accompagnement des professionnels pour les aider à comprendre et gérer leurs finances. En 2003, j'ai écrit le premier livre au Canada consacré exclusivement à l'incorporation des professionnels. Je l'ai écrit parce que j'ai constaté que la plupart des professionnels décident de s'incorporer à un moment donné de leur carrière. Le problème que j'ai identifié est que la majorité d'entre eux avaient peu ou pas de formation en gestion d'entreprise.

La plupart d'entre vous sont ou seront incorporés. Plusieurs d'entre vous seront propriétaires de leur propre entreprise. La question que je vous invite à vous poser est la suivante : dans quelle mesure connaissez-vous vraiment la gestion d'une entreprise ? Vous sentez-vous suffisamment confiant pour affirmer que chaque membre de votre équipe fait toujours le meilleur travail possible pour vous ?

Considérez une grande entreprise. Elle dispose d'avocats, de comptables, de commis-comptables, de responsables des ressources humaines, de la paie, de la gestion des risques, du marketing et du crédit, tous intégrés en interne. Ces personnes travaillent ensemble, partageant une même vision pour maximiser le succès de l'entreprise.

Maintenant, considérez votre organisation en tant que petite entreprise. Vous avez probablement en externe un comptable, un commis-comptable, un avocat, une banque (peut-être même un conseiller bancaire), un conseiller en assurance, un conseiller en investissement, peut-être une société de gestion de la paie et un gestionnaire de bureau. C'est un bon début ! Mais à quelle fréquence toutes ces personnes communiquent-elles entre elles au sujet de votre entreprise ?

Je vois souvent des professionnels rencontrer leur comptable ou leur banquier, puis devoir décider quelles informations, si nécessaire, doivent être transmises au reste de leur équipe. Si

vous rencontrez votre conseiller en assurance, transmettez-vous ces informations à votre comptable ou à votre conseiller en investissement ? Devriez-vous le faire ?

Le point ici est que, en tant que professionnel, vous travaillez dur pour gagner votre argent. La plupart des professionnels s'appuient sur d'autres pour les aider avec les questions bancaires, d'assurance, d'investissement, de comptabilité et juridiques. La majorité croit que l'équipe de professionnels qui les entoure agit dans leur meilleur intérêt.

Mais que se passe-t-il si ce n'est pas le cas ? Les risques potentiels d'un manque de coordination entre les membres de votre équipe financière pourraient inclure des opportunités manquées, des conseils contradictoires ou même des pertes financières.

Réfléchissez-y : les banquiers, les agents d'assurance et les conseillers en investissement sont tous dans le domaine de la vente. Je mentionne cela parce qu'il est important que vous compreniez leur point de vue. Je ne dis pas qu'il y a quelque chose de mal à cela. Le problème que j'ai trop souvent observé au cours de mes 45 années dans le secteur des services financiers, c'est que les commerciaux ne vous donnent parfois pas une vision complète de la situation.

Au cours de l'année à venir, je vais vous faire découvrir les coulisses de l'industrie des services financiers afin que vous puissiez mieux comprendre son fonctionnement et les personnes qui y travaillent.

Je suis convaincu qu'une fois que vous aurez vu ce qui se passe en interne, vous serez mieux à même de prendre des décisions éclairées qui non seulement amélioreront votre patrimoine personnel, mais vous donneront également un sentiment de contrôle et d'autonomie sur votre avenir financier.

Si vous faites partie des rares chanceux qui ont une équipe travaillant à l'unisson pour vous aider à réussir, félicitations ! Pour la majorité d'entre vous, je souhaite vous offrir une opportunité d'identifier des pistes pour vous démarquer et avancer.

Pour commencer, je vais vous emmener dans le secteur bancaire afin de vous montrer comment naviguer dans ce système et quelles questions poser pour tirer le maximum de profit de votre banque. Dans les prochaines parutions, nous explorerons les sociétés d'investissement, les compagnies d'assurance, ainsi que les professions comptables et juridiques. Nous ferons également une incursion dans des sujets comme la rémunération, les contrats d'employés, la fiscalité et la planification successorale. Ces connaissances vous donneront un avantage considérable pour gérer vos finances personnelles et professionnelles.

