

entvue

VOIR **PLUS LOIN**

juillet - août 2016

**NOUVELLES DE
DERNIÈRE HEURE**

ACUVUE[®]
oasys WITH
HydraLuxe™
BRAND CONTACT LENSES

**NOUVEAU
1-JOUR**

NOUVEAU

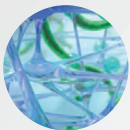
Traiteuse. Coureuse à pied. Mène de front plusieurs tâches.

Vos patients ont des journées bien remplies? Prescrivez la NOUVELLE lentille ACUVUE OASYS^{MD} 1-jour.

Avoir des journées remplies d'activités et être dans des environnements changeants peut déstabiliser le film lacrymal. Favorisez la stabilité du film lacrymal avec les **NOUVELLES** lentilles cornéennes de marque ACUVUE OASYS^{MD} 1-jour avec technologie HydraLuxe^{MC}.

10
ANS

Conçues sur la plate-forme de la lentille cornéenne de marque ACUVUE OASYS^{MD} — **Confort inégalé** depuis plus de 10 ans.[†]



Technologie HydraLuxe^{MC} : une conception imprégnée de larmes. Un réseau amélioré de molécules semblables aux larmes et de silicone hydratée hautement perméable à l'air intégrées quotidiennement au film lacrymal du patient.

La lentille journalière qui convient à leurs journées bien remplies.

NOUVEAU
1-JOUR



ACUVUE^{MD}
oasys AVEC
HydraLuxe^{MC}
MARQUE DE LENTILLES CORNÉENNES

[†]Basé sur 14 études cliniques publiées sur le site www.clinicaltrials.gov, un site Web géré par le NIH, qui ont été menées pour évaluer le confort subjectif comme critère d'évaluation primaire ou secondaire de la marque ACUVUE OASYS^{MD} avec technologie HYDRACLEAR^{MD} PLUS. L'examen a été effectué le 13 octobre 2015.

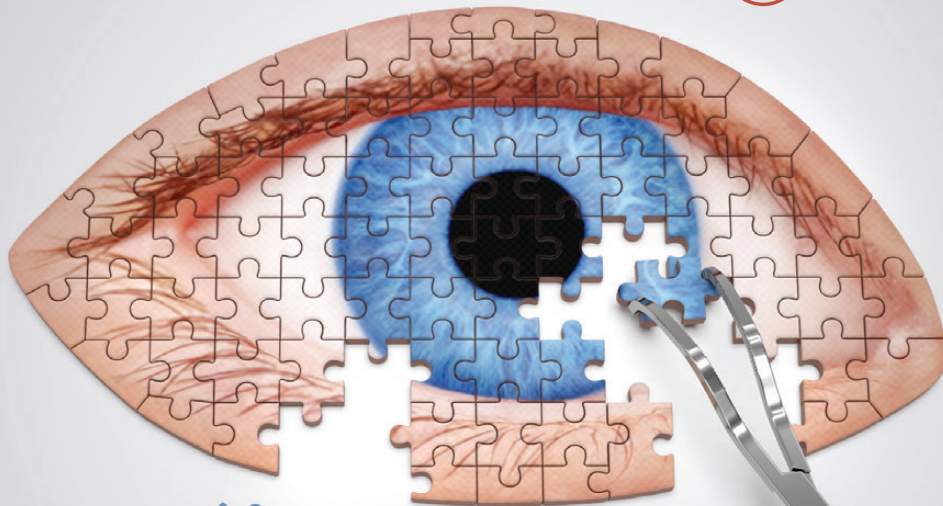
Les lentilles cornéennes de marque ACUVUE^{MD} sont recommandées pour corriger la vue. Comme toute lentille cornéenne, des problèmes oculaires peuvent se développer, y compris des ulcères cornéens. Certains porteurs peuvent ressentir une légère irritation, une démangeaison ou un inconfort. Les lentilles ne devraient pas être prescrites en cas d'infection ou d'inconfort oculaire, de larmoiement excessif, de changements de la vue, de rougeurs ou d'autres problèmes oculaires. Consulter la notice du produit pour obtenir plus d'information. Communiquer également avec les Soins de la vision Johnson & Johnson, division de Johnson & Johnson inc., en composant le 1-800-667-5099 ou en visitant acuvueprofessionnel.ca.

ACUVUE^{MD}, ACUVUE OASYS^{MD} et HydraLuxe^{MC} sont des marques de commerce de Johnson & Johnson inc. © Johnson & Johnson inc. 2016 Février 2016

enVue

VOIR **PLUS LOIN**
juillet - août 2016

Vue d'ensemble
sur la chirurgie



RÉFRACTIVE



Tous les verres Transitions^{MD} aident à protéger les yeux de la lumière bleue nocive partout où vous en avez besoin. À l'intérieur. Et à l'extérieur.

Donnez à vos patients des lentilles qui aident à se protéger des rayons nocifs du soleil.

Transitions^{MD}
VERRES ADAPTATIFSSM

VOYEZ COMMENT LES VERRES TRANSITIONS OFFRENT UNE FAÇON ÉLÉGANTE D'AIDER À SE PROTÉGER DE LA LUMIÈRE BLEUE.
WWW.TRANSITIONSCANADAPRO.CA/LUMIEREBLEUE



Transitions, la spirale et Verres Adaptatifs Transitions sont des marques déposées de Transitions Optical, Inc. utilisées sous licence par Transitions Optical Limitée.
©2016 Transitions Optical Limitée. La réaction photochromique varie selon la température, l'exposition aux rayons UV et le matériau de fabrication des verres.

Superflex kids



WestGroup

855.455.0042 | westgroupe.com



SFK-151, SFK-163



juillet-août 2016

Sommaire

	06	Édito
Dossier	10	Vue d'ensemble sur la chirurgie réfractive
EnVogue	20	De tout bois!
Marketing	22	Le développement des affaires
Finances	24	Les prêts à des employés à faible taux d'intérêt
Événement	28	Redécouvrir le service client : Les sommets Alive Essilor avec Ritz-Carlton
En contact	30	Les lentilles minisclérales Onefit ^{MD}
	32	En primeur
	36	Carrefour EnVue

prochain numéro – septembre – octobre 2016

Techniques marchandes (*marchandisage*)

Stimuler ses ventes en utilisant différentes stratégies. Plus de la moitié des achats sont décidés sur le point de vente. Autant dire qu'il est important pour un chef d'entreprise de s'intéresser au devenir de ses produits une fois livrés en magasin. Optimiser leur visibilité par rapport à ceux de la concurrence, voilà un des enjeux du marchandisage.



Eyezen^{MC} +



Élu dans la catégorie
soins de la vue par
les consommateurs



Nouvelle **réalité**, nouveaux **verres**

Ils sont devant des écrans à longueur de journée... Aidez-les à relaxer leurs yeux



**L'INNOVATION
SMART BLUE FILTER™**
PROTECTION CONTRE LA
LUMIÈRE BLEUE NOCIVE
INTÉGRÉE DANS UN VERRE CLAIR.



**TECHNOLOGIE
EYEZEN^{MC} FOCUS:**
SUPPORTE LES EFFORTS
DE FOCALISATION
DE L'OEIL



**VISION HAUTE
RÉSOLUTION^{MC}:**
NETTETÉ ET CONTRASTE
DANS TOUTES LES
DIRECTIONS DU REGARD

www.eyezen.ca

Vos
essilor





Lorraine Boutin
Rédactrice en chef

édito

La chirurgie réfractive accessible à tous?

A lors qu'une procédure au LASIK standard coûtait environ 5000 \$ pour les deux yeux au début des années 2000, les prix oscillent maintenant entre 1000 \$ et 2000 \$. La technologie a grandement évolué depuis 20 ans et le LASIK personnalisé est aujourd'hui plus performant que le LASIK standard, tout en étant nettement plus sécuritaire pour l'œil. Il en est de même pour la technique au laser ReLEx^{MD} SMILE, fabriquée par Zeiss, qui apparaît nettement moins invasive. De nos jours, la chirurgie réfractive permet de corriger de fortes myopies en plus de traiter la cataracte et même de proposer une lentille multifocale aux patients du troisième âge, et ce, avec une courte période de convalescence! Nous ne sommes pas très loin de l'œil bionique.

Également, dans ce numéro, vous découvrirez dans notre section EnVogue, de superbes lunettes en bois d'essences et de couleurs variées. Les artisans lunetiers qui fabriquent ces montures dans cette matière naturelle rivalisent d'élégance en utilisant différents types de bois. Étonnamment léger, le design des modèles nous ravit par sa modernité et sa chaleur.

Pour leur part, nos chroniqueurs susciteront à nouveau votre intérêt par la pertinence des sujets de leur chronique respective. En effet, Normand Turgeon, nous offre dans sa troisième et dernière chronique, portant sur la commercialisation intégrée, un regard quasi philosophique sur l'importance de connecter théorie et développement par l'expérimentation. Rien de mieux que de lire sa chronique pour méditer par la suite sur sa propre expérience entrepreneuriale.

