

PRISME OPTIQUE

AVRIL 2025 • VOL. 43 • NO. 4

HOUSE of MODO

clientrelations@modo.com
modo.com/pages/house-of-modo



LUNETTERIE INDÉPENDANTE DEPUIS 1990.



HOUSE of MODO

PLUS QUE DES LUNETTES



MODO

Pour chaque monture achetée, MODO aide un enfant à voir grâce au programme Buy a Frame, Help a Child See. Déjà 2 millions d'enfants aidés!

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

eco®

Plus de 3,8 millions d'arbres plantés grâce à notre programme qui plante un arbre pour chaque monture achetée—permettant à Eco d'atteindre un statut carbone négatif pour la production de ses montures en 2023!

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



PRISME OPTIQUE

AVRIL 2025 • VOL. 43 • NO. 4

Fabriqué au CANADA

Le talent diversifié et innovant de la création canadienne

VOIR SOUS LA SURFACE

De nouveaux outils d'imagerie améliorent la précision du diagnostic et du traitement

LIEN AVEC LE PATIENT

Renforcer la communication pour améliorer les soins aux patients



Une Vision Wicked

Des lunettes vertes envoûtantes qui défient les conventions

Troubles tarifaires

Les tensions commerciales affectent l'optique canadienne

LES YEUX DISENT TOUT

Les soins oculaires sont des soins de santé primaires

L'ÉDITION INDÉ

Présentation de la lunetterie indépendante canadienne et des entreprises qui innovent grâce à un design audacieux et à un savoir-faire d'expert



Des opportunités exceptionnelles pour les optométristes.

Commencez, développez ou épanouissez votre carrière avec nous.



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

Avril 2025



éditoriaux

16 STYLISER LES YEUX

Des yeux d'émeraude
Par Suzanne Lacorte

20 FIÈREMENT CANADIENS

Un aperçu des commerces
indépendants de lunettes
Par David Greenberg

16

- 24 AU NORD DE L'ORDINAIRE**
Découvrez l'art des créateurs
de lunettes canadiens

chroniques

- 14 MISE EN LUMIÈRE**
Au-delà du parka, lunettes
Canada Goose

- 18 PROFIL**
Etnia Barcelona, une marque
de lunettes visionnaire
Par Amanpreet Dhami

- 30 PERSPECTIVE**
Les soins oculaires sont des
soins de santé primaires
Par le Dr Martin Spiro

SOMMAIRE

32 PERSPECTIVES OPTIQUES

Troubles tarifaires

Par Evra Taylor

34 TECHNO DES VERRES

Intégration de la technologie

Freeform aux verres unifocaux

Par David Greenberg

36 SURVEILLANCE FINANCIÈRE

Le bon avocat c'est important

Par Tim Paziuk

38 RÉVÉLATION

Réfléchissez plus intelligemment

Par Nancy Dewald

39 VISION DE L'OPTICIEN

Techniques d'imagerie avancées

Par Robert Dalton

40 PERSPECTIVES MARKETING

Maximisez les médias sociaux
de votre pratique

Par Jeff Shermack

41 ŒIL D'EXPERT

Demandez à un expert : Renforcer
la communication pour améliorer
les soins aux patients

Par le Dr Rob Kloepfer

départements

6 LETTRE DE L'ÉDITRICE

8 REGARD ACTUEL

42 LUNETTES & ASTROLOGIE

en couverture



Photo de couverture : Crédit photo
Ultra Limited

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

AVRIL 2025 • VOL. 43 • NO. 4

Rédactrice/Éditrice en Chef

Suzanne Lacorte
289.678.1523 x 1
slacorte@opticalprism.ca

Rédacteur associé

Nick Samson
289.678.1523 x 2
nsamson@opticalprism.ca

Ventes et publicité

Kathleen Irish
289.678.1523 x 5
kirish@opticalprism.ca

Réviseuse/Traductrice

Lamia Ghezal
lamia.ghezal@opticalprism.ca

Rédacteur/trice de Reportages

David Goldberg
dgoldberg@opticalprism.ca

Evra Taylor
evra.taylor@opticalprism.ca

Directrice artistique

Cathryn Haynes
cat.haynes@opticalprism.ca

Responsable du contenu numérique

Samantha Budd
sbudd@opticalprism.ca

CONTRIBUTEURS

Robert Dalton, Nancy Dewald,
Amanpreet Dhami, Dr. Rob Kloepfer,
Tim Paziuk, Jeff Shermack, Dr. Martin Spiro

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

RESPONSABILITÉS

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

ABONNEMENTS

Les abonnements non-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 RT001.

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



LIFE ITALIA

Crée pour répondre aux besoins des enfants et de leurs parents, la collection de lunettes Life Italia Kids offre une durabilité inégalée, un ajustement confortable et un style adorable. Avec la technologie innovante « Multi-Flex », cette collection de pointe allie mode et fonctionnalité.



Styles présentés : NI-150 et NI-152

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



PHOTOGRAPHIE PAR JESSICA WAUGH

Indépendant de nature

S'il y a une chose qui définit l'industrie indépendante de l'optique au Canada, c'est bien l'esprit audacieux d'innovation, de créativité et de résilience. Dans ce numéro, nous célébrons les visionnaires qui révolutionnent la scène de la lunetterie, qu'il s'agisse de propriétaires d'entreprises ou de créateurs qui osent défier le statu quo.

Notre article principal plonge dans l'univers des créateurs de lunettes et des propriétaires d'entreprise indépendantes canadiennes - ces créatifs intrépides qui repoussent les limites et redéfinissent ce que les lunettes peuvent être. En l'absence de contraintes corporatives, ces créateurs ont la liberté d'expérimenter et d'explorer de nouvelles idées, même s'ils doivent aussi relever le défi de demeurer compétitifs sur un marché concurrentiel. De la création de pièces uniques à la constitution d'une clientèle fidèle, nous explorons comment ces innovateurs allient leurs visions artistiques aux réalités de la gestion d'une entreprise dans une industrie en constante évolution.

Également, nous mettons en lumière huit créateurs de lunettes indépendants canadiens impressionnantes qui apportent leur talent artistique, leur savoir-faire et leurs nouvelles perspectives. Leur passion pour leur métier est la raison même pour laquelle les lunettes indépendantes continuent de faire tourner les têtes et de se démarquer dans la foule.

Les discussions commerciales sont toujours d'actualité et, dans ce numéro, nous examinons la situation tarifaire actuelle entre le Canada et les États-Unis et son impact sur les détaillants et fabricants indépendants. Si vous êtes propriétaire d'une entreprise, c'est une dynamique que vous voudrez suivre de près.

Bien entendu, nous ne vous quittons pas sans vous donner un aperçu des tendances actuelles de lunettes. Ce numéro présente quelques-unes des montures les plus cool des créateurs indés et des grandes marques, et il met en avant les styles incontournables de la saison. Et nos photos dans Stylier les Yeux sont consacrées aux montures vert émeraude, inspirée par la montée en puissance de Wicked et l'affirmation audacieuse et avant-gardiste de la couleur verte dans la lunetterie cette saison.

Comme toujours, nous sommes ici pour défendre les voix indépendantes du monde de l'optique. Merci de nous rejoindre à nous pour célébrer ce qui fait que cette industrie est si unique.

Bonne lecture !

A handwritten signature in black ink that reads "Suzanne". The signature is fluid and cursive, with a distinct "S" at the beginning.

SUZANNE LACORTE

Éditrice/Rédactrice en Chef



Découvrez notre
gamme complète

Une expérience et des performances fiables



Biofinity^{MD}

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

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

Soyez extraordinaire



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



REGARD Actuel

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

GIGI

GIGI Studios entame un nouveau chapitre passionnant avec Thrive, sa toute dernière collection qui allie renouveau et design intemporel. Inspirée par l'énergie audacieuse des années 70, Thrive rend hommage à ceux qui apprécient l'authenticité. Chaque pièce est fabriquée par des techniques soigneusement sélectionnées, avec des formes fluides, des lignes courbes et des reflets qui capturent l'énergie de la lumière. La collection explore les contrastes et équilibre les tons, créant des designs pleins de profondeur. Par une réinvention totale de la lunette, Thrive symbolise la résilience et la renaissance de l'authenticité. Cette collection établit un nouveau standard, associant technique, esthétique et vision, marquant un tournant pour GIGI Studios.

Pour plus d'informations,
contactez votre
représentant GIGI Studios
ou visitez gigistudios.com.

Putney



Westaway



Barbican

MARC JACOBS

Marc Jacobs dévoile la campagne de lunettes printemps/été 2025, avec la mannequin et activiste Emily Ratajkowski et la star canadienne du basket-ball Shai Gilgeous-Alexander. La collection présente des lunettes de soleil et des montures optiques audacieuses avec des matériaux de première qualité et des détails caractéristiques, notamment le logo J MARC et la double bordure métallique. Les modèles vont de l'œil de chat et sans monture à la monture en titane ou en acétate. Disponible dans des tons sophistiqués, chaque pièce incarne l'élégance moderne avec une marque distinctive de Marc Jacobs.

Pour plus d'informations, contactez votre représentant Safilo ou visitez le site mysafilo.com/CA.



Marc 838



Shai Gilgeous-Alexander

TREE SPECTACLES

TREE Spectacles présente Ethereal 2, la prochaine évolution de sa collection Ethereal, qui associe pureté esthétique et innovation moderne. Cette gamme conçue en Italie affine ses valeurs fondamentales tout en explorant de nouveaux niveaux de sophistication. La palette de couleurs, inspirée des tendances contemporaines, équilibre légèreté et intensité avec des teintes audacieuses mais délicates. Avec six nouveaux modèles, Ethereal 2 offre

un design minimalist avec des détails raffinés et des avancées techniques pour une légèreté et une flexibilité accrues. «Ethereal 2 est une déclaration d'intention», déclare Marco Barp, cofondateur de TREE Spectacles. « Elle célèbre l'élégance des formes pures et des couleurs parfaitement calibrées, redéfinissant le design minimalist avec une précision poétique».

Pour plus d'informations, contactez votre représentant Tree Spectacles ou visitez treespectacles.com

WILLIAM MORRIS

Londres est une ville de contrastes, où l'Est rencontre l'Ouest, assimilant créativité et élégance. Les lunettes William Morris reflètent cette dualité. Inspirée par la philosophie du Bauhaus, la Barbican présente un design minimalist avec trois couleurs de laminage sur le front et des branches audacieuses en acétate. Les lunettes Westway, influencées par la sophistication de l'ouest de Londres, offrent des montures aviateurs et carrées frappantes avec des détails métalliques sur mesure, qui rehaussent la collection Black Label. Le quartier aisné de Putney, situé au bord de la Tamise, a inspiré deux nouvelles formes commerciales. Fortes, épurées et sophistiquées, ces montures combinent des détails minutieux à une marque distinctive sur les branches, reflétant le riche héritage et le style intemporel de Londres.

Pour plus d'informations, contactez votre représentant commercial du groupe Design Eyewear ou visitez le site designeyeweargroup.com/fr/



Viola



Alba



901



9011



8022



8021

ULTRA LIMITED

La marque italienne Ultra Limited a présenté sept nouveaux modèles au MIDO 2025 - quatre montures optiques et trois lunettes de soleil. La collection comprend quatre modèles pour femmes, deux pour hommes et un modèle unisexe, alliant des formes audacieuses, des couleurs innovantes et des matériaux de première qualité.

Le modèle unisexe Andria met en valeur le montage superposé d'acétate Ultra Limited avec une touche de nouveauté—son contour reprend la couleur des

branches pour un effet dynamique. Les modèles Rovigo et Lecco offrent des options structurées et intemporelles pour les hommes, tandis que le modèle Mantova présente un design angulaire sans bordure pour les femmes aux visages plus larges. Disponibles dans des combinaisons de couleurs saisissantes, ces montures redéfinissent les lunettes de prestige.

Pour plus d'informations, contactez votre représentant Ultra Limited ou visitez ultralimited.it/en/



2969

MODO

La collection Legacy de MODO Eyewear pour le printemps/été 2025 rend hommage à son héritage avec des montures fabriquées en acétate haute densité et en titane léger. Pour les femmes, la monture 9011 est une monture intemporelle en titane offrant durabilité et confort, disponible en Antique Gold, Antique Burgundy, Antique Blue et Brown. La monture 8021 d'inspiration vintage, fabriquée en acétate haute densité, est disponible en Nougat, Pearl, Pink/Purple Tortoise et Berry. Pour les hommes, les élégantes 8022 sont légères et faciles à porter et se déclinent en Olive, Dark Brown, Blonde Tortoise et Dark Blue. Deux



nouveaux modèles solaires, 900 et 901, ont des verres à haute définition chromatique polarisés. Le modèle 900, un aviateur élégant, est disponible en Silver, Antique Gold et Dark Gunmetal.

