

PRISME OPTIQUE

NOV/DÉC 2025 • VOL. 43 • NO. 10

Équipez-vous

Pourquoi l'avenir de la lunetterie masculine sera connecté, fonctionnel et très stylé

RENCONTRE AVEC LES TÊTES QUI TRANSFORMENT LES SOINS

VISUELS

Le duo canadien qui redéfinit le lien entre le cerveau et la vision

Coup de cœur masculin

Impossible de résister aux dernières montures pour hommes, designs épurés qui allient virilité intemporelle et précision moderne

Au-delà de l'épuisement

Retrouver un équilibre, une raison d'être et une passion professionnelle

LE STYLE AU SERVICE DU SUCCÈS

Comment la lunetterie a transformé le style d'un homme en véritable stratégie

PAPA L'A PORTÉE EN PREMIER

Le grand retour des « lunettes de papa », plus fines, plus raffinées et plus cool que jamais

MOINS DE PAROLES, PLUS DE CONFIANCE

Le pouvoir de l'écoute dans chaque salle d'examen



Des opportunités exceptionnelles pour les optométristes.

Commencez, développez ou épanouissez votre carrière avec nous.



Découvrez-en plus sur
careers.fyidoctors.com/ca/fr

Meilleurs lieux de travail^{HC}

Great Place
To Work[®]

CANADA
2025

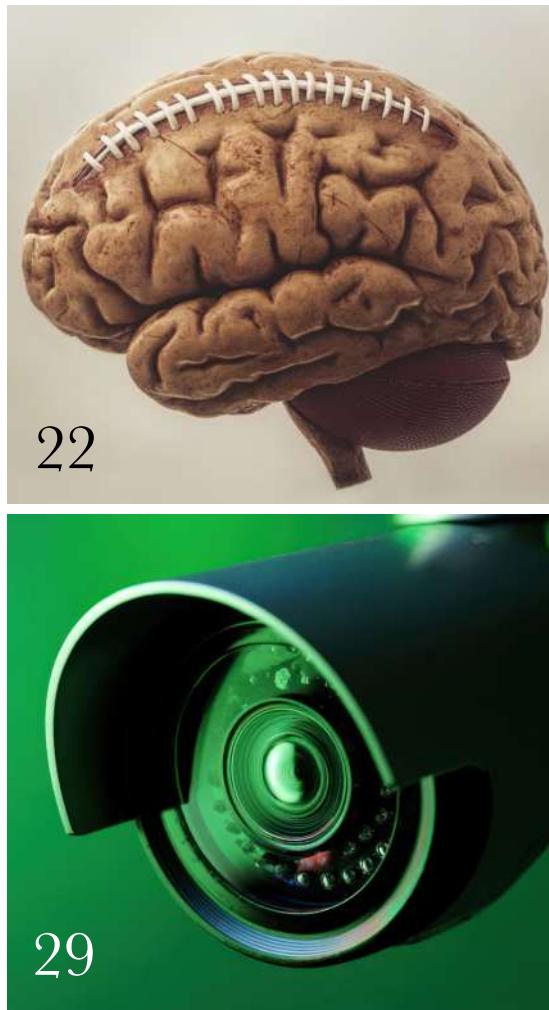
NOV/DÉC 2025



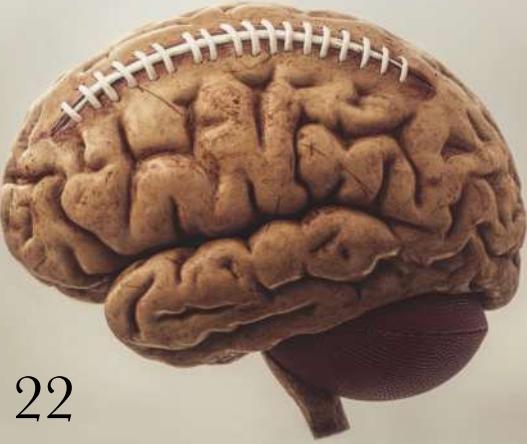
14



20



22



29

éditoriaux

14 REPORTAGE

Équipez-vous : Les lunettes intelligentes, l'ultime gadget pour les hommes qui aiment s'équiper.

Par Nick Samson

20 STYLISER LES YEUX

Vibes de papa

Par Suzanne Lacorte

chroniques

22 PERSPECTIVES OPTIQUES

Course de collision : là où le sport, la force et la vision se percutent

Par Evra Taylor

24 PROFIL

Rencontrez le duo canadien qui redéfinit le diagnostic neuro-ophtalmique

Par Amanpreet Dhami

26 TECHNO DE VERRES

Les lunettes de sécurité gagnent en style, et sont enfin portées

Par David Goldberg



26

29 PERSPECTIVE

Détecer pour protéger
Par Dre Allison Scott

30 SPEC STYLE

Comment le parcours d'un homme dans l'univers des lunettes est devenu sa marque emblématique
Par Wendy Buchanan

32 PERSPECTIVES MARKETING

Diffusez en direct, gagnez des patients
Par Ashley Pfeifer

34 SURVEILLANCE FINANCIÈRE

Décoder le secret des dividendes
Par Tim Paziuk

35 RÉVÉLATION

Parler, c'est facile. Écouter, c'est payant
Par Nancy Dewald

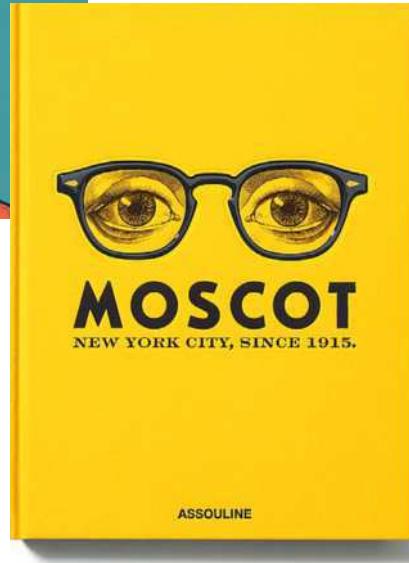
36 VISION DE L'OPTICIEN

Au-delà de l'épuisement professionnel
Par Robert Dalton

départements**6 LETTRE DE L'ÉDITRICE****8 REGARD ACTUEL****13 À HAUTEUR DES YEUX****37 LUNETTES & ASTROLOGIE****prochain numéro**

- Débutez l'année avec l'innovation optique
- Couleur Pantone de l'année

13

**en couverture**

COUVERTURE : BOSS crédit
photo : Groupe Safilo

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

NOV/DÉC 2025 • VOL. 43 • NO. 10

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

CONTRIBUTEUR/TRICE(S)

Wendy Buchanan, Robert Dalton,
Nancy Dewald, Amanpreet Dhami,
Dr. Fallon Patel, Tim Paziuk,
Ashley Pfeifer, Dr. Allison Scott

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-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.



Numéro d'enregistrement de la TPS :
88541 6529 RTO01.

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



MOLESKINE

MO-2266

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

 **ULTIMATE
PARTNERS**
2025 Driving Success
Through Collaboration



PHOTOGRAPHIE PAR JESSICA WAUGH

« Tous les grands acteurs de la tech courrent désormais après le même Graal : un appareil portable à la fois puissant, stylé et intuitif, dont on ne voudra jamais se séparer en quittant la maison ».

- MATTHEW DRINKWATER

Vision au masculin

Chaque année, notre numéro spécial hommes me donne une excuse pour plonger dans les styles, les technologies et les tendances qui façonnent la manière dont les hommes voient le monde, et s'y présentent. Et celui-ci pourrait bien être mon préféré jusqu'à date.

Commençons par notre séquence photo Styliser les Yeux, où les airs de papa sont à l'honneur. Aviateurs surdimensionnés, acétates épais, cette énergie parfaitement confiante du type « je sais qui je suis », ces montures ont du charisme. Elles nous rappellent qu'une paire autrefois jugée sage par votre père est désormais le must-have de la saison. C'est de la nostalgie... revisitée. Il y a quelque chose de profondément humain dans cette manière dont le style revient en boucle et retrouve soudain une nouvelle fraîcheur. Un rappel que se réinventer ne signifie pas effacer le passé, mais le recadrer.

Et justement, parlons réinvention : les lunettes intelligentes, l'équipement ultime pour les hommes qui aiment leurs gadgets. Elles diffusent, enregistrent, se connectent, tout en étant plus belles que jamais. Ce n'est plus de la science-fiction : c'est une innovation stylée qui se porte et qui redéfinit ce que les lunettes peuvent accomplir (et ce que les hommes en attendent). Pour nous, dans le domaine des soins oculaires, c'est passionnant de voir cette intersection entre mode, technologie et fonctionnalité prendre forme.

Nous mettons aussi en lumière Neuroptek, une entreprise canadienne à la pointe du diagnostic neuro-ophthalmique. Fondée par la Dre Neda Ansari et le Dr Behzad Mansouri, Neuroptek prouve que les grandes innovations ne naissent pas uniquement à Silicon Valley, mais elles peuvent surgir ici même, au Canada. Leur travail aide les professionnels des soins oculaires à détecter et traiter des problèmes qui prennent naissance dans le cerveau, comblant le fossé entre neurologie et optométrie et pouvant transformer notre approche de la santé visuelle.

Côté style, Wendy Buchanan raconte l'histoire d'un client masculin dont l'évolution des lunettes reflète sa croissance professionnelle. Un rappel que lorsque les hommes considèrent leurs lunettes comme partie intégrante de leur marque personnelle, tout, de la confiance à la crédibilité, devient plus clair.

Enfin, David Goldberg nous plonge dans le monde de la protection oculaire en milieu de travail dans des industries majoritairement masculines. Deux cents Canadiens se blessent les yeux au travail chaque jour, 90 % de ces accidents pourraient être évités. Voilà une statistique qu'il faut clairement considérer.

À tous les hommes qui savent que la vision ne se limite pas à ce que l'on voit, mais à la façon dont on est perçu, et aux professionnels des soins oculaires qui les aident à rester stylés, en sécurité et à voir au mieux chaque jour.

SUZANNE LACORTE

Éditrice et rédactrice en chef



LONGCHAMP
PARIS

BRUNELLO CUCINELLI

La collection de lunettes Brunello Cucinelli automne-hiver 2025, réalisée en collaboration avec EssilorLuxottica, incarne l'élégance intemporelle et le raffinement moderne. Conçues en acétate ultrafin et en titane léger, certains modèles sont plaqués en or 18 carats, ces montures allient formes sculpturales et confort. Fidèle à la sobriété et au savoir-faire caractéristiques de la maison Cucinelli, la collection redéfinit la lunetterie comme une extension naturelle du style personnel : légère, polyvalente et subtilement luxueuse.

**Pour plus d'information,
communiquez avec
votre représentant
EssilorLuxottica ou visitez :**
essilorluxottica.com

BC2013ST

REGARD *Actuel*

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

**PUCCI**

La collection de lunettes Pucci automne-hiver revisite l'héritage de la marque avec une énergie audacieuse et contemporaine. Des palettes de couleurs vibrantes et des motifs emblématiques, comme les dynamiques Iride et le marbré Marmo, transforment les modèles optiques et solaires en véritables déclarations de style. Les formes sculptées vont des ovales féminins et fins aux silhouettes « puffy » plus volumineuses, le tout sublimé par une finition soignée et précise, d'accents Havana zébrés et du motif emblématique une queue de poisson. Le logo double poisson entrelacé, élégamment intégré dans les charnières, signe chaque monture d'une touche inimitable de la maison Pucci. Un modèle optique en acétate se distingue particulièrement : il capture l'esprit de la collection avec sa géométrie rétro et son attitude résolument moderne. Du pur Pucci, joyeux, graphique et infiniment expressif.

Pour plus d'information, communiquez avec votre représentant Marcolin ou visitez : marcolin.com

EP5271

**LONGCHAMP**

La collection Longchamp automne-hiver 2025 réinvente l'héritage parisien de la Maison à travers des silhouettes affirmées, des matériaux raffinés et une énergie féminine confiante. La vedette de la saison, le modèle solaire LO796S, fabriqué en résine biosourcée dans le respect de la vision durable de la marque, présente une forme bouclier sculpturale ornée de l'emblématique cheval Longchamp sur les branches. Présenté dans la campagne automne-hiver en Bourgogne métallique, Rose et Jaune, et aussi offert en Noir classique, ce modèle incarne la parfaite alliance entre élégance, innovation et allure parisienne.