En ce qui concerne notre chroniqueur Christian Pimparé, il aborde dans sa chronique le prêt à faible taux d'intérêt consenti aux employés et explore différents cas de figure.

Une nouvelle recrue, Marie-Justine Talbot, opticienne d'ordonnances, nous décrit les nombreux avantages des lentilles cornéennes minisclérales de la marque Onefit^{MD} des Laboratoires Blanchard. Elles procurent un confort inégalé et sont tout à fait adaptées pour les gens qui ont un mode de vie actif. Ces lentilles cornéennes de spécialité s'adaptent à plusieurs types de porteurs et notre nouvelle chroniqueuse nous en explique les avantages avec conviction.

Un numéro fort intéressant aux sujets diversifiés et pertinents n'attend que d'être vu et lu par vous! Notre équipe vous souhaite bonne lecture ainsi qu'un bel été, relaxant et ensoleillé!

envue

VOIR PLUS LOIN

www.envuemagazine.ca



BRETON COMMUNICATIONS

Breton Communications Inc.
202-495 boul. St-Martin Ouest
Laval (Québec) H7M 1Y9
Tél : 450 629-6005
Télec : 450 629-6044
envue@bretoncom.com
www.bretoncommunications.com

PRÉSIDENTE/ÉDITRICE

Martine Breton
martine@bretoncom.com

RÉDACTRICE EN CHEF

Lorraine Boutin
loboutin@hotmail.com

COLLABORATEURS

Paddy Kamen
Christian Pimparé
Marie-Justine Talbot
Normand Turgeon

RECHERCHEUR/RÉVISEUR

Gabrielle Ladouceur
gabrielle@bretoncom.com

COORDONNATRICE PUBLICITAIRE/

PETITES ANNONCES

Mélissa Alexis
melissa@bretoncom.com

ASSISTANTE AU TIRAGE

Louise Chalifoux
louise@bretoncom.com

ABONNEMENT

envue@bretoncom.com

CONCEPTION GRAPHIQUE

Marco Gagnon

PUBLICITÉ

Martine Breton
martine@bretoncom.com

Mélissa Alexis
melissa@bretoncom.com

1 888 462-2112
Tél : 450 629-6005
Télec : 450 629-6044

IMPRESSION

Impart Litho

Publié six fois par année

Dépôt légal

Bibliothèque et Archives Canada
Bibliothèque et Archives
nationales du Québec
ISSN 1925-8828 [Imprimé]
ISSN 1925-8836 [En ligne]

Envois de publications canadiennes

No de convention 40052210
Frais postaux payés au Québec

La reproduction totale ou partielle
des textes de cette publication est
formellement interdite sans une
autorisation écrite de l'éditeur.

Imprimé au Canada



WHIPSTART

PRÊT-À-COURIR

Une performance ultime
pour un style sans compromis.

adidas.com/eyewear

© 2013 adidas International Licensing AG. adidas, adidas logo, and the 3-Stripes are registered trademarks of adidas AG. All rights reserved. Le nom adidas, le logo adidas et le marqueur à 3 bandes sont des marques déposées par le Groupe adidas.

HELIUM

L'HOMME HELIUM

L'essence d'**Helium** réside dans la pureté et dans la fidélité à son héritage...

ATTITUDE SÉDUISANTE

un élément très personnel, exprimant son style unique.

Afin de marier savoir-faire italien, souvenirs mémorables et désirs contemporains, la collection Helium ajoute une touche éclectique à la créativité italienne.



MODÈLE: HE 4304: MATTE BLUE



Vue d'ensemble sur la chirurgie **RÉFRACTIVE**

Par Lorraine Boutin

Chaque année, des milliers de Canadiens choisissent la chirurgie réfractive pour corriger un problème de vision. Depuis la venue du laser, il y a une vingtaine d'années et le développement technologique les professionnels de la vue peuvent effectuer des interventions de plus en plus raffinées. Plus de candidats peuvent bénéficier du laser. Ainsi, chaque année, de nombreux patients optent pour ce type de chirurgie, qui n'est pas couvert par la Régie de l'assurance maladie du Québec (RAMQ).

Il n'existe pas de statistiques officielles sur le nombre d'utilisateurs ou l'efficacité des interventions au laser. Celles qui sont disponibles proviennent des cliniques privées ou des fabricants.

La chirurgie réfractive demeure l'intervention la plus courante pour corriger des troubles visuels comme la myopie, l'hypermétropie, l'astigmatisme, la presbytie et la cataracte.

Deux ophtalmologistes d'expérience, Dr Sameh Fanous, chirurgien ophtalmologiste et fondateur de l'Institut de l'œil de Montréal et Dr Michel Podteteney, également chirurgien ophtalmologiste, chargé d'enseignement clinique au Département d'ophtalmologie de l'Université de Montréal et fondateur de la clinique Focus Vision, située à Montréal, nous expliquent les différentes techniques au laser.

La photokératectomie réfractive (PRK)

Au Canada, les deux types de chirurgies oculaires au laser les plus couramment utilisés sont la PRK (kératectomie photoréfractive), depuis le début des années 1990, et le LASIK (kératomileusie in situ au laser), à partir du milieu de cette décennie. Pour

la PRK, le chirurgien enlève la membrane externe de la cornée appelée épithélium à l'aide d'une lame chirurgicale. Le faisceau laser guidé par ordinateur vaporise ensuite de petites quantités du tissu sur la cornée. Cette intervention est effectuée à l'aide d'un laser excimer, un instrument qui sculpte avec précision la cornée en enlevant une couche de tissu d'une épaisseur comparable à celle d'un cheveu. On enlève la couche la plus infime permettant de modifier la forme de la cornée de façon à corriger la vue. Ensuite, on pose un verre de contact thérapeutique sur l'œil du patient. Ce dernier le porte pendant trois jours, le temps que l'épithélium repousse sur l'œil avant qu'on retire le verre de contact. « Cette technique-là est limitée, car elle ne peut corriger la vision des gens atteints de myopie sévère. La guérison est longue et les patients qui ont eu recours à cette technique peuvent éprouver une légère douleur », explique Dr Fanous. « Au début, lorsqu'on a commencé à faire des interventions avec la PRK, des cicatrices se formaient et celles-ci représentaient un problème pour la vision du patient. On utilise aujourd'hui un médicament, la mitomycine C, pour éviter la formation de cicatrice » mentionne pour sa part Dr Podteteney.

« La chirurgie réfractive demeure l'intervention la plus courante pour corriger des troubles visuels comme la myopie, l'hypermétropie, l'astigmatisme, la presbytie et la cataracte. »

Le bon résultat d'une intervention dépend en grande partie de l'ophtalmologiste qui s'occupe de vous.



LA VUE
POUR LA VIE

Dr Sam Fanous | Dr Luong Nguyen



Chirurgie réfractive
de la cataracte sans lame

Correction de la vue
au laser sans lame (iLasik)



INSTITUT DE L'OEIL
DE MONTRÉAL

(514) 745-4445

2300, boul. Marcel-Laurin, Saint-Laurent, QC, H4R 1J9
6, boul. Desaulniers, Saint-Lambert, QC, J4P 1L3
www.lasikmontreal.com



[Dr Sameh Fanous]

Le LASIK (kératomileusis in situ ou laser)

Dr Fanous se rappelle les transformations entraînées par l'arrivée du LASIK : « Au début, du LASIK, on coupait un volet avec une lame spéciale qu'on appelle microkeratome, puis on sculptait la cornée avec le laser excimer, puis on replaçait le volet. Pas besoin de mettre un verre de contact. Le patient voyait beaucoup plus vite qu'avec la PRK et n'éprouvait aucune douleur. Le soir même de l'opération, le patient commençait à voir clairement et le lendemain, encore mieux », explique Dr Fanous. « Un peu plus tard, en 2006, il y a eu une nouvelle technologie qui a remplacé la lame, le laser femtoseconde. Grand nombre de complications postopératoires provenaient de l'utilisation de la lame (tousotement du patient au cours de l'opération ou imperfection de la lame). De plus, le laser femtoseconde permet de faire une coupe plus mince et de corriger une myopie plus sévère. Depuis six ans, je n'offre plus d'opérations à la lame, je réfère les patients, qui désirent ce genre d'intervention moins coûteux, à des collègues » ajoute Dr Fanous. La sécurisation et la précision apportée par les systèmes laser femtoseconde expliquent cette évolution, malgré les coûts associés à cette technologie.

Cette technique semble la plus utilisée au Québec. Le découpage de la cornée s'effectue de façon optique avec le laser femtoseconde, qui délivre des impulsions de l'ordre de quelques centaines de femtosecondes.

Il permet une coupe plus mince et très précise du capot cornéen, en créant une ligne nette de coupe à la profondeur désirée et retire moins de tissu. En plus de rendre possibles des interventions pour de plus importantes prescriptions, il minimalise les effets secondaires indésirables chez les patients, comme les halos lumineux.