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



Lecco



Andria

SILHOUETTE

La collection Illusion Lite de Silhouette redéfinit l'esthétique vintage avec une touche élégante et minimaliste. Avec des contours ultramince et des branches en titane fabriquées avec précision, la collection allie flexibilité et légèreté, confort haut de gamme et durabilité high-tech. Les couleurs design rehaussent la ligne en introduisant deux couleurs Havana audacieuses et deux dégradés époustouflants. Les dégradés « Copper Lilac » et « Grey Dawn » offrent

un effet translucide, de l'ombre à la lumière, parfait pour les visages carrés. Par ailleurs, les teintes Havana audacieuses comme « Vineyard Green » et « Vineyard Red » ajoutent une touche créative, mettant en valeur les yeux verts, bruns et noisette. La monture 2969 couleur 6940 « Grey Dawn » incarne l'élegance raffinée de la collection.

Pour plus d'informations, contactez votre représentant Canadian Optical Supply ou visitez : canadianoptical.com

LANCTÔT

Depuis plus de 30 ans, les créations de Frédéric Beausoleil se distinguent par leur force et leur singularité. Sa vision est à la fois délicate et avant-gardiste, équilibrant tradition et inspiration. Ses collections de lunettes sont esthétiques, vintage et non conventionnelles. L'inspiration vient d'abord, suivie de matériaux révolutionnaires qui viennent compléter des formes pures et sophistiquées. Enfin,

Frédéric ajoute de belles couleurs et présente des collections raffinées.

Pour plus d'informations, contactez votre représentant Lanctôt ou visitez le site rlanctot.com

**LOOL**

La nouvelle collection Lool allie légèreté, confort et fonctionnalité avec des designs intemporels et une palette de couleurs raffinées. Pesant à peine 4 grammes, ces montures sans vis offrent une flexibilité et une durabilité exceptionnelles. Inspirées par l'architecture contemporaine, les lunettes Lool intègrent du Cromalyt® et du βTitanium pour une ingénierie de précision. Conçues pour être portées toute la journée, elles associent beauté et innovation. Lool redéfinit les lunettes avec des designs minimalistes, légers et hautement efficaces ; un témoignage de modernité.

Pour plus d'informations, contactez votre représentant Lool ou looleyewear.com/ca/fr



MOD 2506

VANNI

La nouvelle collection en acétate de VANNI Colours fait une affirmation audacieuse avec des lunettes de soleil surdimensionnées et unisexes qui dégagent un flair contemporain. Fabriquée en acétate multicouche, chaque monture révèle une couche interne vibrante grâce à un facettage raffiné près des verres, ajoutant profondeur et dimension. Ces modèles frappants mais élégants concilient personnalité et sophistication, faisant d'elles l'accessoire parfait pour ceux qui aiment se démarquer tout en adoptant un raffinement moderne. Plus que de simples lunettes, elles sont une véritable expression de style.

Pour plus d'informations, contactez votre représentant Georges et Phina ou visitez le site georgesetphina.com



Hubble

**QUAY**

La collection de lunettes Quay allie l'élegance intemporelle au design moderne. Les lunettes Your Honor RX sont faites dans une monture moyenne, leur ajustement est étroit et leur forme est ronde classique. Fabriquée en acétate de haute qualité, elle met en valeur un noyau métallique unique avec le motif emblématique en pointe de flèche de Quay, un pont nasal ajusté avec précision et de fines lignes gravées pour plus de détails. Offerte



Your Honor



So Shy

SCREAM

ESE International a annoncé le lancement de plusieurs modèles de lunettes Scream. Scream est la seule collection de l'industrie dont le décor est entièrement inspiré par l'art du rock et de la musique heavy metal. Scream joue sur les thèmes visuels prédominants dans le rock 'n' roll en utilisant un décor nuancé influencé par l'art gothique, les guitares Flying V, les créatures mythiques et, bien sûr, les crânes. Fabriquée en Italie avec de l'acétate Mazzucchelli, cette collection se distingue par des ornements métalliques finement détaillés, une finition antique obtenue grâce à un procédé combinant émail et revêtements glavanisés - un travail qui relève davantage de la joaillerie que de la lunetterie.

Parmi les modèles emblématiques, on retrouve Them Bones, une paire de lunettes de soleil dont les embouts sont saisis par des mains de squelette. Betrayal, quant à elle, est une monture féminine aux courbes relevées, conçue en acétate translucide, laissant apparaître un noyau de branches gravé au laser avec des motifs de crânes, de poignards et de roses. Il ne faut pas manquer Serpent - son décor métallique incliné sur les embouts évoque la forme d'une guitare Flying V, s'étirant jusqu'aux branches avant de se fondre dans les crocs d'un serpent affamé, dont l'œil est orné d'un unique cristal Swarovski rouge.

Pour plus d'informations, contactez votre représentant ESE ou visitez eseyewear.com.



Rubis



Romane



Rafinée

AFONT

afont célèbre le chic parisien avec sa collection printemps/été 2025, inspirée par la femme moderne qui concilie sans effort carrière et famille avec élégance. La collection présente des modèles raffinés tels que Affinée, une monture œil de chat avec des accents colorés en acier inoxydable et en acétate ; Rubis, une monture carrée arrondie intemporelle en acétate tout de gamme ; et Romane, un style rectangulaire

épuré avec des branches fines et des plaquettes de nez pour plus de confort. Depuis 1923, la Maison Lafont incarne l'excellence de la lunetterie parisienne, fabriquant ses montures en France avec un soin méticuleux et une palette signature de plus de 200 couleurs, alliant sophistication, individualité et style intemporel.

Pour plus d'informations, contactez votre représentant Lafont ou visitez lafont.com.

ORIGINE
FRANCE
GARANTIE
RVCert 6361194



lafont.
PARIS



GC25600S
Summit

Au-delà du parka

Canada Goose donne une nouvelle dimension aux lunettes avec sa première collection

Canada Goose, connue pour ses vêtements d'extérieur haute performance de luxe, étend son expertise aux lunettes. Fidèle à son savoir-faire torontois et à son engagement pour le développement durable, la nouvelle collection de la marque associe innovation, matériaux de première qualité et design épuré pour ceux qui aiment l'aventure et le style.

Conçue pour les explorateurs modernes, la collection reflète la devise de la marque, « Live in the Open » (« Vivre en plein air »). Qu'il s'agisse d'affronter les éléments ou de naviguer dans les rues de la ville, ces lunettes de soleil offrent durabilité, confort et sophistication.



Le style rencontre l'innovation

Les lunettes de soleil GC25600S Summit, qui se distinguent dans la collection, réimagent la silhouette classique des lunettes masque pour un usage quotidien. Conçues pour ceux qui exigent à la fois fonctionnalité et style, ces montures couvrantes offrent une protection optimale. Leur système révolutionnaire de branches interchangeables permet de passer facilement à une strap de sport, parfaite pour les activités telles que la randonnée, le vélo ou le ski.

Fabriquées en résine végétale, les montures sont ultra légères tout en étant durables, tandis que les verres en polycarbonate résistants aux chocs garantissent une clarté parfaite. Équipées de verres Sideris, elles améliorent la résolution des couleurs, rendant chaque paysage plus vivant. Que ce soit en plein air ou en ville, ces lunettes de soleil améliorent votre expérience visuelle.

Un ajustement sur mesure avec des options de couleur audacieuses

La personnalisation est essentielle. Les lunettes de soleil Summit ont des branches réglables et des plaquettes de nez en caoutchouc pour un ajustement sécurisé et personnalisé. Disponibles dans des teintes audacieuses telles que Matte White avec des verres Solid Mirror Smoke et Dark Sage avec des verres Solid Green, elles répondent à toutes les préférences de style.

Le logo Disque emblématique sur la branche ajoute une touche de signature, renforçant le dévouement de Canada Goose à l'artisanat.



Conçues pour ceux qui vivent avec audace, ces lunettes de soleil sont plus qu'un accessoire - elles sont essentielles à toute aventure.

La strap de sport interchangeable améliore la polyvalence, rendant ces lunettes de soleil idéales pour toutes les aventures.

Le développement durable au cœur de nos préoccupations

Le développement durable reste une priorité majeure. Les montures sont fabriquées à partir de matériaux respectueux de l'environnement, tels que l'acétate Renew, la résine végétale, le titane et l'aluminium, ce qui permet de réduire l'impact sur l'environnement. Cette démarche s'inscrit dans le cadre de l'objectif ambitieux de Canada Goose d'atteindre des émissions nettes de carbone nulles d'ici 2025.

Les verres Sideris offrent une protection UV supérieure et une clarté accrue, garantissant une vision nette et détaillée du monde. Qu'il s'agisse d'explorer la nature ou de profiter de la vie urbaine, ces lunettes de soleil offrent des performances exceptionnelles.

Une nouvelle ère pour la lunetterie

Avec le lancement de ces lunettes, Canada Goose élargit son offre de style de vie luxueux, fusionnant performance, innovation et durabilité. Conçues pour ceux qui vivent avec audace, ces lunettes de soleil sont plus qu'un accessoire - elles sont essentielles à toute aventure. Pour ceux qui recherchent la durabilité, un design d'avant-garde et un savoir-faire respectueux de l'environnement, les lunettes Canada Goose sont la fusion parfaite du style et de la fonctionnalité. **PO**



CANADA GOOSE

EYEWEAR



DES YEUX ÉMERAUDE

Libérez l'Elphaba en vous avec des lunettes au charme ensorcelant, captivant tous les regards avec chaque monture audacieuse aux reflets verts.

PAR SUZANNE LACORTE



1. Ferragamo SF3008 par Marchon 2. Mad in Italy Deca par Eredità 3. Thrive par GIGI Studios
4. Carolina Herrera 0146 par Safilo 5. OTPS 2050 S304 par WestGroupe 6. Meridiana par Orgreen Optics
7. Yvonne par Kirk & Kirk 8. Mad in Italy Corretto par Eredità



1.



2.



4.



5.



6.



7.



8.

Les lunettes et l'expression authentique de soi

Etnia Barcelona, une marque visionnaire inspirée par ses origines et basée sur la couleur, la qualité et la culture.

PAR AMANPREET DHAMI

Fondée en 2001, Etnia Barcelona est une marque de lunettes qui cherche à redéfinir l'industrie à travers ses valeurs : couleur, qualité et culture, qui se reflètent dans tout ce qu'elle entreprend. Animée par un profond engagement pour la liberté, l'humanité et le respect de toutes les ethnies, Etnia Barcelona transcende le design traditionnel des lunettes, transformant chaque monture en une œuvre d'art vibrante et expressive. Ancrée dans sa ville natale, Barcelone—une métropole méditerranéenne cosmopolite et ouverte sur le monde—Etnia Barcelona incarne la créativité, l'audace et un esprit d'indépendance dans son ADN, avec pour objectif d'être le partenaire idéal des professionnels de l'optique.

Une philosophie fondée sur la couleur, la qualité et la culture

Au cœur d'Etnia Barcelona se trouvent trois éléments directeurs : couleur, qualité et culture. Ces éléments guident la création de lunettes qui bousculent les conventions et célébrent l'individualité. Pour Etnia Barcelona, les lunettes ne sont pas uniquement un accessoire fonctionnel —elles sont un moyen d'expression de soi.

La couleur représente une attitude optimiste, audacieuse et créative. Les collections de la marque proposent diverses palettes de couleurs inspirées par l'énergie vibrante de Barcelone, repoussant les limites pour offrir des lunettes visuellement captivantes, synonymes de liberté personnelle. Etnia Barcelona innove sans cesse ses combinaisons de couleurs afin

d'assurer que chaque paire se démarque et met en valeur le style unique de celui ou celle qui la porte.

La qualité est primordiale. Etnia Barcelona utilise des matériaux naturels haut de gamme, comme l'acétate Mazzucchelli et des verres minéraux haute définition, garantissant durabilité, confort et écoresponsabilité. En supervisant l'ensemble du processus de production, la marque maintient des standards de qualité exceptionnels, assurant des montures conçues pour durer et faciles à vendre pour les professionnels de l'optique. Chaque paire est fabriquée avec une précision remarquable, associant fonctionnalité et esthétique.

La culture est une source d'inspiration majeure, fusionnant l'art et les lunettes. Des collaborations avec des icônes telles que David Bowie, Yves Klein, Jean-Michel Basquiat et Araki transforment les montures en véritables toiles artistiques, célébrant la créativité et l'individualité. La collection Moi Aussi illustre parfaitement cette synergie, élevant les lunettes au rang d'art portable. Ces collaborations artistiques témoignent de l'engagement d'Etnia Barcelona à raconter des histoires à



travers ses designs, faisant de chaque collection un reflet du patrimoine culturel et d'une vision artistique unique.

Un engagement pour la durabilité

Etnia Barcelona s'efforce de réduire son empreinte environnementale tout en proposant des lunettes innovantes. L'utilisation de matériaux biodégradables, notamment l'acétate Mazzucchelli—dérivé de cellulose naturelle—réduit le recours aux plastiques synthétiques. La marque intègre également des méthodes de production durables, assurant un équilibre parfait entre style et responsabilité.

Grâce à ses designs uniques, son engagement environnemental et sa vision culturelle, Etnia Barcelona s'est imposée comme une marque incontournable dans l'industrie de la lunetterie. En repoussant sans cesse les frontières de la couleur, de la qualité et de l'art, elle inspire chacun à affirmer sa singularité avec audace. Fidèle à son esprit d'innovation, Etnia Barcelona continue de créer des lunettes non seulement esthétiquement remarquables, mais aussi éthiques et respectueuses de l'environnement. **PO**

ETNIA BARCELONA ARRIVE AU CANADA

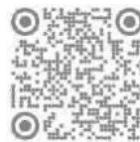
Etnia Barcelona étend sa présence mondiale au marché canadien avec l'objectif de privilégier une distribution qualitative et de collaborer avec des détaillants canadiens qui valorisent et soutiennent les marques indépendantes.



