

# PRISME OPTIQUE

Septembre 2022 | Vol. 40 | No. 9



**POLICE**

x

**BULLET  
TRAIN**

EXCLUSIVELY IN CINEMAS



**EREDITÀ**  
EYEWEAR

**FRAME  
THE ACTION.**





# EREDITÀ

EYEWEAR

## FIÈREMENT CANADIEN, INDÉPENDANT ET FAMILIAL

Depuis le premier jour, la famille et le patrimoine ont été au centre de notre vision - être le distributeur indépendant de choix pour des lunettes de haute qualité et très tendance au Canada, à des prix compétitifs, avec un service et un soutien chaleureux et local.

## UNE QUALITÉ SUR LAQUELLE VOUS POUVEZ COMPTER

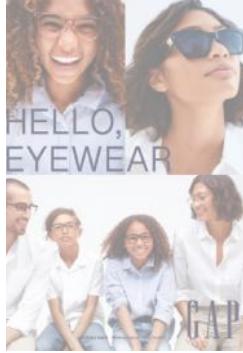
Nous sommes convaincus que lorsqu'il est question de lunettes, la qualité compte. C'est pourquoi notre mission est de vous fournir des lunettes fabriquées selon les normes les plus élevées, représentant des marques parmi les meilleures au monde.

Nos gammes de produits, adaptées à tous les âges, formes, tailles et gamme de prix, sont endossées par une généreuse garantie et une politique d'échange sans faille.

## UN SERVICE DE CONFIANCE

Nos équipes de vente, de service et de traitement des commandes basées au Canada accordent la priorité au soutien des détaillants indépendants d'optique et s'engagent à offrir un service exceptionnel et personnalisé. Nous reconnaissons l'importance de garder les indépendants, indépendants, et nous nous engageons à mettre en place des programmes et nous allons innover pour offrir un service continual de valeur à nos partenaires.

**FURLA**  
SINCE 1927 ITALY



SALES@EREDITAEYEWEAR.COM | 855.793.3937

Scannez le code QR pour en savoir plus ou visitez notre site [www.ereditaeewear.com](http://www.ereditaeewear.com)

# PRISME OPTIQUE

Septembre 2022 | Vol. 40 | No. 9

## TOUJOURS SAUVAGE

Etnia Barcelona  
célèbre 20 années

STYLISER  
DES LUNETTES  
Conseils et astuces  
d'experts

## LA TRANSITION DU PATIENT

Vendre à 5% de plus de patients

LENTILLES  
DE CONTACT  
TENDANCE



Lunettes  
HAUTE  
COUTURE

# LUXE

Montures Designer ornées de détails luxueux  
vont faire tourner les têtes



Ralentit la  
progression de  
la myopie de  
**60%<sup>†</sup>**

**La recherche suggère que le risque de maladies oculaires pouvant conduire à la cécité double avec une prescription aussi faible que -2,00D.<sup>1</sup>**

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

<sup>†</sup> Lam CSY, Tang WC, Lee RPK, Chun RKM, To CH. A randomized clinical trial for myopia control – use of myopic defocus spectacle lens. 8th International Congress of Behavioral Optometry (ICBO), 26-29 of April 2018, Sydney, Australia.

1. Gifford K. Preparing Your Practice for the Myopia Control Stampede. Contact Lens Spectrum, Volume: 31, Issue: June 2016, page(s): 20-23, 25, 55. <https://www.clspectrum.com/issues/2016/june-2016/preparing-your-practice-for-the-myopia-control-stampede>.

MiYOSMART est non disponible aux États-Unis d'Amérique.



# PRISME OPTIQUE

Septembre 2022 | Vol. 40 | No. 9

## EDITORIAUX

### 32 Le style en toute confiance

Comment créer une expérience sur mesure pour aider les clients à tomber en amour de leurs montures

Par Amanpreet Dhami

### 38 STYLISEZ LES YEUX

Looks luxe

Par Suzanne Lacorte

### 40 Retenir l'attention

Les lentilles de contact fashion ont fait leur entrée dans le grand public

Par David Goldberg

## CHRONIQUES

### 26 VISIBILITÉ

Sauvage à jamais

### 44 GROS PLAN

Salut au Chef

Par David Goldberg



opticalprisme.ca

EN COUVERTURE :  
Jimmy Choo LEAH/S de Safilo



### 46 PERSPECTIVES

Montures et verres

Fonctionnels et tendance

Par le Dr. Harry Bohnsack, CAO

### 50 RÉVÉLATIONS

La transition du patient

Par Nancy Dewald, Lead Up

Training and Consulting

### 52 PERSPECTIVES MARKETING

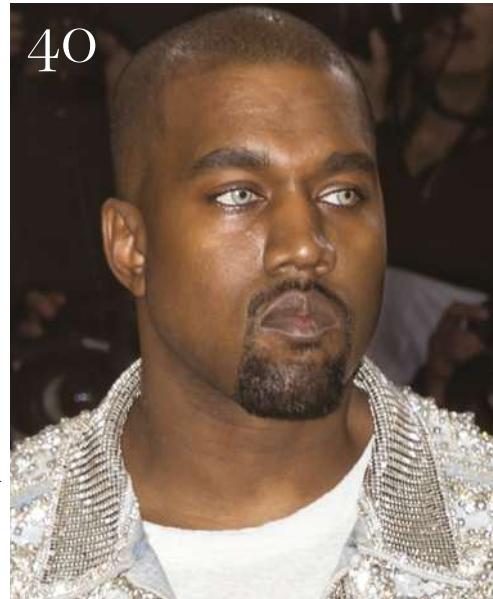
Comment utiliser Instagram

Stories & Reels

Par Cole Currie,

Marketing4ECPs

40



shutterstock.com/Ovidiu Hrubaru

## RUBRIQUES

### 4 Calendrier

### 6 Lettre de la Rédactrice

### 8 Vision et voix

### 10 Regard Actuel

### 28 À hauteur des yeux

### 48 Nouvelle Génération

### 54 Dernier coup d'œil

## PROCHAIN NUMÉRO

➤ Formation à la vision sportive

➤ Lunettes spécifiques pour le sport

# PRISME OPTIQUE

## RÉDACTRICE

Suzanne Lacorte

289.678.1523 x 1 • [slacorte@opticalprism.ca](mailto:slacorte@opticalprism.ca)

## RÉDACTEUR ASSOCIÉ

Nick Samson

289.678.1523 x 2 • [nsamson@opticalprism.ca](mailto:nsamson@opticalprism.ca)

## VENTES ET PUBLICITÉ

Kathleen Irish

289.678.1523 x 5

[kirish@opticalprism.ca](mailto:kirish@opticalprism.ca)

## ÉDITRICE EN CHEF

Janet Lees

[janet.lees@opticalprism.ca](mailto:janet.lees@opticalprism.ca)

## ÉDITEUR ADJOINT

David Goldberg

[dgoldberg@opticalprism.ca](mailto:dgoldberg@opticalprism.ca)

## DIRECTRICE DE LA CRÉATION

Suzanne Lacorte

[slacorte@opticalprism.ca](mailto:slacorte@opticalprism.ca)

## DIRECTRICE ARTISTIQUE

Cathryn Haynes

[cat.haynes@opticalprism.ca](mailto:cat.haynes@opticalprism.ca)

## RESPONSABLE DU CONTENU NUMÉRIQUE

Samantha Budd

[sbudd@opticalprism.ca](mailto:sbudd@opticalprism.ca)

Optical Prism (ISSN 0824-3441) est publié 12 fois par an par Quince Communications Inc.

## RESPONSABILITÉS

Quince Communications n'est pas responsable des opinions ou déclarations de ses rédacteurs ou contributeurs.

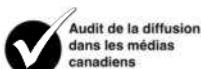
Tous droits réservés. La reproduction de tout article, photographie ou œuvre artistique est strictement interdite.

## ABONNEMENTS

Les abonnements non-payés à *Optical Prism* sont limités aux optométristes, aux opticiens, aux ophtalmologues et aux acheteurs et cadres clés des sièges sociaux de chaînes de magasins de détail. Toutes les autres personnes peuvent s'abonner aux tarifs annuels indiqués ci-dessus.

## ADMINISTRATEUR DE COURRIER

Envoyez les changements d'adresse à *Optical Prism*, 564 Rosedale Cres, Suite 100, Burlington, Ontario, Canada L7N 2T1 ou par courriel à [info@opticalprism.ca](mailto:info@opticalprism.ca).



Numéro d'enregistrement de la TPS : 88541 6529 RTOO1.  
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](mailto:info@opticalprism.ca)

## CALENDRIER DES ÉVÉNEMENTS

### SEPTEMBRE

**Du 14 au 17 septembre 2022**

**Événement :** Vision Expo West

**Lieu :** Las Vegas, Nevada

**Site Web :** [west.visionexpo.com](http://west.visionexpo.com)

**Du 23 au 26 septembre 2022**

**Événement :** SILMO Paris

**Lieu :** Paris, France

**Site web :** [silmoparis.com](http://silmoparis.com)

### OCTOBRE

**Le 16 octobre 2022**

**Événement :** Optifair Canada

**Lieu :** Vaughan, Ontario

**Site Web :** [aoece.com](http://aoece.com)

**Du 19 au 21 octobre 2022**

**Événement :** Vision Plus Expo

**Lieu :** Dubaï, Émirats Arabes Unis

**Site Web :** [vpexpodubai.com](http://vpexpodubai.com)

### NOVEMBRE

**Du 11 au 13 novembre 2022**

**Événement :** Sommet de l'innovation sur la sécheresse oculaire

**Lieu:** Toronto, Ontario

**Site Web:** [dryeyesummit.ca](http://dryeyesummit.ca)

### 2023 JANVIER

**Du 27 au 29 janvier 2023**

**Événement :** Opti 2023

**Lieu :** Munich, Allemagne

**Site web :** [opti.de](http://opti.de)

### 2023 MARS

**Du 16 au 19 mars 2023**

**Événement :** Vision Expo East

**Lieu :** New York, New York

**Site Web :** [east.visionexpo.com](http://east.visionexpo.com)

### 2023 SEPTEMBRE

**Du 8 au 10 septembre 2023**

**Événement :** 4<sup>e</sup> Congrès mondial de l'optométrie

**Lieu :** Melbourne, Australie

**Site web :** [worldcouncillofoptometry.info](http://worldcouncillofoptometry.info)



Verres  
Lumino  
Intelligents

PLUS DE STYLE SOUS  
LE SOLEIL RADIEUX

PLUS DE STYLE SOUS  
LE SOLEIL ÉBLOUSSANT

Rehaussez votre look cet été avec les cinq teintes miroirs époustouflantes *Transitions<sup>MD</sup> Style Miroirs* et la nouvelle génération de verres *Transitions<sup>MD</sup> XTRActive<sup>MD</sup>*. Mariez l'une des cinq teintes à votre monture préférée pour un look personnalisé et facile à porter, peu importe où la saison vous mène. Ces verres extra foncés offrent la meilleure protection contre la lumière qui soit.<sup>1</sup>

XTRACTIVE<sup>®</sup>  
NEW GENERATION



Style  
**MIRRORS**



Les plus foncés par temps chaud<sup>2</sup>

Les plus foncés dans la voiture<sup>2</sup>

Bloquent entièrement les rayons UVA et UVB<sup>3</sup>



Style Miroir Argent



Style Miroir or Flash



Style Miroir Cuivre



Style Miroir Bleu-Vert



Style Miroir Bleu-Violet

<sup>1</sup>Catégorie photochromique claire à extra foncée. Verres en polycarbonate et gris 1.5 testés à 23 °C derrière le pare-brise, atteignant entre 18 % T et 43 % T.

<sup>2</sup>Sont les plus sombres par temps chaud et en voiture, et offrent la meilleure protection contre la lumière bleue dans toutes les situations de luminosité parmi les verres photochromiques clairs à extra-foncés.

<sup>3</sup>La nouvelle génération de verres *Transitions XTRActive* bloque la lumière bleue nocive jusqu'à 34 % à l'intérieur et jusqu'à 90 % à l'extérieur. Le spectre de la « lumière bleue nocive » est compris entre 380 nm et 460 nm. Selon des tests réalisés sur des verres gris en polycarbonate à 23 °C.



Lorsque j'ai pris les rênes d'*Optical Prism* en tant que propriétaire et rédactrice en octobre 2020, je voulais améliorer l'expérience du lecteur, accroître la portée du magazine, promouvoir les créateurs de lunettes indépendants, offrir aux annonceurs de meilleures opportunités et, enfin, devenir un magazine national véritablement inclusif en publiant une version française d'*Optical Prism*.

