

PRISME OPTIQUE

NOV/DÉC 2024 • VOL. 42 • NO. 10



Centennial
www.centennialoptical.com

x

2BB:

AIDEZ-NOUS À GUÉRIR LA CÉCITÉ

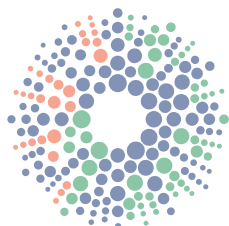
Centennial
www.centennialoptical.com

**X
2BB:**

AIDEZ-NOUS À GUÉRIR LA CÉCITÉ



COLLECTION POUR HOMMES ET FEMMES



**VAINCRE
LA CÉCITÉ
CANADA**

2BB: et Optique Centennial se sont associés dans le but de redonner à la communauté. Une partie des ventes de ces montures sera versée à Vaincre la cécité Canada (VCC). VCC est le plus important bailleur de fonds caritatif pour la recherche sur la vue au Canada. Depuis plus de 50 ans, VCC fournit un financement essentiel pour la mise au point de traitements et de remèdes contre les effets des maladies oculaires qui peuvent causer la cécité.



Apprenez-en
davantage sur VCC et
votre incidence!



Apprenez-en
davantage sur la
marque 2BB:

LANCEMENT EN NOVEMBRE

POUR OBTENIR DE PLUS AMPLES RENSEIGNEMENTS, COMMUNIQUEZ AVEC VOTRE
REPRÉSENTANT CENTOPTIC D'OPTIQUE CENTENNIAL.

PRISME OPTIQUE

NOV/DÉC 2024 • VOL. 42 • NO. 10

THÉRAPIE VISUELLE

Pourquoi cette controverse ?

Exprimez-vous

Lunettes pour hommes et la montée de l'individualité

EN CAS DE CONFLIT

Stratégies pour une communication efficace

Hommes de vision

Des hommes ayant un impact significatif dans l'industrie de l'optique

REGARD SUR L'ÉQUITÉ

Aborder les obstacles à l'accès aux soins oculaires

GÉOCIBLAGE

Joindre les patients locaux avec précision

INNOVATION DANS LE DOMAINE DE LA VISION

Un aperçu des innovations en matière de verres à travers le monde

Le nouveau masculin

Ce numéro explore l'évolution des modèles de lunettes pour hommes et montre comment les montures deviennent un outil d'expression personnelle et d'individualité puissant.



Vous commencez votre carrière en optométrie? Vous envisagez une fusion pour votre clinique? Visique vous attend pour le prochain chapitre!

Un partenariat avec nous, c'est :

- Faire partie d'un vaste réseau de soins de la vue détenu et dirigé par des optométristes.
- Baigner dans une culture qui valorise la collaboration, la croissance et les résultats pour le bien des patients.
- Avoir accès à des formations, du soutien RH, des technologies de pointe et du coaching.
- Consacrer plus de temps à votre clinique et à vos patients grâce au soutien de notre équipe administrative chevronnée.

Vous associer à Visique n'a que de bons côtés!



Plus d'info ?
Balayez le code !

* D^r Frédéric Marchand, optométriste



éditoriaux

16 HOMMES D'IMPACT

Des hommes du secteur de l'optique qui font significativement la différence

Par David Goldberg

20 STYLISER LES YEUX

L'homme de la Renaissance

Par Suzanne Lacorte

chroniques

22 SPEC STYLE

Exprimez-vous

Par Wendy Buchanan

24 Santé-Affaires

Thérapie de la vision :
Le jury n'a pas encore tranché

Par Evra Taylor



26 TECHNO DES VERRES
Les innovations en matière de
verres à travers le monde
Par David Goldberg

27 RÉVÉLATION
Les conflits existent
Par Nancy Dewald

28 VISION DE L'OPTICIEN
Aider les athlètes à voir
clairement leurs objectifs
Par Robert Dalton

29 PERSPECTIVE
L'équité en ligne de mire
Par Dr. Martin Spiro

30 PERSPECTIVES MARKETING
Géociblage
Par Mohammad Khan

départements

6 LETTRE DE L'ÉDITRICE

8 REGARDS ACTUEL

32 À HAUTEUR DES YEUX

35 LUNETTES & ASTROLOGIE

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

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

prochain numéro :

- › S'occuper des affaires
- › Nouvelle année, nouveaux styles
- › Couleur Pantone de l'année

on the cover



PHOTO DE COUVERTURE : Woodys crédit
photo Mood Eyewear

PRISME OPTIQUE

NOV/DÉC 2024 • VOL. 42 • NO. 10

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

Révisseuse/Traductrice

Lamia Ghezel
lamia.ghezel@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, Mohammad Khan,
Dr. Martin Spiro

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

RESPONSABILITÉS

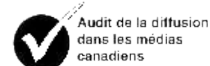
Quince Communications n'est pas responsable des opinions ou déclarations de ses rédacteurs ou contributeurs. Tous droits réservés. La reproduction de tout article, photographie ou œuvre artistique est strictement interdite.

ABONNEMENTS

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

ADMINISTRATEUR DE COURRIER

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



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

2020 VM
EYEVOTE
READERS' CHOICE 2023
GAGNANT DANS SIX CATÉGORIES

E-9268

EVATIK

est. 2009

Inspiré par la technologie.
Propulsé par la créativité.

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

Élue Entreprise de montures préférée

Bienvenue dans ce numéro spécial où nous explorons l'évolution passionnante des lunettes pour hommes et comment cela reflète un changement culturel plus large dans la redéfinition de la masculinité. À une époque où le style personnel transcende les frontières traditionnelles, les lunettes sont devenues un outil puissant permettant aux hommes d'exprimer leur individualité et leur confiance en eux. Les lunettes ne sont plus seulement un accessoire fonctionnel, mais une extension vitale du style personnel, et les hommes d'aujourd'hui l'adoptent comme jamais auparavant.

Le « Nouveau Masculin » consiste à rejeter les conventions obsolètes et à embrasser un spectre plus large de ce que signifie être un homme. Cette évolution se reflète dans les tendances de lunettes remettant en question les anciennes normes. Qu'il s'agisse de modèles épurés et minimalistes ou de montures audacieuses, les hommes choisissent des lunettes qui reflètent leur personnalité, leur humeur et leurs aspirations. Les choix de lunettes que font les hommes aujourd'hui ne sont pas faits pour se fondre dans la masse, mais pour se démarquer et revendiquer un style unique.

Comme le montre la rubrique *Styliser les Yeux* de ce mois-ci, les hommes expérimentent avec des couleurs, des formes et des matériaux qui, autrefois, auraient pu être considérés comme non conventionnels. Qu'il s'agisse d'un aviateur classique, d'une monture géométrique frappante ou d'une touche de couleur audacieuse, les hommes n'ont plus peur d'explorer et de repousser les limites. Ils redéfinissent la masculinité en embrassant la diversité des styles, où l'élégance côtoie l'audace et où la sophistication peut fusionner avec un côté espiègle.

Dans sa rubrique *Spec Style*, l'experte en stylisme Wendy Buchanan explique que ce changement n'est pas qu'une question d'esthétique, mais aussi d'assurance et d'authenticité. Les lunettes deviennent un symbole de la façon dont les hommes se perçoivent et veulent être perçus par le monde. Il s'agit de trouver la paire de montures parfaite qui dit « C'est moi » et de la porter avec fierté.

Pour nous, professionnels de la lunetterie, il s'agit d'une opportunité unique. Nous ne vendons pas que des lunettes, nous offrons aux hommes un moyen d'exprimer qui ils sont. En comprenant cette évolution et en proposant une gamme de modèles variée,

«Alors que les hommes adoptent leurs choix de lunettes, le concept de « s'équiper » plutôt que « de s'intégrer » prend le devant de la scène. « S'équiper » signifie revendiquer son unicité, avoir un impact et se démarquer de l'ordinaire».

- WENDY BUCHANAN, *Experte en image de lunettes*

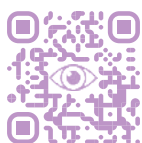
nous pouvons aider nos clients à assumer leur individualité et la définition changeante de la masculinité. Incitons les hommes à voir dans leurs lunettes plus qu'un simple outil pour mieux voir, mais une affirmation de leur style personnel.

Dans ce numéro, la rédactrice Evra Taylor met également en lumière quatre hommes du secteur de l'optique remarquables qui vont au-delà des attentes, redonnent et soutiennent activement à la fois leurs communautés et l'industrie avec passion et détermination.

Nous espérons que ce numéro vous apportera de nouvelles perspectives sur cette tendance en plein essor et qu'il vous incitera à aider vos clients à naviguer dans ce nouvel univers passionnant des lunettes pour hommes.



SUZANNE LACORTE
Éditrice/Rédactrice en Chef



Découvrez notre
gamme complète

Une expérience et des performances fiables



Biofinity^{MD}

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

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

Soyez extraordinaire



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



REGARD ACTUEL

REGARD *Actuel*

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



V707



V712



V715

VERA WANG HAUTE

La nouvelle collection présente une palette de couleurs sophistiquée, faisant de chaque pièce un accessoire de style polyvalent pour les années à venir. Le logo Vera Wang Haute gravé au laser ajoute une touche subtile à la marque. Inspirées par l'amour de Vera pour l'athlétisme, les lunettes de soleil sportives sont nommées d'après des termes liés à sa passion pour le patinage sur glace. Les modèles optiques présentent des incrustations de paillettes pour la brillance et la dimension dans trois formes élégantes. Les montures seront accompagnées d'un nouvel emballage dans la couleur chartreuse caractéristique de Vera, et d'autres modèles seront lancés cet été.

Pour plus d'informations, contactez votre représentant Centennial Optical ou visitez : centennialoptical.com



Lamin



Kami

LAFONT

Lafont, l'incarnation de l'excellence de la lunetterie parisienne, annonce sa collection Réédition automne et hiver 2024-25, qui célèbre le gentleman classique. Cette collection allie l'héritage de Lafont à des innovations contemporaines, en réinterprétant des modèles emblématiques issus des archives historiques de la marque. Parmi les montures les plus remarquables, citons l'audacieuse Pacte, avec ses biseaux polis et ses charnières rivetées, la Paul, qui fusionne esthétique rétro et moderne avec un pont en trou de serrure, et la Panama, d'inspiration vintage, conçue pour durer et offrir un grand confort. Fabriquées en France, les lunettes Lafont sont synonymes d'élégance et de style unique.