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}



Fièrement CANADIENS

Un aperçu de concepteurs de lunettes indépendants
sur la liberté de création et l'entraide.

PAR DAVID GOLDBERG

Face à la tourmente économique provenant de la frontière du sud, nombreux sont les Canadiens qui cherchent à acheter des produits locaux. Ils recherchent tout, de l'épicerie et l'alcool aux cosmétiques et pantalons de yoga. L'accent devrait également être mis sur les lunettes, avec des dizaines de marques indépendantes à travers le pays qui proposent des produits de haute qualité avec un attrait international. Les propriétaires sont passionnés et motivés par leur métier, ils veulent que leurs montures permettent à leurs clients de se sentir aussi bien qu'ils paraissent. *Prisme Optique* s'est entretenu avec quelques-uns de ces créateurs sur les avantages et les inconvénients d'être indépendant.

En 1999, Mehran Baghaie, un jeune créateur de lunettes prometteur, a voyagé 8 000 kilomètres de Vancouver à Paris pour présenter ses montures d'inspiration gothique au SILMO, le principal événement mondial du secteur. Ce moment a marqué un tournant dans la carrière de M. Baghaie.

« J'ai réalisé qu'il y avait une soif de design unique », explique M. Baghaie, directeur des opérations et designer chez Spectacle EyeWorks en Colombie-Britannique.

« Lorsque j'ai débuté, je ne pouvais pas vendre localement, alors j'ai participé à de grands salons en Amérique du Nord et en Europe, et les réactions ont dépassé toutes mes attentes ».

Les visiteurs du salon ont adoré les montures funky de M. Baghaie, et son succès au SILMO lui a permis de quitter son emploi d'opticien, un métier qu'il avait appris dès son plus jeune âge dans la boutique de son oncle en Iran. En repensant à la réussite de sa carrière et aux sacrifices qu'il a faits pour en arriver là, M. Baghaie apprécie la liberté créative dont il bénéficie en gérant sa propre entreprise.

« Je crée des designs comme bon me semble. Personne ne me dit que je dois me conformer au marché », explique-t-il. « La liberté de créer sans limites est ce qui me motive à chaque jour ».

Au-delà de la liberté de création, M. Baghaie apprécie le contrôle et l'équilibre entre vie professionnelle et vie privée qu'offre l'indépendance. Il ne peut pas imaginer un calendrier où il ne serait pas maître de son schedule ou, comme il le dit lui-même, « de son destin ».

Alors qu'il avait initialement l'intention de faire de son commerce une grande entreprise, actuellement il trouve du réconfort à entretenir une clientèle plus restreinte et plus facile à gérer, qui

lui est fidèle depuis des décennies « Je leur dois tout », dit-il.

Quelques années avant le moment SILMO de M. Baghaie, un autre créateur canadien, Mel Rapp, fondateur de Rapp Optical, a tenté de se faire un nom dans l'industrie. Rapp a emporté ses créations de Toronto à Paris, arborant fièrement une pancarte « Fabriqué au Canada ». Cependant, l'enseigne n'a pas suscité l'attention qu'il espérait.

« Les gens s'arrêtaient devant le stand. Ils regardaient le panneau, le lisraient et souriaient. Ils n'ont pas pris la peine de regarder ce qui était exposé sur les tables devant eux, ils ont simplement poursuivi leur chemin », explique M. Rapp. « Le lendemain, j'ai donc enlevé le panneau et nous avons eu une journée bien occupée ».

Aujourd'hui, la situation est bien différente. M. Rapp est convaincu que le Canada est synonyme de qualité. En tant que créateur de lunettes indépendant, il assure toute la production en interne, allant même jusqu'à concevoir des machines sur mesure pour créer certaines montures.

« En fait, vous façonnez le monde et créez des choses à partir de votre propre imagination, plutôt que d'acheter un produit issu de l'esprit de quelqu'un d'autre », explique M. Rapp, qui s'est installé dans le quartier de Little Italy de Toronto, où il travaille avec sa femme, Julia, et son fils Shilo.

« Nous nous démenons avant chaque salon pour préparer des prototypes, des échantillons, sélectionner des couleurs, monter le stand et organiser les déplacements, l'hébergement, la restauration et les rendez-vous, tout en cherchant constamment de nouveaux clients.

À nous trois, nous effectuons le travail de dix personnes », explique-t-il.

Le point de vue des indépendants

« Je crée des designs comme bon me semble. Personne ne me dit que je dois me conformer au marché. La liberté de créer sans limites est ce qui me motive à chaque jour ».

— **Mehran Baghaie**, directeur des opérations et designer, Spectacle EyeWorks



« Nous nous démenons avant chaque salon pour préparer des prototypes, des échantillons, sélectionner des couleurs, installer le stand et organiser les déplacements, l'hébergement, la nourriture et les rendez-vous, tout en cherchant constamment de nouveaux clients. À trois, nous effectuons le travail de dix personnes ».

— **Mel Rapp**, fondateur de Rapp Optical



« Une grande partie des aventures qui accompagnent l'indépendance est la capacité d'agir plus rapidement et de faire des choix uniques ou plus risqués, par rapport à des organisations plus grandes où l'on ne pourrait pas prendre ces risques ».

— **Albert Mo**, PDG, McCray Optical Supply Company

Malgré les pressions financières et le fait d'être toujours pris par un emploi du temps en tant que chef d'entreprise, M. Rapp reste motivé par le processus de création. Pour lui, la passion l'emporte sur les profits.

« La joie vient vraiment du rituel qui consiste à prendre des matières premières comme des feuilles d'acétate et du titane, des vis, des charnières et tous les autres composants, puis à les couper, fraiser, percer, fabriquer et les assembler tout cela le long de cette ligne de production complexe pour enfin obtenir une pièce magnifique ».

Cette approche pratique lui permet de garder le contrôle sur l'ensemble du processus, de la conception à la fabrication.

« Il s'agit d'avoir un lien direct avec le produit et de s'assurer que chaque détail est parfait ».

Albert Mo sait ce que c'est que d'avoir un lien personnel avec son produit. En tant que PDG de McCray Optical Supply Company, une entreprise familiale située à Scarborough, en Ontario, il est dans le secteur de la lunetterie depuis aussi longtemps qu'il s'en souvient.

« Mon père et ma mère ont créé l'entreprise il y a 46 ans, et je me souviens que j'étais dans le sous-sol, à l'âge de trois ou quatre ans, et que je poussais des ébauches, ces carrés de plastique que l'on coupait pour obtenir la forme d'un verre », raconte M. Mo.

Bien que McCray Optical soit l'un des plus grands fournisseurs canadiens de lunettes sur mesure, d'outils optiques, d'accessoires et de fournitures de laboratoire, l'entreprise reste largement indépendante. Cela lui donne la liberté d'innover.

« Une grande partie des aventures qui accompagnent l'indépendance est la capacité d'agir plus rapidement et de faire des choix uniques ou plus risqués, par rapport à des organisations plus grandes où l'on ne pourrait pas prendre ces risques », dit-il.

Le conseil de M. Mo aux autres jeunes designers est simple : « Il s'agit de trouver son créneau et de s'adresser à un public spécifique qui apprécie la créativité et la qualité ».

Malgré l'incertitude liée à la concurrence des grandes entreprises, M. Mo reste optimiste quant à l'avenir du marché canadien des indépendants ».

« La population canadienne est en pleine croissance, beaucoup de gens veulent quelque chose d'un peu différent, et les services qui répondent à cette demande auront toujours la possibilité de se développer », affirme-t-il. En cette période d'incertitude économique, la résilience et l'innovation des designers indépendants sont plus importantes que jamais. **PO**



Qu'est-ce qui s'en vient? La prochaine saison !

Une nouvelle vague de créateurs et de producteurs indépendants met en lumière la nouvelle réalité, et Howard Kim, fondateur de Next Season : The Eyewear Show, offre une plateforme permettant aux marques indépendantes de prospérer.

« Lorsque l'on parle de grandes entreprises, je pense que les choses se diluent, qu'il s'agisse du service à la clientèle, des créateurs ou de la qualité », explique Howard Kim. « Je trouve qu'avec les marques de lunettes indépendantes, il y a de vraies personnes derrière ces entreprises. Les designs et la qualité sont beaucoup plus réfléchis et conscients ».

M. Kim a été le témoin direct de la demande croissante de lunettes indépendantes, uniques et de haute qualité. Au départ, il s'agissait d'un petit rassemblement de quatre marques. Aujourd'hui, Next Season s'est transformé en une communauté florissante de plus de 65 exposants.

« Notre intention n'est pas de perturber, mais de répondre aux besoins de ceux avec qui nous voulons faire des affaires », explique M. Kim. L'objectif de Next Season est de réunir tous les décideurs des marques dans une même salle - en d'autres termes, de maximiser la valeur que chacun obtient en échange de son temps et de ses ressources ».

Next Season se tient dans des lieux non conventionnels soigneusement sélectionnés, qui donnent le ton pour une atmosphère plus intime et plus engageante, en remplaçant le centre de convention ou hôtel traditionnel par un country club, une brasserie et même une salle d'exposition d'architecte ».

« Je pense que la lunetterie indépendante va prendre de l'ampleur. Les personnes derrière ce marché sont très confiantes dans leur produit. Ils m'ont dit qu'ils ne pensaient pas qu'ils pouvaient faire des affaires de cette façon. Je ne savais pas non plus que je pouvais parler aux gens de façon personnelle, et ne pas avoir à me préoccuper de chaque pièce, et du nombre de pièces vendues dans la journée et de tous les indicateurs clés de performance que je devais atteindre ».

M. Kim affirme que tous les commentaires positifs sur les salons lui ont permis de voir les opportunités significatives pour la croissance future des indépendants au Canada.

« Les personnes qui ont participé une fois à notre salon ont généralement envie de revenir, mais ce n'est pas uniquement parce qu'ils veulent vendre - ils veulent soutenir les lunetteries indépendantes », explique Kim. « Il s'agit vraiment d'être une communauté et de s'entraider.

**Visitez NextSeasonTheEyewearShow.com
pour en savoir plus.**



Visionary Insiders
gagnez des
récompenses exclusives!

Inscrivez-vous dès
aujourd'hui sur
visionaryinsiders.com



Des jours ensoleillés à venir!

Rien ne dit mieux la préparation pour la saison ensoleillée qu'une paire de lunettes de soleil élégantes. Protégez les yeux de vos patients et améliorez leur style avec leur design de lentilles HOYA préféré.



Scannez pour en savoir plus
sur nos solutions solaires!

HOYA
POUR LES VISIONNAIRES

AU NORD de l'ordinaire

Explorez l'art des créateurs de lunettes canadiens indépendants. D'un océan à l'autre, ces créateurs façonnent l'avenir de la lunetterie avec des montures uniques, fabriquées localement, qui reflètent le talent diversifié et novateur du Canada en design.



rapp
eyewear

NOM DU CRÉATEUR :
Mel Rapp

LIEU : Toronto, Ontario

FONDÉE EN : 1983

SITE WEB :
rappeyewear.com

PROFIL DE LA MARQUE :
La collection Rapp Eyewear est fabriquée en interne à l'aide d'une équipe dévouée de techniciens qualifiés, d'équipements spécifiques

à l'industrie et d'une combinaison de matériaux en titane et acétate. Notre objectif est de créer des lunettes d'une grande pureté et faciles à porter. Nos formes, nos couleurs, nos grandeurs et notre niveau élevé de finition à la main distinguent RAPP du monde des lunettes produites en masse. En tant qu'opticien et fabricant, Rapp est dans une position peu commune pour anticiper les demandes de la rue et y répondre en pivotant rapidement pour produire des styles qui reflètent les besoins et les préférences des consommateurs. Au-dessus de tout, les trois directeurs de Rapp Eyewear - Julia Rapp (couleurs et conservation), Shilo Rapp (designer principal) et Mel Rapp (opticien et critères optiques) - sont inspirés par le désir de faire de la beauté à partir de l'utilité, de transformer la fantaisie en fonctionnalité et d'exploiter l'imagination pour créer un bel objet, transformant ainsi les porteurs de lunettes en individus.



lunettes
faniel

PROPRIÉTAIRE :
Anne-Marie Faniel

LIEU : Val-Morin, Québec

FONDÉE EN : 2009

SITE WEB :
monturesfanieleyewear.com

PROFIL DE LA MARQUE :
Faniel Eyewear est une collection de lunettes distincte et artistique conçue par la soprano québécoise et artiste multidisciplinaire Anne-Marie Faniel.