Pour plus d'information, communiquez avec votre représentant Marchon ou visitez : marchon.com

Urvinum

BAYRIA EYEWEAR

Bayria Eyewear célèbre l'esprit audacieux du Milan des années 1980 avec sa collection automne-hiver 2025 Milano Manifesto, un hommage à l'âge d'or du design, de la culture et du « power dressing ». La ligne réinterprète les formes surdimensionnées et les détails architecturaux de la décennie à travers un savoir-faire italien d'exception. Parmi les modèles phares : Pontos, aux branches sculpturales et contrastes ludiques ; Urvinum, revisité sophistiquée de l'aviateur classique ; et Spoletum, reconnaissable à son double pont audacieux. Chaque monture capture la dualité propre à Milan, rigoureuse mais rebelle, soignée mais provocante.

Pour plus d'information, communiquez avec votre représentant Bayria Eyewear ou visitez : bayriaeyewear.com

Pontos

Spoletum





SUNDAY SOMEWHERE

La plus récente collection optique de Sunday Somewhere, distribuée par WestGroupe, évoque la beauté calme de la nature à travers un design raffiné et une confiance inspirée des années 70. Chaque monture reflète la géométrie organique des cristaux naturels, infusée de teintes ensoleillées de turquoise, rose et havane. Le modèle vedette Peridot (SS1066) réinvente le chic parisien avec des courbes œil-de-chat adoucies et un charme rétro espiègle, mariant allure vintage et sophistication moderne sans effort.

Pour plus d'information, communiquez avec votre représentant WestGroupe ou visitez : westgroupe.com

SS1066



Cassia



Shale



SPX Illusion
2978



Vanni 1804

SILHOUETTE

Silhouette dévoile la nouvelle collection SPX Illusion, un parfait équilibre entre confort et sophistication. Deux nouvelles formes, dont une géométrie audacieuse, se déclinent en six coloris tendance tels que Canary Green Havana et Smokey Blossom. Raffinées et ultra légères, ces montures offrent une manière élégante et créative d'exprimer sa personnalité.

Pour plus d'information, communiquez avec votre représentant Canadian Optical Supply ou visitez : canadianoptical.com



GEORGES ET PHINA

Lauréat du prix SILMO d'Or, le modèle 1804 de la collection EXTRA signée VANNI se distingue par son design affirmé et sa structure soignée. Découpée dans un acétate de 8 mm, la monture est dotée de plaquettes de nez continues pour un confort optimal et d'un profil facetté qui allège la face

imposante. Le résultat : une monture distinctive et équilibrée, expressive dans sa forme, précise dans ses détails, et fidèle au savoir-faire italien de VANNI.

Pour plus d'information, communiquez avec votre représentant Georges et Phina ou visitez : georgesetphina.com

GIGI STUDIOS

GIGI Studios présente ROOTS, une collection capsule inspirée par la force tranquille et la beauté cyclique de la nature. Alliant précision géométrique et fluidité organique, la ligne exprime l'équilibre, la croissance et la transformation. Réalisée en collaboration avec Mazzucchelli, elle met en valeur des acétates exclusifs aux veinures minérales, conférant une profondeur et une richesse chromatique remarquables. Les modèles phares, Shale, Moss et Cassia, associent des tons terreaux de noir, havane, vert et gris à des silhouettes épurées qui incarnent authenticité, durabilité et élégance contemporaine.

Pour plus d'information, communiquez avec votre représentant GIGI Studios ou visitez : gigistudios.com



Transitions®

COMMENT OBTENIR UN « OUI » DE VOS PATIENTS EN 2 ÉTAPES ?

- 1 En posant une seule question ouverte :**
« Quelle couleur de verre aimeriez-vous avoir avec votre monture ? »
- 2 Faites essayer l'application Transitions® Color Match™ :**
 - à 100 % de vos patients
 - avec n'importe quelle monture
 - avec simplicité





Zak

OLIVER GOLDSMITH

À l'occasion de son quasi-centenaire, Oliver Goldsmith présente cinq nouveaux modèles WINTERSUN, réédités à partir des archives familiales et lancés cette saison. Fabriquées à la main au Japon, ces montures associent les acétates translucides Mazzucchelli à des verres Dival légèrement teintés dans une palette automnale riche. Armatures sur mesure inspirées des pédales de voitures anciennes, des branches sculptées et des détails dorés rehaussent le design. Comme le souligne la directrice artistique Claire Goldsmith, ces montures sont « une célébration de notre extraordinaire héritage, réinterprété pour le public d'aujourd'hui ». Distinctives, raffinées et intemporelles, fidèles à la vision durable de la marque.

Pour plus d'information, communiquez avec votre représentant Oliver Goldsmith ou visitez : olivergoldsmith.com

HELIUM

Match Eyewear élargit sa collection Helium avec Helium Expanse, une capsule de montures pour hommes aux dimensions plus généreuses, alliant proportions affirmées et artisanat de précision. Cette édition de huit modèles en matériaux mixtes (titane, acétate et hybrides) est fabriquée à la main au Japon et en Italie à partir d'acétate Mazzucchelli de qualité supérieure et de titane ultraléger. Chaque monture incarne la force et la sophistication, combinant design distinctif et ajustement exceptionnel. Avec cette nouvelle collection, Helium Expanse redéfinit la lunetterie masculine par l'envergure, le style et la substance.

Pour plus d'information, communiquez avec votre représentant Match ou visitez : matcheyewear.com



HE-1917

HE-1997

KALEOS

Audacieuse réinterprétation d'une silhouette intemporelle, Lasker, une monture carrée signée Kaleos, redéfinit le style rétro avec précision. Fabriquée à la main en acétate haute densité, sa géométrie épurée et ses lignes affirmées trouvent l'équilibre parfait entre nostalgie et modernité. Discrète mais résolument présente, elle incarne le design classique revisité.

Pour plus d'information, communiquez avec votre représentant Kaleos ou visitez : kaleoscollection.com



Lasker

Au-delà de la monture

Une sélection de produits de lunetterie stylés, uniques et innovants qui ont retenu notre attention ce mois-ci.

1.POCHETTE POUR LENTILLES DE CONTACT

Enfin, une jolie pochette qui vous convient ! Cette trousse de voyage colorée à fermeture éclair garde les essentiels des lentilles de contact bien en sécurité, stylées et sans faux plis. Grâce à son fond en T offrant plus d'espace et à son impression nette et éclatante, c'est l'accessoire parfait pour les pros de l'optique, les globe-trotteurs et tous ceux qui ont déjà dû repêcher un étui à lentilles au fond d'un sac de sport. etsy.com/ca/listing/1892461379/contact-lens-travel-pouch-compact

2. BEAU LIVRE DE MOSCOT

Bien plus qu'une belle couverture : ce beau livre de MOSCOT en collaboration avec Assouline regroupe 304 pages de pur style de lunetterie, d'histoires de famille et d'attitude new-yorkaise. Exposez-le dans votre bureau, offrez-le à votre client le plus branché ou affichez-le fièrement sur votre étagère, après tout, 110 ans de style méritent bien leur moment sous les projecteurs.

moscotique.com/product/coffee-table-book/

3. THE DRY EYE DRINK

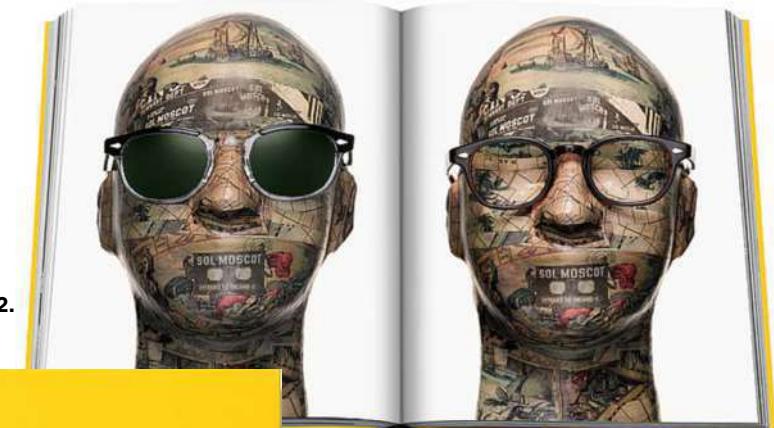
Enfin, une hydratation qui fait du sens ! *The Dry Eye Drink* est la solution approuvée par les optométristes pour aider les patients à retrouver le confort oculaire, une gorgée à la fois. Enrichie d'électrolytes, de DHA et de curcuma (sans sucre ajouté), cette boisson aux baies combat l'inflammation, la sécheresse et la déshydratation, gardant les yeux frais, confortables et prêts pour la caméra toute une journée. hilcovision.com/f/dry-eye-drink

4. LE SAC TOTE ŒIL PORTE-BONHEUR

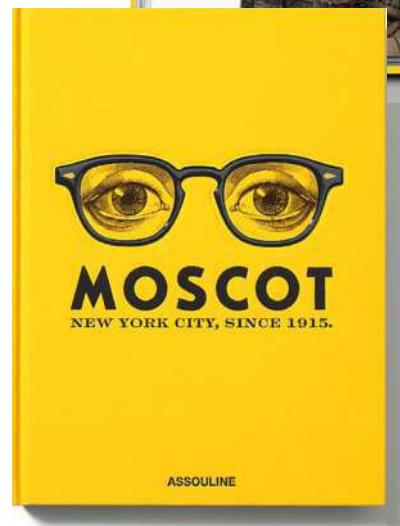
Repousser les mauvaises ondes... avec style ! Ce sac fourre-tout en cuir végan, orné du célèbre *Evil Eye*, est spacieux, doublé et prêt pour tout, des passages à la clinique aux escapades de fin de semaine. Avec ses poches intérieures, sa fermeture éclair chic et son charme protecteur, c'est le compagnon idéal pour les pros de l'optique toujours en mouvement. etsy.com/ca/listing/1784430351/evil-eye-tote-bag-pu-leather-shoppe



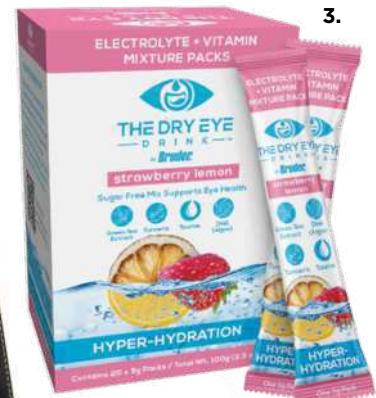
1.



2.



ASSOULINE



3.



4.

ÉQUIPEZ-VOUS



Pourquoi les lunettes intelligentes sont l'évolution ultime pour les hommes qui aiment leurs gadgets

BY NICK SAMSON

oyons honnêtes : les hommes ne font pas que porter leur équipement, ils y investissent. Les bottes qui se bonifient avec le temps. La montre intelligente qui suit chaque battement de cœur et chaque montée. Le vélo qui ronronne presque de précision. Jusqu'à présent, les lunettes traînaient derrière. Nécessaires ? Oui. Stylées ? Certainement. Mais technologiques ? Pas vraiment.

Mais ça change vite maintenant.

À la Vision Expo West de Las Vegas, j'ai testé les toutes dernières lunettes intelligentes de Meta, Ray-Ban, Oakley, Lucyd et Reebok, et laissez-moi vous dire que le tiroir à gadgets vient de passer au niveau supérieur.

Ce ne sont pas des prototypes encombrants ou des lunettes Bluetooth de 2012. C'est de la vraie techno portable, pensée pour le mode de vie des hommes d'aujourd'hui : actifs, mobiles et multitâches. Que vous soyez coureur, cycliste, nageur ou simplement un homme qui apprécie la technologie de pointe dans une monture stylée, les lunettes intelligentes sont officiellement là, et elles sont là pour impressionner.