Nous avons fait de grands progrès dans la réalisation de nos quatre premiers objectifs, et les réactions ont été remarquables. Ce mois-ci, j'ai le plaisir de vous présenter *Prisme Optique* ([prismeoptique.ca](http://prismeoptique.ca)), qui nous permet de partager notre contenu avec la communauté francophone ECP à travers le Canada.

*Prisme Optique* sera publié mensuellement en numérique et offrira le même niveau de contenu informatif, de belles images et d'opportunités de publicité qu'*Optical Prism*.

Nous espérons que nos lecteurs francophones l'apprécient, et nous vous invitons à nous faire part de vos commentaires concernant la traduction. Envoyez-moi un courriel à [slacorte@opticalprism.ca](mailto:slacorte@opticalprism.ca) pour me faire part de vos réflexions.

Dans les publications précédentes, nous avons évoqué l'aspect pratique et fonctionnel de la lunette, en explorant divers sujets allant de la santé oculaire à la technologie des verres. Ce numéro est consacré à la mode et au luxe, car les clients veulent des lunettes qui non seulement servent leur fonction, mais qui sont aussi très belles. La dernière arrivée dans notre équipe, la rédactrice Amanpreet Dhami, met à profit sa vaste expérience en rédaction dans le domaine de la mode et de la beauté pour notre article d'ouverture, en partageant les conseils d'experts

sur la façon d'offrir à vos clients des lunettes qui correspondent à leurs goûts personnels et qui sont superbes. Après tout, des clients satisfaits sont des clients fidèles qui vous recommandent à leurs amis.

Les lentilles de contact ont également fait leur entrée dans le monde de la mode et ne sont plus reléguées au rang de nouveauté. Dans notre deuxième article, David Goldberg, Éditeur Adjoint, examine les lentilles de contact disponibles aujourd'hui sur le marché qui peuvent tout faire, du changement de la couleur des yeux à les faire paraître plus grands.

Ce numéro éveillera également vos sens à travers nos rubriques Looks Luxueux et Nouveaux Looks, qui mettent en lumière les nouveaux modèles tendances et luxueux à ajouter à vos collections. Et bien sûr, dans nos colonnes régulières, les experts de Lead Up Training and Consulting, de l'Association Canadienne des Optométristes et de Marketing4ECP partagent leurs conseils pour la réussite.

Il s'agit d'un numéro amusant et informatif, et nous espérons que vous en retirerez autant que nous avons mis de temps à le créer.

Lorsque nous ne travaillons pas sur le magazine, nous sommes généralement sur la route pour découvrir le secteur et rencontrer nos lecteurs et annonceurs. Ce mois-ci, nous nous rendrons à Las Vegas pour Vision Expo West. Nous sommes impatients de revoir de vieux amis et d'en faire de nouveaux, tout en explorant de nouveaux styles de lunettes, de nouvelles modes et de nouvelles technologies, que nous partagerons avec vous dans les prochains numéros.

Je tiens à remercier nos lecteurs, nos collaborateurs, nos annonceurs et toute l'équipe d'*Optical Prism/Prisme Optique* pour avoir aidé OP/PO à poursuivre sa croissance et son évolution en tant que principal magazine canadien destiné aux professionnels de la vue. Nous avons beaucoup de sujets à partager avec vous au cours des prochains mois.

Allons-y ensemble !

SUZANNE LACORTE, Rédactrice

**f** **in** **opticalprism.ca/subscribe-now**

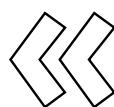
*Suivez-nous sur les médias sociaux et inscrivez-vous à notre liste de diffusion pour recevoir les dernières nouvelles sur les lunettes et les soins oculaires.*



Calvin Klein



# COMMENT DÉFINISSEZ-VOUS LA LUNETTERIE DE LUXE ?



Je définis la lunetterie de luxe comme un accessoire de mode exclusif qui reflète magnifiquement l'identité de soi si unique. Les lunettes de luxe sont un investissement réfléchi qui valorise toute l'image d'une personne, et elles sont appréciées et portées pendant bien des années. C'est un accessoire de mode intemporel qui procure un style individuel et personnel, suscite des émotions et souligne une attitude confiante lorsqu'il est porté sur le visage. »

WENDY BUCHANAN, *styliste de lunettes, Perceptions Eyewear Inc.*



« Le luxe en lunetterie est plus qu'une question de confort et de sensation que vous procure une monture en soulignant la meilleure version de vous. L'unicité de la pièce et la manière avec laquelle elle souligne votre personnalité et votre style peuvent rendre une monture luxueuse peu importe le prix. »

KYLE JACKSON,  
*Directeur Général// Opticien Agréé,  
frankly Eyewear*

« L'élément central des lunettes de luxe est le design, avec une attention particulière portée aux détails, elles sont fabriquées à la main en Europe avec des matériaux de haute qualité. Elles ne sont pas vendues aux masses. »

GISELE KLEIN,  
*Propriétaire, Impressive Eyewear,  
Surrey, CB*

« Lorsque j'aperçois une paire de lunettes qui inspire beauté et élégance et faite de textures riches qui flattent mon apparence, c'est pour moi la définition de la lunetterie de luxe. »

SUZANNE SENDEL, *Distributeur de lunettes et designer d'accessoires,  
Agence Suzanne Sendl*

« La lunetterie de luxe est bien plus qu'une paire de lunettes de soleil, elle incorpore le savoir-faire, le design et la technologie qui sont utilisés dans la création d'un produit de luxe. Le luxe n'est pas une mode, c'est un classique qui représente une élégance et un style intemporels, il définit ce que va ressentir la personne qui va porter votre produit. »

LOUIS LE CHEVALIER, *Responsable Marketing & Communication Serengeti, France*



# DYNAMISER VOTRE BUREAU. SOUTENIR VOTRE SUCCÈS.

## L'essentiel d'EssilorLuxottica 360<sup>MC</sup>

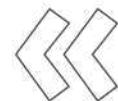
Découvrez EssilorLuxottica 360, un nouveau programme proposé par EssilorLuxottica, conçu pour aider votre bureau à augmenter le nombre de patients et votre visibilité, améliorer l'expérience patient tout en maximisant votre rentabilité. Le programme offre un soutien à 360 degrés aux professionnels de la vue indépendants combiné à certaines marques de montures reconnues par les patients et à notre technologie de verres avancée.

**En savoir plus :**  
**[ca.360.EssilorLuxottica.com](http://ca.360.EssilorLuxottica.com)**

Veuillez contacter votre représentant des ventes Luxottica ou votre conseiller d'affaires Essilor pour plus de détails.

VICTORIA BECKHAM  
EYEWEAR

Regard  
ACTUEL



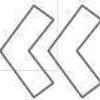
*Le logo Victoria Beckham répandu sur la tempe gauche et les nouvelles garnitures sur les coins supérieurs offrent un marquage discret.*





VB642S

*Dans la nouvelle collection Crystal & Glitter, les ornements chatoyants ajoutent une touche ludique aux lunettes.*



JC354

## VICTORIA BECKHAM

Les lunettes audacieuses et sophistiquées continuent un élément clé de l'esthétique Victoria Beckham, offrant une nouvelle touche au style distinctif de la maison. Les montures sont fabriquées dans des matériaux de qualité supérieure et agrémentées de détails subtilement raffinés, tels que les garnitures métalliques caractéristiques.

Un profil simple aux lignes audacieuses donne à la VB642S une touche forte et raffinée, incarnant la silhouette masculine de l'ADN de la marque. Le logo Victoria Beckham apparaît subtilement sur la tempe gauche, tandis que les nouvelles garnitures métalliques font discrètement référence à la griffe Victoria Beckham. Disponibles en Noir Classique, Bleu Havana, Argent et Ivoire.

Les lunettes VB2635 sont un modèle optique en acétate qui atteint l'équilibre parfait avec un profil fort, adouci par des facettes architecturales pour une silhouette élégante. Le logo Victoria Beckham répandu sur la tempe gauche et les nouvelles garnitures sur les coins supérieurs offrent un branding discret. Disponibles en Bleu Havana, Noir et Caramel.

Pour plus d'informations, contactez votre représentant Marchon ou visitez : <https://marchon.com/fr/>

## JIMMY CHOO

La gamme de lunettes de soleil et de produits optiques Automne/Hiver 2022 de Jimmy Choo reflète l'esprit glamour de la maison de design. Dans la nouvelle collection Crystal & Glitter, les embellissements chatoyants ajoutent un côté ludique aux designs directionnels, tandis que les montures intemporelles en acier et en acétate ont été totalement refaites en blocs et en paillettes dégradées.

Les lunettes JC354 en acier inoxydable présentent des montures subtilement carrées, rehaussées de paillettes appliquées manuellement. Disponibles en or cuivré avec insert en tissu poudre nude et embout transparent nude, ou en face avant or rose avec insert en tissu poudre or et embout brun havane.

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



## VERSACE ENFANTS

Versace Eyewear a présenté sa première collection pour enfants. La première collection comprend des modèles optiques et solaires classiques pour garçons et filles, dans des couleurs vives et éclatantes, pour une métamorphose en mini-moi.

Ressuscité des archives, le modèle VK4428U est une monture ovale en acétate, ornée de deux médaillons Medusa sur les tempes, pour une mini-Allure. Ce modèle est disponible en fuchsia avec des verres gris foncé, et en violet transparent avec des verres violet clair.

Le design original de Medusa Biggie se transforme en mini-modèle avec la VK4429U, une forme irrégulière en acétate conçue pour les garçons et les filles. L'emblématique médaillon Medusa de Versace est appliqué sur la branche pour un style inimitable et adapté aux enfants. Cette monture solaire existe en rouge ou en vert fluo avec des verres gris foncé.

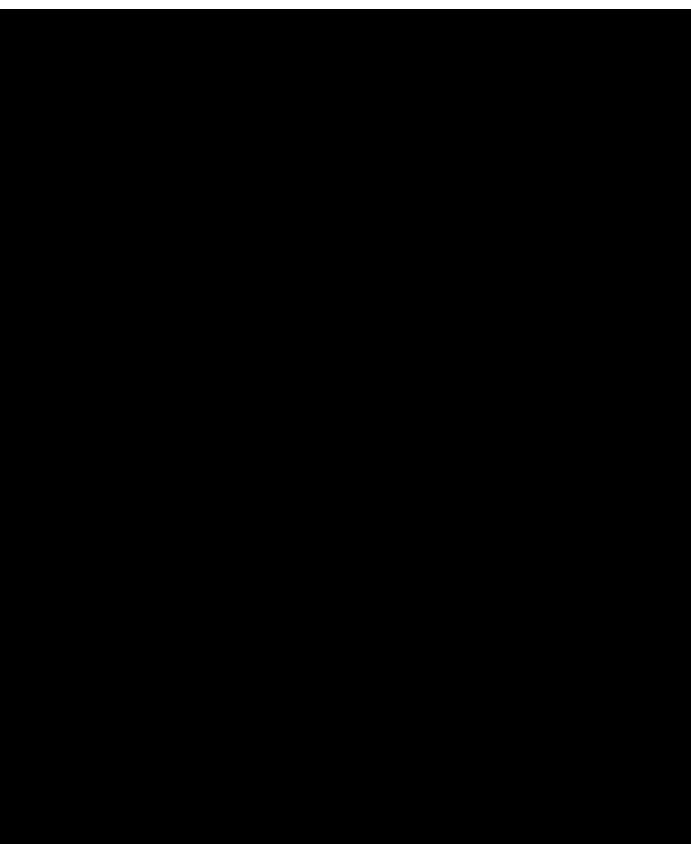
Pour un look d'icône rock, la VK3323U a une forme panthos et présente le médaillon Butterfly Medusa sur les tempes, dont la couleur est coordonnée à celle de la monture en acétate. Ce modèle optique est disponible en deux tailles et trois couleurs : rose transparent, fuchsia pailleté et noir.

**Pour plus d'informations, contactez  
votre représentant Luxottica ou visitez :**  
[luxottica.com](http://luxottica.com)





MARC JACOBS  
EYEWEAR



F-3701

## FYSH

Nouveauté de FYSH, F-3697 est un œil de chat surdimensionné et angulaire en acier inoxydable. L'arcade sourcilière colorée offre un look homogène et superposé, tandis que les extrémités des branches allongées en acétate assorties avec des embouts décoratifs offrent une finition polie. Disponible en Noir Magenta, Bleu Marin Ciel, Ardoise Blush, et Aubergine Océan.

Inspirées de la tendance directrice de mode Supercharged Crafts, les lunettes F-3698 sont soigneusement conçues avec des détails complexes. Fabriquée avec de l'acétate italien Mazzucchelli de haute qualité, cette monture audacieuse a un laminage personnalisé sur l'arcade supérieure pour donner une allure cinématographique.