Notre usine, située au cœur des Laurentides au Québec, est la première en Amérique du Nord à produire des lunettes faites à la main à partir d'acétate recyclé. Anne-Marie conçoit soigneusement chaque monture avec des combinaisons de couleurs qui s'harmonisent avec différentes carnations, s'assurant ainsi que chaque pièce met en valeur la beauté naturelle de la personne qui la porte. Faniel Eyewear est une entreprise familiale où travaillent ensemble Anne-Marie, son mari Patrick Bolduc et leurs enfants Clara Faniel et Johann Faniel. La philosophie de Faniel Eyewear est de vivre avec audace, liberté et fierté, en apportant notre énergie unique au monde, et ensemble, nous construirons un monde meilleur.





toplook eyewear

PROPRIÉTAIRE : Jeff Larbi et Tara Waganouni

LIEU : Beloeil, Québec

FONDÉE EN : 2017

SITE WEB :

toplookeyewear.com

PROFIL DE LA MARQUE :

Toplook Eyewear est née à Montréal avec la mission de rendre les lunettes plus accessibles, plus élégantes et de qualité supérieure. Conçues entièrement à l'interne, nos montures associent tendance et savoir-faire, ce qui permet aux professionnels de la vue de demeurer concurrentiels grâce à une collection qui se démarque. Ce qui a commencé comme un succès local s'est développé à l'échelle nationale et il est aujourd'hui reconnu en Europe, aux États-Unis, en Amérique du Sud et en Afrique. Fierement canadiens, nos modèles portent le nom de villes du pays, reflétant ainsi nos profondes influences locales. Grâce à son engagement pour l'accessibilité, la qualité et un design axé sur les tendances, Toplook redéfinit la lunetterie indépendante dans le monde entier.



spectacle eyeworks

PROPRIÉTAIRE : Mehran Baghaie

LIEU : Vancouver, Colombie-Britannique

FONDÉE EN : 1996

SITE WEB : spec-eyeworks.com

PROFIL DE LA MARQUE :

Spectacle Eyeworks Inc. est un catalyseur de l'industrie de l'optique depuis 1996. Dirigée par le directeur des opérations et designer Mehran Baghaie, l'entreprise est connue pour ses montures de haute qualité, ses designs audacieux et son service exceptionnel.

De quatre styles, Spectacle Eyeworks est passé à des centaines de modèles, ainsi qu'à trois collections uniques : RETRO, Pussy Galore et Anisa-Love. La créativité de M. Baghaie repousse les limites du design, ce qui lui vaut une reconnaissance internationale. La marque a remporté plusieurs prix « Eyewear of the Year » (lunettes de l'année) et a été nominée au SILMO D'OR. Avec un engagement pour l'innovation et l'excellence, Spectacle Eyeworks continue de prospérer sur la scène internationale.



bar à lunettes

PROPRIÉTAIRE :
Marie-Sophie Dion

LIEU :
5 locations, Quebec

FONDÉE EN : 1992

SITE WEB :
baralunettes.com

PROFIL DE LA MARQUE :
Marie-Sophie Dion est une opticienne, une entrepreneure et une designer reconnue pour son approche innovatrice de la lunetterie. Fondatrice de Bar à Lunettes, elle a redéfini l'expérience optique en offrant un service de consultation unique et personnalisé. Dans ses cinq boutiques, elle sélectionne des montures d'avant-garde et conçoit ses propres collections de prêt-à-porter et sur mesure, toutes fabriquées au Québec. Depuis 1992, son expertise dans le choix et la création de lunettes élégantes lui a valu une clientèle fidèle. Passionnée par le design et l'artisanat, elle demeure la seule opticienne en Amérique du Nord à offrir sa propre collection exclusive. Fière mère de deux enfants, elle continue de repousser les limites de la créativité.



aya optical

PROPRIÉTAIRE : Carla D'Angelo

LIEU : North Vancouver, Colombie-Britannique

FONDÉE EN : 2009

SITE WEB : claudiaalan.com

PROFIL DE LA MARQUE :
Chez AYA, nous créons de beaux produits impactants fondés sur la cause et la collaboration. Ma philosophie de design repose sur des partenariats significatifs avec des artistes autochtones, explorant ce qui compte vraiment - raconter des histoires par le biais du design. Chaque pièce est le reflet d'un voyage partagé, mêlant créativité et intention pour inspirer des liens et susciter des conversations. Au-delà de l'esthétique, notre mission est de faire la différence en honorant l'art, en amplifiant les voix et en créant des designs impactants. AYA est une célébration de l'art indigène, où la tradition rencontre l'innovation, adoptant la culture tout en offrant un style contemporain.

« LA
LIBERTÉ
DE
**créer sans
limites**
est ce qui me motive
à chaque jour ».

- Mehran Baghaie, Spectacle Eyeworks



L'art de la lunette



kraywoods

PROPRIÉTAIRE :
Kraywoods Eyewear

LIEU :
Vancouver, Colombie-Britannique

FONDÉE EN : 2017

SITE WEB : kraywoods.com

PROFIL DE LA MARQUE :

Kraywoods est une marque de lunettes haut de gamme et respectueuse de l'environnement qui s'engage à fusionner style, durabilité et qualité supérieure. Fièrement conçue et assemblée au Canada, chaque paire est méticuleusement fabriquée à la main à partir de bois durable et équipée de verres de qualité supérieure pour une clarté et un confort exceptionnels. Notre mission va au-delà de la mode - nous nous efforçons d'avoir un impact positif sur la planète. C'est pourquoi nous nous sommes associés à One Tree Planted, une organisation à but non lucratif axée sur la reforestation mondiale, afin de planter un arbre pour chaque produit vendu. Avec Kraywoods, vous ne portez pas uniquement des lunettes, vous soutenez la durabilité, la qualité et un style intemporel.



Les créateurs de lunettes indépendants sont les rebelles du monde de l'optique. Ils abandonnent les montures coupées à l'emporte-pièce au profit de modèles audacieux qui repoussent les limites. Ils misent sur la qualité, l'artisanat et l'amour des lunettes qui sortent de l'ordinaire.

Contrairement aux marques produites en masse, les créateurs indépendants se concentrent sur la production en petites séries, les matériaux de première qualité et les détails fabriqués à la main. Le résultat ? Des montures qui ont du caractère, car vos lunettes doivent être aussi uniques que vous. Nombreux sont ceux qui misent également sur le développement durable, en utilisant des matériaux respectueux de l'environnement et des méthodes de production éthiques.

Pour les détaillants en optique, stocker des marques indépendantes signifie offrir quelque chose de spécial - des styles que vous ne trouverez pas dans tous les magasins à grande surface. Tout le monde est gagnant : les clients obtiennent des lunettes originales et les créateurs reçoivent le soutien dont ils ont besoin pour continuer à innover.

Alors que de plus en plus de personnes s'éloignent des montures génériques, les créateurs indépendants prouvent que l'originalité, la qualité et un peu de rupture avec les règles sont l'avenir de la lunetterie. Les soutenir, c'est soutenir la créativité et veiller à ce que le monde de la lunetterie continue d'évoluer de manière fraîche et passionnante. Ces créateurs façonnent l'avenir de la lunetterie en remettant en cause le statu quo et en offrant une alternative rafraîchissante au marché de masse. Leur engagement en faveur de l'innovation fait avancer l'industrie en apportant de nouvelles textures, formes et couleurs qui font passer les lunettes du statut de nécessité à celui de forme d'art. **PO**



PROFIL DE LA MARQUE :

Mosh Framemakers est l'endroit où les lunettes rencontrent l'art. Fondée par la maître opticienne et créatrice de lunettes Sara Moshurchak, nous pensons que les lunettes doivent être aussi uniques que les personnes qui les portent. Nous concevons et fabriquons des montures sur mesure, aussi audacieuses ou subtiles que vous le souhaitez. Notre boutique d'optique allie un savoir-faire d'expert à un service personnalisé, garantissant que chaque paire de lunettes est parfaitement adaptée. Qu'il s'agisse d'une pièce forte prêt-à-porter ou d'une création entièrement sur mesure, Mosh Originals et Mosh Custom redéfinissent ce que peuvent être les lunettes. Parce que de superbes montures ne se portent pas uniquement, elles se laissent apprécier.

mosh

PROPRIÉTAIRE :
Sara Moshurchak

LIEU :
Gastown, Vancouver,
Colombie-Britannique

FONDÉE EN : 2016

SITE WEB :
moshframemakers.com



Bausch + Lomb : Un regard tourné vers l'avenir

Développement durable avec un programme de recyclage des lentilles de contact

PAR DAVID GOLDBERG

Alors que l'industrie de l'optique s'efforce de réduire la pollution plastique, Bausch + Lomb continue de faire des avancées significatives pour limiter l'impact environnemental des déchets des lentilles de contact. Grâce au programme gratuit de recyclage Chaque Lentille Compte, en partenariat avec TerraCycle, B+L facilite le recyclage des lentilles de contact usagées et de leurs emballages tout en encourageant une culture de durabilité au sein de la communauté des soins oculaires.

Selon B+L, chaque année au Canada, environ 290 millions de lentilles de

contact (et 3 milliards aux États-Unis) finissent dans des sites d'enfouissement ou des cours d'eau. Ces lentilles, fabriquées à partir de matériaux non biodégradables, se décomposent en microplastiques pouvant avoir des conséquences sur la faune et l'approvisionnement en eau.

« Chez Bausch + Lomb, nous sommes fiers d'avoir lancé le tout premier programme de recyclage des lentilles de contact au Canada grâce à l'initiative Chaque Lentille Compte », affirme Emily Craven, Gestionnaire du marketing de marque chez B+L.

« Avec le soutien remarquable des professionnels des soins oculaires à

travers le pays, nous avons réussi à détourner plus de 4 millions de lentilles de contact, d'emballages alvéolés, et films des sites d'enfouissement et des cours d'eau canadiens — une réalisation qui témoigne de notre engagement indéfectible pour la protection de l'environnement pour les générations futures.

Chaque Lentille Compte permet aux professionnels des soins oculaires et à leurs patients d'apporter de petits changements significatifs qui, collectivement, aident à réduire l'empreinte environnementale des produits de santé oculaire », ajoute-t-elle. « En élargissant l'accès aux solutions de recyclage, nous facilitons

plus que jamais la participation d'un plus grand nombre de personnes — prouvant ainsi que lorsque nous agissons ensemble, des petits gestes peuvent avoir un impact durable ».

Depuis son lancement en 2016 (et son arrivée au Canada en 2020), le programme gratuit de recyclage Chaque Lentille Compte a permis de recycler plus de 41 millions d'unités, soit plus de 112 000 kilogrammes de lentilles de contact usagées et de matériaux liés aux soins oculaires provenant de points de collecte partout au Canada et aux États-Unis.

Le succès du programme gratuit de recyclage Chaque Lentille Compte repose en grande partie sur l'engagement actif des professionnels des soins oculaires et la participation enthousiaste des consommateurs.

Tiffany Tang, propriétaire de Royal City Optometry à Guelph, en Ontario, souligne que beaucoup de personnes pensent qu'il n'existe pas d'autre solution que de jeter leurs lentilles de contact à la poubelle.

« Il est important pour nous d'offrir une solution aux personnes qui choisissent les lentilles de contact, que ce soit pour des raisons de commodité ou de santé, afin qu'elles puissent disposer de leurs déchets de façon responsable », explique Mme Tang.

« C'est simple. Les patients n'ont pratiquement rien de plus à faire. Ils mettent simplement leurs déchets dans un sac refermable et l'apportent en clinique. Ensuite, nous nous occupons de l'expédition ».

Tammy Dickinson, coordonnatrice de clinique chez Edinburgh Optometry, un établissement qui sert la communauté de Guelph depuis 35 ans, participe également au programme.

« Nous avons voulu nous joindre à cette initiative pour faire notre part. C'est un petit geste que nous pouvons faire en clinique, dans notre communauté, pour éviter que les lentilles de contact ne finissent dans les sites d'enfouissement. »

Elle ajoute qu'il est gratifiant de sensibiliser les gens à l'importance de garder les lentilles de contact hors de nos cours d'eau.

« Ce programme leur offre une excellente façon de contribuer au recyclage et de prendre conscience que ces déchets ne devraient jamais être jetés dans les toilettes». **PO**

**PLUS DE
70 000 000
LENTILLES DE CONTACT ET
EMBALLAGES ALVÉOLÉS ONT
ÉTÉ RECYCLÉS !**

Pour en savoir plus sur le programme gratuit de recyclage Chaque Lentille Compte de Bausch + Lomb, pour devenir un point de dépôt public ou pour trouver un lieu de collecte près de chez vous, visitez bausch.ca

Association des opticiens du Canada **L'UNION FAIT LA FORCE**

OPTICIANS.CA

Assurance responsabilité professionnelle personnelle gratuite

Formations continues accréditées en ligne gratuites

Cadeau de fidélité à la 5ème année d'adhésion
et plus



Les yeux disent tout

Les soins oculaires sont des soins de santé primaires

PAR DR. MARTIN SPIRO, Président ACO

Bien que la vision soit très valorisée, cela ne se traduit pas toujours par la prise de rendez-vous, surtout lorsque les gens ne remarquent aucun problème avec leur vue. Beaucoup ne connaissent pas le rôle des optométristes ni l'importance des examens oculaires réguliers.

Les problèmes de vision peuvent être asymptomatiques au début —le moment où l'intervention est la plus efficace. Quand les gens passent finalement un examen, ils sont souvent surpris par des problèmes de vision qui peuvent se cacher à la vue de tous et par tout ce que leur santé oculaire peut révéler sur leur bien-être général.

