

PRISME OPTIQUE

MARS 2025 • VOL. 43 • NO. 3

AVIS

Santé et migraines oculaires chez les femmes

Les solaires qui en JETTENT

Lunettes de soleil audacieuses qui donnent de l'assurance aux femmes

VOIR ROUGE

Explorer le potentiel de la thérapie par la lumière rouge pour la santé oculaire

L'EFFET ORTHO-K

Les progrès de l'orthokératologie

Les femmes à L'HONNEUR

Explorer les défis et les réussites des femmes dans le domaine de l'optique, célébrer leur parcours, leur impact, et leurs contributions

Stylisez,
Vendez,
Brillez !

Inspirez votre équipe
à stimuler les ventes
et la réussite en toute
confiance

QUEL EST
VOTRE GÉNIE ?

Travaillez plus
intelligemment,
pas plus fort



Calvin Klein



éditoriaux

16 STYLISER LES YEUX

Les solaires qui en jettent
Par Suzanne Lacorte

20 FEMMES INSPIRANTES

Tu as fait du chemin,
ma belle !
Par Evra Taylor

chroniques

18 SPEC STYLE

Entrez sous les projecteurs
et vendez avec confiance
Par Wendy Buchanan

23 PERSPECTIVE

La vision et la santé oculaire
des femmes
Par le Dr Allison Scott

26 RÉVÉLATION

Quel est votre génie ?
Par Nancy Dewald

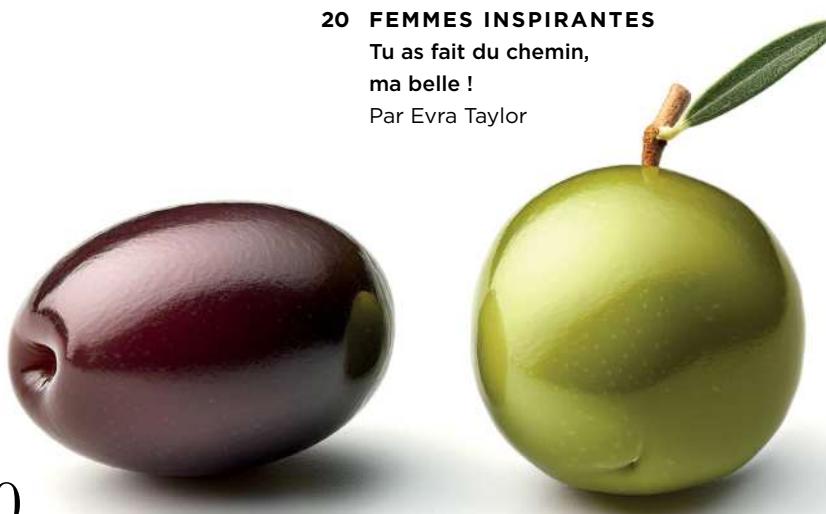
27 PERSPECTIVES OPTIQUES

Avis !
Par Evra Taylor

30 TECHNO DES VERRES

L'effet Ortho-K
Par Evra Taylor

30





20

32 SURVEILLANCE FINANCIÈRE

Au-delà du bilan
Par Tim Paziuk

34 VISION DE L'OPTICIEN

Le potentiel de la thérapie de la lumière rouge pour la santé oculaire
Par Robert Dalton

36 VISIBILITÉ

Mido 2025
Par Nick Samson

en couverture

COUVERTURE : Trinity par Frost

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

MARS 2025 • VOL. 43 • NO. 3

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

Wendy Buchanan, Robert Dalton, Nancy Dewald, Amanpreet Dhami, Dr. Rob Kloepfer, Tim Paziuk, Nick Samson, Dr. Allison Scott, Jeff Shermack

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

RESPONSABILITÉS

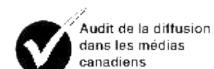
Quince Communications n'est pas responsable des opinions ou déclarations de ses rédacteurs ou contributeurs. Tous droits réservés. La reproduction de tout article, photographie ou œuvre artistique est strictement interdite

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.



Audit de la diffusion
dans les médias
canadiens

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



ONE TRUE PAIR



LUNETTES ÉCO-RESPONSABLES

OTP est conçue pour les milléniaux et les membres de la génération Z qui apprécient les lunettes uniques et écologiques à un prix abordable.

Styles présentés : OTPS-2045 et OTPS-2049 | www.westgroupe.com | 1-800-361-6220



PHOTOGRAPHIE PAR JESSICA WAUGH

L'avenir est féminin

L'industrie de l'optique évolue et, avec elle, la reconnaissance grandissante du rôle que jouent les femmes dans l'évolution de son avenir. Les femmes sont plus nombreuses que jamais à intégrer le secteur, introduisant avec elles de

nouvelles perspectives, une nouvelle expertise et un nouveau leadership. Pourtant, des défis subsistent : les obstacles à l'avancement, les difficultés à concilier vie professionnelle et vie privée, et les disparités entre hommes et femmes dans les postes de direction.

Dans ce numéro de *Prisme Optique*, nous explorons les défis uniques auxquels les femmes sont confrontées dans l'industrie, qu'il s'agisse de jeunes professionnelles débutant leur carrière ou d'expertes chevronnées naviguant dans un paysage en constante évolution. Nous examinons également les besoins spécifiques des femmes en santé oculaire, notamment la manière dont des pathologies telles que les migraines oculaires les affectent différemment.

Les lunettes sont bien plus qu'une simple correction de la vue—elles reflètent la confiance et l'individualité. Ce numéro célèbre également les montures audacieuses et élégantes conçues pour les femmes, qui soulignent la force et la personnalité de celles qui les portent. Comme l'explique Wendy Buchanan dans son article, la confiance en soi est tout aussi essentielle pour ceux qui vendent des lunettes que pour ceux qui les portent. Lorsque les professionnels de l'optique adoptent leur propre style, ils créent un environnement dans lequel les clients se sentent inspirés et guidés vers leurs parfaites montures. Donner au personnel la bonne attitude et les compétences nécessaires leur permet de briller—and de réussir.

Nous avons récemment participé au MIDO, l'un des plus grands salons de la lunetterie au monde, où les marques ont présenté des technologies de verres révolutionnaires et des montures à la pointe de la mode. Il était inspirant de voir de plus en plus de femmes prendre les devants—in tant que conceptrices, dirigeantes de marques et entrepreneures. Leur impact est indéniable, car elles façonnent l'avenir de la lunetterie avec passion.

La présence des femmes dans le secteur de l'optique ne cesse d'augmenter et transforme également l'industrie. En relevant ces défis et en mettant l'accent sur des soins oculaires inclusifs, nous nous dirigeons vers un avenir où chaque professionnel et chaque patient recevront le soutien dont ils ont besoin.

Nous espérons que ce numéro suscitera des conversations, des réflexions et des progrès.

SUZANNE LACORTE

Éditrice/Rédactrice en Chef

« Être une femme en optométrie signifie avoir de la patience, agir comme une figure maternelle ou une psychologue, et rire et pleurer avec les patients. »

- Leah J. McFerren, OD, PC

VERRES À
INTELLIGENCE
BIOMÉTRIQUE^{MC}



Le saviez-vous?

LES VERRES B.I.G. NORM^{MC} TIRENT PARTI DE LA PUISSANCE DE L'IA POUR MIEUX SOUTENIR LE SYSTÈME VISUEL

Les verres B.I.G. NORM^{MC} s'appuient sur plus de 500 000 balayages oculaires biométriques afin d'offrir un niveau de précision biométrique supérieur pour le calcul de fabrication des verres. Les utilisateurs peuvent ainsi profiter d'une vision plus nette qui soutient les sous-systèmes visuels.

Centennial
www.centennialoptical.com

Pour plus de renseignements, veuillez communiquer avec votre représentant en lentilles de l'Optique Centennial.
www.centennialoptical.com

RODENSTOCK
Parce que chaque œil est unique

REGARD ACTUEL

Calado par
Etnia Barcelona

REGARD *Actuel*

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

ETNIA BARCELONA

Marque indépendante de lunettes, Etnia Barcelona lance sa collection Vintage SS25, associant tradition et modernité. Inspirée par des formes et des couleurs classiques, la collection incarne l'art, la sophistication et l'élégance. Sous le manifeste « Be An Artist », elle encourage une expression de soi audacieuse à travers 16 modèles optiques et 14 lunettes de soleil pour hommes et femmes. Des silhouettes intemporelles, des détails raffinés et un design harmonieux célèbrent l'artisanat et la créativité. Chaque pièce est un hommage au bon goût, définissant le style comme une expression personnelle tout en réhaussant l'ordinaire à l'extraordinaire. La collection reflète l'engagement de la marque en faveur d'une sophistication intemporelle.

Pour plus d'informations, contactez votre représentant commercial Etnia Barcelona ou visitez le site etniabarcelona.com/ca/fr



OTPS-2047



OTPS-2042



OTPS-2050

OTP

WestGroupe dévoile la collection OTP Sun printemps/été 2025, qui allie durabilité et style audacieux. Conçue pour les consommateurs millénaires et de la génération Z qui apprécient les lunettes uniques et écologiques à un prix abordable, OTP combine l'inspiration rétro avec les tendances modernes. La collection présente des formes audacieuses et des coloris frais, allant des tons neutres doux aux teintes métalliques. Les modèles phares incluent OTPS-2042, une monture carrée chic, OTPS-2047, une monture aviateur géométrique, et OTPS-2050, une monture ovale rétro. Avec de l'acétate biodégradable, des plaquettes de nez recyclables et des étuis fabriqués selon des principes de durabilité, OTP offre des lunettes avant-gardistes qui ont un impact positif attestant que le style et la durabilité peuvent aller de pair.

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

**MODO**

MODO Eyewear dévoile sa dernière collection Brooklyn Made pour le printemps/été 2025, inspirée par l'essence de la ville de New York. Pour les femmes, la monture Celeste œil de chat fait ses débuts en noir, écaille bleue, violet et écaille grise. Le meilleur vendeur Ellery s'enrichit de deux nouvelles couleurs : écaille bourgogne et écaille bleue. Pour les hommes, la monture carrée Dumont est disponible en noir, gris dégradé, marron strié et bleu. Chaque monture, fait main à Brooklyn, a des branches recouvertes de plastique pour un look contemporain.

Pour plus d'informations, contactez votre représentant Modo ou visitez : modo.com



Ellery



Celeste



Dumont



Fin SNV198

La Prof
SNV214



SNOB MILANO

SNOB Milano célèbre une décennie de révolution dans l'industrie de la lunetterie grâce à son approche technique des montures de lunettes de vue et des lunettes de soleil. Fondée par le designer Tommaso Bossetti, la marque s'est forgée une place de choix dans le secteur des lunettes à clip. « Nous avons créé une identité distincte sur le marché de l'optique, reconnue par nos clients et nos collègues », explique M. Bossetti. Connue pour combiner innovation technique et esthétique raffinée, SNOB Milano a élevé sa gamme de lunettes à clip grâce à son partenariat avec ZEISS Sunlens. Au Mido 2025, la marque a dévoilé une nouvelle ligne de lunettes de soleil et une version actualisée de sa monture emblématique Dogui, marquant ainsi l'esprit des dix prochaines années qui seront axées sur la qualité et l'innovation.

Pour plus d'informations, contactez votre représentant SNOB Milano ou visitez le site snobmilano.com/en/



Nova

Zenith

Atlas

SPECTAFUL

La dernière collection de Spectaful comprend trois modèles pour femmes, deux modèles pour hommes et un modèle unisex, alliant une créativité audacieuse à une fabrication légère et fonctionnelle. Fabriquées avec des façades en technopolymère et des branches en acier inoxydable, ces montures offrent des formes polyvalentes et des contrastes de couleurs éclatants. Le modèle Nova redéfinit l'élégance féminine avec une forme papillon dans des teintes éclatantes.

Pour les hommes, le modèle Atlas présente un design carré audacieux, tandis que le modèle Zenith offre une silhouette carrée irrégulière moderne, tous deux disponibles dans des combinaisons de couleurs dynamiques qui mettent en valeur l'individualité et le style.

Pour plus d'informations, contactez votre représentant Spectaful ou visitez spectaful.com/fr/

ISABEL MARANT

Isabel Marant dévoile sa campagne de lunettes printemps-été 2025 mettant en scène l'icône Kate Moss.

Tournée à Paris par Robin Galiegue et stylisée par Emmanuelle Alt, une sophistication naturelle se dégage de la campagne. Amie de longue date de la marque, Kate Moss incarne la femme Isabel Marant - chic, séduisante et intemporelle.

Pour la première fois, Isabel Marant fait appel à la star de K-pop Seonghwa d'Ateez, associant ainsi les époques et les cultures. La collection comprend des montures classiques et audacieuses avec des détails inattendus et une palette de tons intemporels et naturels.

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



IM0216S

LE PARC



Exclusive Distributor in Canada / Distributeur exclusif au Canada
Mood Eyewear Inc.
www.moodeyewear.com
T. 866.515.6695





NAT & COCO

La collection de lunettes Nat & Coco vous invite à faire une déclaration audacieuse avec des couleurs vibrantes et des designs élégants. Cette ligne unisexé présente 12 nouveaux modèles pour le printemps 2025, en mettant l'accent sur les acétates éclatants, les laminés complexes et les cristaux colorés. Le modèle NC2877 présente des motifs en cristal laminé et une silhouette audacieuse, tandis que le modèle NC2890 se distingue par une face en cristal de couleur dégradée et un design de branches inversé. NC2895 met en valeur les cristaux nude et rose, tendance de la saison, dans un modèle carré moderne.