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



Pacte

MYKITA

Les lunettes en acétate de Mykita allient esthétique innovante et durabilité, en utilisant l'Acétate Renew pour des montures artisanales respectueuses de l'environnement. Dotées de la charnière brevetée ENDURA, ces lunettes offrent un confort et une durabilité durables. Les montures de MYKITA, fabriquées avec précision, présentent un design épuré et fonctionnel, avec une palette raffinée de tons transparents, semi-transparentes et Havane. Le concept Chilled Raw met en valeur la beauté de l'acétate non raffiné, où les bords bruts et les imperfections subtiles racontent l'histoire de son artisanat unique. Le style rencontre la responsabilité dans chaque monture.

Pour plus d'informations, contactez votre représentant Mykita ou visitez : mykita.com



Les montures de forme unique et les embouts de branches en fil de silicone imitent les pattes de grenouille.

OAKLEY

La collection Born to Rewild d'Oakley fusionne le sport et le style de vie avec ses lunettes Plantaris, un modèle inspiré de la nature porté par Travis Scott et Jaylen Brown. Inspirées par le biomimétisme, les montures présentent une finition Matte Trans Fern/Matte Dark Brush, des verres en tungstène Prizm et un double verre à forte courbure pour plus de confort. Les extrémités des branches inspirées des pattes de grenouille offrent une prise sûre et légère. Disponibles en plusieurs coloris, notamment Matte Stonewash et Matte Black.

Pour plus d'informations, contactez votre représentant Oakley ou visitez : my.essilorluxottica.com



ANDY WOLF

La collection Elevated d'Andy Wolf combine les lignes de luxe Core et Awareness, offrant un luxe abordable avec des montures fines en acétate, des rivets en relief, des inserts de branches gaufrés et des branches en forme de 3D. La collection comprend quatre modèles, chacun disponible avec des verres Zeiss polarisés : AWE01, une monture panto classique ; AWE02, un grand style angulaire ; AWE03, une forme ronde et féminine ; et AWE04, une monture papillon d'inspiration vintage.

Pour plus d'informations, contactez votre représentant Andy Wolf ou visitez : andy-wolf.com



BLACKFIN

En octobre 2024, Blackfin dévoile ses collections automne/hiver Atlantic et Pacific, qui mettent en valeur un design et un savoir-faire innovants. La ligne Atlantic présente des styles audacieux avec des façades plus fines et plus légères, tandis que la ligne Pacific met l'accent sur l'extrême légèreté avec des montures surdimensionnées. Des montures telles que Kensington et Chelsea reflètent une sophistication d'inspiration britannique, disponible dans la finition exclusive SilkFeel. Les deux collections comprennent des LitePads hypoallergéniques pour un confort supérieur et une adaptabilité aux différentes structures faciales. Toutes les lunettes sont fabriquées en Italie dans l'usine Black Shelter Sustainable Factory, selon les principes de « Neomadeinitaly ».

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

Woodys



Exclusive Distributor in Canada / Distributeur exclusif au Canada

Mood Eyewear Inc.

www.moodeyewear.com

T. 866.515.6695



J.F. REY

J.F. REY présente Uncover, sa nouvelle collection de montures optiques en métal coloré pour femmes. Ces modèles audacieux et raffinés allient élégance et structure avec une architecture unique à trois niveaux, mettant en valeur un jeu de métal et de couleur. Les formes géométriques et les lignes épurées s'entrecroisent avec les verres arrondis, pour un équilibre entre confort et style.

Dotés de teintes sur mesure et d'une charnière graphique en acétate, les modèles Uncover offrent légèreté, durabilité et sophistication. Équipés de plaquettes de nez Ergofeel, ils reflètent le design innovant des montures en métal de J.F. REY.

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



TOM FORD

Tom Ford Eyewear incarne le luxe avec des matériaux exclusifs, un savoir-faire de maître et des détails sophistiqués. La Collection Privée présente des solutions de design innovantes, fabriquées à partir de matériaux ultra-luxueux tels que la corne de buffle et le titane japonais précieux, élevant les lunettes à de nouveaux sommets. Cette saison présente six nouveaux modèles, allant des lunettes optiques aux lunettes de soleil.

Pour plus d'informations, contactez votre représentant Marcolin ou visitez : marcolin.com

ROOTS

Les montures Eco de Root, fabriquées à partir d'acétate et de métal recyclés, incarnent le style canadien intemporel. Ces designs vintage ne se démodent jamais et sont construits pour durer. Roots, inspirée par la nature sauvage canadienne, est la première marque de style de vie au Canada, connue pour ses produits décontractés, confortables et bien ajustés. Les lunettes Roots reflètent cette philosophie, alliant durabilité et style, et restant fidèle à son engagement envers le mode de vie canadien.

Pour de plus amples renseignements, communiquez avec votre représentant d'Optique Centennial ou visitez : centennialoptical.com



NIFTIES

Une monture combinée dans une forme géométrique moderne, inspirée de l'hexagone, qui est à la fois audacieuse et facile à porter. Les branches métalliques fines, élégantes et bien construites sont décalées et parfaitement équilibrées avec des montures à front en acétate. Un style unisexe facile à porter.

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

NI8550



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

R
RODENSTOCK
Parce que chaque œil est unique



KALEOS

Kaleos présente Danforth, une monture optique rectangulaire de style aviateur qui allie une épaisse façade en titane à une garniture en acétate de haute densité, établissant de nouvelles normes de lunettes pour hommes grâce à son design moderne et à sa qualité exceptionnelle.

L'Arhus de Morel combine le bois naturel et l'acier inoxydable, avec une face vert foncé qui s'harmonise avec les branches réglables en noyer. Un vernis protecteur renforce le caractère du bois au fil du temps.

Le modèle Bergen présente une barre sourcilière gravée, alliant style et confort avec des motifs transparents et ambrés, tandis que sa charnière sans vis garantit la fiabilité.

Pour plus d'informations, contactez votre représentant Lancôt ou visitez : lancot.com

ALLSAINTS

AllSaints dévoile la monture ALS-1022, dotée de détails hexagonaux uniques inspirés des rails de vêtements industriels de la marque. Le modèle Miles en Camo Tort combine un acétate camo audacieux avec des accents dorés brossés, offrant un look moderne. Les plaquettes de nez en silicone assurent le confort et mettent en valeur l'emblème du crâne de bélier.

La monture ALS-1012 Charlie présente une forme carrée raffinée avec des picots à motif hexagonal, des charnières cubiques durables et des embouts laminés pour un port tout au long de la journée. Disponibles en Gloss Black, Crystal Olive et Crystal Grey, ces montures rehaussent votre collection de lunettes.

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



« Les lunettes de soleil pliables les plus fines du monde, conçues pour les aventures modernes ».



ROAV EYEWEAR

Roav Eyewear est fier de présenter les lunettes de soleil pliantes les plus fines au monde, conçues pour les aventuriers modernes. Pesant moins de 20 grammes et fabriquées en acier inoxydable découpé au laser, ces montures ultra-compactes se glissent parfaitement dans n'importe quelle poche ou sac. Dotées de micro-charnières brevetées pour la durabilité, de verres polarisants pour la protection contre les UV et d'un design épuré, Roav Eyewear établit une nouvelle norme en matière de style et de fonctionnalité. Rejoignez le mouvement #ROAVing et découvrez une nouvelle ère audacieuse de lunettes.

Pour plus d'informations, contactez votre représentant Roav ou visitez : roaveyewear.ca



RÉSERVEZ
LA PROCHAINE
DATE

FÉVRIER
8-10
2025



8-10 FÉVRIER 2025
Fiera Milano, Rho

Des visionnaires *qui ont du* CŒUR

Quatre hommes remarquables qui transforment des vies grâce à leur vision et à leur dévouement inébranlable.

PAR EVRA TAYLOR

Dans le secteur de l'optique, il existe de nombreuses histoires émouvantes de personnes dont la vue a été restaurée grâce à des procédures qui ont changé leur vie, et des professionnels qui rendent cela possible. Ce portrait présente trois hommes extraordinaires du secteur, dont les histoires personnelles sont une source d'inspiration et dont l'engagement à faire la différence va au-delà de l'appel du devoir.

Bryan et Bradford Manning : Deux frères aveugles

À New York, Bradford et Bryan Manning, « cofrères » et cofondateurs de Two Blind Brothers, ont pour mission de guérir la cécité. À l'âge de sept ans, les frères ont appris qu'ils deviendraient aveugles à la suite de la maladie de Stargardt, une forme congénitale rare de dégénérescence maculaire pour laquelle il n'existe pas



de traitement. La maladie de Stargardt entraîne la perte des cellules de la vision centrale, tandis que la vision périphérique est conservée.

Comme c'est le cas pour de nombreuses maladies rares, il a fallu attendre longtemps avant de recevoir un diagnostic précis, ce qui, pour de nombreuses personnes, aurait signifié une vie définie par des limitations et des handicaps. La famille Manning, cependant, avait quelque chose de différent à l'esprit. Dans une interview accordée à la Fondation américaine pour les aveugles, Bryan reconnaît que ses parents les ont aidés, lui et son frère, à adopter une attitude de « ne jamais baisser les bras ». « Nous avons eu beaucoup de chance d'avoir, dès notre plus jeune âge, des parents aussi exceptionnels, car lorsque vous êtes adulte et que vous recevez ce type de diagnostic, vous pouvez y faire face. Vous avez la capacité de comprendre ce qui vous arrive. Mais quand on a sept ans, on n'en a aucune idée. Nous avons donc pris tous nos repères auprès de nos parents. Leur message constant et inébranlable était : oui, ce sera un défi, mais il ne vous définira pas », remarque Bryan.

Les parents des deux frères leur ont dit : « Votre déficience visuelle est peut-être un handicap, mais vous allez le surmonter. Les défis que vous rencontrez et les difficultés que vous allez rencontrer vous rendront meilleurs et plus forts ». Ce message a résonné dans l'âme des deux frères depuis. « Je n'oublierai jamais quand j'étais au lycée, c'était une toute nouvelle école, personne ne me connaissait et je ne voulais pas être l'enfant aveugle. Juste pour un jour, je voulais que personne ne me connaisse. Et j'avais suffisamment de vision à l'époque pour que les gens ne puissent pas s'en rendre compte avant d'avoir appris à me connaître un peu mieux », a déclaré Bryan.