« Un peu plus tard, en 2006, il y a eu une nouvelle technologie qui a remplacé la lame, le laser femtoseconde. Grand nombre de complications postopératoires provenaient de l'utilisation de la lame. »



ReLEx^{MD} SMILE de Carl Zeiss Meditec (Refractive Lens Extraction / Small Incision Lenticule Extraction)

Cette intervention n'est offerte que dans deux cliniques au Canada, dont celle du Dr Podtetevev. Elle n'a été approuvée par Santé Canada qu'en 2015. « Comme le marché canadien est un petit marché, faire une étude sur le ReLEx^{MD} SMILE coûtait très cher, Zeiss a donc attendu d'avoir plus de données internationales valables pour le soumettre à Santé Canada, qui a accepté d'analyser des études qui ont été réalisées en Europe. Il faut dire que depuis cinq ans le ReLEx^{MD} SMILE est approuvé en Europe », mentionne Dr Podtetevev.

Pour cette technique, l'ophtalmologiste utilise le laser femtoseconde. Cette chirurgie laser s'avère être une bonne solution pour les individus atteints de problèmes de myopie allant de -1.00 jusqu'à -10.00 de dioptrie et d'astigmatisme jusqu'à -6.00. Autres exigences pour être un bon candidat au ReLEx^{MD} SMILE : l'œil doit être complètement formé (en général, les patients doivent avoir plus de 18 ans), tout comme pour le PKR et le LASIK. Le degré de myopie ou d'astigmatisme ne doit pas avoir évolué au cours des deux années précédentes et la cornée doit avoir une certaine épaisseur. La clientèle qui profite de cette chirurgie est âgée de moins de quarante ans. Elle fait appel à la chirurgie réfractive souvent à cause d'une incapacité à s'habituer aux lunettes ou à une intolérance au port de lentilles de contact.



[Dr Michel Podtetevev]



La gamme HYLO^{MD}

SANS AGENT DE CONSERVATION
NI PHOSPHATE

Fabriqué en Allemagne

NOUVEAU!

HYLO^{MD}-DUAL

Soulagement des yeux secs
et allergies
Sans émulsifiant



HYLO^{MD}

Soulagement des yeux secs,
pour hydrater les lentilles
cornéennes et après une
chirurgie oculaire



HYLO^{MD} GEL

Soulagement des
yeux secs (fort) et après
une chirurgie oculaire



OCUNOX^{MD}

Protection au cours
de la nuit



Sentez la différence!



CANDORVISION

Vos yeux, d'abord et avant tout!

©2016 CANDORVISION (une division de Candorpharm Inc.)
CP 23073 Montréal, QC H4A 1T0 Tél. : +1 (514) 380-5270

candorvision.com

« La grande différence, c'est que nous ne faisons pas de grande incision de 330 degrés, contrairement au LASIK. Après la chirurgie, les patients peuvent se frotter les yeux sans risque de déplacer la cornée. »

Réalisée par un ophtalmologiste expérimenté, cette intervention chirurgicale présente très peu de risques selon Dr Podtetenov. Il souligne que le ReLEx^{MD} SMILE, en plus de conserver la biomécanique de la cornée, offre de nombreux autres avantages, dont l'absence de flap ou de lambeaux de cornée, la rareté de la sécheresse oculaire, l'absence de risque de plis ou de déplacement de la cornée comme ceux observés avec le LASIK. De plus, l'incision d'une longueur inférieure à 3 mm diminue les risques d'infection.

« La grande différence, c'est que nous ne faisons pas de grande incision de 330 degrés, contrairement au LASIK. Après la chirurgie, les patients peuvent se frotter les yeux sans risque de déplacer la cornée. Les gens ne repartent pas avec une coquille sur les yeux. Ils peuvent même faire du sport. Tandis qu'avec le LASIK, il y a plus de risque que le tissu qui a été découpé se déplace, alors qu'avec le ReLEx^{MD} SMILE c'est plus sécuritaire parce qu'une incision de 3 mm a été effectuée », explique Dr Podtetenov. Cependant, cette nouvelle technique de chirurgie coûte plus cher, environ 2500 \$ par œil. En revanche, elle nécessite une convalescence moins longue et demeure moins douloureuse.

Est-ce que la chirurgie réfractive convient à tout le monde?

La chirurgie réfractive ne convient pas à tout le monde. L'âge est le facteur le moins important selon Dr Fanous. « On peut opérer des patients âgés de 70 ans. Ils auront probablement d'autres types de problèmes de vision comme la cataracte ou la dégénérescence maculaire. » À partir de l'âge de 18 ans jusqu'à l'âge de 40 ans le laser est une bonne solution. « Dès l'âge de 40 ans, la presbytie apparaît. C'est un problème de vision floue pour les objets rapprochés. À ce moment-là, il y a la chirurgie au LASIK qui s'appelle la Monovision », poursuit Dr Fanous. Cette intervention a pour but de corriger l'œil dominant pour permettre une vision nette de loin et à laisser l'autre œil myope pour une vision claire de près. Cela permet au patient de voir de près et de loin sans lunettes. Par contre, quelques patients prendront plus de temps pour s'adapter à ce genre de vision.



Laser Blended Vision ou Laser PresbyVision de Zeiss

Cette intervention s'adresse aussi à la clientèle atteinte de presbytie. Selon Dr Podtetenov, les patients d'adaptent mieux à cette chirurgie, car elle permet à un œil d'avoir une vision de loin à intermédiaire tandis que l'autre œil permet de voir de plus près. Le taux d'acceptation en Laser Blended Vision est de 97 pour cent comparativement à 60 pour cent pour la monovision. Cependant, certains patients devront continuer à porter des lunettes pour exécuter des tâches de précision.

Les implants KAMRA, VISIAN et EVO

Dr Fanous mentionne une nouvelle technique chirurgicale pour les patients âgés de 40 ans et plus qui ont une bonne vision de loin, mais qui doivent porter de petites lunettes pour lire. Elle consiste à implanter dans la cornée, à l'aide du laser femtoseconde, un implant minuscule qui s'appelle Kamra, dans un œil seulement. Cet implant permet au patient presbyte de voir d'un œil de loin et de l'autre de loin et de proche. Cette technologie diminue la difficulté d'adaptation possible avec la monovision.

Pour les patients myopes plus jeunes que 40 ans, Dr Fanous offre aussi l'implant intraoculaire IC Visian qui est le premier choix chez les jeunes souffrant de myopie importante. Par le passé, il fallait faire, quelques jours avant l'opération, des trous dans l'iris pour éviter une hausse de la pression intraoculaire. Aujourd'hui, il existe des implants EVO qui n'exigent pas de faire des trous dans l'iris. Le docteur Fanous était le premier chirurgien au Québec à implanter, avec succès, cette nouvelle lentille, le 28 juin dernier.



Pour soulager la sécheresse oculaire

La sécheresse oculaire est l'un des effets secondaires postopératoire dont se plaignent un grand nombre de patients après une chirurgie réfractive. Les ophtalmologistes leur prescrivent des gouttes antibiotiques ainsi qu'un gel lubrifiant pour soulager cette désagréable sensation. CandorVision, un fabricant canadien, propose des gouttes et des lubrifiants sans agents de conservation ni phosphate. L'application de l'HYLO^{MD} offre une hydratation prolongée de la cornée et la conjonctive pour contribuer au processus naturel de guérison. HYLO^{MD} Gel a quant à lui été mis au point pour les patients qui souffrent d'une sécheresse oculaire persistante et sévère et qui ont besoin d'une lubrification thérapeutique intensive de la surface de l'œil. Les gouttes pour les yeux HYLO^{MD} Gel contiennent du sodium d'acide hyaluronique, une substance naturellement présente dans l'œil. Grâce à ses propriétés physiques particulières, HYLO^{MD} Gel forme un film hydratant régulier, stable et adhérent particulièrement longtemps à la surface de l'œil. Ce film ne peut être éliminé rapidement et l'acuité visuelle est conservée. Les professionnels de la vue peuvent également recommander aux patients un onguent ophtalmique pour une hydratation optimale au cours de la nuit comme OCUNOX^{MD}, également fabriqué par CandorVision.

Les lentilles multifocales

Selon D^r Fanous, « En posant des lentilles multifocales aux patients, nous leur permettons d'avoir une bonne vision de près et de loin, même s'ils ont porté des lunettes toute leur vie. [...] Pour installer avec succès des lentilles multifocales dans les yeux des patients, il faut avoir beaucoup d'expérience, bien plus que celle nécessaire pour opérer simplement des cataractes. Ce n'est pas tous les médecins qui peuvent pratiquer cette intervention. La lentille coûte cher; jusqu'à 1300 \$ par œil. La plus grande difficulté est de parvenir à atteindre une vision 20/20 de loin et de près chez le patient. Cela demande des calculs précis faits à l'aide d'instruments sophistiqués que l'on ne retrouve pas toujours dans un l'hôpital. De plus, il faut avoir accès à un laser excimer à l'extérieur de l'hôpital, pour faire des retouches si nécessaires.»

Selon D^r Podteteney, le désavantage des lentilles multifocales est que le patient a besoin de plus de luminosité pour obtenir une bonne vision. Il perd du contraste. La lentille TECNIS^{MD} Symphony, selon lui, offre plus d'avantages. Tout en permettant de corriger la presbytie, la myopie, l'hypermétropie, l'astigmatisme et la cataracte, elle offre une meilleure clarté.