Ce que les hommes attendent de leur équipement

Les hommes et la technologie, c'est simple : pas de gadgets inutiles. On veut des outils qui nous rendent meilleurs, plus intelligents, plus rapides, plus efficaces. De l'équipement qui fonctionne.

C'est pour cela que les lunettes intelligentes commencent enfin à faire du sens. Avec le contrôle vocal, la navigation pas à pas, les appels mains libres et l'audio en open-ear qui permet de rester conscient de son environnement, elles améliorent la vie quotidienne sans demander de changer de style de vie.

Pour nous qui sommes dans l'industrie optique, elles offrent une nouvelle façon de susciter l'intérêt des patients masculins pour les lunettes avec le soutien de la technologie.





« Je suis convaincu que les lunettes seront le format idéal pour, un jour, donner vie à la superintelligence, et j'ai hâte de voir la suite ».

- MARK ZUCKERBERG



RAY-BAN META GEN 2 : la monture intelligente discrète

Je commence ici parce que je possède une Gen 1, et elles sont géniales. D'après ce que j'ai vu et entendu au kiosque EssilorLuxottica, la Gen 2 hausse la monture d'un cran, tant en technologie qu'en performance.

Tous les hommes ne veulent pas que leurs lunettes aient « je suis techno ». C'est là que la Gen 2 brille. Elle ressemble à vos Ray-Ban préférées, mais cache de sérieuses améliorations : autonomie de 8 heures, photo mains libres 12MP et vidéo 3K, diffusion en direct, musique et appels, assistant vocal IA, traduction en direct, focus sur la conversation (bientôt), support accessibilité et plus encore.

Intuitive, discrète et conçue pour le quotidien, j'ai utilisé ma Gen 1 partout sur le plancher du salon, pas de fatigue aux oreilles, rien de compliqué, juste une fonction fluide.

Je n'imagine pas combien la Gen 2 sera incroyable.

Avec plusieurs formes, couleurs et options de verres Transitions® Gen S, la Gen 2 est idéale pour l'homme qui aime la techno mais préfère rester discret.

META RAY-BAN DISPLAY : fonction futuriste dans une monture familière

Ce qui m'a époustouflé avec la nouvelle Meta Ray-Ban Display, c'est son apparence normale, et à quel point elle est avancée. Derrière ces verres Wayfarer classiques se trouve un affichage couleur complet montrant messages, cartes, aperçus photos et plus, directement dans votre champ de vision.

Le plus fou ? On contrôle tout par de subtils mouvements de doigts, grâce au Meta Neural Band, un bracelet EMG qui lit les signaux musculaires.

Pas de tapotements, pas de glissements, juste des gestes subtils qui semblent de la télépathie.

Avec des verres Transitions, la compatibilité RX et plus de 8 heures d'autonomie, ce n'est pas seulement intelligent, c'est vraiment portable. Disponible maintenant aux États-Unis et prévu au Canada en 2026.

Si vos clients aiment la techno qui reste humaine, c'est une excellente accroche pour débuter la conversation.

OAKLEY META VANGUARD : axé données, approuvé par les athlètes

Si vous êtes cyclistes, coureurs ou amateurs de trails, la Meta Vanguard d'Oakley est à un niveau supérieur. Conçue pour le mouvement, elle offre une audio open-ear qui coupe le vent, une caméra 12MP avec un champ de vision de 122° et une intégration transparente avec Garmin et Strava pour le suivi en temps réel.

Les verres PRIZM™ gardent une visibilité nette et la certification IP67 protège contre la poussière et l'eau. Autonomie : 9 heures + 36 heures supplémentaires avec le boîtier de recharge. Compatible avec les casques.

Lors d'un essai à vélo, l'audio m'a semblé parfaitement naturel, comme avoir un coach personnel dans l'oreille.

LUCYD : simple rendu efficace

Tous les hommes ne veulent pas un affichage de face complet. Certains veulent juste prendre des appels, écouter de la musique et avoir les directions, sans écouteurs ni écran. Lucyd répond parfaitement à ce besoin.

Les montures ressemblent à des lunettes classiques, mais offrent des haut-parleurs open-ear, Bluetooth 5.2, accès à l'assistant vocal et plus de 8 heures d'autonomie. La plupart des modèles coûtent moins de 200 \$ US et offrent des verres photochromiques, polarisés ou pour la lumière bleue.

Les collaborations de Lucyd avec Nautica, Eddie Bauer et Reebok apportent une esthétique de style de vie familier dans le monde des lunettes intelligentes, un mouvement malin.

REEBOK SMART EYEWEAR : conçues pour le mouvement

Cette ligne se distingue par sa légèreté, son maintien antidérapant, ses verres polarisés et sa résistance à la transpiration, conçue comme un équipement de gym, pas de bureau.

Parfait pour les hommes actifs qui ne veulent pas s'embêter avec des écouteurs ou de la techno encombrante. Jogging matinal,

travaux extérieurs ou déplacements à vélo, ces lunettes sont prêtes à l'action.

LUCYD ARMOR : la sécurité rencontre l'intelligence

Pour les professionnels des soins oculaires qui desservent des clients industriels ou artisans : la ligne Armor de Lucyd n'est pas seulement intelligente, elle est certifiée sécuritaire pour le Canada. Conforme aux normes CAN/CSA Z94.3:20 et ANSI Z87.1, elle protège efficacement sur les chantiers.

Avec l'audio open-ear, l'assistant vocal et une longue autonomie, ces montures remplacent à la fois lunettes de sécurité et écouteurs, idéales pour les entrepreneurs, techniciens ou tous ceux qui ont besoin de fonctions mains libres sans compromettre la sécurité.

POURQUOI LES HOMMES S'Y INTÉRESSENT ENFIN

Auparavant, les lunettes intelligentes étaient difficiles à vendre : trop encombrantes, trop spécialisées, trop complexes.

Ce n'est plus le cas. Les designs sont plus épurés, les interfaces plus fluides et les avantages évidents. Ces lunettes aident les hommes à faire plus, sans effort supplémentaire.

Que ce soit un athlète qui suit ses stats, un papa qui répond à ses appels en poussant la poussette, un entrepreneur qui écoute sa playlist sur le chantier : enfin, cette catégorie a enfin trouvé une approche pensée pour lui, qui tombe juste.

COMMENT LES VENDRE AUX HOMMES

Commencez par le pourquoi. Demandez ce qu'ils font : courir, conduire, travailler dehors, gérer une équipe, puis reliez la réponse à une fonction qui facilite cette tâche. Présentez l'équipement comme utile, pas comme un gadget.

Mettez en avant les fonctionnalités importantes : autonomie, protection polarisée, compatibilité RX. Les hommes font plus confiance aux données qu'au marketing.

Évitez le jargon : au lieu de « capacités AR », dites « Vous pouvez recevoir vos textos à vélo sans toucher votre téléphone ».

Soyez honnête sur les limites : branches légèrement plus épaisses ? Luminosité qui baisse en plein soleil ? Dites-le. L'honnêteté

LES CHOIX DE NICK

Quoi stocker selon le type d'homme

1. Le futuriste

Meta Ray-Ban Display

Pour l'homme technophile qui veut la dernière innovation : contrôle gestuel, affichage ATH, connectivité complète.



1.



2.



3.



4.



5.



6.

inspire confiance et rend la prochaine fonction encore plus impressionnante. Faites une démo du côté cool : une monture prête à l'emploi, jouez une chanson ou prenez un appel, c'est le moyen le plus rapide pour que la techno paraisse naturelle.

ADAPTER LA MONTURE AU STYLE DE VIE

Conducteurs : aviateurs avec verres polarisés

Minimalistes : métaux fins avec technologie intégrée

Aventuriers : acétates robustes équilibrant le poids de la batterie

Variez l'inventaire. Du Meta Display ultra-technologique à la simplicité, branchez et utilisez de Lucyd, les hommes choisissent leur techno comme leur camion : selon leurs besoins et le reflet dans le miroir.

Les lunettes intelligentes ne servent pas à paraître futuriste. Elles servent à être prêts, et les hommes adorent ça.

UNE OPPORTUNITÉ POUR LES PROFESSIONNELS DES SOINS OCULAIRES

Pour les cliniques qui veulent se démarquer, les lunettes intelligentes sont une vraie révolution. Elles attirent les patients férus de technologie et offrent aux fidèles quelque chose de nouveau à découvrir.

Parce qu'il faut se le dire : si vous ne les proposez pas, Best Buy et les détaillants en ligne le feront.

Offrez l'ajustement, les démos, les options RX et le service après-vente, et soudain votre dispensaire n'est plus seulement un endroit pour acheter des lunettes, c'est un lieu pour se préparer et s'équiper.

DERNIÈRES IMPRESSIONS DU SALON

Après avoir testé ces marques à Vegas, une chose est claire : cette catégorie a pris un virage.

- Meta Ray-Ban Display : interaction nouvelle génération
- Gen 2 : stylées, fluides et bourrées de technologie
- Oakley Vanguard : transforment le sport en science



UNE MISE en marché QUI BOUGE

Conseils pour présenter les lunettes intelligentes aux hommes

Faites tester sur place
Installez un kiosque de démo. Laissez les patients masculins répondre à un appel ou écouter un podcast sur-le-champ.

Simplifiez le message
Utilisez une signalisation claire : « Parlez. Texte. Navigation. Sans toucher le téléphone ». Évitez les détails techniques (sauf si on vous les demande).

Le miroir, c'est important
Présentez les styles sur des mannequins masculins ou à côté d'accessoires « équipement d'homme » (casque de vélo, boîte à outils, montre). Créez un lien visuel avec ce que les hommes apprécient déjà.

Astuce pour l'équipe
Faites en sorte qu'au moins un membre du personnel porte des lunettes intelligentes tous les jours. Ça suscite des questions et montre que c'est vraiment portable.

- Lucyd : simples et efficaces
- Reebok : robustes et fonctionnelles
- Lucyd Armor : prêtes pour le chantier

Pour les hommes comme moi, amateurs d'équipement fonctionnel et bien pensé, les lunettes intelligentes répondent enfin aux attentes.

Et pour les professionnels des soins oculaires ? Ce n'est pas juste un produit, c'est une nouvelle conversation.

Parce que les lunettes font désormais partie du club de l'équipement, et les hommes sont prêts à en faire leur outil préféré du moment. **PO**

Formation pratique pour les assistant.e.s optomériques

Un atelier immersif de deux jours en français pour développer les compétences de votre équipe !



L'atelier comprend six sessions :



Les frais d'inscription incluent les déjeuners, dîners, et 16 heures de formation continue.

425\$

MONTRÉAL, Québec : 21 ET 22 MARS 2026

Ne manquez pas cette occasion unique de perfectionner les compétences de votre équipe, élargir leur réseau et contribuer à leur développement professionnel !

Pour l'inscription, veuillez contacter notre équipe.



opto.ca/fr/aocc



613-235-7924
888-263-4676



ccoa@opto.ca



AOCC

VIBES DE PAPA

Il avait la voiture, les favoris, les lunettes et tout un charisme. Maintenant, c'est à ton tour de te les approprier.

PAR SUZANNE LACORTE

1. David Beckham DB7153 par Safilo **2.** Mr. Leight Wright CML1026 par Garrett Leight **3.** OTP216 par WestGroupe **4.** Murray par Erkers **5.** Branson par Erkers **6.** BOSS 1849 par Safilo **7.** Persol Po3347v par EssilorLuxottica **8.** Calvin Klein CK25548 par Marchon



4.



CONSEILS DE

Style

Les vibes de papa sont tendance, et je ne parle pas de chaussettes avec des sandales ! Pense aux acétates audacieux, aux aviateurs surdimensionnés et à cette énergie naturelle du type « cool sans effort ».

Pour les hommes, c'est une question de confiance, de confort et de connexion. Lorsqu'on conseille des patients masculins, on utilise la nostalgie comme levier : « Ton père l'a portée en premier » fait toujours sourire. Mets en valeur les montures avec des présentations style vintage ou des photos de famille encadrées qui racontent une histoire.

Mélange ces repères sentimentaux avec des matériaux modernes, des coupes plus épurées et des palettes de couleurs nettes.