Aujourd'hui, des décennies plus tard, les deux frères se sont donnés pour mission de guérir la cécité grâce à leur ligne de vêtements de luxe. Soixante-dix pour cent de leurs employés sont des malvoyants qui effectuent toutes les opérations de coupe et de couture. Leur objectif est de contribuer à combler le fossé en finançant la recherche qui fait la différence pour les malvoyants. Le message des frères est le suivant : « Votre plus grand défi est votre plus grand don ».

Au printemps 2024, en partenariat avec Centennial Optical, les frères ont lancé la collection de montures 2BB : qui comporte des éléments tactiles pour concrétiser l'éthique de la marque « sentir la différence ». Chaque monture comporte des points en braille sur les branches (qui signifient le « 2 » ou le « B » dans l'alphabet braille), ce qui permet au consommateur de poursuivre la mission d'aider à trouver un remède à la cécité.

Sean Sylvestre : Clinique mobile de soins de la vue

Nommé parmi les 40 Canadiens les plus performants de moins de 40 ans en 2019, Sean Sylvestre, basé à Winnipeg, a consacré sa vie à égaliser les règles du jeu concernant l'accès aux soins de la vue parmi les moins fortunés de son entourage, avec pour mission d'offrir une vie meilleure grâce à une meilleure vue. M. Sylvestre est le fondateur et le directeur général de Mobile Vision Care Clinic, la première et unique clinique mobile de soins de la vue à temps plein au Canada. Son objectif est de veiller à ce que tous les Canadiens - y compris ceux qui sont vulnérables et marginalisés - aient accès aux soins de la vue, quelle que soit leur situation socio-économique.

Le titre de « Top 40 en dessous de 40 » est un accomplissement extraordinaire, mais M. Sylvestre est avant tout un bâtisseur de communauté et un entrepreneur social. Bien qu'il ait pris plaisir à créer une entreprise prospère, sa véritable passion est d'être le fer de lance d'initiatives communautaires visant à améliorer le taux d'alphabétisation des élèves grâce à une meilleure vision, par exemple. « Il n'y a pas de



sentiment plus fort dans la vie que la satisfaction que l'on éprouve à servir les autres. Par conséquent, je ne suis plus à la recherche d'une carrière, mais j'ai trouvé une vocation à servir - et c'est ce que je veux faire de ma vie à partir de maintenant », a-t-il déclaré.

« Les enfants les plus vulnérables du Manitoba n'ont pas accès à des soins oculaires appropriés, c'est pourquoi nous amenons la clinique dans les écoles et proposons des examens de la vue complets », a déclaré M. Sylvestre. Selon la Coalition nationale pour la santé visuelle, seuls 14 % des enfants bénéficient d'un examen complet de la vue en première année. « Ces enfants n'ont pas de difficultés d'apprentissage. Ils ne peuvent tout simplement pas voir l'avant de la classe. Tous les élèves qui ont besoin de lunettes en reçoivent. Nous avons des lunettes en stock avec 65 % de réduction. Si les parents n'ont pas les moyens d'acheter des lunettes, nous les donnons ». L'équipement et les verres de la clinique sont fournis par EssilorLuxottica. La clinique a effectué plus de 12 000 examens oculaires complets en 2023, et des lunettes d'une valeur de plus de \$500 000 ont été données entre 2017 et 2022.





Ken McNerney : Transitions

En tant que directeur mondial de l'ingénierie et de la R&D chez Transitions, Ken McNerney est profondément et passionnément impliqué dans ChildVision, une organisation irlandaise à but non lucratif qui fournit des services aux enfants et aux jeunes handicapés et malvoyants.

« Mon partenariat avec ChildVision a été suscité par un événement de renforcement d'équipe mené avec mon équipe Global Engineering en septembre 2017 », explique Ken McNerney.

« Nous avons escaladé le Croagh Patrick, surnommé « le Reek », une montagne d'une hauteur de 764 mètres et un important site de pèlerinage dans le comté de Mayo, en Irlande. Nous avons récolté 6 000 euros et nous voulions en faire don à une organisation caritative méritante. J'ai cherché sur Internet et j'ai identifié ChildVision comme un partenaire potentiel, comme ce nom m'a immédiatement interpellé ».

Lorsque M. McNerney a rencontré ChildVision pour la première fois, il a été frappé par la positivité, l'énergie, l'espoir et l'ambition qui y règnent, grâce à ce qu'il décrit comme « l'incroyable équipe sur le terrain qui a consacré sa vie à aider les enfants souffrant de graves déficiences visuelles ». À l'entrée de ChildVision, une plaque sur le mur indique : « Ce n'est pas parce que les enfants ne peuvent pas voir les étoiles qu'ils ne peuvent pas les atteindre ». C'est ce qui a été décisif pour moi. Lorsque j'ai lu ce message, j'ai tout de suite su que nos organisations travailleraient bien ensemble. Bien que nous soyons complètement différents dans nos activités quotidiennes, leur ambition d'aider les gens à donner le meilleur d'eux-mêmes, leurs valeurs, leur esprit d'innovation et leur culture sont les mêmes que les nôtres », a-t-il ajouté.

Barry Sheridan, PDG de ChildVision, et Sinead Fitzpatrick, directrice clinique des services thérapeutiques, incitent leurs équipes à adopter

un état d'esprit d'amélioration continue par le biais d'une innovation permanente. « J'ai su très vite que nous voulions étendre ce partenariat et voir où nous pourrions ajouter de la valeur au-delà du simple soutien financier. Au fur et à mesure que la relation évoluait, Transitions a été mise au défi de voir comment nous pouvions tirer parti de nos compétences uniques - y compris la conception technique, l'impression 3D et la polarisation variable - pour fournir des solutions de soutien sur mesure. Au cours des dernières années, les équipes de Transitions et de ChildVision ont collaboré sur plusieurs projets techniques, de l'impression 3D aux verres polarisés personnalisés. Un projet passionnant issu de notre partenariat est l'invention et le co brevetage d'un traducteur braille-langue

unique en son genre, destiné à aider les très jeunes étudiants dans leur apprentissage du braille. Nous espérons que cette aide à la formation contribuera à combler le fossé actuel dans le cycle de développement des plus jeunes étudiants et à égaliser les chances », a déclaré Mme McNerney.

« En tant que parent, je ne peux qu'imaginer à quel point il doit être difficile d'apprendre que son enfant souffre d'une grave déficience visuelle. Savoir qu'il existe des organisations comme ChildVision pour apporter un soutien pratique fait chaud au cœur. Pouvoir aider de quelque manière que ce soit me rend, ainsi que mon équipe et tous les membres de la Fondation Essilor OneSight, incroyablement fiers », a-t-il ajouté. **PO**

« Ce n'est pas parce que les enfants ne peuvent pas voir les *étoiles* qu'ils ne peuvent pas les atteindre »



GEN STYLE™ : UNE GAMME DE COULEUR SPECTACULAIRE

GRIS



BRUN



VERT GRAPHITE



SAPHIR



AMÉTHYSTE



ÉMERAUDE



AMBRE



RUBIS



Veuillez contacter votre laboratoire de lentilles Transitions® ou
représentant des verres pour obtenir plus d'informations sur Transitions® GEN S™

STYLISER LES YEUX



HOMME

DE LA RENAISSANCE

Découvrez les dernières tendances en lunettes pour hommes, qui redéfinissent la masculinité avec des designs audacieux et un style intemporel raffiné.

PAR SUZANNE LACORTE

CONSEILS DE

Style

Rehaussez votre style de lunettes pour hommes avec des montures qui allient flair artistique et modernité élégante. Les hommes d'aujourd'hui, soucieux de la mode, recherchent des accessoires de monture qui respirent une confiance cultivée et se distinguent avec aisance.

— WENDY BUCHANAN
Experte en image
de lunettes



« On ne trouve pas un style. C'est le style qui vous trouve. »

— KEITH RICHARDS



6.



8.



2.



4.



5.



7.

1. Zilli Z160098 par Eredità 2. Triton par Etnia Barcelona
3. 5025 de Kilsgaard 4. JF3069 de J.F.Rey 5. Hoet Couture de Hoet
6. Atlantic Kensington de Blackfin
7. Reyes de GOTTI 8. Artsy de OGI Eyewear

Exprimez-vous

Les lunettes pour hommes et la montée de l'individualité

BY WENDY BUCHANAN, *Experte en image de lunettes*

Le monde de la mode continue d'évoluer, tout comme la conversation autour de la masculinité et de l'expression de soi. Les hommes adoptent une approche plus fluide et personnelle de style, s'éloignant des codes rigides du passé, en particulier en ce qui concerne les lunettes.

Les lunettes ne servent plus uniquement à mieux voir, mais à montrer qui vous êtes avec votre Vision Statement. Il s'agit de votre ambiance, de votre humeur et de vos expressions, le tout enveloppé dans un seul et même accessoire qui fait la différence.

Pour beaucoup d'hommes, leur « Style de lunettes » s'est transformé en un accessoire distinct, qui leur permet d'exprimer qui ils sont vraiment et ce qu'ils représentent dans un monde où

s'intégrer est désormais bien plus excitant que de simplement s'intégrer.

À une époque où l'individualité est célébrée, de plus en plus d'hommes adoptent et investissent dans le pouvoir de leurs lunettes. Qu'il s'agisse d'une couleur audacieuse, d'une forme unique ou d'un design inhabituel, les lunettes sont aujourd'hui au premier plan de la mode masculine et symbolisent la confiance, la créativité et la personnalité.

Les lunettes : Un symbole d'identité

Ces dernières années, la mode s'est transformée en un puissant vecteur d'expression personnelle, et les lunettes en sont le fer de lance. Elles sont le reflet de l'homme qui les porte, et le choix des montures parfaites est l'occasion de mettre en valeur l'identité Eyeconique de votre client et sa vision unique de la vie. Pour beaucoup, cet enthousiasme renouvelé pour les lunettes sert de moyen d'expression créatif, transmettant goût et style.

Alors que les hommes adoptent leurs choix de lunettes, le concept de « s'équiper » plutôt que « de s'intégrer » prend le devant de la scène. « S'équiper » signifie revendiquer son unicité, avoir un impact et se démarquer de l'ordinaire. Le choix des montures d'un homme est une déclaration de sa personnalité, de son humeur et même de la façon dont il veut être perçu. Pensez-y : une paire de lunettes anguleuses et tranchantes communique immédiatement un sentiment d'audace et d'assurance, tandis qu'un ensemble de montures élégantes et minimalistes suggère une ambiance plus calme et plus discrète. En réalité, les montures permettent aux hommes d'amplifier comment ils se sentent en ce jour, qu'il s'agisse d'une confiance discrète ou d'une énergie qui leur permet de voler la vedette.

