

PRISME OPTIQUE

SEPTEMBRE 2025 • VOL. 43 • NO. 9

Projet de loi C-284 : le compte à rebours

Le temps presse — les trois O du Canada doivent agir ensemble pour provoquer un changement.

DES MONTURES À LA RÉUSSITE

Comment augmenter vos profits et éviter l'épuisement dans votre clinique d'optique.

À VOUS DE JOUER !

L'importance d'un transfert efficace des patients en salle d'examen.

Luxe réinventé

Découvrez avec nous l'univers de la lunetterie de luxe accessible — où design exceptionnel et qualité rencontrent une élégance à portée de main.

ODYSSEY DÉVOILÉE

La nouvelle génération IOL arrive au Canada

La puissance de l'un

Vision Expo apporte son plus grand changement en plusieurs décennies — un seul salon par année.

PIQUÉ PAR LE STYLE

Des montures aux teintes miellées apportent une touche dorée aux lunettes de la saison.



ALL SAINTS

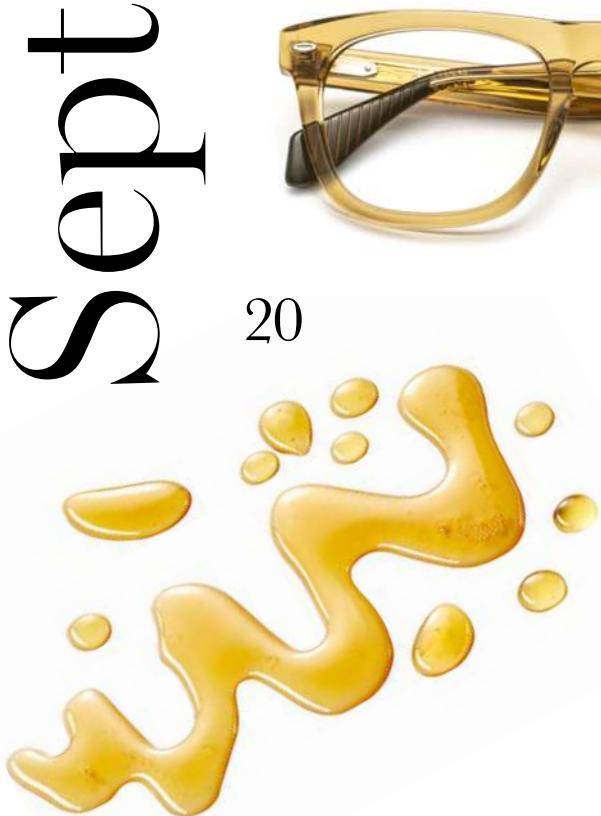
UN STYLE QUI DÉGAGE UNE VÉRITABLE ATTITUDE

Bonnie ALS-1036 et Farah ALS-1025
WWW.WESTGROUPE.COM | 1-800-361-6220

ULTIMATE
PARTNERS
2025 | Driving Success Through Collaboration

Vision
expo
Kiosque : P14063

Septembre 2025



éditoriaux

22 STYLISER LES YEUX

Le must de la saison :
Montures aux teintes miellées
Par Suzanne Lacorte

24 LE LUXE ACCESSIBLE

Au-delà du cordon rouge
Par Suzanne Lacorte

27 GUIDE D'ACHAT

Des montures de luxe
accessibles qui se
vendent d'elles-mêmes
Par Suzanne Lacorte

30 REPORTAGE SPÉCIAL

Le compte à rebours final
Par Evra Taylor

Chroniques

38 VISION DE L'OPTICIEN

Combler le fossé
numérique
Par Robert Dalton

39 TECHNO DES VERRES

Tout savoir sur la lentille
intraoculaire
Par David Goldberg

**42 RÉVÉLATION**

À vous de jouer !
Par Nancy Dewald

43 VISIBILITÉ

Miser sur la vision :
partenariat RBC et AOE
pour les soins oculaires

44 PERSPECTIVE

Commencer dès le jeune âge
Par Dre Allison Scott

46 SURVEILLANCE FINANCIÈRE

Mythes guidés : Briser les grands
mythes de l'investissement
Par Tim Paziuk

47 SOUS LES PROJECTEURS

Un salon, une vision
Par David Goldberg

48 PERSPECTIVES MARKETING

Prêts pour les références
Par Ashley Pfeifer

en couverture

Photo de couverture mettant en vedette l'Oblisco d'Opdy, crédit photo Eredità Eyewear – conçu pour les indépendants, avec résolution

f@in [prismeoptique.ca/abonnez-vous maintenant](http://prismeoptique.ca/abonnez-vous-maintenant)

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

PRISME OPTIQUE

SEPTEMBRE 2025 • VOL. 43 • NO. 9

Rédactrice/Éditrice en Chef

Suzanne Lacorte
289.678.1523 x 1
slacorte@opticalprism.ca

Rédacteur associé

Nick Samson
289.678.1523 x 2
nsamson@opticalprism.ca

Ventes et publicité

Kathleen Irish
289.678.1523 x 5
kirish@opticalprism.ca

Réviseuse/Traductrice

Lamia Ghezal
lamia.ghezal@opticalprism.ca

Rédacteur/trice de Reportages

David Goldberg
dgoldberg@opticalprism.ca

Evra Taylor
evra.taylor@opticalprism.ca

Directrice artistique

Cathryn Haynes
cat.haynes@opticalprism.ca

Responsable du contenu numérique

Samantha Budd
sbudd@opticalprism.ca

CONTRIBUTEUR/TRICE(S)

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

Optical Prism (ISSN 0824-3441)
est publié 10 fois par an par
Quince Communications Inc.

RESPONSABILITÉS

Quince Communications n'est pas
responsable des opinions ou déclarations
de ses rédacteurs ou contributeurs. Tous
droits réservés. La reproduction de tout
article, photographie ou œuvre artistique
est strictement interdite

ABONNEMENTS

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

ADMINISTRATEUR DE COURRIER

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



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

Imprimé au Canada par acorn | print
production Convention de vente de produits
postaux de Postes Canada n° 40040464
Optical Prism, 564 Rosedale Cres, Suite 100,
Burlington, Ontario, Canada L7N 2T1
info@opticalprism.ca

FYSH

UN VISAGE À LA MODE

F-3763 | F-3765



ÉLU COLLECTION
PRÉFÉRÉE POUR FEMMES



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

Propriété réelle

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



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

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



Visique
MD



PHOTOGRAPHIE PAR JESSICA WAUGH

La vision en jeu

Septembre a toujours été un mois de renouveau — un moment pour revenir du rythme plus lent de l'été, prêt à se réengager et à repenser les choses. Ce numéro de Prisme Optique s'inscrit dans cet esprit, en examinant de plus près la façon dont nous définissons la valeur sur le marché actuel de la lunetterie. Après tout, le « luxe » n'a pas à signifier inaccessible. Dans notre Guide d'achat du luxe accessible, nous mettons en lumière des marques qui allient savoir-faire exceptionnel, design réfléchi et prestige — sans l'étiquette de prix qui fait hésiter vos clients. La preuve que la sophistication peut être inclusive et à portée de main.

Mais la valeur en soins oculaires va bien au-delà de ce qui se trouve sur vos présentoirs.

Elle concerne aussi la santé de notre profession. Notre reportage spécial lance un appel urgent à propos du projet de loi C-284, une législation qui pourrait transformer la façon dont les Canadiens accèdent aux soins oculaires. Le message est clair : les trois O — optométristes, opticiens et ophtalmologistes — doivent s'unir et plaider ensemble si nous voulons que notre voix soit entendue là où cela compte le plus.

Ce mois-ci, nous célébrons aussi nos étapes clés et mettons en lumière l'innovation. Sarah Braida, PDG de J.F. Rey Canada, partage son parcours à la tête de la marque française emblématique et son succès sur le marché canadien. Alors que J.F. Rey célèbre ses 40 ans, elle revient sur l'équilibre entre un design audacieux et une sensibilité adaptée au marché canadien.

Dans notre chronique Techno des verres, David Goldberg vous plonge au cœur de la lentille intraoculaire TECNIS Odyssey — une technologie de nouvelle génération pour corriger la presbytie, qui s'ouvre à de nouveaux marchés, dont le Canada.

Nous avons aussi le plaisir d'accueillir la Dre Fallon Patel, optométriste, comme nouvelle chroniqueuse régulière. Forte de son expérience à la tête de plusieurs cliniques, elle partage des conseils pratiques en gestion et en affaires dans sa chronique mensuelle. Elle co animera également un webinaire de Prisme Optique, où elle partagera des stratégies pour développer et faire prospérer des cliniques performantes

Et comme notre industrie ne cesse d'évoluer, nous faisons le point sur l'annonce de Vision Expo: à compter de 2026, le salon passera à un format annuel unique — une nouvelle qui suscite déjà de vives discussions dans la communauté optique.

Comme toujours, nous complétons ce numéro avec les montures les plus excitantes de la saison. Septembre s'annonce sous son meilleur jour — assurons-nous que notre vision de l'avenir le soit encore davantage.

A handwritten signature in black ink that reads "Suzanne".

SUZANNE LACORTE

Éditrice et rédactrice en chef

« Une stratégie nationale cohérente en soins visuels devrait reposer sur trois piliers : la collaboration, l'innovation et l'équité. D'abord, une meilleure coordination est nécessaire dans l'écosystème des soins visuels — entre opticiens, optométristes, ophtalmologistes... »

- BRUCE MILES, directeur général,
EssilorLuxottica Canada

NOUVEAU

Varilux® Physio® extensee™

Varilux®

1^{re} marque de verres
progressifs

au monde*

Haute intensité de vision
dans toutes les conditions
lumineuses**

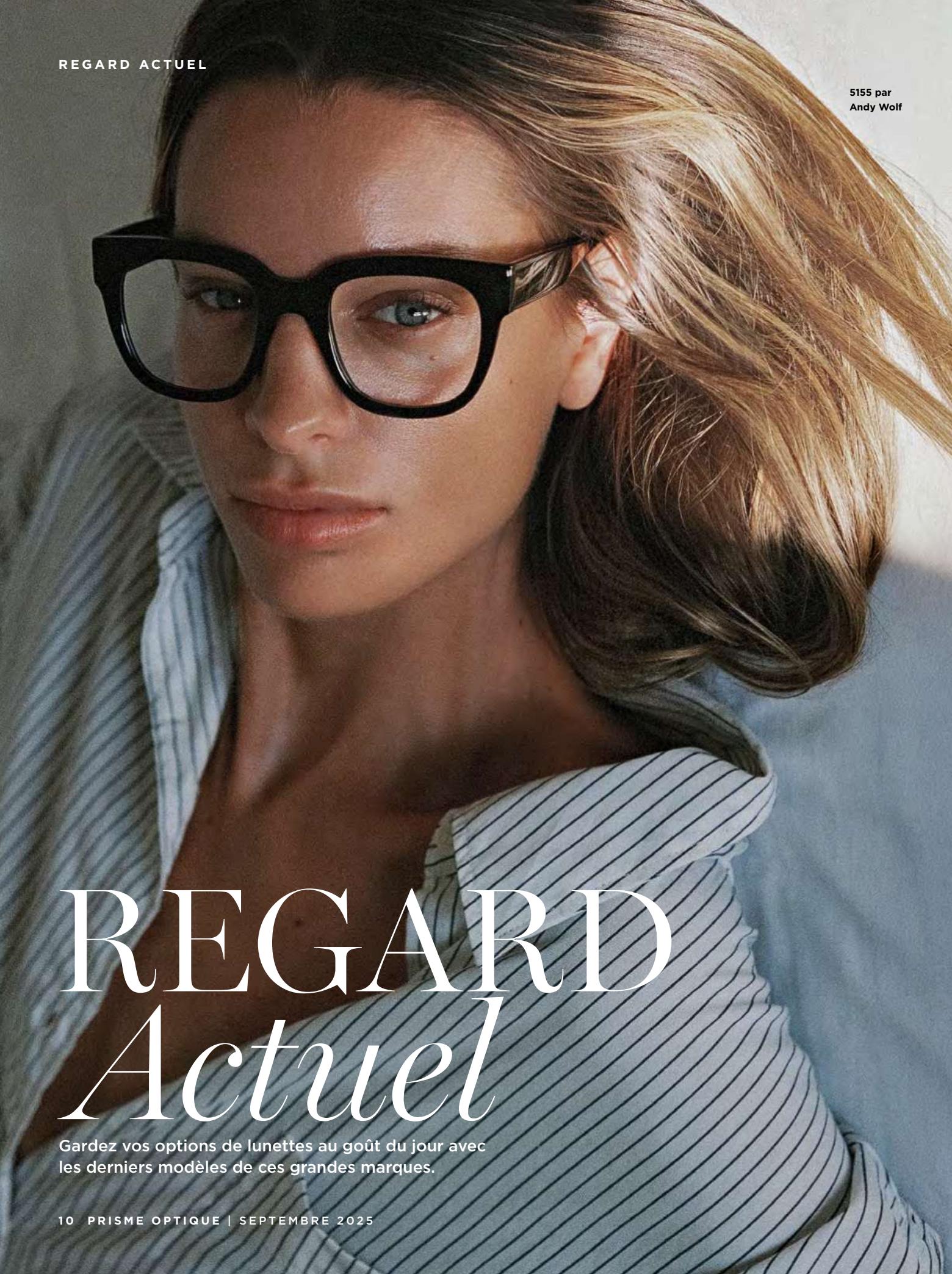


essilor

*Euromonitor, Eyewear 2024 edition; worldwide retail value sales at RSP.

**Varilux® Physio® extensee™ - étude consommateurs en conditions réelles - Eurosyn - 2024 - France (n = 79 porteurs de verres progressifs)

© 2025 Essilor Canada. Tous droits réservés. Toutes les marques de commerce et les marques de commerce déposées sont et demeureront la propriété de leurs propriétaires respectifs et (ou) de leurs filiales au Canada.



REGARD ACTUEL

5155 par
Andy Wolf

REGARD *Actuel*

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



5154



5155



4637

J.F. REY

La collection LAYERS de J.F. Rey démontre que la simplicité peut être magnifiquement trompeuse. Élégantes et raffinées au premier coup d'œil, chaque monture révèle sous la surface une ingénierie de précision. Le métal bicolore s'allie à des anneaux d'acétate coloré dans un jeu audacieux de superpositions, créant textures riches, contrastes saisissants et un confort durable. Pour souligner 40 ans d'art et d'innovation, J.F. Rey transforme encore une fois la lunetterie en expérience — là où se rencontrent forme, fonction et créativité.