Pour plus d'informations, contactez votre représentant Optika ou visitez optikaeyewear.com



PAIR

Pair propose des lunettes aussi dynamiques que vous, avec un modèle unique qui permet d'associer une monture de base à plusieurs top montures magnétiques. Une paire, des possibilités infinies. Avec les modèles les plus vendus - Kirby, Murphy, Wanda, Larkin, Finley, Harper et Addison - chaque modèle en acétate s'inspire des tendances des défilés de mode printemps/été 2025. Les teintes translucides comme la lavande, le miel et le gris créent un look frais et romantique, rehaussant les tons naturels et apportant polyvalence et dynamisme au style de tous les jours.

Pour plus d'informations, contactez votre représentant Pair ou visitez le site paireyewear.com/en-CA



BLACKFIN

La campagne printemps/été 2025 de Blackfin dévoile une vision audacieuse et sophistiquée, transformant ses caractéristiques emblématiques en un récit visuel enchanteur. Tournée dans un loft industriel chic, la campagne joue avec la lumière, les ombres et les lignes épurées pour mettre en valeur les montures Blackfin.

La collection allie innovation et style, avec des formes géométriques, des designs sculpturaux en titane et des montures sans bord ultrafines. Fabriquée dans l'usine durable Black Shelter Factory, chaque pièce incarne l'excellence, le savoir-faire artisanal et l'élégance moderne, redéfinissant les limites du design des lunettes.

Pour plus d'informations, contactez votre représentant Mood ou visitez moodeyewear.com



NAT & COCO

La définition de l'élégance et du style

Optika
Lunetterie • Eyewear

*Le chef de file canadien en
création de lunettes design*

optikaeyewear.com

1-888-448-8193

Suivez-nous  

REGARD ACTUEL

FERRAGAMO

L'élégance minimale, le savoir-faire italien et le design distinctif définissent la vision de Maximilian Davis pour la collection de lunettes printemps/été 2025 de Ferragamo. Alliant héritage et innovation, la collection présente une fabrication exceptionnelle, des matériaux de haute qualité et des détails emblématiques tels que le motif Gancini et les rivets ornementaux.

La monture carrée SF3021 est disponible en noir et en beige transparent, vert, bleu clair et cyclamen. La monture carrée SF3029 présente un logo Ferragamo estampé à chaud disponible en noir, kaki transparent et gris-brun rayé.

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



SF3029



Opera

Julep

Gatsby

BRUNO CHAUSSINAND

Bruno Chaussinand crée des lunettes au design pur et élégant inspiré de l'Art déco, le mouvement européen des années 1920 connu pour sa géométrie audacieuse et ses couleurs vibrantes. Ses montures allient matériaux nobles et un optimisme moderne, réinventant les formes classiques.

Depuis plus d'une décennie, chaque collection reflète la précision, l'exigence et l'attention portée aux traits du visage. Avec des designs distinctifs, parfois inattendus, sa signature laisse une empreinte durable dans le monde de la lunetterie.

Pour plus d'informations, visitez le site brunochaussinand.com



LFL1558C4

LINDA FARROW

La collection automne-hiver 2025 de Linda Farrow s'inspire de l'art surréaliste et explore des formes et des textures inattendues, ainsi que l'expression de soi. Tournée au British Museum et dans les rues de Londres, la collection « A Surrealist Dream » de Linda Farrow s'inspire de l'art surréaliste.

« La campagne « A Surrealist Dream » reflète les racines artistiques de la collection et son côté urbain.

Les lunettes de vue comprennent Alicia, alliant titane et d'acétate, et Yves, un Calthorpe réimaginé. Les lunettes de soleil ont des designs audacieux comme Emmy, avec des découpes dans les branches remplies de verres, et Flick, avec des verres intégrés.

Pour plus d'informations, contactez votre représentant Linda Farrow ou visitez le site lindafarrow.com

ORIGINE
FRANCE
GARANTIE
RVCert. 6361194

lafont

PARIS

W W W . L A F O N T . C O M

1.



2.



3.



Les solaires qui en

JETTENT

Des montures audacieuses, des designs intrépides et une énergie vibrante—ces lunettes de soleil célèbrent l'individualité et donnent aux femmes le pouvoir de briller avec une confiance audacieuse.

PAR SUZANNE LACORTE

5.



4.



6.



7.



1. Hollywood par Lafont 2. MM0123 par Max Mara 3. Brynn par J.F. Rey
4. Christian Louboutin LB0001 par Marcolin 5. Amarfia par Bayria
6. Woodys Ariandna par Mood Eyewear 7. FYSH F2118S par WestGroupe

STYLISER LES YEUX



Stylisez Vendez Brillez

Entrez sous les projecteurs et vendez
avec confiance

PAR WENDY BUCHANAN



Lorsqu'il s'agit de développer une entreprise d'optique prospère, la conversation commence souvent par les chiffres - taux de capture, ventes de paires multiples, coût des marchandises et revenu par patient. Bien que ces indicateurs soient précieux, ils ne sont que le résultat d'un élément bien plus important : la confiance que vous et votre équipe avez dans vos ventes. En réalité, même la meilleure sélection de produits et la meilleure stratégie de tarification n'entraînent pas de ventes si votre équipe n'a pas la conviction, les compétences et les aptitudes nécessaires pour guider les clients vers leur choix idéal de lunettes. Avant de vous concentrer sur les analyses, la vraie question à se poser est la suivante : Votre équipe se sent-elle capable de vendre en toute confiance ? Parce que lorsque c'est le cas, les chiffres suivent naturellement.

Le style des lunettes, c'est votre puissance visuelle

Le style de lunettes ne se limite pas à la tendance des lunettes que vous portez. Il englobe la façon dont vous vous déplacez, parlez, du contact visuel et des mots que vous utilisez pour communiquer. Lorsque vous créez un « style spécifique » personnel qui reflète votre authenticité, vous renvoyez un message puissant : vous êtes confiant, élégant et prêt à entrer dans la lumière et à servir avec excellence.

Imaginez que vous entrez dans votre cabinet et que vous attiriez immédiatement l'attention de vos clients, non pas parce que vous êtes bruyant ou flashy, mais parce que vous rayonnez de confiance et de détermination. C'est le pouvoir d'une marque personnelle réfléchie. Elle inspire la confiance, dissipe le scepticisme et vous distingue sur un marché concurrentiel. Si ce que vos clients voient en vous correspond à ce que vous affirmez, ils vous feront confiance. Par contre, s'il y a un écart, ils risquent de se sentir incertains et hésitants.

Vous ne pouvez pas dépasser l'image que vous avez de vous

Bien que la marque personnelle et l'image de soi soient étroitement liées, elles servent des objectifs différents et influencent des aspects différents de votre vie professionnelle en tant que professionnel des soins oculaires dynamiques.

1 L'IMAGE DE SOI : Comment vous vous voyez

L'image de soi est la perception propre que l'on a de son identité, de ses capacités et de sa place dans le monde. Elle est façonnée par les expériences passées, les croyances et le discours intérieur.

Il s'agit de votre confiance, de votre état d'esprit et de votre estime de soi. L'image que vous avez de vous-même fixe les limites de vos performances et contrôle vos actions. Si vous vous considérez comme quelqu'un qui réussit et qui est capable, vous agirez en fonction de cette croyance. Dans le cas contraire, vous vous limiterez conscientement. Par exemple, si vous pensez que votre client ne dépensera jamais 1 000 dollars pour une paire de lunettes, vous hésitez à lui présenter des montures plus tôt haut de gamme. Si vous vous considérez comme un vendeur médiocre, inconsciemment vous agirez de façon à renforcer cette croyance - en hésitant à présenter plusieurs paires à vos clients ou en sous-estimant votre valeur de peur de vous sentir insistant.

2 MARQUE PERSONNELLE : comment le monde vous voit

Votre marque personnelle est la perception extérieure de qui vous êtes et de ce que vous représentez. C'est le message que vous communiquez à travers votre apparence, vos actions et votre marketing. C'est la façon dont vous vous positionnez dans votre optique et comment vos collègues et clients vous perçoivent en fonction de cette image visuelle.

Le choix de vos vêtements, votre présence en ligne, vos expressions faciales et vos interactions avec vos fournisseurs, votre équipe et vos patients sont autant d'éléments qui façonnent votre marque. Par exemple, si vous vous présentez comme un styliste en lunetterie, tout, depuis vos médias sociaux jusqu'à votre façon de vous habiller et de parler, doit renforcer cette image.

L'image de soi et la marque personnelle sont une combinaison puissante. Si votre image de soi est forte, vous projetterez votre marque personnelle avec confiance. Mais s'il y a un décalage - par exemple, si vous vous présentez comme un styliste expert en vente mais que vous doutez secrètement de vous-même - les clients sentiront l'incohérence.

Les gens perçoivent l'énergie. Si vous doutez de votre capacité à aider, cela se voit dans votre ton, votre langage corporel et votre choix de mots. Une bonne image de soi se traduit par une certitude, ce qui renforce la confiance des clients.

Exercez-vous jusqu'à ce que vous soyez parfait

Le dicton « Faites semblant jusqu'à ce que tu y parviennes » existe depuis des années, mais reformulons-le pour les femmes autonomes du secteur de l'optique : mettez-vous sous les projecteurs et exercez-vous à être la femme de l'optique confiante que vous voulez être.

La confiance en soi n'est pas innée, elle se cultive. En réalité, nous sommes tous des vendeurs d'une façon ou d'une autre, qu'il s'agisse de vendre des lunettes, des idées ou même nous-mêmes. Pour réussir dans ce rôle, il faut adopter l'état d'esprit d'un professionnel très performant et l'incarner à chaque jour.

Les meilleurs professionnels de la vente ne rencontrent pas le succès par hasard. Ils le visualisent. Ils se voient comme des personnes qui résolvent les problèmes, des conseillers de confiance et des experts qui apportent une grande valeur à leurs clients. Cette confiance est magnétique - c'est ce qui inspire la confiance et la loyauté des clients.

Bâtir la confiance de l'intérieur

Si vos résultats ne sont pas à la hauteur de vos attentes, ne regardez pas à l'extérieur - commencez par un travail intérieur. La confiance n'apparaît pas par magie ; elle se construit par des actions intentionnelles et des changements d'état d'esprit. Voici comment reprogrammer votre image de soi pour réussir :

1 AFFIRMATIONS : S'approprier son pouvoir

Les affirmations positives sont un moyen transformateur de réécrire votre histoire intérieure. Commencez chaque matin par des affirmations telles que :

- « Je suis un professionnel de la vente de produits optiques très performant ».
- « J'aide mes clients à se sentir confiants et incroyables avec leurs lunettes ».
- « Je suis l'expert en qui ils ont confiance pour éléver leur style et leur vision ».

Dire ces affirmations renforce votre croyance en vos capacités et, avec le temps, elles façonnent votre réalité.

2 VISUALISATION : visualisez votre succès avant qu'il ne se produise

La visualisation n'est pas réservée aux athlètes ; c'est aussi un outil puissant pour réussir dans la vente. Imaginez-vous en train d'accompagner avec confiance vos clients dans le processus de sélection des montures, de leur recommander plusieurs paires de lunettes et de célébrer le moment où ils quittent votre magasin en se sentant exceptionnels.

Lorsque vous voyez clairement votre réussite, il devient plus facile de prendre les mesures nécessaires pour la concrétiser. La visualisation d'une personne confiante et élégante vous motivera également à vous montrer sous un jour conforme à cette vision.

3 CROISSANCE FONDÉE SUR DES PREUVES : s'appuyer sur les succès passés

Prenez le temps de réfléchir à vos succès passés. Il s'agit peut-être d'une vente qui s'est faite sans effort, d'un commentaire élogieux d'un client sur Google ou d'une fois où vous avez

aidé quelqu'un à trouver des montures qui ont transformé son look.

Tenez un « journal des succès » pour répertorier ces moments. Lorsque vous passez une journée mouvementée dans votre optique, revisitez vos victoires pour vous rappeler que vous l'avez déjà eu et que vous pouvez le refaire.

4 MENTORAT & FORMATION : Apprendre des meilleurs

Entourez-vous de personnes qui vous inspirent, par le biais du mentorat, de programmes de formation ou le réseautage avec d'autres femmes. La communauté a du pouvoir et le fait de voir d'autres femmes réussir peut alimenter votre propre motivation.

Ne cessez jamais d'apprendre, qu'il s'agisse des dernières tendances en lunetterie, de techniques de vente avancées ou de moyens d'établir un lien plus profond avec vos clients. Investir en vous-même est toujours payant.

Démarquez-vous et brillez

Sur le marché actuel de la vente au détail de produits optiques, où les clients ont une infinité d'options, votre image de soi et votre marque personnelle sont vos super-pouvoirs. Personne d'autre ne peut reproduire ce que vous faites ressentir aux gens.

Lorsque vous vous appropriez votre confiance, vous créez une expérience pour vos clients qui va au-delà des lunettes - il s'agit d'une connexion, d'une confiance et d'une transformation.

Certains magasins d'optique peuvent essayer de rivaliser en termes de prix ou de commodité, mais ils ne pourront jamais rivaliser avec VOUS. C'est votre capacité à fournir un service émotionnel, à établir des liens authentiques et à apporter de l'authenticité à chaque interaction qui vous rendra vraiment exceptionnel.

Alors, soyez audacieux. Entrez avec confiance dans VOTRE champ de vision et montrez au monde l'incroyable femme d'optique que vous êtes. Vous ne vous contentez pas de vendre des lunettes, vous inspirez, renforcez et améliorez la vie de vos clients chaque jour. PO

Inscrivez-vous au programme de vente Q2 StyleYEZ AUJOURD'HUI !

Transformez votre équipe en maîtres stylistes pour conclure des ventes en toute confiance

Wendy Buchanan, opticienne primée et fondatrice de Be Spectacular, élève le style des lunettes, l'image de marque et le succès de l'équipe. Sa formation à la vente aide les optométristes à améliorer leur pratique. Pour en savoir plus : bespectacular.com/optical



Des Femmes Inspirantes

Tu as fait du chemin, ma belle !