La finition laquée brillante de la F-3699 respire le luxe, avec un motif diagonal en deux étapes le long des branches. Et le motif tactile texturé de la F-3701 s'associe à un effet ombré spécial. La façade monobloc en acier inoxydable de ces deux modèles garantit la légèreté du design.

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



F-3698



F-3699



# FYSH

Modèle Présenté : F-3696



VISION  
EXPO | KIOSQUE  
P17019

## ETNIA BARCELONA

Les nouveaux modèles de la collection Vintage d'Etnia Barcelona

Les nouveaux modèles de la collection Vintage d'Etnia Barcelona rendent hommage aux vibrations, aux formes et aux matériaux des années 1930-60. Les formes classiques d'inspiration vintage ont été rééditées pour créer des icônes modernes avec une touche de sophistication.

Les détails comprennent des branches en métal avec des motifs Art déco et des garnitures classiques d'inspiration vintage avec des points de couleur et des épingle dorées, qui changent d'un modèle à l'autre.

La collection comprend des acétates naturels dans des couleurs classiques comme le noir, havane et écaille ainsi que des couleurs plus contemporaines comme le vert bouteille, le marron ou le miel. Une douzaine de couleurs uniques contrastées par des éclairs, des épis de maïs, des textures "corne" ou des éléments inspirés de Wimbledon sur la face des lunettes.

**Pour plus d'informations, contactez votre représentant Etnia Barcelona ou visitez : [etniabarcelona.com](http://etniabarcelona.com)**





A L O H A



MODÈLE: MJO2221-01

*Ce sera une belle journée.*

Délais de traitement des commandes de prescription et de réparation parmi les meilleurs de l'industrie  
Meilleur service à la clientèle de sa catégorie — Remplacement gratuit des plaquettes et des branches et soutien convivial par téléphone  
Nouveau programme multi-paires — Contactez votre chargé de compte Maui Jim pour en savoir plus

VISITEZ-NOUS AU VISION EXPO WEST (ESPACE 35-312 AU VENETIAN) POUR VOIR NOS NOUVELLES COLLECTIONS DE MONTURES



SCHF82

## CHOPARD

Renommée pour ses montres, bijoux et accessoires de luxe depuis plus de 150 ans, la lunetterie Chopard est marquée par une étude du détail sophistiquée.

Le modèle SCHF82 est un modèle de lunettes de soleil aviateur pour homme en fibre de carbone et en métal, avec une texture en relief sur le pont et les branches. Disponible en or, en bronze ou en argent.

**Pour plus d'informations, contactez votre représentant commercial Eredità ou visitez: [ereditaeyewear.com](http://ereditaeyewear.com)**

## LAIBACH & YORK

Fondées en 2013 en Slovénie, les lunettes Laibach & York sont conçues et fabriquées en petits lots. La collection de la griffe de luxe comprend des modèles intemporels ainsi que des silhouettes et des teintes modernes, avec de l'acétate italien et des charnières européennes.

Le modèle Ottawa présente des feuilles d'or 24 carats laminées dans la monture, ainsi que des charnières plaquées or 24 carats.

Chaque cadre est fabriqué à la main selon un processus unique qui prend quelques mois du début à la fin pour une réalisation glamour. Les feuilles d'or sont délicatement placées à la main sur de l'acétate de cellulose italien de première qualité, puis un polissage quadruple pour obtenir une finition brillante. Ce processus long et fastidieux garantit que chaque cadre est unique.

**Pour plus d'informations, contactez votre représentant Laibach & York ou visitez : [laibach-york.com](http://laibach-york.com)**

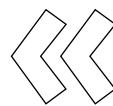


Ottawa

MOOD  
© & ®

A close-up, slightly blurred photograph of a person's face, focusing on the eyes and nose. The person is wearing white-rimmed sunglasses. The lighting is warm and moody.

GIGIStudios



*Je suis un mordu de Prada et je pense qu'ils ont de superbes lunettes. Même si je n'ai pas besoin de lunettes, je les porte en accessoire de mode.*

-TONY VINCENT



OPR\_09YV



PRADA

Cette monture optique de la nouvelle collection Emblème Prada affiche un design audacieux et des volumes épais. Les géométries de la silhouette sont atténuées sur la face avant, rehaussées par des nuances vives de La Havane. Disponible en Noir, en Écaille, en Écaille Bleu Sarcelle, en Écaille Miel et Écaille combinant Noire + Rose.

Pour plus d'informations, contactez votre représentant Luxottica ou visitez le site [luxottica.com](http://luxottica.com)

# PARADIGM

PARADIGM 'BALDWIN' / KENMARKEYEWEAR.COM

VOIR LES NOUVEAUX  
STYLES CHEZ  
SILMO - 5A E 150



Attica



Martina



Erikas

## VERA WANG

La nouvelle collection Luxe est centrée sur des laminations d'acétate créées sur mesure et des coupes angulaires sur l'acétate et le métal. Les cristaux sont placés dans de nouveaux plans sculptés dans le matériau, ce qui donne aux modèles dimension et brillance. Les formes s'inspirent du passé, mais sont raffinées pour un propriétaire moderne sensible au chic.

Attica est un style de lunettes œil de chat très tendance, avec des branches en métal et une double rangée de chantons. Disponible en : Écaille dorée, Corne Blush, et Écaille fumée. Chaunte est un modèle géométrique glamour et surdimensionné, avec des détails en cristal sur le devant. Disponible en Or Rose, Or Brillant et Noir Mat. Martina est un modèle métallique carré surdimensionné avec des cristaux sur les branches. Disponible en Emeraude, Or Rose et Noir. Sheryl est un modèle carré surdimensionné en acétate avec une rangée de cristaux sur les branches. Disponible en Noir, Dove, et Désert.

**Pour plus d'informations, contactez  
votre représentant Kenmark ou visitez :  
[kenmarkeyewear.com](http://kenmarkeyewear.com)**

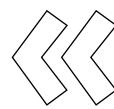


Chaunte

*Silhouette*

EMPOWERED  
BY LIGHTNESS





*Cette élégante monture Tory Burch surdimensionnée présente une géométrie audacieuse, un profil tubulaire, des couleurs ton sur ton color-block et des capuchons métalliques.*



TY 9072U

## TORY BURCH

Cette monture élégante et surdimensionnée Tory Burch présente une géométrie audacieuse, un profil tubulaire, des couleurs ton sur ton color-block et des capuchons métalliques. Un logo Eleanor est appliqué sur l'embout pour une touche de brillance. Ce modèle est décliné en trois combinaisons de couleurs : Écaille foncé/noir avec des branches noires et des verres dégradés bruns ; beige transparent/ivoire avec des branches ivoires pleines et des verres dégradés beiges, et marine transparent/marine avec branches marine pleines et des verres dégradés gris-bleu.

**Pour plus d'informations, contactez votre représentant Luxottica ou visitez le site luxottica.com**



# MOREL

LUNETIER FRANÇAIS DEPUIS 1880



LOOKING FORWARD SINCE 1880

[morelcanada.com](http://morelcanada.com) • 1-800-361-5045 • 514-731-6841

# ÉTAT SAUVAGE

Le Groupe SOI présente un défilé grandiose pour les 20 ans d'Etnia Barcelona

**L**e Fairmont Le Reine Elizabeth avait des airs de savane le vendredi 12 août dernier, alors que le Groupe SOI a présenté un défilé haut en couleur, animé par Benoît Gagnon, pour célébrer les 20 ans d'Etnia Barcelona. C'est dans un décor végétal impressionnant sous le thème « État sauvage » que les mannequins, habillés par le styliste montréalais de renommée internationale Cary Tauben, ont défilé sur la passerelle avec les montures des



quatre marques d'Etnia Eyewear Culture Group : Etnia Barcelona, ALLPOETS, lool et The Readers.

De nombreux optométristes et opticien(ne)s provenant de différentes cliniques membres du Groupe SOI ont rempli l'Espace C2 et profité d'une vue époustouflante sur la Ville de Montréal. Pour l'anniversaire de la maison espagnole, chacun a eu la chance de découvrir les montures tendance de l'heure et en primeur, les nouveautés de l'automne 2022.

« Nous sommes fiers de compter Etnia Eyewear Culture Group parmi nos précieux partenaires. Être membre du Groupe SOI, c'est profiter de la force du réseau et participer à des événements comme celui-ci, nous permettant de nous rassembler et d'échanger ensemble », souligne Patrice Lacoste, le président et chef de la direction du Groupe SOI. **PO**



Patrice Lacoste, Président et Chef de la direction du Groupe SOI et Benoît Gagnon, animateur de la soirée

Le groupe Etnia Eyewear Culture reste engagé en faveur de l'art et de la culture, et renforce ses deux piliers stratégiques, à savoir l'innovation technologique et le développement durable pour la planète. La marque mère, Etnia Barcelona, a fêté son 20e anniversaire avec le lancement de la collection capsule Heritage XX Anniversary. **Pour plus d'information, visitez [etniabarcelona.com](http://etniabarcelona.com).**



#BEANARTIST

Braganza WHGR, Romanova WHOG, Saboya WHFU, Medinaceli WHBL

Photo: Michal Pudelka

Etnia  
Eyewear  
Culture

etnia Q. BARCELONA

# A hauteur des YEUX

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



**1** **FREE SPIRIT** par Le Kevin a deux ajouts à ses porte-lunettes exclusifs de luxe - Kevin Pin et Kevin Rock. Il suffit de les épinglez au revers de votre veste pour suspendre vos lunettes.

Fabriquées à la main en Italie en argent et en émail, les épingles sont disponibles dans une gamme de couleurs vives de bijoux. Kevin Pin est la sœur élégante avec des pierres précieuses ton sur ton en véritable spinelle blanche et noire, tandis que Kevin Rock est une épingle solide et épineuse avec du caractère.

[lekevin.co.uk](http://lekevin.co.uk)

**2** Soothe sans Agents de Conservation Allergies + Yeux secs de **BAUSCH + LOMB** offre un traitement à double action aux personnes souffrant de conjonctivite allergique et de sécheresse oculaire. Cette solution en gouttes oculaires contient 2 % d'éctoine, une substance naturelle qui forme une barrière d'eau empêchant ainsi les allergènes d'atteindre les récepteurs qui causent l'inflammation, et de l'acide hyaluronique, un hydratant naturel éprouvé en clinique qu'on retrouve dans les structures d'un œil humain en santé. [sootheeyedrops.ca/fr-ca/produits/](http://sootheeyedrops.ca/fr-ca/produits/)



**3** Les chaînes **FOR ART'S SAKE** sont magnifiquement fabriquées à la main pour accentuer et rehausser toute lunette. Ces chaînes pour lunettes sont faites de matériaux haut de gamme disponible en plusieurs options comme l'or 18 carats, le palladium, le cuir, les perles d'eau douce et l'acétate végétal. Elles sont conçues pour faire de ces colliers deux accessoires en un, pouvant être ainsi portées de multiples façons différentes. [fasforartssake.com](http://fasforartssake.com)



**4** Rehaussez les murs de votre salle d'attente, de votre bureau ou de votre salle d'examen avec ces décalcomanies murales en vinyle faites main de **WALL STAR GRAPHICS**. Les choix incluent des tableaux de tests oculaires, des lunettes, des yeux, des cadres, 20/20, bienvenue, etc. Vous pouvez également commander un texte personnalisé avec votre nom ou tout ce que vous souhaitez exprimer. [etsy.com/ca/listing/202302320](http://etsy.com/ca/listing/202302320)

# RENDEZ-VOUS À L'EXTÉRIEUR

PROFITEZ DU SOLEIL AVEC UNE VISION PARFAITE !

LENTELS SOLAIRES RX POLARISÉES RODENSTOCK



**Centennial**  
toujours en vue

Pour plus de renseignements, veuillez communiquer avec  
votre représentant en lentilles de l'Optique Centennial.  
[www.centennialoptical.com](http://www.centennialoptical.com)

**R**  
RODENSTOCK



**LORENZO MARTINELLI**

CD, Partenaire détaillant, Specsavers Kitsilano

### UN PARCOURS UNIQUE VERS LA PROPRIÉTÉ

Lorenzo Martinelli a commencé sa carrière d'opticien en France, il a pratiqué l'ophtalmologie dans cinq pays et il est aujourd'hui partenaire de vente au détail et propriétaire d'un magasin d'optique Specsavers à Vancouver, au Canada.

