

40^{ANNÉES} PRISME OPTIQUE

Juillet 2023 | Vol. 41 | No. 7

VOUS TROUVEREZ UNE PAIRE
DE VERRES *TRANSITIONS*[®]
POUR TOUS VOS PATIENTS.

Transitions[™]
Signature[®] GEN8[™]

Transitions and Transitions Signature are registered trademarks and the Transitions logo is a trademark of Transitions Optical, Inc., used under license by Transitions Optical Ltd. GEN 8 is a trademark of Transition Optical Limited. ©2022 Transitions Optical Limited. Photochromic performance is influenced by temperature, UV exposure and lens material.

NOUS AVONS DES VERRES *TRANSITIONS*® POUR TOUS VOS PATIENTS!

Transitions
Signature® GEN 8™

LES MEILLEURS VERRES
PHOTOCHROMIQUES GLOBALEMENT¹.

Transitions® Signature® GEN 8™
Choisissez votre style:



Gris



Saphir



Émeraude



Brun



Améthyste



Vert Graphite



Ambre

Montures par CAROLINE ABRAM PARIS®
Verres *Transitions*® Signature® GEN 8™ Améthyste

Transitions
XTRACTIVE®
NEW GENERATION

LE MEILLEUR POUR LES PERSONNES TRÈS
SENSIBLES À LA LUMIÈRE OU FRÉQUEMMENT
EXPOSÉES À UNE LUMIÈRE VIVE.

Transitions® XTRACTIVE® new generation
Choisissez votre style:



Gris



Brun



Vert Graphite

Boostez votre style encore plus avec les verres Style Mirrors:



Style Mirrors Argent



Style Mirrors Bleu Violet



Style Mirrors Or Flash



Style Mirrors Bleu Vert



Style Mirrors Cuivre

Montures par ici berlin® — Verres *Transitions*® XTRACTIVE® new generation Brun

Transitions
XTRACTIVE®
POLARIZED™

LE MEILLEUR POUR LES PERSONNES
FRÉQUEMMENT EXPOSÉES À UNE LUMIÈRE
VIVE ET À DES REFLETS ÉBLOUISSANTS.

Transitions® XTRACTIVE® Polarized™
Offert en:



Gris



Les verres *Transitions*® XTRACTIVE® Polarized™, la toute dernière innovation *Transitions* ont été récompensés, en 2021, d'un « Silmo d'Or » dans la catégorie « Vision » lors du Salon « Le Silmo » de Paris.

Montures par TALLA® — Verres *Transitions*® XTRACTIVE® Polarized™ Gris

LES VERRES À LA FINE POINTE DE LA TECHNOLOGIE POUR PASSER DE L'ÉCRAN AU PLEIN SOLEIL.

Transitions® offre à tous les porteurs de verres de lunettes une protection permanente contre les variations de luminosité, tant à l'intérieur qu'à l'extérieur.

Pour recevoir la brochure destinée aux consommateurs, veuillez communiquer avec nous à Cscanada@Transitions.com ou visiter Transitions.com/fr-canadapro.

Transitions
Verres
Lumino-
Intelligents

(1) Basé sur l'obtention du score composite pondéré le plus élevé parmi les principaux verres photochromiques de tous les jours à travers les mesures des principaux attributs de performance photochromique pondérés par leur importance relative pour les consommateurs.

Transitions, *Transitions Signature*, et *XTRACTIVE* sont des marques déposées et le logo *Transitions*, *Transitions verres Lumino-intelligents*, *XTRACTIVE Polarized*, la *Lumière Sous Contrôle* et *GEN 8* sont des marques commerciales de *Transitions Optical Inc.* utilisées sous licence par *Transitions Optical Ltée.* ©2022 *Transitions Optical Ltée.* Les performances photochromiques sont influencées par la température, l'exposition UV et le matériau de fabrication du verre.

5 CHOSES À
SAVOIR SUR LA
GÉNÉRATION Z

Examen de la vue

Le test dont chaque enfant
a besoin pour être au mieux
de sa forme en classe

**VERRES POUR
LA MYOPIE**

Une nouvelle
technologie se
joint à la lutte

JOUER AUX ADULTES

Des montures pour enfants avec
une sophistication d'adulte

PLANIFIEZ MAINTENANT !

Faites de la rentrée scolaire une
réussite en planifiant à l'avance

POUR ENFANT

Des lunettes adaptées à
chaque enfant

COOL *pour* L'ÉCOLE

Des montures et des verres conçus pour placer les enfants en tête de classe

LOREM IPSUM

LACOSTE





ÉDITORIAUX

14 LES LUNETTES POUR LA RENTRÉE
Il n'a jamais été aussi facile de trouver les bonnes lunettes pour chaque enfant
Par David Goldberg

20 STYLISER LES YEUX
Jouer aux adultes
Par Suzanne Lacorte

CHRONIQUES

18 TECHNO DES VERRES
Une nouvelle technologie pour lutter contre la myopie
Par David Goldberg

25 PROCHAINE GÉNÉRATION
Dr Alexis Keeling
Par Nick Krewen



prismeoptique.ca

26 L'HISTOIRE D'UN SUCCÈS
L'opticienne Jessie Strype
Par Amanpreet Dhami

28 PERSPECTIVE
Une vision intelligente
Par le Dr. Harry Bohnsack

29 DANS LE CADRE
Zone sportive
Par Suzanne Lacorte

30 RÉVÉLATION
Faire de la rentrée scolaire une réussite
Par Nancy Dewald

32 PERSPECTIVES MARKETING
5 choses à savoir sur la Génération Z
Par Keri Sculland



DÉPARTEMENTS

- 4 CALENDRIER
- 6 LETTRE DE L'ÉDITRICE
- 8 REGARD ACTUEL
- 24 À HAUTEUR DES YEUX
- 34 DERNIER COUP D'ŒIL

PROCHAIN NUMÉRO

- L'expérience client
- Satisfaire les patients et les clients

RÉDACTRICE
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

ÉDITRICE EN CHEF
Janet Lees
janet.lees@opticalprism.ca

ÉDITEUR ADJOINT
David Goldberg
dgoldberg@opticalprism.ca

DIRECTRICE DE LA CRÉATION
Suzanne Lacorte
slacorte@opticalprism.ca

DIRECTRICE ARTISTIQUE
Cathryn Haynes
cat.haynes@opticalprism.ca

RESPONSABLE DU CONTENU NUMÉRIQUE
Samantha Budd
sbudd@opticalprism.ca

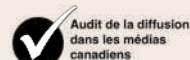
CONTRIBUTEURS
Dr. Harry Bohnsack, Cole Currie,
Nancy Dewald, Amanpreet Dhami,
David Goldberg

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

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

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

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



Número 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

PROCHAINS ÉVÉNEMENTS

JUILLET 2023

5 - 8 juillet
38e Congrès de l'ACO
Québec, QC
congress@opto.ca

SEPTEMBRE 2023

8-10 septembre
4e Congrès Mondial d'Optométrie
Melbourne, AUS
Worldcouncilofoptometry.info

11 et 13 septembre
Connecter Terre-Neuve
et Labrador
Corner Brook et St. John's, NL
opticians.ca/site/oac_calendar

27-30 septembre
Vision Expo Ouest
Las Vegas, États-Unis
west.visionexpo.com

28-30 septembre
NBAO 2023 Formation continue,
salon professionnel et AGA
Moncton, NB

29 septembre - 2 octobre
SILMO Paris
Paris, France
event.silmoparis.com/2023

OCTOBRE 2023

28-29 octobre 2023
Conférence de la NSAO et
exposition sur la vision
Halifax, NS
nsaoconference.ca

NOVEMBRE 2023

12 novembre
Salon professionnel
d'automne d'Optifair Canada
Vaughan, ON
aoece.com/optifair-trade-show

Pour en savoir plus sur ces événements et sur d'autres événements à venir,
visitez : prismeoptique.ca/evenements

PRISME OPTIQUE

Annonces **GRATUITES** en
libre-service en ligne

Opportunités de carrière et de pratique,
services et équipements.

Atteignez des milliers de visiteurs chaque mois

Publier maintenant sur **opticalprism.ca**



C'est le *Retour à l'école*,
conduisez-les vers la réussite!



800 363.6704
514 278.5787



Superflex®

k i d s

Fabriquée pour le confort et le plaisir!



Modèles Présentés : SFK-288 | SFK-284

WestGroup | www.westgroupe.com

1-800-361-6220



L'une des raisons pour lesquelles j'aime être éditrice est que j'apprends énormément de chaque article que j'édite. En éditant ce numéro, j'ai beaucoup appris sur les lunettes de la rentrée et sur la santé oculaire des enfants.

Voici quelques-unes des informations clés qui m'ont sauté aux yeux :

- Les enfants qui passent une heure de plus en plein air diminuent de 15 % leur risque de myopie.
- Au Canada, un enfant sur quatre a besoin d'une correction de la vue, et dans les communautés éloignées, ce chiffre est beaucoup plus élevé.
- 80 % de l'apprentissage est visuel, et les problèmes de vision non traités peuvent ralentir le développement des enfants et les frustrer dans leur apprentissage.
- À l'âge de 13 ans, les traits du visage des enfants ressemblent à ceux des adultes, mais la grandeur de la tête continue d'augmenter jusqu'à ce qu'ils atteignent l'âge adulte.
- Les membres les plus âgés de la Génération Z auront 24 ans cette année - un âge où beaucoup d'entre eux sont indépendants et prennent des décisions pour leurs soins oculaires et leurs lunettes - il est donc essentiel de s'adresser à eux.