Ce sont des lunettes qui semblent familières, mais qui paraissent complètement nouvelles.

— WENDY BUCHANAN,
experte en image
de lunettes



5.



6.



7.



8.

Course de collision

Quand le sport, la force et la vision se percutent, ce sont souvent les hommes qui en pâtissent.

PAR EVRA TAYLOR

Pour les personnes victimes d'un traumatisme crânien, et pour les professionnels des soins oculaires qui les traitent, les symptômes et la prise en charge peuvent être variés et complexes, nécessitant beaucoup de patience et, dans certains cas, un suivi à long terme.

Traumatisme crânien (TCC) : le terme à lui seul suffit à susciter la crainte. Les TCC regroupent plusieurs types de blessures, dont la commotion cérébrale.

L'Institut canadien d'information sur la santé, un centre de données et d'informations exploitables en santé, rapporte qu'entre les années fiscales 2018 et 2023, 127 460 hospitalisations liées aux TCC ont été signalées au Canada (Québec exclu), soit une moyenne d'environ 21 200 par an. Parmi ces hospitalisations, 11 % des cas concernaient des commotions cérébrales. Soixante-trois pour cent des cas concernaient des hommes, qui représentaient la majorité des cas dans la plupart des groupes d'âge.

Selon des recherches menées par l'Institut des sciences de la réadaptation de l'Université de Toronto, les hommes de l'Ontario ont présenté des taux plus élevés de visites aux urgences liées aux commotions cérébrales que les femmes entre 2015 et 2017, et de nouveau en 2023. Angela Colantonio, PhD, directrice de l'Institut, souligne que la majorité des études sur les différences liées au sexe dans les TCC portent sur des athlètes et non sur la population générale en dehors du milieu sportif.



LES EFFETS OCULAIRES DE LA COMMOTION CÉRÉBRALE

Bien que les hommes et les femmes partagent certains symptômes liés à la commotion, il existe des différences entre les sexes dans la façon dont ils vivent la commotion, notamment au niveau des symptômes, des modifications de la structure et du fonctionnement du cerveau, ainsi que des trajectoires de rétablissement. Cependant, ces disparités n'ont pas été suffisamment étudiées, et les experts estiment que certaines d'entre elles sont liées à des différences sociales entre les sexes.

Les problèmes de vision post-commotion les plus fréquents sont la vision floue ou double. La vision floue survient lorsque l'alignement des yeux diverge lors de la focalisation sur des objets proches. Cela peut entraîner un déséquilibre, des vertiges ou des difficultés à lire.

Une étude a montré qu'après une commotion, les hommes présentaient une sensibilité accrue au bruit et davantage de troubles du sommeil que les femmes. Les hommes signalait également l'agitation comme symptôme de la commotion.

Les personnes peuvent également souffrir de diplopie, ou vision double, souvent causée par un traumatisme du nerf optique, des os orbitaires ou des muscles entourant l'œil. La vision floue et la vision double résultent d'une interruption de la communication entre les yeux et le cerveau.

Un autre symptôme fréquemment rapporté est la photophobie, qui peut apparaître même après un traumatisme crânien léger. La majorité des patients évaluent leur photophobie comme sévère.

Parmi les autres symptômes, on retrouve la perte de vision, la douleur oculaire, les troubles des mouvements oculaires et le vertige.

SOUTENIR VOS PATIENTS VICTIMES DE COMMOTION

Les effets oculaires de la commotion peuvent durer jusqu'à un an ou plus, nécessitant une physiothérapie post-commotion ou d'autres types d'interventions spécialisées.

Il est important que les professionnels des soins oculaires réalisent un examen complet de la vue dès que possible après la blessure afin de déterminer s'il existe des déficits neurologiques ou d'autres types de troubles plus graves nécessitant une intervention rapide par des spécialistes de la gestion des commotions. Ces spécialistes peuvent inclure des praticiens en médecine du sport, des physiatres, des neurologues, des neuropsychologues, des ophtalmologistes et des oto-rhino-laryngologistes.

Les patients devraient être encouragés à adapter leurs activités quotidiennes, comme réduire le temps passé devant les écrans, utiliser une police agrandie ou un interligne double pour la lecture, et ajuster la luminosité de leurs appareils. La thérapie visuelle, les lunettes spécialisées et le port de patchs pour résoudre la vision double sont des méthodes qui peuvent aider à gérer les symptômes.

LA VIOLENCE DANS LE SPORT

La prévalence plus élevée chez les hommes pourrait s'expliquer par leur participation plus importante à des sports de contact tels que le football, le rugby, le hockey sur glace et la lutte. Il n'est pas surprenant que la violence dans le sport ait augmenté, ce qui accroît la probabilité de commotion sur le terrain. Selon Carolyn Emery, de la Faculté de Kinésiologie de l'Université de Calgary, on prévoit qu'un Canadien sur dix âgé de 13 à 18 ans consulte chaque année pour une commotion liée au sport. Quarante pour cent de ces jeunes ont déjà subi une commotion, et 20 % présenteront divers symptômes persistants pendant plus d'un mois. Emery considère la commotion comme une priorité majeure de santé publique et s'implique activement dans la prévention des commotions dans le sport de jeunesse.

Rowan Stringer, une joueuse de rugby de 17 ans originaire d'Ottawa, a subi plusieurs commotions cérébrales en une semaine en 2013 et est décédée des suites de ses blessures. Par la suite, la loi Rowan, projet de loi 193 a été adoptée en 2018 pour améliorer la gestion des commotions dans le sport amateur en imposant l'éducation sur les commotions, en exigeant que les athlètes et les parents consultent des ressources et en établissant des protocoles pour la mise à l'écart du jeu et l'autorisation médicale avant le retour.

PROGRÈS GRÂCE AUX ÉQUIPEMENTS DE TÊTE AVANCÉS

Le casque de sport standard a peu évolué depuis son introduction dans les années 1960. Une protection additionnelle appelée Guardian Cap a été développée en 2010 : il s'agit d'un coussinet

Santé Canada souligne que, bien que les casques et autres protections pour la tête ne puissent pas prévenir les commotions, ils peuvent en réduire la gravité. Les casques peuvent absorber des impacts très violents, mais ils ne peuvent pas contrôler l'accélération et la décelération du cerveau, ce mouvement rapide à l'intérieur du crâne qui provoque la commotion.

La ligue a également ajouté les protège-dents obligatoires à ses mesures pour réduire l'incidence des commotions, devenant ainsi la première ligue professionnelle nord-américaine à rendre leur usage obligatoire. Toujours en 2024, la LCF a introduit un nouveau poste d'assistant observateur des blessures au sein de son centre de commandement, chargé de superviser les technologies vidéo et de communication.

Bien que les hommes et les femmes partagent certains symptômes liés à la commotion, il existe des différences entre les sexes dans la manière dont ils vivent la commotion...

à coque souple qui se fixe et recouvre l'extérieur d'un casque de football américain ou de hockey sur glace, offrant une mesure de sécurité avancée pour aider à prévenir les commotions.

En 2024, la Ligue canadienne du football (LCF) a lancé plusieurs nouvelles initiatives et renforcé des pratiques existantes pour soutenir la santé et la sécurité de ses joueurs. Cela inclut une utilisation élargie des Guardian Caps ; toutefois, leur usage reste optionnel. La LCF affirme qu'en 2023, l'introduction des Guardian Caps et d'autres mesures de protection a entraîné une réduction de 42 % des commotions lors des entraînements.

Le Dr Charles Tator et la Dr Carmela Tartaglia, membres de la direction du Canadian Concussion Centre du University Health Network, une équipe reconnue mondialement pour son expertise en traumatismes crâniens, imagerie, génétique, soins cliniques, neuropsychologie et psychiatrie, ont tous deux déclaré ne pas disposer de données suffisantes pour être convaincus que la coque souple peut protéger contre les commotions. Bien que les médecins et experts en traumatismes crâniens encouragent l'utilisation des Guardian Caps, ils précisent que leur usage ne réduit pas le risque de commotion.

La saison 2024 de la LCF a enregistré le plus faible nombre de commotions cérébrales depuis 2015, avec une baisse de 21 % entre 2023 et 2024, et une diminution de 50 % par rapport à 2015.

En 2024, le Guide canadien sur la commotion dans le sport a été publié grâce au financement de l'Agence de la santé publique du Canada. Ce guide vise à garantir que les athlètes présentant une commotion suspectée reçoivent des soins rapides et appropriés, ainsi qu'une prise en charge adéquate pour leur permettre de reprendre leur sport. Il repose sur une revue des données scientifiques actuelles et un consensus d'experts sur les meilleures pratiques pour l'évaluation et la gestion des athlètes au Canada ayant subi une commotion lors d'une activité sportive.

Les professionnels des soins oculaires peuvent jouer un rôle important dans le rétablissement de leurs patients après une commotion grâce à un diagnostic précoce et une prise en charge appropriée. Les personnes ayant subi un traumatisme crânien devraient être encouragées à suivre et à surveiller tout symptôme lié aux yeux ou à la vision, et à en informer leur professionnel des soins oculaires le plus rapidement possible, sachant que des troubles visuels non traités peuvent prolonger le temps de récupération. **PO**

Les têtes derrière la mission

Rencontrez le duo à l'origine de Neuroptek, une entreprise canadienne de technologie médicale spécialisée dans le diagnostic neuro-ophtalmique.

PAR AMANPREET DHAMI



Lorsque les neurologues Dre Neda Anssari, MD FRCPC, et Dr Behzad Mansouri, MD PhD FRCPC, se sont rencontrés, ils partageaient bien plus qu'une passion pour la santé du cerveau : ils partageaient une frustration. Tous deux voyaient des patients peinant à obtenir des soins rapides pour des troubles visuels et neurologiques. Les rendez-vous étaient dispersés entre plusieurs spécialités, et les évaluations retardées par de longs délais d'attente. Pour beaucoup, des symptômes qui auraient pu être pris en charge tôt s'aggravent simplement avec le temps.

De cette expérience commune est née Neuroptek, une entreprise medtech canadienne qui redéfinit la façon dont nous mesurons et comprenons la santé œil-cerveau.

La Dre Anssari a fait sa résidence en neurologie à l'Université du Manitoba avant de poursuivre une bourse à l'Université de Toronto, axée sur la commotion cérébrale, le syndrome post-commotionnel et l'encéphalopathie traumatique chronique. Son travail fait le pont entre la pratique clinique et la recherche, une double perspective qui a été essentielle au concept de Neuroptek.

De son côté, le Dr Mansouri apporte un parcours tout aussi riche. Neurologue et neuro-ophthalmologiste formé à la Harvard Medical School, détenteur d'un doctorat en neurosciences de l'Université McGill, il consacre sa carrière à l'étude des liens entre le cerveau et le système visuel.

« Ma passion, c'est l'innovation, créer des outils qui rendent le diagnostic plus objectif, accessible et évolutif », explique-t-il.

Ensemble, leurs expertises complémentaires ont façonné la mission de Neuroptek : rendre les diagnostics œil-cerveau plus rapides, plus intelligents et plus accessibles à tous.

DE LA FRUSTRATION À L'INNOVATION : LA NAISSANCE D'EYEMIRAGE

L'idée derrière la technologie phare de Neuroptek, EyeMirage, est née d'une question aussi simple qu'audacieuse : Et si un téléphone intelligent pouvait offrir des tests visuels fiables et standardisés, n'importe où, n'importe quand ?

Cette question a mené à plusieurs années de recherche, d'essais et de développement. Le résultat : un système inédit qui transforme un simple téléphone intelligent en outil portable d'évaluation neuro-ophtalmique.

Grâce à un casque léger qui contrôle la distance, l'éclairage et l'alignement, EyeMirage guide les

utilisateurs à travers des tests automatisés d'acuité visuelle, de vision des couleurs, de champs visuels et de motilité oculaire.

La capacité d'EyeMirage à mesurer simultanément la fonction visuelle et neurologique comble un fossé de longue date entre deux domaines étroitement liés, l'ophtalmologie et la neurologie. EyeMirage ouvre la voie à un changement durable et à des avancées positives dans ces deux disciplines.