Lorsque Lorenzo a découvert l'optométrie, il a tout de suite aimé le lien qui existe entre la vente au détail et les soins oculaires. Assister les gens à apprécier leur apparence, tout en améliorant leur vision, est un sentiment vraiment satisfaisant. Il a passé 4 ans à travailler en France, puis il a voyagé dans le monde entier, en tant qu'opticien pour s'inspirer des différentes cultures et aiguiser ses compétences optiques.

« Lorsque j'ai appris que Specsavers venait au Canada, je les ai immédiatement contactés », a déclaré Lorenzo. « J'ai été informé par différents partenaires à travers le monde que ce serait un grand défi à relever, car c'est un modèle d'affaires unique basé sur l'amélioration de la vie des clients pour le mieux. »

« Bien sûr, j'ai rencontré des personnes qui partagent les mêmes idées. Nous voulons que chacun, quel que soit son budget, puisse s'offrir des produits de qualité et vivre une vie plus heureuse grâce à une meilleure vision. Et j'ai vu que Specsavers avait constitué une équipe solide de soutien pour s'assurer que la recette de leur succès international allait être appliquée ici au Canada. »

En tant qu'opticien, Lorenzo prend soin des clients en démystifiant leurs prescriptions et en choisissant les meilleures montures et lentilles pour compléter leurs besoins visuels. Il peut

# DEUX POINTS DE VUE SUR LES SOINS OCULAIRES

Specsavers a toujours été synonyme de l'union deux choses qui feraient ensemble plus de bien que séparément, un peu comme une paire de lunettes. Depuis sa fondation par deux optométristes il y a 40 ans, Specsavers s'est continuellement développé grâce au soutien d'un partenariat. Lorenzo Martinelli et Masoud Majidi ont eu des carrières très différentes dans le domaine de l'ophtalmologie, mais leurs parcours dans l'activité les ont conduits au même endroit.

maintenant évoluer en tant qu'opticien, offrir une formation continue et fournir tous les outils nécessaires pour accomplir cette mission en tant que professionnel de la vue.

#### **UN AUTRE GENRE D'ENTREPRISE D'OPTIQUE**

Lorenzo ne regrette pas sa décision de démarquer son propre magasin. Cela lui ouvre des possibilités pour l'avenir, plutôt que de l'ancrer.

« Specsavers reconnaît et encourage tout travail visant à améliorer les soins oculaires pour tous. Certaines entreprises n'auraient tout simplement ni ressources ni intérêt pour mettre en premier les personnes et au deuxième rang les activités d'affaires, comme faire du bénévolat en tant qu'opticien», explique-t'il. "Specsavers vous soutient, quelle que soit la manière dont vous envisagez la progression de votre carrière ».

D'un point de vue professionnel, Specsavers s'est engagé à revaloriser le rôle de l'opticien, un poste que de nombreuses entreprises ont commencé à dévaloriser, voire à mettre de côté. Cela ne traduit vraiment pas le travail que les opticiens accomplissent et qui change la vie. Specsavers leur donne les ressources et les encourage à le réaliser.



**MASOUD MAJIDI**

Partner détaillant, Specsavers Lougheed

#### **TOUT LE MONDE MÉRITE LES MEILLEURS SOINS OCULAIRES**

Masoud Majidi a travaillé pendant 16 ans pour l'une des plus grandes marques d'optique du Canada, prenant en main une entreprise en déclin et la transformant en magasin le plus performant de la Colombie-Britannique et de l'Alberta. Il y est parvenu grâce à la fois à d'excellents soins aux clients et à la satisfaction des employés, des valeurs qu'il partage avec Specsavers.

« Tous les membres de notre communauté devraient voir leur vie s'améliorer grâce à une meilleure vue. Cette philosophie est la base de Specsavers », déclare Masoud.

« Ils s'occupent de tout le monde, quel que soit leur statut économique, et mettent l'emphase sur la satisfaction des employés. J'ai toujours été une personne sociable. J'aime prendre soin de mon équipe afin qu'elle ait, à son tour, le soutien et la liberté de faire un travail exceptionnel pour nos clients. »

#### **UN PARTENARIAT EN PLEINE CROISSANCE**

Masoud a quitté un magasin qu'il a développé pendant 16 ans, dans une fonction qu'il estimait insuffisamment récompensée pour ses efforts, pour devenir partenaire de vente au détail de son propre magasin Specsavers. En temps normal cette décision est comme une loterie, mais pour Masoud, c'était une certitude.

« Avoir Specsavers dans mon camp signifiait que je pouvais devenir propriétaire d'un magasin, un rêve que de nombreux professionnels de la vue ont et qui se heurte généralement à des obstacles importants. Les frais de démarrage du magasin ont été entièrement pris en charge, cela m'a permis d'ouvrir mon magasin sans pratiquement avoir de dette dès le premier jour », explique-t'il.

Il a trouvé que le niveau de soutien était à la hauteur des promesses et, étonnamment, les dépassait. Masoud a gagné du temps, évité des efforts et du stress, car il a été débarrassé d'une montagne de tâches administratives quotidiennes. Cela lui a permis de se concentrer sur ce qui le passionne : fournir des soins exceptionnels et investir du temps réel dans le développement de son équipe.



Un partenariat avec Specsavers est l'occasion de quitter le statut d'employé et de créer sa propre entreprise avec le détaillant d'optique privé le plus prospère du monde.

Le magasin d'optique de Masoud se développe au quotidien, comme il peut offrir une évolution de carrière à son équipe. Cela se traduit par de meilleurs soins oculaires pour les Canadiens. Et qui se traduit par une santé oculaire exceptionnelle grâce à des lunettes stylisées et fonctionnelles à un prix abordable. Et ce, tout en offrant l'utilisation d'équipements de pré-tests avancés. Tous ces éléments, et bien d'autres encore, permettent à l'équipe d'aller toujours plus loin pour offrir de meilleurs soins et services aux patients et aux clients.

« J'aime le fait qu'en tant que partenaire, j'ai le soutien nécessaire pour faire tout ce qui est en mon pouvoir pour aider quelqu'un qui a des problèmes de vue et pour améliorer sa qualité de vie. »

Un partenariat avec Specsavers est l'occasion de quitter le statut d'employé pour créer votre propre entreprise avec le détaillant d'optique privé le plus prospère au monde. C'est une chance de pouvoir bénéficier du succès de l'entreprise que vous dirigez, tout en développant un actif précieux pour l'avenir en envisageant la vie après le travail. **PO**



Des opportunités d'accès à la propriété  
Adressez-vous à l'Équipe de Partenariat  
à [enquiries.ca@specsavers.com](mailto:enquiries.ca@specsavers.com)



# Stylisez

*en toute confiance*

Comment créer une expérience d'essayage sur mesure pour aider les clients à tomber en amour avec leurs lunettes

PAR AMANPREET DHAMI

Pour la lunetterie, le temps est révolu où les clients n'avaient qu'un choix entre une monture en écaille de tortue ou une monture métallique de base. Aujourd'hui plus que jamais, les montures sont un moyen d'éveiller le style personnel d'un client par des collections et des designers qui explorent tous les astuces allant des couleurs vives à des ornements avec des perles et des strass, et qui se livrent à un jeu sans fin avec les formes et les grandeurs.

Cependant, comme pour une personne ordinaire, cette multitude de choix de styles peut être intimidante, la nouvelle job du professionnel de la vue est de déterminer le style du client afin qu'à chaque fois que ce dernier portera ses lunettes, il en tombera encore plus en amour.

« Ajuster une superbe paire de lunettes est devenu une mission bien plus que pour simplement bien voir. Bien sûr, c'est la priorité, mais les professionnels

de la vue ont également la responsabilité d'assister une personne à bien se sentir et à apprécier son apparence quand elle porte ses lunettes », explique Wendy Buchanan, fondatrice et propriétaire de Perceptions Eyewear



Le style,  
c'est savoir qui  
on est, ce qu'on  
veut dire, et  
s'en foutre.

— GORE VIDAL

et Be Spectacular Eyewear Styling System. Opticienne agrée et imagiste-conseil avec 25 ans d'expérience, elle forme également des professionnels de

l'industrie à développer un système de stylisme optique.

Le « style de lunettes » – ou « style de monture », comme l'appelle Buchanan – « concerne vraiment le look qu'une personne veut se donner. Nous ne cherchons pas à ce que tout le monde se ressemble. Nous essayons vraiment de mettre l'accent sur l'individualité des personnes et sur leurs différences au lieu d'essayer de les conformer à ce qui est en vogue.

L'art d'une séance de stylisme personnalisée entre en jeu lorsqu'on saisit le look que le client désire avoir. Pour découvrir le style particulier d'un client, « nous commençons une toile vierge pour chaque personne », explique Buchanan. « Ensuite, nous découvrons qui elles sont, comment elles veulent être perçues et nous les aidons à y parvenir par des techniques de discussion, de conversation et finalement en leur offrant la meilleure sélection de lunettes. »

## Observez la personne de haut en bas

« Lorsque vous choisissez une paire de lunettes, prenez en compte la personne dans son ensemble, de haut en bas, et non pas uniquement de la tête vers le haut. Travaillez avec ce que vous voyez réellement lorsque vous rencontrez la personne », conseille Buchanan. Elle prend en compte quatre éléments principaux pour déterminer le style d'une personne : le teint, les traits du visage, la coiffure et la morphologie. Tous ces éléments sont vraiment interdépendants.

## Colorez leur monde

La couleur des lunettes d'une personne en dit long sur elle, alors travaillez avec des couleurs qui sont en accord avec votre client.

« La première question que vous pouvez poser est la suivante : quelles sont les couleurs que vous portez ? Quatre-vingt-dix pour cent diront qu'ils portent du noir », s'amuse Buchanan.

C'est une invitation à aller plus loin, posez-leur des questions plus spécifiques telles que : « Quelle couleur de chemise portez-vous lorsque vous portez une veste noire au bureau ? » ou « si vous allez à un terrain de golf, de quelles couleurs seraient vos chemises de golf ? » Dans un commerce de détail, vous n'aurez pas le temps de connaître chaque couleur qu'une personne aime, mais vous aurez un aperçu de sa palette de

couleurs préférée, qu'elle soit terne, lumineuse ou toute neutre », explique Buchanan. « Ces couleurs peuvent ensuite être reprises dans votre sélection de monture. »

La carnation d'une personne joue un rôle aussi déterminant que les couleurs pour un garde-robe. « Prenez en compte le teint, la couleur des cheveux et des yeux du client et évaluez ces éléments », conseille-t-elle.

## Laissez tomber la convo sur la forme du visage !

Personne ne veut être catégorisé selon sa forme de visage ; c'est une façon archaïque d'adapter les lunettes. Personnalisez plutôt le discours « sur la forme » en vous concentrant sur ce que vous voyez chez cette personne, recommande Buchanan.

Par exemple, est-elle un peu plus large au niveau des yeux ? Est-elle plus large à la mâchoire ? Quelle est la forme de ses yeux ? Voyez-vous des angles ? Voyez-vous des courbes ?

Si une personne a beaucoup d'angles prononcés sur son visage, choisissez des lunettes avec des angles, soit dans la forme de la monture elle-même ou dans les motifs du cadre. Par contre si vous voyez beaucoup de courbes sur le visage, choisissez des montures de forme et de style plus arrondis. Le visage est généralement le miroir de la morphologie du corps, donc la présence d'angles sur le visage signifie que vous en trouverez également sur le corps.

## Un meilleur critère pour les formes

Rechercher des formes dans le visage et dans le corps est similaire à ce que Buchanan considère pour les coiffures. Tenez compte du fait que votre client a une barbe pleine ou une moustache. Ont-ils une frange ? Utilisez ces éléments pour créer un équilibre et une proportion avec les lunettes. Y a-t-il une vague et une boucle dans les cheveux ? Ou sont-ils droits et élégants ? Pour les cheveux raides et lisses, on va opter pour des lunettes plutôt angulaires, tandis que pour les cheveux bouclés et plus volumineux pour des lunettes plus rondes.

Buchanan utilise ce même principe de choix de forme lorsqu'il s'agit d'examiner une garde-robe. « Regardez la personne dans son ensemble en vous concentrant sur son style en observant les tissus qu'elle aime porter, les motifs qui pourraient être présents, la coupe des vêtements et si vous voyez des angles ou des courbes dans la coupe ses vêtements », explique Buchanan.

Les tissus et les formes fluides vont chercher des styles de montures plus romantiques ou plus délicats, tandis que les grands motifs et les vêtements très structurés vont souvent chercher des montures plus audacieuses et plus volumineuses. Travaillez toujours avec ce que vous voyez. Les formes et les motifs que vous revoyez, ils referont surface dans le choix final des lunettes.