40 ANNÉES

AU SERVICE DES
PROFESSIONNELS
DE LA VUE CANADIENS
DEPUIS PLUS DE
QUARANTE ANS

Ce n'est là qu'un avant-goût des moments forts que vous trouverez dans ce numéro de *Prisme Optique*. Dans notre article principal, le rédacteur en chef adjoint David Goldberg explique pourquoi il n'a jamais été aussi facile de trouver la bonne monture pour un enfant, comment un bon ajustement fait toute la différence et comment les progrès réalisés dans la structure et la durabilité des montures permettent aux enfants d'être des enfants tout en portant leurs lunettes.

David a également rédigé un excellent article sur les nouvelles technologies de SightGlass Vision et de HOYA Vision Care Canada dans la lutte contre la myopie.

Dans notre rubrique Révélation, Nancy Dewald offre des conseils de planification pour assurer le succès des ventes de la rentrée scolaire. Dans Perspectives Marketing, Keri Sculland explique pourquoi la Génération Z est un groupe démographique important pour votre cabinet, et ce que vous devez savoir pour faire du marketing auprès de cette cohorte montante. Et dans notre rubrique Perspective, le Dr Harry Bohnsack, président de l'ACO, explique comment les professionnels de la vue peuvent préparer les enfants à réussir à l'école en s'assurant que les problèmes de vision ne constituent pas un obstacle à leur apprentissage.

Bien sûr, tout cela n'a pas d'importance si les enfants ne portent pas leurs lunettes, alors nous vous couvrons là aussi, avec de nombreuses montures pour enfants cool, amusantes et sophistiquées qui seront certainement portées avec style et fierté même par les plus petits élèves.

Nous vous souhaitons une rentrée scolaire bien informée, bien planifiée et réussie pour tous !

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

Eyezen®

Essilor®

N°1 marque de verres

la plus recommandée par
les professionnels de la vue
dans le monde*

Les temps changent. Pourquoi pas vos verres ?

Les verres Eyezen®+ d'Essilor® relaxent et protègent les yeux pour garder le rythme dans un monde connecté.



essilor



REGARD *Actuel*

J.F. REY KIDS

La collection J.F. Rey Kids est conçue pour les enfants et les adolescents âgés de 4 à 16 ans. Elle présente des formes, des styles et des couleurs uniques qui s'adaptent à la personnalité et aux préférences de chaque enfant à différentes étapes de sa vie. Toutes les montures offrent un ajustement personnalisable et des charnières Flex pour plus de confort et de soutien.

Pour plus d'informations, contactez votre représentant J.F. Rey ou visitez : jfrey.fr



TTTL par
OGI Kids



Grey Duck par
OGI Kids



YOLO par
OGI Kids



Bonbon par
J.F. Rey Kids



Flash par
J.F. Rey Kids



Biscuit par
J.F. Rey Kids



Mushroom par
J.F. Rey Kids

OGI KIDS

Nouveau chez OGI Kids, le modèle rectangulaire TTYL est infusé de lignes de couleurs amusantes et de combinaisons uniques d'écaille. Le profil plus fin de YOLO, en forme d'amande arrondie, mélange des couleurs d'écailles sur le devant avec des couleurs d'acétate vibrantes sur les branches. Grey Duck présente des couleurs de branches sportives et des bandes de course, avec une charnière OBE flex uno à ressort.

Pour plus d'informations, contactez votre représentant OGI Kids ou visitez : ogiewear.com

SUPERFLEX KIDS

La nouvelle collection Superflex Kids Back to School comprend des formes, des couleurs et des motifs passionnants, prêts à être portés par les enfants de 6 à 12 ans. La collection propose 10 ensembles de modèles adaptés aux enfants - cinq pour les garçons et cinq pour les filles - en acier inoxydable et en acétate, chaque modèle étant disponible en trois coloris et deux grandeurs.

Pour plus d'informations, contactez votre représentant WestGroupe ou visitez : westgroupe.com



SFK285 par
WestGroupe



SFK287 par
WestGroupe



SFK288 par
WestGroupe



SFK280 par
WestGroupe



TURBOFLEX KIDS

Pour les enfants qui bougent, la technologie de charnière à 360 degrés de TurboFlex offre flexibilité et durabilité dans des couleurs, des formes et des styles amusants pour les garçons et les filles. La charnière pivotante se déplace dans toutes les directions pour un confort et une durabilité ultimes.

Pour plus d'informations, contactez votre représentant Aspex Eyewear ou visitez : aspexeyewear.com

TK1234
par Aspex
Eyewear



SFK280 par
WestGroupe



db4k React par Europa Eyewear



Lilliana par Europa Eyewear

DB4K

Les montures REACT de DB4K, écologiques, durables et flexibles, peuvent être chauffées pour l'insertion et l'ajustement des verres. La marque a également sorti de nouvelles montures des derniers gagnants de son concours Design Duel, dans le cadre duquel la société met les enfants au défi de concevoir leurs propres lunettes et donne aux créations gagnantes le nom des enfants qui les ont créées.

Pour plus d'informations, contactez votre représentant Europa Eyewear Canada ou visitez : europaeyewear.ca



Ruby par Europa Eyewear



Joslyn par Europa Eyewear



1348 par EssilorLuxottica



1349 par EssilorLuxottica

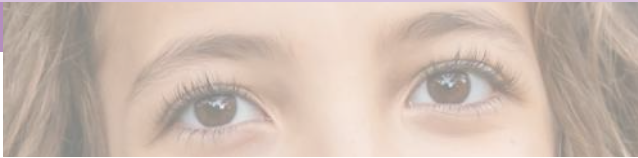
EMPORIO ARMANI

Le créateur Giorgio Armani a conçu une sélection spéciale de lunettes pour enfants en s'inspirant des Schtroumpfs, ces adorables personnages de dessins animés bleus qui sont aussi les ambassadeurs des Nations Unies et de leurs 17 objectifs de développement durable. Les lunettes de soleil Schtroumpfs pour filles et garçons sont fabriquées en fibre de nylon contenant 59 % de carbone biosourcé et en caoutchouc contenant 28 % de carbone biosourcé.

Pour plus d'informations, contactez votre représentant EssilorLuxottica ou visitez le site essilorluxottica.com



LUTTONS POUR LA SANTÉ VISUELLE



DES ENFANTS.



Prévenez la dégradation de leur vision pendant leur croissance.

MiSight^{MD} 1 day : la seule lentille cornéenne à double fonction qui **corrige la vision et contrôle la myopie**^{§1}.

Grâce à une intervention précoce, **vous avez le pouvoir** d'empêcher la dégradation de leur vision au moyen de la **seule et unique*** lentille cornéenne approuvée par la FDA[†] pour ralentir la progression de la myopie chez les enfants âgés de 8 à 12 ans au début du traitement^{§1}. MiSight^{MD}, pour l'amour de la vue.



CooperVision^{MD}

MiSight^{MD} 1 day
pour le port
quotidien

^{*}Seule lentille cornéenne souple approuvée par la FDA et conçue pour le contrôle de la myopie.

[†]**Indications d'utilisation aux É.-U.** : Les lentilles cornéennes souples (hydrophiles) destinées au port quotidien MiSight^{MD} 1 day (omafilcon A) sont recommandées pour la correction de l'amétropie myopique et le ralentissement de la progression de la myopie chez les enfants ayant des yeux sains qui, au début du traitement, sont âgés de 8 à 12 ans et souffrent d'une réfraction de -0,75 à 4,00 dioptries (équivalent sphérique) avec un astigmatisme de ≤ 0,75 dioptrie. Les lentilles doivent être jetées après chaque utilisation. **Indications d'utilisation au Canada** : Les lentilles cornéennes souples MiSight (omafilcon A) peuvent réduire le taux de progression de la myopie chez les enfants (6 à 18 ans) et corriger l'amétropie. Une réduction de la progression de la myopie a été observée chez des enfants qui portaient les lentilles pendant 12 heures (8 à 16 heures) par jour, 6,4 jours (5 à 7 jours) par semaine dans une étude clinique. Le contrôle permanent de la myopie après un arrêt du traitement par lentilles n'est pas appuyé par des études cliniques. Les lentilles cornéennes souples MiSight (omafilcon A) destinées au contrôle de la myopie sont recommandées pour un port à usage unique, quotidien et jetable. Lorsqu'elles sont prescrites pour un port quotidien jetable, les lentilles doivent être jetées après chaque utilisation.

[§]Comparativement à une lentille à usage unique sur une période de 3 ans.

1. Chamberlain P., et coll. A 3-year Randomized Clinical Trial of MiSight[®] Lenses for Myopia Control. Optom Vis Sci. 2019; volume 96, no 8, p. 556-567. ©2023 CooperVision SA09607



NANO VISTA

Indestructibles - c'est ainsi que Nano Vista décrit ses lunettes pour enfants. Ces montures audacieuses et élégantes peuvent être étirées et tordues, conçues pour être à l'épreuve des enfants, hypoallergéniques, ultra légères et très flexibles, avec des formes douces et incurvées qui améliorent leur résistance et leur confort.

Pour plus d'informations, contactez votre représentant commercial Alternative et le représentant commercial de Plan B Eyewear ou visitez le site : alternativeeyes.com



Sprite par
Alternative et
Plan B Eyewear



Fangame par
Alternative et
Plan B Eyewear



Pixel par
Alternative et
Plan B Eyewear



Flicker par Alternative et
Plan B Eyewear



CKJ23302
par Marchon



CKJ23303
par Marchon



CKJ23302
par Marchon

CALVIN KLEIN KIDS

Calvin Klein Jeans Eyewear présente quatre nouveaux styles optiques pour les adolescents. Ces interprétations jeunes des styles adultes tendances présentent des formes rondes et œil de chat, des détails de conception distinctifs et des coloris funs.