Si vous souhaitez entreprendre ce parcours avec moi, je vous encourage également à poser toutes les questions que vous pourriez avoir sur les secteurs des services financiers que j'ai mentionnés. Je serai ravi de partager mes expériences avec vous afin que nous puissions tous apprendre et prospérer, tant sur le plan personnel que professionnel. **PO**

Tim Paziuk travaille dans l'industrie des services financiers depuis plus de 45 ans. Il est l'auteur de deux ouvrages sur l'incorporation des professionnels et a été présenté dans le Financial Post, le Huffington Post, le magazine MoneySense, et de nombreuses autres publications. Il est actuellement président de TPC Financial Group Limited, un cabinet de planification financière sans commission spécialisé dans l'accompagnement des professionnels.



UN CANADA VISIONNAIRE

En route vers une stratégie nationale pour les soins oculaires

Par le Dr Martin Spiro, président de la CAO

Assurer la santé oculaire pour tous les Canadiens nécessite une approche globale qui intègre la santé oculaire, les soins de la vue et la ré-adaptation comme des composantes essentielles du programme de santé publique du Canada. Le Canada aurait dû depuis longtemps se doter d'une stratégie nationale pour les soins oculaires. Il ne s'agit pas uniquement d'une question de politique, mais d'une question d'urgence. Compte tenu du vieillissement rapide de la population canadienne et de l'épidémie de myopie chez les enfants en âge scolaire, il est urgent de réunir les gouvernements provinciaux, territoriaux et le fédéral ainsi que tous les partenaires des soins oculaires afin de comprendre les risques pour la santé oculaire et de favoriser les mesures préventives et les options de traitement disponibles.

L'adoption du projet de loi C-284 en novembre 2024 « Loi établissant une stratégie nationale pour les soins oculaires », présenté en juin 2022 par l'honorable Judy Sgro, députée de Humber River - Black Creek, est une étape importante pour relever les normes sur de multiples fronts. Il désigne également le mois de février comme « mois de la sensibilisation

à la dégénérescence maculaire liée à l'âge ». L'adoption du projet de loi C-284 représente un progrès décisif, qui s'inscrit dans notre engagement permanent à faire des soins oculaires une priorité nationale et à promouvoir des soins réguliers et proactifs dans l'ensemble du pays. En tant que prestataires de soins primaires pour les soins et la santé oculaire, nous sommes en mesure de favoriser une discussion productive avec un large éventail de partenaires de la vision afin de partager nos ressources et notre expertise pour assurer le succès de cette stratégie.

Le projet de loi est volontairement à niveau stratégique. L'un des principaux objectifs de ce projet de loi est d'identifier et aborder les besoins en formation et en éducation de ceux qui peuvent jouer un rôle dans la santé oculaire. Il s'agit non seulement des professionnels de la santé, mais aussi des éducateurs, des spécialistes de la petite enfance, des soignants et de tous ceux qui sont en contact direct avec le public. En donnant à ces groupes des connaissances sur l'importance des examens oculaires complets et sur le rôle des professionnels de la vision, nous pouvons faire en sorte qu'ils soient mieux préparés à reconnaître les

signes d'alerte précoce et à orienter les personnes vers les soins appropriés.

Nous reconnaissons également l'importance cruciale de la recherche et collecte de données dans le domaine des soins de la vue. Par exemple, le gouvernement fédéral est responsable des soins de santé des populations autochtones, des réfugiés et des anciens combattants. Ces populations rencontrent des obstacles significatifs, amplifiés par l'insuffisance de la recherche et la mauvaise coordination de l'échange de connaissances en soins oculaires. Il est essentiel de combler ces lacunes.

Nous estimons également qu'il est possible d'améliorer l'échange d'informations et de connaissances entre les gouvernements fédéral, provinciaux et territoriaux. Par exemple, en identifiant les pénuries de prestataires de soins oculaires dans les zones rurales et éloignées dans les provinces et territoires, et en incitant les professionnels de la santé à travailler dans les zones rurales.

Un autre aspect essentiel de ce projet de loi est l'accélération du processus d'approbation des dispositifs médicaux et des médicaments. Nous devons trouver des moyens de réduire les obstacles et les coûts liés à l'introduction de nouveaux dispositifs et traitements au Canada, tout en garantissant la sécurité des patients.