Pour plus d'information,
communiquez avec votre
représentant J.F. Rey ou
visitez : jfrey.fr

ANDY WOLF

Cette saison, ANDY WOLF prouve qu'il n'est pas nécessaire de crier pour se démarquer. En adoptant l'art de la « douceur audacieuse », la collection marie des silhouettes osées et riches en caractère à une élégance subtile et contenue. Des lignes pures s'unissent à des matériaux haut de gamme, relevés d'une pointe bien dosée d'extravagance. Le résultat ? Des montures qui attirent les regards sans dominer, offrant des formes affirmées qui se portent aussi facilement qu'elles s'admirent. Les couleurs murmurent plutôt qu'elles ne crient — discrètes, raffinées et parfaitement équilibrées pour laisser une impression durable.

Pour plus d'information,
communiquez avec votre
représentant Andy Wolf ou
visitez : andy-wolf.com/fr/

**JDO**

Depuis Montecchio, près de Vicence, JDO Eyewear a maîtrisé l'art du design intemporel. Depuis 2012, cette maison familiale transforme le savoir-faire italien en montures aussi agréables à porter qu'à regarder — fabriquées à la main avec une précision durable et l'œil d'un joaillier pour les détails. Dirigée par Domenico et Stefania Concato avec leurs trois filles, la marque propose notamment la collection recherchée Jacques Durand, célèbrée pour son minimalisme élégant et sa finition impeccable. Chaque monture raconte une histoire d'héritage, d'art et de raffinement moderne — 100 % fabriquée en Italie.

Pour plus d'information,
communiquez avec votre
représentant JDO ou visitez :
jacquesdurand.com



JF3042



JF3062



Ascot



Bank

WILLIAM MORRIS

William Morris London capte la double personnalité de la ville avec style. L'énergie brute, la couleur et l'effervescence créative de l'Est de Londres inspirent des montures ludiques débordant de personnalité, tandis que l'élégance raffinée de l'Ouest s'exprime dans des designs intemporels et sophistiqués. Le résultat : une collection aussi diversifiée et dynamique que la capitale elle-même — des acétates laminés audacieux de la gamme Bethnal à la sophistication épurée de Black Label. Confectionnée avec précision et imprégnée de caractère britannique, chaque paire est une lettre d'amour à Londres en effervescence.

Pour plus d'information, communiquez avec votre représentant Design Eyeweargroup ou visitez : designeyeweargroup.com/fr



FL05

GÖTTI

Ultra légères, surdimensionnées et audacieusement minimalistes, les solaires FL04 et FL05 de Götti incarnent une élégance estivale sans effort. Avec leur structure sans vis et leurs branches légèrement courbées, ces modèles percés conjuguent

finesse technique et design avant-gardiste. Disponibles en or brillant (ORO) ou argent (ARGENTO) avec verres teintés du rose au vert forêt, ils apportent personnalité et raffinement aux journées ensOLEillées. Pensées pour les individualistes en quête de confort, de couleur et de caractère, les FL04 et FL05 sont conçues pour être portées, remarquées et aimées.

Pour plus d'information, communiquez avec votre représentant Götti ou visitez : gotti.ch/en



Cairoli

RED ROSE

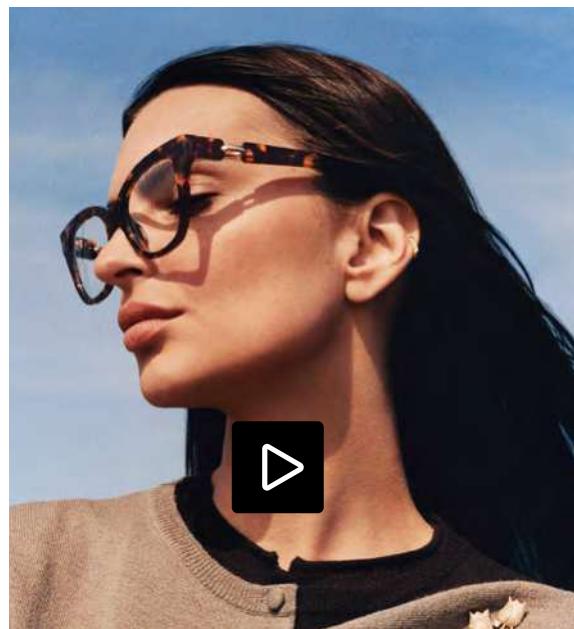
De la collection Red Rose par OGI, le modèle Cairoli est une monture papillon moderne qui équilibre géométrie nette et profondeur expressive. Audacieuse mais raffinée, ses lignes douces et sculptées et son acétate haut de gamme en font un choix subtil mais durable. Avec un pont-selle, une charnière à 3 bariollets et des vis de sécurité OBE, elle allie élégance et praticité. Proposée en marine, nude et framboise, Cairoli offre une sophistication minimalisté avec une perspective affirmée. Puissante en silence. Cool sans effort.

Pour plus d'information, communiquez avec votre représentant OGI ou visitez : ogiyewear.com

COSMOPOLITAN

Cosmopolitan Eyewear s'adresse à la femme qui sait toujours quoi faire — celle avec les meilleurs conseils voyage, le style le plus affûté et un talent pour s'approprier chaque espace. Cette saison, trois nouveaux modèles — Dusty, Bryer et Sullivan — apportent une touche d'éclat au quotidien. Pensez à des montures avant en cristal audacieuses, des demi-branches colorées et des silhouettes carrées modernes, dans des couleurs éclatantes. Avant-gardistes mais faciles à porter, ces montures dégagent une énergie résolument « cool-girl », fabriquées avec la qualité reconnue de Match Eyewear.

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



TORY BURCH

La collection de lunettes automne/hiver 2025 de Tory Burch apporte une audace nouvelle aux montures du quotidien avec le lancement des modèles Pierced — solaires et optiques — portés par Emily Ratajkowski et immortalisés par Grace Ahlbom à New York.

Le détail signature, aussi surréaliste qu'original ? De fins anneaux métalliques qui rappellent l'effet d'un piercing sur les branches, transformant un accessoire classique en une déclaration subversive.

Des lunettes avec du caractère — juste la dose de rébellion parfaite pour la saison.

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





Gatekeeper

SCREAM

Scream Eyewear hausse le volume d'un cran avec une nouvelle collection qui marie l'artisanat italien à une rébellion rock 'n' roll assumée. Confectionnées en acétate Mazzucchelli et finies avec des détails antiques, ces montures sont de véritables œuvres d'art gothiques à porter — serpents enroulés le long des branches, crânes et cercueils subtils, et même la Faucheuse tapie dans l'ombre. Du modèle Judgement, armé de sa faux, au Viper, enlacé par un serpent, ces

designs ne se contentent pas d'encadrer votre regard — ils racontent une histoire. Sombres, audacieux et résolument différents, Scream vit là où le luxe rencontre l'attitude.

Pour plus d'information, communiquez avec votre représentant ESE Eyewear ou visitez : eseyewear.com/catalog/scream



Model B3

STRAK EYEWEAR

Réputée pour ses montures emblématiques en titane japonais, Strak Eyewear explore de nouveaux horizons avec trois modèles audacieux en acétate haute densité. Ces silhouettes contemporaines allient solidité renforcée, durabilité et finition artisanale. Des tons profonds et des courbes d'inspiration rétro donnent à cette nouveauté une allure confiante et moderne.

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



JAC 104

JAC 139



IM 36016

ISAAC MIZRAHI

La collection hommes été/automne 2025 d'Isaac Mizrahi New York allie design américain classique et modernité, créant des modèles adaptés à toutes les occasions. Des montures en acétate poli à la main et en acier inoxydable se déclinent en noirs profonds, bruns chaleureux et accents verts subtils, pour un style raffiné et contemporain. Que ce soit au café, à un dîner ou à un gala, ces montures polyvalentes équilibrivent sophistication intemporelle et tendance actuelle — parfaites pour l'homme qui valorise le style sans effort et une présence assurée en toute situation.

Pour plus d'information, communiquez avec votre représentant Charmant ou visitez : charmant.com/us



JAC 127

JACQUEMUS

Découvrez Jacquemus, la marque française emblématique fondée par le visionnaire Simon Porte Jacquemus.

Reconnu pour ses créations minimalistes et innovantes, marquées par des lignes épurées, des palettes monochromatiques et des silhouettes architecturales, Simon Porte Jacquemus marie avec brio influences provençales et esthétique avant-gardiste, offrant des pièces à la fois élégantes et fonctionnelles.

Pour plus d'information, communiquez avec votre représentant(e) 8-Agency ou visitez : 8-agency.com

WOOW

Avec WOOW, la lunetterie devient un jeu passionnant. Inspirée par les jeux d'échecs, les cartes et l'adrénaline d'un coup audacieux, la marque française mêle confiance et fantaisie dans des combinaisons de couleurs astucieuses, des formes osées et des détails inattendus. FAIR PLAY 1 associe acétate translucide, accents métalliques subtils et branches sculptées façon « ailerons » pour un look à la fois léger et

tranchant. HEART QUEEN 1, une pièce maîtresse en acétate bicolore, incarne le drame d'une carte à jouer pour les femmes qui imposent leur style. Avec WOOW, chaque look est une main gagnante.

Pour plus d'information, communiquez avec votre représentant Design Eyeweargroup ou visitez : designeyeweargroup.com



LOWERCASE ET TELLASON

Lowercase et Tellason unissent l'artisanat lunetier de Brooklyn à l'héritage denim de San Francisco dans une collection capsule ancrée dans le savoir-faire, la culture et la production locale. Trois silhouettes affirmées — Cassady, Ashe et Hustler — sont fabriquées à la main à New York dans un acétate marbré bleu profond inspiré du denim usé. Chaque monture conjugue style et authenticité, avec des formes décontractées et une richesse de tons. Conçue pour durer et produite en petites séries, cette



Ashe

collaboration célèbre l'individualité, le design intemporel et un amour partagé de la qualité sans compromis.

Pour plus d'information, communiquez avec votre représentant Lowercase ou visitez : lowercasenyc.com



Hustler



Tribeca



Alma



St. Marks

LOWERCASE

Lowercase, la marque de lunettes indépendante fabriquée à New York, lance sa collection Summer25 — une sélection audacieuse de montures artisanales inspirées par l'énergie et la créativité de la ville.

Chaque modèle est conçu, découpé et assemblé à la main à Brooklyn. La collection mise sur des formes renouvelées, des teintes raffinées et une fabrication en petites séries. Coup de cœur pour ALMA en Crystal, TRIBECA en Ivoire Marbré et ST MARKS SUN en Espresso.

Pour plus d'information, communiquez avec votre représentant Modo ou visitez : modo.com



Cassady

HOUSE of MODO

LUNETTERIE INDÉPENDANTE DUPUIS 1990.

clientrelations@modo.com

modo.com/pages/house-of-modo



MODO aide un enfant à voir à chaque monture achetée grâce à son initiative Buy a Frame, Help a Child See. **2 millions** d'enfants aidés jusqu'à présent !

[En savoir plus sur modo.com](http://modo.com)



Plus de **3,8 millions** d'arbres ont été plantés à ce jour grâce au programme One Frame, One Tree d'Eco.

[En savoir plus sur eco-eyewear.com](http://eco-eyewear.com)



MODO



eco®



LOWERCASE



ITALIA INDEPENDENT



IMMAGINE98

Pour l'été 2025, Immagine98 lance des solaires inspirées de destinations de rêve — chaque modèle capturant l'essence de lieux iconiques comme le Kenya, Saint-Tropez et Rio de Janeiro. Des aviateurs classiques Iberis de MIC en tons havane aux designs graphiques Blaze et Rigel de X-Ide, le Kenya évoque une élégance sauvage. Saint-Tropez apporte un glamour vintage avec l'œil-de-chat Civetta et le style années 70 Cristallo.

À Rio, les teintes éclatantes et l'énergie transparaissent dans la palette vibrante de Rigel et les verres miroirs dorés de Axton. Qu'il soit rétro-chic ou post-industriel, chaque modèle transforme l'inspiration voyage en histoires portables de lumière, de couleur et d'aventure.

Pour plus d'information, communiquez avec votre représentant Mood ou visitez : moodeyewear.com

OLIVER PEOPLES

Oliver Peoples et l'artiste Alex Israel lancent une édition limitée de la monture solaire Oliver Sun en soutien à la reconstruction après les incendies à Los Angeles. Disponible en noir, écaille et cristal, la monture présente le motif Fin gravé d'Israel et un logo repensé Oliver Peoples. Tous les profits (675 \$ US) sont versés à la Steadfast LA Foundation's Modular Housing Initiative, qui aide les résidents sous-assurés

à demeurer dans leurs communautés. La campagne met en vedette Miranda Kerr, Diplo et Eric Nam, photographiés devant le fameux ciel peint d'Israel. Une collaboration qui unit héritage, design et engagement — célébrant la créativité tout en redonnant à une ville source d'inspiration.

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



TOMATO GLASSES

Tomato Glasses Canada présente deux nouveautés dans sa collection : le modèle turquoise clair TKDC26, audacieux en forme wayfarer classique, et le modèle bleu clair TKBC28, élégant et rond. Les deux montures légères offrent des branches ajustables, des plaquettes de nez personnalisables pour un ajustement parfait et des embouts antidérapants — verts pour le TKDC26 et noirs pour le TKBC28 — assurant un confort tout au long de la journée.

Pour plus d'information, communiquez avec votre représentant Tomato Glasses ou visitez : tomatoglasses.ca



Alex Israel édition spéciale des cadres Sun d'Oliver

KOMONO



Distributeur canadien exclusif de Komono
Mood Eyewear Inc.
www.moodeyewear.com
T. 866.515.6695

MOOD
○ ▲ ☺



MANGO EYEWEAR

Optika Eyewear est fière de lancer la première collection de lunettes Mango au Canada, dès août 2025. Reconnue mondialement pour son style avant-gardiste, la marque espagnole propose 15 modèles pour hommes et femmes, destinés aux 18 à 35 ans. La collection regorge d'énergie jeune et de design affirmé, avec des montures en acétate et métal surdimensionnées dans des formes aviateur et carrées. Des acétates riches dans des teintes semi ambrées associées à structure métallique élaborées pour une touche raffinée.

Pour plus d'information, communiquez avec votre représentant Optika ou visitez : optikaeyewear.com

LAFONT

La collection automne/hiver 2025 de Maison Lafont met en lumière SOPHIE, une paire de lunettes audacieuse et polyvalente, née du processus créatif de recyclage signature de la marque. Le designer Thomas Lafont réinvente des acétates restants des collections passées, fusionnant 50 % de couleurs vintage et 50 % de biomatériau nouveau grâce à un procédé thermo-fusion. Résultat : une palette expressive, unique et vibrante. Entièrement conçue en France, SOPHIE unit énergie artistique et silhouette intemporelle — une pièce éco-responsable aussi frappante qu'agréable à porter.