Nous devons nous assurer que ce message atteigne le public. Les soins oculaires réguliers sont un outil crucial pour détecter des problèmes de santé graves et potentiellement mortels bien avant l'apparition des symptômes, car plusieurs conditions montrent des signes dans les yeux avant de se manifester ailleurs dans le corps.

Les optométristes jouent un rôle crucial dans la détection et la gestion d'une large gamme de conditions oculaires, y compris des maladies graves comme le glaucome et la dégénérescence maculaire liée à l'âge (DMLA). Grâce à des examens oculaires complets, ils peuvent identifier ces problèmes à un stade précoce, ce qui peut potentiellement prévenir la perte de vision.

Au-delà de la santé oculaire, les optométristes sont aussi formés pour

reconnaître les signes de conditions systémiques comme le diabète, l'hypertension, et les troubles neurologiques tels que la sclérose en plaques, grâce aux changements observés dans les yeux. Les yeux offrent des indications précieuses sur des problèmes de santé plus larges, incluant les maladies cardiovasculaires, le cholestérol élevé et les troubles auto-immuns, souvent avant l'apparition de symptômes notables. Lorsqu'ils sont détectés, ces troubles permettent aux optométristes de faire des références rapides vers les spécialistes de la santé appropriés, contribuant ainsi à de meilleurs résultats de traitement et à une gestion globale de la santé.

Il est important que les enfants aient des examens oculaires réguliers, car c'est une période cruciale pour détecter des problèmes de développement qui pourraient affecter leur performance à l'école et ailleurs, ainsi que leur vision plus tard dans la vie. L'ACO recommande que les nourrissons passent leur premier examen oculaire entre six et neuf mois. Les enfants devraient avoir un autre examen entre deux et cinq ans, puis annuellement par la suite. Une fois adultes, leur développement oculaire se stabilise, et les examens oculaires peuvent généralement être programmés tous les deux ans pour les adultes en santé sans conditions connues. Cependant, après 65 ans, des examens annuels sont recommandés en raison du risque accru de maladies oculaires liées à l'âge, telles que la dégénérescence maculaire, le glaucome et les cataractes.

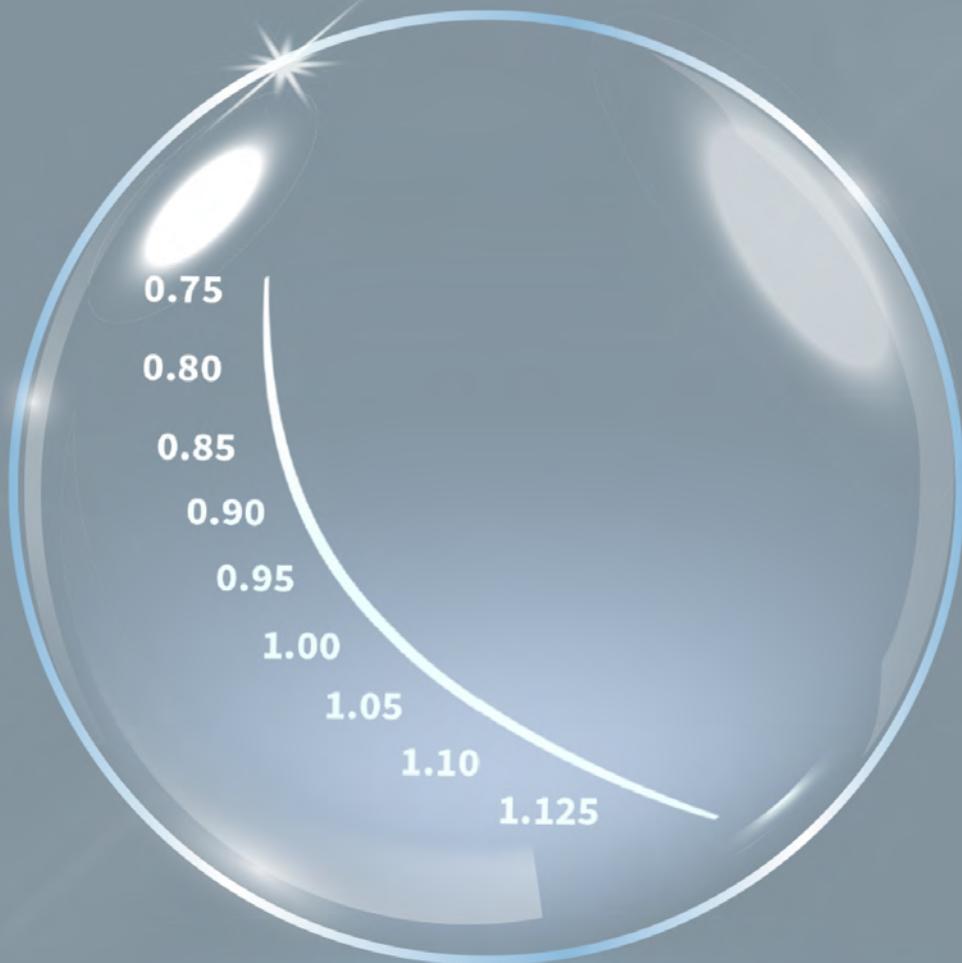
L'éducation publique est particulièrement importante pour souligner le rôle des examens oculaires complets comme une partie intégrante des routines de soins de santé, allant bien au-delà de la simple correction de la vision. Depuis longtemps, les optométristes font partie intégrante des soins primaires au Canada, soutenant une approche globale et préventive des soins de santé. En collaboration avec d'autres partenaires en vision, l'ACO a mis en évidence la nécessité de mettre davantage l'accent sur la santé oculaire et a insisté pour que les soins de la vue et la réadaptation visuelle soient inclus comme éléments essentiels de l'agenda de la santé publique du Canada. Étant donné que la vision affecte presque tous les aspects de la vie quotidienne, il est essentiel de s'assurer que les soins oculaires soient accessibles à tous, peu importe où ils vivent.

Depuis de nombreuses années, la ACO milite pour un meilleur accès aux soins oculaires, en particulier pour les populations vulnérables, y compris les enfants, les aînés, les peuples autochtones et ceux des régions rurales et éloignées. Nous avons également souligné la nécessité de soutenir l'éducation publique et la recherche en vision au Canada, ainsi que de simplifier le processus d'approbation des nouveaux médicaments et technologies pour traiter ou prévenir la perte de vision. L'adoption du projet de loi C-284, la Loi sur la Stratégie nationale de soins oculaires, représente une occasion unique d'atteindre ces objectifs et de soutenir le rôle essentiel de l'optométrie dans le renforcement des soins de santé primaires au Canada. Inclure les optométristes en tant qu'acteurs clés dans les discussions sur les politiques de santé et la main-d'œuvre contribuera à construire un système plus intégré qui répond mieux aux besoins diversifiés de tous les Canadiens. **PO**

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

LE CHANGEMENT, C'EST DIFFICILE.

Prescrire un **prisme profilé** ne l'est pas.



Découvrez comment Neurolens a transformé le prisme et
comment cela peut révolutionner votre clinique sur Neurolens.ca





Les troubles tarifaires

La guerre commerciale du président Trump menace l'industrie optique.

PAR EVRA TAYLOR

La menace persistante des tarifs commerciaux imposés par le président Trump sur les biens importés du Canada, de la Chine et du Mexique est devenue une réalité indésirable qui a bouleversé le paysage économique, politique et de la santé à l'échelle mondiale.

Alors que l'industrie de l'optique tente d'évaluer l'impact de ces tarifs sur les secteurs des montures, des verres, de la fabrication et des laboratoires, il est clair qu'ils entraîneront des pénuries de produits, une hausse des prix, d'éventuels licenciements et des changements dans les habitudes d'achat.

Le 4 mars, le président Trump a imposé des tarifs de 25 % sur les produits canadiens et mexicains. Le taux prévu par l'International Emergency Economic Powers Act (IEEPA) pour la Chine a été augmenté de 10 % supplémentaires, portant le taux total à 20 % pour les importations chinoises.

Depuis le 12 mars, une taxe de 25 % a été appliquée aux produits en acier et en aluminium bruts ainsi qu'à certains produits dérivés dans le monde entier. Cette mesure a été étendue aux montages, aux raccords et aux supports. De plus, le cuivre fait actuellement l'objet d'une enquête et pourrait être soumis à un tarif de 25 % d'ici la fin de l'année.

Selon le rapport Status of Trump's Tariffs du Vision Council, publié le 6 mars, l'impact sur les lunettes inclura une hausse des coûts dans la chaîne d'approvisionnement des produits fabriqués avec de l'acier ou de l'aluminium importé.

Rick Van Arnam, avocat associé chez Barnes, Richardson & Colburn, LLP et conseiller en

réglementation du Vision Council, a souligné qu'il existe peu de montures, de verres, de lunettes de soleil, de lunettes de lecture, de dispositifs pour basse vision et d'autres produits d'origine américaine qui seraient assujettis aux droits de douane canadiens. Aussi contrairement aux États-Unis, le Canada n'impose pas de tarifs spéciaux sur les produits d'origine chinoise ou d'autres pays. Ainsi, les biens importés de la Chine ou d'autres pays que les États-Unis ne seront pas affectés. Toutefois, les économies du

L'importation de produits de la Chine aux États-Unis coûtera plus cher, et ces coûts seront absorbés en fin de compte par le consommateur de produits optiques.

ENTREPRISES DE MONTURES : Les montures fabriquées au Canada et importées aux États-Unis (moins de 10 000 unités importées du Canada en 2024, contre 79 millions en provenance de Chine) pourraient être soumises à des tarifs de 25 % si elles ne répondent pas aux

« Les fabricants d'optique ont un rôle crucial à jouer pour assurer la stabilité du marché optique canadien ».

- ANITA ZAMANI, directrice des ventes et du marketing, Star Vision Optical

Canada et des États-Unis sont si étroitement liées que les hausses de coûts aux États-Unis entraîneront des répercussions au nord de la frontière.

LABOS : Les tarifs entraîneront une augmentation des coûts des équipements et des intrants de traitements utilisés dans les laboratoires optiques, dans la mesure où ces articles sont importés. Les laboratoires répercuteront ensuite ces coûts sur leurs clients, ce qui, à son tour, finira par affecter le patient.

FABRICATION : Les coûts des matériaux utilisés en fabrication augmenteront pour les entreprises canadiennes et américaines lorsque ces intrants de traitement ne sont pas admissibles au statut de libre-échange en vertu de l'Accord Canada-États-Unis-Mexique (ACEUM).

critères de l'ACEUM. Certaines exceptions s'appliquent lorsque les montures respectent les exigences de l'accord de libre-échange. Le président Trump a exclu ces produits des tarifs de 25 %. Cependant, au début d'avril, il menace d'imposer ces tarifs à tous les produits canadiens, même ceux qui sont actuellement exemptés. La situation pourrait donc à nouveau évoluer rapidement.

À ce jour, la liste des droits de représailles du Canada n'inclut pas les montures d'origine américaine, ce qui signifie qu'elles ne subissent pas de droits additionnels à l'entrée au Canada. Mais cela pourrait changer.

Anita Zamani, directrice des ventes et du marketing chez Star Vision Optical, un laboratoire indépendant et un fabricant optique



« C'est le moment idéal pour investir dans votre réseau international et mieux comprendre les capacités croissantes des entreprises sur lesquelles vous ne vous appuyez pas encore ».

- CIRA COLLINS, MPH, ABOM, consultante en industrie

en Ontario, a souligné que bien que les répercussions des tarifs au Canada soient incertaines, il est essentiel que tous les secteurs d'affaires explorent de façon proactive de nouvelles stratégies pour la gestion de leur chaîne d'approvisionnement. « Cela peut inclure diversifier les fournisseurs, d'investissement dans l'approvisionnement local ou d'améliorer l'efficacité de la production pour atténuer la hausse potentielle des coûts. Les fabricants de produits optiques jouent un rôle important dans la gestion de ces défis potentiels afin d'assurer la stabilité continue du marché optique canadien ».

« À l'heure actuelle, une part importante des produits optiques en provenance de Chine entre déjà directement au Canada, sans passer par les États-Unis. Cette tendance pourrait se poursuivre alors que les entreprises cherchent à minimiser les tarifs et à optimiser la logistique, ce qui pourrait entraîner une concurrence accrue sur le marché mondial des produits optiques », a poursuivi Mme Zamani.

Mme Zamani a affirmé que les consommateurs de lunettes réagiront probablement aux nouveaux tarifs de deux façons principales. D'abord, ils réduiront leurs dépenses, en optant pour moins de mises à niveau, d'offres multi-paires ou d'ajouts. « Il sera plus important que jamais pour les professionnels de la vue d'éduquer leurs patients sur la valeur de leurs achats en ce qui concerne les ajouts et les mises à niveau ». Ensuite, les Canadiens seront plus enclins à acheter des produits fabriqués au Canada et à favoriser les entreprises canadiennes », a-t-elle déclaré.