Enfin, il est essentiel d'améliorer l'éducation du public. Alors que 65 % des Canadiens se disent préoccupés par leur santé oculaire, notre enquête 2024 a souligné à quel point les gens en savent peu sur ce sujet et sur les principales maladies oculaires qui augmentent le risque de cécité en l'absence d'intervention appropriée. Nous avons tous activement promu l'importance des examens oculaires complets. Le soutien fédéral de l'Agence de santé publique du Canada permettrait d'amplifier considérablement ces efforts.

L'essentiel du travail se poursuit désormais avec les partenaires canadiens de la vision de la vision qui s'engagent dans des discussions à plusieurs niveaux. Restez à l'écoute ! **PO**

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



Vision pour TOUS

Renforcer l'autonomie sur le lieu de travail grâce à des pratiques pour une vision inclusive

PAR ROBERT DALTON, AOC

L'un des aspects les plus gratifiants du métier d'opticien est de voir comment des pratiques pour une vision saine et inclusive peuvent transformer des vies. Il ne s'agit pas uniquement d'améliorer la vue, mais aussi de favoriser des environnements où chacun, quelle que soit sa capacité visuelle, peut s'épanouir.

Un exemple inspirant nous vient d'une visite chez Walmart, où un adolescent joyeux et malvoyant a montré le pouvoir des fonctionnalités d'accessibilité et des pratiques de travail inclusives.

Cet employé, qui ne pouvait lire un texte que s'il était à moins d'un centimètre de son œil, a montré comment

la technologie permet de combler les lacunes sur le lieu de travail. À l'aide d'un appareil portatif semblable à un smartphone, il a utilisé une fonction de zoom qui a agrandi le texte à un mot par page, ce qui lui a permis d'aider les clients de manière efficace. Ce qui m'a le plus frappé, c'est la simplicité de cette solution et son impact profond sur sa confiance, sa productivité et sa capacité à accomplir son travail de manière indépendante.

Cette histoire souligne une vérité essentielle : si les individus doivent s'adapter à leurs difficultés visuelles, la responsabilité de l'inclusion ne repose pas que sur leurs épaules.

Les employeurs, les collègues et la société jouent un rôle essentiel dans la création d'environnements accessibles. Explorons le potentiel de transformation des pratiques visuelles inclusives et la manière dont les opticiens peuvent les défendre sur les lieux de travail dans le monde entier.

L'IMPORTANCE DE L'ACCESSIBILITÉ DANS L'EMPLOI

Selon l'Organisation mondiale de la santé, plus de 2,2 milliards de personnes dans le monde souffrent de déficience visuelle ou de cécité. Malgré cela, de nombreux malvoyants se heurtent à des obstacles dans un emploi, notamment à des perceptions dépassées de leurs capacités et à un manque d'outils accessibles. Cette réalité met en évidence le besoin pressant pour les opticiens et autres professionnels de la santé oculaire de plaider en faveur de l'inclusion.

L'accessibilité à l'emploi va au-delà de procurer des lunettes correctrices. Elle implique la mise en œuvre de technologies, d'aménagements du lieu de travail et de programmes de formation qui permettent aux personnes souffrant de déficiences visuelles de réussir. En tant qu'opticiens, nous sommes particulièrement bien placés pour informer les employeurs et les employés sur les outils et les pratiques qui rendent les lieux de travail plus inclusifs.

ÉTAPES PRATIQUES POUR DES PRATIQUES VISUELLES INCLUSIVES

1 Tirer parti de la technologie pour l'accessibilité

L'exemple de Walmart met l'emphasis sur comment la technologie peut aider les employés malvoyants. Les outils modernes de basse vision tels que les lecteurs d'écran, les logiciels de grossissement et les applications de synthèse vocale transforment la façon dont les individus interagissent avec leur environnement de travail. Ces outils sont particulièrement utiles pour les fonctions nécessitant une interaction numérique, telles que la gestion des stocks ou le service à la clientèle.

Les opticiens jouent un rôle clé en :

- Recommandant des dispositifs d'assistance appropriés, tels que des loupes portatives ou des lentilles spécialisées.