Pour plus d'information, communiquez avec votre représentant Lafont ou visitez : lafont.com



ULTRA LIMITED

Ultra Limited dévoile une nouvelle direction créative au SILMO 2025 à Paris, centrée sur la légèreté dans le design, la structure et les matériaux. La collection italienne artisanale allie volumes raffinés, lignes essentielles et transparencies superposées pour une interprétation plus subtile et facile à porter de l'identité audacieuse et colorée de la marque. Parmi les modèles phares : la papillon douce FAENZA, la géométrique NORCIA, la monture masculine double-pont FUCECCHIO, les modèles unisexes polyvalents CORVARA et SPOLETO, ainsi que la rétro-chic ISERNIA. Chaque pièce arbore une lamination unique, des contrastes vibrants et des superpositions transparentes — garantissant que deux montures ne soient jamais identiques.

Pour plus d'information, communiquez avec votre représentant Ultra Limited ou visitez : ultralimited.it

NOUVELLE
COLLECTION

Modèle: MNG587520

MANGO

EYEWEAR

Optika | optikaeyewear.com | 1-888-448-8193



GOUTTE D'ÉCLAT

Les lunettes aviateur surdimensionnées en forme de goutte sont à l'honneur : ambiance rétro dramatique, courbes audacieuses et énergie résolument assumée.

PAR SUZANNE LACORTE

- 1.** Carerra C Sport par Safilo. **2.** Drop Aviator Sunglasses par Bottega Veneta. **3.** Talyn par Raen Optics.
4. RB4376V Optics par Ray Ban. **5.** Ferragamo SF323S par Marchon. **6.** Chart Topper par Quay.
7. Sand par L.G.R. **8.** Lynn par Persol.

FIRENZE

ANGELINA KENDALL DIRECTED BY
ALICE ROHRWACHER AT CINECITTÀ, ROME



FERRAGAMO

Le MUST *de la* • saison

Des dégradés dorés à l'acétate ambré, les lunettes inspirées du miel font sensation.

PAR SUZANNE LACORTE

1.



2.



3.



4.



6.



5.



7.



8.



1. Ellis par Vint & York 2. Alona par Linda Farrow
 3. 1396 par Cutler and Gross 4. Lautner par LeParc 5. Greta par Persol 6. 4445 in Matte Honey Fade par Andy Wolf 7. Meadow par Schwood 8. Eve par Etnia Barcelona



CONSEILS DE

Style

Qui a dit que le miel était uniquement bon pour le thé ?

Cet automne, offrez un véritable éclat avec des lunettes aux teintes sirupeuses – pensez beurre de caramel, ambre et caramel doré. Ces tons chaleureux apportent une luminosité cosy, à la fois moderne et réconfortante. Optez pour des verres légers et brillants pour un effet frais et aérien, ou misez sur des acétates plus épais qui font toute la différence. Le miel se marie à merveille avec le denim, l'ivoire, les tons bijoux et les neutres plus terreaux.

Minimalistes ou maximalistes, tous vos clients méritent une petite touche de douceur tendance dans leur jeu de montures.

— WENDY BUCHANAN,
experte en image de lunettes

Au-delà du **CORDON ROUGE**



Franchissez le cordon rouge avec des montures de qualité supérieure inspirées des designers, offrant à chaque patient un avant-goût exclusif du luxe accessible.

PAR SUZANNE LACORTE



Autrefois, les lunettes de luxe évoquent des images de cordons rouges, de flûtes de champagne et de solaires si coûteuses qu'elles nécessitent une sécurité privée. Heureusement, nous sommes entrés dans une nouvelle ère — celle où le luxe accessible règne en maître. Le marché des lunettes actuel est plus inclusif que jamais, répondant à une diversité de goûts et de budgets. Le luxe accessible représente une catégorie passionnante qui allie sophistication, qualité et prix abordables, offrant aux professionnels de la vue une occasion unique d'élargir leur clientèle et de renforcer la fidélité de leurs patients.

Le luxe accessible ne fait pas concurrence au luxe traditionnel ; il le complète. Les marques emblématiques au riche héritage continuent de représenter l'excellence, le savoir-faire et l'intemporalité, séduisant les consommateurs en quête de prestige et de tradition. En parallèle, les lunettes de luxe accessibles apportent une nouvelle dimension, offrant des options élégantes et de qualité à des prix plus abordables.

Qu'est-ce qui distingue les lunettes de luxe accessibles ? C'est la combinaison de matériaux de haute qualité, d'un artisanat supérieur, de designs modernes mais intemporels, et de prix raisonnables. Ces caractéristiques rendent les montures de luxe accessibles très attrayantes pour les consommateurs exigeants qui recherchent valeur et style sans compromettre leur budget.

Ces dernières années, plusieurs marques ont transformé l'industrie des lunettes grâce à des approches innovantes et centrées sur le consommateur. Elles proposent des montures élégantes fabriquées à partir de matériaux premium comme l'acétate de cellulose et le titane, démontrant que des lunettes sophistiquées peuvent être à la fois à la mode et abordables.

Au Canada, le luxe accessible a connu une croissance significative, avec plusieurs marques offrant des designs chics et contemporains à des prix attractifs. Ces montures résonnent particulièrement auprès des générations plus jeunes, notamment les milléniaux et la Génération Z, qui apprécient des choix tendance sans trop dépenser.

Les marques canadiennes ont su répondre aux préférences variées des consommateurs en offrant une vaste sélection de montures tendance et de verres de haute qualité. Leurs collections vont des designs tendance aux esthétiques minimalistes, répondant à différents goûts et modes de vie. En associant style contemporain et accessibilité, ces marques proposent des montures aux lignes épurées, aux couleurs attrayantes et à des prix stratégiques, séduisant ainsi les consommateurs en quête de luxe au quotidien.

Le modèle d'affaires direct au consommateur (DTC) a fortement contribué à la croissance du luxe accessible. En réduisant les marges traditionnelles du commerce de détail, les marques DTC ont révolutionné la manière dont les consommateurs achètent leurs lunettes, créant un sentiment de communauté et de confiance grâce à des relations directes et transparentes avec la clientèle.

De plus, la définition du luxe, en constante évolution et de plus en plus axée sur l'expression personnelle, l'authenticité et une consommation refléchie, positionne parfaitement les lunettes de luxe accessibles sur le marché actuel. Les consommateurs considèrent désormais les lunettes comme une extension de leur personnalité, choisissant des montures qui reflètent leur style, leurs valeurs et leurs préférences.

« Le luxe accessible incarne une philosophie de luxe moderne, caractérisée par une élégance discrète et un savoir-faire minutieux. »

À l'international, le luxe accessible se distingue par son ingénierie de précision, son esthétique minimalistique et ses matériaux innovants. Ces montures trouvent un équilibre idéal entre sophistication et praticité, séduisant les consommateurs qui valorisent la qualité premium à des prix accessibles. Les marques reconnues pour leurs montures techniques, légères et innovantes enrichissent ce marché, avec un confort supérieur, une durabilité accrue et un design intemporel, offrant ainsi une excellente valeur à long terme.

L'essor du luxe accessible s'explique par l'évolution des priorités des consommateurs. Aujourd'hui, les acheteurs de lunettes sont mieux informés et mettent davantage l'accent sur la durabilité, la production éthique et la valeur réelle, plutôt que sur le seul prestige de la marque. Les marques de luxe accessibles répondent à ces attentes grâce à des pratiques de fabrication transparentes, un approvisionnement éthique et des structures de prix équitables.

Les lunettes de luxe accessibles incarnent une philosophie de luxe moderne, caractérisée par une élégance discrète et un savoir-faire minutieux. Ces montures séduisent les clients exigeants qui privilient la sophistication subtile et la qualité plutôt que les démonstrations ostentatoires de richesse, s'alignant parfaitement avec les professionnels de la vue souhaitant offrir des lunettes significatives et bien conçues à des prix abordables.

En conclusion, les lunettes de luxe accessibles constituent un segment important et en pleine croissance du marché de l'optique, offrant d'importantes opportunités aux professionnels de la vue pour diversifier leur offre et attirer une clientèle plus large. Le luxe accessible ne rivalise pas avec le luxe traditionnel — il l'élargit. Il invite les professionnels à proposer des sélections complètes et polyvalentes, répondant à une diversité de besoins, afin que chaque patient puisse vivre la satisfaction du luxe adapté à son style personnel et à son confort financier. **PO**

8g

Acier inoxydable de précision
Charnière brevetée sans vis

Claudia GD

look®

BUILT TO
BE LIGHT

Etnia
Eyewear
Culture

Westgroupe / Sunday Somewhere

STYLE : Inspiré des années 70, minimaliste, aspirant

FOURCHETTE DE PRIX : 250-450 \$

POURQUOI L'AVOIR EN STOCK :

Avec son esthétique épurée des années 70 et son attrait auprès des célébrités, Sunday Somewhere apporte une touche de style décontracté et résolument design à votre présentoir de montures. Fabriqué à la main et reconnu mondialement, il offre le prestige d'une marque de mode à prix accessible.

ASTUCE DES PROFESSIONNELS

DE SOINS OCULAIRES : Mettez à profit l'attrait des célébrités et l'image lifestyle internationale de la marque pour séduire des clients en quête d'exclusivité discrète.



Henryna
par Sunday
Somewhere



Alexandria
par Spectacle
Eyeworks

Spectacle Eyeworks

STYLE : Éclectique, audacieux, inspiré mondialement

FOURCHETTE DE PRIX : 300-450 \$

POURQUOI L'AVOIR EN STOCK :

Marque canadienne indépendante aux designs artistiques distinctifs.

ASTUCE DES PROFESSIONNELS

DE SOINS OCULAIRES : Racontez l'histoire du créateur — les patients adorent soutenir des marques locales uniques avec du caractère.

Etnia Barcelona

STYLE : Audacieux, artistique, expressif

FOURCHETTE DE PRIX : 300-450 \$

POURQUOI L'AVOIR EN STOCK :

Forte attractivité visuelle et impact en vitrine.

ASTUCE DES PROFESSIONNELS

DE SOINS OCULAIRES : Laissez les couleurs parler d'elles-mêmes — utilisez les présentoirs frontaux et la lumière naturelle pour mettre en valeur les acétates.



Western 3D Ring
par Ørgreen

Ørgreen Optics

STYLE : Minimaliste, danois, ingénierie de précision

FOURCHETTE DE PRIX : 400-600 \$

POURQUOI L'AVOIR EN STOCK :

Montures en titane légères avec ajustement impeccable et esthétique scandinave.

ASTUCE DES PROFESSIONNELS

DE SOINS OCULAIRES : Présentez Ørgreen comme un investissement durable en confort et style — parfait pour les patients appréciant la simplicité raffinée.

Rapp Eyewear

STYLE : Sculptural, rare, axé design

FOURCHETTE DE PRIX : 450-600 \$

POURQUOI L'AVOIR EN STOCK :

Fabriqué à la main à Toronto, en séries limitées pour plus d'exclusivité.

ASTUCE DES PROFESSIONNELS DE

SOINS OCULAIRES : Traitez Rapp comme de la haute couture — présentez-le comme une œuvre d'art et maintenez un stock minimal pour renforcer l'exclusivité.

GUIDE D'ACHAT (SUITE)



Face à Face

STYLE : Sculptural, avant-garde, artistique

FOURCHETTE DE PRIX : 400–550 \$

POURQUOI L'AVOIR EN STOCK :

Designs accrocheurs qui suscitent conversation et fidélité.

ASTUCE DES PROFESSIONNELS DE SOINS OCULAIRES :

Utilisez des fonds à contraste élevé pour mettre en valeur l'architecture unique des montures et créer un effet visuel spectaculaire.



Panama par Lafont

Lafont Paris

STYLE : Élégant, intemporel, chic parisien

FOURCHETTE DE PRIX : 325–450 \$

POURQUOI L'AVOIR EN STOCK : Marque patrimoniale avec clientèle fidèle et qualité constante.

ASTUCE DES PROFESSIONNELS DE SOINS OCULAIRES :

Associez Lafont à des verres sobres et misez sur l'histoire française de la marque lors de la mise en style.



Artsy par OGI Eyewear

OGI Eyewear

STYLE : Audacieux, architectural, tendance

FOURCHETTE DE PRIX :
250–375 \$

POURQUOI L'AVOIR EN STOCK : Vibe indépendante, design marquant et savoir-faire japonais.

ASTUCE DES PROFESSIONNELS DE SOINS OCULAIRES :

Mettez en avant les modèles en édition limitée et les sorties saisonnières pour encourager les retours et achats impulsifs.

Bayria Eyewear

STYLE : Artistique, sculptural, avant-garde

FOURCHETTE DE PRIX : 400–600 \$

POURQUOI L'AVOIR EN STOCK : Bayria combine finitions artisanales et design audacieux inspiré par l'art et l'histoire. Les éditions limitées comme Amman offrent l'exclusivité sans le prix ultra-luxe.

ASTUCE DES PROFESSIONNELS DE SOINS OCULAIRES :

Positionnez Bayria comme de l'art à porter. Mettez en avant l'histoire du design et le savoir-faire pour attirer les clients recherchant individualité et sophistication.



Amman par Bayria Eyewear

SALT. Optics

STYLE : Minimal, côtier, axé sur le détail

FOURCHETTE DE PRIX : 350–475 \$

POURQUOI L'AVOIR EN STOCK :

Fabrication japonaise haut de gamme combinée au style cool de la Côte Ouest.

ASTUCE DES PROFESSIONNELS DE SOINS OCULAIRES :

Soulignez l'ajustement, la finition et le confort lors de l'essayage— les patients sentiront la différence.



Devon-V par SALT. Optics

Ophy/Eredità

STYLE : Architectural, audacieux, éditorial

FOURCHETTE DE PRIX : 350–500 \$

POURQUOI L'AVOIR EN STOCK :

Apporte aux indépendants une offre fraîche et exclusive.

ASTUCE DES PROFESSIONNELS DE SOINS OCULAIRES :

Idéal pour les patients recherchant des montures tendance et peu communes. L'effet édition limitée ajoute de la valeur.



Charles par Ophy

lafont.

PARIS



www.lafont.com



LE COMPTE À REBOURS FINAL

Le système fragmenté de soins oculaires du Canada est sur le point de changer. Le projet de loi C-284 propose une vision nationale — si la profession est prête à s'unir.