Se connecter grâce au Style de Lunettes

L'un des aspects les plus puissants du port de lunettes accrocheuses est la façon dont cela permet aux hommes de se connecter avec les autres. Les lunettes suscitent des interactions, ouvrent des conversations et ajoutent une couche de confiance qui peut être ressentie même dans les plus petits échanges sociaux. Lorsqu'un homme choisit d'exprimer son individualité à travers ses lunettes, il ne se contente pas de définir son style : il crée une invitation à la connexion. Les compliments fusent plus librement, et ces petits moments d'interaction humaine font toute la différence dans la façon dont un homme se comporte.

Imaginez que vous croisez le regard d'un inconnu qui vous complimente sur vos montures audacieuses et artistiques. Ou peut-être qu'un client vous complimente sur le style unique des lunettes de votre client, créant ainsi un parfait brise-glace. Ces moments ne sont pas seulement réjouissants, ils renforcent également l'idée que le style des lunettes est un moyen puissant d'établir des relations, tant sur le plan personnel que professionnel.

Au-delà de la création de liens, les lunettes jouent un rôle majeur dans la construction de la confiance en soi. Avec la bonne paire de montures, les hommes peuvent se sentir plus à l'aise dans leur peau, prêts à relever des défis avec une nouvelle assurance. Lorsque vous vous sentez bien dans votre peau, vous transformez l'énergie que vous apportez au monde, ce qui vous permet d'avancer dans la vie avec authenticité et présence.

Les montures, reflet de la personnalité

La beauté des lunettes réside dans leur capacité à mettre en valeur les différentes facettes de la personnalité d'un homme. Que vous soyez calme et posé, artistique et imaginatif, ou décontracté

« S'adapter, c'est s'approprier son caractère unique, avoir un impact et sortir de l'ordinaire. »

et accessible, il existe une paire de lunettes qui capture parfaitement cette essence.

Pour l'individu calme et posé, les montures raffinées et décontractées donnent une impression d'accessibilité, démontrant l'attention portée aux détails tout en conservant un niveau de sophistication. Ces montures montrent que vous êtes quelqu'un qui se soucie de sa présentation sans avoir besoin d'être flamboyant. Elles sont élégantes et stylées, offrant un charme subtil qui trouve un écho auprès des autres.

D'un autre côté, pour l'homme décontracté d'un côté, il est possible d'adopter des formes plus traditionnelles avec une touche d'originalité. Une monture classique, légèrement vintage, associée à des touches de modernité, témoigne d'une personnalité chaleureuse, joyeuse et d'un chic sans effort. Ces montures trouvent l'équilibre parfait entre confort et style, reflétant la nature accessible du porteur et sa capacité à mettre les autres à l'aise.

Pour les hommes qui s'épanouissent dans l'expression artistique, il y a les montures frappantes - des designs audacieux et uniques qui reflètent la créativité et l'appréciation des petits détails. Ces montures sont destinées à l'homme qui considère ses lunettes comme un prolongement de son esprit artistique, les utilisant comme une toile pour exprimer sa vision. Les nuances subtiles de design et de couleur peuvent sembler infimes à certains, mais pour l'artiste, ce sont les éléments mêmes qui le définissent et le distinguent.

S'équiper : c'est votre game de monture

La masculinité moderne ne consiste plus à adhérer à des normes sociétales rigides. Il s'agit plutôt d'embrasser l'individualité et de trouver de nouvelles façons d'exprimer son identité. Les lunettes jouent un rôle essentiel à cet égard, en offrant aux hommes la possibilité de s'affirmer

dans leur énergie. Les hommes choisissent des montures qui reflètent leur personnalité et, ce faisant, ils s'affranchissent des conventions dépassées et redéfinissent ce que signifie être masculin.

Dans un monde où la première impression compte, les Styles de lunettes donnent aux hommes la liberté de créer leur propre histoire et la confiance nécessaire pour complimenter plus généreusement et recevoir plus de compliments gracieusement. Que vous soyez un professionnel raffiné, un homme cool décontracté ou un innovateur artistique, vos lunettes disent au monde qui vous êtes en quelques secondes.

Alors, allez-y, adoptez votre game de montures, faites-le vôtre et laissez vos lunettes être la signature qui reflète avec audace votre vision unique de la nouvelle masculinité. Votre style est votre voix, faites-la résonner ! **PO**

Wendy Buchanan est une experte en stylisme renommée, fondatrice et visionnaire du programme de formation à la vente Be Spectacular. Opticienne primée et cheffe d'entreprise, elle s'associe aux optométristes pour transformer l'expérience des clients grâce à son approche novatrice du stylisme de la lunette et à la puissante combinaison de l'image de marque personnelle et de l'autonomisation de l'équipe. Pour plus d'informations, visitez : bespectacular.com/optical

Il n'est jamais trop tard pour faire le don de la vue!



Si vous avez manqué le Défi de la Journée mondiale de la vue, vous pouvez tout de même faire une différence avec Optometry Giving Sight toute l'année.

Optometry Giving Sight est la seule organisation qui s'emploie à éradiquer les erreurs de réfraction non corrigées grâce à la croissance et à l'élargissement de l'optométrie partout dans le monde. Vos contributions aident les personnes mal desservies à obtenir l'accès à des soins de la vue de base qui pourraient changer leur vie grâce à l'établissement et au soutien d'écoles d'optométrie, de cliniques ophtalmologiques, de centres de la vue et de laboratoires optiques dans les endroits où l'on en a besoin.

Faites un don unique ou périodique et aidez OGS à faire une différence pour des personnes, des familles et des collectivités entières de partout dans le monde givingsight.org/donate.



OPTOMETRY
giving sight

Thérapie de la vision

Le jury n'a pas encore tranché

PAR EVRA TAYLOR



Le paysage des soins oculaires au Canada et dans le monde a changé de façon spectaculaire au cours de la dernière décennie en raison de multiples facteurs, notamment le vieillissement de la population avec des comorbidités médicales, les personnes qui travaillent après 65 ans et l'utilisation accrue d'appareils numériques à tous les âges, mais plus particulièrement chez les enfants. Les effets oculaires du diabète, en plus de la dégénérescence maculaire liée à l'âge, de la sécheresse oculaire et de la myopie, occupent le devant de la scène en tant qu'affections oculaires majeures qui méritent une préoccupation et une attention croissantes de la part des professionnels des soins oculaires. Alors que l'attention des professionnels des soins oculaires se porte sur ces pathologies - et à juste titre - la thérapie visuelle est moins évoquée et moins connue du grand public.

Ce qu'est la thérapie visuelle - et ce qu'elle n'est pas

La thérapie visuelle optométrique est une approche de rééducation de la vision conçue pour améliorer les compétences visuelles telles que le maintien de l'alignement à la distance, la conscience de la profondeur et la perception visuelle. Elle vise à améliorer la vision dans trois domaines clés : les problèmes oculomoteurs, les problèmes d'accommodation et les problèmes de vergence. La thérapie comportementale de la vision fait appel à des exercices spécifiques, à des équipements et à des lentilles d'entraînement. Selon WebMD, sa validité scientifique n'a pas été prouvée, mais certaines personnes ne jurent que par sa capacité à améliorer les capacités de lecture de leurs enfants. Elle est souvent utilisée comme traitement alternatif (mais controversé) de la dyslexie ou d'autres troubles de l'apprentissage. De nombreux enfants dyslexiques n'ont pas de problèmes de vue et sont capables de suivre les lettres sur la page. Cependant, certains experts pensent que ce type de thérapie visuelle pourrait aider les enfants dyslexiques parce qu'il augmente la capacité à suivre et à se concentrer - deux types de mouvements des yeux qui facilitent la lecture en général.

Selon l'Association pour le Développement et la Rééducation de la Vision Optométrique (OVDRA), 17 compétences visuelles sont essentielles pour les activités de base de la vie quotidienne, telles que la lecture, le sport et l'apprentissage. Le Collège des optométristes en développement de la vision (COVD) précise que les objectifs de la thérapie visuelle sont d'aider les patients à développer ou à améliorer les compétences et les capacités visuelles fondamentales, d'améliorer le confort, l'aisance et l'efficacité visuels et de modifier la façon dont le patient traite

ou interprète les informations visuelles.

Les programmes de thérapie visuelle sont adaptés aux besoins de l'individu et peuvent durer de quelques semaines à plusieurs mois. Ses partisans soulignent qu'elle ne se limite pas à des exercices oculaires et à une amélioration de l'acuité visuelle. Il s'agit de répéter des tâches visuelles prescrites sous la supervision d'un optométriste. En plus des tâches visuelles, des verres spéciaux, des prismes, des filtres, des stéréoscopes et des jeux vidéo peuvent être utilisés. Des équipements et des instruments sophistiqués peuvent également être employés pour améliorer la capacité du cerveau à traiter les informations visuelles. Les tests de diagnostic, l'entraînement et l'occlusion sont des outils supplémentaires qui peuvent être utilisés. Des séances de trente ou soixante minutes sont généralement organisées en cabinet une ou deux fois par semaine, parfois accompagnées d'exercices à effectuer à la maison.

Selon l'OVDRA, la thérapie visuelle « vise à rééduquer les aspects appris de la vision grâce au concept récemment compris de la neuroplasticité », basé sur le principe que les compétences visuelles acquises organiquement pendant l'enfance peuvent continuer à être

approché efficace pour traiter certaines conditions du système visuel, soit seules, soit lorsqu'elles coexistent avec certains troubles d'apprentissage et de développement ou avec une lésion cérébrale traumatique ou acquise ». En cas de troubles du développement ou de l'apprentissage, de lésions cérébrales traumatiques ou acquises, tout doit être mis en œuvre pour offrir au patient l'approche la plus holistique et interdisciplinaire du traitement et de la rééducation, dans le cadre d'une approche de soins centrée sur la personne, et non sur l'organe. Par défaut, cela inclut la thérapie visuelle ». L'ACO souligne que l'Association Américaine des Optométristes (AOA) définit la vision comme « ... pas simplement la capacité de lire une lettre d'une certaine taille à une distance de 20 pieds », mais comme « un système complexe et adaptable de collecte et de traitement de l'information qui recueille, regroupe, analyse, accumule, met en équation et se souvient de l'information ».