Sophia, cliente de Wendy Buchanan, après sa séance de relooking de lunettes.

Puisque vous allez conseiller le client dans un commerce de détail, veillez à ne pas tirer de conclusions simplement sur ce que la personne porte au rendez-vous.

« De nombreux opticiens basent leur jugement sur le style d'un client sur ce qu'il porte à ce moment-là », prévient Robin Brush, responsable de la formation et de l'éducation pour Safilo Group. « Cela fonctionne parfois ; par exemple, si le client porte un costume en rentrant du travail ou fait des courses avec son sac à main Jimmy Choo. Mais dans le monde d'aujourd'hui, il y a tant



Regardez la personne dans son ensemble en vous concentrant sur son style en observant les tissus qu'elle aime porter, les motifs qui pourraient être présents, la coupe des vêtements et si vous voyez des angles ou des courbes dans la coupe ses vêtements.

— WENDY BUCHANAN

de personnes travaillent à partir de leur domicile qu'il est plus difficile de dire quel est leur style, si vous vous basez uniquement sur ce qu'ils portent ce jour-là ».

## C'est dans le style de vie

Pour Brush, le style de lunettes idéal commence à se dessiner lorsqu'elle se concentre à comprendre le style de vie d'un client, ou ce qu'elle appelle une

perspective de paires multiples. «

J'aime demander : « À quelles activités participez-vous et/ou regardez-vous en soirée durant la semaine et/ou les fins de semaines ? » Ensuite, en fonction de leurs réponses – golf, soccer, courir, magasiner, voyager – je leur choisis une variété de montures de styles et de designers différentes pour qu'ils les essayent », dit-elle.

Thomas Burkhardt, vice-président senior des marques à l'échelle mondiale, du marketing et du design chez Marchon Eyewear, souligne l'importance d'identifier le style de vie et de comprendre la personnalité d'un client.

« Demander à votre client quelles sont les activités qu'il aime faire peut vous aider à suggérer des caractéristiques clés qui contribuent à la performance, au confort et à la durabilité des montures », note Burkhardt. « De plus, est-ce que le client veut un cadre pour tous les jours ou faire une déclaration de mode ? Sachant tout cela peut aider les professionnels de la vue à suggérer différents coloris, formes et ornements ».

## Lisez l'énergie de votre client

Peu importe votre approche, la magie se produit lorsque vous, en tant que professionnel de la vue, vous vous penchez et écoutez votre client. Le look de lunettes que vous créez avec votre client est vraiment lié à comment il veut être perçu. Cette perception souhaitée ne peut être comprise qu'en élaborant un lien étroit avec chaque personne avec qui vous interagissez.

Buchanan ajustera souvent son système pour s'adapter à la personnalité d'un client. « Par exemple, si un client est très direct et semble pressé, j'en viens à l'essentiel ! Commencez par recommander un choix informé et rationnel de montures et demandez-leur de l'essayer sans attendre. Ne racontez pas d'histoires sur la monture ; ils s'en fichent », dit-elle.

Buchanan ajoute qu'elle a une meilleure idée du style du client après qu'il a

# Commencer la CONVO

Voici quelques questions pour commencer la conversation à mesure que vous maîtrisez votre système de stylisme.

### Quel genre de métier faites-vous ?

Le travail d'entreprise par rapport au travail créatif peut avoir un impact sur les préférences de monture.

### Qui sont vos clients ?

Si votre client traite directement avec ses propres clients, cela pourrait avoir un impact sur la façon dont ils veulent se présenter.

### Comment aimeriez-vous être perçu dans votre carrière ?

Si quelqu'un veut être considéré comme super professionnel et autoritaire, cela doit se traduire dans son style de lunettes.

### Comment aimeriez-vous apparaître à l'écran ?

Avec les appels vidéo, ce sujet est devenu énorme au cours des deux dernières années. Parfois la seule chose que vous voyez lors d'appels vidéo sont les lunettes.

### Avez-vous un événement spécial pour lequel vous aimeriez un look spécifique ?

Parfois, c'est le cas ! Apprenez-en davantage sur l'événement en question, sur ce que votre client portera et sur la façon dont il veut être perçu ce jour-là.

### À quels types d'activités participez-vous et/ou regardez-vous les soirs de semaine et les fins de semaine ?

Par exemple, si le client participe ou regarde un sport particulier, ou joue dans un groupe, il peut vouloir un style qui reflète cet intérêt.

Ceux ne sont là que quelques exemples de questions pour mettre le pied à l'étrier ; n'hésitez pas à ajouter votre touche personnelle et à avoir une vraie conversation. Et rappelez-vous, les questions ne sont que la première étape – écouter est la clé pour vraiment comprendre votre client et pour qu'il reparte avec des montures qu'il va adorer.



1



2



3



4

# Une cliente, 4 looks

**Buchanan a stylisé sa cliente Michele de quatre manières différentes. En tant que PDG et auteure publiée, le style de Michele est une combinaison "D'Audacieuse Dramatique" et "D'Artistique Inspirée". Elle aime faire des déclarations audacieuses et elle a investi dans une garde-robe de lunettes vaste et diversifiée.**

## LOOK 1

La déclaration de Michele : « de l'art pour le visage » par une monture en noir, blanc et or est parfaitement accessoirisée avec sa bague surdimensionnée et son sac à main joueur en forme de chiot. N'étant jamais du genre à fuir l'attention, avec ces lunettes, dès qu'elle entre dans une pièce, elle dit au monde entier qu'elle est une femme qui a du caractère.

## LOOK 2

Des lunettes aux pouvoirs magiques bleu royal en bois épais sont un classique solide pour ce style de monture dramatique. Michele veut que ses lunettes ne se fondent jamais dans la masse, et cette forme audacieuse avec une élévation subtile maintient l'ordre sur le visage avec un style extraordinaire.

## LOOK 3

Buchanan a choisi cette monture surdimensionnée en rouge et cristal comme accessoire de mode pour exprimer la grande énergie de Michele, en assortissant les lunettes à la couleur de la couverture de son nouveau livre.

## LOOK 4

Une monture plus légère mais funky en métal doré réfléchissant fait passer le style de Michele à l'élegance tout en conservant un air unique. Le pont est de largeur parfaite pour équilibrer ses yeux, ce qui lui permet de faire une connexion avec ses clients.

**Pour plus d'informations, visitez [bespectacular.com/optical](http://bespectacular.com/optical).**

essayé quelques paires. « Vous verrez leurs réactions à certains matériaux, à la simplicité d'une monture ou à l'utilisation d'un logo et à beaucoup de couleurs », dit-elle, les commentaires supplémentaires du client peuvent vous guider pour choisir une monture plus adaptée.

Aider votre client à trouver les bonnes lunettes ne consiste plus uniquement à lui offrir ce qui est tendance. Cependant, connaître les tendances devient utile, une fois que vous comprenez pleinement ce que votre client recherche. Pour cet automne, les tendances clés sont « les masques surdimensionnés, les silhouettes droites, les branches en caoutchouc, les matériaux légers et les verres miroir. Nous voyons ces tendances prendre vie chez des marques de luxe comme Victoria Beckham, Salvatore Ferragamo et Lanvin ; chez les marques de style de vie comme DKNY et Lacoste, et bien sûr, chez les vraies marques de performance comme Nike », explique Burkhardt.

Vous armer d'informations et les exploiter une fois que vous connaissez les tendances qui parle à votre client vous aidera à vous présenter en tant qu'expert et à renforcer votre crédibilité.

## Soyez toujours confiant

Le succès vient lorsque vous, en tant que professionnel des soins oculaires, créez votre propre technique de stylisme personnalisée. Plutôt que d'être axé sur (et frustré par) enregistrer une vente de plusieurs montures à chaque fois, vendez votre service. « Vous vous vendez, vous, vos lunettes, votre commerce et votre service de stylisme », note Buchanan. « Aujourd'hui plus que jamais, les gens achètent une expérience. Ils dépensent si vous pouvez leur montrer de la valeur, de l'expertise et de l'expérience. »

Elle trouve son inspiration dans cette citation de Gore Vidal : « Le style, c'est savoir qui on est, ce qu'on veut dire, et s'en foutre. »

Buchanan ajoute : « Lorsque vous avez confiance en qui vous êtes, en ce que vous faites et en ce que vous dites, vous êtes moins impressionné par vous-même. Vous pouvez vous détacher de vous et vous impliquer davantage auprès de vos clients. »

Grâce à une confiance continue en tant que professionnel de la vue, vous pouvez parfaitement communiquer avec chaque client qui franchit vos portes, les aider à trouver la parfaite paire de lunettes et créer une relation fidèle et durable. **PO**

# LUMIFY<sup>MD</sup>

## GOUTTES OCULAIRES ANTIROUGEUR



# VOUS N'EN CROIREZ PAS VOS YEUX.



- Les premières et seules gouttes oculaires en vente libre avec du **tartrate de brimonidine à faible dose** (0,025 %)

- Commence à agir en **1 minute** et durant jusqu'à **6-8 heures**<sup>1</sup>

- Réduisent considérablement la rougeur pour faire paraître les yeux **plus blancs et plus lumineux**

Offert en vente libre au Canada.

Bientôt offert en Colombie-Britannique.

Offert sans ordonnance au comptoir de l'optométriste au Québec.

1. McLaurin E, Cavet ME, Gomes PJ, Ciolino JB. Brimonidine ophthalmic solution 0.025% for reduction of ocular redness.

A randomized clinical trial. Optom Vis Sci. 2018;95(3):264-271

Des experts en soins oculaires chez

## BAUSCH + LOMB

Pour vous assurer que ce produit vous convient, lisez et suivez toujours ce qu'indique l'étiquette.

MD/MC sont des marques de commerce de Bausch + Lomb Corporation ou de ses filiales.

© 2022 Bausch + Lomb Corporation. TP19318

# LOOKS LU XE

La mode et le luxe vont de pair, et ces modèles haut de gamme affirment une tendance de design qui ne manquera pas d'être remarquée.

PAR SUZANNE LACORTE

1.

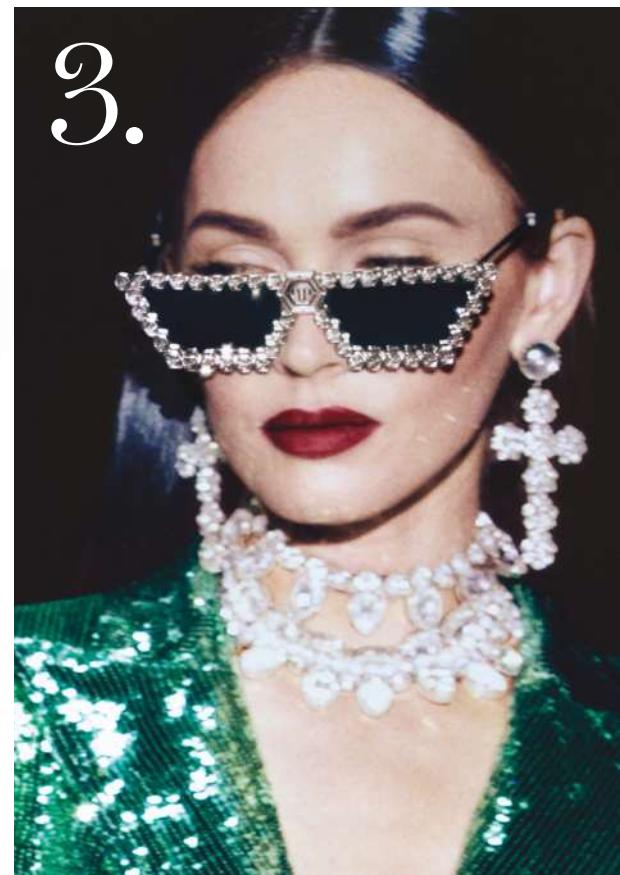




2.



4.



3.



5.



6. O



7.

A close-up, high-contrast photograph of a woman's face. Her eyes are a striking blue, looking directly at the viewer. She has dark, well-groomed eyebrows and full, slightly parted lips. The lighting is dramatic, highlighting her features against a dark background.

# REtenir l'attention

Les lentilles de contact tendance ont fait leur entrée dans le grand public

PAR DAVID GOLDBERG

**L**es lentilles de contact colorées ont évolué dans leur utilisation d'un accessoire pour les effets spéciaux d'Hollywood vers les incontournables des médias sociaux, une étiquette passant d'un « produit niche » à un produit grand public. Et les options sont infinies. Vous en avez assez d'être la fille aux yeux marron ? Le bleu peut être votre couleur, ou vous pouvez donner le ton avec un vert vif.