PAR EVRA TAYLOR

Pour la première fois dans l'histoire du Canada, la santé oculaire obtient une place à la table nationale. Avec l'adoption du projet de loi C-284, le Canada dispose maintenant d'une structure pour une stratégie unifiée, d'un océan à l'autre, visant à détecter plus tôt les maladies, à prévenir la cécité et à garantir que chaque Canadien — peu importe où il vit — ait accès à des soins oculaires de qualité. C'est plus qu'une loi : c'est un appel à l'action pour les opticiens, optométristes, ophtalmologistes et leaders de l'industrie afin de travailler ensemble, de briser les silos et de défendre le droit à la vision. L'occasion de façoner l'avenir des soins oculaires au pays est là. C'est maintenant à notre profession de s'en saisir.

Le projet de loi C-284, un projet de loi d'initiative parlementaire visant l'élaboration d'une stratégie nationale de soins oculaires au Canada, a été adopté et est devenu loi le 7 novembre 2024. Ce projet de loi est appelé à transformer radicalement la prestation des soins oculaires au Canada.

Il met en lumière deux éléments jusqu'ici absents : une stratégie cohérente pour la prestation des soins oculaires et un programme de prévention de la cécité. Il désigne également le mois de février comme Mois de la sensibilisation à la dégénérescence maculaire liée à l'âge (DMLA).

La députée libérale Judy A. Sgro a présenté ce projet de loi à la Chambre des communes en l'honneur de sa grand-mère, décédée aveugle, ainsi que de sa tante, devenue aveugle à cause de la DMLA.

Le projet de loi C-284 répond au besoin d'une approche stratégique et globale face aux pertes de vision liées à diverses causes, dont la DMLA, la cataracte, le glaucome et la rétinopathie diabétique. Il souligne la nécessité de coordination et de partage d'information entre les gouvernements fédéral et provinciaux afin de rendre accessibles de nouveaux traitements, de prévenir et traiter les maladies oculaires, et de réduire les inégalités en santé parmi les personnes vivant avec une perte de vision.

Il favorise une approche cohérente visant à harmoniser les services de soins oculaires offerts

par les « trois O » — opticiens, optométristes et ophtalmologistes. Historiquement, le secteur de l'optique a été marqué par une segmentation des pratiques, aux lourdes répercussions sur les soins aux patients et les résultats. Le contexte actuel d'examen, de diagnostic et de traitement entraîne des retards de traitements, en plus de la confusion et de la frustration chez les patients qui souhaitent bénéficier rapidement des soins oculaires dont ils ont besoin. Souvent, lorsque les personnes souffrant d'une affection oculaire reçoivent enfin un traitement, leur état s'est déjà aggravé jusqu'à atteindre un stade critique.

Un consensus d'experts souligne que le paysage actuel doit être repensé sur la base de principes centrés sur le patient, afin de refléter l'évolution démographique du Canada et ses besoins en santé. « Le Canada a besoin d'une stratégie nationale de soins oculaires en raison de la fragmentation actuelle des systèmes provinciaux, qui entraîne des normes et un accès incohérents,

surtout pour les communautés rurales, éloignées et marginalisées », affirme Robert Dalton, directeur général de l'Association des opticiens du Canada (AOC).

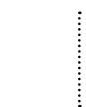
« Cette fragmentation contribue à un taux alarmant de maladies et de troubles oculaires non pris en charge, malgré le fait que 75 % des pertes de vision soient évitables ou traitables par des mesures préventives comme un examen complet de la vue. Le fardeau économique de la perte de vision est considérable : il est estimé à 32,9 milliards \$ en 2019, et devrait croître de plus de 70 % pour atteindre 56 milliards \$ d'ici 2050. Le projet de loi C-284 renforcera la collaboration et l'importance stratégique du cercle de soins ».

Selon Stanley Woo, OD, professeur clinique à l'École d'optométrie et de sciences de la vision de l'Université de Waterloo, l'un des moteurs de cette loi est la prévalence croissante des maladies oculaires chroniques, et le fait simple que la détection précoce sauve la vue.

« La santé oculaire est un impératif public, mais nous avons adopté une approche fragmentaire pour la gérer. De plus, les communautés autochtones n'ont pas un accès adéquat aux soins et doivent souvent parcourir de longues distances. L'un des défis est : comment amener les patients au bon soin, au bon endroit et au bon moment ? »

Le chemin vers la vision

Avec l'horloge qui tourne vers 2026, le parcours du projet de loi C-284 au Parlement montre à quel point le Canada est proche d'une Stratégie nationale des soins oculaires — et tout ce qui est en jeu avant son entrée en vigueur.



1^{re} lecture

(Chambre des communes)

14 juin 2022

Présenté par la députée Judy A. Sgro. Aucun débat. Texte du projet de loi rendu public.



2^e lecture

(Chambre des communes)

7 juin 2023

Approuvé à l'unanimité. Renvoi au Comité permanent de la santé (HESA).



Comité

(Chambre des communes)

20-21 juin 2023

Audiences et participation des parties prenantes. Modifications mineures : précisions sur les délais, ajout du mot Autochtones, accent sur les rapports fondés sur des données probantes.

LE CHEMIN VERS LA VISION (SUITE)

**Étape du rapport
(Chambre des communes)**
28 sept. 2023

Renforcement des délais de mise en œuvre. Intégration des commentaires du Sénat.

**3e lecture
(Chambre des communes)**
25 oct. 2023

Adopté à l'unanimité.
Aucun nouveau changement.

1re lecture (Sénat)
26 oct. 2023

Présenté au Sénat.
Aucun débat.

2e lecture (Sénat)
29 mai 2024

Adopté et renvoyé au comité sénatorial.

LES LACUNES EN SOINS AFFECTENT LES RÉSULTATS EN SANTÉ

Selon François Couillard, PDG de l'Association canadienne des optométristes (ACO), les professionnels de la vue sont confrontés à plusieurs défis systémiques et opérationnels :

- Faible sensibilisation du public à l'importance des examens de la vue réguliers, entraînant des diagnostics tardifs de maladies évitables comme le glaucome et la rétinopathie diabétique
- Accès inégal dans les communautés rurales et éloignées
- Retards d'approbation et de la disponibilité des nouveaux traitements et technologies
- Répartition inégale des professionnels à travers les régions
- Sous-financement des secteurs public et privé (assureurs)
- Intégration limitée des soins oculaires aux soins de santé primaires

Les optométristes sont les premiers répondants en santé oculaire. Ils peuvent jouer un rôle pivotal pour réduire les coûts du système de soin et améliorer les résultats grâce à l'oculomique — l'utilisation de l'imagerie rétinienne et de l'IA pour détecter des maladies systémiques.

Cela permettrait d'intervenir plus tôt, réduisant ainsi le besoin de traitements coûteux par la suite. Cela améliorerait également la gestion des maladies chroniques en intégrant les soins de la vision aux parcours de soins primaires. De plus, cela allégerait la charge sur les hôpitaux et les spécialistes grâce à un dépistage et un suivi réalisés en milieu communautaire.

Bruce Miles, directeur général d'Essilor-Luxottica Canada, a décrit les principaux défis des soins oculaires : la demande croissante, la capacité du personnel et la complexité grandissante des besoins des patients, qui exercent une pression sur le système. Il a souligné la nécessité de renforcer la collaboration entre les différents acteurs, d'améliorer les parcours de référence et de favoriser le partage de données afin de soutenir une prise en charge plus coordonnée des patients. « Dans certaines régions, l'accès aux services — en particulier les soins chirurgicaux

— peut être limité, surtout dans les communautés rurales et éloignées », a-t-il indiqué.

Sans une approche de soins coordonnés, les patients n'ont souvent pas de parcours clair dans le système de soins oculaires, et de petits problèmes peuvent évoluer en pertes de vision plus graves et à long terme. « La gestion de la myopie est un exemple où une intervention précoce pourrait faire une différence, tant à court terme qu'en réduisant les risques à long terme associés à une myopie élevée et à la longueur axiale. Bien que le taux de myopie chez les enfants augmente, moins de 15 % des enfants affectés en Amérique du Nord reçoivent un traitement proactif », a poursuivi M. Miles.

La sensibilisation du public à l'importance des soins oculaires de routine et complets constitue l'une des plus grandes préoccupations de l'industrie optique, selon Allison Scott, DO, présidente de l'Association canadienne des optométristes (ACO). « Les soins oculaires font partie intégrante des soins de santé, il est donc essentiel de sensibiliser les autres professionnels de la santé au rôle important que jouent les soins oculaires dans le bien-être global d'un patient », a-t-elle affirmé. De plus, l'approbation de nouveaux traitements et médicaments peut parfois prendre beaucoup de temps au Canada. Par conséquent, les patients n'ont pas accès aux technologies les plus récentes disponibles dans d'autres pays, ce qui peut avoir un impact sur leur plan de traitement ou sur les soutiens en réadaptation.

Sans une approche de soins coordonnés, les patients n'ont souvent pas de parcours clair dans le système de soins oculaires, et de petits problèmes peuvent évoluer en pertes de vision plus graves et à long terme.

Bien que la plupart des soins de santé soient dispensés au niveau provincial, certains programmes fédéraux, comme le NIHB (Programme de prestations de santé non assurées pour les Premières Nations et les Inuits), le IFHP (Programme fédéral provisoire de soins de santé) et le DVA, sont offerts à l'échelle nationale. « Les soins oculaires manquent souvent de financement pour la recherche, et ce projet de loi pourrait accroître la quantité de recherches canadiennes menées sur les soins oculaires », a déclaré Mme Scott.

CONSTRUIRE DES PONTS, ET NON DES SILOS

« Une stratégie nationale cohérente doit reposer sur trois piliers : collaboration, innovation et équité », affirme M. Miles. « Premièrement, il est nécessaire d'améliorer la coordination au sein de



UNE NOUVELLE VISION S'EN VIENT.



Redéfinir le confort, la clarté et la confiance.

Êtes-vous prêt à voir ce qui s'en vient?

À l'automne 2025.



HOYA
FOR THE VISIONARIES

© 2025 HOYA Corporation. All rights reserved.

l'écosystème des soins oculaires, entre opticiens, optométristes, ophtalmologistes, associations professionnelles, autorités de santé publique et partenaires de l'industrie. Deuxièmement, nous devons tirer parti des outils émergents pour optimiser la prestation des soins et l'utilisation des ressources. Les progrès en intelligence artificielle, en mégadonnées, dans les dispositifs portables et en télé-optométrie ouvrent de nouvelles possibilités pour un diagnostic plus précoce, le suivi à distance et des traitements personnalisés. Soutenir les professionnels dans l'adoption et la gestion de ces technologies sera essentiel pour offrir des soins adaptés aux défis de demain. Troisièmement, l'accès aux soins doit être équitable, peu importe la région, le revenu ou le groupe d'âge », a-t-il ajouté.

Christine Meisner, OD, a déclaré que le projet de loi C-284 vise à « rendre les choses plus justes, plus intelligentes et mieux connectées. Il encourage une meilleure formation des professionnels, une communication améliorée entre les provinces et le gouvernement fédéral, ainsi que de meilleurs outils pour recueillir et utiliser les données. Le projet de loi cherche également à accélérer le processus réglementaire pour les nouveaux traitements et dispositifs, afin de permettre aux innovations d'arriver plus rapidement en clinique et d'aider les patients plus tôt. Il vise à mettre en place des normes nationales de formation pour réduire les écarts. Il prévoit aussi d'améliorer la collecte de données sur les maladies oculaires afin d'identifier où se situent les besoins les plus importants à travers le pays ». Mme Meisner a ajouté qu'actuellement, il n'existe pas de système efficace pour recueillir et partager l'information à l'échelle nationale, ce qui rend difficile de savoir où se trouvent les plus grands besoins ou l'efficacité réelle de nos actions.

M. Dalton précise que le projet de loi comporte aussi des implications claires pour les opticiens :

- « **Améliorer l'accès aux services de santé oculaire** » : accès abordable aux soins oculaires, qui comprend la couverture des examens de la vue, des traitements, des lunettes et lentilles de contact spécialisées, ainsi que des appareils et technologies fonctionnels dans le cadre des régimes de santé provinciaux et territoriaux.
- « **Programme national des dispositifs et technologies assistées** » : garantir l'accès et l'abordabilité des appareils assistés. La définition plus large des « technologies assistées » et la discussion sur les « lunettes et lentilles de contact spécialisées » implique la participation des opticiens à la mise à disposition et à l'ajustement de ces appareils.
- « **Pénurie de main-d'œuvre et formation** » : Financer la formation spécialisée et remédier à la pénurie de main-d'œuvre dans le domaine

des soins oculaires. Une stratégie globale de soins oculaires étendrait logiquement cette mesure aux opticiens également.

- « **Collaboration avec les parties prenantes et les détenteurs de droits** » : Collaboration continue avec les principales parties prenantes et les détenteurs de droits, y compris les prestataires de soins de santé, afin d'élaborer et de mettre en œuvre les meilleures pratiques en soins oculaires. Les opticiens seraient inclus dans cet effort de collaboration.

STRATÉGIES POUR UN PLAN NATIONAL EN SOINS OCULAIRES

Pour réaliser cette vision, M. Couillard a recommandé que, pour concrétiser la vision d'un plan de soins oculaires cohérent, le Canada devrait :

Mettre en place une structure de leadership national — un « Bureau de la vision » pour coordonner les efforts

Investir dans des campagnes pour l'éducation public et offrir formations à d'autres professionnels

Financer la recherche et l'infrastructure de données pour suivre les résultats et les tendances de la main d'œuvre

Soutenir l'innovation et l'intégration dans la prestation des soins, y compris la télésanté et l'intégration de l'intelligence artificielle

Inclure de façon significative les communautés autochtones et marginalisées dans la planification et l'élaboration

M. Woo a souligné que dans le domaine de l'optométrie, si l'approche de la myopie reposait auparavant sur la correction de la vision à l'aide de lunettes, il est désormais possible de détecter et de traiter précoce la myopie afin d'en empêcher la progression. « Une intervention précoce, en particulier chez les enfants, permettrait non seulement de corriger leur vision, mais aussi d'arrêter l'évolution de la maladie. Sensibiliser le public à l'importance des examens oculaires réguliers contribuerait à retarder l'apparition de symptômes potentiellement mortels », a-t-il expliqué. La réadaptation en cas de basse vision, mise en avant dans le projet de loi dans le cadre d'une stratégie nationale, permettrait aux patients d'améliorer leur qualité de vie et de conserver leur indépendance plus longtemps, plutôt que d'accepter la déficience visuelle comme une conséquence naturelle du vieillissement, c'était l'attitude adoptée par le passé.

Nous espérons que la mise en place d'une stratégie nationale permettra de coordonner les efforts pour sensibiliser le public tout au long de sa vie à l'importance des examens oculaires, tout en offrant des parcours de traitement pour favoriser une vie en santé », a déclaré M. Woo.