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

VERSACE

Dans la dernière collection pour enfants de Versace Eyewear, les couleurs vives sont associées à des symboles emblématiques et à des formes confortables pour une collection miniature inspirée du Rock 'n'Roll. Les modèles comprennent des formes pilotes et pathos en métal avec des ferrures Medusa Biggie, ainsi que deux modèles rectangulaires en acétate avec des détails de tête Medusa de couleur contrastée.

Pour plus d'informations, contactez votre représentant EssilorLuxottica ou visitez le site essilorluxottica.com.



VK1002 par
EssilorLuxottica



VK2002 par
EssilorLuxottica



VK3003U par
EssilorLuxottica



VK4002U par
EssilorLuxottica

Apprenez l'art d'une meilleure vision

NAIT est fier d'offrir une variété de programmes menant à des certifications en sciences optiques.

Faites progresser vos connaissances, vos compétences ou votre carrière dans ce domaine en pleine expansion.

Explorez les programmes en :

- ▶ **Lunetterie**
- ▶ **Lentilles cornéennes**

Pour en savoir plus, visitez opticians.ca

Courriel : education@opticians.ca



LES LUNETTES pour la RENTRÉE

Trouver les bonnes lunettes pour chaque enfant
n'a jamais été aussi facile

PAR DAVID GOLDBERG

C'est le moment idéal pour être un enfant qui a besoin de lunettes. Dans l'histoire de l'optométrie pédiatrique, il n'y a jamais eu autant de choix de couleurs, de motifs et de formes de montures. Les progrès réalisés dans la structure et la durabilité des montures permettent aux enfants d'être des enfants, sans se soucier de casser leurs lunettes ou de vider le compte en banque de papa et maman. Pourtant, même avec tous les grands choix disponibles aujourd'hui, certains jeunes patients qui entrent dans une clinique peuvent encore être réticents à l'idée d'essayer de nouvelles lunettes.

« Soyez enthousiaste et associez le port de lunettes à une expérience positive, comme le jeu ou le coloriage, afin de vous assurer que l'enfant est heureux de porter ses lunettes », conseille Olga Prenat,

responsable des affaires médicales et professionnelles, et de l'éducation aux soins de la vue chez EssilorLuxottica.

« En tant que professionnels de la vue, donnez des exemples concrets sur les avantages du port de lunettes. Donnez des exemples de personnages, d'idoles sportives, de mannequins et de leurs influenceurs préférés - leurs héros - qui portent également des lunettes ».

Une petite sélection de montures ennuyeuses - c'est ainsi que David Duralde, directeur de la création d'OGI Eyewear, se souvient de sa toute première expérience d'achat de lunettes lorsqu'il était enfant. Il s'est donc juré de révolutionner cette expérience pour les générations futures.

« Je ne me suis jamais vraiment senti attaché à mes lunettes jusqu'à ce que je puisse commencer à les acheter moi-même, et à sentir que je pouvais exprimer ma personnalité et utiliser des lunettes pour le faire », explique David Duralde. « Il est important d'intégrer cette idée plus tôt dans le processus d'achat d'un enfant afin qu'il se sente bien avec ses lunettes.

Juicy Couture
par Safilo

« Donnez des exemples de personnages, d'idoles sportives, de mannequins et de leurs influenceurs préférés - leurs héros - qui portent également des lunettes ».

Frère. BFF. Boot Hockey. Le nom de chaque monture OGI Kids s'inspire de l'héritage de l'entreprise dans le Minnesota ou de phrases populaires que les enfants prononcent dans la cour de récréation. Pour les couleurs, M. Duralde s'inspire de l'équipement sportif et des maillots de sport, soulignant l'aspect actif de certaines teintes, notamment le vert néon et l'orange.

« Historiquement, les collections pour enfants sont un peu comme les couleurs de la maternelle... elles sont vives et ressemblent à une boîte de crayons de couleur. Je voulais travailler avec des couleurs pour enfants qui donnent l'impression d'être un peu plus adultes ».

Mais chaque enfant est différent, et certains veulent poursuivre dans la voie des paillettes et du glam. Depuis Milan, Paolo Bizzotto, vice-président senior des ventes du groupe Safilo, affirme que les cristaux sont très présents dans les collections de la rentrée scolaire de cette année.

« Les couleurs transparentes de l'acétate de cristal sont tendance, des plus vives et gaies aux tons plus feutrés », explique Paolo Bizzotto, faisant référence aux teintes brillantes des lunettes Juicy Couture et aux

nuances de lumière du cristal masculins, et au gris foncé de Tommy Hilfiger.

Beverly Sultineau, vice-présidente du développement des produits et directrice de la création de WestGroupe, constate également une demande croissante pour l'acétate dégradé et à motifs avec de subtils effets de paillettes. La designer en chef de la société québécoise note que les couleurs sont plus vives et plus profondes que celles de l'année dernière, qui étaient plus douces et plus translucides.

« Les couleurs clés pour les filles comprennent différentes nuances de rose et de blush, de bleus et d'aqua, ainsi que des teintes de lavande », explique Mme Sultineau. « Pour les gars, les looks sportifs et rétro continuent à dominer, avec des formes rectangulaires, carrées et rondes modifiées qui restent les plus populaires. Les gars apprécient les touches de couleurs vives sur fond de tons neutres, tant pour les modèles en métal qu'en acétate, avec des couleurs d'accentuation amusantes telles que l'orange, le rouge, le jaune et le citron vert ».

La plupart des experts s'accordent à dire que lorsqu'il s'agit de lunettes pour enfants, il est facile - et encouragé - de brouiller la frontière entre le fun et la mode.

Pensez à une monture populaire pour adultes, comme un modèle en acétate rectangulaire de type aviateur en métal.

Réduisez-la et vous obtenez ce qu'Olga Prenat, d'EssilorLuxottica, appelle une monture « mini-moi », qui s'avère être l'un des choix les plus populaires de l'année, avec des créateurs emblématiques qui injectent des touches de couleurs adaptées aux enfants.

« L'enfant doit porter les lunettes, et s'il ne les aime pas, il ne les portera pas. Il faut donc laisser les enfants choisir ».

« Les collections de lunettes pour enfants de Ray-Ban, Versace, Emporio Armani, Dolce&Gabbana et Burberry comprennent les plus grands succès de la marque en rose vif, violet, rouge, bleu et vert, avec les symboles emblématiques de la marque comme la Méduse et le damier », explique Mme Prenat.

L'utilisation de personnages ou d'animaux pour attirer les enfants est également une tendance cette

Trouver la bonne monture

Bien sûr, l'aspect des lunettes est important, mais qu'en est-il de la sensation qu'elles procurent ? Le confort et la durabilité des montures d'un enfant sont des éléments essentiels à prendre en compte. Olga Prenat, d'EssilorLuxottica, explique que les opticiens doivent faire preuve d'une attention particulière lorsqu'ils adaptent les montures des enfants, car ces derniers ne sont pas de petits adultes.

« Les traits du visage des enfants se développent et changent au fur et à mesure qu'ils grandissent. Ce n'est qu'à l'âge de 13 ans que les traits du visage deviennent semblables à ceux des adultes, bien que la taille de la tête continue d'augmenter jusqu'à ce qu'ils deviennent adultes », explique Mme Prenat.

« Des lunettes bien ajustées maintiennent les verres correcteurs dans la bonne position devant les yeux. Livrer des lunettes appropriées et bien ajustées - à la fois la monture et les verres - est la condition primordiale pour le confort et le développement de la vue. Les parents

doivent être encouragés à venir au cabinet régulièrement, ou chaque fois que cela est nécessaire, pour vérifier l'adaptation et l'ajustement de la monture ».

Bien entendu, même les montures les mieux ajustées peuvent s'envoler des visages au cours des jeux de cour de récréation et des amusements typiques de l'enfance.

Alternative & Plan « B » Eyewear propose des montures fabriquées à partir de la technologie brevetée Siliflex de la société, qui rend les lunettes pratiquement indestructibles. Une charnière spéciale permet de tordre les branches à 360

saison. Mme Prenat fait référence à la première collection de lunettes pour enfants de Burberry, qui présente une monture Teddy Bear à carreaux Burberry, inspirée de l'ours Thomas, emblème de la marque. En outre, Emporio Armani a lancé une collaboration avec les personnages de dessins animés Les Schtroumpfs.

L'entreprise MESquad, basée à Toronto, prend une direction totalement différente en permettant aux enfants de concevoir leurs propres lunettes en ligne. L'enfant choisit d'abord la forme de la monture. Ensuite, il choisit parmi plusieurs couleurs et motifs, dont le graffiti et le camouflage rose ou vert. MESquad est livré avec un connecteur de conception unique sur les branches des lunettes, qui permet de les échanger facilement pour un nombre illimité d'options de design.

« Nos enfants nous inspirent avec leurs dessins, et nous les laissons donc être la star de la scène », explique Katherine Giovannone, cofondatrice de MESquad. « Les parents doivent mettre de côté leurs craintes d'être ridiculisés et les encourager à porter ce qu'ils aiment. L'enfant doit porter les lunettes, et s'il ne les aime pas, il ne les portera pas. Il faut donc laisser les enfants choisir. S'ils veulent porter une paire de lunettes orange, qu'ils portent une paire de lunettes orange. **PO**



Superflex Kids par WestGroupe



Nano Vista par Alternative et Plan B

degrés et de les remettre en place instantanément sans endommager la monture. Si l'on ajoute à cela une sangle de retenue spécialement conçue pour certaines activités, les parents n'auront plus à se stresser autant.