La déclaration décrit les étiologies des dysfonctionnements du système visuel entraînant une vision floue ou ponctuelle, un rétrécissement du champ visuel, une sensibilité à la lumière, des maux de tête ou une cécité complète. Ils peuvent résulter de déficiences congénitales ou développementales, ou d'un incident

La position de l'ACO est que les essais cliniques randomisés et contrôlés, ainsi que les essais d'observation constituent le corpus de preuves le plus utile dans ce domaine et conduisent aux meilleures décisions cliniques et résultats.

Réhabilitation Visuelle Canada, une organisation nationale engagée dans la sensibilisation à l'importance de cette pratique, présente les témoignages très personnels et émouvants d'individus qui à la suite d'événements traumatisants tels que des lésions cérébrales, ont fait l'expérience des avantages de son utilisation, qui a changé leur vie. Dans un cas, le parent d'un enfant dont les difficultés de lecture ont été résolues grâce à la thérapie visuelle a expliqué que ses difficultés n'étaient pas dues à la paresse ou à un trouble de l'apprentissage, mais « au fait que son cerveau n'envoyait pas les signaux à son système visuel assez rapidement, ce qui l'épuisait ».

Pourquoi cette controverse ?

La pratique de la thérapie visuelle est controversée, comme en témoigne, en partie, le fait que peu d'assureurs privés la couvrent, tout comme l'Assurance maladie de l'Ontario (OHIP). Le document clinique *Vision Therapy : A Primer and Caution for Pediatrician*, publié en 2022 par les docteurs Bo Wang et Edward Kuwera dans Children (Bâle), indique que « l'utilité de la thérapie visuelle pour traiter divers troubles de l'apprentissage est contestée par l'Académie américaine de pédiatrie, l'Académie américaine d'ophtalmologie, l'Association américaine d'ophtalmologie pédiatrique et de strabisme, et l'Association américaine des orthoptistes certifiés. Une analyse de la littérature montre que la thérapie visuelle est utile dans la gestion de l'insuffisance de convergence uniquement. Les preuves sont insuffisantes pour recommander la thérapie visuelle en cabinet pour la prise en charge d'autres types de strabisme, d'amblyopie ou de troubles de l'apprentissage dans la population pédiatrique ». Le scepticisme des auteurs repose en grande partie sur le manque perçu de données cliniques solides confirmant l'efficacité de cette thérapie. Du côté pédiatrique, les experts de l'hôpital pour enfants de Boston affirment que si la thérapie visuelle aide clairement à traiter l'amblyopie et l'insuffisance de convergence, il n'y a pas assez de recherches pour soutenir ce traitement au point qu'il soit accepté par la communauté des ophtalmologistes. Cela dit, ils affirment qu'ils rencontrent de nombreux enfants présentant des anomalies au niveau du suivi oculaire, de l'accommodation et de la vergence, et qu'ils ont vu de nombreux patients bénéficier de certains de ces traitements. **PO**

La pratique de la thérapie visuelle est controversée, comme en témoigne en partie le fait que peu d'assureurs privés la couvrent, tout comme l'OHIP.

optimisées tout au long de la vie. La neuroplasticité explore la capacité du cerveau à évoluer, à s'adapter et à changer en permanence en réponse à certains stimuli, et à former de nouveaux réseaux neuronaux. L'organisation estime que la thérapie visuelle est l'un des nombreux outils qui peuvent et doivent être utilisés. Ses experts estiment qu'un enfant sur dix a un problème de vision suffisamment grave pour affecter son apprentissage à l'école, mais que les dépistages de la vision à l'école peuvent passer à côté de près de la moitié de ces problèmes.

La position de l'ACO

En février de cette année, l'Association canadienne des optométristes (ACO) a publié un énoncé de position sur la thérapie visuelle, affirmant qu'il s'agit d'une pratique bien établie ancrée dans la neuroplasticité, « une

traumatique tel qu'une commotion cérébrale, une lésion cérébrale traumatique ou un accident vasculaire cérébral.

Chez les enfants, les dysfonctionnements du système visuel et leurs symptômes qui y sont associés peuvent coexister avec certains troubles de l'apprentissage, tels que la dyslexie et les difficultés de lecture. Bien que ces dysfonctionnements puissent aggraver certains handicaps, l'ACO a déclaré que les professionnels de soins oculaires devraient faire preuve de prudence pour ne pas les confondre avec les troubles d'apprentissage eux-mêmes ou les étiqueter comme la cause unique ou même principale des troubles d'apprentissage. Il précise que, contrairement à ce que l'on croit généralement, la thérapie visuelle n'est pas un traitement pour les troubles du développement, du comportement et de la cognition.

Focus Futur

Les innovations en verres à travers le monde entier

PAR DAVID GOLDBERG

La technologie remodèle tous les aspects de notre vie, en particulier l'intelligence artificielle (IA), et le secteur de l'optique ne fait pas exception. Des lunettes qui s'adaptent à des environnements changeants simplement en pressant sur un bouton, à l'apprentissage automatique des machines qui aident les techniciens à améliorer le processus de production des verres, il est clair que l'avenir des soins oculaires est déjà à portée de main. Voici un aperçu rapide de quelques-unes des technologies les plus fascinantes dévoilées au cours de l'année 2024.

Les changements de teinte les plus rapides : Les verres à teinte instantanée de Chamelo

Chamelo a révolutionné le marché des lunettes de soleil en lançant les premiers verres à teinte instantanée au monde. Ces lunettes de soleil intelligentes permettent aux utilisateurs d'ajuster la teinte ou la couleur par une simple pression sur la monture ou via une application smartphone connectée.

Les deux modèles phares offrent des fonctionnalités différentes : Dusk offre des ajustements rapides de la teinte grâce à la technologie des verres à cristaux liquides, affirmant une vitesse de transition jusqu'à 1 800 fois plus rapide que les

verres photochromiques traditionnels. Prismatic, quant à lui, présente une fonction astucieuse de changement de couleur, permettant aux utilisateurs de passer d'une teinte vibrante à une autre, comme le jaune, l'orange et le rose.

Les verres utilisent une couche de cristaux liquides contrôlée électriquement qui ajuste la transparence en temps réel, réagissant instantanément aux conditions de luminosité changeantes. Les lunettes intelligentes de Chamelo sont positionnées sur le marché haut de gamme, avec des prix allant de 400 à 800 dollars canadiens.

La précision pilotée par l'IA dans les laboratoires de fabrication de verres

L'IA transforme le traitement des verres de prescription. Par exemple, le CSI Modulo ONE de Schneider utilise l'IA pour détecter automatiquement les défauts cosmétiques sur les verres, tels que les rayures, les creux, le voile et les marques de coupe. Le système va au-delà de la simple détection des défauts en imitant les processus décisionnels humains, ce qui permet aux laboratoires de définir des normes de qualité uniques, que l'IA apprend et applique à toutes les inspections.

Le VFT-orbit-2i de Satisloh va plus loin dans l'intégration de l'IA, en utilisant l'apprentissage automatique pour rationaliser à la fois les diagnostics et la maintenance prédictive.

Ce générateur intelligent surveille en permanence les performances et compare les données en temps réel avec des valeurs de référence prédéfinies, ce qui lui permet de détecter et de prévoir les dysfonctionnements potentiels du système avant qu'ils ne se produisent.

Avec des caractéristiques telles que le fraisage ultra-rapide, une broche de fraisage améliorée et la technologie de bobine vocale pour une grande précision de surface, le VFT-orbit-2i est conçu pour une efficacité et une précision maximales dans le surfacage des verres. La machine est également dotée d'une fonction de calibrage automatique, ce qui réduit la nécessité d'une intervention manuelle et minimise les temps d'arrêt.

Film de vision nocturne ultra fin pour les lunettes

Le Centre d'excellence ARC pour les systèmes méta-optiques transformateurs, en Australie, a lancé un film de vision nocturne ultra fin qui peut être appliqué de manière transparente sur des lunettes standard.

Le film de vision nocturne convertit la lumière infrarouge invisible, qui est généralement émise sous forme de chaleur par les objets, en lumière visible que nos yeux peuvent voir. Pour ce faire, le film capte la lumière infrarouge et la « traduit » en lumière visible, ce qui permet à l'utilisateur de voir dans l'obscurité. Le film est ultrafin comme un film plastique de cuisine, flexible et peut être appliqué sur des lunettes ordinaires, ce qui en fait une alternative légère aux lunettes de vision nocturne encombrantes. Au lieu de dépendre d'un équipement lourd, ce film utilise une nanotechnologie avancée pour créer une vision nocturne en temps réel pour un usage quotidien.

Contrairement aux systèmes de vision nocturne traditionnels, ce film léger et transparent peut être intégré dans des lunettes de tous les jours, ce qui le rend adapté à un large spectre d'applications, notamment militaires, policières et civiles.

Une étude récente publiée dans *Advanced Materials* suggère que le matériau peut offrir une vision nocturne en temps réel sans le décalage associé aux lunettes ou caméras de vision nocturne traditionnelles.

Bien qu'encore au stade du développement, le potentiel de cette technologie s'étend au-delà des lunettes personnelles, avec des applications futures telles que les pare-brise intelligents, les dispositifs de sécurité et les vitres architecturales. **PO**

Les conflits surviennent

PAR NANCY DEWALD

Lorsque des personnes ont des origines, des perspectives et des expériences différentes, il y a toujours des conflits. Un conflit sain sur des idées et des concepts peut être bénéfique pour une organisation prospère qui permettrait au groupe de parvenir à de meilleures idées et conclusions.

Le sujet d'aujourd'hui est le conflit malsain. Ce type de conflit tourne autour d'attaques personnelles, de personnalités, etc. et il ne provient pas des meilleures intentions.

L'idéal serait de ne pas avoir de conflit, mais ce n'est pas un scénario réaliste.

Lorsqu'un conflit survient, la clé pour ne pas le laisser vous prendre toute votre énergie est de mettre en place des pratiques de communication efficaces et un processus clairement défini.

Stratégies pour une communication efficace :

- Créer un environnement sécuritaire et ouvert où toutes les parties concernées se sentent à l'aise pour exprimer leurs points de vue et leurs sentiments. Cela peut se faire par le biais de réunions d'équipe, de discussions individuelles ou même un système de retour d'information anonyme.
- Veiller à ce que chacun puisse s'exprimer et se sentir écouté.
- Créez un environnement dans lequel faire des erreurs est accepté afin d'éviter des comportements de blâme et d'évitement. En tant que dirigeant, admettez vos propres erreurs.