LE CHEMIN VERS LA VISION (SUITE)

Comité (Sénat)

23-31 oct. 2024

Aucun amendement. Rapport présenté sans changements.

3e lecture (Sénat)

5 nov. 2024

Adopté en lecture finale.

Sanction royale

7 nov. 2024

Le ministre de la Santé doit déposer une « Stratégie nationale des soins oculaires » au Parlement d'ici mai 2026.

Mise en œuvre

Juin 2026

Le projet de loi C-284 entrera en vigueur.

**Vous n'avez pas
encore essayé
cette appli ?**

Transitions[®]
Gen-S™

NE LA RATEZ PAS!

**Vos patients peuvent
essayer les 8 couleurs
GEN S™ avec n'importe
quelle monture de
votre bureau !**



SCANNEZ ET ESSAYER



**POUR RECEVOIR VOTRE TROUSSE
TRANSITIONS® COLOR MATCH™ :**
cscanada@transitions.com

Gagnant dans la catégorie Santé et Bien-être. Sondage auprès de 4000 personnes par Kantar. Transitions et le logo Transitions sont des marques déposées de Transitions Optical, Inc. utilisées sous licence par Transitions Optical Limited. GEN S est une marque de commerce de Transitions Optical Limited. ©2024 Transitions Optical Limited. ©2024 Transitions Optical Limited. La performance photochromique peut varier selon les couleurs, le matériau du verre, et est influencée par la température et l'exposition aux UV. Monture par RAY-BAN®, verres Transitions® GEN S™ Rubis.





La vision du Canada pour la vision

Le projet de loi C-284 établit les étapes d'une stratégie nationale des soins oculaires qui s'attaque de front à la prévention, au traitement et à l'accès.

CE QUE LE PROJET DE LOI ABORDE

- Promouvoir la prévention, le diagnostic précoce, le traitement et la réadaptation des maladies oculaires (y compris la dégénéres-

cence maculaire liée à l'âge (DMLA), le glaucome, la cataracte et la rétinopathie diabétique)

- Améliorer la coordination entre les gouvernements fédéral, provinciaux/territoriaux, les groupes autochtones, les chercheurs, les cliniciens et les parties prenantes
- Faire progresser la sensibilisation du public (par exemple, désigner février comme Mois de la sensibilisation à la DMLA), la collecte de données, la recherche et la formation des professionnels de la santé

CE QUI EST EN JEU

- La perte de vision au Canada est associée à de nombreuses causes, dont la DMLA, la cataracte, le glaucome et la rétinopathie diabétique
- Des millions de Canadiens vivent avec une maladie oculaire qui pourrait mener à une perte de vision ou à la cécité si elle n'est pas traitée
- On estime que la perte de vision coûte des milliards de dollars par an aux Canadiens, tant en coûts financiers qu'en perte de bien-être
- La perte de la vision centrale peut avoir un impact majeur sur l'autonomie et la qualité de vie d'une personne
- La coordination et le partage d'information entre les gouvernements fédéral et provinciaux sont nécessaires pour garantir l'accès aux nouveaux traitements, prévenir et traiter les maladies oculaires, et réduire les inégalités de santé chez les personnes vivant avec une perte de vision

- Le Parlement estime qu'il est souhaitable d'être proactif dans la lutte contre la perte de vision et de mettre en œuvre une stratégie nationale de soins oculaires

COMMENT LE PROJET DE LOI S'APPLIQUE

La stratégie nationale doit décrire les différentes formes de maladies oculaires et peut inclure des mesures visant à :

- Identifier les besoins des professionnels de la santé et autres intervenants en formation et orientation sur la prévention et le traitement des maladies oculaires ainsi que sur la réadaptation visuelle
- Promouvoir la recherche et améliorer la collecte de données sur la prévention et le traitement des maladies oculaires et sur la réadaptation visuelle
- Promouvoir le partage d'information et de connaissances entre les gouvernements fédéral et provinciaux en lien avec la prévention et le traitement des maladies oculaires et la réadaptation visuelle
- Veiller à ce que le ministre puisse rapidement examiner, conformément à la Loi sur les aliments et drogues, certaines demandes et soumissions concernant des dispositifs et médicaments, au sens de l'article 2 de cette loi, destinés au traitement des maladies oculaires, y compris la dégénérescence maculaire, la cataracte, le glaucome et la rétinopathie diabétique

« Agir maintenant, c'est améliorer les résultats pour les patients et bâtir un avenir durable pour les soins oculaires au Canada. »

Le projet de loi C-284 fournit la structure, mais il faudra une mobilisation constante, une collaboration intersectorielle et une responsabilisation pour concrétiser ses promesses. Le coût de la perte de vision évitable — sur le plan financier, social et personnel — est trop élevé pour être ignoré. Les professionnels des soins oculaires ont l'expertise, la portée et la responsabilité nécessaires pour encourager la prise de mesures à tous les niveaux. En formant un front uni, nous pouvons faire en sorte que cette législation entraîne des changements mesurables, de meilleurs résultats et un système de soins oculaires plus solide et plus équitable pour tous les Canadiens. **PO**

MAINTENANT ou JAMAIS

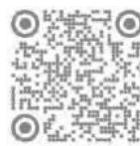
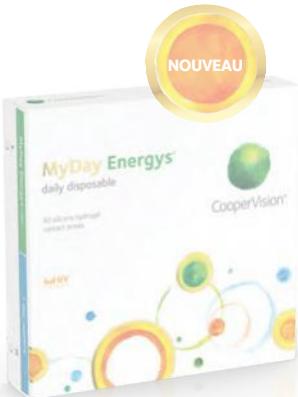
Les professionnels de la vue devraient considérer le projet de loi C-284 comme une opportunité en évolution, et non comme une victoire acquise. En contribuant activement à façonner la stratégie nationale, en maintenant un message uniifié entre les trois O, et en tenant le gouvernement responsable, la profession peut s'assurer que cette loi devienne un véritable tournant pour les soins oculaires au Canada.



TOUJOURS BRANCHÉ.

MyDay Energys^{MD} REND LE CONFORT DES LENTILLES EXTRAORDINAIRE.

Le téléphone, la tablette et l'ordinateur portable; matin, midi et soir. Nous sommes tous branchés en tout temps. Il existe désormais une lentille à usage unique dotée de la technologie et du confort nécessaires pour affronter toutes les situations. Les lentilles cornéennes à usage unique MyDay Energys^{MD} sont les premières lentilles à usage unique dotées de DigitalBoost^{MC} et de la technologie Aquaform^{MD}. La conception peut aider à réduire les symptômes de fatigue et de sécheresse dus à la fatigue oculaire numérique. Un confort extraordinaire toujours en place.



| EN SAVOIR
PLUS



CooperVision^{MD}



Combler la fracture numérique

Des stratégies avisées pour répondre aux besoins de la génération numérique et des traditionalistes

PAR ROBERT DALTON

Dans un monde en évolution rapide, la technologie s'est profondément intégrée à notre quotidien, influençant tout, de notre façon de communiquer à notre accès aux soins de santé. Pour les opticiens, cela représente à la fois un défi et une occasion uniques : comment servir efficacement à la fois le patient à l'aise avec la technologie, qui vit sur son téléphone intelligent, et celui qui est moins à l'aise et préfère les méthodes traditionnelles ? Savoir naviguer dans cette « fracture numérique » est essentiel pour offrir des soins complets, centrés sur le patient, et assurer le succès durable de votre pratique.

Le patient natif du numérique, souvent plus jeune ou à l'aise avec les interactions en ligne, s'attend à une expérience digitale fluide. Cela comprend la prise de rendez-vous facile en ligne, les outils d'essayage virtuel de montures, les rappels au-

tomatisés par texto ou courriel, ainsi que l'accès à son dossier à travers un portail sécurisé. Pour ce type de patient, la commodité est primordiale. Il apprécie pouvoir effectuer ses recherches sur les technologies de verres avant la visite, recevoir ses reçus numériquement, et même interagir avec votre clinique sur les réseaux sociaux pour suivre les nouveautés et promotions. Ignorer ces points de contact numériques, c'est risquer de perdre une part importante de votre clientèle au profit de cliniques qui adoptent pleinement ces solutions technologiques.

Le contact humain, l'empathie et les explications claires en personne demeurent irremplaçables...

Toutefois, une grande partie de nos patients préfère, voire dépend, encore des méthodes traditionnelles. Cela inclut notamment beaucoup d'aînés, des personnes vivant en milieu rural avec un accès limité à Internet, ou simplement ceux qui privilégient, au-dessus tout, les relations humaines. Pour eux, un appel téléphonique pour prendre rendez-vous, une carte postale de rappel, ou une conversation personnelle à propos des options de verres ne sont pas de simples préférences — c'est une nécessité. Ces patients peuvent se sentir dépassés ou exclus par une trop grande dépendance aux outils numériques, ce qui peut nuire à leur expérience et même les pousser à aller chercher des soins ailleurs. Le contact humain, l'empathie et des explications

En fin de compte, réussir en optique à l'ère numérique, c'est rencontrer les patients là où ils se trouvent.

claires en personne demeurent irremplaçables pour ces patients.

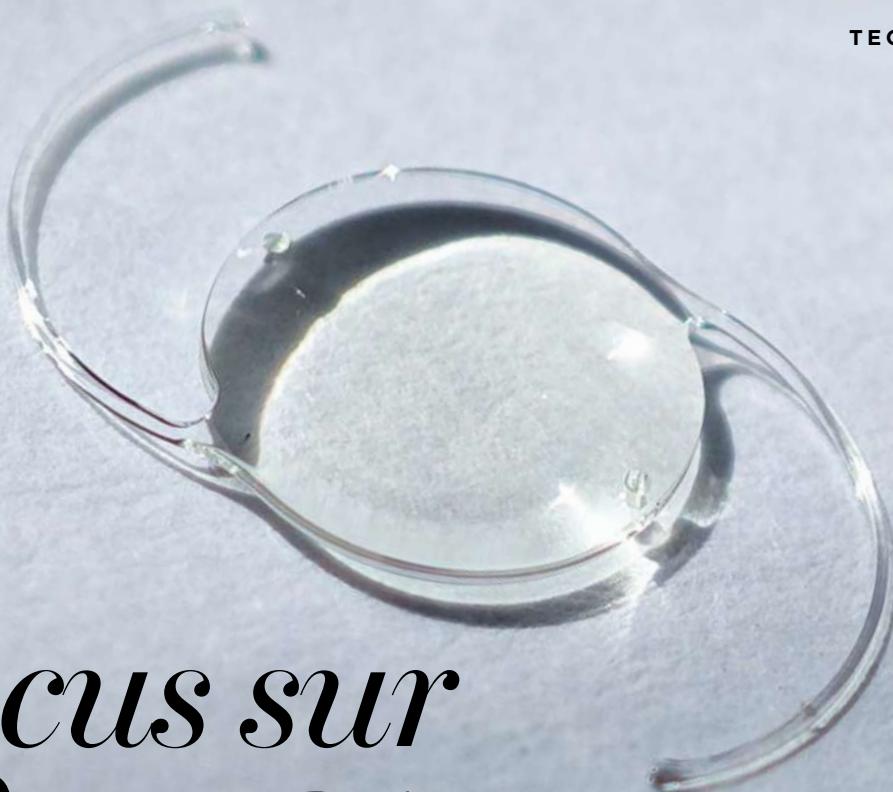
Alors, comment les opticiens peuvent-ils combler efficacement ce fossé ? La réponse est une approche équilibrée et hybride. Les cliniques doivent investir dans les outils numériques et les promouvoir, tout en maintenant toujours une alternative traditionnelle bien accessible. Par exemple, tout en offrant la prise de rendez-vous en ligne, assurez-vous que vos lignes téléphoniques sont bien équipées et accueillantes. Si vous utilisez des systèmes de rappel numériques, proposez une option postale pour ceux qui préfèrent. L'essayage virtuel est fantastique, mais rien ne remplace l'expérience tangible d'essayer des montures en personne, guidé par un opticien compétent.

Par ailleurs, l'information aux patients est essentielle. Pour ceux qui hésitent à utiliser la technologie, proposez des introductions douces et des consignes claires. Montrez-leur comme il est facile d'utiliser un portail patient ou expliquez les avantages des rappels numériques. À l'inverse, pour les technophiles, mettez en avant l'équipement de diagnostic avancé et les technologies innovantes de verres que vous offrez, démontrant que votre clinique est à la fine pointe des soins oculaires modernes.

En fin de compte, réussir en optique à l'ère numérique, c'est rencontrer les patients là où ils se trouvent. En offrant une gamme d'options — allant des commodités numériques de pointe aux méthodes traditionnelles rassurantes et familières — nous pouvons nous assurer que chaque patient, peu importe son aisance avec la technologie, reçoive des soins de la plus haute qualité, favorisant ainsi la confiance et la fidélité pour les années à venir. Le futur de l'optique ne consiste pas à choisir une voie plutôt qu'une autre, mais à intégrer les deux de façon harmonieuse afin de répondre aux besoins de tous. **PO**

Robert Dalton est le directeur général de l'Association des opticiens du Canada, dont la mission est de promouvoir les opticiens agréés et la profession, de maintenir les normes professionnelles et d'éduquer et d'informer les consommateurs sur la santé oculaire. Pour plus d'informations, visitez le site opticians.ca.

Focus sur l'ICL



La lentille intraoculaire de TECNIS Odyssey arrive sur de nouveaux marchés, dont le Canada. Ce que les professionnels des soins oculaires doivent savoir.

PAR DAVID GOLDBERG

JOHNSON & JOHNSON

a annoncé cette semaine que sa lentille intraoculaire TECNIS Odyssey sera disponible en Europe, au Moyen-Orient et au Canada, élargissant ainsi l'accès à ce que l'entreprise décrit comme la lentille correctrice de presbytie à la croissance la plus rapide aux États-Unis.

« La chirurgie de la cataracte offre aux patients une occasion unique d'améliorer leur vision et de réduire leur dépendance aux lunettes. Plus de 50 000 yeux ont déjà bénéficié de la TECNIS Odyssey aux États-Unis », affirme la Dre Patricia Piers, responsable de la R&D pour les implants ophthalmiques chez Johnson & Johnson Surgical Vision.

Cette technologie s'insère dans un marché où les lentilles correctrices de presbytie ont évolué pour surmonter des limites historiques de qualité visuelle. Le Dr Ike Ahmed, ophtalmologiste et directeur de l'innovation au Prism Institute de Brampton, en Ontario, souligne ces défis historiques.