- En s'associant avec les employeurs pour identifier les technologies accessibles qui correspondent aux exigences de l'emploi.

- **Un éclairage homogène** pour réduire l'éblouissement et améliorer la visibilité.

- **Des aménagements organisés** qui minimisent les risques et rendent la navigation intuitive.

Les opticiens peuvent collaborer avec les planificateurs du lieu de travail pour donner des conseils sur l'éclairage et l'agencement de l'espace afin d'améliorer la visibilité et le confort des employés ayant différents états de vision.

3 Promouvoir l'éducation et la sensibilisation

L'éducation est essentielle pour faire tomber les idées fausses sur les déficiences visuelles. Les employeurs et les collègues doivent comprendre que les difficultés visuelles ne sont pas synonymes de capacités réduites.

En tant que défenseurs, les opticiens peuvent

- **Organiser des ateliers sur la compréhension** des déficiences visuelles.

- **Soutenir** les initiatives gouvernementales visant à subventionner les technologies d'assistance.

- **de s'associer** à des organisations qui promeuvent l'accessibilité des lieux de travail.

LES OPTICIENS, CHAMPIONS DE L'INCLUSION

Les opticiens ont une occasion unique de prendre l'initiative de promouvoir des pratiques visuelles inclusives.

En combinant l'expertise clinique et la défense des droits, nous pouvons :

- **Inspirer** confiance aux personnes malvoyantes, en leur montrant que leur potentiel est illimité.

- **Servir** d'intermédiaires entre les employeurs et les employés, en facilitant la mise en œuvre de solutions accessibles.

- **Sensibiliser** à l'importance de l'inclusion dans les soins de la vue et au-delà.

UN APPEL À L'ACTION

L'histoire de l'employé de Walmart témoigne du pouvoir de l'inclusion. Une simple fonction de zoom sur un appareil portable a non seulement amélioré sa productivité, mais a également mis en évidence ses capacités et sa résilience. De tels moments nous rappellent que la création d'environnements accessibles est une responsabilité partagée.

En tant qu'opticiens, nous devons assumer nos rôles de défenseurs, d'éducateurs et d'innovateurs. En défendant des pratiques visuelles inclusives, nous pouvons contribuer à démanteler les barrières et à ouvrir la voie à un monde plus équitable et plus autonome. Efforçons-nous de faire des pratiques visuelles saines et inclusives la norme, un lieu de travail à la fois. **PO**

Bien que les individus doivent s'adapter à leurs défis visuels, la responsabilité de l'inclusion ne repose pas que sur leurs épaules.

- **en informant** leurs clients de l'existence d'applications telles que Seeing AI, qui lit les textes à haute voix, ou Be My Eyes, qui met en relation des personnes malvoyantes avec des bénévoles voyants pour obtenir de l'aide.

- **Apprendre à leurs collègues** comment utiliser efficacement les outils accessibles.

- **Encourager l'empathie** en partageant les réussites de personnes malvoyantes sur le marché du travail.

2 Concevoir des espaces de travail inclusifs

L'inclusivité commence par une conception réfléchie de l'espace de travail. Pour les employés souffrant de déficiences visuelles, cet aménagement peut comprendre les éléments suivants

- **Une signalétique claire** avec des textes en gros caractères et à fort contraste.

4 Militer pour des changements de politique

Au-delà des lieux de travail individuels, les opticiens peuvent influencer un changement plus large en plaident pour des politiques qui donnent la priorité à l'accessibilité.

Il peut s'agir

- **d'encourager** les employeurs à adopter des pratiques d'embauche inclusives

Robert Dalton est le directeur général de l'Association des opticiens du Canada, dont la mission 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 le site opticians.ca.



Demandez à un expert

Des conseils perspicaces et des astuces pratiques pour relever les défis de l'optométrie d'aujourd'hui.

PAR LE DR ROB KLOEPFER

Dr Rob, quel est le cas récent que vous avez rencontré qui vous a surpris ?