PAR EVRA TAYLOR

Les femmes ont fait d'énormes progrès en accédant aux échelons supérieurs de la gestion dans la plupart des secteurs de la société - mais dans de nombreux cas, la suite C reste juste hors de portée. Dans un monde idéal, les femmes au travail ne seraient même pas un sujet de discussion. Nous ne ferions pas de distinction entre les femmes en particulier - nous parlerions simplement des travailleurs en général. Mais nous n'en sommes pas encore là.

Prisme Optique a examiné ce que c'est que d'être une femme optométriste - le bon, le mauvais et le laid. Bien sûr, les expériences des femmes en optométrie sont aussi distinctes que les femmes elles-mêmes.



Selon Statistique Canada, en décembre 2023, le Canada comptait 6 665 cabinets d'optométristes. Au cours de l'année universitaire 2021/2022, 618 étudiants étaient inscrits à des programmes d'optométrie dans des établissements d'enseignement postsecondaire au Canada. IBIS World rapporte que la taille du marché de l'industrie de l'optométrie au Canada a augmenté à un TCAC de 0,5 % entre 2019 et 2024.

Dans le rapport de l'Association canadienne des optométristes intitulé Optometry in Canada : Optometric Leaders' Forum 2023, 63 % des optométristes étaient des femmes - une nouvelle positive pour l'industrie de la santé en général qui est largement dominée par les hommes. Cela s'explique peut-être par le fait que, selon la situation professionnelle dans laquelle elles se trouvent, le domaine de l'optométrie permet aux femmes de bénéficier d'une certaine souplesse dans leurs horaires, ce qui favorise l'équilibre entre le travail et la vie privée que les hommes et les femmes s'efforcent d'atteindre. En fait, cet équilibre est l'une des principales préoccupations et l'un des principaux critères de décision des nouveaux diplômés et des recrues qui souhaitent entrer dans le domaine de l'optométrie.

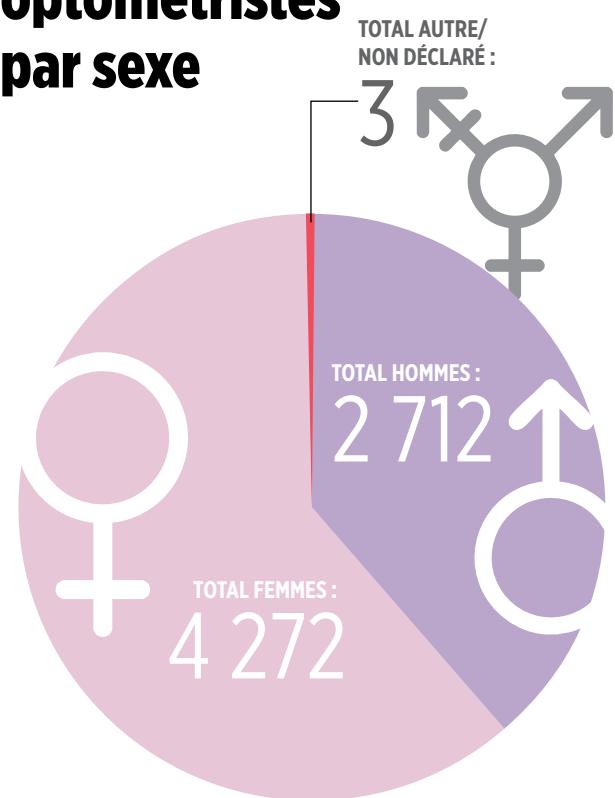
Un cabinet indépendant peut offrir plus de flexibilité et d'accommodements qu'un bureau d'entreprise très structuré, mais tout dépend naturellement du service des ressources humaines de chaque pratique et de sa volonté de répondre aux besoins des gens.

S'il est vrai que les femmes ont toutes besoin d'un congé de maternité, elles ne veulent pas être pénalisées pour avoir pris ce congé en étant considérées comme « peu sérieuses dans leur profession », un reproche souvent adressé aux femmes dans le monde de l'entreprise en général, même en 2025.

La bonne nouvelle, c'est qu'à en juger par le ratio hommes/femmes cité plus haut, les femmes ne sont pas ouvertement empêchées de faire de l'optométrie leur choix de carrière. Emily McMorris est promotrice de la santé à la division des modes de vie sains de la région de York (municipalité régionale de York) en Ontario. Elle est l'auteur du rapport Introduction to the Health Workforce in Canada (Introduction aux effectifs du secteur de la santé au Canada) : Optométrie. Elle écrit : « Le nombre croissant de femmes optométristes a des implications intéressantes pour la profession. Par exemple, une étude sur la féminisation de la pharmacie au Canada a suggéré que les pharmaciennes sont moins intéressées par l'aspect commercial de la profession et sont plus susceptibles de travailler pour des pharmacies gérées par des sociétés plutôt que d'essayer d'exploiter leurs propres entreprises indépendantes (Muzzin, 1994). En raison des similitudes commerciales entre la pharmacie et l'optométrie, ce phénomène peut être similaire pour les femmes optométristes. Dans les villes, la tendance du nombre d'optométristes indépendants est à la baisse, un plus grand nombre d'entre eux travaillant dans des entreprises ou des chaînes de magasins ou pour des opticiens. Dans de nombreuses petites villes, cependant, les optométristes continuent à maintenir des pratiques indépendantes ».

En octobre 2024, le site web californien Eyes on Glance (glance.eyesoneyecare.com) a publié de nouvelles données indiquant que la majorité des étudiants entrant dans les écoles d'optométrie cet automne-là étaient des femmes - et ce n'était pas la première année que cela se produisait. Le magazine Women in Optometry (WIO) a publié au début du mois des données selon lesquelles, sur plus de 2 000 étudiants débutant leur premier semestre dans 26 écoles d'optométrie (en tant que classe de 2028) en Amérique du Nord - y compris le Canada et Porto Rico - 71 % sont des femmes. Il s'agit d'une nette amélioration par rapport à 2013 (63 %).

Répartition des optométristes par sexe



ALBERTA

Hommes : 408
Femme : 484
Autre/Non déclaré : 0

NOUVELLE-ÉCOSSE

Hommes : 57
Femme : 97
Autre/Non déclaré : 0

COLOMBIE BRITANNIQUE

Hommes : 424
Femme : 516
Autre/Non déclaré : 2

ONTARIO

Hommes : 1 137
Femmes : 1 679
Autre/Non déclaré : 0

MANITOBA

Hommes : 96
Femmes : 96
Autre/Non déclaré : 0

ÎLE DU PRINCE-ÉDOUARD

Hommes : 7
Femme : 14
Autre/Non déclaré : 0

NOUVEAU-BRUNSWICK

Hommes : 50
Femmes : 81
Autre/Non déclaré : 0

QUÉBEC

Hommes : 427
Femmes : 1 161
Autre/Non déclaré : 0

TERRE-NEUVE

ET LABRADOR

Hommes : 24
Femme : 36
Autre/Non précisé : 0

SASKATCHEWAN

Hommes : 82
Femmes : 108
Autre/Non déclaré : 1



Le « beau sexe » a un atout en ce qui concerne les différences entre les hommes et les femmes. Dans tous les secteurs de la médecine, les femmes sont nombreuses à préférer un praticien féminin et, selon un article du New York Times, il existe des données qui vont dans ce sens. Selon des études, les femmes médecins sont moins pressées lors des rendez-vous médicaux, prêtent une oreille plus attentive et encouragent davantage les patientes à participer à la prise de décision que leurs homologues masculins.

Sareya Khatkur, OD, de Brantford, en Ontario, a décrit son parcours professionnel personnel dans WIO. Elle a obtenu son diplôme de l'université de Waterloo en 2010. Mme Khatkur n'a que des choses positives à dire sur son parcours et ses expériences professionnelles. Elle écrit que même si travailler sous le même toit qu'un magasin d'optique ne semble pas aussi prestigieux qu'un cabinet privé à part entière, cela pourrait être la solution idéale pour certains optométristes et ne devrait pas être négligé. « Dans un cabinet qui ne fournit pas de médicaments, il y a souvent moins de temps à consacrer aux tâches administratives (sélection des montures, réunions avec les représentants et les fournisseurs de montures, etc.), ce qui m'a permis de me concentrer sur mes centres d'intérêt : les soins oculaires, à l'exclusion des lunettes et de la livraison, et travailler sur des projets dans le domaine des arts visuels. Cela m'a également donné l'occasion de développer une base de patients fidèles à peu de frais ».

« Mon expérience n'a pas toujours été facile, mais elle a toujours été enrichissante. C'est ce qu'a déclaré Leah J. McFerren, DO, PC, dans l'édition d'avril 2023 de l'Optometry Times Journal. Mme McFerren a rédigé un récit fascinant sur son parcours professionnel et sa passion pour l'aide aux autres dans le cadre de la profession qu'elle a choisie. Lorsqu'elle a débuté, son propre optométriste lui a dit : « En optométrie, il n'y a pas de sang, pas de messages « rendez-vous à l'hôpital » à n'importe quelle

« **Être une femme en optométrie signifie avoir de la patience, agir comme une figure maternelle ou une psychologue, et rire et pleurer avec les patients** ».

heure du jour ou de la nuit ». Il lui a également dit que c'était le travail idéal pour une femme parce que je pourrais avoir une bonne vie de famille, je pourrais fixer mes propres horaires et travailler dans n'importe quelle modalité de pratique que je choisirais. L'optométrie m'offrait la possibilité de trouver l'équilibre entre vie professionnelle et vie privée que nous souhaitons tous. J'y ai réfléchi et tout ce qu'il m'a dit était tellement logique. J'ai décidé de m'inscrire à l'école d'optométrie.

« Notre classe comptait environ 30 % de femmes, mais j'étais l'une des deux étudiantes noires de la classe.

Heureusement, j'ai été bien accueillie par mes camarades de classe, au point d'avoir une fête d'anniversaire surprise. L'expérience de l'école d'optométrie a été bonne. Les deux classes précédentes et la mienne comptaient quelques étudiants noirs, et nous avions une section active de l'Association nationale des étudiants en optométrie, dont j'ai été la présidente ». Mme McFerren évoque ensuite la discrimination à laquelle elle a été confrontée, que ce soit en raison de sa couleur ou de sa féminité. « Une nouvelle patiente a rempli les papiers et a été amenée à l'examen. Je l'ai saluée et lui ai dit mon nom. Elle m'a regardée et m'a demandé : « Vous êtes le docteur ? J'ai changé d'avis, et elle est partie. Je suppose que je n'avais pas l'air de ce qu'elle voulait ou attendait ». Elle conclut son reportage en déclarant : « Je fais un effort supplémentaire pour m'assurer que tout le monde est pris en charge, même si cela signifie arriver tôt et partir tard. Être une femme dans l'optométrie signifie avoir de la patience, agir comme une figure maternelle ou une psychologue, et rire et pleurer avec les patients ».

Pour les femmes d'affaires, la notion de « briser le plafond de verre » est un cliché, mais elle est tout à fait vraie. Si les difficultés rencontrées par les femmes qui tentent de s'intégrer dans « l'Amérique des affaires » sont bien réelles, les femmes qui travaillent dans le secteur de l'optométrie semblent prospérer. **PO**

La vision et la santé oculaire des femmes

PAR LA DRE ALLISON SCOTT, vice-présidente de l'ACO

Lorsqu'il s'agit de patients, il est facile de supposer que les risques et les défis de la santé oculaire touchent tout le monde de la même manière, mais la recherche démontre que ce n'est pas le cas. Les femmes sont affectées de manière disproportionnée par la perte de vision et les maladies oculaires.

Au Canada, plus de femmes que d'hommes vivent avec une perte de vision et une maladie oculaire, et elles sont plus à risque de développer certaines affections oculaires, notamment la dégénérescence maculaire, le glaucome et la rétinopathie diabétique. Si l'espérance de vie plus longue et les changements hormonaux liés à l'âge sont des facteurs, ils n'expliquent pas entièrement cet écart.

Ces pathologies peuvent avoir un impact important sur la vie quotidienne, notamment sur l'autonomie et la qualité de vie. Toutefois, malgré une prévalence plus élevée, les recherches sur les raisons pour lesquelles les femmes sont plus touchées par ces affections restent insuffisantes. Des études supplémentaires sont nécessaires pour comprendre les facteurs de risque spécifiques au sexe et pour développer des interventions ciblées.

Une grossesse peut également provoquer des changements inattendus dans la santé des yeux. Les fluctuations hormonales peuvent entraîner une série de troubles visuels temporaires. L'un des plus courants est la sécheresse oculaire, des études indiquent que près de 41 % des femmes enceintes en font l'expérience d'une manière ou une autre. Par ailleurs, certaines femmes peuvent constater une détérioration de leur vision durant la grossesse, en particulier chez celles ayant déjà des erreurs de réfraction.

Bien que les changements de vision pendant la grossesse soient généralement temporaires, ils peuvent compliquer les choses pour les femmes qui ont besoin de verres correcteurs. La sensibilisation à ces enjeux et l'accès à des soins appropriés contribuent grandement à atténuer ces problèmes et à apaiser les inquiétudes.

Tout comme les changements hormonaux au cours de la grossesse peuvent avoir un impact sur la vision, des maladies comme le diabète, y compris le diabète gestationnel, peuvent avoir de graves conséquences sur la santé des yeux. Il est essentiel de procéder à des examens oculaires réguliers pour surveiller les vaisseaux sanguins de l'œil et s'assurer que des mesures sont prises pour réduire le risque



de lésions rétiennes causées par le diabète, pouvant entraîner une perte de vision.

Les femmes sont plus susceptibles que les hommes d'affirmer qu'elles sont préoccupées par leur santé oculaire. Il est important de souligner les avantages de la protection contre les rayons UV, de l'exercice physique régulier, d'une bonne hydratation, de l'arrêt du tabac et d'une alimentation saine. En partageant des informations sur l'importance des soins préventifs et d'un mode de vie sain, nous donnons aux femmes les moyens de faire des choix qui contribuent à une bonne vision et à une bonne santé générale.