« C'est une excellente solution pour un petit garçon qui veut courir partout à la récréation ou qui enlève constamment ses lunettes », explique Paul Storace, président-directeur général d'Alternative. « C'est excellent pour mettre un casque sur une paire de lunettes, ce qui n'est pas toujours la chose la plus facile à faire avec des branches conventionnelles ».

D'autres fabricants de lunettes adoptent également les charnières pliables, notamment WestGroupe avec le Multi-Flex de Life Italia, fabriqué à partir d'un matériau en caoutchouc de haute qualité. Les montures de MESquad sont dotées de charnières en silicone à mémoire de forme, ce qui les rend résistantes aux terrains de jeu.

M. Storace insiste sur l'importance de trouver une première paire de lunettes qui corresponde aux préférences et aux besoins de l'enfant. C'est pourquoi son équipe adopte des caractéristiques amusantes et fonctionnelles telles que

des montures phosphorescentes et des lunettes de soleil à clipser pour les enfants.

En bref, il faut donner aux enfants de nombreuses raisons d'aimer les lunettes dès le début.

« Pourquoi ne pas commencer par quelque chose qui correspond au style de vie de ces enfants » ? suggère Storace. « Chaque petit enfant qui doit porter des lunettes devra probablement en porter pendant la majeure partie de sa vie, et ne serait-il pas logique d'avoir une paire agréable, confortable et qui a de l'allure ? »



Une plate-forme brûlante

Les fabricants de lentilles invitent les professionnels de la vue à adopter les nouvelles technologies dans la lutte contre la myopie.

PAR DAVID GOLDBERG

Alors que les niveaux de myopie échappent à tout contrôle, cette décennie a vu l'introduction de plusieurs nouveaux verres dans la lutte contre cette affection oculaire qui touche des milliards de personnes dans le monde. Selon les experts, l'essentiel est de gérer efficacement la myopie à un stade critique du développement de l'enfant.

« Nous ne devrions plus nous contenter de corriger la myopie des enfants, nous devons la traiter », déclare Marcella McParland, vice-présidente des affaires cliniques, médicales et professionnelles mondiales chez SightGlass Vision Inc.

« Nous sommes sur une plate-forme brûlante en ce qui concerne la question

de la myopie », dit-elle, en plaidant pour une plus grande éducation du public et de tous les niveaux au sein du gouvernement.

Selon les experts, la myopie devrait être traitée avant l'âge de six ans, mais les méthodes de traitement traditionnelles se sont révélées trop lourdes à gérer pour les parents et les enfants.

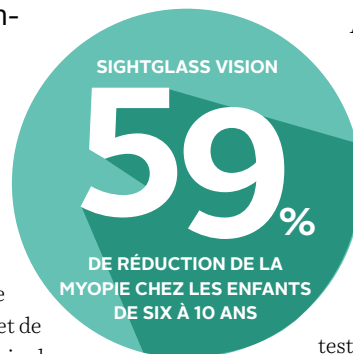
« Ces traitements présentaient de nombreux effets secondaires et inconvénients », explique Kim Kochendorfer, opticienne et spécialiste de la gestion de la myopie chez HOYA Vision Canada.

« Les lentilles de contact sont invasives. Elles exigent un niveau élevé d'hygiène

et les gouttes d'atropine peuvent être controversées. Aucun parent ne veut avoir à appliquer des gouttes dans les yeux de son enfant tous les soirs avant le coucher ».

C'est pourquoi de nombreux professionnels de la vue se sont tournés vers la prescription de lunettes avec des verres conçus pour gérer la progression de la myopie. La technologie d'optique de diffusion (DOT) de SightGlass Vision est un mécanisme unique pour contrôler la progression de la myopie chez les enfants, explique McParland, un optométriste avec plus de 30 ans d'expérience.

« En dehors de l'ouverture centrale claire de ~5 mm, la périphérie de la lentille comporte des milliers de petits centres de diffusion de la lumière ou micro-points », explique McParland. « Ils diffusent doucement la lumière qui pénètre dans l'œil, réduisant ainsi le contraste sur la rétine. Le principe optique n'est pas compliqué, car nous n'ajoutons pas de puissance dans la lentille. Et cette approche est efficace, selon les excellents résultats cliniques de la lentille qui nous enthousiasment beaucoup ».



Au cours des 18 derniers mois, SightGlass Vision Inc. une coentreprise entre CooperCompanies et EssilorLuxottica, a lancé la lentille sur les marchés commerciaux, notamment au Canada et en Chine, après plusieurs années de recherches et de tests exhaustifs visant à prouver l'efficacité de la lentille.

Le verre de SightGlass Vision qui contrôle la myopie a fait l'objet d'une étude clinique intensive de trois ans sur 256 enfants en Amérique du Nord, qui a permis de constater une réduction de 59 % de la myopie chez les enfants âgés de six à dix ans. Selon M. McParland, ce verre est très efficace chez les jeunes enfants qui sont les plus à risque en termes de potentiel de myopie à vie.

« Dans d'autres recherches, nous avons démontré que la vision avec une verre de

contrôle de la myopie SightGlass est cliniquement équivalente à celle du verre à vision unique », explique M. McParland. « Ce qui la rend unique, c'est que le profil de puissance de la lentille est uniforme, ce qui signifie qu'il est très facile pour les enfants s'y adaptent.

Une autre option est MiYOSMART Clear, le verre phare de HOYA pour la gestion de la myopie, dont plusieurs éditions ont été lancées depuis son lancement en 2020. Ce printemps, une option photochromique, MiYOSMART Chameleon, et une option de lunettes de soleil de prescription, MiYOSMART Sunbird, ont été lancées. Le verre Chameleon est le premier verre photochromique de gestion de la myopie à être commercialisé au Canada.

« Notre mission est d'offrir des soins de la vue pour la vie », déclare M. Kochendorfer de HOYA. « Cela commence par l'idée que nous voulons protéger les enfants et prévenir l'épidémie de myopie, mais une

fois que ces enfants sont sortis du contrôle de la myopie, nous voulons qu'ils utilisent des solutions contre la myopie pour le reste de leur vie. Cela inclut de nouveaux matériaux pour des verres plus fins ou la possibilité d'obtenir des verres progressifs ».

La prévalence de la myopie dans le monde a augmenté au cours des dernières décennies. On estime que 2,6 milliards de personnes sont touchées aujourd'hui et que ce nombre pourrait presque doubler d'ici 2050. Si elle est négligée et non traitée, la myopie peut entraîner une déficience visuelle et d'autres affections oculaires graves, notamment le décollement de la rétine, la dégénérescence maculaire, le glaucome et bien d'autres encore.



« Nous nous trouvons sur une plate-forme brûlante lorsqu'il s'agit de la question de la myopie ».

- Marcell McParland,
SightGlass Vision

Des recherches de pointe ont montré que notre mode de vie moderne - qui comprend plus de temps passé devant un écran, une éducation intensive en intérieur et moins de temps passé à l'extérieur - nous expose à davantage de signaux de contraste artificiels qui peuvent surstimuler la rétine, ce qui entraîne une croissance excessive de la longueur axiale, explique M. McParland.

« Je pense que la possibilité de traiter la myopie infantile en toute sécurité et d'en faire une norme de soins a suscité chez les optométristes une véritable passion pour aider les enfants de leur cabinet à obtenir de meilleurs résultats à long terme en traitant leur myopie. C'est un privilège d'être dans l'optométrie aujourd'hui ». **PO**



OPTOMETRY GIVING SIGHT

**world sight day
challenge**



IL FAUT VOIR

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

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

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

Faites un don ou inscrivez-vous pour participer à une activité de collecte de fonds avec nous à l'adresse givingsight.org/wscd.



JOUER AUX ADULTES

Pour les enfants qui sont des mini-adultes question style,
ces montures offrent une sophistication d'adulte

PAR SUZANNE LACORTE

1.



2.



3.



CONSEIL DE

Style

Aucun enfant n'a JAMAIS dit : « Je veux des lunettes marron » ! Colorez vos planches avec des lunettes en un arc-en-ciel de couleurs qui ont des branches ludiques pour inspirer les petits humains à choisir des lunettes amusantes qu'ils aimeront porter.

- WENDY BUCHANAN,
experte en image de lunettes

4.



5.