RELIER DEUX MONDES : L'OPHTALMOLOGIE ET LA NEUROLOGIE

Les professionnels des soins oculaires savent que la vision est l'une des expressions les plus directes de l'activité cérébrale. Pourtant, l'ophtalmologie et la neurologie fonctionnent souvent en vase clos. Neuroptek veut changer cela en donnant aux professionnels des soins oculaires un outil numérique qui complète leur expertise tout en élargissant l'accès aux soins pour les populations mal desservies.

Grâce à un casque léger qui contrôle la distance, l'éclairage et l'alignement, EyeMirage guide ses utilisateurs à travers des tests automatisés d'acuité visuelle, de vision des couleurs, de champs visuels et de motilité oculaire.

Les tests d'EyeMirage, comme les saccades auto dirigées, qui mesurent les mouvements oculaires entre deux cibles, sont essentiels en neurologie, mais rarement réalisés en optométrie. Inversement, son test de champ visuel apporte précision et reproductibilité à un processus qui, en neurologie, se fait souvent par des tests manuels rapides dits « de confrontation ».

En créant une plateforme objective et partagée, Neuroptek permet aux neurologues et aux professionnels de la vue d'évaluer la fonction œil-cerveau à l'aide d'un outil standardisé unique. Cette intégration favorise une meilleure collaboration, des diagnostics plus rapides et un suivi plus constant des affections telles que la commotion cérébrale, l'AVC, le glaucome, l'ambylopie, la dégénérescence maculaire, la neuropathie optique et d'autres maladies neurodégénératives.

COMBLER UNE LACUNE CLINIQUE ESSENTIELLE

Dans le monde, plus d'un milliard de personnes vivent avec une forme de perte de vision, et près



à la synergie entre technologie, neurologie et ophtalmologie.

L'AVENTURE MEDTECH CANADIENNE

Fonder une entreprise de technologie médicale au Canada s'est révélé à la fois stimulant et gratifiant pour les fondateurs de Neuroptek. Le solide écosystème de recherche et la communauté clinique collaborative du pays ont soutenu leur croissance, mais la navigation dans les processus réglementaires et la recherche de financement précoce ont mis leur détermination à l'épreuve.

Les deux demeurent toutefois optimistes.

« Ce qui nous motive, c'est de savoir que cette technologie peut combler de véritables lacunes dans les soins et rendre la santé œil-cerveau plus accessible à l'échelle mondiale », souligne la Dre Anssari.

Leur engagement envers l'innovation canadienne signifie aussi qu'EyeMirage sera d'abord lancée au Canada, avant de s'étendre à l'international. L'entreprise travaille actuellement à la validation et aux étapes réglementaires, avec des programmes pilotes déjà en cours dans plusieurs cliniques.

REGARD VERS L'AVENIR : LE FUTUR DU DIAGNOSTIC NUMÉRIQUE

Pour les Drs Mansouri et Anssari, EyeMirage n'est qu'un début. Ils imaginent un futur où le diagnostic numérique deviendra la norme, un monde où les patients auront accès à des tests fiables et fondés sur les données, peu importe leur emplacement, et où les cliniciens pourront s'appuyer sur ces données pour prendre des décisions plus rapides et mieux informées.

Leur mission est simple mais ambitieuse : démocratiser la santé œil-cerveau en tirant parti de la puissance et de l'universalité des téléphones intelligents. En combinant science clinique et technologie intuitive, Neuroptek ouvre la voie à une nouvelle ère des soins de santé, une ère où la vision rencontre véritablement le cerveau, créant de nouvelles passerelles pour les professionnels de la vue et leurs patients. **PO**

Combler l'écart.

Les lunettes de sécurité ont beaucoup évolué depuis les grosses lunettes encombrantes, c'est pourquoi les travailleurs les portent enfin.

BY DAVID GOLDBERG

À travers le Canada, environ 200 blessures oculaires sur le lieu de travail se produisent chaque jour, dont 90 % pourraient être évitées grâce à une protection oculaire appropriée, selon le Centre canadien d'hygiène et de sécurité au travail (CCHST). Mais il y a longtemps existé un écart entre le simple fait de mettre à disposition une protection oculaire et le port effectif de celle-ci par les travailleurs. De plus en plus, cet écart se réduit non seulement par l'application des règles, mais aussi grâce à l'innovation dans la technologie des verres et la conception des montures, qui rendent enfin les lunettes de sécurité attrayantes pour ceux qui doivent les porter.

« Les responsables de la sécurité dans l'industrie expriment souvent leur frustration face à des employés qui portent des lunettes de sécurité achetées en ligne et qui ne répondent pas aux normes réglementaires », explique M. Al

Amarshi, directeur des programmes de soins de la vue à l'Alberta Association of Optometrists et directeur du programme Eyesafe.

Des montures mal adaptées laissent des espaces dangereux ou offrent une protection inadéquate face à certains risques. Le problème s'aggrave avec les verres correcteurs : les lunettes de sécurité portées par-dessus des lunettes ordinaires entraînent un mauvais ajustement et de l'inconfort, tandis que les lentilles cornéennes sous les lunettes de protection augmentent le risque de blessures à la cornée.

Il y a aussi le problème de l'utilisation d'un type de lunettes de sécurité inadapté. « Dans les environnements poussiéreux, on observe rarement des lunettes de sécurité avec des joints conformes aux normes de protection contre la poussière », précise M. Amarshi. « De même, dans les laboratoires, il est courant de voir des employés porter des lunettes de sécurité non certifiées contre les projections chimiques ».





« Les employeurs doivent évaluer les risques présents sur le lieu de travail et les tâches spécifiques accomplies afin de fournir aux travailleurs une protection adéquate des yeux et du visage », ajoute Ashley Gregerson, conseillère en relations gouvernementales et médiatiques chez WorkSafeBC. « Les équipements de protection individuelle représentent la dernière ligne de défense pour un travailleur contre les blessures ou la mort lorsque les risques ne peuvent être éliminés ».

Progrès dans la technologie des verres de sécurité

Le tournant s'est produit il y a plusieurs années, lorsque M. Amarshi et l'équipe Eyesafe ont plaidé pour une mise à jour critique des normes CSA, en demandant que l'anti-buée soit reconnu comme revêtement approuvé. « Nous avons participé aux réunions de la CSA, nous faisons partie du comité CSA, et l'Université de Waterloo, via son programme d'optométrie, a testé le revêtement antibuée pour s'assurer qu'il continuait de répondre aux normes de résistance aux impacts. Et c'était le cas », explique M. Amarshi.

Cette approbation a permis des innovations comme le revêtement Opti-Fog d'Essilor, qui utilise des molécules anti buée activées par un chiffon spécialement traité. Au lieu de former de la buée, les gouttelettes d'eau se répartissent uniformément à la surface du verre, maintenant une vision claire, un critère essentiel sur les sites pétroliers, miniers et autres lieux de travail exposés aux variations météorologiques.

La science des matériaux a apporté une autre avancée grâce à des verres hautement résistants aux impacts, comme le Trivex et le polycarbonate. Ces matériaux offrent une protection exceptionnelle contre les incidents liés aux chocs, fréquents dans la construction et les industries à risque élevé, tout en garantissant une excellente clarté optique et une protection UV intégrée.

Les montures enveloppantes à ajustement près du visage épousent mieux les contours et se courbent pour renforcer la protection périphérique, un atout pour une couverture complète contre les débris volants. Le design enveloppant élimine les espaces tout en maintenant un large champ de vision, et les travailleurs peuvent désormais choisir parmi une variété de styles conciliant protection, confort et adaptation aux risques spécifiques.

Bien ajuster la monture

L'équipe de M. Amarshi forme désormais les optométristes à vérifier l'écart critique de 6 à 8 mm à l'aide d'un outil simple, essentiellement un bâtonnet gradué de chaque côté. « Nous

Quand la sécurité rencontre le style

Les lunettes de sécurité d'aujourd'hui sont conçues pour protéger, et pour être portées.



ArmouRx série 7000

Fabriquées au Canada, compatibles avec des verres correcteurs et entièrement certifiées CSA Z94.3. Plusieurs tailles et protections latérales amovibles font de ce modèle un incontournable en clinique pour un ajustement optimal sur le lieu de travail.



Wiley X Gravity

Robustes, doublement certifiées (ANSI Z87.1 / CSA Z94.3) et conçues pour la vie au travail comme en dehors.

Un joint en mousse amovible bloque la poussière, idéal pour la construction et les métiers en extérieur.



SecuroVision Element 2.0

Confort léger de style enveloppant, avec des options de verres antibuée pour un port toute la journée. Conçu dans le cadre du programme fiable SecuroVision au Canada, pour une conformité et une clarté maximales.

Avertissement : La certification peut varier selon le modèle ou le type de verre. Vérifiez toujours les marques de sécurité CSA Z94.3 ou équivalents et l'ajustement avant de les remettre aux employés. Prisme Optique décline toute responsabilité quant à l'utilisation des produits ou aux affirmations relatives à la certification.

fournissent cet outil, utilisé en clinique pour vérifier l'ajustement. Le bâtonnet est placé entre le visage et les lunettes afin de s'assurer que l'écart est correct et que les employés bénéficient de la meilleure protection possible », explique-t-il.

La révolution de l'ajustement va bien au-delà de la mesure de l'écart. « La notion de "taille unique" ne fonctionne pas pour les lunettes de sécurité », affirme M. Amarshi. « Au cours des quatre à cinq dernières années, j'ai constaté une augmentation significative du nombre d'options en termes de tailles, couleurs et formes de lunettes de sécurité. Cela nous a permis de trouver des lunettes bien ajustées, réduisant ainsi les risques de blessure tout en améliorant le confort ».

Une question de style de vie

Le changement le plus surprenant est peut-être culturel. Les hommes recherchent de plus en plus des lunettes de sécurité suffisamment polyvalentes pour les porter à la fois lors des quarts de travail et pendant les activités de fin de semaine, comme la moto ou les projets à la maison, reflétant la façon dont les travailleurs perçoivent désormais les lunettes de sécurité comme un équipement fonctionnel et lifestyle plutôt que comme une obligation.

Il y a cinq ans, la plupart des entreprises interdisaient aux employés de porter les lunettes de sécurité fournies par la société en dehors du site de travail. « Elles ont changé d'avis », note M. Amarshi. « Et nous avons encouragé cette pratique, car plus ils portent leurs lunettes de sécurité, plus ils les porteront au travail ».

« Au Canada, nous avons une responsabilité partagée en santé et sécurité au travail, que nous appelons le système de responsabilité interne »,

« Dans les environnements poussiéreux, on voit rarement des lunettes de sécurité dont les scellants répondent aux normes de protection contre la poussière... »

De même, dans les laboratoires, il est courant que des employés portent des lunettes de sécurité non certifiées contre les projections chimiques. »

— AL AMARSHI, directeur des programmes de soins de la vue à l'Alberta Association of Optometrists et directeur du programme Eyesafe



explique M. Shazard Bansraj, spécialiste en santé et sécurité au travail au CCHST. « L'employeur et les travailleurs sont responsables de la santé et de la sécurité ».

Les ressources continuent de se développer. Le CCHST offre des fiches d'information, affiches, cours en ligne sur les EPI et formations à l'évaluation des risques, le tout gratuitement. Leur Safety Info Line met les Canadiens en contact avec des spécialistes sans frais.

« Bien que l'élimination des risques soit toujours la priorité, lorsqu'une protection oculaire est nécessaire, il est important de choisir la protection

adéquate pour les tâches et sites spécifiques, et de s'assurer qu'elle s'ajuste correctement », souligne M. Gregerson de WorkSafeBC. L'application de la réglementation se fait selon une approche éducative : entre 2020 et 2024, près de 483 avis pour violations de protection oculaire ont été émis, mais seulement 17 sanctions ont été appliquées.

Le message est clair : avec des normes appropriées, des technologies innovantes, un bon ajustement et une responsabilité partagée, ces 200 blessures oculaires quotidiennes au Canada peuvent devenir de plus en plus rares. Les lunettes existent. Il ne reste plus qu'à combler l'écart. PO

Choisir la BONNE protection

Toutes les lunettes de sécurité ne se valent pas. La norme canadienne CSA Z94.3:20 classe la protection oculaire en sept catégories selon les risques auxquels vous êtes exposé.