« La plus grande difficulté est de parvenir à atteindre une vision 20/20 de loin et de près chez le patient. Cela demande des calculs précis faits à l'aide d'instruments sophistiqués que l'on ne retrouve pas toujours dans un l'hôpital. »



BIO-VUE^{MD}
VOYEZ LIBREMENT

PARTOUT. À CHAQUE INSTANT. ENFIN!
Sans lunettes. Sans verres de contact.

Joignez-vous aux
800 optométristes référents
au Canada qui ont choisi
IRIS pour la correction de
la vision de leurs patients.

Pour plus d'information
sur BIO-VUE, contactez-nous.



1.866.MES.YEUX
coi.iris.ca



« Je reçois à mon cabinet des patients compulsifs qui ont des attentes trop élevées de la chirurgie. L'œil humain étant ce qui est, il réagit différemment des calculs mathématiques effectués pour réaliser les corrections. »

Les risques et les contre-indications chez certains patients

Selon Santé Canada la chirurgie réfractive comporte certains risques. Une intervention avec la technique de la PRK s'accompagne souvent pour le patient d'une douleur vive et sévère les premiers jours après l'intervention et est suivie d'une longue convalescence (1 à 2 mois) comportant une vue embrouillée durant la cicatrisation. Une régression de la vision peut apparaître dans certains cas. En effet, la cornée peut reprendre sa forme initiale au bout de six mois environ. Le patient devra alors choisir entre une deuxième chirurgie, le port de verres correcteurs ou de lentilles cornéennes.

Avec le LASIK, le patient souffre peu après l'opération. Mais puisqu'il y a incision de la cornée, le risque de complications est plus élevé. On parle beaucoup de la sécheresse oculaire qui peut occasionnellement être assez importante et nuisible à la vision. Une vision nocturne réduite par la présence de halos et d'éblouissements limite la capacité de conduire la nuit.

L'effet secondaire le plus redouté chez les ophtalmologistes et qui a donné une mauvaise presse pendant un certain temps à la chirurgie réfractive est l'ectasie qui est une déformation progressive et irréversible de la cornée.

L'état de santé du patient et ses antécédents familiaux particulièrement en ce qui concerne le lupus, le diabète, la chéloïde ou toute autre maladie des yeux (par exemple, herpès simplex, glaucome, sécheresse oculaire, infections des paupières ou chirurgie oculaire antérieure) influencent les risques de l'intervention, tout comme la pratique d'un sport pouvant entraîner des coups à la figure. D'autre part, les femmes enceintes ne doivent pas subir de chirurgie réfractive, à cause des changements hormonaux qu'elles connaissent.

En fait, dans la pratique courante, l'aléa le plus fréquent est l'insatisfaction de l'opéré lorsque les résultats obtenus ne sont pas en adéquation avec ses attentes. Cette situation résulte généralement d'une incompréhension de la part du patient quant aux résultats potentiels de l'intervention. Certains s'attendent à mieux voir après l'intervention. La chirurgie réfractive ne leur procurera pas une acuité visuelle meilleure que celle qu'ils avaient avec leur correction optique. Elle leur permettra de voir sans lunettes ou sans lentilles.

« Je reçois à mon cabinet des patients compulsifs qui ont des attentes trop élevées de la chirurgie. L'œil humain étant ce qui est, il réagit différemment des calculs mathématiques effectués pour réaliser les corrections. Je dis aux patients : "Il y a un risque de retraitement." C'est une éducation à faire, il peut y avoir une différence entre les deux yeux », rappelle D^r Podtetenov.

Il apparaît donc essentiel qu'un dialogue s'installe entre le chirurgien-ophtalmologiste et le patient avant la décision opératoire et que ce dernier soit informé de toutes les options possibles et des complications pouvant survenir, même si elles sont peu fréquentes. <

LA CARRIÈRE DE VOS RÊVES SOUS VOS YEUX!

LASIK MD est fière de compter parmi les sociétés les mieux gérées au Canada avec plus de 30 cliniques au pays.

Nous recherchons toujours de nouveaux talents, à temps plein ou partiel, pour toutes nos cliniques au Québec.

Vous êtes opticien(ne)? Vous visez une carrière en chirurgie réfractive? Les soins aux patients vous passionnent?

Envoyez-nous votre CV dès aujourd'hui à OTinfo@lasikmd.com ou visitez lasikmd.com/carrieres

 [linkedin.com/company/lasik-md](https://www.linkedin.com/company/lasik-md)

 [facebook.com/lasikmdvision](https://www.facebook.com/lasikmdvision)

 twitter.com/lasikmd



DERM EYES®

OPTICAL CARE

LA NOUVELLE ÈRE DES COSMÉTIQUES



BOUTIQUE EN LIGNE
EXCLUSIF AUX PROFESSIONNELS
CONTACTEZ-NOUS POUR
OUVRIR
VOTRE COMPTE

SPÉCIALEMENT CONÇU POUR LES PORTEURS DE
VERRES DE CONTACT ET LES YEUX SENSIBLES

DISTRIBUÉS DANS LES BOUTIQUES D'OPTIQUE PAR
MYEYESMESYEUX COSMÉTIQUES EXCLUSIVEMENT

myeyesmesyeux
COSMETICS
COSMÉTIQUES



Aidez à protéger les yeux de vos patients contre la lumière bleue nocive

avec les verres Transitions^{MD} et Hoya RechargeTM

Les verres *Transitions* aident à protéger les yeux contre la lumière bleue à l'intérieur et à l'extérieur — partout où vous en avez besoin. Le traitement Hoya RechargeTM réfléchit les ondes de lumière bleue émises par tous les appareils numériques, les ampoules fluocompactes, et plus encore.



Transitions[®]
VERRES ADAPTATIFS[™]

HOYA

©2016 HOYA Corporation. Tous droits réservés. ©2016 Transitions Optical Limitée. *Transitions, la spirale* et *Verres Adaptatifs* sont des marques déposées de Transitions Optical, Inc., utilisées sous licence par Transitions Optical Limitée. **La réaction photochromique et la polarisation varient en fonction de la température, de l'exposition aux rayons UV et du matériau de fabrication des verres.**

DE TOUT BOIS!

Ces dernières années, on note un retour au naturel et aux matériaux nobles comme le bois. De nombreux artisans lunetiers observent une demande accrue du public pour des produits originaux et de qualité. Le souci du design et de l'acte écoresponsable semblent dominer la démarche de ces lunetiers.

RG Artisan,
un artisan de Trois-Rivières, propose des lunettes de soleil en bois exotiques. Chaque modèle est confectionné à la main pour assurer la qualité, le confort et le logo RG en argent apparaît sur l'une des branches.
Distributeur : RG Artisan
Modèle : Pukka
Contact : <https://www.facebook.com/RG-Artisan-Lunetterie-de-bois-906078752786154>



BOSS
présente des lunettes de soleil et des montures optiques pour hommes en édition limitée pour la saison printemps/été 2016. Elles sont dotées de branches confectionnées de bois véritable et de caoutchouc coloré.
Distributeur : Safilo
Modèle : O777/S offert aussi avec verres polarisés
Contact : <http://www.safilo.com>



Vakay
produit 18 modèles fabriqués avec des essences de bois naturel. Chaque paire de lunettes nécessite une finition minutieuse et exécutée manuellement.
Distributeur : Mustache
Modèle : Scarlett
Contact : <http://www.vakayeyewear.com>





Shwood Eyewear, une entreprise de l'Oregon, confectionne manuellement des lunettes en bois dans son atelier de Portland. Chez Shwood, le bois provient essentiellement du Nord-Ouest américain. L'entreprise projette dans un avenir rapproché d'explorer le marché de l'est du Canada.

Distributeur : Shwood Eyewear
Modèle : Newport 52 Dark Walnut
Contact : <https://www.shwoodshop.com>

In'Bô

Des montures légères - de 25 g à 32 g -, uniques comme chaque pièce de bois qui les constitue. Elles sont composées de couches de bois superposées [10 plis de bois] de deux essences. Située dans les Vosges, l'entreprise In'Bô propose des lunettes en deux tailles distinctes et des verres solaires de catégorie UV3.

Distributeur : In'Bô
Modèles : Coney
Contact : <http://inbo.fr/fr>



W/SUN (Waiting for the sun).

Cette marque parisienne a connu un succès plutôt rapide au Japon et en Australie avant d'être distribuée aux É.-U. W/SUN n'est pas encore distribuée au Canada.

Distributeur : W/SUN (Waiting for the sun)
Modèles : Fada blk 34
Contact : <http://www.waitingforthesun.fr>

Kraa Kraa Eyewear, le lunetier finlandais de Tampere propose de nombreux coloris qui ne se ternissent pas grâce à un procédé breveté d'infusion de la couleur. Si la marque utilise quelques essences de bois exotiques, recyclés à partir de chutes de l'industrie du meuble, la plupart de sa production est en bouleau local.