C'est une question que nous posent souvent nos patients, nos étudiants et nos amis : « Quel est le cas le plus surprenant que vous ayez vu ? » Une expérience récente répond certainement à cette question. Une femme de 70 ans s'est présentée à la clinique avec un œil très rouge, une vision floue et une étrange sensation de pression lorsqu'elle bougeait son œil droit. Son

médecin de famille avait remarqué une « ligne horizontale » dans son œil et l'avait référée à un ophtalmologiste. Au lieu d'attendre son rendez-vous, elle est venue nous rencontrer en premier.

Sa vision était encore raisonnablement bonne - 20/30 avec correction - mais sa pression intraoculaire (PIO) était hors norme, à 48 mmHg. Bien qu'elle n'ait pas d'antécédents de traumatisme récent, de maladie oculaire ou d'état pathologique préoccupant, les symptômes étaient manifestement graves.

Lorsque j'ai examiné son œil sous une lampe à fente, j'ai rapidement décelé le problème : elle souffrait d'un hyphéma, c'est-à-dire d'une accumulation de sang dans la chambre antérieure de l'œil. Le sang avait coagulé sur le bord de la pupille et s'était accumulé au fond de l'œil. Ce qui a vraiment attiré mon attention, cependant, c'est un flux régulier de sang qui s'écoulait de la position 11 heures derrière sa pupille - c'était comme regarder un robinet qui fuyait.

J'avais déjà vu des hyphémas, mais ce saignement actif était inhabituel. À cause de cela, je n'ai même pas pu voir clairement l'arrière de son œil. En l'absence de cellules inflammatoires et d'une légère cataracte en formation, rien d'autre ne semblait manifestement anormal.

Au début, j'ai pensé qu'elle pouvait souffrir du syndrome Uvéite-Glaucome-Hyphéma (UGH), qui peut survenir lorsque les structures internes de l'œil sont irritées par quelque chose comme un implant de lentille. Cependant, elle n'avait pas subi de chirurgie récente,

J'avais déjà vu des hyphémas, mais ce saignement actif était inhabituel. À cause de cela, je n'ai même pas pu voir clairement l'arrière de son œil.

et la présence d'une cataracte m'a fait reconstruire ce diagnostic. Les pièces du puzzle ne s'emboîtaient pas.

Compte tenu de la gravité de son état, je n'ai pas perdu de temps. Je l'ai adressée à l'ophtalmologiste de garde, en lui transmettant des photos et des vidéos de la lampe à fente pour accélérer les soins. Il a confirmé l'hyphéma, mais n'a pas pu en identifier la cause. Une malformation vasculaire, irritée par la cataracte, a été suspectée, et la gonioscopie a écarté la possibilité de croissance de nouveaux vaisseaux sanguins ou de néovascularisation. Pour contrôler sa PIO, on lui a prescrit du Diamox par voie orale ainsi qu'une combinaison

de collyres. Le lendemain matin, sa PIO était normale et le saignement s'était arrêté. Une échographie à balayage B a permis d'éliminer la possibilité d'excroissances ou de lésions cachées.

Elle a commencé à prendre des gouttes de stéroïdes (Pred Forte) et il lui a été conseillé d'éviter les activités susceptibles d'augmenter la pression oculaire, comme se pencher ou soulever des charges lourdes. Un suivi auprès d'un ophtalmologue local a été programmé.

Ce cas met en évidence le rôle crucial que jouent les optométristes dans les soins oculaires. La collaboration avec

les professionnels de santé est essentielle, et tenir les médecins de famille informés garantit la continuité des soins.

Bien que de nombreux cas de « yeux rouges » soient bénins, il est essentiel d'approfondir l'examen lorsqu'un problème persiste. Les optométristes sont particulièrement bien placés pour gérer les urgences et coordonner les soins.

Si quelqu'un a déjà rencontré un cas similaire d'hyphéma, en particulier avec un saignement actif, j'aimerais beaucoup en discuter. Même aujourd'hui, je me surprends à repasser la vidéo de la lampe à fente, fasciné par ce que j'ai vu lors de l'examen. **PO**

Le Dr Rob Kloepfer, optométriste et éducateur, détient un doctorat en optométrie ainsi qu'un MBA. Il a fondé HealthE Academy pour améliorer les soins aux patients et soutenir les équipes de soins oculaires. Conférencier chevronné, le Dr Kloepfer a enseigné partout au Canada et a siégé pendant sept ans au conseil de l'Alberta College of Optometrists, notamment en tant que président.