« L'un des aspects sur lesquels nous continuons de progresser et de relever la barre concerne les limitations que nous avons rencontré avec cette technologie : la qualité visuelle, les difficultés en conditions de faible contraste, les plaintes de

« Nous sommes ravis de continuer à améliorer l'avenir de la chirurgie de la cataracte ».

— DRE PATRICIA PIERS,
responsable de la R&D pour les implants ophthalmiques, Johnson & Johnson Surgical Vision

vision « cireuse », le manque de clarté, ainsi que les problèmes de halos et de dysphotopsie », explique Dr Ahmed.

La TECNIS Odyssey utilise ce que Johnson & Johnson appelle un « profil diffractif en freeform », conçu pour offrir une vision continue

à toutes les distances tout en atteignant une utilisation de 95% de la lumière.

Les données cliniques montrent que les patients éprouvent moins de perturbations visuelles comparativement aux tendances historiques des lentilles correctrices de presbytie. Selon les résultats post-opératoires d'un mois d'une étude américaine, presque tous les patients ont rapporté peu ou pas de halos, d'éblouissements ou d'étoiles après l'opération de leur premier œil.

« Nous répondons aux besoins évolutifs des chirurgiens, nous leur donnons les moyens d'élargir leur pratique et nous leur offrons des occasions de formation et d'engagement », dit Dre Piers. « Nous sommes ravis de continuer à améliorer l'avenir de la chirurgie de la cataracte ».

Cependant, les chirurgiens soulignent que la sélection minutieuse des patients demeure cruciale pour le succès. « Nous recherchons vraiment des yeux sains, sans comorbidités sérieuses », précise Dr Ahmed. « Il faut que la performance

optique de l'œil soit optimale pour maximiser la valeur de cette approche».

Il est également essentiel de bien gérer les attentes. Dr Ahmed note que la prise de décision éclairée implique de comprendre les compromis.

« Il est important de mentionner qu'il y a toujours un inconvénient. Il n'y a pas de « repas gratuit » en optique — il y a toujours un compromis dans tout système. Tout choix implique des concessions, que ce soit de porter des lunettes et d'en dépendre, ou d'accepter le faible risque de halos ou d'éblouissements».

« C'est un niveau de satisfaction différent lorsqu'il s'agit de quelqu'un que vous aimez et qui reçoit la lentille à laquelle vous avez contribué ».

— DRE PATRICIA PIERS,
responsable de la R&D pour les implants
ophtalmiques, Johnson & Johnson Surgical Vision

Malgré ces considérations, les chirurgiens rapportent des niveaux élevés de satisfaction lorsque les patients peuvent se passer complètement de lunettes. La Dre Piers partage le témoignage d'un chirurgien qui, après avoir implanté la TECNIS Odyssey à des centaines de patients, a constaté qu'il n'entendait plus parler des écarts typiques entre vision de loin, intermédiaire et de près, car les patients bénéficiaient d'une vision continue.

« Ce qui était le plus intéressant, c'était d'observer les tests en laboratoire, le travail préclinique et certaines études cliniques. Les résultats étaient très prometteurs, et cela semble bien se traduire dans le monde réel », explique Dr Ahmed.

L'impact personnel de l'innovation en IOL dépasse les résultats cliniques pour Dre Piers, dont la mère a subi une chirurgie de la cataracte avec une autre lentille TECNIS qu'elle avait contribué à développer. Voir la vision de sa mère s'améliorer après l'opération a donné un sens complet à son travail.

« J'ai du mal à ne pas pleurer quand je parle de ma mère et de son expérience », confie Dre Piers. « J'ai parlé à beaucoup de chirurgiens et de patients, et il est gratifiant d'entendre leurs commentaires sur les produits que nous avons développés. Mais c'est un niveau de satisfaction différent lorsqu'il s'agit de quelqu'un que vous aimez et qui reçoit la lentille à laquelle vous avez contribué ». **PO**

Chronologie

de la technologie des lentilles intraoculaires

1949

LES DÉBUTS

Sir Harold Ridley implante la première lentille intraoculaire en PMMA, inspirée de fragments de verrière d'avion de la Seconde Guerre mondiale



1967

RÉVOLUTION CHIRURGICALE

Le Dr Charles Kelman introduit la phacoémulsification, permettant la chirurgie moderne de la cataracte par petite incision



1980s

INNOVATION PLIABLE

Les lentilles en silicium pliables dominent le marché, permettant des incisions beaucoup plus petites

2003

TECHNOLOGIE ACCOMMODATIVE

CrystaLens devient la première IOL accommodative approuvée aux États-Unis, visant à imiter le mouvement naturel du cristallin

1987

PREMIÈRES MULTIFOCALES

L'entreprise 3M lance la première IOL multifocale diffractive, inaugurant l'ère de la correction de la presbytie

2016

PROFONDEUR DE CHAMP ÉTENDUE

TECNIS Symfony devient la première IOL EDOF (Extended Depth of Focus) approuvée par la FDA



2025

NOUVELLE GÉNÉRATION

TECNIS Odyssey se développe à l'international, représentant l'évolution la plus récente de la technologie correctrice de presbytie, avec une utilisation de 95 % de la lumière et une gamme visuelle complète

NOUVELLE INNOVATION LIO!

TECNIS
LIO PureSee™

Purement haute définition

Présentation de la LIO TECNIS PureSee™, la nouvelle lentille intraoculaire purement réfringente qui corrige la presbytie grâce à sa technologie à puissance continue¹. Conçue pour assurer une vision supérieure de près comme de loin, de jour comme de nuit¹².

Contraste élevé, tolérance élevée, satisfaction des patients élevée³⁻⁵

TECNIS
LIO Odyssey™

Une vision précise. À toutes les distances. Sous tous les éclairages.

Élevez votre pratique avec TECNIS Odyssey™, la gamme visuelle LIO complète continue de haute qualité*¹⁸*². Découvrez sa surface optimisée de forme libre, conçue pour offrir :

- Une meilleure tolérance à l'erreur de réfraction³
- Un meilleur profil de dysphotopsie[†]
- Une plage de vision inégalée[¶] ↗⁵
- Un contraste d'image TECNIS™ : le meilleur de sa catégorie^{‡Ω6}



RÉFÉRENCES :

1. LIO TECNIS PureSee™, modèle DEN00V, DFU Z311989, révision B.
2. DOF2023CT4011 – Simulations of visual symptoms under defocus for TECNIS PureSee™ IOL. 29 mars 2023.
3. DOF2023CT4036 – Clinical Investigation of the TECNIS™ IOL, Models C1V000 and C2V000. Contrast Sensitivity Outcomes. 17 juillet 2023.
4. DOF2023CT4041 – Clinical Investigation of the TECNIS™ IOL, Models C1V000 and C2V000. Tolerance to Refractive Error. 17 juillet 2023.
5. Black D, et coll. Clinical evaluation of tolerance to residual refractive errors following implantation with a refractive extended-depth-of-focus (EDF) IOL. Abstract ESCRS 2023. REF2023CT4129.



EN SAVOIR PLUS

- * Conformément à la norme ISO 11979-7:2024, basée sur l'étude clinique de la LIO originale
- † AV continue 20/25 ou meilleure sur la base d'essais sur banc précliniques
- ‡ Comparée aux LIO multifocales TECNIS SYNERGY™ et TECNIS™ sur la base d'essais sur banc précliniques
- ¶ Comparée à TECNIS SYNERGY™ sur la base d'essais sur banc précliniques
- || AV continue 20/25 ou meilleure sur la base d'essais sur banc précliniques pour TECNIS Odyssey™
- || Par rapport à PanOptix® sur la base d'essais sur banc précliniques et des études cliniques à comparaison directe de lentilles originales
- ▲ Par rapport à PanOptix® sur la base d'essais sur banc précliniques (lumière blanche MTF à 50 c/mm mesurée pour 3 mm et 5 mm de pupille dans le modèle ACE)
- ↗ Par rapport à TECNIS SYNERGY™ sur la base d'essais sur banc précliniques (lumière blanche MTF à 50 c/mm mesurée pour 3 mm et 5 mm de pupille dans le modèle ACE)
- ‡ Par rapport à PanOptix® sur la base d'essais sur banc précliniques (lumière blanche MTF à 50 c/mm mesuré pour 3 mm et 5 mm de pupille dans le modèle ACE)

REPRÉSENTATIONS : 1. Données internes. 2024DOF4002 (étude clinique prospective, multicentrique, randomisé, à trois voies masquées comparant des sujets implantés bilatéralement avec une LIO TECNIS Synergy (n = 132) vs une LIO monofocale TECNIS (n = 131) 6 mois après l'opération) 2. Données internes. DOF2023CT4023 3. Données internes. 2024DOF4003 4. Données internes. 2024DOF4005 5. Données internes. DOF2023CT4023 Données internes. DOF2020CT4014 – Forte 1 : Évaluation clinique comparative d'une nouvelle lentille intraoculaire correctrice de la presbytie TECNIS™ par rapport à une lentille intraoculaire PanOptix® – COURSES DE DÉFOCALISATION ET RÉSULTATS D'ACUITÉ VISUELLE. 6. Données internes. DOF2023CT4007. Données internes. DOF2019OTH4002. Données internes. 2024DOF4033

INDICATIONS ET RENSEIGNEMENTS IMPORTANTS EN MATIÈRE D'INNOCUITÉ
Uniquement sur ordonnance. La LIO TECNIS Odyssey™ est indiquée en implantation primaire pour la correction visuelle de l'aphakie chez les patients adultes dont on a retiré le cristallin atteint de cataracte. Les patients doivent être informés de la possibilité d'effets visuels auxquels on peut s'attendre la nuit ou dans des conditions de faible visibilité. Il est fortement recommandé de confirmer la réfraction par la technique de la réfraction maximale plus manifeste. Les patients dont l'astigmatisme postopératoire prédit est supérieur à 1,0 D peuvent ne pas être de bons candidats pour l'implantation des LIO TECNIS Odyssey™ et certains patients peuvent encore avoir besoin de lunettes. La lentille est destinée à être placée dans le sac capsulaire uniquement. Veuillez consulter le mode d'emploi pour une liste complète des indications et des renseignements importants en matière d'innocuité.

Johnson&Johnson

Les marques de tiers sont la propriété de leurs détenteurs respectifs.
© Johnson & Johnson et ses sociétés affiliées 2025 | 2025PP12895



« La meilleure décision qu'on ait prise »

L'importance d'un transfert efficace des patients en salle d'examen

PAR NANCY DEWALD

Un client m'a récemment téléphoné pour me dire que l'implantation de notre procédure de transfert en salle, mise en place il y a deux semaines, était « la meilleure décision qu'ils aient jamais prise ».

Ce dont je parle, c'est du moment où l'optométriste (DO) transfère le patient à un membre de l'équipe de façon structurée afin de faciliter les prochaines étapes du parcours patient. Ce protocole s'applique à tous les patients, peu importe leurs besoins.

POURQUOI EST-CE SI IMPORTANT ?

Confidentialité : Les transferts traditionnels se font souvent dans des espaces publics, ce qui peut compromettre la confidentialité du patient. Comme nous vivons et respirons cette réalité au quotidien, nous sommes peut-être devenus moins sensibles à comment les patients peuvent ressentir certaines nouvelles ou traitements prescrits.

Pour citer quelques exemples souvent difficiles à entendre pour un patient : changement de prescription, un enfant qui a besoin de lunettes pour la première fois, premiers verres progressifs, traitement de la sécheresse oculaire.

Compréhension : À la fin d'un examen, les patients peuvent se sentir submergés. Un transfert ciblé entre le DO, le patient et un membre de l'équipe améliore la compréhension et répond mieux aux besoins du patient.

Loyauté du patient : Lorsque les patients se sentent vus et écoutés, leur fidélité augmente.

Conversion : Lorsque les préoccupations des patients sont prises en compte et que leur compréhension est assurée, ils suivent davantage les recommandations. En marketing, on parle de Moments d'Impact Maximum (MIM), où les gens sont particulièrement réceptifs à l'information qui influence leurs décisions d'achat. La recherche montre que ces moments surviennent souvent lors des recommandations faites en salle d'examen.

Satisfaction de l'équipe : Le processus de transfert met en évidence l'importance des rôles du personnel ce qui peut favoriser l'engagement de l'équipe et le sentiment d'accomplir une mission.

COMMENT PROCÉDER ?

- Expliquez clairement le processus et ses objectifs à toute l'équipe.
- Mettez en place un système d'appel, que ce soit via une

plateforme interne comme Slack, une application dédiée comme Bluenote ou des téléavertisseurs économiques.

- Établissez des attentes claires et faites des simulations avant l'implantation totale.

Étapes recommandées pour le D.O :

- Informer le patient qu'un membre de l'équipe prendra le relais.
- Présenter le membre de l'équipe à son arrivée.
- Résumer l'examen et formuler les recommandations.
- Remercier le patient de sa visite.

Ce protocole s'applique à tous les scénarios y compris les lentilles de contact, pré-examen, sécheresse oculaire, tests spéciaux, ajustements, etc.

FACILE À DIRE, MAIS OÙ EST LA PREUVE ?

Dans un grand cabinet où les transitions se faisaient déjà en salle d'examen, l'accent s'est déplacé vers l'amélioration de la présentation des recommandations et vers la garantie que la transition se fasse vers tous les conseillers. Résultat : en deux mois, le taux de conversion a augmenté de 4,7 % (mesuré par : total de montures vendues / total d'examens de la vue).

Dans un petit cabinet où il n'y avait auparavant aucune transition en salle d'examen, l'adoption du processus a entraîné une augmentation du taux de conversion de 6,8 % en deux mois.

Ces exemples démontrent les résultats mesurables liés à la mise en place d'un transfert structuré en salle d'examen.

Alors, qu'attendez-vous ? Ça pourrait bien être la meilleure décision que vous ayez jamais prise.

N'hésitez pas à me contacter si vous avez des questions. **PO**

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



La banque s'investit pour la vision

RBC et AOE s'unissent pour soutenir les professionnels de la vue

Qu'obtient-on lorsque la plus grande banque du Canada s'associe à l'une des plateformes de formation dans le domaine des soins de la vue les plus dynamiques au pays ? Une alliance croissante qui va bien au-delà d'une relation transactionnelle : il s'agit d'outiller les professionnels de la vue, de partager des connaissances et d'aider les cliniques à prospérer dans un environnement de santé en évolution rapide.

La collaboration entre la RBC et l'Academy of Ophthalmic Education (AOE) continue de prendre de l'ampleur après le succès de l'événement tenu le 21 mai. Conçu comme un point de rencontre entre les professionnels de la vue et les conseillers RBC, cet événement a permis des échanges riches et concrets sur les besoins actuels de la communauté des soins de la vue.