LES TYPES LES PLUS COURANTS:

Classe 1A — Lunettes de sécurité de base avec protections latérales. C'est ce que portent la plupart des travailleurs de la construction et de la fabrication pour la protection contre les impacts.

Classe 2B — Lunettes de sécurité offrant une protection contre la poussière, les produits chimiques et les débris volants. L'option privilégiée pour le travail en laboratoire.

Classe 3 — Protection spécialisée pour le soudage.

L'ajustement est crucial. Voici un point que la plupart des entreprises ignorent : il ne doit pas y avoir plus de 6 à 8 mm d'écart entre le visage et la monture.

« Un écart d'un millimètre peut avoir des conséquences désastreuses si un employé est exposé à une blessure », explique M. Al Amarshi du programme Eyesafe en Alberta.

En résumé : choisissez vos lunettes selon les risques et assurez-vous qu'elles sont correctement ajustées. En cas de doute, consultez un professionnel de la sécurité ou un optométriste formé à la protection oculaire en milieu de travail.

Déetecter pour protéger

Des soins proactifs du diabète afin que les patients ne restent pas dans l'ombre.

PAR DRE ALLISON SCOTT, Présidente de l'ACO

Au Canada, environ 3,7 millions de personnes vivent avec un diabète diagnostiqué. L'une des complications les plus importantes, mais souvent négligées, du diabète est son impact sur la vision. Le diabète affecte principalement la vision par une hyperglycémie prolongée, qui endommage les vaisseaux sanguins de la rétine et mène à la rétinopathie diabétique. Celle-ci représente l'une des principales causes de perte de vision, tant au Canada qu'à l'échelle mondiale. Le Mois de la sensibilisation au diabète est donc une occasion importante de souligner le lien entre le diabète et la perte de vision.

En tant qu'optométristes, nous sommes en première ligne pour préserver la vision. La rétinopathie diabétique est souvent asymptomatique à ses débuts, ce qui en fait une menace silencieuse mais progressive pour la santé oculaire. Lorsque les changements visuels deviennent perceptibles, la maladie est souvent déjà avancée, et les options de traitement peuvent alors devenir plus lourdes, voire limitées. C'est pourquoi une détection précoce, grâce à un examen oculo-visuel complet, est essentielle. Les optométristes peuvent déceler des changements subtils de la rétine avant qu'ils

n'affectent la vision, permettant ainsi une intervention rapide et efficace.

Malheureusement, de nombreux Canadiens atteints de diabète ignorent l'importance d'un examen oculo-visuel complet et retardent leur suivi pour diverses raisons : horaires chargés,

La rétinopathie diabétique est souvent asymptomatique à ses débuts, ce qui en fait une menace silencieuse mais progressive pour la santé oculaire.

manque d'information ou sous-estimation des risques. Pourtant, un examen complet annuel peut faire toute la différence entre conserver une vision claire et en santé ou faire face à une perte de vision potentiellement irréversible.

Une intervention précoce par des examens réguliers joue un rôle crucial non seulement dans la détection de la rétinopathie diabétique, mais

aussi dans le diagnostic du diabète lui-même. Les études montrent que des manifestations oculaires sont déjà présentes chez une proportion importante de patients au moment même du diagnostic. Une vision floue, une perte d'accompagnement ou une diplopie soudaine figurent parmi les signes non rétiniens pouvant éveiller un soupçon de diabète chez des personnes autrement asymptomatiques. Lorsqu'ils sont observés tôt, ces signes permettent des références rapides pour une évaluation médicale approfondie, illustrant le rôle essentiel que joue l'optométrie dans le suivi de la santé systémique.

Accroître la sensibilisation du public est une composante essentielle d'une approche préventive. Un diagnostic rapide du diabète est crucial pour réduire le risque de complications.

L'Association canadienne des optométristes recommande des examens oculo-visuels complets : dès l'âge de 6 à 9 mois, de nouveau entre 2 et 5 ans, puis chaque année jusqu'à 19 ans, tous les deux ans pour les adultes en bonne santé de 20 à 64 ans, et chaque année pour les personnes de 65 ans et plus.

Accroître la sensibilisation du public est une composante essentielle d'une approche préventive. Un diagnostic rapide du diabète est crucial pour réduire le risque de complications. Au-delà des personnes déjà diagnostiquées, les efforts de sensibilisation devraient également cibler les populations à risque. Promouvoir les soins préventifs permet aux patients de prendre le contrôle de leur santé avant l'apparition de complications.

Alors que la prévalence du diabète continue d'augmenter au Canada, il devient encore plus urgent d'aborder ses complications oculaires. En intégrant les examens oculo-visuels complets aux soins de santé de routine et en renforçant l'éducation du public, nous pouvons aider les Canadiens vivant avec le diabète à préserver leur vision, leur autonomie et leur qualité de vie. **PO**

La Dre Allison Scott est présidente 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 de promouvoir la santé visuelle et une vision claire pour tous les Canadiens.



Du fonctionnel au PHÉNOMÉNAL

Comment le parcours d'un homme dans l'univers des lunettes est devenu sa marque emblématique

PAR WENDY BUCHANAN

Les lunettes ne font pas l'homme. La bonne paire le révèle. Ce qui avait commencé par une simple demande : « aide-moi juste à choisir quelque chose de correct », s'est transformé en un parcours stylistique de 14 ans qui a bâti une marque personnelle si distinctive qu'on le reconnaît désormais à ses lunettes avant même qu'il ne parle.

J'ai eu le privilège d'accompagner cette évolution, monture après monture.

Ce n'est pas une histoire de lunettes.

Il s'agit de mon client Glenn, de sa confiance, de son leadership, de son identité, et de l'impact transformateur d'un styliste capable de voir son potentiel et d'oser le révéler.

Quand Glenn a commencé : il a joué la sécurité

Lorsque nous nous sommes rencontrés pour la première fois, Glenn croyait être « avant-gardiste ». En réalité, ses lunettes étaient sages : des montures métalliques en cuivre, argent et bronze, légèrement différentes de celles de ses collègues, mais toujours prudentes, avec juste une petite touche fantaisiste cachée sur les branches.

« J'ai toujours voulu être un peu différent », m'a-t-il confié, « mais je ne voulais pas non plus trop me faire remarquer ».

Ça vous parle ? La plupart des clients masculins commencent exactement à ce stade, testant prudemment l'équilibre entre conformité et individualité.

C'est justement à ce moment que nous, professionnels de l'image et de la vision, avons l'occasion de les guider.

J'ai vu sa confiance, son charisme et son énergie de leader.

Ses lunettes ne le mettaient pas en valeur, alors je l'ai poussé à explorer les possibilités.

Le premier grand tournant :

C'est : ce moment « est à moi ».

Une seule paire a tout changé. Plus grande, plus audacieuse, résolument colorée, fini de cacher la fantaisie sur les branches.

Il les a enfilées et a dit : « Oh... ça, c'est moi ».

Ce moment ne tenait pas qu'à une monture. C'était un alignement entre ce qu'il était à l'intérieur et la façon dont le monde le percevait de l'extérieur. C'est ce moment magique que nous devons tous chercher à créer pour nos clients.

Pourquoi ce changement s'est-il produit :

Le leadership exige de la présence

À mesure que la carrière de Glenn progressait, sa confiance grandissait aussi. Des postes de direction, des équipes à mener, des présentations en salle de conseil. Son influence intérieure et extérieure devait être en phase.

« Si les gens me regardent pendant que je parle, dit-il, mes lunettes doivent refléter la confiance qu'ils attendent de moi ».

Coiffure, vêtements, soins personnels et lunettes : tout devait être au niveau du leader qu'il était devenu. Et nous y avons veillé.

L'évolution : Du discret au spectaculaire

Au fil des années, je n'ai pas uniquement vendu des lunettes à Glenn. J'ai stylisé sa marque personnelle et fait évoluer son identité avec lui.

Nous sommes passés du métal sobre aux acétates riches, aux formes affirmées, aux couleurs vibrantes et aux montures qui ont de la présence.

Aujourd'hui, il alterne entre trois montures sur « l'échelle du style funky » : sept, huit et dix.

Pourquoi trois ? Comme il le dit lui-même : « Parfois, je me fonds dans le décor. Parfois, je prends toute la place. Ce sont mes lunettes qui décident ».

C'est ça, l'intelligence stylistique à un niveau supérieur, et il l'a acquise à travers notre travail ensemble.

La confiance ne vient pas des lunettes, elle est révélée par elles

Glenn m'a un jour confié :

« Mes lunettes ne m'ont pas donné confiance. Elles se sont simplement jointes à la confiance que j'avais déjà. »

C'est exactement ce que fait un bon stylisme. Il ne change pas une personne, il la révèle.

Quand l'extérieur reflète l'intérieur, on marche différemment, on dirige différemment, on influence différemment.

Les lunettes comme déclencheur de conversation

Lors de conférences ou d'événements de réseautage, les inconnus viennent régulièrement le voir : « J'adore vos lunettes ! Où les avez-vous trouvées ? »

Un simple compliment devient alors un parfait brise-glace. En quelques secondes, il est déjà engagé dans une discussion professionnelle, naturellement. Et devinez quoi ? Il parle de son styliste en lunettes. Pas de discours préparé. Juste de la présence, du charisme et de la connexion.

C'est ça, le pouvoir des lunettes stratégiques.

Du leader corporatif à l'entrepreneur

Récemment, Glenn est devenu directeur marketing à temps partiel et il a lancé Stratagem Marketing Consulting. Nouveaux clients. Nouveaux espaces. Nouvelle visibilité.

« La première impression compte pour tout, » dit-il. « Mes lunettes font déjà la moitié du travail avant même que j'ouvre la bouche ».

Parce que nous avons construit une marque personnelle claire, ses lunettes sont devenues sa signature, son facteur distinctif et son avantage silencieux. Aujourd'hui, on s'attend à le voir porter des montures incroyables, et s'il ne le faisait pas, la déception serait immédiate.

Imaginez être stylé de façon si constante que vos lunettes deviennent une véritable partie de votre identité. Cela ne s'est pas produit par hasard. C'était intentionnel, le fruit d'un partenariat de stylisme sur le long terme.

Pourquoi cela importe aux professionnels des soins oculaires

La plupart des hommes ne demanderont jamais des lunettes audacieuses. Mais, dans le fond, ils en ont envie. Ils veulent de la présence, de l'individualité, de la confiance et des compliments.

Ils n'oseront explorer cela que si nous les guidons.



Les distributeurs vendent des montures. Les stylistes bâtiennent des marques.

Les conseils de Glenn aux autres hommes (et la preuve que nous sommes sur la bonne voie)

« Trouvez un consultant professionnel en lunettes. Quelqu'un qui comprend les gens, la personnalité et le style. Développez la confiance. Laissez-le vous pousser. Soyez ouvert. Demandez-vous : qu'est-ce que je veux que mes lunettes fassent réellement pour moi ? »

La leçon : le stylisme n'est pas du cosmétique, c'est transformationnel

Ce parcours avec Glenn ne s'est pas limité à un rendez-vous. Il a duré 14 ans d'évolution, de confiance et d'apprentissage à être à l'aise dans l'inconfort. Chaque professionnel de la vision a des clients comme lui, prêts à être guidés.

Alors, voici la question : vendez-vous des lunettes ou façonnez-vous une identité ?

Wendy Buchanan est opticienne primée, styliste en lunettes à la télévision et créatrice du Be Spectacular™ Sales Styling System.

Diffusez en direct, gagnez des patients

Comment organiser une journée portes ouvertes virtuelle pour votre clinique

PAR ASHLEY PFEIFER

Les journées portes ouvertes virtuelles sont devenues un outil puissant pour les cliniques de soins oculaires pour communiquer avec leurs patients, présenter leurs services et mettre en valeur l'expertise de leur équipe, sans les contraintes géographiques ou de mobilité. Ces événements sont économiques, pratiques et offrent une occasion unique de renforcer la relation avec les patients tout en augmentant la visibilité de la clinique dans la communauté.