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



Communiquez par Tok

Engagez les patients milléniaux grâce au contenu TikTok

PAR HEATHER HOBMA

Les Milléniaux, nés entre 1981 et 1996, ont grandi dans un monde numérique qui a profondément façonné leurs valeurs. Cette génération a connu le Tamagotchi, l'Oregon Trail, l'essor d'Internet et la crise financière de 2008. Ces expériences formatrices ont conditionné les Milléniaux à donner la priorité à l'authenticité, à la responsabilité sociale et à la technologie. Aujourd'hui, alors qu'ils ont atteint l'âge adulte, les Milléniaux ont dépassé les baby-boomers en tant que génération dominante, remodelant des secteurs tels que la vente au détail, le divertissement et les soins de santé.

QU'EST-CE QUI REND TIKTOK SI ATTRAYANT ?

TikTok a gagné en popularité auprès des Milléniaux, 24 % d'entre eux déclarant l'utiliser chaque semaine au début de l'année 2024. L'attrait de la plateforme repose sur les éléments suivants :

Les vidéos de courte durée : Un contenu rapide et attrayant qui capte l'attention.

Communauté et créativité : Un espace d'expression et de créativité.

Divertissement : Une plateforme pour des contenus drôles et pertinents qui résonnent.

Accessibilité : Des fonctionnalités faciles à utiliser qui le rendent accessible à un large public.

Viralité : Diffusion rapide de tendances et de mèmes auprès d'un large public.

Personnalisation : Le contenu est adapté aux préférences individuelles, ce qui permet de maintenir l'intérêt des utilisateurs.



Photo : arrière-plan photo - stock.adobe.com

VALEURS ET INTÉRÊTS DES MILLÉNIAUX

Les milléniaux sont des personnes à l'aise avec la technologie et guidées par des valeurs, influencées par la mondialisation et un contexte économique difficile. Pour les séduire, les marques doivent se rapprocher de leurs valeurs fondamentales :

Authenticité : Les marques transparentes et honnêtes sont préférées. Les milléniaux se méfient des contenus non authentiques ou trop promotionnels.

Responsabilité sociale : Ils soutiennent les marques éthiques et durables ayant un impact positif.

Commodité : Les milléniaux apprécient la facilité d'accès et la fluidité des expériences.

Expériences : Ils privilégient les expériences uniques et mémorables aux possessions matérielles.

Personnalisation : Les marques doivent adapter leurs offres aux préférences individuelles.

Technologie : En tant que natifs du numérique, les Milléniaux s'attendent à une forte présence en ligne et à des expériences numériques transparentes.

Humour : Ils apprécient le marketing intelligent et spirituel qui les divertit.

Communauté : Ils préfèrent soutenir les marques qui rendent service et ont un impact social.

Diversité et inclusion : Les milléniaux défendent la diversité et attendent

des marques qu'elles reflètent ces valeurs dans leurs pratiques et leur publicité.

IDÉES DE CONTENU TIKTOK POUR LES SOINS OCULAIRES

Pour attirer le public des milléniaux, les professionnels des soins oculaires peuvent créer des contenus TikTok tels que :

Les coulisses : Montrez les opérations quotidiennes et les interactions du personnel pour humaniser votre marque et instaurer la confiance.

Vidéos éducatives : Partagez vos connaissances sur les pathologies oculaires, la correction de la vue ou les conseils en matière de santé oculaire afin d'établir votre expertise.

Démonstrations de produits : Présentez des produits ou des services de manière créative pour susciter l'intérêt.

Défis et duos : Participez aux tendances populaires ou créez vos propres défis pour susciter l'intérêt des téléspectateurs et mettre en valeur la personnalité de votre marque.

Séances de questions-réponses en direct : Engagez-vous directement avec votre public et faites-vous connaître comme une source fiable, car 64 % des membres de la génération Z et 49 % des Milléniaux utilisent TikTok comme moteur de recherche.