Mettre en place un processus clairement défini :

Il est essentiel de répondre rapidement et efficacement aux préoccupations du personnel pour maintenir un environnement de travail positif.

Voici un exemple de guide étape par étape,

1 Posez-vous la question : L'employé a-t-il parlé directement à la personne ?

Première étape : Si l'employé n'a pas encore parlé directement à la personne impliquée dans le conflit, encouragez-le à le faire. La communication directe permet souvent de résoudre les malentendus de manière rapide et efficace.

Passer à l'étape 2 : Si l'employé a déjà parlé à la personne et que le problème n'est toujours pas résolu, passez à l'étape suivante.

*Les conflits mineurs sont généralement résolus après la première étape. Dans 90 % des cas, les conflits sont dus à une mauvaise communication ou à un malentendu.

2 La personne a-t-elle informé son supérieur hiérarchique du conflit ?

Prochaine étape : Si le problème persiste après une communication directe, l'employé doit en référer à son supérieur hiérarchique.

Si vous êtes le supérieur hiérarchique : Passez à l'étape 3.

3 Le devoir d'agir du superviseur

Recueillez des informations : En tant que superviseur, il vous revient de donner suite au problème. Commencez par recueillir tous les détails pertinents auprès de l'employé.

Discutez : Ayez une discussion détaillée avec l'employé pour comprendre la nature du conflit.

Informez des prochaines étapes : Communiquez clairement les prochaines étapes à l'employé, en veillant à ce qu'il comprenne le processus qui suivra.

4 Avoir une conversation avec l'accusé ou mener une enquête

Conversation ou enquête : En fonction de la gravité du problème, il convient d'avoir une conversation

directe avec la partie accusée ou d'ouvrir une enquête officielle.

Évaluer la situation : Veillez à ce que l'approche adoptée soit adaptée à la gravité du problème.

5 Documentez et examinez les résultats et les prochaines étapes

Documentation : Conservez une documentation détaillée de toutes les discussions, conclusions et mesures prises.

Révision : Passez les résultats et les prochaines étapes avec toutes les parties concernées régulièrement en revue afin de vous assurer que le problème est résolu de manière satisfaisante.

Suivi : planifiez des réunions de suivi pour vérifier les progrès accomplis et répondre à toute autre préoccupation.

En suivant ces étapes, vous pouvez vous assurer que les problèmes sont gérés de manière structurée et équitable, ce qui favorise un environnement de travail respectueux et collaboratif.

L'objectif n'est pas simplement de résoudre le conflit, mais de renforcer l'équipe et d'améliorer la dynamique générale.

Créer un lieu de travail où tout le monde aime venir travailler. **PO**

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

Focus sans buée

Aider les athlètes à voir clairement leurs objectifs

PAR ROBERT DALTON, AOC

Une vision claire est essentielle pour que les athlètes puissent donner le meilleur d'eux-mêmes, mais la formation de buée sur les verres peut nuire considérablement à leur capacité de voir et d'agir rapidement. Ce problème affecte les athlètes dans tous les sports, du ski au cyclisme en passant par le hockey, entraînant une baisse des performances et des risques potentiels pour la sécurité. La formation de buée est due à la combinaison de la sueur, des fluctuations de température et de l'effort physique. Il est donc essentiel pour les athlètes qui comptent sur leurs lunettes de trouver des solutions efficaces.

POURQUOI LA BUÉE SE FORME-T-ELLE SUR LES VERRES ?

Au cours d'une activité physique intense, les athlètes produisent de la chaleur, ce qui entraîne une transpiration et une accumulation d'humidité autour des yeux. Lorsque l'air chaud et humide entre en contact avec les surfaces froides des verres, telles que les lunettes ou les masques, de la condensation se forme et embue les verres. Cela oblige les athlètes à s'arrêter pour essuyer leurs verres ou, pire, à continuer avec une vision altérée.

Ce problème est particulièrement important dans les sports d'hiver comme le ski ou la planche à neige, où la différence de température entre le corps de l'athlète et l'air froid extérieur

aggrave la formation de buée. L'air froid refroidit rapidement les verres alors que le corps de l'athlète produit de la chaleur, ce qui crée des conditions idéales pour la formation de buée. Les cyclistes, en particulier dans les climats froids, sont confrontés à des défis similaires en raison de la résistance au vent et de l'accumulation de chaleur, qui peuvent réduire la visibilité à grande vitesse, ce qui les met en danger et met en danger les autres.

Dans les sports à fort contact comme le hockey, la formation de buée sur les visières ou les lunettes est encore plus problématique. Les athlètes doivent prendre des décisions en une fraction de seconde et réagir à des mouvements rapides, et les visières embuées peuvent retarder le jugement ou le temps de réaction, mettant en danger à la fois l'athlète et ses coéquipiers. Dans ce cas, une vision claire n'est pas seulement une question de performance, mais aussi de sécurité.

SOLUTIONS AU PROBLÈME

Heureusement, les athlètes disposent de plusieurs moyens pour atténuer la formation de buée et conserver une vision claire tout au long de leur performance. L'une des solutions les plus courantes consiste à utiliser des sprays ou des revêtements antibuée. Les sprays anti buée créent une fine couche invisible sur les verres, empêchant l'humidité de s'accumuler et de former de la condensation. Ils sont faciles à appliquer et peuvent durer plusieurs heures, en fonction de l'intensité de l'activité.

De plus, de nombreux athlètes optent pour des verres dotés d'un traitement antibuée spécial appliqué lors de la fabrication. Bien que légèrement plus chers, ces revêtements offrent une solution à long terme pour ceux qui sont souvent confrontés à la buée.

Les lunettes ventilées sont une autre option très efficace. Les lunettes de sport sont conçues avec des systèmes de ventilation qui permettent à l'air de circuler afin de réduire l'accumulation de chaleur et la formation de buée. Ce système est particulièrement utile pour les sports tels que le ski, la planche à neige et le cyclisme, où les conditions extérieures favorisent la formation de buée. Les lunettes ventilées aident à réguler la température autour des yeux, évitant ainsi la formation de buée due au contraste entre la chaleur du corps et l'air froid.

LE RÔLE DES OPTICIENS

Les opticiens jouent un rôle clé en aidant les athlètes à trouver les meilleures solutions pour gérer la buée. En tant qu'experts professionnels, ils peuvent recommander les produits antibuée les plus efficaces, y compris les sprays, les lingettes et les verres avec traitement antibuée, ou suggérer des lunettes de sport spécifiques dotées de systèmes de ventilations. Pour les athlètes qui ont besoin d'une correction visuelle, les opticiens peuvent proposer des lunettes de sport sur ordonnance qui sont durables, résistantes aux chocs et dotées de caractéristiques antibuée qui les protègent contre les blessures lors d'activités intenses.

SENSIBILISER LES SPORTIFS À L'ENTRETIEN DES LUNETTES

En plus de proposer des solutions, les opticiens doivent apprendre aux athlètes à entretenir correctement leurs verres afin d'éviter la formation de buée. Des conseils tels que la propreté des verres, l'utilisation de lingettes antibuée et le rangement des lunettes dans un endroit frais et sec peuvent réduire l'accumulation de buée. Les athlètes doivent également éviter de toucher leurs verres avec leurs mains, car les huiles et les saletés peuvent aggraver la formation de buée.

En guidant les athlètes sur les meilleures pratiques, les opticiens s'assurent que la buée n'interfère pas avec leurs performances. **PO**

Robert Dalton est 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, consultez le site opticians.ca.



Regard sur l'équité

Le rôle de l'optométrie dans le développement de l'accès aux soins

PAR LE DR MARTIN SPIRO, PRÉSIDENT DE L'ACO

Le mois de novembre marque le Mois de la sensibilisation au diabète, une occasion pour souligner l'impact du diabète sur la santé en général, et sur la santé des yeux en particulier. Les maladies oculaires diabétiques, notamment la rétinopathie diabétique, la cataracte et le glaucome, peuvent entraîner de graves déficiences visuelles et, dans certains cas, une perte de vision permanente.

Il est essentiel de comprendre les facteurs qui contribuent aux millions de Canadiens qui vivent avec le diabète ou qui risquent de le développer, et d'aborder les obstacles à l'accès aux soins. Les Canadiens qui vivent dans des régions éloignées et mal desservies dépendent souvent de visites occasionnelles de professionnels des soins oculaires, tandis que d'autres doivent parcourir de très longues distances pour bénéficier de services essentiels.

Pour de nombreuses personnes qui subissent déjà une perte de vision en raison d'un diabète non contrôlé, il y a un manque notable de services de soutien et de réadaptation pour la basse vision, en particulier dans les communautés éloignées. Les populations autochtones, en particulier celles qui vivent dans des régions rurales et isolées, sont

Pour réduire la perte de vision évitable, il est essentiel d'accorder la priorité à l'élargissement de l'accès aux soins en comprenant et en éliminant les obstacles et les inégalités.

confrontées à des obstacles supplémentaires pour accéder aux soins optométriques.

Nous savons que la clé pour réduire la perte de vision chez les personnes atteintes de diabète est l'accès aux soins préventifs et proactifs appropriés. Les signes précoces du diabète peuvent être détectés lors d'examen ophtalmologiques de routine, et une prise en charge rapide peut prévenir la perte de vision et d'autres complications. Toutefois, pour que les interventions précoces soient efficaces, il faut réduire les obstacles aux soins et élaborer de nouveaux modèles de services communautaires en collaboration avec les communautés autochtones.

Je suis optimiste et pense que nous pouvons continuer à développer l'accès aux soins pour tous les Canadiens. Bien que nous soyons conscients de la pénurie actuelle de médecins de famille dans tout le pays, nous avons la chance d'avoir une bonne répartition des optométristes qui exercent dans différents contextes, des grandes villes aux petites communautés. Cette présence diversifiée permet d'offrir des soins communautaires qui répondent aux besoins uniques de différentes populations, garantissant ainsi qu'un plus grand nombre de personnes reçoivent les soins oculaires dont elles ont besoin.

Réfléchissez à comment vous pouvez influencer l'accès aux soins oculaires en tant qu'individu. Qu'il s'agisse d'approfondir votre apprentissage en suivant des cours sur la compétence culturelle des professionnels de la santé, de partager des informations sur la santé oculaire sur vos canaux de médias sociaux, de vous joindre à une équipe de clinique éloignée, de faire un don d'équipement ou de soutenir l'adoption du projet de loi C-284, Loi pour instaurer une stratégie nationale pour les soins oculaires, chaque effort compte. En agissant, vous pouvez contribuer à un mouvement collectif visant à réduire les obstacles aux soins oculaires et à améliorer l'état de santé général des populations vulnérables.