Selon un sondage, 38 % des 1 800 patients interrogés ont indiqué préférer les modes de communication virtuels, comme le téléphone, le courriel, la vidéoconférence ou les messages textes, comme premier point de contact, surtout lorsque ces options sont facilement accessibles et bien soutenues.

Ce constat illustre l'appétit croissant pour les interactions numériques dans le domaine de la santé.

Toutefois, pour réussir une journée portes ouvertes virtuelle, il faut une planification rigoureuse, la bonne technologie et une stratégie de promotion efficace.

Définir les objectifs et le public cible

Commencez par identifier vos objectifs : souhaitez-vous présenter une nouvelle technologie, souligner l'arrivée de nouveaux membres dans l'équipe, célébrer un anniversaire d'entreprise ou améliorer l'engagement des patients ? Définir votre public cible, nouveaux patients, clientèle fidèle ou professionnels référents, vous aidera à adapter le contenu et la promotion.



Fixez des objectifs mesurables, comme un nombre cible d'inscriptions ou de rendez-vous pris, afin de guider la planification et d'évaluer le succès de l'événement.

Choisir la bonne plateforme

Le choix de la plateforme est essentiel pour offrir une expérience fluide. Des options comme Zoom, Microsoft Teams ou Google Meet sont bien connues du grand public et offrent des fonctionnalités interactives comme le partage d'écran, les salles de sous-groupes et les périodes de questions en direct. Assurez-vous que la plateforme choisie puisse accueillir le nombre attendu de participants et faites toujours un test préalable pour éviter les problèmes techniques.

Tenez compte de l'accessibilité et de la facilité d'utilisation, notamment pour les patients moins à l'aise avec la technologie.

Respecter la confidentialité et les règles de conformité

Même dans un contexte virtuel informel, la confidentialité et la confiance demeurent primordiales. Bien que les portes ouvertes virtuelles ne nécessitent habituellement pas de partage d'informations médicales personnelles, il est recommandé de suivre les règles de base en termes de confidentialité et les lignes directrices de la LPRPDE (Loi sur la protection des renseignements personnels et les documents électroniques).

Évitez de discuter de cas individuels ou de données de patients pendant la séance. Si des participants posent des questions d'ordre personnel, invitez-les à communiquer en privé par des canaux sécurisés. Assurez-vous que la plateforme est sécurisée et qu'elle n'enregistre pas la séance sans consentement explicite. Rappelez à votre équipe de ne pas partager de noms, de photos ou d'informations permettant d'identifier un patient sans consentement écrit préalable.

Commencez l'événement par un bref avis de confidentialité pour établir clairement les attentes.

Planifiez un contenu engageant

Pour capter et maintenir l'attention, l'événement doit offrir une réelle valeur ajoutée. Le contenu doit être informatif, concis et aligné sur les objectifs fixés. Voici quelques idées populaires:

Visite en direct de la clinique : présentez vos installations et vos protocoles de sécurité.

Démonstrations interactives : mettez en valeur de nouvelles technologies ou vos collections de montures.

Rencontrez l'équipe : présentez les membres du personnel, particulièrement les nouveaux venus.

Période de questions en direct : établissez un lien de confiance en répondant aux questions en temps réel.

Intégrez des diapositives, de courtes vidéos ou des éléments visuels pour garder l'audience attentive. Laissez du temps pour les échanges afin de recréer l'ambiance conviviale d'un événement en personne.

Promouvoir efficacement l'événement

La réussite d'une journée portes ouvertes repose en grande partie sur la promotion. Lancez votre campagne au moins trois semaines à l'avance. Utilisez vos infolettres, votre site web et vos réseaux sociaux pour susciter l'intérêt. Des affiches ou dépliants peuvent aussi être distribués à la clinique pour informer la clientèle existante.

Collaborez avec des écoles, entreprises locales ou professionnels référents pour élargir votre portée. Des incitatifs, comme des tirages ou des promotions à durée limitée, peuvent aussi encourager la participation.

rehausser la présentation visuelle et projeter une image positive de la clinique.

Assurer le suivi et évaluer les résultats

La communication après l'événement est essentielle. Envoyez des courriels de remerciement contenant un résumé, les réponses aux questions non traitées et un lien pour prendre rendez-vous. Recueillez la rétroaction des participants par sondage afin d'obtenir des pistes d'amélioration pour les prochaines éditions.

Les indicateurs tels que le taux de participation, le niveau d'engagement et le nombre de rendez-vous pris après l'événement permettront de mesurer le succès. Ces données serviront à améliorer la planification de futurs événements virtuels ou en personne.

Adopter l'avenir numérique

Les journées portes ouvertes virtuelles représentent une approche flexible, inclusive et avant-gardiste pour les professionnels de la vue qui souhaitent tisser des liens avec leurs patients, promouvoir leurs services et se

Selon un sondage, 38 % des 1800 patients interrogés ont indiqué préférer les modes de communication virtuels, comme le téléphone, le courriel, la vidéoconférence ou les messages textes...

Assurez-vous d'inclure toutes les informations essentielles : date, heure, lien d'inscription et aperçu du programme. Une communication claire réduit l'incertitude et favorise la participation.

Préparer l'équipe

Toute personne impliquée doit connaître son rôle et l'ordre du jour de l'événement. Attribuez des responsabilités précises, comme la modération du clavardage, la présentation de contenu ou la gestion des aspects techniques.

Une répétition permettra d'identifier les points à améliorer et d'aider le personnel à se sentir à l'aise devant la caméra. Une tenue professionnelle, un espace bien éclairé et un arrière-plan à l'image de la marque peuvent

démarquer sur un marché compétitif. Qu'il s'agisse de joindre des familles occupées, des patients en région éloignée ou des personnes à mobilité réduite, ces événements éliminent les obstacles physiques et logistiques, créant ainsi un espace d'échange accessible à tous.

En tirant parti des outils numériques et d'une planification réfléchie, les cliniques peuvent offrir une expérience mémorable qui renforce la fidélité des patients et stimule la croissance. **PO**

Ashley Pfeifer est rédactrice chez Marketing4ECPs. Elle compte plus de six ans d'expérience dans le domaine de l'optique et détient un baccalauréat en médias numériques et journalisme. Animée par une véritable passion pour la narration, elle s'efforce d'améliorer la qualité du contenu et de créer des récits qui trouvent écho auprès du public. Vous pouvez la joindre au marketing4ecps.com.



Décoder le secret des dividendes

Découvrez les avantages cachés des dividendes pour les propriétaires d'entreprise.

BY TIM PAZIUK

ors de notre dernière discussion, j'ai parlé d'investir dans les actions ordinaires de la Banque Royale. Aujourd'hui, voyons pourquoi les dividendes canadiens, particulièrement les dividendes déterminés, sont des outils si puissants pour bâtir sa richesse.

POURQUOI LES DIVIDENDES SONT-ILS SI ATTRAYANTS ?

Les dividendes, un peu comme l'immobilier, offrent deux avantages majeurs : un revenu régulier et un potentiel de croissance.

Mais contrairement aux revenus locatifs, les dividendes déterminés bénéficient d'un traitement fiscal avantageux, et c'est là que réside tout leur intérêt.

Selon la Loi de l'impôt sur le revenu du Canada, il existe deux types de dividendes : les dividendes déterminés et les dividendes non déterminés. La différence entre les deux peut avoir un impact considérable sur votre facture d'impôt.

UN EXEMPLE CONCRET

Imaginez que vous dirigez une entreprise en Ontario et que vous avez besoin de 125 000 \$ par année pour maintenir votre niveau de vie. Votre entreprise génère 50 000 \$ de bénéfices. Si vous laissez cet argent dans la société, il sera imposé au taux des petites entreprises, soit environ 12,2%.

Mais si vous retirez 30 000 \$ sous forme de dividendes non déterminés, votre taux d'imposition personnel grimpera à environ 36,1 %. Pourquoi ? Parce que votre société a déjà payé un impôt réduit ; votre taux personnel augmente pour équilibrer le tout.

Changeons maintenant le scénario. Supposons que votre société touche 30 000 \$ en dividendes provenant d'actions de la Banque Royale. Comme cette dernière paie l'impôt des sociétés au taux général de 28 %, ces dividendes sont considérés comme déterminés. Si vous les retirez à titre personnel, votre taux d'imposition chute à environ 25,38 %, et votre société n'a aucun impôt supplémentaire à payer.

TOUS LES REVENUS NE SE VALENT PAS

Les différents types de revenus ne sont pas imposés de la même façon. Les intérêts, redevances, dividendes étrangers et revenus locatifs sont les plus lourdement taxés. Les gains en capital sont les moins imposés.

Les dividendes déterminés se situent entre les deux, mais offrent d'importants avantages de planification fiscale.

Voyons trois comparaisons rapides, en supposant que vous vivez en Ontario et touchez un salaire annuel de 150 000 \$ de votre entreprise :

1. Intérêts, dividendes étrangers ou revenus locatifs (10 000 \$)

Impôt de la société : 5 000 \$ dont 3 000 \$ portés au compte de dividendes non déterminés remboursables (NERDTOH)

Impôt personnel : 3 789 \$

Impôt total : 5 789 \$

2. Gains en capital (10 000 \$)

Impôt de la société : 2 500 \$, dont 1 500 \$ portés au NERDTOH

Vous retirez 5 000 \$ libres d'impôt et 5 000 \$ sous forme de dividendes non déterminés

Impôt personnel : 1 894 \$

Impôt total : 2 894 \$

3. Dividendes déterminés (10 000 \$)

Impôt de la société : 3 833 \$, porté au compte de dividendes déterminés remboursables (ERDTOH)

La société obtient un remboursement intégral, et l'impôt personnel s'élève à 2 753 \$

Impôt total : 2 753 \$

Résultat clair : les dividendes déterminés sont les plus avantageux.

TRAVAILLEZ PLUS INTELLIGEMMENT, PAS PLUS FORT

L'argent le plus difficile à gagner, c'est celui pour lequel on doit travailler. En mettant en place un revenu fiscalement avantageux, vous laissez votre argent travailler pour vous, et vous permet de vous concentrer sur la croissance à long terme plutôt que sur les fluctuations à court terme des marchés.

PLANIFIER AVEC UN OBJECTIF

Si votre société investit dans des fonds communs de placement ou des FNB, la planification fiscale devient plus complexe. Vous ne savez pas quel type de revenu vous avez générée avant le 31 décembre, ce qui laisse peu de temps pour planifier, et souvent, cela signifie payer plus d'impôts que nécessaire.

Avec des actions individuelles, vous savez exactement quels dividendes attendre et à quel moment vous réalisez vos gains en capital. Cette prévisibilité vous offre une plus grande flexibilité, et la flexibilité, c'est une éitable opportunité.

NE LAISSEZ RIEN AU HASARD

Les placements regroupés comme les fonds communs ou les FNB peuvent sembler simples, mais leurs rendements et leurs impacts fiscaux sont souvent imprévisibles.

Si vous souhaitez bâtir un portefeuille d'entreprise plus efficace, stratégique et rentable, les dividendes déterminés pourraient bien être votre meilleure décision à ce jour. **PO**

Tim Paziuk travaille dans le secteur des services financiers depuis plus de 45 ans. Il est l'auteur de deux ouvrages sur l'incorporation des professionnels et il a fait l'objet d'articles dans le *Financial Post*, le *Huffington Post*, le magazine *MoneySense* et de nombreuses autres publications. Il est actuellement président de TPC Financial Group Limited, une firme de planification financière à honoraires spécialisée dans l'accompagnement des professionnels.

Parler, c'est facile. Écouter, c'est payant

À date, écouter davantage et informer moins pourrait bien être votre meilleure stratégie en clinique.

PAR NANCY DEWALD

Que ce soit dans la salle d'examen ou à la boutique, plus d'informations ne riment pas toujours avec de meilleurs résultats.

Nous savons que l'examen de la vue et l'achat de lunettes peuvent être intimidants pour les consommateurs.

Alors, comment surmonter cet obstacle ? C'est simple : renseigner moins, écouter plus.