REFORCER LA CONFIANCE DANS VOTRE MARQUE

TikTok offre une excellente opportunité d'entrer en contact avec les Milléniaux. Pour instaurer la confiance, créez un contenu engageant et authentique qui s'aligne sur leurs valeurs. Vous contribuerez ainsi à faire connaître votre marque, à attirer des patients et à améliorer la réputation de votre cabinet. Si vous n'utilisez pas encore TikTok, c'est le moment de commencer. **PO**

Heather Hobma fait partie des milléniaux plus âgés et elle est rédactrice en chef chez Marketing4ECPS, avec plus de dix ans d'expérience dans la rédaction et l'édition. Elle a une formation en marketing, en patrimoine culturel et en littérature anglaise et elle se passionne des publications en accès libre sur la virgule d'Oxford. Pendant son temps libre, Heather aime faire des courses de voitures sur la Rainbow Road avec son jeune fils et explorer les montagnes en famille. Heather peut être contactée à l'adresse marketing4ecps.com.

Diriger avec clarté

Si les dirigeants ne savent pas quels sont les objectifs ou les priorités de l'entreprise, comment pourraient-ils espérer les atteindre ?

PAR NANCY DEWALD

ALIGNEZ VOTRE ÉQUIPE DE DIRECTION EN DÉBUT D'ANNÉE

Alors que le calendrier passe à une nouvelle année, il devient crucial d'aligner votre équipe de direction pour définir le ton et l'orientation des mois à venir. Un alignement réussi garantit que tout le monde avance vers des objectifs communs, favorisant un environnement cohérent et productif et encourageant une communication ouverte et efficace. Voici les étapes clés pour y parvenir :

1 Réfléchissez à l'année passée

Commencez par réfléchir aux réussites et aux défis de l'année passée. Posez les questions suivantes : Qu'est-ce qui a fonctionné ? Qu'est-ce qui n'a pas fonctionné ? Et qu'est-ce qui peut être amélioré ? Encouragez un dialogue ouvert où les membres de l'équipe peuvent partager leurs idées et enseignements.

2 Définissez des objectifs clairs

La définition d'objectifs clairs et réalisables est essentielle pour l'alignement. Collaborez avec votre équipe de direction pour définir des objectifs à court et à long terme. Assurez-vous que ces objectifs soient spécifiques, mesurables, atteignables, pertinents et limités dans le temps (SMART). Une vision commune aide à maintenir tout le monde concentré et motivé. Pour éviter de surcharger l'équipe, limitez le nombre d'objectifs.



3 Communiquez la vision et la stratégie

Une fois les objectifs fixés, communiquez clairement la vision et la stratégie à travers l'organisation. Utilisez divers canaux comme les réunions, les courriels et les bulletins internes pour garantir que le message atteigne tout le monde. Le meilleur moyen de partager l'information avec une équipe se fait par le biais de l'équipe de direction. Assurez une communication claire et obtenez l'adhésion de tous les membres de l'équipe.

4 Définissez les rôles et responsabilités

Pour éviter les confusions et les chevauchements, définissez clairement les rôles et responsabilités de chaque membre de l'équipe de direction. Assurez-vous que chacun comprenne ses tâches spécifiques et comment elles contribuent aux objectifs globaux. Cette clarté permet de maximiser l'efficacité et la responsabilité au sein de l'équipe.

5 Favorisez une culture de collaboration et de confiance

Un environnement collaboratif et basé sur la confiance est la clé d'une équipe de direction bien alignée. Encouragez une communication ouverte, où les membres de l'équipe se sentent à l'aise pour partager leurs idées et préoccupations. Bâtissez la confiance en étant transparent, fiable et solidaire. Des programmes comme DiSC ou Working Genius peuvent renforcer les liens et améliorer la collaboration en

aidant les équipes à mieux comprendre les tendances et préférences de chacun.

6 Suivez les progrès et donnez des retours

Surveillez régulièrement les progrès réalisés par rapport aux objectifs fixés. Utilisez des indicateurs de performance clés (IPC) pour mesurer les réussites et identifier les points nécessitant une attention particulière. Fournissez des retours constructifs et reconnaissiez les contributions des membres de l'équipe. Ce cycle continu de suivi et de feedback garantit que tout le monde reste sur la bonne voie et motivé.

CONCLUSION

Le paysage des affaires est en constante évolution, et la flexibilité est essentielle pour rester aligné. Soyez ouvert à adapter vos stratégies en fonction des nouvelles informations ou des changements du marché. Encouragez votre équipe de direction à rester agile et prête à pivoter si nécessaire.