Pour réduire la perte de vision qui pourrait être évitée, il est essentiel d'accorder la priorité à un meilleur accès aux soins en comprenant et

en adressant les obstacles et les inégalités. En plaidant pour des modèles de soins opportuns, accessibles et culturellement adaptés et en tirant parti de la disponibilité des prestataires de soins oculaires, nous contribuerons grandement à ce que davantage de Canadiens reçoivent les soins qu'ils méritent. **PO**

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

Géociblage

Joindre les patients locaux avec précision

PAR MOHAMMAD KHAN

À une époque où le marketing numérique joue un rôle essentiel dans l'acquisition de patients, les professionnels des soins oculaires doivent être à la pointe de la technologie pour être efficacement en contact avec leur public cible. Le géociblage, une stratégie de marketing basée sur la localisation, offre un moyen efficace de joindre les patients locaux avec précision, en aidant les efforts promotionnels à atteindre les bonnes personnes au bon moment et au bon endroit.

Le géociblage utilise des données géographiques pour envoyer des messages marketing personnalisés à des clients potentiels en fonction de leur localisation. Pour les cabinets de soins oculaires, cela signifie cibler les patients potentiels d'une région, d'une ville ou même d'un quartier spécifique, plutôt que de lancer un large filet et d'espérer pour le meilleur.

Lorsqu'il est utilisé efficacement, le géociblage peut favoriser la fréquentation, augmenter les prises de rendez-vous et créer une base de patients fidèles au sein de votre communauté.

Comprendre le géociblage

À la base, le géociblage utilise l'emplacement d'une personne pour lui proposer des publicités, des résultats de recherche ou des contenus personnalisés. Cette information est souvent dérivée de l'adresse IP, des données GPS ou des paramètres de l'appareil mobile de l'utilisateur.

Le géociblage est particulièrement bénéfique pour les professionnels des soins oculaires qui desservent une population locale, comme ça leur permet de se concentrer sur les patients les plus susceptibles de se rendre dans leur cabinet.

L'un des outils les plus puissants du géociblage est le géorepérage. Cette technique crée une frontière virtuelle autour d'une zone spécifique, comme un code postal ou un groupe de quelques maisons, et déclenche des publicités ou des notifications sur un smartphone ou un autre appareil lorsque quelqu'un pénètre dans cette zone.

Par exemple, un cabinet d'ophtalmologie pourrait établir un géorepérage autour d'un centre commercial très fréquenté et envoyer des messages promotionnels sur des

examens de vue gratuits ou des rabais sur les lunettes aux personnes qui se trouvent dans cette zone.

Pourquoi le géociblage est-il important pour les cabinets de soins oculaires ?

Si les méthodes de marketing traditionnelles, telles que les annonces imprimées et les annonces de sensibilisation numérique, restent pertinentes, le géociblage permet d'atteindre un nouveau niveau de précision dans la prise de contact avec les patients.

Les cabinets de soins oculaires qui dépendent souvent d'une clientèle locale, peuvent utiliser le géociblage pour aider leurs messages marketing à atteindre les personnes les plus susceptibles d'avoir besoin de leurs services, c'est-à-dire les patients qui se trouvent à une distance raisonnable du cabinet.

Les avantages du géociblage pour les professionnels des soins oculaires sont les suivants :

Augmentation de la fréquentation : En ciblant les patients dans les environs immédiats, les cabinets peuvent attirer plus de visiteurs et augmenter les prises de rendez-vous.

Amélioration du retour sur investissement : Le géociblage réduit les dépenses publicitaires inutiles en concentrant les efforts sur les personnes les plus susceptibles de se convertir.

Personnalisation accrue : Le marketing géolocalisé permet d'envoyer des messages plus personnalisés et plus pertinents.

Avantage concurrentiel : Les soins oculaires sont un domaine très concurrentiel, en particulier dans les zones urbaines. Le géociblage permet aux cabinets de rester à l'écoute des patients potentiels en leur proposant des promotions, des rappels et des services pertinents et opportuns.

Stratégies de géociblage pour les cabinets de soins oculaires

Pour maximiser le potentiel du géociblage, les professionnels des soins oculaires peuvent mettre en pratique une série de stratégies qui stimulent l'engagement local :

Annonces locales payantes : Google Ads et d'autres moteurs de recherche permettent de cibler géographiquement les publicités en fonction de l'emplacement de l'utilisa-

teur. Lorsque quelqu'un cherche « ophtalmologiste près de chez moi » ou « lunettes à (nom de la ville) », les annonces géociblées garantissent que les informations relatives au cabinet apparaissent en tête des résultats de recherche.

Ciblage des médias sociaux : Des plateformes comme Facebook, Instagram et Snapchat proposent un ciblage publicitaire basé sur la localisation. Les cabinets de soins oculaires peuvent créer des publicités adaptées à des données démographiques et à des emplacements géographiques spécifiques.

Campagnes de courriels localisés : Si le cabinet dispose d'une base de données de courriels de patients, le géociblage peut également être appliqué aux campagnes de marketing par courriel. L'envoi de promotions ou de rappels spécifiques à un lieu peut permettre aux patients qui vivent ou travaillent à proximité de garder le cabinet en tête.

Mesurer le succès des campagnes de géociblage

Comme pour toute initiative marketing, il est essentiel de mesurer le succès des

campagnes de géociblage afin de procéder à des ajustements fondés sur des données et de garantir un succès marketing continu. Les professionnels des soins oculaires doivent surveiller les indicateurs clés de performance (ICP), tels que :

Le taux de conversion : Le nombre de patients qui prennent rendez-vous ou visitent le cabinet après avoir vu une publicité géociblée. Le taux de clic (CTR) : Le pourcentage d'utilisateurs qui ont cliqué sur une publicité géociblée pour en savoir plus sur le cabinet.

Trafic : Augmentation du nombre de visites ou de rendez-vous pris par des patients qui ont découvert le cabinet grâce aux efforts de marketing local.

En analysant ces indicateurs, les cabinets peuvent affiner leurs stratégies de géociblage afin d'atteindre et de convertir plus efficacement les patients locaux.

Élaborer une stratégie marketing complète

Le géociblage offre aux professionnels de l'ophtalmologie un outil puissant pour

atteindre les patients locaux avec précision, stimuler l'engagement et, en fin de compte, augmenter les prises de rendez-vous et la fidélité au cabinet.

Les experts en marketing des soins oculaires peuvent vous aider à naviguer dans le monde du géociblage et des données géolocalisées.

En exploitant les données basées sur la localisation, les cabinets de soins oculaires peuvent diffuser des messages marketing personnalisés et pertinents qui touchent ceux qui sont les plus susceptibles de les visiter, en privilégiant un retour sur investissement maximal et une présence locale plus forte. **PO**

Mohammad Khan est stratège de contenu chez Marketing4ECPs, où il donne vie aux mots des clients par le biais du contenu. Mohammad écrit dans le domaine des soins oculaires depuis plus de deux ans et cherche toujours à élargir ses connaissances sur tout ce qui touche aux soins oculaires. Lorsqu'il n'est pas en train de taper un clavier, on peut trouver Mohammad en train de regarder Miami Heat ou ses films préférés, encore et encore. Pour en savoir plus sur Marketing4ECPs, rendez-vous sur marketing4ecps.com.

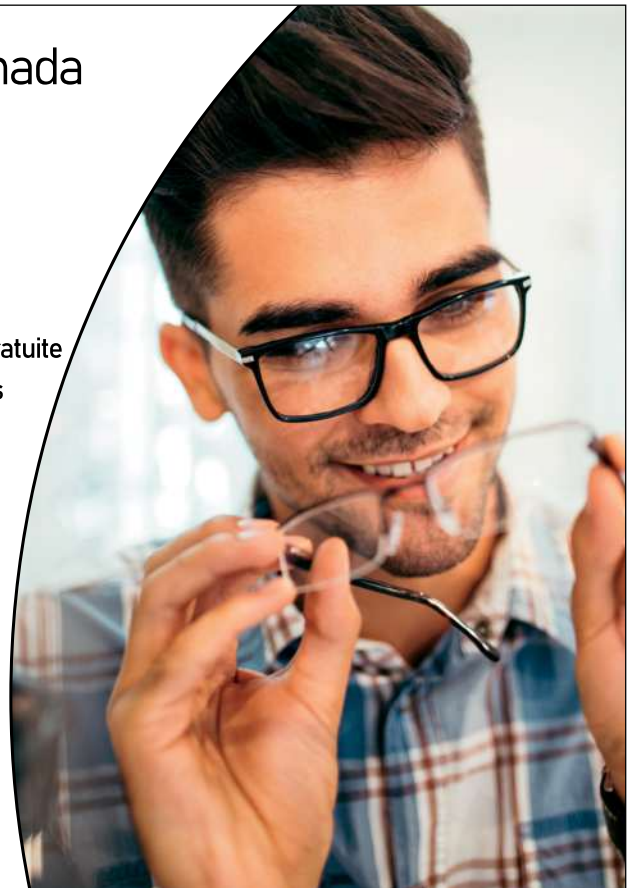
Association des opticiens du Canada L'UNION FAIT LA FORCE

OPTICIANS.CA

Assurance responsabilité professionnelle personnelle gratuite

Formations continues accréditées en ligne gratuites

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



Produits qui attirent l'attention

Une sélection de produits optiques élégants, uniques et innovants qui ont attiré notre attention ce mois-ci.