Dirigée par son PDG dynamique, Yavar Ali Khan, l'AOE est un leader bien établi dans le domaine de la formation continue pour les optométristes, ophtalmologistes et autres professionnels. Au-delà des crédits de formation continue et des cours, l'AOE cultive un esprit de communauté, de mentorat et d'avant-gardisme. Qu'il s'agisse d'événements en personne ou de

formations virtuelles comme MBA in a Day, l'AOE est la référence des professionnels de la vue canadiens pour se tenir informés et prêts pour l'avenir.

Pour la RBC, ce partenariat représente plus qu'un siège à la table — C'est une vue au premier rang sur les défis et opportunités qui façonnent l'industrie des soins de la vue. Lors de l'événement de mai, les conseillers de la RBC ont rencontré des propriétaires de cliniques, des praticiens indépendants et de jeunes professionnels afin de mieux comprendre leurs besoins. Qu'il s'agisse de planification de relève, de gestion des flux de trésorerie ou de difficultés liées à la croissance des opérations, le message était clair : écouter d'abord, soutenir ensuite.

clinique et la performance des affaires. Ces informations aident la RBC à faire évoluer ses services, non seulement comme banquiers, mais comme partenaires à long terme qui contribue au succès des pratiques.

Et ce n'est qu'un début.

Cet automne, la RBC tiendra son deuxième Advice Event, dans la foulée du succès de celui de mai. La rencontre portera sur des thèmes à fort impact, comme la planification d'affaires, l'efficacité opérationnelle et la professionnalisation de la gestion de clinique. Des experts discuteront des avantages d'embaucher un directeur financier (CFO) à temps partiel ou à temps plein, des façons de moderniser la structure d'une clinique et des stratégies pour assurer la pérennité des opérations dans le contexte actuel.

Aussi au programme : options de financement pour les outils de diagnostic, solutions de location d'équipement technologique et services bancaires conçus spécifiquement pour les cliniques de soins de santé. La RBC présentera également ses solutions « au-delà des services bancaires » — outils d'optimisation de facturation, soutien-conseil en affaires et autres ressources qui vont bien au-delà des dépôts et des prêts.

Plus tard cette année, le 14 décembre, la RBC prendra part à l'événement MBA in

Pour la RBC, ce partenariat offre bien plus qu'un siège à la table. C'est une vue au premier rang sur les défis et opportunités qui façonnent l'industrie des soins oculaires.

Ces conversations ont déjà mené à l'action. Des rencontres exploratoires sont en cours afin d'aider la RBC à élaborer, avec chaque clinique, des stratégies financières adaptées. Cela peut passer par l'élaboration d'un plan de partenariat, le financement d'équipements dotés d'intelligence artificielle ou l'optimisation des processus de facturation pour libérer plus de temps consacré aux patients.

En coulisses, la RBC continue de s'appuyer sur sa relation avec l'AOE et M. Khan pour mieux comprendre l'ensemble de l'écosystème — les réseaux d'influence, l'évolution de la réglementation et l'équilibre entre l'excellence

a Day de l'AOE, en offrant des conseils d'experts sur la gestion d'une pratique prospère — sans qu'il soit nécessaire de détenir un diplôme en affaires.

Que vous soyiez un praticien solo ou que vous dirigez une clinique multisite, la RBC est présente avec les bons conseils, les bonnes ressources et les bonnes relations pour vous aider à réussir.

De la salle d'examen à la salle de conseil, la RBC est fière d'accompagner les professionnels de la vue du Canada — une conversation, une solution à la fois. **PO**

Prêt à éléver votre pratique au niveau supérieur ?

Contactez un spécialiste en soins de santé de la RBC pour découvrir des solutions sur mesure, des conseils d'experts et des opportunités qui soutiennent à long terme votre succès en soins de la vue.

DIRECTEUR DE RELATIONS CHIRAG UPPAL: DIRECTRICE DE RELATIONS LAURA DAVIS:
chirag.uppal@rbc.com laura.e.davis@rbc.com



COMMENCER TÔT

Éliminer les obstacles tôt pour une santé des yeux durant toute une vie

PAR DRE ALLISON SCOTT, présidente de l'ACO

La santé dentaire fait partie intégrante de la routine de santé de la plupart des familles, et les parents conduisent régulièrement leurs enfants chez le dentiste à titre préventif. Malheureusement, la santé oculaire ne reçoit pas toujours le même niveau d'attention. Beaucoup de parents croient qu'ils auraient su si leur enfant avait des difficultés à voir et souvent ils retardent leur propre examen de la vue jusqu'à ce qu'ils se blessent à l'œil ou qu'un problème de vision apparaisse.

Dans nos cliniques, nous rencontrons souvent des problèmes oculaires « invisibles » comme l'ambylopie, la myopie, les déficiences de perception des couleurs et les problèmes de coordination oculaire. Ces conditions ne sont pas rares, mais elles passent souvent inaperçues — non pas par manque de soins, mais par manque de sensibilisation. Les parents sont souvent surpris lorsqu'on diagnostique un problème oculaire chez leur enfant. Je prends toujours le temps de les rassurer en expliquant que ces troubles ne sont pas toujours évidents, c'est pourquoi les examens complets de la vue sont si importants.

Avec l'adoption du projet de loi C-284, Loi visant à établir une stratégie nationale sur les soins oculaires, le Canada a maintenant une occasion sans précédent de prioriser la santé oculaire.

Plusieurs sont également surpris d'apprendre que nous faisons régulièrement des examens de la vue aux bébés dès l'âge de six mois. Certains croient qu'un enfant doit savoir lire pour que l'examen soit utile. Pourtant, bien que les examens pour nos plus jeunes patients sont différents de ceux pour les adultes, ils sont tout aussi significatifs. Ils nous permettent de détecter des troubles visuels et des conditions congénitales qui, s'ils

ne sont pas traités, peuvent freiner le développement visuel, les habiletés motrices et même les interactions sociales.

Il est important de mettre en valeur tous les avantages des examens réguliers pour les enfants. Déetecter tôt des conditions comme la myopie signifie que nous pouvons immédiatement prendre des mesures pour arrêter ou ralentir la progression. Pour l'amblyopie, il est crucial d'intervenir le plus tôt possible afin de la traiter et d'éviter toute perte permanente de vision. Même dans le cas d'une simple erreur de réfraction, corriger la vision peut améliorer le comportement et le rendement scolaire. Intégrer les examens de la vue réguliers à la routine globale de santé d'un enfant établit une base solide pour garder des yeux en santé toute une vie.

Avec l'adoption du projet de loi C-284, Loi visant à établir une stratégie nationale sur les soins oculaires, le Canada a maintenant une occasion sans précédent de prioriser la santé oculaire. L'élaboration et l'implantation de cette stratégie par le gouvernement fédéral pourraient représenter un pas transformateur, en

Nous pouvons bâtir un système où la détection précoce et le traitement rapide des problèmes de vision sont la norme et non l'exception.

particulier pour les populations vulnérables — y compris les enfants, les aînés, les peuples autochtones et les personnes vivant avec une perte de vision.

Bien que les examens de la vue offrent une occasion de dialoguer avec les familles et de les sensibiliser à la santé oculaire, il faut d'abord s'assurer que ces personnes se rendent effectivement dans la salle d'examen. Avec le bon cadre, nous pouvons bâtir un système où la détection précoce et le traitement rapide des problèmes de vision sont la norme, et non l'exception. En veillant à ce que les directives sur la fréquence soient mises en évidence et respectées, en améliorant l'accès aux services, en lançant de vastes initiatives d'éducation publique et en investissant dans la recherche en vision, une stratégie nationale efficace pourrait combler l'écart entre les aspirations et la réalité.

À mesure que cette stratégie prend forme, il est essentiel que les professionnels de la santé oculaire participent à son élaboration pour garantir les meilleurs résultats possibles. Je suis confiant que ce travail s'appuiera sur des décennies d'efforts de la part des optométristes, des professionnels de la vue, des défenseurs de la santé oculaire et des ambassadeurs de la vision — et qu'il nous rapprochera de l'objectif d'une bonne santé des yeux et d'une vision claire pour tous. **PO**

La Dre Allison Scott est présidente de l'Association canadienne des optométristes (ACO). L'ACO est la voix nationale de l'optométrie, offrant leadership et soutien à plus de 8 300 membres (optométristes, étudiants et assistants en optométrie) afin de promouvoir la santé visuelle et une vision claire pour tous les Canadiens.



SOYEZ VUS ET RECONNUS

Votre partenaire depuis plus de 40 ans.
ACCESOIRIES PERSONNALISABLES
pour votre pratique...
et PLUS.





Mythes guidés

Et si tout ce que vous croyez savoir au sujet de l'investissement était faux ? Un expert chevronné démonte les mythes — et propose une voie à suivre.

PAR TIM PAZIUK

Au cours des trois prochaines éditions, je vais parler d'investissement. Peu importe la façon dont vous placez votre argent aujourd'hui, vous risquez d'être surpris d'apprendre que beaucoup d'entre vous êtes induits en erreur. Ce que vous pensez être sécuritaire ne l'est peut-être pas, et ce que vous croyez sûr peut être tout le contraire. Si vous investissez actuellement dans des fonds indiciels, des FNB, des fonds communs, des obligations, des dépôts à terme, des fonds distincts, des métaux précieux ou des crypto-monnaies, il se peut que vous soyez sur la mauvaise voie. L'échec pourrait être à vos portes. Mais si vous suivez ce que je vais partager avec vous, vous pouvez grandement augmenter vos chances de réussite financière à long terme. Commençons par ce qui est tout près de nous.

On me demande souvent quel est le meilleur investissement. La réponse est simple : vous. Investissez-en vous-même, que ce soit par la formation, l'équipement ou le personnel, tout ce qui améliore votre efficacité et votre productivité. La raison ? Ce sont des choses que vous pouvez contrôler.

Le problème de la plupart des gens, c'est qu'ils investissent dans des choses sur lesquelles ils ont peu ou pas de contrôle. Que vous soyiez un investisseur autonome ou non, la majorité n'atteint pas son plein potentiel parce qu'elle se fie à des théories d'investissement dépassées qui auraient dû être enterrées depuis des décennies.

Au cours des 45 dernières années, j'ai vu défiler des milliers de stratégies de placement, mais aujourd'hui, il n'y en a qu'une seule que je recommande, parce que je sais qu'elle fonctionne.

Commençons par un petit quiz, une seule question, pour tester vos connaissances en investissement :

Quel placement est le plus risqué : un dépôt à terme, une obligation du gouvernement du Canada (détenue jusqu'à échéance) ou des actions ordinaires de, disons, la Banque Royale du Canada ? Si vous avez choisi autre chose que les actions ordinaires de la Banque Royale du Canada, je vous donnerais une note d'échec.

Si vous avez 45 ans, la règle générale (RG) de l'industrie de l'investissement dit que vous ne devriez pas détenir plus de 55 % en actions. À 65 ans, cela tombe à 35 %. Si vous voulez courir le risque d'un échec à la retraite, suivez cette RG.

La leçon la plus importante que j'ai apprise est celle-ci : tout investissement doit être évalué à

la fois en termes de revenu et d'appréciation du capital. S'il échoue dans l'un ou l'autre de ces domaines, passez votre tour.

Regardons ce que plusieurs considèrent comme des placements « sécuritaires » : les dépôts à terme et les obligations. Tous deux procurent du revenu, mais n'offrent aucun potentiel d'appréciation. Conservés jusqu'à l'échéance, ils sont pratiquement assurés de perdre de la valeur à cause de l'inflation. Si votre portefeuille contient des dépôts à terme ou des obligations, directement ou par l'entremise de fonds communs ou de FNB — mon conseil est clair : débarrassez-vous-en. Ils ne vous serviront pas bien dans l'avenir.

Une autre idée que l'on nous a programmés à surveiller, ce sont les taux de rendement. Qu'a rapporté votre portefeuille le mois dernier, l'an dernier, ou depuis sa création ? Ma réponse : je m'en fiche. Ce n'est pas réel. Ça ne l'a jamais été et ça ne le sera jamais.

S'il y a une chose à retenir, c'est celle-ci : tant que vous n'agissez pas — vendre, réinvestir, utiliser l'argent — votre taux de rendement n'a aucune signification.

J'ai récemment parlé à quelqu'un qui affirmait avoir gagné plus de 250 000 \$ en investissant dans les cryptomonnaies. Quand je lui ai demandé à quel moment il avait vendu, il a répondu qu'il ne l'avait pas fait. Alors, qu'a-t-il réellement gagné ? La réponse est évidente : rien.

Si vous croyez que l'indexation est la meilleure façon d'investir, vous vous trompez, simplement d'une autre manière.

Beaucoup croient encore que la voie à suivre passe par les FNB, les fonds communs, les fonds distincts ou d'autres produits gérés. À ceux-là, je dis : bonne chance. Vous n'avez aucun moyen de savoir à quoi ressemblera votre retraite. Tout dépend de la valeur de vos placements au moment de la vente. Vendre des actifs pour générer du revenu peut bien aller quand les marchés sont en hausse — mais ce peut être catastrophique quand ils chutent.

Alors, si je vous dis dans quoi ne pas investir, dans quoi devriez-vous investir ?

Nous explorerons cela dans la prochaine édition. **PO**

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

UN SALON, UNE VISION

Vision Expo se regroupe en un seul événement annuel alors que l'industrie adopte une approche unifiée

PAR DAVID GOLDBERG



Vision Expo amorce son plus grand virage stratégique depuis des décennies. À compter de 2026, le salon professionnel phare de l'industrie de l'optique

regroupera ses multiples événements annuels en une seule expérience unifiée, qui se déplacera dans de grandes villes nord-américaines.

Ce changement repense la façon dont la communauté optique se rassemble, apprend et fait des affaires. Du 12 au 14 mars 2026, à Orlando, en Floride, Vision Expo réunira l'ensemble de l'industrie une fois par année, avant de se déplacer à Las Vegas en 2027 puis à New York en 2028.

« Vision Expo a été créé pour servir l'industrie, et ce changement reflète un investissement stratégique dans son avenir », explique Ashley Mills, PDG de The Vision Council, qui produit l'événement avec RX. « En unissant l'industrie dans un moment annuel fort, nous créons un espace propice à une plus grande innovation, à des partenariats plus solides et à une croissance durable ».

Cette décision a été prise après de nombreuses consultations auprès des exposants, des participants, des partenaires de l'industrie et des membres du conseil de la communauté optique. Le message des intervenants était clair : ils voulaient un seul grand rendez-vous annuel, complet, qui offre une valeur accrue et renforce la communauté optique.