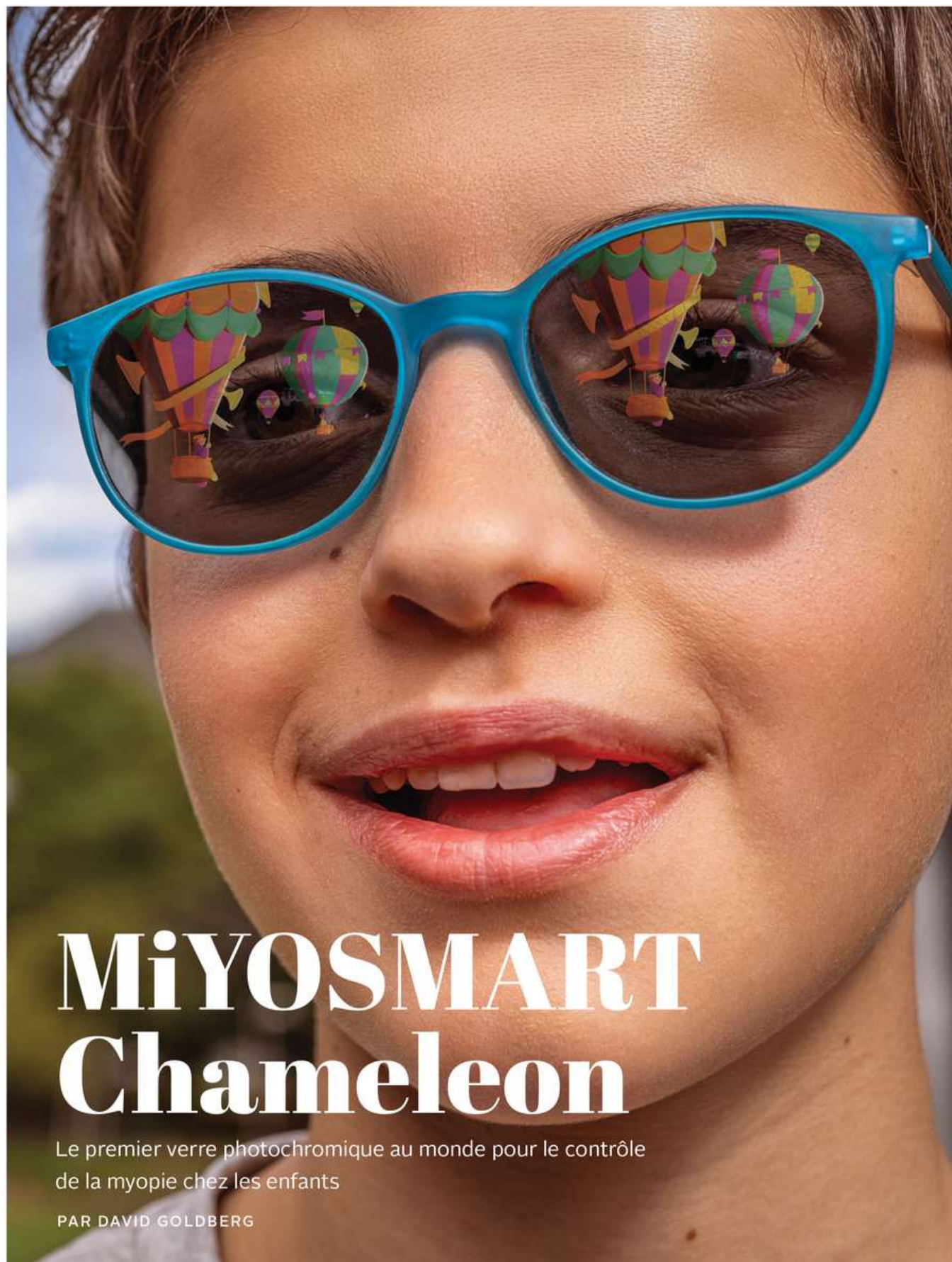
6.



7.



1. Emporio Armani EK400 par EssilorLuxottica. 2. Burberry JB 2005 par EssilorLuxottica. 3. Tommy Hilfiger Junior TH2026 par Safilo. 4. Calvin Klein Junior CKJ23304 par Marchon. 5. Lacoste L3658 par Marchon. 6. Superflex Kids SFK279 par WestGroupe. 7. kate spade new york Tillie par Safilo.



MiYOSMART Chameleon

Le premier verre photochromique au monde pour le contrôle
de la myopie chez les enfants

PAR DAVID GOLDBERG

Pour la toute première fois, il existe une lentille photochromique pour la gestion de la myopie. Ce printemps, HOYA Vision Canada a dévoilé le verre de lunettes MiYOSMART Chameleon, qui fait partie de la collection MiYOSMART Sun.

« Nous sommes très enthousiastes à ce sujet », déclare Kim Kochendorfer, opticienne et spécialiste de la gestion de la myopie chez HOYA Vision Canada. « Nous sommes les premiers à commercialiser un verre de lunettes pour le contrôle de la myopie qui offre non seulement une protection UV complète et un contrôle efficace de la myopie, mais aussi un confort et qui est pratique à l'extérieur. Tout dans ce verre photochromique est conçu pour les enfants ».

HOYA est entré dans l'histoire en 2020 en lançant le tout premier verre de lunettes pour le contrôle de la myopie au Canada, dont il a été scientifiquement prouvé qu'il ralentissait de 60 % la progression de la myopie chez les enfants. Aujourd'hui, MiYOSMART Chameleon est disponible pour les optométristes canadiens et constitue un autre outil de gestion de la myopie.

La lentille est un complément parfait au temps passé à l'extérieur, souvent prescrit par les optométristes dans le cadre du traitement de la myopie chez les enfants, explique Mme Kochendorfer. « Le temps passé à l'extérieur est un élément clé de la gestion de la myopie, et nous voulons nous assurer que les enfants sont à l'aise et ne sont pas gênés lorsqu'ils passent du temps à l'extérieur ».

MiYOSMART Chameleon a été conçue pour s'estomper plus rapidement afin que les enfants ne se sentent pas gênés lorsqu'ils passent de l'extérieur à l'intérieur. Le verre offre également un confort optimal tout en réduisant l'éblouissement et la nécessité de plisser les yeux. Cela peut être particulièrement important pour les enfants à qui l'on prescrit des gouttes d'atropine en association avec des lentilles pour le traitement de la myopie.

« L'effet secondaire le plus courant des gouttes d'atropine est la sensibilité à la

lumière », explique Mme Kochendorfer. « Si un enfant utilise MiYOSMART en association avec de l'atropine, il est très probable qu'il devienne photophobe et, dans ce cas, un verre photochromique MiYOSMART est tout à fait logique.

Un autre avantage du verre est sa capacité à gérer la myopie en continu. Par exemple, si un enfant utilise un produit comme des verres MiYOSMART Clear pour l'intérieur et passe à des verres de lunettes de soleil génériques pour jouer à l'extérieur, il perd un temps de traitement précieux.

HOYA EST ENTRÉ DANS L'HISTOIRE en 2020 en lançant le tout **PREMIER VERRE DE LUNETTES POUR LE CONTRÔLE DE LA MYOPIE** au Canada, dont il a été scientifiquement **PROUVÉ QU'IL RALENTISSAIT DE 60 % LA PROGRESSION DE LA MYOPIE CHEZ LES ENFANTS.**

« À ce moment-là, il ne suit plus le traitement de la myopie », explique Mme Kochendorfer. « MiYOSMART Sun permet aux enfants de poursuivre leur traitement de la myopie sans interruption, même lorsqu'ils passent du temps à l'extérieur ».

Le verre présente également un avantage majeur pour les parents qui calculent leur budget pour la rentrée scolaire. En d'autres termes, MiYOSMART Chameleon est une option 2 en 1 pour les lunettes des enfants. Il n'est plus nécessaire d'acheter

deux paires de lunettes. Combiné au fait que le verre est fabriqué à partir d'un polycarbonate super durable et résistant aux rayures, c'est le verre idéal pour s'amuser dans la cour de récréation et travailler dans la salle de classe.

Outre la production de verres révolutionnaires pour la gestion de la myopie, HOYA s'efforce également de former les professionnels de l'optique, les parents, les enfants et le reste du public à la gestion des cas de myopie, qui sont de plus en plus nombreux dans le monde. La plupart des experts s'accordent à dire que le nombre de cas de myopie pourrait atteindre cinq milliards dans le monde au cours des 25 prochaines années.

HOYA s'est fermement engagée dans sa mission de soins de la vision pour la vie, qui part de l'idée que nous devons protéger les enfants et empêcher l'épidémie de myopie de s'étendre. La gamme de produits HOYA garantit que lorsque les enfants cessent de gérer leur myopie, ils peuvent passer à des solutions myopiques pour le reste de leur vie, ce qui garantit la meilleure qualité de vie possible à tous les âges.

En réponse, HOYA a lancé le Centre d'apprentissage de la myopie, une plateforme interactive et utile pour soutenir la gestion de la myopie en optométrie. Son objectif est de sensibiliser et de soutenir les ophtalmologistes qui souhaitent commencer à mettre en place des méthodes de gestion de la myopie dans leur pratique.

« Il est essentiel que les Professionnel de la Vision comprennent qu'il ne suffit pas d'attendre et de voir avant de commencer à gérer la myopie lorsque l'enfant est déjà myope. Les données montrent que tout niveau de myopie entraîne un risque accru de maladie oculaire », déclare Mme Kochendorfer.

« Et comme les résultats cliniques nous l'ont montré à maintes reprises, plus tôt vous débutez le traitement, meilleurs seront les résultats pour tous vos patients ».

Pour plus d'informations, visitez hoyavision.ca. **PO**

À hauteur des yeux

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

1 SCHÉMA DE LA RÉTINE IMPRESSION D'ART OCULAIRE

Ce schéma de la rétine vintage est dessiné à la main et signé par l'artiste médical Mark Erickson. Disponible en quatre grandeurs. Cadre non inclus. etsy.ca



2 NUTRASEA LIQUIDE POUR LES YEUX SECS À L'OMÉGA-3

Avec un léger goût d'agrumes, ce liquide ciblé à base d'oméga-3 est formulé pour aider à soulager et à améliorer les symptômes de la sécheresse oculaire, y compris le soutien d'une fonction lacrymale adéquate. eyedropshop.ca



3 ÉTUI MULTI-RANGEMENT

L'étui multi-rangement de Ronor comporte cinq espaces pratiques pour ranger les lunettes. Cet étui robuste mais léger a une finition en similicuir et son intérieur est recouvert d'un tissu doux et légèrement rembourré. Il se déplie aussi rapidement qu'il se ferme et il est idéal pour les voyages.

ronor.com



4 TRANQUILEYES

Ce kit offre jusqu'à 510 traitements pour soulager la sécheresse oculaire. Les lunettes Tranquileyes XL Advanced couvrent 30 % de plus que les lunettes Tranquileyes originales. eyedropshop.ca

5 ÉTUIS SMILEEZ POUR ENFANTS

Les étuis Smileez pour enfants sont offerts en trois coloris amusants avec des visages souriants vintage. 2020as.com



S'AMUSER avec les enfants

La Dre Alexis Keeling, du Nouveau-Brunswick, s'amuse avec ses jeunes patients tout en contribuant à améliorer la vision des enfants à l'échelle de la province.