Être informées et engagées permet non seulement aux femmes de préserver leur santé oculaire, mais exerce souvent un effet positif sur leur entourage. Dans de nombreuses familles, les femmes sont le pivot de la santé, gérant les rendez-vous, les protocoles et les prescriptions pour les enfants, les partenaires et parfois les parents. Lorsqu'elles connaissent l'importance d'une routine oculaire régulière, elles s'assurent que les autres membres de la famille prennent également soin de leurs yeux.

S'il est encourageant de constater les progrès accomplis, il reste encore beaucoup à faire pour améliorer la santé oculaire des femmes. Il est essentiel d'intensifier la recherche et les interventions ciblées pour combler l'écart entre les sexes de la perte de vision. Cependant, aujourd'hui les femmes ont aussi le pouvoir d'agir. En choisissant un mode de vie sain et en se soumettant à des examens de la vue réguliers, les femmes protègent non seulement leur propre vision, mais influencent également la santé de leur famille. En tant que prestataires de soins oculaires, nous devons continuer à sensibiliser, à plaider en faveur de plus de recherche et à réfléchir à comment nous pouvons contribuer à l'amélioration de la santé oculaire et de la vision des femmes. **PO**

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

Votre carrière, votre choix

Évaluation des possibilités en optométrie

Par Mary-Kate Alliston O.D., B.Sc., Optométriste en chef et Michael Naugle O.D., B.Sc., Vice-président, partenariats en optométrie



Lorsque vous envisagez une carrière en optométrie, il est essentiel d'évaluer soigneusement chaque offre comme toutes les opportunités ne se valent pas. Les conditions peuvent varier et la comparaison d'une offre à l'autre peut s'avérer un défi. Visique a élaboré ce guide pour aider les nouveaux optométristes et ceux expérimentés à évaluer les facteurs les plus importants qui influencent leur carrière en optométrie.

Culture et collaboration

Si les possibilités associées à des rémunérations lucratives semblent très tentantes, en particulier pour un optométriste fraîchement diplômé ayant un prêt étudiant, l'intégration culturelle et l'adéquation professionnelle sont des facteurs clés pour une satisfaction professionnelle à long terme.

Réfléchissez à vos objectifs de carrière et déterminez si vous souhaitez vous concentrer sur les soins aux patients, accéder à des responsabilités de direction ou vous spécialiser dans des domaines tels que l'optométrie pédiatrique ou le glaucome. Le cabinet que vous rejoignez doit s'aligner avec l'évolution de carrière que vous souhaitez. Réfléchissez à ce qui vous motive personnellement et à ce qui vous a amené à choisir l'optométrie en premier lieu. Que ce soit par l'interaction avec les patients, l'utilisation des nouvelles technologies ou votre contribution à la vie communautaire, la compréhension de vos passions vous aidera à prendre vos décisions.

Pour les nouveaux diplômés, la collaboration et le mentorat sont particulièrement importants au début de leur carrière. Si vous aimez travailler en équipe, vous êtes passionné des environnements où vous pouvez collaborer et vous développer, et même accepter des rôles de mentor pour les externes afin de développer vos compétences en leadership. Si vous envisagez de pratiquer seul, explorez les options de mentorat et de soutien à distance disponibles.

Technologie, données démographiques des patients, propriété et équilibre travail-vie personnelle

Lors de l'évaluation d'un cabinet d'optométrie, il faut tenir compte de l'utilisation de la technologie et des spécialités cliniques. Travailler dans un environnement équipé d'outils modernes tels que l'imagerie rétinienne à grand champ, l'OCT ou le HVF améliore non seulement les

soins aux patients, mais offre aussi l'opportunité de rester à la pointe de l'optométrie.

Il est essentiel de comprendre les caractéristiques démographiques de la base de patients. Ces connaissances vous aideront à adapter vos soins et à déterminer si vous allez gérer des cas pédiatriques ou répondre aux besoins d'une population vieillissante.

Si le perfectionnement à long terme est important pour vous, renseignez-vous sur les possibilités de partenariat ou de propriété. Ces options peuvent apporter à la fois une stabilité financière et une évolution de carrière. Prenez le temps d'évaluer la culture du cabinet : c'est là que vous bâtirez votre carrière et vos relations avec les patients. L'environnement de travail doit correspondre à vos valeurs personnelles et à vos objectifs de carrière à long terme.

Enfin, réfléchissez à comment cette opportunité s'intègre dans votre vie personnelle. Le poste offre-t-il la flexibilité dont vous avez besoin pour votre famille, vos loisirs ou votre participation

communautaire? L'équilibre entre le travail et la vie personnelle est essentiel pour assurer votre satisfaction et votre réussite à long terme.

Rémunération et propriété : Facteurs clés à évaluer

La rémunération est un élément important pour évaluer les offres d'emploi. S'il est essentiel de poser les bonnes questions pour comprendre tous les aspects de chaque offre, évaluer la rémunération peut s'avérer complexe. Savoir ce qu'il faut rechercher peut vous aider à prendre une décision éclairée.

● Rémunération aux États-Unis par rapport au Canada

Les modèles de rémunération varient d'un pays à l'autre. Au Canada, les optométristes travaillent généralement en tant qu'entrepreneurs indépendants, et leur rémunération se situe entre 20 à 24 % de la facturation brute. Par contre, aux États-Unis, les optométristes sont généralement des employés rémunérés, ce qui représente entre 15 et 18 % du montant brut de leurs factures. Les optométristes américains choisissent généralement le statut d'employé plutôt que celui d'entrepreneur indépendant pour bénéficier de la couverture médicale associée au fait de travailler pour un employeur. Au Canada, les citoyens ont accès à des soins de santé universels, il est donc plus avantageux pour eux de travailler à leur compte.

Au Canada, la rémunération varie selon la province. En général, la Saskatchewan a tendance à offrir le revenu moyen le plus élevé, tandis que l'Ontario se situe généralement au bas de l'échelle, bien que les pratiques individuelles puissent varier. Les centres urbains ont tendance à attirer davantage d'optométristes, ce qui augmente la concurrence et fait baisser les niveaux de rémunération. Respectivement, les zones rurales ont généralement moins de concurrence, ce qui se traduit par des rémunérations globalement plus élevées.

● Modèles et critères de rémunération

Au Canada, les formules de rémunération sont souvent basées sur un pourcentage de la facturation brute totale. Certains modèles divisent la rémunération en frais professionnels de 50 % et en profits de produits de 50 %, tandis que d'autres utilisent une approche hybride. Il est essentiel de comprendre comment la rémunération est structurée pour évaluer votre stabilité financière et l'évolution de votre carrière.

Trois facteurs clés qui influencent la rémunération. Le premier est le taux de remplissage, qui correspond au pourcentage

de rendez-vous pris par rapport au nombre total de rendez-vous disponibles. Une base de patients plus importante et un système de rappel plus efficace conduisent généralement à des taux de remplissage plus élevés. Pour chaque opportunité, déterminez si vous travaillez avec une base de patients existante ou si vous devrez créer votre propre base à partir de zéro.

Le deuxième facteur est le revenu par examen. La stratégie de tarification des honoraires professionnels et des produits de détail doit refléter la valeur des services fournis. La technologie, la formation du personnel et l'expérience globale du patient sont autant d'éléments qui contribuent à maximiser les recettes. Dans les zones rurales, le revenu par examen peut être plus élevé en raison d'une plus faible concurrence.

Enfin, il s'agit du pourcentage des revenus des factures brutes. Bien que ce facteur soit important et plus facile à comparer entre les occasions, le taux de remplissage et le revenu par examen ont un impact beaucoup plus important sur la rémunération totale. Si la base de patients est faible ou si le revenu par examen est très bas, la rémunération totale peut ne pas être à la hauteur de vos attentes. Il est donc essentiel que ces trois facteurs soient pris en compte conjointement lors de l'évaluation des différentes offres et opportunités.

● Propriété

Si vous envisagez de devenir copropriétaire d'un cabinet indépendant existant, renseignez-vous pour savoir si le propriétaire est ouvert à des partenariats et pour connaître le calendrier et le processus d'évaluation des parts. Pour les cabinets non indépendants, renseignez-vous sur les options de propriété disponibles et sur les conditions de ces opportunités.

Si la perspective de devenir propriétaire est offerte, comprenez comment les actions sont évaluées et quel est le processus de vente si vous décidez de vous retirer. Ces renseignements permettront d'évaluer le potentiel de croissance à long terme.

● Portée du cabinet

Serez-vous en mesure d'exercer l'ensemble de vos capacités cliniques et de vos spécialités? Si vous êtes intéressé par des traitements avancés tels que la prise en charge de la sécheresse oculaire ou le contrôle de la myopie, assurez-vous que le cabinet propose ces services. Des cabinets comme Visique fournissent des ressources et un soutien continu pour aider les optométristes à mettre en œuvre de nouvelles spécialités avec succès, à la fois sur le plan clinique et du point de vue de la viabilité financière.

● Honoraires professionnels et autres considérations supplémentaires de rémunération

Dans les cabinets indépendants, les honoraires doivent être revus chaque année et refléter les technologies et les services offerts. Si vous travaillez dans un cabinet non indépendant, renseignez-vous pour savoir si vous avez le contrôle sur l'établissement des honoraires. Les pratiques qui privilégient « l'abordabilité » pour le patient au détriment d'une rémunération équitable des professionnels peuvent ne pas correspondre à vos attentes financières.

Votre profession, votre avenir

Votre parcours en optométrie ne consiste pas uniquement à choisir un emploi, mais aussi à bâtir votre avenir. Assurez-vous d'évaluer soigneusement chaque opportunité, en tenant compte de tous les éléments, que ce soit de la rémunération, l'équilibre entre vie professionnelle et vie privée, le mentorat ou les possibilités d'évolution. Il est essentiel de travailler dans un cabinet qui vous permettra d'exercer l'intégralité de votre champ d'action, de progresser dans votre expertise clinique et de créer une carrière durable.

Visiques'engage à aider les optométristes à atteindre leur plein potentiel. Qu'il s'agisse de mentorat, d'opportunités de gestion ou de développer des spécialités cliniques, nous fournissons les outils et les ressources nécessaires pour prospérer dans l'optométrie. Effectuez vos recherches, posez les bonnes questions et choisissez une carrière qui vous apportera à la fois un épanouissement professionnel et le bonheur personnel. **PO**



Mary-Kate Alliston
O.D., B.Sc.,
Optométriste
en chef



Michael Naugle
O.D., B.Sc., Vice-
président, partenariats
en optométrie





Quel est votre génie ?

Découvrez vos points forts pour travailler plus intelligemment, et pas plus fort, avec *Le Génie Professionnel*.

PAR NANCY DEWALD

L'épuisement professionnel est plus lié à la nature de l'emploi qu'à une surcharge de travail. Cette affirmation est tirée d'un programme intitulé *Le Génie Professionnel* de Patrick Lencioni.

Lorsque je guide mes clients à travers ce programme, nous parvenons à faire plus en moins de temps. C'est pourquoi je me suis sentie contrainte de partager ce programme et ses concepts clés.

Le modèle du *Génie Professionnel* explique qu'il existe six types de génies du travail et un ordre logique de réussite. Chacun d'entre nous a la capacité de tirer de la joie et de l'énergie de deux de ces types de travail - nos Génies travailleurs. Parce que nous aimons ce type de travail, nous gravitons naturellement autour de lui et nous sommes généralement compétents dans ce domaine.

D'un autre côté, il y a des types de travail qui nous épuisent ou nous drainent naturellement. C'est ce qu'on appelle nos Frustrations de travail. Pour beaucoup d'entre nous, nos frustrations professionnelles sont la source de culpabilité et d'auto-

jugement, car nous nous sentons mal de ne pas être compétents ou désireux d'aider dans ces domaines. Bien que nous ne puissions pas toujours éviter ces tâches, nous sommes censés minimiser le temps que nous y consacrons. Cependant, si nous ne comprenons pas quelles sont ces lacunes, nous ne pouvons pas les minimiser efficacement.

Les deux autres types de travail ne nous apportent ni joie ni épuisement ; ils sont connus sous le nom de « compétences professionnelles ».

L'objectif, que ce soit en tant qu'individu ou en tant qu'équipe, est de comprendre nos domaines de génie, de compétence et de frustration afin d'améliorer la satisfaction et la productivité au travail.

Quels sont les six génies ?

1 Le génie de l'émerveillement (W) Le don naturel de réfléchir aux possibilités d'accroître les opportunités dans une situation donnée. Les personnes dotées de ce génie sont curieuses en permanence et à la recherche de moyens de s'améliorer.

2 Le génie de l'invention (I) Le don naturel de créer des idées et des solutions originales. Les personnes dotées de ce génie aiment générer de nouveaux concepts et résoudre des problèmes, créant souvent quelque chose à partir de rien.

3 Le génie du discernement (D) Le don naturel d'évaluer intuitivement les idées et les situations. Ces personnes ont le don d'évaluer les idées ou les situations et de fournir des conseils précieux.

4 Le génie de la galvanisation (G) Le don naturel de rallier, d'inspirer et d'organiser les autres pour qu'ils agissent. Les personnes dotées de ce génie aiment donner de l'énergie et de l'élan à une idée ou à une décision.

5 Le génie de l'activation (E) Le don naturel d'encourager et d'aider à la réalisation d'une idée ou d'un projet. Ces personnes répondent rapidement aux besoins des autres, offrant leur coopération et leur aide.

6 Le génie de la réalisation (T) Le don naturel de mener des tâches ou des projets à leur terme et d'obtenir des résultats. Les personnes dotées de ce génie visent l'excellence et aiment voir l'impact de leurs efforts.