Distributeur : Kraa Kraa Eyewear
Modèles : Kaino Burgundy
Contact : <http://kraakraa.com>



Woodlun's

Fabrique quinze modèles de lunettes offertes dans trois tailles sous forme de lunettes solaires ou de montures optiques. L'atelier des artisans de Woodlun's est situé en Ardèche en France. Le fabricant de ces belles créations utilise la technique dite du « lamellé-collé ». Elle consiste à superposer des feuilles de bois de 0,5 mm à 1,5 mm d'épaisseur et de dureté différente. Chaque monture requiert neuf couches de bois qui seront empilées puis découpées, réassemblées, collées et finalement pressées. Le résultat ? Des montures solides et étonnamment légères puisqu'elles pèsent entre 25 g et 30 g.

Distributeur : Woodlun's
Modèles : Big Fly
Contact : <http://woodluns.com>





Le DÉVELOPPEMENT des AFFAIRES



Par **Normand Turgeon**
professeur, HEC Montréal

Nous voici rendus à la troisième et dernière chronique portant sur la commercialisation intégrée. Précédemment, nous avons abordé les sujets de la vente conseil et de la stratégie de marketing. En quoi le développement des affaires est-il différent? N'est-ce pas aussi l'objectif des deux autres outils de faire croître le chiffre d'affaires? Oui, vous voyez juste! Mais il y a un autre objectif à ce troisième volet : celui de développer votre entreprise.

Croître et développer, pas nécessairement synonymes

La première boutique Aldo fut ouverte au Québec en 1978. Cette marque est un exemple de succès remarquable par sa présence dans plus de 90 pays. Je pense aussi à l'entrepreneur-propriétaire de l'unique restaurant Chez Lévêque, toujours en affaires et même devenu un classique, après plus de 40 années d'existence à servir des assiettes à ses clients!

Quelle leçon peut-on tirer de ces deux exemples? C'est qu'il y a eu, autant dans un cas que dans l'autre, des affaires suivies avec rigueur, découlant du développement des affaires et générant la croissance. Pas l'inverse! Cette approche donne des résultats robustes, diminue le taux d'échec et surtout, permet d'éviter de voir les affaires d'un commerçant trop ambitieux périlcliter au point de devoir fermer ses portes.

« À mes yeux,
la vie des entreprises repose sur
trois types de ressources fondamentales :
financier, organisationnel et
commercial. »

Le triangle du développement des affaires

À mes yeux, la vie des entreprises repose sur trois types de ressources fondamentales : financier, organisationnel et commercial. Ces dernières doivent satisfaire quatre exigences. La première s'exprime par l'accès à chacune de ces ressources aux coûts les plus judicieux possibles, en toutes circonstances. La deuxième exigence fait en sorte que ces ressources s'associent pour garantir le succès de la mission de l'entreprise. La troisième exigence veut que vous mettiez intelligemment ces ressources au service de votre vision, cette évolution théorique que vous envisagez en ce qui a trait à l'avenir de votre entreprise. En ce qui concerne la quatrième exigence, je vous la garde pour la fin...

Construire votre théorie

Voilà, le mot est lâché : théorie. Déjà, plusieurs lecteurs peuvent ressentir un certain malaise, se croyant incapables d'y faire face ou peu intéressés, car ils ne voient pas les avantages immédiats qui s'y rattachent. Pourtant, nous élaborons tous des théories. Dès le réveil, nous élaborons nos premières théories sur le déroulement de la journée au travail, sur les personnes avec qui nous voudrions prendre le lunch et même sur la perspective de retrouver notre domicile au retour.

Il est en de même pour votre entreprise : vous devriez construire une théorie de son existence. Il vous suffit de poser des hypothèses sur l'évolution des technologies dans votre domaine, sur l'évolution de la médecine et de la pharmacologie oculaire, sur l'évolution des lois et des règlements entourant votre pratique professionnelle, sur l'évolution des besoins des consommateurs, les actions des concurrents, des fournisseurs, etc. Bref, vous devriez élaborer les postulats nécessaires afin de prédire autant le futur dans votre domaine d'affaires que de la place qu'occupera votre entreprise. L'ensemble des hypothèses forment votre théorie des affaires.

Connecter théorie et développement

Il faut bien connecter ce travail de réflexion et de prévision aux décisions de votre entreprise. Mais comment? Tout simplement par l'expérimentation. Puis-je vous inviter à considérer que chaque décision d'affaires que vous prenez, demeure une hypothèse que vous testez « avec du vrai monde ». Alors, lorsque vous voudrez économiser, acquérir ou utiliser, en tout ou en partie, l'une ou l'autre des trois ressources nécessaires à la vie de votre entreprise, demandez-vous si cela est conforme à votre théorie des affaires et au développement de votre entreprise. C'est là la quatrième et dernière exigence de l'utilisation des ressources dont vous disposez pour un développement des affaires réussi.

Pour terminer : le mantra des affaires

Les moines bouddhistes récitent un mantra, c'est-à-dire une suite de mots, dans le but de les aider à méditer. Je vous invite à considérer ce mantra des affaires afin d'assurer la pérennité de votre entreprise : théoriser, expérimenter, réussir, développer, croître. Dans l'ordre! Bon succès! <



F O R C E
A C T I O N
A P P U I

L'Association Canadienne Féminine de l'Optique

est un organisme à but non lucratif qui a pour mission de promouvoir le leadership et le rayonnement des femmes dans l'industrie de l'optique au Canada en facilitant et développant les contacts en formant des réseaux à travers et auprès des différents intervenants du domaine de la vision.



**DEVENEZ MEMBRE
DÈS AUJOURD'HUI!**

COFA-ACFO.CA

Les prêts à des employés à faible taux d'intérêt



Par **Christian Pimparé**
et l'équipe du groupe
Malette

« Si vous utilisez le prêt pour acheter une maison, l'avantage au titre de l'intérêt réputé est effectivement plafonné au taux en vigueur au moment du prêt. »

Si vous obtenez de votre employeur, en raison de votre fonction ou emploi, un prêt à taux d'intérêt faible ou nul, la règle de l'intérêt réputé de la Loi de l'impôt sur le revenu (LIR) s'appliquera généralement pour inclure un avantage au titre de l'intérêt réputé dans votre revenu. À ces fins, vous serez tenu pour avoir obtenu le prêt en raison de votre fonction ou emploi s'il est raisonnable de conclure que, n'eût été votre emploi, les conditions du prêt auraient été différentes ou vous n'auriez pas obtenu le prêt. Si vous êtes un « actionnaire important », ou êtes lié à un actionnaire important de la société, l'Agence du revenu du Canada (ARC) affirmera normalement que les règles relatives aux avantages aux actionnaires s'appliquent, mais ces règles ne s'appliquent pas.

À chaque année où un solde reste dû sur le prêt, vous incluez dans votre revenu :

l'intérêt au taux prescrit calculé sur le solde du capital tout au long de l'année;

moins

l'intérêt que vous payiez sur le prêt dans l'année ou au plus tard le 30 janvier de l'année suivante.

Par conséquent, si vous payez au moins l'intérêt au taux prescrit, vous ne serez pas tenu d'inclure un montant dans votre revenu. Le taux prescrit, qui est fixé chaque trimestre de chaque année, est fondé sur le rendement des bons du Trésor du gouvernement à 90 jours. Il est actuellement de 1 pour cent par année, ce qui a été le cas presque sans interruption au cours des sept dernières années.

De plus, vous n'incluez pas l'avantage dans votre revenu si le prêt portait, au moment où il a été consenti, un taux d'intérêt correspondant à un taux sans lien de dépendance qu'aurait demandé un créancier dont l'entreprise avait approuvé le prêt.

Règle spéciale dans le cas d'un prêt pour l'achat d'une maison

Si vous utilisez le prêt pour acheter une maison, l'avantage au titre de l'intérêt réputé est effectivement plafonné au taux en vigueur au moment du prêt. Ainsi, si les taux prescrits augmentent au-delà du taux initial, l'avantage réputé ne sera pas augmenté.

Par ailleurs, si les taux prescrits diminuent en-dessous du taux initial, l'avantage sera réduit en conséquence. Cependant, le taux de un pour cent ne peut plus diminuer pour le moment, puisque le taux est toujours arrondi au pourcentage entier le plus proche.

Le plafond est recalculé tous les cinq ans, si un solde reste dû sur le prêt à ce moment.

Autre règle spéciale dans le cas d'un prêt à la réinstallation

Une exception s'applique si vous déménagez et que vous utilisez le prêt pour acheter une maison qui est située au moins 40 kilomètres plus près d'un nouveau lieu d'emploi que ne l'était votre ancienne maison. En vertu de cette règle, vous déduisez normalement le montant de l'avantage au titre de l'intérêt sur la première tranche de 25 000 \$ du capital du prêt dans le calcul de votre revenu imposable.