Les efforts que vous investissez pour aligner votre équipe porteront leurs fruits tout au long de l'année. **PO**

Nancy Dewald est une professionnelle du développement des affaires, facilitatrice d'ateliers et vétérane de l'industrie de l'optique. Elle est PDG et fondatrice de Lead Up Training and Consulting, spécialisé dans l'identification des lacunes commerciales, la mise en œuvre de solutions et le développement des dirigeants. Pour en savoir plus, visitez leaduptrainingandconsulting.ca.

CAPRICORNE



22 DÉCEMBRE - 19 JANVIER

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 de la lunette pour le signe astrologique du mois. Les Capricornes sont connus pour leur nature ambitieuse, disciplinée et bien ancrée. Poussés par leurs objectifs, ils abordent la vie avec pragmatisme et un sens accru des responsabilités, et ils sont souvent considérés comme le pilier de leurs amis et leur famille. Les Capricornes apprécient la tradition et la qualité, ce qui se reflète dans leur style. Leur sens de la mode s'oriente vers les classiques intemporels, les silhouettes structurées et les tenues sur mesure, en optant pour des tons neutres et terreux qui projettent une impression de confiance tranquille et de professionnalisme. Ils préfèrent la qualité à la quantité et investissent souvent dans des pièces bien faites et polyvalentes qui résistent à l'épreuve du temps. Les Capricornes font preuve d'une élégance discrète, alliant sophistication et fonctionnalité. Des célébrités telles que Kate Middleton, Michelle Obama et Bradley Cooper illustrent cette essence capricorne - réservée mais raffinée, élégante sans effort et toujours soignée. Les Capricornes brillent par leur comportement stable et fiable, ce qui fait d'eux des leaders nés et des personnes de confiance dans n'importe quel groupe. **PO**

Ninfa par Etnia
Barcelona8227 de Catherine
DeMedici

Rizik de Moscot



JF3089 de J.F. REY



Nanna de LeParc



REFOCUSING
ON HUMANS



A NEW EYEWEAR PERSPECTIVE.
8-10 FÉVRIER 2025 | Fiera Milano, Rho



OPTOMETRY
giving **sight**

APPUYER LE **DON DE LA VUE** POUR LES ENFANTS COMME JUSTIN

Pour Justin, six ans, la réussite à l'école n'a pas toujours été facile. Par le passé, une déficience visuelle importante a entravé ses efforts pour réussir. Pour les enfants comme Justin, qui ont de la difficulté à bien voir, la salle de classe est un endroit particulièrement difficile.

80% de ce qu'un enfant apprend nécessite la vue.

Ses enseignants soupçonnaient qu'il était aux prises avec des difficultés avant même qu'il puisse exprimer ce qui n'allait pas. Or, grâce à l'initiative See Better. Learn Better financée en partie par Optometry Giving Sight (OGS), Justin a reçu un dépistage des troubles de la vue à l'école, son tout premier. L'initiative offre ces dépistages deux fois par année dans de nombreuses écoles primaires de la Jamaïque. En savoir plus sur l'histoire de Justin.

Dans le cadre du programme, les élèves des écoles participantes reçoivent un examen de la vue annuel et une paire de lunettes prescrites, au besoin. Ils peuvent également être aiguillés vers d'autres professionnels afin d'effectuer des tests supplémentaires et de recevoir un traitement, selon les besoins. Ils reçoivent des examens de la vue annuels pendant leurs six premières années d'école, et de nouvelles lunettes au besoin. Tout cela est offert gratuitement, grâce aux généreux donateurs d'Optometry Giving Sight comme vous qui appuient les programmes tels que See Better. Learn Better en Jamaïque.

Optometry Giving Sight est déterminée à aider les enfants comme Justin.

Optometry Giving Sight est déterminée à aider les enfants comme Justin – et les personnes de tous âges et de partout dans le monde qui souffrent de cécité et de déficiences visuelles évitables. En 2023 seulement, OGS a financé 21 programmes à l'échelle mondiale, pour une somme totale de plus de 900 000 \$.



givingsight.org