Comprendre ces génies, et comment leur ordre soutient la mise en œuvre de tout projet, améliore les chances de succès.

La plupart de nos heures d'éveil sont consacrées au travail. Apprendre à travailler plus intelligemment, et non plus fort, que ce soit en tant qu'individu ou en tant qu'équipe, rend le travail plus agréable. **PO**

Pour plus d'informations, ou pour effectuer une évaluation et élaborer un plan d'action, contactez leadupforsuccess@outlook.com

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.

La prépondérance des cas chez les femmes souligne qu'elles nécessitent une attention accrue en soins oculaires généraux.

Les besoins uniques des femmes en santé oculaire

La littérature médicale montre que les femmes sont moins susceptibles d'accéder aux soins de santé que les hommes. Selon une enquête menée par Prevent Blindness, une organisation de Chicago dont la mission est de prévenir la cécité et de préserver la vue, les femmes ont une perception erronée des risques de perte de vision, ce qui peut les amener à négliger leurs besoins en soins oculaires. Le fait que les femmes ont tendance à prioriser les besoins des autres par rapport aux leurs, est également un élément qui contribue à cette situation. L'enquête a révélé que :

- moins de 10 % des femmes savent qu'elles courent un plus grand risque de perte de vision permanente que les hommes
- 86 % pensent à tort que les hommes et les femmes courent les mêmes risques
- 5 % pensent que les hommes courent un plus grand risque
- Une femme sur quatre n'a pas eu d'examen de la vue au cours des deux dernières années.

Ici, le rôle bien connu des facteurs socio-économiques est en jeu. Selon «The Lancet Global Health Commission on Global Eye Health : Vision Beyond 2020», 90 % des personnes souffrant de déficiences visuelles vivent dans des pays à revenu faible ou intermédiaire.

Le rapport de Statistique Canada intitulé « Auto-évaluation de la santé oculaire au Canada : 20 ans de données », publié en 2022, s'est avéré particulièrement précieux, car peu d'études sur la santé oculaire ont été réalisées au Canada, et elles ne couvraient pas plusieurs années de données. La santé oculaire a été analysée en fonction de l'année, du sexe et de l'âge, ainsi que du statut d'immigrant, du niveau d'éducation le plus élevé du ménage et du quintile de revenu du ménage.

Les résultats autodéclarés ont révélé des informations intéressantes sur la santé oculaire globale au Canada. En 2020, la proportion de la population ayant affirmé avoir une bonne vision sans correction était d'environ 75 % chez les jeunes âgés de 12 à 19 ans, pour les deux sexes. Cette proportion était considérablement plus faible chez les personnes âgées de 45 à 49 ans et s'élevait à environ 25 % chez les personnes âgées de 55 ans ou plus. La bonne vision



AVIS !

Emphase sur la santé et les migraines oculaires chez les femmes

PAR EVRA TAYLOR

Si vous avez déjà souffert d'une migraine - quel qu'en soit le type - vous savez à quel point elle peut être débilitante, avec des effets qui durent des heures, voire des jours.

Comme dans de nombreux secteurs de la médecine, il existe des différences entre les sexes en ce qui concerne la prévalence de certaines affections, et le domaine de la migraine n'échappe pas à la règle. Les migraines sont plus fréquentes chez les femmes que chez les hommes, dans un ratio de 3:1, et au moins 50 % d'entre elles sont d'origine génétique. L'écart entre les sexes est considérable comme les femmes souffrent plus souvent que les hommes de cécité et de perte de vision dues à la

dégénérescence maculaire liée à l'âge, à la cataracte et à la sécheresse oculaire. Certains des facteurs qui contribuent à ce déséquilibre sont le manque d'accès aux soins oculaires, les facteurs de risque, notamment les changements hormonaux, et l'espérance de vie.

La sécheresse oculaire est plus fréquente chez les femmes, en partie à cause des changements hormonaux associés au vieillissement. Et les femmes sont plus susceptibles de souffrir de maladies auto-immunes, qui ont souvent des effets secondaires sur la vue. De plus, les femmes sont plus susceptibles de recevoir des traitements anticancéreux qui peuvent affecter leur santé visuelle.

Moins de 10 % des femmes savent qu'elles courrent un plus grand risque de perte de vision permanente que les hommes.



sans correction déclarée s'est améliorée entre 2000/2001 et 2020, sauf pour les personnes âgées de 20 à 39 ans. Plus particulièrement, chaque année, moins de femmes que d'hommes ont affirmé avoir une bonne vision sans correction.

C'est pourquoi les professionnels des soins oculaires et les femmes doivent accorder une attention particulière à leur santé oculaire à tous les stades de leur vie.

Gérer l'impact de la lumière sur votre vie

Charles Posternack, docteur en médecine, est président-directeur général d'Avulux, fabricant de verres pour la migraine et la sensibilité à la lumière, conçues spécifiquement pour la migraine oculaire et les caractéristiques uniques de cette affection qui la différencient des autres types de migraine.

« L'histoire d'Avulux a débuté il y a plus de 12 ans, mais ce n'est qu'en 2019 qu'Avulux a été lancé commercialement en tant que produit - bien que de façon très limitée. Avulux est un projet qui est né d'une passion et qui me tient particulièrement à cœur. Mes deux filles souffrent de migraines et elles étaient toutes deux adolescentes au moment de leur première crise. Malheureusement, les options de traitement disponibles à l'époque avaient de nombreuses limites et entraînaient à la fois des effets

secondaires et une tolérance acquise. Lorsque j'ai découvert le concept de la technologie Avulux, j'ai tout de suite su qu'elle présentait de nombreux avantages potentiels en tant qu'outil holistique et non invasif de gestion de la migraine », a déclaré le Dr Posternack.

Le Dr Posternack a expliqué que la migraine oculaire est associée à des modifications de la vision. Le terme n'est plus utilisé car il fait référence à deux types de migraine différents, à savoir la migraine avec aura et la migraine rétinienne. Les auras migraineuses sont liées à des activités biochimiques ou électriques secondaires qui se produisent dans le cerveau. Elles ont tendance à être de nature visuelle et touchent les deux yeux simultanément. Les symptômes visuels typiques sont des éclairs lumineux, des motifs visuels inhabituels en zigzag, des zones aveugles dans un champ visuel ou des éclairs de tâches ou d'étoiles. En général, ces symptômes ne sont pas très graves et disparaissent en moins de 60 minutes. En revanche, les crises de migraine rétinienne sont rares et provoquent ces brèves perturbations visuelles dans un seul œil. « Il est très important de noter qu'une personne qui ressent ces troubles visuels pour la première fois doit consulter un médecin afin d'exclure d'autres causes plus graves. Pareillement, si la fréquence de ces symptômes commence à augmenter, il convient de consulter un professionnel de la santé », a affirmé le Dr Posternack.

Alors que la prévalence de la migraine oculaire n'est que de 0,5 %, la prévalence globale de la

migraine est en augmentation. L'hypothèse selon laquelle cela pourrait être lié à la dépendance et à l'utilisation croissante des appareils numériques dans notre société a été formulée, la lumière étant un facteur déclencheur bien connu de la migraine.

Le Dr Posternack a ajouté qu'il existe une base génétique certaine pour la migraine.

« Nous ne savons pas exactement pourquoi seules certaines personnes souffrant de migraine sont sensibles à la lumière, mais nous avons émis l'hypothèse que cela pouvait être lié à la méthode de traitement des stimuli visuels dans le cerveau d'un individu ».

Jusqu'à 60 % des crises de migraine sont déclenchées par la lumière. Le verre Avulux est un filtre optique de précision multi bande breveté qui filtre jusqu'à 97 % de la lumière bleue, ambre et rouge la plus nocive, tout en laissant passer jusqu'à 70 % de la lumière verte apaisante. Une première pour un verre optique : dans une étude indépendante, aléatoire, en double aveugle et contrôlée par placebo, le filtre Avulux a démontré son efficacité par rapport au placebo.

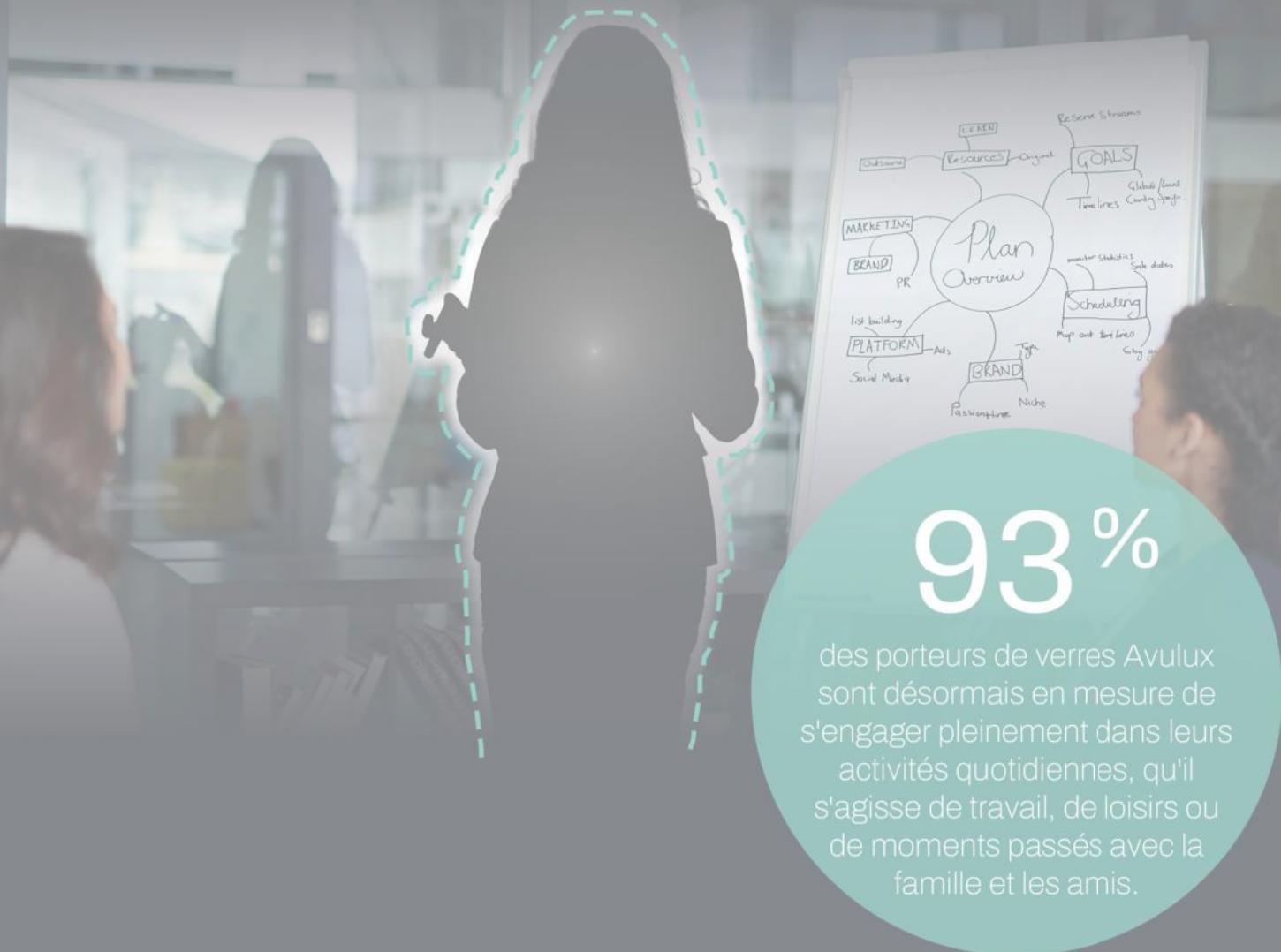
Le Dr Posternack note que l'un des avantages des lunettes Avulux est l'absence d'effets secondaires et de distorsion des couleurs. « Les verres Avulux ont été conçus pour être neutres en termes de couleurs, afin que les porteurs puissent trouver le confort sans que cela ait un impact sur leur qualité de vie. Bien que les verres Avulux soient disponibles auprès des professionnels des soins oculaires dans tout le Canada, il y a plus de fournisseurs en Alberta que dans toute autre province, grâce à un groupe d'utilisateurs précoce à Calgary ».

Que peuvent faire les professionnels des soins oculaires pour promouvoir la santé oculaire des femmes ?

Les professionnels des soins oculaires canadiens peuvent jouer un rôle majeur dans la promotion de la santé oculaire des femmes en éduquant et en sensibilisant leurs patientes. Les conseils aux patients peuvent aider les femmes à comprendre l'importance des changements de mode de vie tels que l'arrêt du tabac, le contrôle du poids et la limitation ou au moins le contrôle de l'utilisation des appareils électroniques, par exemple en faisant des pauses régulières à leur poste de travail. Les cliniciens qui se préoccupent réellement de la santé oculaire et du bien-être général de leurs patientes sont en mesure d'avoir un impact significatif sur leur vie et celle de leur famille. **PO**



Elle a d'excellentes idées à partager. . .
Ne la laissez pas manquer une autre
opportunité.



Enrichissez la vie de vos patients en vous assurant qu'ils ne manquent plus de précieux moments de productivité grâce aux seuls verres cliniquement prouvés contre la migraine.