PAR NICK KREWEN



Alexis Keeling, bilingue, a grandi au Nouveau-Brunswick avec l'ambition de devenir optométriste, mais la vie a eu d'autres projets pour elle.

« Il n'y a qu'une seule école d'optométrie anglophone au Canada, et très peu de Néo-Brunswickois y sont admis », fait-elle remarquer. « Malheureusement, je n'ai pas été acceptée au début, et j'ai passé six ans comme enseignante avant de retourner à l'université pour étudier l'optométrie ».

Après avoir obtenu son diplôme de l'école d'optométrie et des sciences de la vision de l'Université de Waterloo, elle est devenue directrice du cabinet d'optométrie Dre Alexis Keeling à Dieppe, au Nouveau-Brunswick, et s'est spécialisée dans le traitement des jeunes patients.

« J'aime beaucoup voir les enfants - c'est amusant et c'est une façon différente de pratiquer », explique-t-elle. « On chante des chansons, on fait un tas de tests et on se promène avec des lumières vives. On essaie de garder leur attention (tout en utilisant) des lumières et des gouttes pour les yeux - nous les appelons « les gouttes magiques » ».

La Dre Keeling s'intéresse également aux lentilles de contact spécialisées, telles que les lentilles sclérales.

« Il s'agit simplement de lentilles de contact dures et rigides », explique-t-elle.

« Par exemple, j'ai eu un jeune patient atteint de dystrophie cornéenne - c'est la fenêtre transparente à l'avant de l'œil - et sa cornée n'est pas comme une belle balle de baseball ronde : elle est en fait conique comme un ballon de football. À cause de cela, il a du mal à voir même le grand « E » sur le tableau de lecture. On ne peut pas donner de lunettes à quelqu'un pour cela, parce que sa cornée est en forme de cône. Je lui donne donc une lentille de contact sclérale spéciale qui repose confortablement sur le blanc de l'œil, remplie d'eau ou de sérum physiologique sans oxygène. Elle recrée ce type de surface sur la cornée ».

« Lorsque ce petit patient est parti, il pouvait voir 20/20 de cet œil. C'est un moment vraiment spécial : cela vous donne un sentiment de satisfaction à l'égard de votre travail, ce qui n'est pas toujours le cas lorsque vous renvoyez quelqu'un avec une ordonnance ».

En tant que présidente de l'Association des optométristes du Nouveau-Brunswick (NBAO), la Dre Keeling note que la province - qui compte 130 optométristes - a réalisé quelques avancées prometteuses au cours de l'année écoulée.

PRISME OPTIQUE | PROCHAINE GÉNÉRATION

« Nous pouvons désormais prescrire, gérer et traiter le glaucome », explique-t-elle. « Nous avons toujours été autorisés à diagnostiquer le glaucome et à orienter les patients vers nos amis ophtalmologistes, mais il est vraiment agréable de pouvoir rédiger une ordonnance pour ces patients. Si nous voulons suivre ces patients, les surveiller et les traiter, nous pouvons le faire, mais seulement pour le glaucome primaire à angle ouvert ; nous sommes tenus de référer les patients atteints du glaucome secondaire qui lui nécessite des opérations chirurgicales et des interventions spéciales ».

Les optométristes du Nouveau-Brunswick peuvent désormais prescrire des médicaments par voie orale, qui sont « incroyablement utiles pour les patients qui se présentent avec un zona dans l'œil ou un orgelet très important - un diagnostic très sérieux qui doit être traité immédiatement. Nous n'étions pas en mesure de prescrire ces médicaments auparavant ».

La docteure Keeling explique que son rôle en tant que présidente de la NBAO est « d'insister sur l'importance des examens ophtalmologiques de routine pour les enfants ».

« Au Nouveau-Brunswick, les enfants de quatre ans bénéficient d'un examen ophtalmologique complet qui comprend une première paire de lunettes avant leur entrée à l'école. L'apprentissage est à 80 % visuel, ce qui permet aux enfants de partir du bon pied ».

« Je pense également qu'il est important d'informer le public sur le rôle des optométristes dans les soins oculaires d'urgence. En tant qu'optométristes, nous pouvons trier les urgences oculaires en traitant la plupart des affections, en retirant les corps étrangers et, si nécessaire, en référant aux ophtalmologistes dans les situations qui requièrent une chirurgie ou une intervention plus poussée ».

« Nos hôpitaux publics et notre système de santé subissent une grande pression. Et les patients peuvent être traités plus rapidement quand ils consultent leur optométriste que s'ils devaient attendre à l'hôpital ». **PO**



Blink Eyewear

Animée par une passion pour le design et le service à la clientèle, Jessie Strype partage ses secrets de réussite en tant qu'opticienne et propriétaire d'entreprise.

PAR AMANPREET DHAMI

Lorsque Jessie Strype a commencé à travailler dans l'industrie de l'optique par hasard alors qu'elle était adolescente, elle était loin de se douter qu'elle en ferait sa passion et sa profession après l'université, devenant opticienne agréée en 2009 et ouvrant une boutique d'optique appelée blink Eyewear à Collingwood, en Ontario, en 2014.

« Blink est né d'un amour pour la région de Collingwood et d'un rêve d'avoir mon propre petit cabinet unique niché dans cette industrie diversifiée », explique Mme Strype.

Chez blink, Mme Strype offre un service d'ajustement et de réparation sur mesure, ainsi qu'une sélection de montures et de verres. En tant que propriétaire d'une petite entreprise, Mme Strype gère sa boutique avec la mission de toujours établir un lien avec ses clients.

CONNEXION PERSONNELLE ET INTÉGRITÉ

Pour Mme Strype, le choix des lunettes est un processus intensément personnel auquel il convient d'accorder le temps et l'attention qu'il mérite.

« J'aime apprendre à connaître mes patients, leur style et leur mode de vie, les influences de leur garde-robe et bien d'autres choses encore. En prenant le temps d'entrer en contact avec un patient, je crée un lien qui m'aide à le guider tout au long du processus d'achat de ses lunettes », explique-t-elle.

Mme Strype s'assoit avec chaque client, lui pose des questions et écoute vraiment ce qu'il recherche avant de commencer l'expérience d'achat de lunettes. Elle explique que ce moment propice à l'établissement d'une relation lui permet d'être à l'écoute des besoins réels du patient.

Mme Strype aime offrir une expérience de stylisme personnalisée qui lui permet de se rapprocher pleinement de son client en faisant preuve d'honnêteté, de gentillesse et d'intégrité. C'est l'un des secrets de sa réussite dans la vente.

« Parfois, la meilleure vente est celle que l'on ne fait pas. Cela permet d'installer une confiance inestimable dans ce qui devrait être une relation à long terme ».

L'éducation est un autre principe qui permet à Mme Strype d'attirer et de retenir les patients. « Mes patients actuels sont mes publicités ambulantes et mes moyens d'attirer de nouvelles personnes », dit-elle. « Mon désir d'améliorer leur expérience d'achat de lunettes et d'établir une relation à long terme les incite à vouloir rester ».

L'AMOUR DU DESIGN

Mme Strype a toujours eu une affinité pour le visuel - l'art, la mode, l'architecture et la décoration d'intérieur - et elle considère donc les lunettes comme un art du visage. « J'ai intégré mon amour du design dans mes habitudes d'achat en apprenant les différentes techniques de fabrication utilisées par une marque et la façon dont

elle incorpore la texture ou la couleur dans une monture pour créer une œuvre d'art qui se porte.

Elle s'enthousiasme pour tous les détails de la conception des lunettes, y compris la saturation des couleurs, la luminosité qu'un biseau peut créer, ou même un angle inattendu dans la conception d'une monture. Ce même amour du design se retrouve dans la façon dont Mme Strype agence sa boutique et son offre de montures.

« Blink eyewear est une boutique accueillante, baignée de lumière naturelle, qui donne l'impression d'un endroit où l'on peut se détendre, être soi-même et apprécier l'expérience d'acheter des lunettes ».

Mme Strype utilise des panneaux d'affichage pour présenter les montures de lunettes par collection, afin de raconter stratégiquement l'histoire d'une marque puissante qui met en valeur les éléments de design de chaque créateur de manière à laisser de la place à chacun. Elle crée consciemment des présentoirs pour que les collections ne se concurrence pas, mais plutôt pour qu'elles racontent leur propre histoire unique de lunettes.

« Je m'assure que l'audace de Nina Mur ne se trouve pas à côté de l'originalité de Sabina Be ; ils ont besoin de leur propre espace pour briller », explique Mme Strype.

Pour la mise en marché, Blink propose un peu de tout, équilibrant les collections pour les consommateurs élégants et exigeants, et les clients plus audacieux qui optent plutôt pour des « montures à l'assurance sauvage » de marques telles que Struktur, Blackfin, Res Rei et quelques autres marques secrètes que Mme Strype ne peut pas encore dévoiler. Cet équilibre lui permet de toucher un plus large éventail de clients.

PAROLES DE SAGESSE

Posséder une entreprise et être compétente dans ce domaine signifie garder une longueur d'avance, et pour Mme Strype, cela signifie refuser de se reposer sur ses lauriers.