Outlook Eyewear Canada se spécialise dans les lunettes de soleil, et la grande majorité de son

activité se déroule au Canada ; ainsi, l'entreprise n'est pas directement touchée par les tarifs douaniers. « Cependant, toute taxe imposée entre les États-Unis et la Chine ou entre le Canada et les États-Unis qui affecte négativement nos partenaires de vente au détail, notre économie et la confiance des consommateurs aura vraisemblablement un impact négatif sur l'industrie et, par conséquent, affectera indirectement notre entreprise », a déclaré Robbie Owen, vice-président des ventes.

« Les clients nord-américains recherchent déjà des alternatives aux importations en provenance de Chine afin de réduire les risques liés à toute perturbation du commerce. Les discussions actuelles sur la montée des tarifs pourraient, espérons-le, encourager des solutions de fabrication alternatives comme la Thaïlande et le Vietnam. » Il a souligné le manque de clarté concernant la mise en application des tarifs. Parmi les questions en suspens : quel sera l'impact sur les commandes B2C expédiées du Canada vers les États-Unis pour des produits fabriqués en Chine ? Et quelles complications administratives ces tarifs entraîneront-ils lors du dédouanement ?

La consultante en industrie Cira Collins, MPH, ABOM, a affirmé que dans la conception, l'approvisionnement et la production de montures de lunettes, les délais d'exécution les plus rapides sont presque toujours d'au moins un an. Il est donc difficile, voire impossible, de s'adapter rapidement. « Mais les entrepreneurs avisés développent toujours des relations pour être prêts à s'adapter lorsque cela devient nécessaire, que ce soit dans une clinique de soins visuels ou en tant que fabricant

de montures multi-marques. C'est le moment idéal pour investir dans votre réseau international et mieux comprendre les capacités croissantes des entreprises sur lesquelles vous ne vous appuyez pas encore », a-t-elle déclaré. Mme Collins a suggéré que les professionnels de la vue explorent et établissent des intérêts communs afin que, lorsque le besoin de changement se présente, des mesures soient déjà en place. « Encouragez-les à vous ouvrir leurs portes et à vous donner accès. Entamez des discussions que vous n'auriez peut-être jamais pensé devoir avoir. L'innovation naît de la nécessité », a conclu Mme Collins.

En réponse aux tarifs douaniers sur l'acier et l'aluminium du président Trump, Le Canada a annoncé de nouvelles mesures tarifaires en représailles sur environ 21 milliards de dollars de marchandises américaines. Ces mesures font suite à celles mises en place par l'Union européenne, qui ciblent une gamme de produits américains d'une valeur de 28 milliards de dollars, incluant le bœuf, les motos et le whisky, en plus de l'acier et de l'aluminium fabriqués aux États-Unis. La Chine prépare également une réponse.

Le 10 mars, le *Financial Post* a rapporté que les tarifs de représailles du Canada sur 30 milliards de dollars de marchandises américaines, annoncés la semaine précédente, restent en place. Toutefois, une deuxième vague de mesures tarifaires, qui devait entrer en vigueur dans les 21 jours, sera repoussée au 2 avril, selon le ministre des Finances Dominic LeBlanc. Le futur premier ministre Mark Carney, qui a remporté la course à la chefferie du Parti libéral le 14 mars, s'est engagé à maintenir ces tarifs de représailles. **PO**

TECHNO DES VERRES

ZEISS ClearView

Intégration de la technologie Freeform
aux verres unifocaux

PAR DAVID GOLDBERG



La catégorie des verres unifocaux est depuis longtemps un pilier de l'industrie optique, mais elle a connu peu d'innovations ces dernières années. Alors que les verres progressifs et les solutions multifocales haut de gamme ont bénéficié d'avancées technologiques, les porteurs de verres unifocaux se retrouvent souvent avec les mêmes designs standards. Aujourd'hui, ZEISS change la donne avec ses verres unifocaux ClearView, qui intègrent une conception en Freeform tant pour les verres finis que pour les verres de prescription. Cette innovation offre une vision plus nette, du centre à la périphérie, tout en assurant un profil plus mince et plus plat que les verres unifocaux traditionnels.

Bryan Rossi, président de Carl Zeiss Vision Canada, souligne l'importance de cette avancée.

« La catégorie des verres unifocaux est l'une des plus importantes sur le marché, mais elle n'a pas connu d'innovations », explique-t-il.

« L'innovation s'est vraiment limitée aux designs asphériques ou atoriques, ou à des avancées spécifiques. Ensuite, tout le monde s'est tourné vers le marché du numérique en se disant : « Faisons des verres unifocaux numériques ». Mais le problème, c'est que c'est un produit coûteux, et l'adoption des verres unifocaux numériques par le marché est inférieure à 10% ».

Reconnaissant le besoin d'une solution à la fois plus accessible et de haute qualité, ZEISS a développé un verre unifocal fini qui intègre la technologie Freeform. Les verres ClearView optimisent toute la surface du verre, offrant un champ de vision plus large avec moins de distorsion — un avantage pour les patients qui rencontrent des difficultés avec la clarté périphérique.

« Nous avons recalibré tous nos moules pour assurer une grande précision dans un produit unifocal », a déclaré Rossi. « Le résultat est une plus grande clarté, des champs de vision plus larges et un verre plus mince et plus plat ».

En utilisant des centaines de paramètres de calcul, des milliers de points à travers, le verre est optimisé. Cela permet aux verres ZEISS ClearView de minimiser le flou sur les bords du verre — un problème courant dans les verres unifocaux conventionnels.

« Les verres unifocaux standards prennent un point de référence au centre et construisent la prescription autour de celui-ci », affirme M. Rossi. « ClearView utilise une optimisation point par point à travers l'ensemble du verre, en utilisant plus de 700 paramètres de calcul pour élaborer le design du verre ».

Au-delà des performances optiques, les verres ZEISS ClearView offrent aux professionnels des soins oculaires un avantage concurrentiel. Alors que les patients recherchent de plus en plus une meilleure clarté et un confort accru avec leurs lunettes, les professionnels des soins oculaires cherchent des moyens de différencier leurs offres dans un marché souvent axé sur les prix.

« Pour le prix d'un verre unifocal fini haut de gamme, les professionnels des soins oculaires peuvent maintenant offrir à leurs patients une clarté supérieure ainsi que des verres plus fins et plus légers », explique M. Rossi.

La réponse de l'industrie a été largement positive, selon M. Rossi, qui note que les professionnels de la santé oculaire ont accueilli l'innovation, en particulier comme option d'amélioration pour les patients qui s'étaient contentés de verres unifocaux standards.

ZEISS offre maintenant exclusivement la technologie ClearView pour les verres unifocaux finis et les verres unifocaux surfacés.

« Nous ne vendons plus de verres unifocaux standards », confirme-t-il. « Tout ce que nous offrons dans cette catégorie utilise maintenant la technologie ClearView. »

Avec ClearView, les patients bénéficient d'une réduction de la fatigue oculaire, en particulier ceux qui passent de longues heures devant des écrans numériques ou qui changent fréquemment de point de focalisation. De plus, la courbure de base plus plate améliore à la fois l'esthétique et le confort. Cela est particulièrement perceptible pour des activités comme la conduite, où un champ de vision plus large et plus clair peut améliorer le confort et la sécurité.

ZEISS demeure engagé à repousser les limites de la technologie optique, et bien que l'entreprise ne révèle pas encore de détails sur ses futurs développements, M. Rossi laisse entendre que d'autres innovations sont à l'horizon.

« Les verres unifocaux standards prennent un point de référence au centre et construisent la prescription autour de celui-ci. ClearView utilise une optimisation point par point à travers l'ensemble du verre, en utilisant plus de 700 paramètres de calcul pour élaborer le design du verre. »

- Bryan Rossi, Président, Carl Zeiss Vision Canada

Pour simplifier le processus de commande, ZEISS propose des verres ClearView dans plusieurs indices (de 1,5 à 1,74) et traitements, ce qui permet aux professionnels des soins oculaires de facilement choisir le verre adapté aux besoins de leurs patients.

« Nous voulions nous assurer que ce ne soit pas simplement une offre de marché de niche, » dit M. Rossi. « C'est une large gamme de produits conçue pour s'intégrer de façon fluide dans le processus de commande standard des professionnels des soins oculaires. »

« La technologie que nous avons aujourd'hui est toujours en avance sur tout ce qui existe », dit-il.

Avec ZEISS ClearView, la catégorie des verres unifocaux a fait un grand saut en avant, offrant une précision Freeform et une clarté améliorée à un plus large public à un prix accessible. Alors que les professionnels des soins oculaires continuent de chercher des moyens de différencier leurs offres, les verres ZEISS ClearView offrent une solution viable qui redéfinit ce que les verres unifocaux peuvent accomplir. **PO**

Pour en savoir plus visitez zeiss.ca

Conseil juridique avisé

Le bon avocat c'est important-des conseils d'experts garantissent une protection et une planification adéquates.

PAR TIM PAZIUK



Les avocats sont essentiels à l'équipe de planification, mais certains peuvent causer plus de tort que de bien. Bien que cela puisse sembler évident, ils doivent savoir ce qu'ils font.

Il existe de nombreux domaines du droit, et tous les avocats ne sont pas compétents dans chacun d'eux.

Dans les deux prochains numéros, j'aborderai les différentes raisons pour lesquelles vous pourriez avoir besoin des services d'un avocat.

Dans cette première partie, nous examinerons les documents personnels tels que les testaments, les procurations, les consentements pour les soins de santé et les contrats de mariage. Dans la deuxième partie, nous explorerons les documents d'entreprise, notamment les contrats d'employés, les conventions entre actionnaires, les baux, les contrats d'achat et de vente, les ententes de partage des coûts et les contrats d'associés.

De nombreux avocats prétendent pouvoir s'occuper de tout cela, mais ce n'est pas le cas dans la plupart des situations. En tant que professionnel des soins oculaires, vous comprenez l'importance de faire appel à des spécialistes lorsque c'est nécessaire, et il en est de même pour les avocats. Il existe des avocats spécialisés en successions et fiducies, en droit des affaires, en droit fiscal, en droit de la famille, en immigration, et au moins une dizaine d'autres spécialités juridiques.

Je ne dis pas qu'il faut toujours un spécialiste, mais il est important de savoir que l'avocat qui vous a aidé à acheter votre maison n'est peut-être pas le meilleur choix pour l'achat d'une clinique. Lorsque vous travaillez avec un avocat, il n'y a aucun inconvénient à lui demander si votre demande relève bien de son champ d'expertise.

Commençons par le fondement le plus élémentaire d'une planification successorale : un testament. En avez-vous un ? Si oui, félicitations - vous faites partie de la minorité de Canadiens qui en ont un. C'est vrai : moins de 50 % des Canadiens possèdent un testament valide. Peu importe que vous soyiez propriétaire d'une clinique ou non, si vous n'avez pas de testament, faites-en un. Peu importe si vous êtes célibataire ou non - faites-en un. Il faut comprendre qu'un jour ou l'autre, tout le monde finit par mourir. Vous avez donc le choix de décider dès maintenant de ce qui arrivera à votre succession, car si vous ne le faites pas, le gouvernement l'a déjà fait pour vous. Ça s'appelle une succession légale.

Les testaments sont essentiels pour tout le monde, et c'est encore mieux d'en avoir deux dans les juridictions où c'est permis. Si vous êtes un professionnel incorporé en Ontario ou en Colombie-Britannique, vous pouvez utiliser un deuxième testament exclusivement pour votre entreprise. Avoir deux testaments peut réduire considérablement les frais d'homologation au moment du décès.

Nous encourageons nos clients à le faire, mais cela doit être rédigé par un avocat qui connaît bien la stratégie des testaments multiples.

Une procuration (en Ontario, appelée « procuration relative aux biens ») est un document juridique qui donne à une personne le droit légal de gérer vos actifs. Si vous n'en avez pas, faites-en une ! C'est encore plus important qu'un testament. Le nombre de professionnels incorporés que j'ai rencontrés sans procuration est étonnant.

Dans la plupart des juridictions, une procuration vous permettrait de gérer vos biens. En Ontario, il y a une procuration pour les biens et une autre distincte pour les soins personnels. Si l'on se concentre sur la procuration relative aux biens, il est crucial de donner à quelqu'un l'autorité légale de gérer vos affaires si jamais vous recevez un coup sur la tête. Même si vous avez un testament, il ne vous servira à rien si vous êtes en incapacité.

Une procuration pour soins personnels, un consentement aux soins de santé ou un testament de vie sont différents noms pour un document qui donne à quelqu'un le pouvoir légal de prendre des décisions médicales en votre nom si vous êtes incapable de le faire. Comme pour un testament et une procuration - si vous avez des proches que vous aimez, faites-en un.

Enfin, sur le plan personnel, si vous voulez vous protéger financièrement, soyez proactif et obtenez une convention prénuptiale ou une entente de cohabitation si vous vous mariez ou emménagez avec quelqu'un. C'est un document qui, si vous n'en avez jamais besoin, est tout à votre avantage. Et si vous devez l'utiliser un jour, vous pourrez me remercier pour ce conseil.

Dans le prochain numéro, nous examinerons les documents d'entreprise. **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.

L'INDÉPENDANCE CHEZ OPTO-RÉSEAU

DANS LES YEUX DE D^{RE} ANABELLE LECLERC, OPTOMÉTRISTE

Anabelle, il y a 7 ans, vous avez repris les rênes de la clinique d'optométrie fondée par votre mère en 1983.
Pourquoi avez-vous choisi que la clinique demeure indépendante ?