Visitez (anglais) ecp.avulux.com/back-in-action

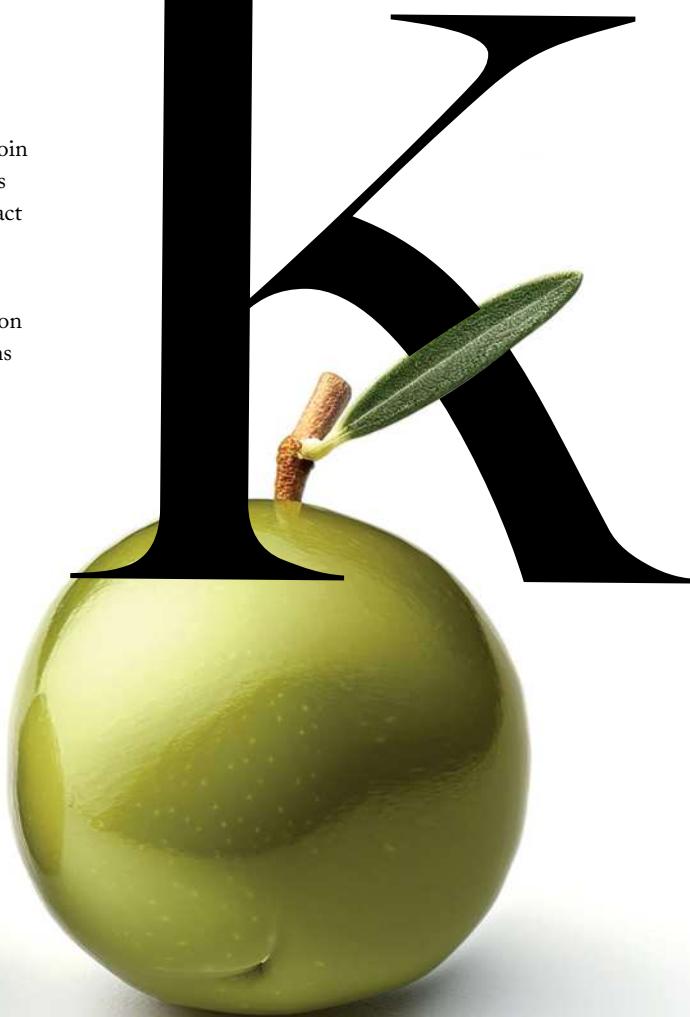
L'effet Ortho

Les progrès de l'orthokératologie permettent un meilleur contrôle de la myopie

PAR EVRA TAYLOR

Dans le domaine des sciences de la vision, répondre au besoin croissant de technologies de verres toujours plus avancées pousse les leaders du développement de lentilles de contact ortho-K à investir massivement dans la recherche et le développement de nouveaux designs de lentilles.

Le contrôle de la myopie et la prévention de sa progression restent au premier plan des maladies oculaires et des soins visuels comme son incidence et sa prévalence ne cessent d'augmenter chez les enfants et les adultes.



En mesurant la qualité de vie, les chercheurs ont rapporté que l'ortho-k est la méthode préférée de gestion de la myopie chez les enfants et les adultes physiquement actifs.

Le domaine de l'ortho-K connaît une expansion majeure du marché. La recherche et les marchés indiquent que les efforts croissants des principaux fabricants pour lancer de nouveaux produits et obtenir les autorisations réglementaires sont le principal facteur de croissance du marché, alimenté bien sûr par l'augmentation de la prévalence de la myopie. Selon une étude publiée par l'International Myopia Institute en 2022, près de 50 % de la population mondiale sera myope d'ici 2050.

L'Association canadienne des optométristes (ACO) affirme qu'en 2024, la myopie touchera 30 % de la population. De plus, la myopie se manifeste à un âge plus jeune, dès l'enfance (6-7 ans), et progresse plus rapidement que dans les générations précédentes. Plusieurs études ont montré que, par rapport aux enfants myopes qui portent des lunettes ou des lentilles de contact régulières, les enfants myopes qui suivent un traitement d'orthokeratologie pendant plusieurs années risquent d'être moins myopes à l'âge adulte. Le traitement orthokeratologique consiste à porter des lentilles de contact rigides perméables au gaz, adaptées aux besoins du patient et conçues pour remodeler la cornée afin de corriger la myopie pendant le sommeil. Les lentilles sont retirées pendant les heures d'éveil. L'objectif est de réduire le port de lentilles de contact correctrices à deux ou trois nuits par semaine. Les candidats idéaux pour les lentilles ortho-k sont des personnes ayant une myopie légère à modérée. Ce type de lentilles de contact peut être une solution pour les personnes qui pratiquent des sports de contact ou qui passent du temps dans des environnements poussiéreux et qui ne peuvent donc pas porter de lunettes.

De même, pour les personnes qui hésitent à recourir à la chirurgie ou qui ne sont pas admissibles à une correction chirurgicale de la vision, l'ortho-K peut être une option sans douleur et facile à adopter.

Un article publié dans *Contact Lens & Anterior Eye (Patient and Parent Perceptions of Myopia Modalities [Lattery LJ, Chao C, Walline JJ, et al])*,¹ soutenu en partie par une subvention de CooperVision, démontre la supériorité de l'ortho-k par rapport aux lentilles de contact et aux lunettes. En mesurant la qualité de vie, les chercheurs ont rapporté que l'ortho-k est la méthode préférée pour la gestion de la myopie chez les enfants et les adultes physiquement actifs. Dans cette étude, l'âge moyen des adultes était de 22 ans et celui des enfants de 14 ans. Les résultats ont montré que les porteurs d'ortho-k étaient plus satisfaits de leur vision, de leurs activités et de leur situation générale que les porteurs de lunettes. Les enfants ont rapporté des scores plus élevés pour les activités que les porteurs de lentilles de contact souples et de lunettes. Les parents d'enfants qui portent des lentilles de contact souples ont rapporté une qualité de vie visiblement plus élevée pour les activités, la gestion de soi, l'apparence et les sous-catégories générales que les parents d'enfants qui portent des lunettes.

L'étude conclut que les enfants et les adultes actifs perçoivent des avantages significatifs de l'ortho-k par rapport à ceux qui portent des lunettes.

L'ortho-k moderne utilise des lentilles LRPG à géométrie inversée.

Une lentille à géométrie inversée présente une courbe centrale plate et une courbe inversée adjacente qui est plus raide que le rayon central.

Cette courbe inversée est reliée à des courbes périphériques plus plates qui s'alignent sur la cornée mi-périphérique. La conception moderne est bien centrée et très stable, ce qui permet une correction rapide et prévisible des myopies importantes et même d'autres types d'erreurs de réfraction.²

Des études récentes ont démontré que les lentilles ortho-K avec des diamètres de zone optique postérieure (BOZD) plus petits entraînent une réduction des diamètres de la zone de traitement. Cette modification de conception a été associée à un contrôle plus efficace de la myopie, suggérant que la personnalisation des lentilles peut améliorer les résultats du traitement.³

Ce que l'on sait déjà sur ce sujet : La diminution du diamètre de la zone optique postérieure (BOZD) des lentilles d'orthokeratologie peut réduire la taille de la zone de traitement, ce qui a un effet protecteur contre l'allongement axial.

Comment cette étude pourrait-elle affecter la recherche ? Cette étude confirme davantage que des BOZD plus petits produisent de meilleurs effets de contrôle de la myopie et propose un seuil optimal pour la taille de la zone de traitement afin d'obtenir un meilleur effet, ce qui est utile pour un contrôle plus efficace de la myopie. **PO**

RÉFÉRENCES :

1. Patient and parent perceptions of myopia modalities. Lattery LJ, Chao C, Walline JJ et al. *Contact Lens & Anterior Eye*, 2023.
2. Recent Advances in Orthokeratology. Frogozo M, OD, FAAO, Kumar K, OD. *Contact Lens Spectrum*, 2021.
3. Efficacy of small back optic zone design on myopia control for corneal refractive therapy (CRT): a one-year prospective cohort study. Li X, Zuo L, Zhao H et al. *Eye and Vision*, 2023.

Au-delà du bilan

Découvrez des stratégies pour optimiser vos finances, réduire vos impôts et planifier votre avenir.

PAR TIM PAZIUK

Plongeons dans le monde passionnant des finances et découvrons des moyens pour prendre le contrôle de votre avenir financier ! Il est trop facile de passer trop de temps à regarder en arrière, mais la véritable opportunité se trouve devant nous. Au lieu de rencontrer votre comptable une ou deux fois par an pour passer en revue les déclarations de revenus ou les états financiers précédents, faites le choix proactif de vous engager dans une planification orientée sur l'avenir.

Vos comptables ne sont pas uniquement des spécialistes de chiffres - ceux sont des membres essentiels de votre équipe financière, et leurs idées peuvent considérablement améliorer votre processus de planification.

Vos comptables ne sont pas uniquement des spécialistes de chiffres - ce sont des membres essentiels de votre équipe financière, et leurs idées peuvent considérablement améliorer votre processus de planification. De nombreux comptables ne s'engagent pas suffisamment dans la planification stratégique avec leurs clients, ce qui conduit à des opportunités manquées et des dépenses inutiles. Par exemple,

ça fait des années que vous suivez la même stratégie salariale et de dividendes ? Même si ça a bien fonctionné dans le passé, ça vaut la peine de la revoir pour s'assurer que c'est toujours la meilleure approche pour vous aujourd'hui.

Les lois et réglementations fiscales évoluent et, avec le temps, le cadre entourant le crédit d'impôt pour dividendes a subi des changements



importants. Il y a eu un temps où prendre uniquement des dividendes était le choix le plus avantageux sur le plan fiscal. Aujourd'hui, dans de nombreuses régions, ce n'est plus le cas.



C'est pourquoi il est essentiel de planifier régulièrement ses revenus. En comprenant vos besoins de trésorerie, vous pouvez prendre des décisions éclairées concernant les cotisations à un REER, les paiements au titre du Régime de pensions du Canada et même les avantages potentiels de l'utilisation d'un régime de retraite individuel. Ces considérations devraient être au cœur de vos discussions avec votre comptable.

Avant de décider de votre stratégie de rémunération, il est essentiel de comprendre comment votre structure de rémunération affecte le cadre fiscal de votre entreprise. Par exemple, les salaires sont déductibles pour votre entreprise, ce qui vous permet de réaliser des économies d'impôt, tandis que les dividendes sont imposables pour vous en tant que personne physique après que l'entreprise a payé des impôts sur ses bénéfices. De plus, prendre un salaire augmente votre marge de cotisation à un REER, alors que se baser uniquement sur les dividendes n'offre pas le même avantage.

Un autre élément important à prendre en compte est le crédit d'impôt remboursable sur les dividendes. Votre entreprise pourrait détenir des taxes remboursables qui peuvent être récupérées lorsque vous prenez des dividendes. Intégrer cela dans votre stratégie financière pourrait permettre de libérer des avantages supplémentaires.

Il est également utile d'examiner vos arrangements comptables. Si votre comptable fait également office de teneur de livres, évaluez si cette formule est rentable. Les entreprises nationales ont souvent des frais de tenue de livres plus élevés que les teneurs de livres indépendants. Lorsque vous comparez les options, donnez la priorité à la qualité du service. Si vous choisissez un service de tenue de livres externe, assurez-vous qu'il collabore étroitement avec votre comptable afin d'éviter les erreurs qui pourraient entraîner des coûts supplémentaires.

Une communication en temps opportun avec votre comptable est essentielle. De nombreux clients se voient imposer des pénalités ou des intérêts sur des impôts impayés simplement parce qu'ils n'ont pas reçu rapidement les informations nécessaires. Bien que votre comptable soit là pour vous soutenir, respecter les délais reste avant tout de votre responsabilité. Par exemple, si votre exercice fiscal se termine le 31 décembre, les impôts dus

doivent être réglés le 28 février ou le 31 mars, en fonction de vos revenus. Si vous n'avez pas reçu de nouvelles de votre comptable à cette date et que vous avez des obligations fiscales, les intérêts commenceront à prendre effet après le 1er mars.

Pour simplifier vos obligations financières, votre comptable devrait vous fournir chaque année un calendrier précis des versements pour les salaires et les acomptes provisionnels corporatifs. La mise en place d'un système de paiement automatique par l'intermédiaire de votre banque peut faciliter ce processus. Après la clôture de l'exercice, veillez à communiquer à votre comptable un aperçu de vos résultats financiers afin qu'il puisse vous fournir une estimation fiscale précise. Les paiements en trop pourraient vous réservé une agréable surprise de remboursement.

Des réunions régulières avec votre comptable pour examiner les déclarations de revenus et les états financiers sont inestimables. Profitez-en pour lui poser des questions sur les stratégies alternatives qui pourraient vous aider à économiser de l'impôt. Il existe peut-être de nouvelles possibilités qui n'attendent que d'être explorées.

En prenant ces mesures proactives, vous ne gagnez pas seulement en confiance dans votre planification financière, mais vous préparez également le terrain pour un avenir plus lumineux et plus sécurisé. Saisissez l'occasion et mettez toutes les chances de votre côté pour réussir! **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.

Voir en rouge

Explorer le potentiel de la thérapie par la lumière rouge pour la santé oculaire

PAR ROBERT DALTON

La thérapie par lumière rouge a attiré l'attention en raison de son potentiel à améliorer la santé de la peau, favoriser la guérison des plaies et soulager l'arthrite. Aujourd'hui, une petite étude suggère qu'elle pourrait également protéger nos yeux à mesure que nous vieillissons. Bien que les résultats soient préliminaires, ils mettent en évidence une piste de recherche prometteuse pour lutter contre le déclin de la vision lié à l'âge. Cependant, les experts avertissent que la thérapie par lumière rouge n'a pas été suffisamment étudiée chez l'humain et ne devrait pas encore être tentée hors des environnements de recherche contrôlés.

Cet article examine les fondements scientifiques de la thérapie par lumière rouge, ses implications sur la santé oculaire et les limites de la recherche actuelle.

La science de la thérapie par lumière rouge

La thérapie par la lumière rouge consiste à exposer le corps à de faibles niveaux de lumière proche de l'infrarouge ou rouge profond. Cette lumière pénètre dans la peau pour stimuler les processus cellulaires, particulièrement dans les mitochondries, la « centrale électrique » de la cellule. En vieillissant, l'efficacité des mitochondries diminue, entraînant une baisse de la production d'énergie et contribuant à divers

problèmes de santé liés à l'âge. Certains scientifiques pensent que la thérapie par la lumière rouge peut revigorer les mitochondries et restaurer leur production d'énergie.