« Le secteur de la vente au détail évolue à un rythme irréaliste - nous sommes bombardés en permanence d'images, de désirs et d'offres pour quelque chose de nouveau », dit-elle. « Je vois des entreprises se reposer sur leurs succès et devenir stagnantes, ignorant ainsi les besoins et les désirs de leur clientèle. Posséder une entreprise prospère signifie être conscient du présent tout en pensant constamment à l'avenir et à la façon dont le paysage démographique peut évoluer ». **PO**



LES CONSEILS DE MME STRYPE POUR RÉUSSIR

TIP N°1

RESTER PASSIONNÉ ET CONTINUER À APPRENDRE

Mme Strype reste passionnée par ce qu'elle fait en continuant toujours à poursuivre ses rêves et à atteindre de nouveaux objectifs. En octobre 2022, elles s'est rendue en Bolivie avec Medical Ministries International, où elle a aidé à organiser des cliniques pour tout ce qui concerne les yeux – « de la cataracte à l'adaptation de lunettes, de la basse vision au strabisme, et tout ce qui se trouve entre les deux. Ce voyage a mis à l'épreuve mes connaissances et mes compétences en optique à un niveau bien supérieur à celui auquel je suis habitué dans mon petit cabinet, et m'a permis de travailler avec une équipe inspirante de professionnels des soins oculaires. C'était un rêve devenu réalité !

TIP N°2

RASSEMBLER UNE ÉQUIPE DE PROFESSIONNELS

Constituez une équipe de professionnels pour vous aider à réussir. « Pour moi, ils agissent d'un groupe restreint de représentants et d'opticiens. Nous avons toujours besoin d'une réparation spécialisée, d'une monture en rupture de stock ou d'une commande urgente » !

TIP N°3

SOYEZ HONNÊTE ET SINCÈRE

« Votre patient vient vous voir en vous confiant l'un des sens les plus vulnérables qu'un être humain puisse posséder », déclare Mme Strype. « Traitez cette marque de confiance avec respect, professionnalisme et honnêteté ».

TIP N°4

ÉQUILIBRER LE SERVICE À LA CLIENTÈLE AVEC DES LIMITES STRICTES

Traiter avec le public peut être épuisant et complexe, mais chaque personne a simplement besoin de gentillesse et d'attention. Fixez des limites fermes tout en traitant chaque patient avec gentillesse et respect.

Une vision intelligente

La voie de la réussite scolaire

PAR LE DR HARRY BOHNSACK

président de l'Association Canadienne des Optométristes

C'est peut-être l'été, mais les parents pensent déjà aux préparatifs de la rentrée scolaire, à l'inscription aux équipes et aux clubs, à la planification des dîners, etc. Pourtant, ils négligent souvent un élément important à l'expérience scolaire de leur enfant : sa vision ! Des problèmes de vision non détectés peuvent entraver considérablement le potentiel d'apprentissage d'un enfant, alors qu'il éprouve des difficultés à se concentrer, à lire ou à maintenir son attention pendant les activités en classe.

Informez nos patients et le public sur la vision et la santé oculaire des enfants : une pièce importante du puzzle. Les parents désirent ce qu'il y a de mieux pour leurs enfants et pensent souvent qu'ils remarqueraient si quelque chose n'allait pas, et beaucoup ignorent que lorsqu'il s'agit de la vision, y a plus que l'apparence qui entre en jeu. Des examens oculaires réguliers et complets - une fois entre deux et cinq ans et une fois par an entre six et 18 ans - sont importants pour la santé et le bien-être général des enfants.

L'augmentation significative de la myopie chez les enfants au cours des dernières années est une préoccupation majeure. Bien que de nombreux enfants passent beaucoup de temps à l'extérieur pendant l'été, il est important de faire du plein air une priorité tout au long de l'année. Selon une étude du Centre pour la Recherche Oculaire et l'Éducation de l'université

de Waterloo, les enfants qui passent une heure de plus à l'extérieur réduisent de 15 % leur risque de myopie. Les parents et les enseignants peuvent jouer un rôle en mettant en œuvre des mesures préventives, notamment en encourageant les activités en plein air et en réduisant le temps passé devant un écran, afin de freiner la progression de la myopie.

En tant que professionnels des soins oculaires, nous reconnaissons l'importance d'une bonne expérience pour les parents et les enfants lorsqu'ils

viennent nous voir. Comme de plus en plus d'enfants ont

besoin d'options pour la gestion de la myopie, nos pratiques ont également changé. Grâce à une gamme beaucoup plus large de montures et de verres, ainsi qu'à un

personnel bien formé pour travailler avec les jeunes patients, de nombreux enfants sont ravis de choisir une nouvelle paire de lunettes pour compléter leur look pour la rentrée.

En veillant à ce que votre salle d'attente, votre dispensaire et votre salle d'examen soient adaptés aux enfants, vous réduirez leur anxiété et leur assurerez une bonne expérience, en particulier pour les enfants qui n'ont pas l'habitude des examens de la vue ou qui choisissent leur première paire de lunettes.

Les nouveaux développements en santé et de soins oculaires - tels que de plus grandes gammes de verres correcteurs, de traitements pharmacologiques et de



thérapie visuelle - signifient que nous avons davantage d'options à offrir aux parents et aux enfants pour traiter les problèmes de vue. Les besoins d'un enfant pour l'école et le sport peuvent être satisfaits grâce à un plus grand choix de verres de contact et de lunettes de protection, et notre formation clinique nous permet d'apporter notre expertise en cas de blessures oculaires ou de commotions cérébrales.

En tant que membres de l'équipe de soins oculaires, nous aidons les enfants à réussir en veillant à ce que les problèmes de vision ne soient pas un obstacle à leur apprentissage, tout en leur inculquant l'importance des soins oculaires pour leur bien-être général. Une vision et une santé oculaires optimales sont obtenues en corrigeant les erreurs de réfraction, en gérant les affections oculaires telles que la myopie et en choisissant des lunettes appropriées pour permettre aux enfants de s'engager pleinement dans les activités de la classe, d'absorber les informations et de réaliser leur plein potentiel.

Rappelez aux parents de bien commencer l'année scolaire et de faire en sorte que le premier examen de leur enfant soit un examen de la vue ! **PO**

**LES ENFANTS
QUI PASSENT UNE
HEURE DE PLUS
À L'EXTÉRIEUR
RÉDUISENT DE
15 % LEUR RISQUE
DE MYOPIE.**

L'ASSOCIATION CANADIENNE DES OPTOMÉTRISTES (ACO) est la voix nationale de l'optométrie, offrant leadership et soutien à plus de 5 400 membres afin d'améliorer la santé des yeux et la clarté de la vision pour tous les Canadiens.



1.



2.



3.

Zone sportive

L'activité physique est très bénéfique pour les enfants, mais ce sont eux qui courent le plus grand risque de lésions oculaires pendant les activités sportives et les jeux. Les enfants peuvent demeurer dans le jeu tout en protégeant leurs yeux grâce à ces options de lunettes de sport.

PAR SUZANNE LACORTE



4.



5.



6.



7.



8.

1. Converse CV5o85Y par Marchon. 2. Oakley Youth Tail Whip par Oakley. 3. Lunettes Bollé Sport Field par Bollé.
4. NBK 164 par New Balance Kids. 5. Nike 5037 par Marchon. 6. Lunettes de sport Morpheus 1 par Rec Specs.
7. Les lunettes Under Armour UA Yard Pro Jr par Safilo. 8. Lunettes Wiley X Youth Force WX Flash par Wiley X.

Retour à l'école

Planifier pour que ça compte

PAR NANCY DEWALD,
Lead Up Training and Consulting



À l'approche de la rentrée scolaire, les commerces d'articles d'optique doivent planifier dès maintenant s'ils veulent profiter de l'achalandage supplémentaire. C'est le moment idéal pour les parents de faire examiner les yeux de leurs enfants, et ils seront à la recherche de lunettes tendance et durables.

C'est aussi l'occasion d'attirer de nouveaux patients à la pratique. En effet, l'avantage des examens de la vue pour enfants est que les enfants ne viennent jamais seuls. Il est donc important d'avoir une stratégie solide pour répondre aux besoins des patients, et pour en attirer de nouveaux. Voici quelques conseils pour réussir vos ventes de la rentrée scolaire.

1 FAITES LE PLEIN DE MONTURES TENDANCE

La rentrée scolaire est le moment idéal pour mettre à jour votre stock avec des montures nouvelles et élégantes. Les élèves veulent se montrer sous leur meilleur jour le jour de la rentrée, et les parents veulent s'assurer qu'ils en ont pour leur argent avec une monture abordable et durable.

Envisagez d'ajouter à votre stock des modèles populaires et modernes et faites-en la promotion par le biais des médias sociaux et de campagnes de marketing par courriel.

2 PROPOSEZ DES RABAIS ET DES PROMOTIONS

Pendant la période de la rentrée scolaire, les promotions sont un excellent moyen d'attirer du trafic vers votre commerce et de donner aux clients une raison de vous choisir plutôt que vos concurrents. Envisagez de proposer des promotions incluant plusieurs paires de lunettes afin de contribuer à la rentabilité tout en veillant à ce que les enfants ne soient jamais sans lunettes.

Envisagez également d'organiser des promotions sur les médias sociaux qui suscitent l'intérêt des adeptes, comme un concours permettant d'offrir une paire de lunettes gratuite aux élèves qui publient une photo d'eux avec leur nouvelle monture et qui mentionnent votre entreprise. Et n'oubliez pas d'inclure les enseignants pendant cette saison, avec une offre exclusive.