Écouter davantage et informer de façon stratégique, plutôt que de tout expliquer, peut conduire à :

- Une meilleure acceptation des prescriptions
- Une plus grande satisfaction des patients
- Une utilisation plus efficace du temps de l'examen
- Des liens plus solides à long terme

Écoutez plus. Parlez moins.

Parmi les plaintes courantes en optométrie, on retrouve le sentiment d'être brusqué ou de ne pas être écouté, deux facteurs qui font perdre confiance et réduisent le suivi des recommandations.

En tant qu'expert, il est tentant de formuler des recommandations avant même que le patient ait terminé d'exprimer ses préoccupations. Or, la recherche démontre que les médecins interrompent souvent leurs patients très tôt et proposent des solutions trop rapidement. En fait, près de trois médecins sur quatre interrompent leurs patients avant qu'ils aient fini de parler. C'est sans doute moins fréquent en optométrie, mais c'est tout de même une réalité.

Il est essentiel d'écouter pour comprendre, et non simplement pour répondre.

Lorsqu'on prend le temps d'écouter l'histoire complète, la bonne solution devient évidente, autant pour le patient que pour le professionnel.

Poser des questions, puis écouter

Ce n'est pas qu'une question de politesse, l'écoute active favorise le suivi du traitement par le patient. L'entretien motivationnel (Motivational Interviewing), une approche qui mise sur l'écoute et l'accompagnement, a démontré son efficacité pour favoriser le respect des recommandations et les changements de comportement, toutes conditions confondues.

Imaginez le rendement que peut générer ce simple ajustement dans votre clinique, une meilleure conformité, de meilleurs résultats cliniques et une hausse des ventes.

Ne devinez pas ce qui compte pour le patient, découvrez-le.

Il arrive souvent qu'on décourage un achat en expliquant trop les caractéristiques techniques, ce qui peut donner au patient l'impression qu'on lui « vend » quelque chose plutôt que de le comprendre.

Inversez la dynamique : posez des questions ouvertes pour recueillir rapidement des renseignements pertinents, puis abordez le problème qui compte le plus pour le patient.

EXEMPLES DE QUESTIONS :

- Qu'est-ce qui vous dérange le plus dans votre vision ?
- AWE : Et quoi d'autre ?
- Quelles activités trouvez-vous plus difficiles à cause de votre vision ?

- Que souhaitez-vous que vos lunettes reflètent de votre personnalité ?

Ces questions font passer la discussion des caractéristiques techniques à l'impact personnel ; c'est là que réside la vraie valeur pour le patient.

N'oublions pas que 95 % de nos décisions sont guidées par l'émotion, non par la logique.

Oubliez le jargon

Les professionnels des soins oculaires maîtrisent parfaitement le langage clinique, et non les patients. Et quand les patients se sentent perdus, ils sont moins enclins à agir.

SIMPLIFIEZ VOTRE DISCOURS :

- Utilisez des analogies
- Racontez des histoires
- Donnez des exemples concrets ou des témoignages
- Évitez le jargon de l'industrie

Si vous souhaitez que le patient retienne vos recommandations, elles ne doivent pas se perdre dans la complexité.

Informez moins, ce n'est pas se soucier moins.

C'est communiquer plus intelligemment.

En écoutant attentivement, en parlant simplement et en guidant stratégiquement, les patients se sentent entendus, compris et confiants dans leurs décisions.

Merci de votre écoute. **PO**

Lead Up Training and Consulting, qui est spécialisée dans l'identification des lacunes opérationnelles, l'implantation de solutions et le développement du leadership. En plus de son travail chez Lead Up, Nancy agit également en tant que consultante pour Kleinman Performance Partners. Pour en savoir davantage, visitez : leaduptrainingandconsulting.ca

Au-delà de l'épuisement professionnel

Prévenir le burnout et favoriser le bien-être dans les cliniques d'optique canadiennes

PAR ROBERT DALTON

Le rôle d'un opticien diplômé est intrinsèquement lié au service à la clientèle et à la précision technique, une combinaison exigeante qui demande une concentration en continu, de l'empathie et du travail émotionnel. Pendant trop longtemps, la profession d'opticien s'est concentrée sur les résultats cliniques tout en négligeant une épidémie silencieuse touchant son atout le plus précieux : ses collaborateurs.

Dans le secteur canadien des soins de la vue, le burnout est élevé, alimenté par des volumes de patients incessants, la pression de répondre à la fois aux exigences cliniques et commerciales, et le coût émotionnel lié à la gestion de patients difficiles. Ce n'est pas uniquement une question de ressources humaines, c'est une crise de soins et de fidélisation des patients.

Le burnout, caractérisé par l'épuisement émotionnel, le cynisme et une diminution du sentiment d'accomplissement, est le principal facteur de rotation du personnel. Pour les propriétaires et gestionnaires de clinique, placer le bien-être du personnel au cœur des priorités doit passer d'un avantage agréable à une nécessité stratégique.



LES TROIS PILIERS DU BIEN-ÊTRE SYSTÉMIQUE

Pour répondre réellement à cette problématique, les cliniques d'optique doivent passer d'initiatives superficielles à des changements structurels qui réduisent le stress quotidien. Le vrai bien-être repose sur trois piliers fondamentaux : optimisation des flux de travail, sécurité psychologique et reconnaissance professionnelle.

1. Optimiser les flux de travail pour réduire la charge cognitive

De nombreux membres du personnel, de l'accueil aux opticiens, se sentent dépassés par des systèmes inefficaces. La gestion simultanée de tâches comme répondre au téléphone, vérifier les assurances, mettre à jour les dossiers électroniques et dispenser les lunettes crée une friction cognitive.

Stratégies concrètes : Automatiser les tâches administratives : Investir dans des logiciels qui gèrent les rappels de rendez-vous, le suivi des patients et les vérifications préliminaires des assurances. Cela libère les opticiens pour se concentrer sur les tâches à forte valeur ajoutée, en contact direct avec les patients.

Définir des transferts clairs : Mettre en place un processus documenté et standardisé pour le flux des patients. Par exemple, l'accueil gère uniquement l'enregistrement, le technicien s'occupe des pré-tests, et l'opticien se concentre sur la dispensation. La clarté réduit l'anxiété liée au multitâche.

Protéger les pauses : Instaurer une culture de pause déjeuner hors bureau. Les gestionnaires doivent encourager activement le personnel à prendre de vraies pauses déconnectées, loin de la surface de travail.

2. Cultiver la sécurité psychologique et le soutien

La journée d'un opticien est souvent dominée par le travail émotionnel, surtout lorsqu'il doit gérer des patients frustrés par les délais, les coûts ou des prescriptions complexes. Créer une culture de soutien est essentiel pour atténuer ce stress.

Stratégies concrètes : Tolérance zéro pour les abus : Autoriser le personnel à poser des limites. Assurez-vous que l'équipe sait que la direction soutiendra immédiatement le personnel en cas de comportement abusif, hostile ou discriminatoire d'un patient. La sécurité de l'équipe prime toujours sur un client difficile.

Prioriser un retour constructif : Eloignez-vous des évaluations punitives. Lorsqu'une erreur survient, demandez : « Quel système vous a fait défaut ? » plutôt que « Qu'avez-vous mal fait ? ». Cela transforme les défis en problèmes systémiques à résoudre ensemble plutôt qu'en échecs personnels, une approche qui améliore considérablement le moral.

Offrir des avantages en santé mentale : Vérifiez le plan d'avantages sociaux des employés. Assurez-vous qu'il couvre adéquatement les services de santé mentale, comme le soutien psychologique ou un programme d'aide aux employés (PAE).

C'est une ressource vitale pour le personnel confronté à un stress chronique ou à des difficultés personnelles.

3. VALORISER LE RÔLE PROFESSIONNEL ET FAVORISER LA CROISSANCE

Les opticiens qui se sentent bloqués ou sous-estimés sont les premiers à chercher ailleurs. La rétention est maximale lorsque les employés voient un avenir au sein de la clinique.

Stratégies concrètes : Investir dans la formation spécialisée : Financer ou offrir du temps pour la formation continue, notamment dans des domaines en forte croissance comme la gestion de la myopie ou l'adaptation avancée de lentilles de contact. Cela renforce la confiance professionnelle et augmente la valeur perçue de l'opticien pour la clinique.

Créer des parcours de progression clairs : Mettre en place un système structuré et hiérarchisé (par exemple : opticien junior, opticien senior, chef dispenseur) avec des augmentations reflétant les responsabilités, le salaire et titre. Une visibilité sur l'évolution de carrière est un puissant antidote à la stagnation professionnelle.

Reconnaître et récompenser : Au-delà du salaire, offrir régulièrement une reconnaissance publique pour les retours positifs des patients ou le soutien à l'équipe. Valoriser le travail accompli est un élément fondamental pour que le personnel se sente vu et apprécié.

Pour les cliniques d'optique canadiennes, un lieu de travail sain est un avantage concurrentiel ultime.

En misant sur un soutien systémique plutôt que sur des solutions superficielles, on investit non seulement dans nos équipes, mais on garantit également une meilleure qualité de soins pour les patients sur le long terme. **PO**

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.

Z O R P I O S C O R P I U S



OCTOBRE 23 - NOVEMBRE 22

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 du signe astrologique du mois.

Les Scorpions ont un magnétisme naturel. Lorsqu'ils entrent dans une pièce, les têtes se tournent, non pas parce qu'ils sont bruyants, mais parce qu'ils dégagent une intensité captivante. Pour ces signes d'eau passionnés, les lunettes ne sont pas qu'un accessoire ; elles prolongent leur aura mystérieuse.

Pensez à être audacieux, mais jamais frivole.

Les Scorpions sont attirés par les couleurs profondes et intenses : noir, bourgogne, bleu minuit, gris canon ou or rose.

Des montures aux lignes sculpturales, aux formes œil-de-chat marquées ou aux silhouettes géométriques reflètent leur style intrépide. Les lunettes de soleil surdimensionnées sont un incontournable pour les Scorpions ; elles leur permettent de dissimuler leur regard... jusqu'à ce qu'ils décident de le révéler.

La qualité de fabrication est essentielle. L'acétate haut de gamme aux textures marbrées, le titane au fini industriel ou les surfaces mates évoquent leur goût pour la profondeur et le mystère. Il suffit de penser à des Scorpions célèbres comme Leonardo DiCaprio, Kendall Jenner, Ryan Gosling et Anne Hathaway, tous reconnus pour leurs choix de lunettes qui attirent l'attention.

Pour les hommes : des aviateurs anguleux ou des montures rectangulaires affirmées.

Pour les femmes : des œil-de-chat bien définies ou de grandes montures rondes avec des verres dégradés.

Ajoutez des verres polarisés ou photochromiques, les Scorpions adorent la technologie discrète. **PO**



Alessandro
par Vint & York



SF3041E
par Ferragamo



4640
par Andy Wolf



MV229 par
Miga Studios



KL6214
par Karl Lagerfeld



OPTOMETRY
giving **sight**

Défi de la Journée mondiale de la vue 2025

AIDEZ DES ENFANTS COMME KAEYTON À VOIR



Participez au Défi de la Journée mondiale de la vue et aidez plus de 1 milliard de personnes de partout dans le monde qui, comme Kaeyton, ont de la difficulté à voir, simplement parce qu'elles n'ont pas accès à un examen de la vue et à des lunettes.

Au cours des 20 dernières années, les dons à Optometry Giving Sight ont financé des projets de vision qui ont touché environ 15 millions de personnes dans plus de 50 pays.

	Subventions accordées	200+
	Professionnels de l'optométrie formés	14,000+
	Centres de la vue établis	200+
	Écoles d'optométrie fondées	14
	Pays touchés	50+
	Personnes touchées	15 MILLION

IL EST FACILE DE PARTICIPER AU DÉFI

- ✓ Lancez votre propre collecte de fonds en ligne
- ✓ Organisez une activité de collecte de fonds dans votre clinique, votre école ou votre entreprise
- ✓ Faites un don qui permettra de changer



DÉFI DE LA JOURNÉE MONDIALE DE LA VUE
SEPTEMBRE ET OCTOBRE 2025

givingsight.org/fr/wsdc