Le commerce indépendant est crucial, surtout en optométrie. Il permet un accès direct à des professionnels qui adaptent leurs pratiques aux besoins locaux plutôt que de suivre des normes imposées par de grandes structures. L'optométrie indépendante permet aussi d'offrir une variété de produits – responsables, écologiques, haut de gamme, ou artisanaux – afin que chaque patient trouve son compte. En étant proche de sa clientèle, une clinique indépendante s'intègre nécessairement dans sa communauté. Elle comprend la réalité, identifie les besoins et y investit du temps et de l'argent. On parle énormément de l'importance des commerces locaux. Pourquoi ? Car c'est l'approche la plus saine pour notre planète, pour notre économie et pour notre communauté.

En ce sens, quel aspect du soutien d'Opto-Réseau est le plus précieux pour vous ?

Tous ! En tant qu'indépendants, nos ressources sont limitées. L'accès à des professionnels spécialisés par exemple en ressources humaines est pratiquement impossible ou onéreux. De pouvoir avoir accès à autant de savoir si rapidement est très précieux au quotidien. En gérant plusieurs aspects plus généraux comme créer un système informatique ou la gestion des états de compte, le travail qu'Opto-Réseau fait pour nous nous permet de mieux nous concentrer



DRE ANABELLE LECLERC, OPTOMÉTRISTE ET PROPRIÉTAIRE DE VISION LINE BARNABÉ (ROSEMONT).

« LE TRAVAIL QU'OPTO-RÉSEAU FAIT POUR NOUS NOUS PERMET DE MIEUX NOUS CONCENTRER SUR CE QUI NOUS IMPORTE VRAIMENT. »

sur ce qui nous importe vraiment soit l'évolution de notre clinique, nos employés, nos patients.

Finalement, chez Opto-Réseau, notre devise est « On vous voit comme personne », qu'est-ce que cela signifie concrètement pour vous ?

C'est une belle et forte devise applicable dans toutes les strates de notre métier. Auprès des patients, cela veut dire que nous les voyons chacun dans

leur individualité, que nous prenons le temps d'évaluer leurs besoins personnels et que nous sommes capables de nous adapter à toutes les clientèles. Pour la bannière envers ses membres, cela signifie que chaque clinique possède sa propre identité, ses propres objectifs et défis, et que le siège social considère les besoins spécifiques de chacun. Pour les propriétaires envers leurs équipes, cela montre un environnement de travail humain, où chaque employé voit son plein potentiel exploité.

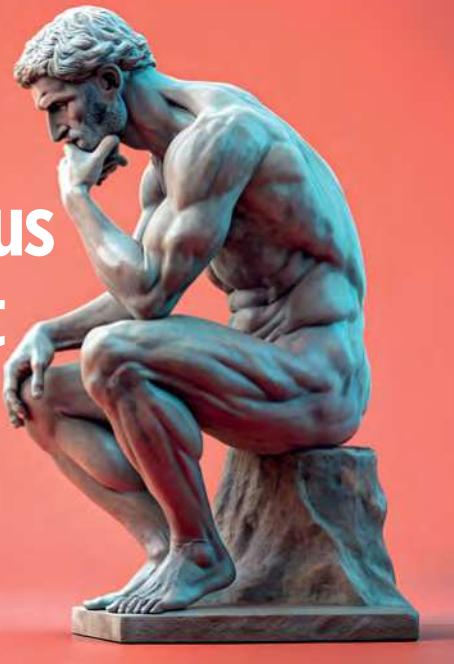
Envie de discuter ? Communiquez avec Annie Boucher:
aboucher@opto-reseau.com c: 514 831-9592

OPTO RÉSEAU

Réfléchissez plus intelligemment

Libérez le pouvoir de l'esprit critique : Un guide pour les gestionnaires

PAR NANCY DEWALD



Beaucoup de clients que je rencontre sont frustrés par le manque de compétences en esprit critique chez leurs employés.

Cela se manifeste de plusieurs façons – quelques exemples incluent une incapacité à résoudre des problèmes, une dépendance excessive aux instructions, une mauvaise prise de décision et des erreurs fréquentes.

« Lorsque les employés ont de solides compétences en esprit critique, les gestionnaires et les propriétaires peuvent être plus détachés ».

L'esprit critique est une compétence qui nous aide à analyser l'information de manière objective, à prendre des décisions éclairées et à résoudre des problèmes.

C'est important parce que, lorsque les employés ont de solides compétences en esprit critique, les gestionnaires et propriétaires peuvent se permettre d'être plus détachés.

La grande question : peut-on développer cette compétence ? Je crois que oui.

Gardez en tête qu'apprendre une nouvelle compétence ne se fait pas du jour au lendemain, mais le temps et l'effort investis aujourd'hui porteront leurs fruits à long terme.

Je recommande toujours que pour toute formation, vous communiquez vos intentions. Cela pourrait ressembler à : « Mon objectif est de continuer à soutenir votre développement. Améliorer vos compétences en esprit critique vous aidera à devenir un employé plus autonome ».

Idées de formation pour soutenir le développement de l'esprit critique

Modéliser l'esprit critique

- Soyez un modèle en démontrant un esprit critique dans votre processus de prise de décision.
- Partagez votre raisonnement lorsque vous résolvez des problèmes complexes ou évaluez des options.
- Collaborez sur des projets pour observer et évaluer l'esprit critique avant de déléguer des tâches.

Faire Pratiquer l'Esprit Critique aux Employés

- Présentez aux employés des scénarios réels ou des études de cas et demandez-leur de proposer des solutions.
- Apprenez-leur à décomposer les problèmes en parties plus petites et gérables pour découvrir la cause principale.
- Encouragez l'utilisation de données et de preuves pour soutenir leurs conclusions, plutôt que de se fier aux suppositions.

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

Fournir des Questions Clés pour Chaque Scénario

Par exemple :

- Quel est exactement le problème ou le défi auquel nous faisons face ?
- Quels sont les meilleurs et les pires scénarios ?
- Comment cette décision affecte-t-elle les autres ?
- Qui pourrait avoir un point de vue différent que nous devrions considérer ?
- Que se passe-t-il si nous ne faisons rien ?
- Où pouvons-nous obtenir des informations supplémentaires pour guider notre décision ?
- Quels défis pourrions-nous rencontrer ?

Utiliser des Pratiques de Réflexion

- Encouragez les employés à évaluer leur propre performance, à identifier les domaines à améliorer et à célébrer leurs réussites.
- Planifiez des réunions régulières d'équipe pour revoir les résultats des projets, en discutant de ce qui a fonctionné et de ce qui n'a pas fonctionné.
- Soutenez une mentalité de croissance en présentant les erreurs comme des occasions d'apprentissage plutôt que comme des échecs.

Améliorer les compétences en esprit critique réduira non seulement la frustration, mais contribuera à une organisation plus résiliente, agile et innovante, mieux équipée pour prospérer dans un environnement commercial en constante évolution.

Gardez en tête que l'apprentissage de toute nouvelle compétence ne se fait pas du jour au lendemain, mais le temps et les efforts investis aujourd'hui porteront fruit à long terme.

Le jour où vous plantez la graine, vous ne mangez pas encore le fruit... Faites confiance au processus. **PO**

Imaginez l'invisible

Techniques d'imagerie avancées qui révolutionnent la détection des maladies oculaires

PAR ROBERT DALTON

En tant qu'opticiens, nous sommes en première ligne des soins oculaires et avons été témoins des avancées remarquables de la technologie de diagnostic. L'une des évolutions les plus passionnantes est l'essor des techniques d'imagerie avancées, qui révolutionnent la détection et la gestion des maladies oculaires. Ces outils nous offrent une vue sans précédent des structures complexes de l'œil, permettant un diagnostic plus précoce, des plans de traitement plus personnalisés et, finalement, de meilleurs résultats pour nos patients. Cet article explore certaines de ces technologies révolutionnaires et leur impact sur les soins oculaires.

L'époque où notre compréhension de la santé oculaire reposait uniquement sur l'observation à l'œil nu ou à l'aide d'un ophtalmoscope traditionnel est révolue. Aujourd'hui, nous avons accès à des techniques d'imagerie sophistiquées qui nous permettent de voir sous la surface et d'examiner les couches microscopiques de la rétine, du nerf optique et d'autres structures essentielles. Cette évolution marque le début d'une nouvelle ère de précision en soins visuels.

Parmi les technologies les plus transformatrices, on retrouve la tomographie par cohérence optique (OCT). L'OCT peut être comparée à une « échographie optique » de l'œil. Elle utilise des ondes lumineuses pour produire des images en coupe transversale à haute résolution des différentes couches rétiennes, révélant leur structure avec une précision impressionnante. L'OCT



est un outil essentiel pour le diagnostic et la gestion de nombreuses affections, notamment la dégénérescence maculaire, le glaucome, la rétinopathie diabétique et d'autres maladies rétiennes. Elle permet de détecter des changements subtils qui pourraient passer inaperçus avec des méthodes traditionnelles, facilitant ainsi une intervention plus rapide et, potentiellement, la prévention de la perte de vision.

Au-delà de l'OCT, d'autres techniques d'imagerie rétinienne avancées jouent également un rôle clé. La photographie du fond d'œil capture des images détaillées de la rétine et du nerf optique, fournissant un précieux suivi de leur évolution au fil du temps.

L'angiographie à la fluorescéine consiste à injecter un colorant dans la circulation sanguine, puis à prendre des images à mesure qu'il traverse les vaisseaux rétiens. Cette technique nous aide à visualiser le flux sanguin et à identifier les anomalies de la vascularisation rétinienne, ce qui est particulièrement utile pour la prise en charge de la rétinopathie diabétique et d'autres maladies vasculaires. L'angiographie à l'indocyanine verte (ICG) est similaire, mais utilise un colorant différent pour visualiser des structures plus profondes dans la choroïde, la couche sous la rétine. Cela aide à diagnostiquer et à traiter certaines maladies maculaires et d'autres conditions.

De plus, les progrès des optiques adaptatives repoussent davantage les limites de l'imagerie rétinienne. Cette technologie corrige les distorsions causées par

les imperfections naturelles de l'œil, nous permettant d'obtenir des images incroyablement nettes des cellules individuelles de la rétine. Bien que principalement utilisée comme outil de recherche, l'optique adaptative offre un potentiel immense pour comprendre et traiter les maladies rétiennes au niveau cellulaire.

L'impact de ces techniques d'imagerie avancées sur les soins aux patients est considérable. Des diagnostics plus précoces et plus précis signifient que le traitement peut être administré plus tôt, ralentissant potentiellement ou arrêtant la progression des maladies oculaires. Ces technologies nous permettent également de personnaliser les plans de traitement en fonction des besoins individuels des patients et de surveiller plus efficacement leur réponse au traitement. Par exemple, l'OCT peut aider à déterminer le traitement le plus approprié pour la dégénérescence maculaire et à suivre son efficacité au fil du temps.

En tant qu'opticiens, il est essentiel que nous restions informés de ces avancées de technologie d'imagerie. Comprendre les capacités et les limitations de chaque technique nous permet de prendre des décisions éclairées sur les tests les plus appropriés pour nos patients. Cela nous permet également de communiquer efficacement avec les patients sur leurs conditions et leurs options de traitement. La formation continue et le développement professionnel sont essentiels pour maintenir à jour nos compétences et nos connaissances dans ce domaine en constante évolution.

L'avenir des soins oculaires est prometteur, grâce à l'innovation continue de la technologie d'imagerie. Ces progrès ne sont pas uniquement des outils ; ce sont des alliés puissants dans notre mission de protéger et de préserver la vision. En adoptant ces technologies et en les intégrant dans notre pratique, nous pouvons offrir à nos patients des soins de la plus haute qualité et les aider à maintenir une vision claire pendant plusieurs années à venir. **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.

Cliquez. Connectez-vous. Convertissez.

Maximisez l'engagement de votre pratique sur les réseaux sociaux.

PAR JEFF SHERMACK



L'engagement est l'un des indicateurs les plus importants du succès en marketing sur les réseaux sociaux. Il a un impact direct sur la façon dont vous pouvez faire croître votre audience et sur combien de vos membres vous pouvez convertir en patients réguliers.

Développer l'engagement consiste à favoriser les connexions. Avoir des comptes sur les réseaux sociaux, et publier de temps en temps ne suffit pas. Pour montrer que vous comprenez votre public, réfléchissez de façon stratégique à la manière dont vous voulez l'atteindre et encourager l'interaction.

Connaître votre public

Comprendre votre public signifie le voir comme plus que de simples patients potentiels. Vous devez savoir à quoi ressemble leur vie, ce qu'ils valorisent et ce qu'ils veulent — pas uniquement en termes de santé oculaire et de vision.

Pensez à l'endroit où vous êtes situé et aux types de personnes qui fréquentent votre pratique — ou celles que vous souhaitez attirer. Les familles ont-elles besoin d'informations sur la santé oculaire des enfants ? Les personnes qui travaillent dans un bureau ou les étudiants ont-ils besoin de conseils sur la fatigue oculaire et la sécheresse oculaire ? Considérez les enjeux locaux qui peuvent les affecter et ajustez votre message en fonction de leurs besoins.