3 ASSOCIEZ-VOUS AVEC LES ÉCOLES LOCALES

Un partenariat avec les écoles locales peut être un excellent moyen d'atteindre les familles pendant la période de rentrée scolaire. Envisagez de parrainer un événement, d'assister à des inscriptions sportives pour présenter des lunettes de sport ou d'envoyer un optométriste prendre la parole lors d'une assemblée scolaire.

Vous pouvez également présenter les écoles et les enseignants locaux sur vos médias sociaux. Non seulement cela renforcera la réputation de votre commerce dans votre région, mais cela montrera également que vous vous souciez des élèves, des enseignants et de la communauté.

4 FAITES EN SORTE QUE VOTRE COMMERCE SOIT ADAPTÉ AUX ENFANTS

Pendant la période de la rentrée scolaire, nous voyons beaucoup de familles avec de jeunes enfants, alors créez un environnement adapté aux enfants dans votre commerce. Envisagez d'offrir des collations, des livres de coloriage et des jouets dans votre salle d'attente afin de rendre l'expérience plus agréable pour les enfants. Cela aidera également à s'assurer que les parents puissent se détendre et prendre leur temps pendant leurs achats.

5 FORMEZ ET PRÉPAREZ VOTRE PERSONNEL

Enfin, veillez à ce que votre personnel soit formé et prêt à faire face à l'augmentation des ventes et des examens de la vue pendant la période de la rentrée scolaire. Organisez des formations pour vos employés afin de vous assurer qu'ils soient informés sur les dernières montures, verres et promotions. Fixez des objectifs et prévoyez des récompenses amusantes pour les efforts supplémentaires de chacun pendant cette période. Vous vous assurerez ainsi que

les clients vivent une expérience positive dans votre commerce, ce qui se traduira par une fidélisation de la clientèle et des avis positifs.

Je vous mets au défi de pousser ce plan plus loin en identifiant les enfants qui viennent pour la première fois dans votre cabinet et en formant votre équipe à prendre habilement un rendez-vous pour les parents pendant qu'ils sont là. N'hésitez pas à me contacter si je peux vous aider à mettre en œuvre cette compétence.

En conclusion, la rentrée scolaire est une période essentielle pour les commerces d'optique, qui doivent mettre à jour leurs stocks, promouvoir leurs produits et s'engager auprès de la communauté locale. En mettant en œuvre ces conseils, vous pouvez faire en sorte que votre commerce réussisse à vendre pendant cette période de pointe, créer une expérience positive pour vos clients et vous constituer une clientèle fidèle. **PO**

Nancy Dewald est une professionnelle du développement commercial, une animatrice d'ateliers et une vétérane du secteur de l'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

Avez-vous déjà le vôtre?



15%
DE RÉDUCTION

Utiliser le code
FTG15

**Présentation du
FTG original !**

Le plus pratique,
solution élégante et
simple pour stocker
en toute sécurité et
portant vos lunettes.

THE ORIGINAL / L'ORIGINAL

FTG™

Frames2Go!

theoriginalftg.com

5 Choses À Savoir Sur La GÉNÉRATION Z

PAR KERI SCULLAND,
Marketing4ECPs



Il est temps de commencer à parler des comportements d'achat de la génération Z. Cela peut sembler prématuré - Nous essayons encore de faire acheter nos services et produits par les Millennials. Mais la vérité est que les membres les plus âgés de la génération Z auront 24 ans cette année, un âge où beaucoup vivent seuls et prennent des décisions financières pour eux-mêmes.

Votre pratique serait négligente de ne pas réaliser le potentiel de la génération Z si elle faisait partie de votre clientèle cible. Mais tout d'abord, voici quelques informations sur cette jeune génération influente.

1 ILS VIVENT BEAUCOUP DE « PREMIÈRES FOIS »

À 24 ans, vous prenez probablement vos propres rendez-vous, achetez des lunettes à la mode et apprenez à utiliser vos avantages sociaux pour des choses comme une visite chez l'ophtalmologiste. Il est également possible que vous viviez loin de chez vous ou que vous déménagiez dans une autre province ou un autre comté, ce qui signifie que vous devez trouver de nouveaux soignants pour des services comme l'optométrie, les soins dentaires et plus encore.

Pour être en tête de liste lorsque la génération Z cherche un opticien ou un optométriste, vous devez les rencontrer là où ils passent la majorité de leur temps : en ligne. Si vous n'investissez pas encore dans Google et la publicité Meta (Instagram et Facebook), vous devriez fortement l'envisager.

2 ILS SONT ADEPTES DU NUMÉRIQUE

La génération Z est la première génération à avoir grandi avec Internet au bout des doigts. Les milléniaux ont connu le développement rapide de la technologie, mais les membres de la génération Z ont vécu avec elle à chaque instant de leur vie. Ils n'avaient pas d'accès commuté. Ils ont toujours eu un téléphone portable - avec des données.

Cette génération est incroyablement consciente des marques en ligne, et elle attend les standards les plus élevés en ce qui concerne leur expérience en ligne.

C'est une raison de plus pour travailler sur votre présence en ligne. Si vous avez une grande marque qui s'aligne sur les

valeurs de la génération Z, et qu'elle est cohérente des médias sociaux à votre site Web, vos courriels et au-delà, vous avez plus de chances d'attirer cette jeune génération.

3 ILS SONT SOUCIEUX DE LEUR SANTÉ

Avez-vous déjà demandé un mini-réfrigérateur à maquillage pour votre chambre à coucher ? La génération Z l'a fait. Les produits qu'ils utilisent sont de haute qualité, ils ne sont donc pas bourrés de conservateurs et ils doivent être réfrigérés pour rester frais. C'est un signe évident que la génération Z se soucie beaucoup de la santé de sa peau.

Bonjour les soins esthétiques pour les yeux ! La lumière pulsée et les traitements de tonification de la peau sont tendance. Latisse? Inscrivez-les! Il y a là une opportunité énorme pour les traitements spa pour les yeux, et cette génération aime les soins préventifs.

Lors de la mise à jour de votre site web, assurez-vous de présenter tous vos services, en particulier ceux qui peuvent contribuer à améliorer l'apparence de votre peau. De plus, si vous proposez des services tels que le traitement de la sécheresse oculaire, assurez-vous de les commercialiser de manière que la génération Z sache qu'elle peut prendre soin de la santé de ses yeux proactivement.

4 ILS FONT DES ACHATS IMPULSIFS

Si la génération Z voit quelque chose qui lui plaît, elle va l'acheter, et cela vaut aussi pour les produits et les services !

Cette génération aime assortir l'esthétique et le luxe qui lui donnent l'impression d'être une #bossbabe. Disposer d'une boutique en ligne ou d'une excellente vitrine à la pratique peut vous aider à exploiter l'énergie des décisions impulsives. Vous voudrez peut-être garder vos lunettes les plus tendances en avant et au centre pour être vues par la génération Z.

Le fait de mettre en avant votre meilleure sélection le plus possible peut les inciter à faire un achat soudain.

5 LE CONFORT EST ESSENTIEL

Ce n'est pas parce que vous êtes un ophtalmologiste que votre cabinet doit sembler être stérile ! L'optométrie, c'est à la fois la santé des yeux et le plaisir de s'amuser avec son style. En créant un espace confortable, vos patients se sentiront connectés et accueillis, ce qui les encourage à revenir encore et encore.

N'oubliez pas que la génération Z apprécie une belle esthétique, donc si votre atmosphère intérieure correspond à votre image de marque, vous pouvez réellement transformer votre cabinet en un espace digne d'Instagram (ce qui compte comme de la publicité gratuite !).

En bref, ne négligez pas la génération Z. La jeune génération peut être bénéfique pour votre cabinet - il vous suffit de l'inviter. En gardant leurs intérêts à l'esprit, vous créerez un environnement accueillant pour eux, et augmentez votre base de patients avec une autre génération importante de personnes influentes. **PO**

Keri Sculland est responsable de la rédaction et de la stratégie de contenu chez Marketing4ECPs. Spécialiste du contenu et de la communication, Keri rédige depuis plus de dix ans des articles académiques et professionnels pour des journaux et des magazines d'Amérique du Nord. Pour en savoir plus sur Keri et Marketing4ECPs, consultez le site marketing4ecps.com.

FUN AU FÉMININ

La collection de lunettes Juicy Couture pour femmes, ados et jeunes filles incarne le glam, le fun et l'irrévérence. Parce que les bonnes choses viennent en petits paquets, ce cadre rectangulaire JU 957 est idéal pour les filles âgées de 8 à 12 ans. Disponible en trois coloris très tendances.



Juicy Couture

Il est grand temps d'adhérer à l'AOC et à l'A00Q

Les avantages d'être membre sont nombreux, notamment :

- Assurance Responsabilité Professionnelle Gratuite
- Formation continue en ligne gratuite
- Programme pour promouvoir notre profession

En prime : Tous les membres de l'AOC qui ont soutenu l'Association pendant au moins 5 années consécutives recevront un kit d'outils optiques Hilco Vision dans les quatre mois suivant le renouvellement de leur adhésion en 2023.

NOUVEAU EN

2023

Cadeau de fidélité de l'AOC

Pour plus d'informations sur le cadeau de fidélité, visitez opticiens-canada.ca

Adhérez ou renouvelez votre adhésion à l'AOC maintenant à : opticians.ca/site/becomingamember



Association des opticiens
du Québec



OPTICIANS
ASSOCIATION OF CANADA
ASSOCIATION DES
OPTICIENS DU CANADA