Awndrea Belanger, une opticienne agréée pour les lentilles de contact à Anola, au Manitoba, affirme que de nombreuses personnes optent également pour des combinaisons de couleurs et des motifs plus vivants que même notre ADN humain miraculeux ne pourrait jamais concevoir au cours de millions d'années.

« Certains motifs sont réalisés avec de nombreuses couches de couleur, ajoutant de la profondeur à la couleur naturelle de l'œil - ces motifs peuvent complètement changer votre look », dit-elle. « Les designs plus actuels peuvent faire ressortir vos yeux par l'utilisation de couches de couleurs vives reproduisant des traits de couleur vives dans l'iris, ajoutant de la résolution ou étendant la couleur au-delà de la zone naturelle du limbe et faisant ainsi paraître les yeux beaucoup plus grands. »

Les nouvelles avancées technologiques signifient que pratiquement tout le monde peut porter des lentilles de contact colorées. Même les yeux très foncés et les yeux nécessitant des prescriptions plus élevées peuvent porter la plupart des lentilles de contact tendance disponibles aujourd'hui.

« De nombreuses lentilles sont spécifiquement conçues pour les yeux foncés », explique M. Belanger, qui ajoute : « Des lentilles sur mesure peuvent être conçues en utilisant une couleur unie sur la couche interne. Cette couche masque presque complètement la couleur naturelle de vos yeux. Cette couleur opaque uni permet de rehausser la lentille avec une gamme de couleurs qui ne se fondent pas ou ne concurrencent pas la couleur naturelle des yeux comme le font les lentilles plus translucides. »

#### QUELLE EST LA TENDANCE ?

Les médias sociaux et les célébrités sont à l'origine de l'augmentation de la demande de lentilles de contact plus cosmétiques. Au début de l'année, Kanye West a épatisé les paparazzis avec ses lentilles de contact d'un blanc glacé alors qu'il se promenait dans le centre de Paris avec sa petite amie Julia Fox. Un effet aussi spectaculaire n'est pas toujours souhaité par beaucoup, mais Kylie Jenner est connue pour préférer une paire de lentilles de contact bleu clair à ses iris naturellement bruns.

« Mes patients de la génération X et les baby boomers semblent tous opter pour les yeux bleus classiques », explique Dana Reedman, une opticienne agréée de Whitby, en Ontario, qui ajuste des lentilles de contact aux personnes depuis près de 30 ans. « Même s'ils ont déjà les yeux bleus, ils veulent simplement un bleu plus vif ». Elle ajoute que c'est la génération Z et



shutterstock.com/Ovidiu Hrubaru

**G** Les médias sociaux et les célébrités sont à l'origine de l'augmentation de la demande de lentilles de contact plus cosmétiques.

ceux des moins de 30 ans qui redéfinissent la demande d'offres de lentilles de contact cosmétiques.

« L'esthétique glamour des films est certainement à l'origine de l'ascension du look de l'iris dilaté et de son look plus prononcé », explique Mme Reedman. « Pour certaines générations, tout était question de cheveux, pour d'autres de sourcils. Et maintenant, tout d'un coup, il s'agit des yeux. »

S'amuser avec le look de ses yeux n'a jamais été aussi abordable, au-delà du bleu ou du vert de base. Avec des options de remplacement quotidien, mensuel et annuel, les lentilles de contact tendance sont un accessoire économique, la plupart coûtant moins de 100 dollars. Mais selon M. Reedman, certaines personnes tentent tout de même d'économiser de l'argent en parcourant le marché en ligne semi-réglementé.

« Mon conseil, pour toutes les lentilles de contact - pas seulement (uniquement) pour les lentilles de couleur - est de toujours questionner leur origine. Il y a maintenant des détaillants en ligne plus réputés, mais vous devez vraiment revoir les commentaires. »

Si les clients sont vraiment déterminés à commander des lentilles de contact moins chères en ligne, Mme Reedman dit qu'elle accepterait, mais insistait toujours pour un ajuste-



## Réalités sur lentilles de contact tendance

Réponses aux questions les plus courantes des patients

Awndrea Belanger, opticienne agréée, a répondu aux questions les plus fréquentes sur les lentilles de contact tendance.

**Q: Est-ce que je peux les porter tous les jours ?**

**A:** Oui ! Certaines lentilles sont fabriquées avec des matériaux plus récents qui sont approuvés pour un port quotidien. Elles sont maintenant disponibles en remplacement quotidien, mensuel ou planifié, par exemple tous les trois, six, neuf ou douze mois.

**Q: J'ai les yeux foncés. Puis-je quand même changer la couleur de mes yeux ?**

**A:** Oui ! De nombreuses lentilles sont spécialement conçues pour les yeux plus foncés. Des lentilles plus personnalisées peuvent être conçues en utilisant une couleur unie sur la couche interne. Cette couche masque presque la couleur naturelle de vos yeux. Cette couleur unie et opaque permet de rehausser la lentille avec une gamme de couleurs qui ne se fondent pas ou ne concurrencent pas la couleur naturelle des yeux comme le font les lentilles plus translucides.

**Q: Est-ce que je peux rehausser la couleur de mes yeux tout en gardant un aspect naturel ?**

**A:** Oui ! Les lentilles peuvent être fabriquées avec un rehausseur

non opaque et transparent. Une autre idée consiste à rehausser la partie extérieure droite, ce qui donne un effet plus subtil mais étonnant.

**Q: J'ai besoin d'une grande correction. Est-ce que je peux quand même porter des lentilles tendance ?**

**A:** Oui ! Bien que vos possibilités soient plus limitées, il existe encore de nombreuses options disponibles. Ces lentilles peuvent également être fabriquées sur mesure, ce qui permet aux yeux difficiles à adapter d'être candidats aux lentilles de couleurs. L'astigmatisme aussi !

**Q: Les lentilles fantaisie sont-elles sûres ?**

**A:** Lorsqu'il s'agit de vos yeux, la santé et la sécurité doivent être votre priorité absolue. Il est certainement important de s'assurer que vos lentilles sont fabriquées, expédiées, stockées et distribuées par des professionnels certifiés, accrédités et autorisés. Les certifications garantissent les normes de sécurité les plus élevées.

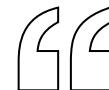
**Et n'oubliez pas :**

- Tous les matériaux de lentilles ne sont pas sûrs pour un port prolongé ou quotidien.
- Toutes les lentilles ne sont pas fabriquées avec des colorants approuvés.
- La façon dont les lentilles sont fabriquées et emballées est importante.
- La façon dont les lentilles sont stockées est également importante (chaleur extrême, froid, exposition au soleil, etc.).

ment approprié dans sa clinique. Lorsqu'ils commandent eux-mêmes leurs lentilles, les patients oublient parfois des informations importantes, comme les mesures de la courbure de la lentille, ce qui entraîne un mauvais ajustement.

Rien ne peut remplacer l'œil expert d'un professionnel qualifié.

« Ce à quoi vous renoncez en commandant en ligne pour économiser 20 dollars, ce sont des soins continus », dit Reedman. « Pourquoi n'iriez-vous pas chez quelqu'un qui connaît vos yeux et votre historique ? En tant qu'opticiens, nous sommes des experts qui peuvent proposer plusieurs produits. Nous pouvons effectuer les ajustements nécessaires, suivre vos progrès et assurer un suivi en cas de problème afin que vous puissiez prendre les meilleures décisions pour vos yeux. »



sept patients sur dix qui ont essayé des lentilles de couleur ont fini par les acheter.

### DES LENTILLES COOL

L'une des plus grandes marques disponibles pour les opticiens Canadiens et leurs patients est la gamme de lentilles de couleur d'Alcon, Air Optix Colors, disponible en 12 teintes.

Alcon affirme qu'un patient sur deux est intéressé par des lentilles de couleur tendance, tandis qu'une personne sur trois qui utilise des lentilles de couleur est en fait un porteur de lentilles non correctrice. De plus, offrir de lentilles de couleur aux patients est très rentable pour un temps de consultation minimal. En fait, l'une des études cliniques d'Alcon a révélé que sept patients sur dix qui ont essayé des lentilles de couleur ont fini par les acheter.

L'accessoire esthétique indispensable offre aussi une grande perméabilité à l'oxygène comparativement à d'autres marques reconnues de lentilles colorées, grâce à la technologie Smartshield.

Les couleurs Air Optix sont désormais disponibles en turquoise, saphir intense, améthyste, vert précieux, bleu brillant, gris sterling, brun, noisette pure, miel, vert, bleu et gris. **PO**

LENTELS CORNÉENNES

# TOTAL30<sup>MD</sup>

AVEC GRADIENT D'EAU À REMPLACEMENT MENSUEL

## MAINTENANT OFFERTES



## ON NE LES SENT PAS, MÊME AU JOUR 30<sup>1</sup>

L'innovation inégalée de la technologie de gradient d'eau des lentilles DAILIES TOTAL1<sup>MD</sup> – maintenant offerte pour la première fois dans des lentilles cornéennes à remplacement mensuel



VOYEZ COMMENT LES LENTELS TOTAL30<sup>MD</sup>  
PEUVENT TRANSFORMER VOTRE CABINET.  
BALAYEZ LE CODE QR POUR EN SAVOIR PLUS.

Référence : 1. Dans une étude clinique où des patients (n = 66) ont utilisé la solution CLEAR CARE<sup>MD</sup> pour le nettoyage nocturne, la désinfection et l'entreposage des lentilles; données internes d'Alcon, 2021.

Voir l'information complète sur le port, l'entretien et la sécurité liés aux lentilles cornéennes. Rxseulement

© Alcon Inc., 2022 CA-T30-2200021

Alcon

# SALUT AU CHEF

En tant que directeur scientifique d'I-MED Pharma, la passion du Dr Ilan Hofmann pour l'innovation en soins oculaires n'a d'égal que son désir de transmettre ses connaissances aux futures générations de scientifiques et de professionnels de la vue.

PAR DAVID GOLDBERG

**L**es inventions du Dr Ilan Hofmann ont été brevetées dans plus de 30 pays. Ses recherches et ses brevets ont joué un rôle déterminant dans les chirurgies ophtalmiques et dans le traitement de la sécheresse oculaire chez les humains et les animaux dans le monde entier. En tant que fondateur, président du conseil d'administration et directeur scientifique d'I-MED Pharma Inc., Hofmann s'est donné pour mission de soulager complètement les patients atteints de sécheresse oculaire et de maladies de la surface oculaire dans le monde entier. « Dans notre domaine d'ophtalmologie, nous travaillons dans un environnement scientifique passionnant, en évolution rapide et en pleine croissance », dit-il. « Et nous devons continuellement investir dans l'innovation, ainsi que dans la recherche et le développement, afin de fournir à nos patients les meilleurs diagnostiques, soulagements et solutions pour le traitement. »

*« Je repense aux débuts de cette entreprise avec admiration et fierté. Cette société a démarré avec une seule personne, et maintenant chaque année, nous ajoutons plus de scientifiques à notre équipe de développement de produits. »*

L'étoile de Hofmann a brillé dès le début de sa carrière, en commençant par des études en biochimie à l'Université McGill. Travaillant comme stagiaire pour une société pharmaceutique internationale basée à Montréal, il a dirigé les essais cliniques pour un médicament pour le traitement du glaucome. Ensuite, il a travaillé dans l'équipe de développement des applications cliniques de la molécule hyaluronane en chirurgie ophtalmique et orthopédique.



« Ce produit a révolutionné la chirurgie de la cataracte et par conséquent a conduit à l'expansion de l'implantation de lentilles intraoculaires », se souvient Hofmann.

Après avoir aidé d'autres sociétés pharmaceutiques à développer des technologies révolutionnaires tout au long des années 70 et 80, Hofmann a décidé de se lancer seul.

I-MED Pharma est née il y a 33 ans, initialement sous le nom de Domilens Canada Inc. Durant ces premières années, Hofmann a conçu et lancé les toutes premières gouttes oculaires à base d'hyaluronane appelé Hylashield® en 1989.

« Ces gouttes oculaires ont été le début d'une toute nouvelle industrie de gouttes oculaires à base de HA, qui sont aujourd'hui fabriquées par de nombreuses sociétés à travers le monde et sont considérées comme l'une des meilleures et plus efficaces solutions de gouttes oculaires pour le traitement de la sécheresse oculaire (SSO) », explique Hofmann.

En 1994, Hofmann a changé le nom de la société à I-MED Pharma Inc.

Au cours des décennies qui ont suivi sa création, la société a subi plusieurs transitions majeures, d'une société de chirurgie de la cataracte à une société de chirurgie LASIK, et enfin à la société des maladies de surface oculaire (MSO) que nous connaissons aujourd'hui sous le nom d'I-MED Pharma. Quoi qu'il en soit, l'accent a toujours été mis sur les soins oculaires.