Dans le contexte de la santé oculaire, la thérapie se concentre sur les cellules coniques de la rétine. Les cellules coniques sont responsables de la vision des couleurs et de la sensibilité aux contrastes, qui se détériorent toutes deux avec l'âge. Une étude publiée en 2020 a testé les effets de la thérapie par la lumière rouge sur 24 participants âgés de 37 à 70 ans. Les chercheurs ont constaté qu'une brève exposition à la lumière rouge intense (longueur d'onde de 670 nm) pendant trois minutes par jour pendant deux semaines a amélioré la sensibilité aux contrastes des couleurs chez les adultes plus âgés. Cela suggère que les cellules coniques vieillissantes pourraient avoir été « rechargées » par la lumière rouge.

Les preuves jusqu'à présent

Bien que l'étude 2020 offre des perspectives intéressantes, il est essentiel de replacer ces résultats dans leur contexte. L'échantillon était de petite taille, ne comprenant que 24 personnes, ce qui limite la généralisation des résultats. De plus, il n'est pas clair si les améliorations étaient directement dues à la thérapie par lumière rouge ou si elles résultent d'un effet d'apprentissage, où les participants sont devenus plus expérimentés à effectuer le test

Des études sur les animaux et des recherches en laboratoire confirment les avantages potentiels de la thérapie par lumière rouge pour la santé des yeux. Une étude réalisée en 2017 sur des souris âgées a montré que l'exposition à la lumière rouge inversait partiellement les effets du vieillissement rétinien. De même, une étude réalisée en 2019 sur des cellules rétiniennes cultivées en laboratoire a montré que la lumière rouge pouvait contrecarrer les dommages causés par la lumière bleue. Bien que prometteurs, ces résultats doivent être validés par des études sur des humains.

Limites actuelles et avis d'experts

Malgré l'enthousiasme suscité par la thérapie par lumière rouge, les experts appellent à la prudence. Selon le Dr Ninel Z. Gregori, ophtalmologiste au Bascom Palmer Eye Institute, bien qu'il y ait des preuves suggérant que la thérapie par la lumière pourrait améliorer la santé oculaire, il faut beaucoup plus de recherches pour confirmer sa sécurité et son efficacité chez les humains. « Nous avons besoin de beaucoup plus de données chez les humains avant qu'elle puisse être utilisée pour traiter les maladies oculaires ou les yeux vieillissants », souligne le Dr Gregori.

Le profil de sécurité de la thérapie est une autre considération essentielle. Avant que la lumière rouge puisse être adoptée comme traitement des affections oculaires, les chercheurs doivent déterminer la longueur d'onde, la dose, la durée du traitement et la méthode d'administration optimale. Sans ces informations, il existe un risque d'effets secondaires involontaires ou de traitements inefficaces. L'absence actuelle d'essais à grande échelle sur l'homme signifie que toute utilisation de la thérapie par la lumière rouge pour la santé des yeux demeure spéculative.

Orientations futures de la recherche

Si d'autres études confirment les résultats de l'étude 2020, la thérapie par la lumière rouge pourrait devenir un outil précieux pour traiter les affections oculaires liées à l'âge. Les applications potentielles comprennent le traitement de la dégénérescence maculaire, de la maladie oculaire diabétique et de la perte progressive de la vision des couleurs associée au vieillissement. Ces affections ont un impact considérable sur la qualité de vie, et des traitements non invasifs efficaces constituent une avancée bienvenue.

Les recherches futures devraient se concentrer sur la réalisation d'essais cliniques à grande échelle, randomisés et contrôlés par placebo, afin d'évaluer l'efficacité et la sécurité de la thérapie par lumière rouge chez les humains. Ces études devraient également examiner si les avantages de la thérapie s'étendent à d'autres aspects de la santé oculaire, tels que la réduction de l'inflammation ou l'amélioration du flux sanguin rétinien.

Par ailleurs, les chercheurs doivent déterminer si les effets observés chez les animaux et les cellules cultivées en laboratoire peuvent être reproduits chez l'homme.

Implications pratiques et sensibilisation du public

Pour l'instant, la thérapie par la lumière rouge ne doit pas être utilisée à domicile pour traiter la santé des yeux. Les appareils à lumière rouge disponibles dans le commerce ne sont pas réglementés à cette utilisation et ils pourraient être dangereux en cas de mauvaise application.

Il est essentiel que le public comprenne qu'une recherche prometteuse à un stade précoce n'équivaut pas à un traitement éprouvé.

Les messages de la santé publique devraient mettre l'emphasis sur l'importance de préserver la santé globale des yeux par des méthodes établies, telles que des examens oculaires réguliers, le port de lunettes de soleil avec protection UV, la prise en charge de maladies chroniques comme le diabète et une alimentation riche en antioxydants. Ces mesures restent les moyens les plus fiables pour favoriser une vision saine, pendant que la recherche sur les thérapies innovantes telles que la lumière rouge se poursuit.

Conclusion

La thérapie par la lumière rouge représente un domaine d'exploration fascinant pour la préservation de la vision en vieillissant. Des études préliminaires suggèrent que l'exposition à la lumière rouge intense peut améliorer la sensibilité au contraste des couleurs en rajeunissant les cellules coniques vieillissantes de la rétine. Cependant, les preuves sont loin d'être

concluantes et des lacunes importantes dans la recherche doivent être comblées avant que la thérapie puisse être considérée comme sécuritaire et efficace pour l'utilisation sur les humains.

À mesure que les chercheurs explorent davantage le potentiel de la thérapie par lumière rouge, il est crucial d'aborder le sujet avec une perspective équilibrée, en reconnaissant à la fois ses promesses et ses limites. Pour l'instant, les personnes intéressées à préserver leur vision devraient s'appuyer sur des pratiques fondées sur des données probantes et consulter des professionnels de la santé oculaire

Bien que l'avenir de la thérapie par lumière rouge pour la santé oculaire soit prometteur, elle reste un travail en cours — un domaine qui a le potentiel de transformer notre façon de penser au vieillissement et à la vision. **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.

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





MIDO 2025

Une célébration de la lunette,
de l'innovation et des relations

PAR NICK SAMSON

La participation à MIDO 2025 à Milan a été une expérience de plus exceptionnelle. Étant le premier salon mondial de la lunetterie, l'événement a rassemblé des milliers de professionnels de l'industrie, de visionnaires et de designers, tous animés par une passion commune pour l'innovation et au savoir-faire. Mais avant même que l'événement principal ne débute, Suzanne et moi avons eu le privilège d'assister à une rencontre exclusive organisée par l'Agence italienne du commerce (ITA) - une expérience qui a donné le ton à un voyage inoubliable.

UN ACCUEIL PRIVÉ :

Le meilleur de la lunetterie italienne

Avant l'ouverture de l'exposition, l'ITA a eu la gentillesse d'organiser un événement privé pour un groupe restreint d'invités, dont je faisais partie. Dans ce cadre intime nous avons rencontré et échangé avec 67 talentueux créateurs de lunettes italiens, chacun mettant en lumière l'art et le dévouement qui se cachent derrière le label « Made in Italy ». Les montures exposées étaient à couper le souffle, des pièces alliant l'élégance intemporelle et l'innovation moderne, confirmant une fois de plus l'Italie comme chef de file mondial de la conception de lunettes.

Ce qui a rendu cet événement encore plus spécial, c'est la chaleur et l'hospitalité authentiques de nos hôtes italiens. L'équipe de l'ITA a veillé à ce que nous nous sentions non seulement les bienvenus, mais véritablement honorés en tant qu'invités. Des échanges enrichissants avec les créateurs aux discussions inspirantes sur l'avenir de l'industrie, cet après-midi a été une introduction parfaite à MIDO 2025.

PREMIER JOUR :

L'ouverture officielle de MIDO 2025

Dès l'ouverture officielle des portes de MIDO, une énergie palpable régnait dans

l'air. L'édition de cette année comptait plus de 1 200 exposants—dont 150 nouveaux—répartis sur sept pavillons et huit espaces d'exposition. Les chiffres parlaient d'eux-mêmes : les préinscriptions avaient augmenté de 15%, et 1 000 mètres carrés supplémentaires avaient été ajoutés pour répondre à la demande croissante.

MIDO est depuis longtemps reconnu comme le carrefour incontournable de l'industrie pour les affaires, le réseautage et la formation, et cette année n'a pas fait exception. La présence d'invités de marque, dont le sénateur Adolfo Urso, ministre italien des Entreprises et du Made in Italy, a souligné l'importance de l'événement à l'échelle mondiale. Dans son discours, il a mis en lumière avec éloquence la façon dont l'Italie a su transformer la lunette, d'un simple dispositif médical à un accessoire de mode et une prouesse technologique.

JOUR 2 : Affaires, apprentissage et échanges culturels

La deuxième journée de MIDO a attiré un nombre impressionnant de visiteurs, allant des acheteurs et distributeurs aux professionnels de la vue et designers. Des ententes d'affaires ont été conclues, des collaborations se sont formées, et des experts du monde entier ont échangé des idées sur les tendances du marché et les innovations.

Au-delà du commerce, l'événement a également offert des opportunités précieuses de formations et de discussions. Une des conférences marquantes fut « Oups. Je l'ai encore dit : naviguer dans le monde du langage inclusif », une session stimulante sur le pouvoir du langage dans la formation de la culture d'entreprise et l'inclusion sociale. Un autre moment fort fut la présentation de l'étude WGSN sur les tendances futures des consommateurs, qui a mis en lumière les nouveaux profils d'acheteurs et l'évolution des attentes des marchés mondiaux de la lunetterie.

Ajoutant une touche de glamour à la journée, des personnalités renommées telles que l'acteur Pierfrancesco Favino, le créateur Domenico Dolce et la légende du soccer Alessandro Del Piero ont été aperçues dans la salle d'exposition, augmentant ainsi l'excitation autour de l'événement.

TROISIÈME JOUR :

Durabilité et l'avenir de la lunetterie

À l'approche du dernier jour du MIDO, l'emphase s'est tournée vers la durabilité et l'avenir de l'industrie. L'une des discussions les plus captivantes a porté sur la manière dont la durabilité peut être utilisée comme un avantage concurrentiel—aidant les entreprises à améliorer

leur efficacité tout en demeurant respectueuses de l'environnement.

Un autre moment fort a été la présentation « STEPIC Innovations 2026 », qui a exploré les 12 tendances clés qui façoneront l'avenir de la technologie, de la société et de l'industrie. L'année 2026 étant surnommée « l'année de la réorientation », les experts ont prévu une évolution vers des solutions collectives associant nostalgie et avancées futuristes.

UNE GRANDE CONCLUSION : MIDO 2025 en chiffres

À la clôture de l'événement, l'impact de MIDO 2025 était indéniable. Plus de 42 000 participants en provenance de 168 pays se sont rassemblés à Milan, avec des augmentations significatives de la participation en provenance d'Europe, d'Afrique, d'Amérique du Sud et du Moyen-Orient. Plus de 16 000 exposants ont également renforcé la vitalité de l'événement cette année.

En repensant à l'expérience, la présidente de MIDO, Lorraine Berton, l'a parfaitement résumé : « Cette édition était axée sur les affaires, le réseautage et les idées nouvelles. L'énergie dans l'air était palpable, avec des professionnels de

tous les horizons de l'industrie se réunissant pour partager leur passion et leur vision de l'avenir. »

DERNIÈRES RÉFLEXIONS : Gratitude et inspiration

En rétrospective, MIDO 2025 a été bien plus qu'un simple salon professionnel – c'était une célébration de l'innovation, de la collaboration et de l'art pur de la conception de lunettes. De l'hospitalité remarquable de l'Agence italienne du commerce aux relations inestimables établies durant le salon, chaque moment a renforcé la raison pour laquelle cette industrie est si unique.

Un grand merci à nos hôtes de l'ITA, et en particulier à Ziba Ahmadian, dont la chaleur, l'écoute et le professionnalisme ont rendu notre expérience véritablement exceptionnelle. Votre dévouement à promouvoir la lunetterie italienne et à favoriser des partenariats mondiaux est véritablement remarquable. Et à tous ceux qui ont assisté à MIDO 2025, votre enthousiasme et votre engagement continuent de faire avancer cette industrie.

À l'année prochaine, MIDO ! Grazie mille pour une expérience inoubliable. **PO**



Consultez un expert

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

PAR LE DR ROB KLOEPFER

Dr Rob, j'ai une question oculaire : Quelle est la meilleure façon d'évaluer et de diagnostiquer en toute confiance la sécheresse oculaire dans ma pratique ?

Que le diagnostic et la gestion de la sécheresse oculaire fassent partie de votre pratique d'optométrie ou d'une spécialité niche dans votre clinique, être confiant en un processus d'évaluation cohérent vous permettra de renforcer votre assurance dans le traitement de la sécheresse oculaire, en particulier lorsque vous débutez. Si vous n'êtes pas tout à fait confortable avec votre approche d'évaluation de la sécheresse oculaire, cet article a pour objectif de vous fournir des ressources pratiques et un guide étape par étape que vous pouvez appliquer pendant des examens de routine ou dans une pratique spécialisée en sécheresse oculaire.

Supposez que chaque patient souffre d'une jusqu'à preuve du contraire. Ici en Alberta, le climat sec rend un certain niveau de sécheresse oculaire presque inévitable, mais partout au Canada, la sécheresse oculaire peut avoir un impact significatif sur la qualité de vie des patients, souvent sans que vous le sachiez, à moins que vous

ne posez régulièrement les bonnes questions et que vous ne vous engagiez à faire une différence.