Essentiellement, la règle signifie que vous ne serez pas imposé sur les premiers 25 000 \$ du prêt. <



PROTÉGEZ VOS YEUX DE LA LUMIÈRE NOCIVE

Crizal® PREVENCIA^{MC}



Un traitement qui filtre sélectivement la lumière bleu-violet pour la santé à long terme des yeux, un bien-être global et une clarté de vision durable

Protège vos yeux contre la fatigue visuelle, le vieillissement prématuré, et les maladies oculaires causées par les effets nocifs de la lumière bleu-violet et des rayons UV

Laisse passer la lumière essentielle (bleu-turquoise) pour le bien-être général (régulation du cycle sommeil-éveil), une amélioration de l'humeur et du rendement cognitif.

Protège vos verres contre tout ce qui nuit à une bonne clarté de vision (rayures, reflets, salissures, poussière, eau)

crizal.ca

(1) Un nouvel indice mis au point par Essilor, endossé par un tiers parti indépendant, certifiant la protection UV totale d'un verre. E-SPF 50 dans le cas des verres Crizal Prevenica, à l'exception d'Orma clair (E-SPF 10). Performance du verre seulement: le facteur E-SPF exclut l'exposition directe des yeux qui dépend de facteurs externes (morphologie du porteur, forme de la monture, position de port). Verres surfacés seulement. Essilor®, Crizal®, Varilux®, Xperio®, Prevenica^{MC}, E-SPF^{MC} sont des marques déposées d'Essilor International SA.

Vos
essilor



VARILUX® • Eyezen+ • Crizal® • Xperio® • Transiti©ns

Comment j'ai bâti une clinique florissante et prospère grâce aux lentilles cornéennes multifocales



Par Sharon Goldberg, Opticienne autorisée et propriétaire de Vision Care et des nouveaux services de conseil en gestion et soins oculaires Sharon Goldberg Itée, Experte en lentilles cornéennes et grande spécialiste en ajustement de la marque 1-DAY ACUVUE^{MD} MOIST MULTIFOCAL au Canada

10 façons d'assurer le succès avec les lentilles cornéennes de marque 1-DAY ACUVUE^{MD} MOIST MULTIFOCAL

L'une des nombreuses choses que j'ai apprises au cours de mes années dans le domaine de l'optique est l'importance que revêt la cohérence de la marque. Imaginez ma frustration lorsque je devais annoncer aux patients, satisfaits des lentilles cornéennes de marque 1-DAY ACUVUE^{MD} MOIST, qu'ils devaient changer de marque de lentilles. Ce n'était pas le choix idéal mais la seule option à l'époque – il n'existait aucune autre lentille journalière jetable équivalente à 1-DAY ACUVUE^{MD} MOIST en termes de confort dans ce segment. Ma clientèle vieillissait et plusieurs patients commençaient à souffrir de presbytie. L'âge de mes patients n'était cependant pas l'unique changement notable. La concurrence du marché s'intensifiait aussi. Il existe aujourd'hui plus de 15 cliniques d'optométrie dans un rayon de 2 km de ma clinique ; sans oublier tous les concurrents en ligne et les chaînes d'optique. Le loyer mensuel de ma clinique à Yorkville grimpait aussi en flèche ; le loyer des locaux de ce quartier est parmi les plus élevés au Canada ; un bail est d'environ 410 \$ CA par pied carré.



« Je savais qu'en veillant aux besoins et au bonheur de mes patients, cela m'apporterait de nombreux avantages à long terme, comme la rétention de ma clientèle, la recommandation de nouveaux patients et la croissance de ma clinique. »

Je suis opticienne agréée et spécialiste certifiée en ajustement de lentilles cornéennes depuis plus de 35 ans. Je suis unique propriétaire et exploitante de ma clinique Vision Care à Yorkville. Depuis les 30 dernières années, j'ai vu l'industrie passée d'activités à fortes marges bénéficiaires à son état actuel, banalisé et à faible marge de profit. Devant cette industrie changeante, l'évolution des goûts et des besoins des consommateurs, mon bail exorbitant et une concurrence croissante, je savais que prendre soin de mes patients s'avérerait très avantageux à long terme. Je devais présenter une meilleure option à mes patients presbytes! J'ai trouvé la solution que je cherchais : les lentilles cornéennes de marque 1-DAY ACUVUE^{MD} MOIST MULTIFOCAL des Soins de la vision Johnson & Johnson (SVJJ), division de Johnson & Johnson inc.

Comment je me différencie des autres

Maximiser les soins au consommateur et bâtir une clinique rentable

Pour assurer la santé oculaire et le confort de mes patients, j'ai graduellement réorienté ma clinique vers une modalité d'un jour. Depuis les 5 dernières années, mes ventes des lentilles réutilisables ont chuté considérablement tandis que mes ventes des lentilles journalières jetables ont connu une croissance en pourcentage dans les deux chiffres. Avant le lancement des lentilles 1-DAY ACUVUE^{MD} MOIST MULTIFOCAL, mes patients presbytes et moi étions insatisfaits des choix de lentilles journalières jetables offerts sur le marché. De toute évidence, une approche en monovision n'était pas viable. Nombreux patients devaient porter les lentilles ProClear[®] 1-day Multifocal – une solution raisonnable à la monovision mais n'offrant pas le confort escompté. Mes ventes des lentilles 1-DAY ACUVUE^{MD} MOIST avaient légèrement baissées, mais j'étais parallèlement devenue la plus grande spécialiste en ajustement des lentilles ProClear[®] 1-day Multifocal au Canada. En mars dernier, à New York, je participais au lancement des lentilles cornéennes 1-DAY ACUVUE^{MD} MOIST MULTIFOCAL. SVJJ présenta une nouvelle lentille unique et révolutionnaire offrant une vision et un confort exceptionnels pour les patients presbytes. J'ai immédiatement élaboré une stratégie de réussite qu'il me fait plaisir de partager avec vous aujourd'hui.

10 stratégies de succès

avec la marque 1-DAY ACUVUE^{MD} MOIST MULTIFOCAL

- 1 SÉLECTIONNEZ VOTRE MARCHÉ CIBLE** Ciblez les presbytes, les nouveaux presbytes et tous ceux qui portent actuellement des lentilles multifocales ou qui devraient en porter. J'ai même appelé des patients à qui je venais tout juste d'ajuster des lentilles. Les patients sont toujours heureux qu'on leur propose de meilleures options de soins oculaires.
- 2 PRIVILÉGIEZ UNE APPROCHE PERSONNELLE** Communiquez avec vos patients par téléphone, courriel ou message texte pour les informer qu'une nouvelle lentille multifocale, offrant un confort et une vision exceptionnels, est maintenant disponible. Mes patients étaient ravis que j'aie pensé à eux et pris le temps de les appeler.
- 3 FOURNISSEZ TOUTES LES INFORMATIONS AU PATIENT** Avant de donner les lentilles 1-DAY ACUVUE^{MD} MOIST MULTIFOCAL au patient, expliquez-lui pourquoi cette lentille est unique comparativement aux autres lentilles actuellement offertes sur le marché.
- 4 SOYEZ TRANSPARENT** Dites au patient qu'il faudra peut-être un peu de temps pour s'adapter à la lentille. Expliquez-lui le processus d'adaptation neurale.
- 5 SUIVEZ LE GUIDE D'AJUSTEMENT** Ce qui est particulièrement important avec cette lentille car elle tient compte de la variation naturelle du diamètre de la pupille, résultant en 183 conceptions optiques uniques. Pour obtenir les meilleurs résultats, suivez TOUJOURS le guide d'ajustement qui a été créé par la même équipe R&D ayant conçu cette lentille.
- 6 PASSEZ UN AUTRE EXAMEN DE LA VUE** Même si vous avez récemment ajusté des lentilles au patient, examinez à nouveau sa vue à l'aide d'une monture d'essai, et non pas d'un réfracteur, pour ajuster avec plus de précision la lentille 1-DAY ACUVUE^{MD} MOIST MULTIFOCAL.
- 7 VÉRIFIEZ LA FATIGUE OCULAIRE DU PATIENT** Lorsque vous évaluez la vision de près et de loin du patient avec ses lentilles, remarquez les expressions de son visage et s'il doit volontairement fermer les yeux pour bien voir. Expliquez-lui comment il pourra voir sans difficultés avec les lentilles 1-DAY ACUVUE^{MD} MOIST MULTIFOCAL.
- 8 DEMANDEZ AU PATIENT D'ALLER MARCHER** Une fois la lentille 1-DAY ACUVUE^{MD} MOIST MULTIFOCAL ajustée, demandez au patient d'aller marcher dehors. Demandez-lui de regarder ses souliers, son téléphone et différents objets au loin. De retour dans la clinique, vérifiez de nouveau sa vision de près et de loin. Ce deuxième test produit généralement de meilleurs résultats. Discutez de toute préoccupation avec lui.
- 9 MAXIMISEZ LES SOINS AU PATIENT EN RECOMMANDANT UN APPROVISIONNEMENT DE 6 MOIS** Le prix d'un approvisionnement de 6 mois est plus facile à gérer pour le patient et vous permettra de faire un suivi avec lui dans 6 mois. Vos patients pourront aussi profiter de la remise du fabricant SVJJ et de la politique de retour du produit.
- 10 FAITES UN SUIVI AUPRÈS DE VOS PATIENTS** Communiquez tôt et souvent avec vos patients pour voir si des ajustements doivent être faits ou s'ils ont des questions. Partagez tout commentaire positif avec les autres patients.