« Je repense aux débuts de cette entreprise avec admiration et fierté », déclare Hofmann. « Cette société a démarré avec une seule personne, et maintenant chaque année, nous ajoutons plus de scientifiques à notre équipe de développement de produits, assurant ainsi un solide flux de produits innovants pour l'avenir. »

Le meilleur docteur d'I-MED vante la gamme très réussie I-DROP® de larmes artificielles et d'autres solutions de soulagement de la sécheresse oculaire parmi la gamme de produits de la société, y compris des lingettes démaquillantes pour les yeux I-LID 'N LASH® récemment lancées, qui contiennent un démaquillant pour les yeux spécialement formulé pour les patients atteints de sécheresse oculaire.

Aujourd'hui, Hofmann investit dans la prochaine génération de scientifiques et d'ingénieurs en soins oculaires dans l'espoir d'allumer en eux la même flamme inspirante qu'il s'est créé pour lui-même durant toutes ces années.

« L'aspect le plus stimulant et le plus gratifiant de mon travail est de former une équipe jeune et brillante et de lui transmettre mes connaissances et expériences accumulées durant plus de 40 ans », dit-il. « Ces jeunes apportent de nouvelles idées et de nouvelles perspectives à ce processus de création. Cette dynamique représente un grand défi pour moi, et elle me garde attentif ». **PO**



LE CHEF DE FILE DANS LA PRISE EN CHARGE DE LA SÉCHERESSE OCULAIRE



I-MED Pharma propose une gamme complète de produits et de solutions pour la sécheresse oculaire afin d'aider les patients à prendre en charge leur maladie, des symptômes les plus légers aux problèmes les plus graves, comme le DGM ou la blépharite.

*Produits vendus exclusivement  
par des professionnels des soins de la vue*

VOYEZ LA DIFFÉRENCE

[www.imedpharma.com/fr/](http://www.imedpharma.com/fr/)  
[www.osdcare.com](http://www.osdcare.com)

# MONTURES ET VERRES DE LUNETTES POUR L'UTILITÉ ET POUR LA MODE

PAR LE DR HARRY BOHNSACK

Président, Association Canadienne des Optométristes



**L**es lunettes sans cadre de Steve Jobs. Les lunettes « mamies » à bords métalliques de John Lennon. Les cadres noirs surdimensionnés de Jackie Kennedy. Ce ne sont là que quelques exemples de lunettes qui ont certainement servi un objectif pour ceux qui les ont portées, mais qui ont également lancé une tendance de mode.

Tout en ayant accompli leur rôle fonctionnel de procurer une vision claire et confortable, les lunettes peuvent également être à la mode et élégantes. La forme, la matière, la couleur et la texture d'une monture peuvent améliorer l'apparence de la personne qui les porte, toutefois les verres peuvent jouer un double rôle : améliorer la vision de la personne qui les porte et son apparence. La puissance et la forme optimales du verre, y compris les options asphériques et de forme libre, maximisent la clarté visuelle. Le bon choix du traitement des lentilles contre l'éblouissement avec l'option de revêtements teinté et miroir, les verres peuvent améliorer encore plus l'apparence et la performance des lunettes de votre choix.

Les verres teintés peuvent améliorer votre vision, protéger vos yeux des UV nocifs et de la lumière bleue, augmenter le confort des yeux et même souligner votre apparence. Envisagez une protection contre les UV et la lumière bleue si vous voulez une

protection supplémentaire pour les moments où vous ne parvenez pas à mettre la main sur vos lunettes de soleil.

Une nouvelle option intéressante consiste à choisir des verres clairs avec juste un soupçon de miroir, qui au soleil changent à la couleur de votre choix ! Il vaut la peine de prendre le temps de les tester pour déterminer quelle couleur vous offre la vision la plus confortable. Il existe également des verres qui se polarisent à mesure qu'ils s'assombrissent, offrant un fort soulagement à l'éblouissement par réflexion.

*Les lunettes sont disponibles dans une gamme étonnante de styles et de matériaux pour les rendre amusantes et à la mode tout en étant fonctionnelles.*

Les verres teintés sont disponibles dans une variété de couleurs et étant donné que les caractéristiques et les avantages sont différents, il serait important d'identifier vos besoins avant de sélectionner la couleur pour vos nouveaux verres. Par exemple, les verres orange

foncé ou brun sont connus pour réduire la fatigue oculaire causée par la lumière vive et l'éblouissement, et pour filtrer la lumière bleue et améliorer le contraste des couleurs.

Les verres qui passent au vert foncé ou au gris réduisent la luminosité tout en conservant le contraste et la clarté des couleurs. Votre optométriste peut vous recommander une couleur de verres qui améliorera votre clarté visuelle et la perception de profondeur, tout en réduisant la fatigue oculaire.

Comme les verres teintés, les verres miroirs sont à la fois à la mode et fonctionnels - une aide à la vision, et une partie intégrante du style particulier de la personne qui les porte.

Les verres miroir réfléchissent la lumière loin de la surface du verre. Cela réduit la sensation d'inconfort et la fatigue oculaire causées par l'éblouissement et elles sont particulièrement bénéfiques pour les activités dans un environnement très lumineux, comme la neige, l'eau ou le sable. Le revêtement miroir est généralement disponible en couleurs or, argent et bleu – et peut aussi bien être combiné avec une gamme de verres teintés d'intérieurs de prescription qu'avec des lunettes de soleil.

Les lunettes sont disponibles dans une gamme étonnante de styles et de matériaux pour les rendre amusantes et à la mode tout en étant fonctionnelles. Votre optométriste peut vous aider à trouver la parfaite combinaison pour vous de nouvelles lunettes à la fois fonctionnelles et plus belles que jamais. **PO**

L'ASSOCIATION CANADIENNE DES OPTOMÉTRISTES (ACO) est le porte-parole national de l'optométrie, offrant leadership et soutien à ses membres de plus de 5 400 afin d'améliorer l'offre de prestation pour des yeux en santé et d'une vision claire pour tous les Canadiens.

Emmenez vos patients  
***au-delà de l'acuité visuelle***

Offrir une vision claire à vos patients représente **50%** de la solution.

L'offrir une vision claire et confortable représente **100%** de la solution.

Soulagez le système visuel complet de vos patients avec Neurolens.

Devenez un fournisseur officiel sur [Neurolens.com](http://Neurolens.com)



# L'APPRENTI TOUT AU LONG DE SA VIE

Martin Spiro ne cesse de réseauter et cherche toujours à transmettre ses connaissances aux autres

PAR DAVID GOLDBERG

**D**ebout sur le point le plus large de la terre, à des lieux de chez lui au Québec, le Dr Martin Spiro était en mission humanitaire en Équateur pour aider une population ayant un besoin urgent en soins oculaires. De nombreux patients avaient parcouru de grandes distances pour une ordonnance ou un examen de la vue. Et dans certains cas, ces gens venaient voir Spiro à la recherche de réponses.

« Un homme avait besoin de savoir pourquoi sa vision se détériorait petit à petit et après un examen, j'ai conclu qu'il souffrait de rétinite pigmentaire », se souvient Spiro. « Malheureusement, il n'y a pas de remède, mais avoir une réponse lui permet de tourner la page. »

C'était une discussion et un moment difficiles à partager avec un étranger, et cela a changé Spiro pour toujours.

« Cela m'a fait réaliser l'importance d'une communication honnête et empathique lorsque je consulte des patients. Même si le diagnostic et le pronostic sont sombres. »

Aujourd'hui, Spiro met en pratique cette philosophie au quotidien en tant que copropriétaire et optométriste au Centre Visuel Optika, dans la banlieue ouest de Montréal, à Pointe-Claire.

La clinique offre – et en deçà – des soins primaires pour aider les patients à contrôler leur myopie, le soulagement des maladies oculaires et plus encore.

« La philosophie de notre clinique est d'avoir une approche d'équipe pour répondre à tous les besoins de nos patients pour des soins oculaires », explique Spiro. « Nous avons bâti notre clinique autour d'une équipe de professionnels de la vue dévouée et passionnée et qui va au-delà des exigences. »

En tant que co-propriétaire de sa clinique et DO, le diplômé en optométrie de l'Université de Montréal aime joindre la science au monde des affaires. Et Spiro estime que l'on maximise les avantages en profitant des opportunités de collaboration entre collègues de l'industrie.

« Il est essentiel de partager une vision commune avec une équipe avec laquelle vous êtes en accord quant à la prestation des soins. »

Spiro souligne également l'importance de s'engager en dehors de la clinique dans sa profession afin de profiter des conférences, des ateliers et des événements sociaux.

« Les professionnels des soins oculaires sont des personnes merveilleuses et dynamiques, et il est fort inspirant et motivant de s'engager auprès d'eux et d'en apprendre plus ! »



Bien que Spiro aime apprendre, il consacre aussi du temps pour enseigner, prendre la parole à des conférences et enseigner à son alma mater.

Il passe également un jour par semaine dans un centre de réadaptation où il traite des patients qui souffre d'une vision faible et il siège à divers conseils d'optométrie, y compris l'Association Canadienne des Optométristes dont il est le vice-président.

« Ces activités professionnelles variées me permettent de travailler avec des patients, des étudiants, des confrères et des décideurs – ce que j'apprécie beaucoup », explique Spiro.

Il espère que tous ces efforts contribueront à accroître la sensibilisation et l'éducation pour aider le grand public et les instances gouvernementales à réaliser pleinement l'importance des soins oculaires de base.

« Les soins oculaires sont essentiels à l'éducation, à la productivité et au bien-être général », note-t-il. « Une grande partie de la perte de vision peut être évitée, et les soins oculaires de routine permettent de diagnostiquer à un stade précoce des maladies systémiques plus graves. A l'heure actuelle, une bonne santé oculaire est souvent prise pour acquise. » **PO**



# SUZANNESENDEL

A G E N C E

« Soutient les designers indépendants,  
programmes et tendances »

THE ORIGINAL FTG | COCO AND BREEZY | DAVID GREEN EYEWEAR

CATHERINE DE'MEDICI | EYEWEAR CUSTOMIZATION

ROUND TEN EYEWEAR | CARON EYEWEAR



DISTRIBUTION DE LUNETTERIE & DESIGNER D'ACCESSOIRES  
514.757.2726 | [SUZANNESENDEL@GMAIL.COM](mailto:SUZANNESENDEL@GMAIL.COM) | [THEORIGINALFTG.COM](http://THEORIGINALFTG.COM)

## Association des opticiens du Canada **PROCHAINS ÉVÉNEMENTS EN PERSONNE**

25 septembre 2022 | Connect Manitoba | Winnipeg

27 septembre 2022 | Connect Alberta | Calgary

28 septembre 2022 | Connect Alberta | Edmonton

2 octobre 2022 | Connect Saskatchewan | Regina

3 octobre 2022 | Connect Ontario | London

4 octobre 2022 | Connect Ontario | Kitchener

5 octobre 2022 | Connect Ontario | Kingston

14 octobre 2022 | Soirée étudiante | Burnaby, BC

15 et 16 octobre 2022 | Western Conference | Burnaby, BC

**INSCRIVEZ-VOUS SUR OPTICIANS.CA**



# LE TRANSFERT DU PATIENT

Le moyen le plus simple et le plus rentable de vendre 5 % de plus à vos patients : améliorer le transfert des patients dans votre cabinet

PAR NANCY DEWALD,  
LeadUp Formation et Consulting



**Q**u'est-ce que le transfert du patient ? Parfois connu sous le nom de passation du patient, il s'agit du transfert du patient et de ses besoins par le médecin aux conseillers de votre cabinet d'optique.

Par conseiller, je fais référence aux membres de votre équipe à travers tous les services, pas uniquement ceux qui prennent en charge les patients.

D'autres services d'une prise en charge professionnelle du transfert du patient et de ses besoins incluent :

- Ajusteur de LC
- Réception
- Techniciens en sécheresse oculaire
- Équipe de prétests
- Examens spéciaux

## POURQUOI LE TRANSFERT EST-IL SI IMPORTANT ?

Tout d'abord, pour augmenter les ventes. Deuxièmement, cela aide à créer une expérience où les patients nous font confiance. Et troisièmement, cela permet de regrouper tous les intervenants au sein de la même pratique.

Le meilleur indicateur de la satisfaction des clients de votre service est lorsqu'ils achètent. Lorsque vous faites le transfert du patient correctement, cela renforce votre crédibilité, la loyauté du client et, par conséquent, les références-clients. Lorsque les patients se sentent pris en charge, ils le disent aux autres ; Les statistiques montrent que 35% des nouveaux

patients proviennent de références de patients existants - vraiment le meilleur marketing du RSI.