Étant donné que de nombreux plans de traitement de la sécheresse oculaire sont en accord avec les directives cliniques TFOS DEWS II, il est important de tenir compte à la fois des symptômes du patient et des résultats cliniques. Pour simplifier votre approche, intégrez un questionnaire SPEED, OSDI ou DEQ5 à votre documentation de pré-examen. De plus, posez ces trois questions simples mais efficaces :

« Quand vos yeux sont-ils les plus inconfortables, le matin, le soir, ou tout au long de la journée ? »

« Est-ce que vos symptômes interfèrent avec des activités spécifiques comme la lecture, l'utilisation d'écrans ou la conduite ? »

« Souhaitez-vous explorer les options pour améliorer ou gérer vos symptômes à long terme, ou recherchez-vous un soulagement occasionnel ? »

Les réponses peuvent aider à classer les patients dans l'une des plusieurs catégories suivantes : asymptomatiques avec des résultats cliniques minimes, très symptomatiques avec des résultats cliniques significatifs, ou entre les deux. De plus, ces réponses offrent un aperçu de la motivation du patient à traiter ses symptômes de sécheresse oculaire. Certains peuvent être ouverts à explorer des thérapies en clinique, tandis que d'autres peuvent préférer se contenter des options de soins à domicile ou choisir de ne pas suivre de traitement du tout. Pour les patients intéressés par des approches préventives ou correctives, les thérapies en clinique peuvent souvent offrir la meilleure opportunité de gérer leur condition à long terme et d'améliorer leur qualité de vie dans l'ensemble.

Pour une évaluation ciblée de la sécheresse oculaire, envisagez l'algorithme ASCRS, connu sous le nom de LLPP : Look - Lift - Pull - Push - Stain (Observez - Soulevez - Tirez - Poussez - Colorez). Développé à l'origine pour l'évaluation préopératoire des maladies de la surface oculaire, ce protocole en cinq étapes offre un cadre clinique simple et efficace :

Observez : Évaluez la fréquence des clignements (partiels versus complets), les paupières inférieures (la télangiectasie autour des glandes de Meibomius suggèrent une inflammation), les cils (remarque :

demander au patient de regarder vers le bas derrière la lampe à fente pour éviter de manquer une blépharite ou des collerettes) et la surface oculaire inter palpébrale (vérifier la présence de dystrophies cornéennes, de pinguécula, de ptérygion - tout ce qui peut altérer le film lacrymal).

SOULEVEZ : Examinez la paupière supérieure, la cornée supérieure et la conjonctive.

TIREZ : évaluez la laxité des paupières, car des paupières flasques peuvent empêcher les yeux de cligner des yeux ou de se fermer correctement, causant des problèmes de surface oculaire. N'oubliez pas de vérifier les fornices.

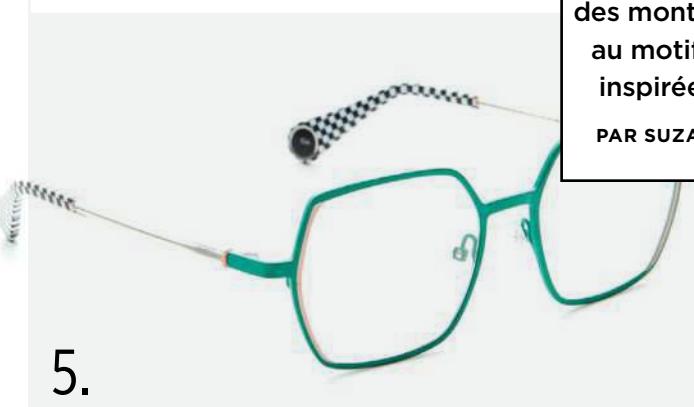
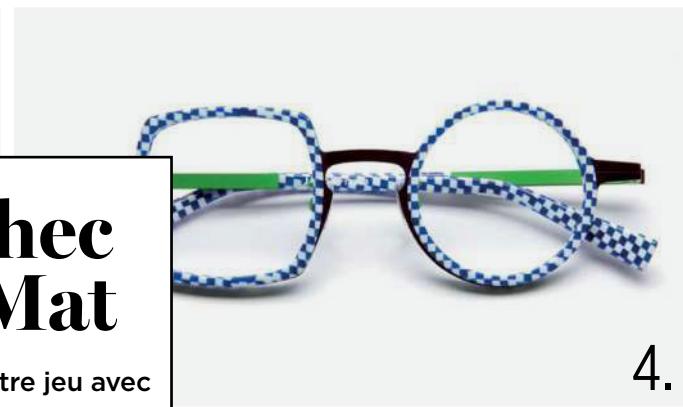
POUSSEZ : Pressez doucement sur les paupières inférieures avec votre pouce pour évaluer la qualité du meibum exprimé par les glandes de Meibomius.

Colorez : Utilisez de la fluorescéine (et si nécessaire, du Rose Bengale) pour évaluer la coloration de la cornée, le temps de rupture des larmes (TBUT) et le test de Schirmer, le cas échéant.

Pour ceux qui souhaitent approfondir leurs connaissances, plusieurs ressources précieuses sont disponibles au-delà des webinaires en direct. Pensez à consulter le rapport TFOS DEWS II, le AAO Dry Eye Syndrome Preferred Practice Pattern® (PPP) de l'AAO, les recommandations du Delphi Panel International Task Force ou l'ASCRS Ocular Surface Disease Algorithm. Ces ressources peuvent vous aider à affiner vos protocoles et à renforcer votre confiance dans la gestion de la maladie de la sécheresse oculaire (DED).

Une fois que vous êtes confortable avec les principes de base, adaptez votre approche aux besoins spécifiques de votre clinique. Que vous intégriez la gestion de la sécheresse oculaire dans les examens complets ou de développer un service spécialisé, la cohérence et la confiance dans l'évaluation sont essentielles pour améliorer les résultats des patients et développer votre expertise. **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.



1. JF3034 par J.F. Rey 2. ON55 par Onirico 3. Brutal par Etnia Barcelona 4. JF3062 par J.F. Rey

5. Go Further par Design Eyewear Group 6. A03138 par Alain Mikli 7. Aster par Wolfspout

8. Iris Readers par MacKenzie-Childs

Impact sur la boîte de réception

Concevoir l'infolettre parfaite pour les soins oculaires

PAR JEFF SHERMACK



Le marketing par courriel est l'un des moyens les plus efficaces d'apporter de la valeur à votre public et à vos patients - une valeur qui peut se traduire en revenus. Pourquoi ? Avec le courriel, vous rejoignez des personnes qui vous ont déjà donné leur permission de les contacter directement.

Les destinataires de vos courriels veulent avoir de vos nouvelles. C'est à vous de produire une infolettre attrayante, informative et utile. Vous pouvez y parvenir. Le plus important est de garder à l'esprit vos patients et leurs besoins.

Que faut-il inclure dans votre infolettre ?

L'un des plus grands défis du marketing par courriel est d'inciter les gens à ouvrir vos courriels. La clé est de leur donner une raison de le faire et de s'assurer qu'ils ont envie de lire chaque infolettre que vous leur envoyez. Les éléments ci-dessous peuvent vous aider à y parvenir.

Un contenu écrit engageant

Le terme « engageant » peut avoir plusieurs significations, mais ici, il fait référence à un contenu informatif, divertissant ou les deux à la fois. Votre contenu doit aborder les problèmes spécifiques auxquels vos patients sont confrontés, tout en reflétant l'emplacement de votre clinique, les produits et les services que vous offrez. Il doit fournir au moins des informations utiles ou divertissantes.

Voici quelques suggestions d'éléments à inclure :

- Conseils en soins oculaires locaux ou saisonniers
- Conseils d'hygiène oculaire à domicile
- Mises à jour sur les tendances en santé oculaire
- Guides de style pour les lunettes
- Des informations sur la technologie et l'équipement que vous utilisez, ainsi que sur les avantages qu'ils offrent à vos patients.

L'objectif est de garder l'intérêt de vos lecteurs et de les encourager à revenir. Certaines des infolettres les plus populaires incluent même des blagues, des énigmes ou des anecdotes. Par exemple, une édition peut poser une question et révéler la réponse dans la suivante. L'idée est de donner aux lecteurs une raison de continuer à lire.

Éléments visuels accrocheurs

L'attrait visuel est toujours plus captivant qu'un simple texte. Les meilleures infolettres se distinguent par une conception soignée qui harmonise le contenu avec des images accrocheuses et une palette de couleurs propres à la marque.

S'il n'est pas possible de réaliser un design complet, ne vous inquiétez pas : quelques images ou éléments visuels bien choisis, en complément de votre contenu, peuvent faire toute la différence.

Mises à jour des produits et services

Avez-vous investi dans de nouvelles technologies pour votre cabinet ?

Ajouté une nouvelle gamme de montures ? Commencé à offrir de nouvelles lentilles de contact ou de nouvelles gouttes pour les yeux ? Ou accueilli un nouveau membre dans votre équipe ?

Ce sont toutes des informations que votre public appréciera—surtout lorsqu'elles mettent en évidence les avantages pour les patients. Assurez-vous d'inclure ce genre de nouvelles dans votre infolettre

Événements et offres promotionnelles

Les promotions, les ventes, les présentations de collections, et autres événements sont d'excellentes façons de générer des revenus. N'oubliez pas d'inclure les détails dans votre infolettre.

Offrir des promotions exclusives pour les abonnés à votre infolettre—même de petites offres—peut aussi encourager la lecture.

Si votre public sait qu'il peut bénéficier d'une offre spéciale, il sera plus enclin à ouvrir vos courriels.

Quand envoyer votre infolettre ?

Le moment d'envoi de votre infolettre est aussi important que son contenu.

Des études suggèrent que les courriels ont plus de chances d'être ouverts les mardis. Plutôt que d'envoyer vos courriels le matin, envisagez de les programmer après 17 h, lorsque les gens sont plus susceptibles d'être actifs et disponibles.

Si vous ne savez pas comment développer un plan stratégique pour vos infolettres, ou comment commencer, travailler avec une équipe de marketing peut vous aider. Des spécialistes en marketing par courriel ou des experts en marketing dans le domaine des soins de la vue peuvent vous aider à créer des infolettres engageantes et à mettre en œuvre une stratégie axée sur les données pour atteindre votre public et atteindre vos objectifs. **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.

POISSONS



19 FÉVRIER - 20 MARS

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.

Rêveurs, intuitifs et artistes, les Poissons sont des romantiques naturels avec un flair créatif. Leur sens du style reflète leur personnalité éthérée, privilégiant les tissus doux et fluides ainsi que les designs fantaisistes. Les teintes pastel comme le vert d'eau, la lavande et le rose pâle capturent leur essence aquatique et leur nature rêveuse. Les Poissons sont attirés par des accessoires à la fois imaginatifs et élégants, alliant l'aspect pratique et une touche de magie.

En ce qui concerne les lunettes, les Poissons adorent les styles qui se distinguent subtilement tout en dégageant de la sophistication. Les montures surdimensionnées, les formes œil de chat inspirées du vintage et les finitions translucides ou irisées reflètent leur charme, leur sensibilité et leur amour pour tout ce qui est beau. Les montures avec des embellissements délicats ou aux tons océaniques mettent en valeur leur esprit imaginatif.

Des célébrités comme Rihanna, Drew Barrymore et Millie Bobby Brown incarnent l'esthétique des Poissons avec leur mélange d'audace et d'élégance rêveuse, inspirant des choix de lunettes qui enchantent et captivent. **PO**



JC 3013U de Jimmy Choo



Alessandro de Catherine Di Medici



Bohlen de AM Eyewear



Miyabi de Takaori



VY-2017 de Vogue Eyewear

STYLE DU MOIS

LE MEILLEUR *du dimanche*

Sunday Somewhere de WestGroupe présente Gabriella (SS1023), une interprétation audacieuse de montures en acétate surdimensionnées. Avec une forme de verres carrés qui se rétrécit subtilement vers un œil de chat, elle dégage une sophistication sans effort. Disponibles dans des teintes profondes et riches d'écailler de tortue, comme Red Yellow Tort et Blue Tort, ainsi que dans le noir classique, Gabriella allie audace et élégance, parfaites pour celles qui aiment les lunettes audacieuses avec une touche raffinée.



Maintenant disponible chez

WestGroupe

A black and white photograph of two women. The woman on the left has dark skin, is wearing large round glasses, and has her hair styled in a high bun. The woman on the right has light skin, is wearing large round glasses, and has long, wavy hair. They are both looking directly at the camera with neutral expressions.

SUNDAY SOMEWHERE

Des montures qui vont au-delà de la fonctionnalité.

Faites une déclaration à travers l'art du design de lunettes.

SS1011 et SS1014

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

UNE RECONNAISSANCE CANADIENNE. UNE RÉFÉRENCE POUR VOS PATIENTS.

Transitions[®]
Gen[®]S[™]

Nous sommes extrêmement fiers de vous annoncer que **Transitions[®] GEN S[™]** a été élu **produit de l'année 2025** dans la catégorie **Santé et Bien-être** dans le cadre du plus important sondage mené auprès de 4000 consommateurs canadiens*, réalisé en partenariat avec Kantar, l'entreprise de recherche mondiale sur l'innovation des produits.

ÉLU[®]
PRODUIT
DE
L'ANNÉE

CANADA

Sondage auprès des
consommateurs sur
l'innovation produit

2025



Transitions et le logo Transitions sont des marques déposées de Transitions Optical, Inc. utilisées sous licence par Transitions Optical Limited. GEN S est une marque déposée de Transitions Optical Limited. ©2025 Transitions Optical Limited. La performance photochromique est influencée par la température, l'exposition aux UV et le matériau du verre. Elle, monture Ray-Ban[®], verres Transitions[®] GEN S[™] couleur rubis. Lui, monture Persol[®], Transitions[®] GEN S[™] rubis. *Gagnant dans la catégorie Santé et Bien-être. Sondage auprès de 4000 personnes par Kantar.