NERDWAX

Le stick antidérapant Nerdwax contient un mélange à base de cire d'abeille d'ingrédients entièrement naturels et certifiés biologiques, spécialement formulé pour maintenir vos lunettes en place pendant que vous vivez votre vie. Il agit en créant une couche de friction entre vos lunettes et votre peau. Ainsi, peu importe le type de lunettes que vous portez, tant qu'elles sont bien ajustées, Nerdwax les maintiendra en place ! Elle est également très facile à appliquer : Il suffit de frotter Nerdwax sur les plaquettes de nez de vos lunettes de vue ou de soleil préférées et de profiter d'un bonheur sans glissement. nerdwax.com



COUSSIN À MOTIFS D'OPTÉTRIE

Ajoutez une touche d'histoire des soins oculaires à votre espace avec ce coussin vintage imprimé de brevets. Doté d'illustrations détaillées d'outils d'optométrie classiques, c'est un cadeau parfait pour les optométristes ou les passionnés de soins oculaires. Élégant et éducatif, il apporte un charme unique à tout bureau ou maison. society6.com



ORIGINS EYE DOCTOR®

EyeDoctor® soin hydratation pour la peau autour des yeux est une crème pour les yeux testée par des ophtalmologues et elle conçue pour lisser les lignes fines et sèches grâce à des ingrédients nourrissants tels que le concombre, le romarin et le ginseng. Idéale pour une utilisation de jour comme de nuit, sous le maquillage ou seule, elle hydrate et rafraîchit la peau délicate. Exempt de plus de 1 500 ingrédients nocifs, dont les parabènes et les phtalates, sans cruauté, végétarien, et formulé avec de nombreuses options végétaliennes. origins.ca

PENDENTIF ŒIL MALÉFIQUE EN SAPHIR BLEU

Le pendentif œil maléfique en saphir bleu est un cadeau attentionné pour tout professionnel des soins oculaires. Un saphir bleu profond est serti au centre d'une monture sertie de diamants, créant un contraste saisissant avec l'or jaune 14 carats. Considéré comme une protection contre la malchance, cet élégant pendentif est à la fois significatif et élégant - un symbole parfait de soin et de vision pour ceux qui exercent cette profession. angara.com



OPTARO®

Optaro® est le premier agrandisseur vidéo conçu pour les smartphones, transformant de manière transparente un iPhone en une loupe complète. Elle offre un grossissement de 3,3x à 15x, une imagerie Full HD, un éclairage LED réglable et 14 modes de couleurs. Disponible pour les modèles iPhone 12 - 15 Pro Max, ou comme support universel pour d'autres modèles de téléphone, l'éclairage LED offre une expérience visuelle sans éblouissement pour les personnes souffrant d'une perte de vision. eschenbach.com





Vitesse, style et intelligence

Transitions lance les verres Gen S lors d'un événement presse exclusif en Irlande

PAR DAVID GOLDBERG

Transitions Optical est depuis longtemps un acteur clé sur le marché des verres photochromiques, et cette année le lancement des verres Transitions Gen S renforce cette réputation. Lors d'un événement de presse à Galway, en Irlande, les participants, dont Prisme Optique, ont pu découvrir la nouvelle technologie de ces verres dans le centre d'innovation de l'entreprise.

Le Centre de l'Innovation de l'entreprise. Des experts ont discuté des caractéristiques techniques et ils ont fourni des conseils pratiques aux professionnels des soins oculaires qui proposeraient ces verres à leurs patients.

Les lentilles Gen S sont commercialisées autour de trois principes clés : la vitesse, le style et l'intelligence. Ces caractéristiques visent à répondre aux besoins des consommateurs d'aujourd'hui, qui apprécient la commodité, la personnalisation et la protection solaire complète de leurs lunettes.

VITESSE : Des transitions plus rapides

L'un des principaux arguments de vente des verres Transitions Gen S est leur rapidité. Un problème de longue date avec les anciennes technologies photochromiques était leur temps d'adaptation plus lent, surtout lorsqu'on passait de l'extérieur à l'intérieur. Les verres Gen S répondent à ce problème grâce à une nouvelle matrice moléculaire qui leur permet de passer du clair au foncé en seulement 25 secondes et de revenir au clair en moins de deux minutes. Cette vitesse représente une amélioration significative par rapport aux versions précédentes des verres Transitions, qui étaient plus lentes à s'adapter.

Selon une étude menée par Transitions, 88 % des utilisateurs ont déclaré que les verres Gen S s'adaptaient si rapidement qu'ils remarquaient à peine la transition. Cette rapidité accrue plaît aux patients qui sont actifs et qui ont besoin que leurs verres suivent les changements rapides des conditions d'éclairage. Pour les professionnels des soins oculaires, il est essentiel de souligner cette rapidité, en particulier lorsqu'ils ont affaire à des patients qui étaient auparavant réticents à l'idée d'essayer des verres photochromiques à cause de perceptions dépassées. Ces transitions plus rapides peuvent aider à apaiser les inquiétudes des patients qui ont eu des expériences moins favorables avec les anciens verres.



LE STYLE : Personnalisation pour les patients

Bien que la fonction soit essentielle, le style est devenu une considération plus importante pour les consommateurs de lunettes d'aujourd'hui. Les verres Transitions Gen S offrent une gamme de couleurs vibrantes, dont le tout nouveau rubis, ainsi que le saphir, l'ambre, l'améthyste, le vert graphite et bien d'autres encore. Cette large gamme permet aux patients de personnaliser leur look.

Transitions a positionné ces verres comme un moyen pour les porteurs de corriger leur vision mais aussi de mettre en valeur leur style personnel. Ces couleurs à la pointe de la mode sont conçues pour s'harmoniser avec différents styles de montures, offrant ainsi aux professionnels des soins oculaires et à leurs patients une plus grande flexibilité dans le choix de leurs lunettes. Les experts présents à la conférence de presse ont montré comment les professionnels des soins oculaires peuvent aider les patients à assortir les couleurs des verres aux montures pour créer des looks audacieux ou subtils.

Pour les jeunes patients ou ceux qui considèrent leurs lunettes comme un élément de mode, la possibilité de personnaliser la couleur de leurs verres est un attrait majeur. Sur un marché de la lunetterie de plus en plus concurrentiel, cette gamme d'options de style est conçue pour séduire les personnes qui veulent que leurs lunettes soient plus que simplement fonctionnelles.

INTELLIGENT : temps d'écran et protection solaire

L'aspect « Intelligent » des verres Gen S reflète les préoccupations croissantes concernant l'exposition à la lumière bleue, d'autant plus que de plus en plus de personnes passent beaucoup de temps devant des écrans numériques. Ces verres filtrent jusqu'à 85 % de la lumière bleue-violette lorsqu'ils sont activés à l'extérieur et 32 % lorsqu'ils sont activés à l'intérieur. Cette caractéristique permet de réduire la fatigue oculaire et d'assurer une protection à long terme contre les effets néfastes potentiels de la lumière bleue.

En plus de la protection contre la lumière bleue, les verres offrent une protection à 100 % contre les UVA et les UVB, ce qui en fait un choix idéal pour ceux qui portent leurs lunettes en extérieur. Les verres Gen S s'activent également dans l'obscurité de catégorie 1 derrière le pare-brise d'une voiture, offrant ainsi un confort accru aux conducteurs. Transitions propose toutefois un autre produit, Drivewear, spécialement conçu pour la conduite.

De plus en plus de patients étant conscients des risques potentiels liés à l'exposition à la lumière bleue et aux UV, les professionnels des soins oculaires peuvent présenter les verres Gen S comme une solution pratique pour les personnes qui souhaitent bénéficier d'une protection complète en un seul produit.

Considérations pratiques pour les professionnels des soins oculaires est l'introduction des verres Transitions Gen S dans leurs pratiques pourrait aider à rejoindre un plus grand nombre de patients. Ces verres peuvent être présentés comme une amélioration des verres clairs standard, avec des avantages supplémentaires tels que des transitions plus rapides, un style amélioré et une meilleure protection.

Les démonstrations en magasin peuvent être particulièrement efficaces. Montrer aux patients la rapidité avec laquelle les lentilles passent de l'obscurité à la clarté à la lumière naturelle du soleil peut les aider à surmonter leurs réticences à l'égard des lentilles photochromiques. Pour les patients qui s'inquiètent de la lenteur du temps d'adaptation, le fait de voir les lentilles en action peut apaiser leurs inquiétudes.

Il est également essentiel d'adapter votre approche aux besoins de chaque patient. Les jeunes patients peuvent apprécier les couleurs personnalisables, tandis que les professionnels qui passent de longues heures devant des écrans peuvent être plus intéressés par la protection contre la lumière bleue. Pour les patients qui portent déjà des verres Transitions, l'activation plus rapide et les options de couleurs élargies des verres Gen S constituent des raisons évidentes de passer aux modèles supérieurs. **PO**

COLOREZ VOTRE MONDE

Les couleurs disponibles, conçues pour s'adapter aux styles classiques et contemporains, sont les suivantes :



Rubis : Une teinte riche et profonde qui exprime la passion et l'élégance.



Saphir : Symbole du ciel et de la mer, cette couleur est vibrante et royale.



Améthyste : Une teinte mystique et intrigante qui exprime l'individualité.



Vert graphite : Un ton naturel et respectueux de l'environnement, parfait pour ceux qui recherchent un look calme et posé.



Émeraude : Un ton luxueux et étincelant qui symbolise le renouveau.



Ambre : Fumé et nostalgique, il offre un ton chaud et enrichissant.



Gris : une option polyvalente et neutre qui transcende les tendances saisonnières.



Brun : Terreux et chic, idéal pour un look sophistiqué.

SAGITTAIRE



22 NOVEMBRE - 21 DÉCEMBRE

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 de la lunette pour le signe astrologique du mois.

Le Sagittaire rayonne d'une énergie audacieuse, qui se reflète dans son amour des couleurs vives comme le violet royal, les bleus profonds et les oranges aventureux. Leur style en mode est éclectique et amusant, mélangeant souvent le style bohème chic avec des pièces sportives et pratiques. Le confort est essentiel, mais ils n'hésitent jamais à se faire remarquer par des motifs audacieux ou des accessoires inattendus. Ce sont des créateurs de tendances qui incitent les autres à sortir de leur zone de confort.

Les Sagittaires sont connus pour leur esprit d'aventure, leur optimisme et leur amour de la liberté. Ils sont indépendants, curieux et aiment la spontanéité. Leur personnalité fait d'eux des explorateurs naturels, désireux d'essayer de nouveaux styles, de nouvelles couleurs et de nouvelles tendances sans hésitation.

Parmi les célébrités qui incarnent l'énergie du Sagittaire, citons Taylor Swift, Nicki Minaj et Miley Cyrus, toutes connues pour leurs choix de style audacieux et leurs personnalités magnétiques. Leur capacité à se réinventer sans effort reflète l'amour du Sagittaire pour la croissance et l'exploration. **PO**



Blue Nile
par Vontelle



Motus
par Lafont



JF1548
par JFREY



Nebb
par Moscot



Brutal
par Etnia Barcelona



OPTOMETRY
giving sight

APPUYER LE DON DE LA VUE POUR LES ENFANTS COMME JUSTIN

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

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

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

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

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

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



givingsight.org