Je peux partager avec vous quelques exemples où nous avons suivi la formation et renforcé sa mise en œuvre.

### EXEMPLE 1

Il s'agissait d'un grand bureau qui avait déjà effectué le transfert à la salle d'examen, alors nous avons concentré notre attention sur les recommandations et la communication des transferts à tous les conseillers. Nous avons suivi les résultats pendant deux mois. Le taux de conversion a augmenté de 4,7 % (calcul de conversion : total des lunettes vendues/total des examens de la vue).

### EXEMPLE 2

Il s'agissait d'un bureau plus petit qui ne faisait pas le transfert au cours de l'examen, devenant ainsi l'objectif. Nous avons de nouveau suivi les résultats pendant deux mois et avons constaté une augmentation de la conversion de 6,8%.

## POURQUOI EST-CE SI EFFICACE ?

Les moments d'impact maximal (MIM) se situent tout au long de la prise de décision pendant laquelle les acheteurs sont réceptifs à des informations qui pourraient les aider à décider quoi et où acheter.

Les experts en marketing dans notre domaine s'accordent à dire que ce moment se produit au cours de l'examen lorsque le DO fait ses recommandations.

Alors, comment pouvons-nous accomplir cela ?

Vous pouvez envisager les étapes suivantes pour mettre en œuvre les nouveaux comportements. Tout d'abord, expliquez-le « pourquoi » et formez tout le personnel sur les meilleures pratiques. Le transfert a lieu dans l'intimité de la salle d'examen, puis le conseiller arrive à la salle d'examen lorsqu'il est appelé par le médecin.

À partir de là, nous suivons le modèle ci-dessous :

- 1 INTRODUCTION**  
Nom du conseiller, son rôle, pourquoi vous l'avez choisi.
- 2 PARTAGEZ LES INFORMATIONS PERTINENTES**  
Récapitulez les résultats de l'examen.
- 3 PARTAGEZ CE QUE VOUS PRESCRIBEZ OU RECOMMANDÉZ**  
Partagez les besoins des patients que vous avez identifiés ; c'est à eux de décider s'ils veulent acheter ou non.
- 4 REMERCIEZ-LES**  
Courtoisie commune et posez des questions au patient, cette partie du processus est terminée.

## CONSEIL D'EXPERT

Quoi que vous fassiez, évitez de dire aux patients qu'ils n'ont pas besoin de nouvelles lunettes parce que leur ordonnance n'a pas changé. Il y a tellement de raisons pour de nouvelles lunettes : besoins de verres pour le travail, revêtements spéciaux, verres endommagés, montures obsolètes, etc. Notre travail consiste à informer les patients et à les laisser décider s'ils veulent de nouvelles lunettes ou non.

SI VOTRE CONVERSION EST INFÉRIEURE À  
**31%**  
C'EST PEUT-ÊTRE PARCE QUE VOUS NE VENDEZ PAS AUTANT AUX PATIENTS.

## CONSIDÉREZ CECI

31% des patients viennent parce qu'ils veulent de nouvelles lunettes. Si votre conversion est inférieure à 31%, c'est peut-être parce que vous ne vendez pas autant aux patients. Si c'est le cas, je serais heureux de vous aider. **PO**

Nancy Dewald est une professionnelle du développement des affaires, une animatrice d'ateliers et une doyenne de l'industrie. Elle est PDG et fondatrice de Lead Up Formation et Consulting, qui se spécialise dans l'identification des écarts commerciaux, la mise en œuvre de solutions et le développement de leader. Pour plus d'informations, envoyez un courriel à Nancy à [leadupforsuccess@outlook.com](mailto:leadupforsuccess@outlook.com).



Conception ergonomique pour une meilleure répartition du poids

Acétate de cellulose italien de première qualité

Charnières italiennes 3-5 barillets

Quadruple poli pour un superbe finition vitreuse

Fabriqué à la main en Slovénie



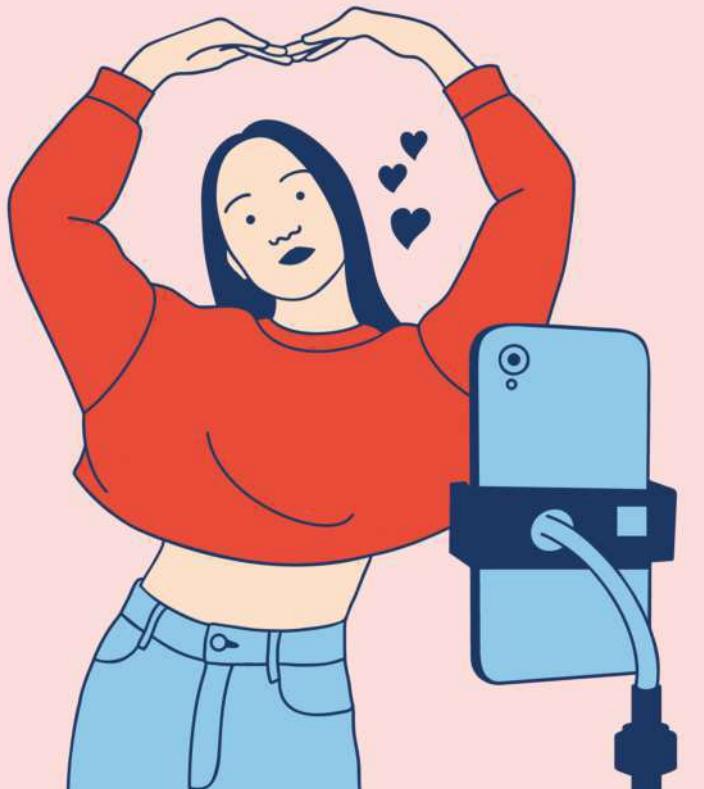
**LAIBACH & YORK**

LAIBACH-YORK.COM | 604.565.9119 | RENDEZ-NOUS VISITE À VISION EXPO WEST STAND U22031  

# COMMENT UTILISER INSTAGRAM STORIES & REELS

... et ce qu'il faut partager

Par Cole Currie, Marketing4ECPs



**S**tories, publications, Reels, diffusions en direct : il n'y a jamais eu autant d'options pour partager du contenu avec vos lecteurs sur Instagram. Mais comment savoir quel contenu partager ? Et quelle méthode devriez-vous utiliser pour le faire ?

Savoir utiliser efficacement votre contenu afin de renforcer vos efforts de marketing et attirer de nouveaux patients est essentiel au développement de votre pratique. Connaître les bons réseaux pour partager votre contenu vous permet d'obtenir le meilleur retour sur investissement et vous assure une bonne répartition de vos ressources.

## RALLIER VOTRE PUBLIC

Vos Reels suivent votre profil et apparaissent généralement lorsque les gens font défiler le contenu de navigation de leur flux d'activité sur Instagram. Les Reels peuvent durer jusqu'à 60 secondes et peuvent être modifiés pour créer un contenu amusant et intéressant pour votre public.

Vu que les Reels sont toujours accessibles sur votre flux d'activité, il est donc essentiel de veiller au style de votre marque, afin que votre contenu soit cohérent sur votre profil. Ces styles, y compris les couleurs et les éléments graphiques, différencient votre marque et aident votre public à vous distinguer des autres.

**SAVOIR UTILISER EFFICACEMENT VOTRE CONTENU AFIN DE RENFORCER VOS EFFORTS DE MARKETING ET ATTIRER DE NOUVEAUX PATIENTS EST ESSENTIEL AU DÉVELOPPEMENT DE VOTRE PRATIQUE.**

Les Reels visent à suivre les tendances, mais il faut aussi les adapter à l'identité et aux objectifs de votre marque. En tant que professionnel de la vue, vous pouvez par exemple ajouter votre propre empreinte sur une tendance de pas de danse en y apportant différentes tenues rehaussées avec des lunettes de soleil.

## RACONTER VOTRE STORY

Les Stories sur Instagram sont de plus petits extraits de contenu auxquels les gens peuvent accéder en haut de leur flux d'activité. Ils disparaissent généralement après 24 heures. Souvent, les Stories sont des photos ou des vidéos créées directement lorsqu'un utilisateur balaye à travers son écran l'amenant à un appareil photo. Cependant, les Stories Instagram peuvent également être organisées avec des couleurs et des éléments graphiques spécifiques pour refléter le style de votre marque.

La façon idéale d'utiliser les Stories Instagram est de simplement montrer votre personnalité. Montrer de petits extraits de la vie dans votre pratique ou répondre aux questions de votre public peut vous permettre de vous connecter d'une manière plus personnelle avec eux et de bâtir la confiance.

L'une des fonctions les plus innovantes des Stories Instagram s'appelle les Highlights, en français: A la Une. Les Highlights sont des reportages que vous pouvez épinglez à votre profil par catégorie. Disons que vous créez quelques Stories sur les lentilles de contact pendant un mois. Vous pouvez les regrouper en un seul endroit pour que les utilisateurs puissent s'y référer. Cela met en valeur votre contenu sur un plus long terme.

**LES REELS ET LES STORIES SONT D'EXCELLENTS MOYENS D'INTÉRESSER VOTRE PUBLIC ET DE RENFORCER L'IMAGE DE VOTRE MARQUE.**

## QU'EST-CE QUI LES REND SI UTILES ?

Les Reels et les Stories sont d'excellents moyens d'intéresser votre public et de renforcer l'image de votre marque. Mettre en place une stratégie de médias sociaux permet d'en tirer le meilleur à travers une stratégie cohérente afin de soutenir vos objectifs commerciaux et de vous connecter avec votre public.

Bien que les Reels engagent le public, les réaliser peut prendre beaucoup de temps. Vous devez identifier les bonnes tendances, penser à des moyens créatifs pour les adapter,

puis filmer et éditer votre contenu. Par conséquent, il n'est pas raisonnable de s'attendre à ce que l'ensemble de votre flux d'activité soit composé de Reels, bien que leur publication occasionnelle puisse rajouter un élan important à votre contenu.

**PUBLIER UN CONTENU PERTINENT ET ENGAGEANT PEUT RENFORCER VOS OBJECTIFS COMMERCIAUX ET REHAUSSER VOTRE MARQUE.**

Vous pouvez également ajouter des liens vers des pages Web à vos Stories. L'un de vos objectifs de contenu pourrait être de convertir la sollicitation en ventes ou en réservations. Vous pouvez par exemple publier « un appel à l'action » dans une Story pour encourager votre public à visiter votre site Web, à prendre rendez-vous ou à commander des lentilles de contact.

## TOUT METTRE EN PLACE

Voici quelques idées de contenu pour commencer à publier des Reels et des Stories :

-  UNE VIDÉO INFORMATIVE SUR LES MALADIES OCULAIRES ;
-  UNE REELS TENDANCE MONTRANT L'INTÉRIEUR DE VOTRE CABINET ;
-  UNE SÉRIE DE STORIES RÉPONDANT AUX QUESTIONS D'UTILISATEURS SUR UN SUJET DONNÉ COMME LES YEUX SECS.

Publier un contenu pertinent et engageant peut renforcer vos objectifs commerciaux et rehausser votre marque. Les Stories et les Reels Instagram sont d'excellents véhicules pour montrer votre identité unique ainsi que vos compétences dans votre domaine d'activité. Au fur et à mesure que votre public interagit avec ce contenu plus personnalisé, il peut communiquer avec vous avant même de prendre rendez-vous. **PO**

**Cole Currie est rédacteur de contenu chez Marketing4ECPs, où il aide les professionnels de l'ophtalmologie à atteindre leurs patients d'une manière nouvelle et créative. Sa passion pour la création de liens par le biais d'histoires lui vient de sa formation en journalisme et en théorie littéraire. Pour en savoir plus, consultez le site [marketing4ecps.com](http://marketing4ecps.com).**

# PERLES

## *de sagesse*

PAR JANET LEES

---

Carolina Herrera HER oo8o est une monture de lunettes moderne et surdimensionnée en forme de papillon en plastique injecté, des branches fines et tubulaires en métal subtilement ornées d'une demi-perle pour une touche sophistiquée. Conçues et fabriquées par Safilo, ces montures expriment une féminité classique et contemporaine en trois choix de couleurs.



©2022 Carolina Herrera Lunettes produites et distribuées exclusivement par Safilo Group S.p.A. www.mysafilo.com CH 0080

CAROLINA HERRERA  
EYEWEAR



OPTOMETRY GIVING SIGHT  
**world sight day**  
**challenge**



# IL FAUT VOIR

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

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

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

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

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