Mon succès avec la nouvelle lentille 1-DAY ACUVUE^{MD} MOIST MULTIFOCAL est le résultat direct de mon engagement, des soins et du temps que j'accorde à mes patients. J'ai franchi les 65 000 \$ de chiffre d'affaires depuis le lancement du produit, **ce qui représente plus de 3 fois les ventes des lentilles 1-DAY ACUVUE^{MD} MOIST MULTIFOCAL du deuxième plus gros client au Canada!** Et mieux encore, mes patients cotent les lentilles 1-DAY ACUVUE^{MD} MOIST MULTIFOCAL au premier rang en termes de confort et de vision! Ajouté à cela les meilleures pratiques citées ci-dessus, j'attribue mon succès au fait que je me soucie d'abord et avant tout de la santé oculaire et du confort de mes patients et que je sélectionne des produits qui correspondent à cet objectif.

Ce succès sera, je l'espère, le vôtre aussi!



Les lentilles cornéennes de marque ACUVUE^{MD} sont recommandées pour corriger la vue. Comme toute lentille cornéenne, des problèmes oculaires peuvent se développer, y compris des ulcères cornéens. Certains porteurs peuvent ressentir une légère irritation, une démangeaison ou un inconfort. Les lentilles ne devraient pas être prescrites en cas d'infection ou d'inconfort oculaire, de larmoiement excessif, de changements de la vue, de rougeurs ou d'autres problèmes oculaires. Consulter la notice du produit pour obtenir plus d'information. Communiquer également avec les Soins de la vision Johnson & Johnson, division de Johnson & Johnson inc., en composant le 1-800-667-5099 ou en visitant acuvueprofessionnel.ca.

Les marques de commerce de tiers contenues dans le présent document sont les marques de commerce de leurs propriétaires respectifs.

ACUVUE^{MD}, 1-DAY ACUVUE^{MD} MOIST et LACREON^{MD} sont des marques de commerce de Johnson & Johnson inc. ©Johnson & Johnson inc. 2016

Redécouvrir le service client :

Les Sommets

Alive

Essilor avec Ritz-Carlton



Par Paddy Kamen

Traduit par Gabrielle Ladouceur-Despins

« Près de 70 pour cent des gens qui ont décidé de ne plus revenir vous consulter l'ont fait suite à une mauvaise expérience client en magasin. »

L'expérience client est l'une des raisons principales pour lesquelles les gens décident de retourner à votre clinique ou votre dispensaire. Saviez-vous que selon l'*American Society of Quality*, près de 70 pour cent des gens qui ont décidé de ne plus revenir vous consulter l'ont fait suite à une mauvaise expérience client en magasin? L'attitude du personnel outrepassa largement l'insatisfaction liée aux produits dans les critères de rétention de la clientèle (18 pour cent), alors que la curiosité d'aller voir auprès de vos concurrents ne récolte qu'un faible 9 pour cent.

Pour améliorer l'expérience de votre clientèle, rien n'est plus important que d'inculquer la bonne attitude à chaque point de contact. Et si vous voulez apprendre comment faire de la part des maîtres en ce domaine, votre meilleure option est de passer du temps avec John Cashion du Ritz-Carlton Leadership Center (RCLC).

Essilor Canada s'est associée avec le RCLC pour présenter six soirées de formation de haute qualité pour les professionnels de la vue canadiens. Les trois premiers événements, auxquels *Envision: seeing beyond* était convié, ont regroupé plus de 125 participants en juin dernier à Calgary, Vancouver et Victoria.

John Cashion connaît le processus de transformation culturelle d'une entreprise de l'intérieur et offre un compte-rendu fascinant des meilleures pratiques de RCLC, toutes transférables à l'industrie de l'optique. En fait, RCLC collabore avec de nombreux groupes du secteur médical à travers le

globe pour les aider à atteindre les sommets du service à la clientèle.

Au cours des 18 dernières années, Cashion a gravi les échelons de la chaîne Ritz-Carlton et a finalement obtenu l'emploi de ses rêves, soit directeur général de Singer Island, Palm Beach Residences, la plus grande propriété de la chaîne. En tant que directeur du RCLC, il voyage désormais à travers le monde afin d'aider les gestionnaires.

SOMMET

Alive

Pierre Bertrand, président d'Essilor Canada, a eu l'idée de convier les professionnels de la vue indépendants à l'expérience RCLC suite à son premier voyage dans un hôtel Ritz-Carlton,

à Barcelone, durant l'été 2015. « Séjourner au Ritz-Carlton est une expérience incomparable », souligne-t-il. « Ils vous font sentir que vous êtes leur invité le plus important. Quand j'ai appris qu'ils assureraient la formation des meilleures entreprises au monde, j'ai tout de suite su qu'ils pourraient aider nos clients à atteindre leurs objectifs de croissance et de viabilité. »

Lors de son entrée en poste au printemps 2015, Bertrand a demandé à son équipe des ventes de rassembler des professionnels de la vue indépendants de plusieurs villes à travers le pays, afin de discuter avec eux de la façon dont Essilor Canada pourrait devenir un meilleur partenaire et mieux soutenir leur entreprise. « Je voulais m'entretenir non seulement avec les professionnels qui figuraient déjà parmi nos clients les plus loyaux, mais aussi avec ceux qui se demandaient si nous étions réellement engagés dans leur réussite. J'avais besoin d'entendre leurs préoccupations dans un forum ouvert et franc. Nous nous sommes rencontrés dans six villes et nous avons discuté de l'état de l'industrie et des défis auxquels ils font face. J'ai écouté et appris beaucoup de choses. »

Plusieurs professionnels ont exprimé à Bertrand que leur principal souhait était de se différencier davantage des grandes surfaces et des services de vente en ligne. « Ils cherchent à connaître une croissance durable, ainsi qu'à augmenter la valeur des ventes et développer de nouvelles affaires. Et ils recherchent des occasions d'apprentissage à proximité de la maison, pour eux comme pour leurs employés », ajoute-t-il.

Les Sommets Alive sont le résultat de ces consultations et de la rétroaction obtenue du marché.

Pourquoi les professionnels de la vue de l'Ouest du Canada ont-ils investi dans ces soirées? Il ne fait aucun doute que le nom Ritz-Carlton était le principal attrait. Et passer une soirée avec John Cashion est une façon abordable de connaître les secrets du Ritz-Carlton : Les formations du RCLC aux États-Unis coûtent au bas mot 2000 \$ US.

Le rire était au cœur de chaque soirée, grâce au style de Cashion, alternant entre un profond sérieux et des éclats d'humour. Il a su plaire à l'auditoire en les impliquant dans la conversation, en leur posant des questions difficiles et en les faisant rire, souvent de tout cœur mais parfois un peu jaune. Les aprioris n'ont pas leur place dans le modèle d'excellence de service à la clientèle de Ritz-Carlton et Cashion ne laisse aucune place au doute quant à la façon d'obtenir les résultats qui font la différence. Un exemple? Pour l'embauche, privilégiez l'attitude aux habiletés, insiste-t-il. « Je peux vous apprendre n'importe quoi, mais je ne pourrai peut-être pas améliorer votre attitude. »

Angela Somers, opticienne et gestionnaire pour Airdrie Eyecare Center, à Airdrie, Alberta, a amené sept de ses collègues avec elle pour assister à l'événement à Calgary. « C'était un privilège d'entendre comment le Ritz-Carlton a obtenu un tel succès, vu de l'intérieur. La présentation de Cashion s'est passée si vite. J'étais particulièrement intéressée par leurs méthodes d'embauche et de rétention. Nous avons tous été impressionnés. »

Todd Crichton, opticien propriétaire de Spectus Eyewear, à Vancouver, décrit le Sommet Alive comme « Une formidable expérience éducative pour mon équipe et moi-même. Cela m'a rappelé l'importance de bien connaître ses employés et de les récompenser pour l'excellent service qu'ils offrent. Comme Cashion le dit, plus vous connaissez et impliquez vos employés, mieux ils vont servir vos clients. »

Sue Randhawa, opticienne propriétaire de la clinique vancouveroise The Optical Boutique, était aussi enthousiaste : « Le terme service est très souvent utilisé, mais il n'est pas facile de l'offrir. Cashion amenait ses points d'une manière facile à comprendre et à mémoriser. La soirée a outrepassé mes attentes. »

Trina Mendria, opticienne propriétaire d'ArtSEE Eyewear, située à Victoria, ajoute : « Apprendre des conseils provenant de la culture de Ritz-Carlton était fantastique. Cela m'a confirmé que je dois suivre mes instincts, mais j'ai aussi appris sur des domaines où je peux m'améliorer. »



De gauche à droite : John Cashion, conférencier et directeur corporative, changement culturel du Ritz-Carlton Leadership Center, Pierre Bertrand, président d'Essilor Canada et Pete Hanlin, directeur marketing technique d'Essilor États-Unis.