Créez un plan de publication

Un bon plan d'action pour une présence sur réseaux sociaux comprend deux

parties essentielles : un calendrier pour créer du contenu et un calendrier pour publier du contenu.

Lorsque vous créez du contenu, gardez votre public et ses préférences à l'esprit. De plus, tenez compte du type de contenu que vous avez réellement le temps de produire.

Les graphiques et vidéos personnalisés sont très engageants, mais ils demandent du temps. Si vous manquez de temps, concentrez-vous sur la rédaction de légendes à la fois informatives et divertissantes.

Lors de la planification du contenu, la cohérence est essentielle. Publier fréquemment est mieux que publier de façon irrégulière, mais un calendrier régulier est plus efficace que des pics de contenu suivis de silence. Même quelques publications par semaine peuvent avoir plus d'impact que des publications sporadiques.

Le moment opportun compte aussi. Le meilleur moment pour publier est lorsque votre public est déjà actif en ligne. Pour la plupart des gens, cela signifie publier autour de l'heure du lunch ou en soirée, quand ils ont plus de temps libre.

Interagissez avec vos réseaux sociaux

Le marketing sur les réseaux sociaux ne consiste pas uniquement à publier, il s'agit aussi d'interagir avec votre public.

Si vous voulez favoriser une communauté engagée, vous devez être un membre actif de cette communauté.

Cela signifie répondre aux commentaires, envoyer des messages, aimer d'autres publications et interagir avec les gens.

Il est particulièrement important de répondre aux commentaires et de participer aux discussions sur vos propres publications. S'adresser directement à votre public montre que vous vous souciez de lui et que vous valorisez son engagement.

Créez du contenu qui encourage l'engagement

Les publications qui posent une question génèrent naturellement des réponses. Cela renforce les liens avec les abonnés engagés et encourage les autres à participer.

Le contenu engageant peut inclure des sondages, des enquêtes et des légendes qui posent des questions ouvertes. Les concours et les tirages au sort peuvent aussi être efficaces — assurez-vous simplement qu'ils respectent les règlements locaux.

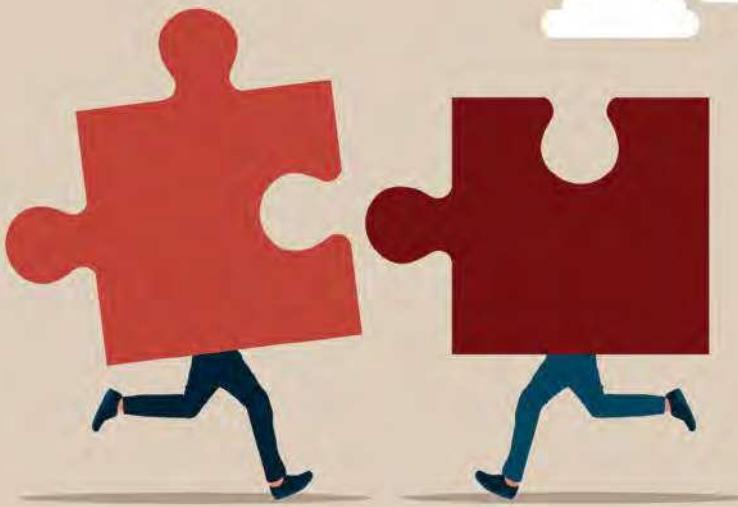
N'hésitez pas à demander des réponses à votre public. Certaines des publications les plus engageantes invitent simplement les gens à partager leurs opinions ou expériences dans les commentaires.

Envisagez de travailler avec un stratège des réseaux sociaux

Si la gestion des réseaux sociaux vous semble accablante, vous n'êtes pas seul. Cela demande du temps et des efforts, mais de l'aide est disponible.

Un plan d'action pour la gestion des réseaux sociaux bien exécuté consiste à répondre aux besoins de votre public tout en maintenant de solides relations avec vos patients. Travailler avec un stratège des réseaux sociaux dédié peut vous aider à gérer votre présence en ligne efficacement sans prendre de temps précieux sur les interactions en personne avec vos patients. **PO**

Jeff Shermack est un stratège en contenu, un rédacteur et un éditeur qui aime aider les professionnels des soins oculaires et les propriétaires d'entreprise à se connecter avec leur public à travers des histoires sur les services, produits et soins qu'ils offrent. Vous pouvez rejoindre Jeff à l'adresse marketing4ecps.com.



DEMANDEZ À UN EXPERT

Des conseils avisés et des astuces pratiques pour relever les défis de l'optométrie actuelle.

PAR LE DR ROB KLOEPFER

Dr Rob comment est-ce qu'un optométriste peut renforcer la communication pour améliorer les soins aux patients ?

La communication efficace entre les optométristes et les opticiens garantit des résultats optimaux pour les patients. Bien que les optométristes puissent avoir l'impression d'avoir bien expliqué les produits et les solutions nécessaires pour améliorer la vision d'un patient, un écart peut se produire lorsque le patient quitte le magasin d'optique sans faire d'achat. D'autre part, les opticiens peuvent ressentir qu'ils n'ont pas été bien préparés pour réussir s'ils n'ont pas reçu le contexte nécessaire ou la confiance durant le passage du patient. Combler cet écart est essentiel pour offrir une expérience fluide au patient et favoriser la collaboration entre les deux rôles.

Voici cinq stratégies concrètes pour améliorer la communication et les soins aux patients :

1 Respect et Confiance Mutuels

Un partenariat solide commence par le respect mutuel. Les optométristes doivent faire confiance à l'expertise des opticiens et transmettre cette confiance lorsqu'ils les présentent aux patients. Ce « transfert de confiance »

commence par l'introduction de l'opticien par son nom et l'affirmation de son rôle dans l'offre de solutions personnalisées. De même, les opticiens doivent respecter les connaissances cliniques de l'optométriste et collaborer avec lui pour s'assurer que les besoins du patient sont bien satisfaits. Ce respect mutuel établit une base pour que le patient fasse confiance aux recommandations des deux professionnels.

2 S'aligner sur les Besoins du Patient

Les patients, optométristes et opticiens doivent tous avoir une compréhension claire des besoins oculaires du patient avant que celui-ci ne s'assoit avec l'opticien. Les optométristes doivent fournir des détails précis sur les produits ou traitements recommandés durant le transfert, en s'assurant que l'opticien est pleinement informé. La cohérence dans la communication garantit que les patients reçoivent des conseils cohérents, ce qui augmente la probabilité qu'ils suivent les recommandations.

3 Adoptez les Retours Constructifs

Créer une culture où les retours constructifs sont les bienvenus favorise la croissance des deux côtés. Au lieu de poser des questions fermées comme « Le transfert s'est-il bien passé ? », posez des questions ouvertes

comme « Qu'est-ce que je pourrais améliorer ? ». Encouragez une boucle de rétroaction qui permet aux membres de l'équipe de partager leurs idées sans crainte de jugement. Dans certaines pratiques, la mise en place de sondages anonymes trimestriels ou annuels peut aider à faire émerger des suggestions précieuses. Rappelez-vous, les retours sont une occasion de croissance, pas une simple critique.

4 Partagez des Astuces Cliniques

Chaque membre de l'équipe apporte des forces uniques à la communication avec les patients. Si un collègue réussit régulièrement à amener les patients à suivre ses recommandations pour des produits ou services spécifiques, profitez de l'occasion pour en tirer des astuces. Prévoyez du temps lors des réunions d'équipe pour partager des stratégies et des astuces cliniques. L'apprentissage collaboratif aide toute l'équipe à s'améliorer et garantit que les patients reçoivent un service de qualité supérieure.

5 Engagez-vous dans un Apprentissage Autonome

Peu importe le niveau d'expertise d'un professionnel, il y a toujours place à l'amélioration. Les optométristes et les opticiens doivent être motivés à perfectionner continuellement leurs compétences en communication. Assister à des ateliers, participer à des webinaires ou simplement consacrer du temps à l'auto-réflexion peut faire une différence significative.

Une communication efficace entre les optométristes et les opticiens est la base d'une pratique réussie. Par exemple, des sessions de formation conjointes, des jeux de rôle ou la co-création de protocoles de communication peuvent aider à améliorer le processus de transfert. En travaillant ensemble pour créer une approche unifiée, l'équipe garantit un flux fluide de la salle d'examen du magasin, ce qui conduit à de meilleurs résultats et à une plus grande satisfaction des patients. **PO**

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

BÉLIER



21 MARS - 19 AVRIL

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.

Audacieux, dynamique et plein d'énergie, le Bélier s'épanouit dans l'excitation et l'individualité. Vous ne craignez pas d'attirer l'attention, alors optez pour des lunettes qui reflètent votre personnalité flamboyante. Les montures avec des lignes nettes et angulaires ou des formes surdimensionnées compléteront votre nature affirmée. Choisissez des couleurs vibrantes comme le rouge, l'orange ou le bleu électrique pour assortir votre esprit confiant et aventureux. Que ce soit une monture qui attire le regard ou quelque chose de plus élégant et moderne, vos lunettes doivent correspondre à votre énergie inépuisable et votre amour pour l'aventure. Bélier, vous regardez toujours vers l'avenir, alors choisissez des lunettes qui vous offrent de la clarté tout en vous distinguant dans chaque pièce que vous pénétrez. Vos lunettes ne doivent jamais être un accessoire secondaire — elles sont aussi audacieuses que vous.

Des célèbres Béliers comme Lady Gaga, Robert Downey Jr. et Sarah Jessica Parker adoptent tous des styles audacieux, prouvant que la confiance en soi et des lunettes remarquables vont de pair. **PO**



Gebo par MODO



Zara par Kirk & Kirk



Hess par Ophy



VE3362U par Versace



Nova par Spectaful

Le Boom à Orlando

La Vision Expo East prend une décision audacieuse en déménageant à Orlando

PAR NICK SAMSON

Le tout premier Vision Expo East à Orlando, en Floride, du 19 au 22 février 2025, a été un mouvement audacieux mais stratégique—et de mon point de vue, cela a porté ses fruits. L'événement a attiré une participation renforcée de professionnels basés en Floride et des participants en provenance de 105 pays, avec une croissance notable des marchés internationaux clés tels que l'Amérique latine et Porto Rico.

Un des aspects marquants pour moi a été l'afflux de nouveaux visiteurs, qui représentaient 44 % du total des participants. La majorité des nouveaux venus provenaient de Floride, New York, Californie, Texas et New Jersey, renforçant l'attrait régional et national de l'événement.

Comme toujours, Vision Expo—tant Est que Ouest—reste la principale plate-forme en Amérique du Nord pour les marques qui souhaitent mettre en avant les dernières nouveautés en design de montures, d'innovations des laboratoires indépendants et de dispositifs médicaux. L'édition d'Orlando a su répondre à cette réputation, avec plus de 400 marques de soins oculaires et de lunettes réputées.

D'un point de vue personnel, j'ai trouvé que l'agencement du salon, avec ses allées plus larges, était un changement bienvenu, offrant une expérience plus ouverte et fluide pour se déplacer. Le rebranding et la signalisation étaient audacieux, contemporains et parfaitement alignés. Bien que certains participants ont noté un trafic globalement plus faible, j'ai apprécié la possibilité d'entretenir des conversations d'affaires pertinentes plutôt que de simplement parcourir les présentations de produits.

Fraîchement revenu du MIDO en Italie uniquement neuf jours plus tôt, j'étais particulièrement ravi de découvrir le



pavillon italien de Vision Expo, sponsorisé par l'ANFAO en partenariat avec l'Agence italienne du commerce extérieur (ITA). Le pavillon présentait 16 entreprises italiennes de lunettes, apportant l'excellence du design indépendant "Made in Italy" au salon—un moment fort pour moi.

Ajouts remarquables à Vision Expo Orlando

L'événement de cette année a introduit plusieurs nouveautés excitantes, notamment :

- Un pôle central pour les activations, les expériences, le développement de carrière et même l'analyse des montures et des couleurs.
- Un espace dédié aux laboratoires indépendants afin de se connecter directement avec les professionnels de la santé oculaire.
- Des zones de réseautage uniques comme le Conferee Café, le Zeiss German Beer Garden et la Pearle Vision Zone.

- Le Launch Pad, mettant en avant les technologies de pointe dans le domaine optique.

- Le Showcase OTC, où des produits en vente libre ont fait leur première apparition.

Et, mon préféré personnel—the Platinum Club Press Lounge. Cet espace exclusif pour les médias et la presse offrait un endroit confortable pour recharger les appareils, tenir des réunions et savourer un café ou un déjeuner. Tout simplement merveilleux.

Ajoutant une touche de célébrité, la conférencière principale et championne de tennis Venus Williams, ainsi que le pilote de l'équipe INDYCAR Team Penske et athlète Oakley Josef Newgarden, ont fait des apparitions spéciales, apportant encore plus d'énergie à l'événement.

Bien que Vision Expo East ait eu une vibe différente cette année, je crois que ça a été un succès. J'ai hâte de voir ce que 2026 nous réserve. **PO**



OPTOMETRY
giving **sight**

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

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

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

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

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

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

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



givingsight.org