« L'industrie de la vision mérite chaque année un moment catalyseur et engageant qui dynamise les entreprises d'optique », affirme Mme Mills.

« L'industrie de la vision mérite chaque année un moment catalyseur et engageant qui dynamise les entreprises d'optique ».

— Ashley Mills, PDG de The Vision Council

Ces commentaires s'alignent sur les réalités post-pandémiques qui ont transformé les déplacements d'affaires et la participation aux événements. Des budgets plus serrés et des voyages plus sélectifs obligent les entreprises à choisir stratégiquement les événements qui offrent le meilleur rendement.

Pour Jamie Shyer, co-PDG et chef de l'exploitation de Zyloware, cette consolidation génère une valeur immédiate pour les exposants comme pour les visiteurs :

« Concentrer nos efforts sur un seul événement nous permet de voir plus grand, de mieux nous démarquer et d'offrir une expérience globale plus forte », dit-il.

Le choix du mois de mars reflète une analyse approfondie des cycles de l'industrie et des besoins d'affaires. Mme Mills et son équipe ont étudié les périodes de lancement de produits, les exigences de formation continue et les cycles d'achat saisonniers afin d'identifier la période optimale.

« Tenir le salon au début du printemps donne le ton pour l'année et permet aux participants de découvrir et d'acheter de nouvelles collections,

SOUZ LES PROJECTEURS

technologies et services dès le début du calendrier d'affaires », souligne Mme Mills.

Les visiteurs peuvent s'attendre à de nouveaux pavillons, à des présentations élargies de produits et à des expériences ciblées mettant en lumière les dernières tendances et modes, tout en intégrant des catégories émergentes comme les lunettes intelligentes et les technologies de gestion de clinique.

Le nouveau format proposera plus de 200 heures de crédits de formation continue, de nouvelles formules d'apprentissage pratique et un accès aux leaders d'opinion qui façonnent l'avenir des soins de la vue.

Le modèle de ville tournante répond à un défi fondamental de l'industrie : l'accessibilité géographique. Mills reconnaît que la tenue d'un événement toujours au même endroit crée des obstacles pour de nombreux professionnels de l'optique, en particulier les cliniques indépendantes et les groupes régionaux disposant de budgets de déplacement limités.

« En alternant entre de grandes villes américaines, nous facilitons la participation en personne d'un plus grand nombre de membres de la communauté optique, qui peuvent ainsi se sentir représentés », affirme Mme Mills.

Le calendrier de transition donne aux acteurs de l'industrie la clarté nécessaire pour planifier. Vision Expo West se tiendra du 17 au 20 septembre 2025 à Las Vegas, et sera le dernier salon sous l'ancien format. Pour Mme Mills, Orlando 2026 représentera le test ultime : démontrer que des ressources concentrées peuvent offrir l'expérience transformatrice que l'industrie recherche.

« Cette transformation vise à créer un moment catalyseur — construit autour de la mission de The Vision Council de défendre et de promouvoir la croissance au service du succès de notre industrie », conclut Mme Mills. **PO**

 vision expo	
Vision Expo West*	
Las Vegas	Septembre 2025
Vision Expo	
Orlando	Mars 2026
Las Vegas	2027
New York	2028
*Dernier salon sous l'ancien format	



Prêts pour les références

Comment créer un programme de référence patient efficace

PAR ASHLEY PFEIFER

Dans le marché des soins de santé actuel, hautement concurrentiel, une stratégie marketing multicanal est essentielle. L'un des outils les plus efficaces dans cet ensemble est un programme de référence patient bien conçu. Lorsque les patients se sentent réellement pris en charge, ils sont souvent heureux de partager cette expérience avec d'autres. Un système structuré de références leur facilite la tâche, ce qui aide la clinique à attirer de nouveaux patients tout en renforçant les liens avec ceux déjà fidèles.

Contrairement aux programmes de fidélité, qui visent à encourager les visites répétées, les programmes de référence se concentrent sur l'acquisition — attirer de nouveaux patients grâce aux recommandations de ceux qui connaissent déjà la clinique. Mis en place de façon stratégique, les programmes de référence peuvent amplifier considérablement d'autres efforts marketing, comme la publicité numérique ou la participation à des activités communautaires.

La valeur des références de patients

Les patients référencés arrivent généralement avec un sentiment de confiance déjà établi. Cette base peut mener à un engagement à long terme plus solide, à des taux de satisfaction plus élevés et à des dépenses accrues pour des services comme les lunettes, les lentilles de contact spécialisées et les soins de suivi. Sur un plan commercial, une croissance alimentée par des références procure généralement un rendement sur investissement solide, avec des coûts d'acquisition plus faibles et un fort potentiel de conversion.

Ce qui est encore plus important : les références contribuent à renforcer la présence de la clinique dans la communauté locale. Le bouche-à-oreille positif des patients actuels, combiné à une visibilité en ligne, permet aux cliniques de bâtir à la fois leur réputation et leur portée.

Qu'est-ce qui fait le succès d'un programme de référence ?

Un programme efficace doit être facile à comprendre, simple à utiliser et avantageux pour tous les participants. Lorsque les patients comprennent bien son fonctionnement et ses bénéfices, la participation augmente naturellement.

CLARTÉ : Présentez le programme à plusieurs points de contact — sur votre site Web, à la réception, dans vos courriels de suivi et sur vos publications dans les médias sociaux.

FACILITÉ DE PARTAGE : Fournissez des codes de référence numériques, des cartes imprimables ou des liens QR que les patients peuvent facilement transférer.

RÉCOMPENSES PERTINENTES : Offrez des récompenses qui correspondent aux intérêts de votre clientèle. Par exemple, rabais sur les lunettes, services offerts gratuitement ou cartes-cadeaux. Un système à double avantage — une récompense pour le référent et une pour le nouveau patient — donne souvent de meilleurs résultats.

Par exemple, offrir un crédit de 25 \$ à la clinique aux deux parties après que le nouveau patient complète un examen de la vue peut être un puissant incitatif et il va créer une belle première impression de la clinique.

Idées créatives pour promouvoir les références

Personnaliser l'expérience de référence peut augmenter la participation. Quelques idées :

INCITATIFS FAMILIAUX : Offrez des économies lorsque plusieurs membres d'une même famille réservent un examen ou achètent des lunettes ensemble.

TIRAGES TRIMESTRIELS : Inscrivez les patients qui réfèrent dans un tirage pour des lunettes, des produits de soins oculaires ou des cartes-cadeaux.

PARTENARIATS LOCAUX : Collaborez avec des entreprises de la région pour faire de la promotion croisée et offrir des récompenses partagées.

CONTRIBUTION À LA COMMUNAUTÉ : Remettez une partie de chaque récompense de référence à un organisme de bienfaisance ou à une initiative de santé locale. Cette approche philanthropique est souvent très appréciée.

L'ENGAGEMENT DE L'ÉQUIPE : un facteur clé

Pour qu'un programme de référence soit un succès, l'équipe doit être outillée et motivée à le soutenir. Les réceptionnistes et le personnel clinique devraient être formés pour reconnaître les bons moments pour en parler, par exemple lorsqu'un patient exprime sa satisfaction ou fait un compliment sur le service.

Fournissez-leur un script simple et amical pour présenter le programme naturellement. Par exemple :

« Si vous connaissez quelqu'un qui pourrait bénéficier de nos soins, n'hésitez pas à lui remettre cette carte de référence — il recevra une offre de bienvenue et vous obtiendrez un cadeau de remerciement ».

Cette approche proactive et conviviale peut considérablement augmenter la participation.

Miser sur les outils numériques et les médias sociaux

Les plateformes numériques permettent d'élargir la portée des références et de simplifier leur gestion. Intégrez des options de référence

dans vos rappels de rendez-vous, vos courriels post-visite ou votre portail patient.

Une forte présence sur les réseaux sociaux peut aussi accroître la visibilité du programme. Publier au sujet du programme, partager des témoignages de patients (avec leur consentement) et offrir des promotions numériques incitent les patients à s'impliquer et à partager avec leur réseau, augmentant ainsi la visibilité et faisant la promotion du programme.

Du contenu facilement partageable — comme de courtes vidéos, des conseils éducatifs ou des photos avant-après de lunettes — peut également être diffusé par vos patients, augmentant la visibilité de votre clinique en ligne.

Mesurer le succès et ajuster

Comme pour toute initiative marketing, un programme de référence doit être suivi et optimisé avec le temps. Surveillez des indicateurs clés comme le nombre de références, les taux de conversion et de rétention. Utilisez ces données pour ajuster votre message, votre calendrier ou votre structure d'incitatifs afin d'obtenir les meilleurs résultats.

Miser sur la croissance grâce à la confiance

Un programme de référence est plus qu'un système de récompenses : c'est un reflet de la satisfaction des patients et de la confiance bâtie grâce à des soins constants et de qualité. Lorsqu'il s'aligne avec des stratégies marketing plus larges, il peut favoriser une croissance durable de la clinique tout en renforçant ses liens avec la communauté.

En rendant les références simples et avantageuses, les professionnels de la vue peuvent transformer chaque rendez-vous en une occasion à long terme de connexion, de croissance et de soigner. **PO**

Ashley Pfeifer est rédactrice chez Marketing4ECPs, avec plus de six ans d'expérience dans le domaine de l'optique et un baccalauréat en médias numériques et journalisme. Sa passion pour le récit l'incite à améliorer la qualité du contenu et à rédiger des textes qui résonnent auprès du public. Vous pouvez joindre Ashley à marketing4ecps.com.

DGM: Toujours en mode prévention

Une approche centrée sur le patient pour le diagnostic et la prise en charge
présenté par la Dre. Claudine Couréy, O.D.

Webinaire en direct



Inscrivez-vous!

Apprenez à reconnaître et à gérer le **Dysfonctionnement des glandes de Meibomius (DGM)** en utilisant des outils pratiques et des stratégies permettant d'intégrer de façon proactive les soins de l'œil sec dans la pratique optométrique courante.

Ce webinaire est rendu possible grâce à une subvention éducative sans restriction de AbbVie.

5 novembre 2025 | 19 heure

En cours d'accréditation par COPE et l'AOQ.

info@opto.ca | www.opto.ca



H
G

E
R

V
I
E
G



23 AOÛT - 22 SEPTEMBRE

Les signes astrologiques en disent long sur la personnalité d'une personne, qui se reflète à son tour dans son sens du style. Voici l'horoscope du signe astrologique du mois.

Oh, Vierge — toujours impeccable, éternellement minutieuse. Reconnues pour leur précision (frôlant parfois le perfectionnisme), les Vierges ont des standards pour leurs lunettes dignes d'un horloger suisse. Côté style, pensez à des lignes épurées, nettes et parfaitement ajustées : des yeux de chat discrets, des lunettes rectangulaires soignées ou des aviateurs élégants, conçus avec des lignes claires et une touche de raffinement discret.

Et pour la couleur ? Une élégance aux tons terre, s'il vous plaît : vert olive, écaille caramel et taupe raffiné, qui en disent long sans crier pour autant. Des Vierges célèbres comme Zendaya, Beyoncé et Keanu Reeves connaissent le pouvoir des détails, portant des montures qui murmurent la sophistication plutôt que de la clamer haut et fort.

Pour la Vierge, le choix de lunettes est toujours une question de confiance tranquille : des montures si finement raffinées qu'elles semblent presque choisies par hasard... mais on sait bien que non. Pour elles, les lunettes sont un instrument de précision chic, chaque millimètre calculé pour préserver leur réputation impeccable. Après tout, la perfection n'est pas une option — c'est indispensable. **PO**



Pallas par Lafont



Audrey par Masunaga



Jordi par Etnia Barcelona

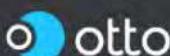


Yumi par Ace & Tate



Loop par LeParc

Une plateforme e-commerce conçue pour vous – enfin



Otto est entièrement compatible avec le français et aux besoins des pratiques optométriques modernes comme la vôtre.

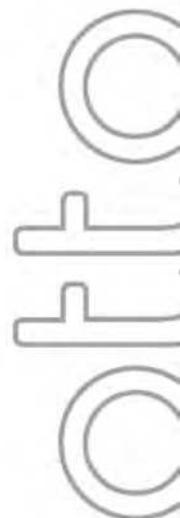


Plus de ventes, moins d'efforts.

Otto est une boutique en ligne entièrement personnalisée, ainsi qu'une plateforme d'automatisation conçue spécialement pour les cabinets d'optique. Pensée pour les professionnels de la santé visuelle, elle permet à vos patients de commander lentilles, soins pour les yeux secs et bien plus, directement **sur votre site, avec votre marque, dans la langue que vous choisissez.**

Otto aide votre cabinet:

- Augmentez vos revenus en captant davantage de ventes entre les visites.
- Améliorez l'expérience patient avec des renouvellements en 2 clics et la livraison à domicile.
- Gagnez du temps au personnel grâce à un système unique pour les commandes de lentilles de contact et de produits en vente libre.
- Simplifiez la vente de lentilles grâce à une commande intégrée et des remises automatisées.
- Automatisez la relance des patients avec des rappels programmés, des notifications d'expiration et des abonnements personnalisés.



Offre exclusive aux lecteurs de Prisme Optique

Essayez Otto **gratuitement pendant 3 mois** en planifiant une démo via cette annonce.

Profitez en plus d'une garantie de remboursement de 90 jours – sans engagement!
Cliquez ici pour en savoir plus et découvrir Otto sans aucun risque.

700+
Clients satisfaits

\$130 million+
Commandes traitées

\$34 million+
Ventes capturées

Scannez et découvrez
Otto en 2 clics



Otto est désormais bilingue
Disponible en français et en anglais



Offrez à votre équipe et à vos patients
la simplicité qu'ils attendent !

Stellest®

Essilor®

N°1 mondial*

des verres de lunettes



Ralentit la progression de la myopie.

Les verres Essilor® Stellest® ralentissent la progression de la myopie de 67 % en moyenne, par rapport aux verres simple vision, lorsque portés au moins 12 jours par jour.**



*Euromonitor, Eyewear 2024 edition; worldwide retail value sales at RSP.

**Par rapport aux verres simple vision, lorsqu'ils sont portés au moins 12 heures par jour tous les jours. Bao, J., Huang, Y., Li, X., Yang, A., Zhou, F., Wu, J., Wang, C., Li, Y., Lim, E.W., Spiegel, D.P., Drobe, B., Chen, H., 2022. Spectacle Lenses With Aspherical Lenses for Myopia Control vs Single-Vision Spectacle Lenses: A Randomized Clinical Trial, en Chine. JAMA Ophthalmol. 140(5), 472-478. <https://doi.org/10.1001/jamaophthalmol.2022.0401>