L'auditoire passionné lors de la présentation à Victoria.

Mendria, qui était accompagnée de cinq employés lors de l'événement, était ravie de l'approche d'Essilor. « Je ne soulignerai jamais assez à quel point j'apprécie cette occasion de former et d'investir dans toute mon équipe. C'est excitant de travailler avec un partenaire qui met l'accent sur l'approche d'équipe dans la formation. Comme le dit Cashion, nous n'allons nulle part sans des employés bien entraînés et engagés. »

Robert Ménès, vice-président marketing et communications d'Essilor Canada, se réjouit des commentaires des participants et prépare déjà la session d'automne. « Nous incluons une présentation sur le nouveau modèle d'interactions avec la clientèle d'Essilor, qui est basé sur une recherche indépendante pour laquelle nous avons mandaté IPSOS. »

Les prochains Sommets Alive se tiendront à Montréal le mardi 13 septembre 2016 (avec traduction simultanée) et à Halifax le mercredi 17 septembre 2016. Une fin de semaine de formation plus en profondeur qui se déroulera à Toronto du 9 au 11 septembre prochain, se concentrera sur la compréhension des habitudes des clients et le merchandising, en plus de l'excellence en service à la clientèle.

Tous les Sommets Alive comprennent une présentation sur les risques associés à la lumière bleue nocive, offrant des stratégies pour interagir avec les patients. « C'est le sujet de l'heure dans le marché de l'optique en ce moment et nous voulons que nos partenaires soient en bonne position pour profiter de cette occasion d'affaires », affirme Ménès.

Pour plus d'informations ou pour vous inscrire aux prochains Sommets Alive, communiquez avec votre représentant des ventes d'Essilor Canada ou écrivez à l'adresse caras@essilor.ca afin d'obtenir le lien d'inscription. <



Les lentilles minisclérales

Onefit^{MD}



Par **Marie-Justine Talbot, o.o.d.**
Opticienne d'ordonnances depuis 2010,
Marie-Justine Talbot exerce à la Lunetterie
Drs Verret Optométristes et Opticiens,
située à Québec.

« Ce produit s'adresse
aux gens d'aujourd'hui,
ambitieux d'exister
dans l'univers des
« superwoman » et des
« superman » »

Notre quotidien nous impose parfois un rythme de vie un peu intense et mouvementé ! Mais celui-ci nous a-t-il demandé notre avis sur nos petits tracas quotidiens qui nous empêchent de bien voir ? Eh bien, chers collègues, il est grandement temps de proposer des alternatives à nos porteurs de lentilles cornéennes actifs ! À tous ceux qui désirent vivre à fond de train, sans se soucier de leur amétropie ou de leurs yeux malcommodes qui les freinent trop souvent. Voici une solution : les lentilles minisclérales Onefit^{MD} de Blanchard Lentilles de Contact.

Que sont les lentilles minisclérales Onefit^{MD} ?

Ce produit s'adresse aux gens d'aujourd'hui, ambitieux d'exister dans l'univers des « superwoman » et des « superman » ou à tous ceux qui n'ont toujours pas trouvé de lentilles à leurs yeux.

Ces lentilles ont été conçues dans un design offrant un confort inégalé, une vision irréprochable et une hydratation hors du commun. Celles-ci ont été élaborées dans plusieurs matériaux soit le Boston XO, Boston XO2, Optimum Extra, Optimum Extrême et le Tyro 97. Tous offrent un DK minimal de 100, excepté le Tyro 97 avec une perméabilité de 97. Tous les autres matériaux varient entre 100 et 141 de DK. Ces lentilles maximisent alors un apport en oxygène incomparable optimisant sa propagation aux cellules et aux tissus.

De plus, ces lentilles hydratent l'œil grâce à son coussin de liquide qui conserve l'humidité et élimine les rougeurs sur la surface de l'œil tout en maintenant un environnement sain et douillet.

Sa géométrie unique lui permet de se différencier des autres lentilles sclérales sur le marché par son épaisseur réduite à partir du centre jusqu'à la zone limbique. Positionnée sous les paupières et reposant sur la sclérotique, elle excelle dans le confort et la stabilité.

Des lentilles de spécialité adaptées aux porteurs

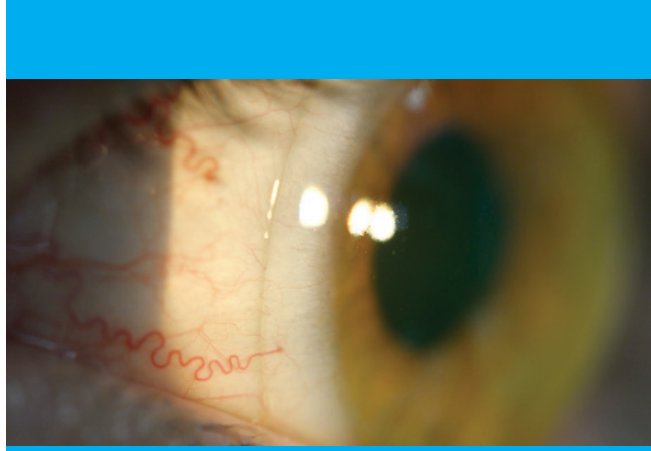
Leur complexité nous freine parfois et nous porte à croire que ce type de lentille ne s'adresse qu'aux cas difficilement corrigibles. Eh bien, détrompez-vous ! En tant qu'opticienne, je considère que ces lentilles



[L'épaisseur de la fluorescéine démontre un dégagement central idéal.]

de spécialité correspondent à beaucoup plus de porteurs que l'on se l'imagine. Les lentilles Onefit^{MD} corrigent les amétropies telles que la presbytie, la myopie, l'hypermétropie et l'astigmatisme jusqu'à 3.50D, aux cornées régulières, irrégulières et aplaties. Les sportifs y trouveront également leur compte. En plus d'offrir une protection UV, leur taille minimise les risques de perte tout en protégeant les yeux du sable ou des autres débris qui pourraient s'y faufiler.

Par ailleurs, cette lentille de contact minisclérale peut être un outil important afin de redonner une vision nette suite à une ectasie, causée par une opération au LASIK ou à un kératocône. Au suivi postopératoire, il se peut que l'ophtalmologiste n'obtienne pas les résultats désirés et que l'acuité visuelle n'atteignent pas 20/20. On sait qu'une opération réfractive consiste à remodeler en quelque sorte la surface de l'œil, souvent en aplatisant davantage la cornée, afin d'obtenir une vision la plus parfaite possible. Or, cette déformation de l'œil incommode les porteurs de lentilles cornéennes souples, car la lentille est incapable de conserver sa stabilité. La sécheresse oculaire et la cornée altérée par l'opération entraîne donc une moins bonne vision, une rougeur et un inconfort presque constant. De plus, à cause de cette modification de la cornée, la relation entre les paupières et la surface frontale de l'œil est également affectée. Bref, les lentilles minisclérales Onefit^{MD} s'avèrent des alliés grâce à leur



[Les bords de la lentille sont parfaitement alignés avec la conjonctive.]

diamètre et à leur voûte emplie de liquide permettant une stabilité et un environnement apaisant pour l'œil irrité. Elles créent une nouvelle surface lisse et régulière, qui donne une vision claire et sans distorsion.

Le *Guide d'ajustement des lentilles Onefit^{MD}* est simple à utiliser. En suivant adéquatement les six étapes d'ajustement, on obtient aisément le résultat désiré. Choisir le bon diamètre et la courbure de base est la première étape à considérer et à ne pas prendre à la légère. Le principal facteur pour déterminer correctement le diamètre adéquat pour son porteur est ce que l'on appelle le diamètre visible horizontal (HVID). Votre mission, pour parvenir à un ajustement hors pair, est d'obtenir, après un minimum de quatre heures de port, 150 à 175 microns d'épaisseur de larme entre la lentille et la cornée, et ce, au point le plus élevé de cette dernière. Il est plus précis d'utiliser un tomographe à cohérence optique (OCT), mais nous pouvons tout de même obtenir de très bons résultats avec une lampe à fente régulière, en utilisant un angle de 40 degrés. Finalement, la réfraction est nécessaire afin d'assurer un ajustement précis. Cela vous permet alors de fidéliser la clientèle et surtout, de vous démarquer! <

SOUPER - SPECTACLE
LISE DION
8 NOVEMBRE 2016

SOUPER & SPECTACLE
225 \$

BILLET BALCON
35 \$

SOUPER & ENCAN
SILENCIEUX : 17H30

SPECTACLE : 20H

RÉSERVATION
418 654-0835 | 1 877 654-0835
/fondation.oeil@qc.aira.com
fondationdesmaladiesdeloeil.org

Soirée bénéfique au profit de
Fondation l'œil
des maladies de

LE CAPITOLE
972, rue St-Jean, Québec

Iris annonce la nomination d'un nouveau président



[Dr Michael Chaiken]

IRIS, Le Groupe Visuel annonce la nomination de Dr Michael Chaiken au poste de président et chef de la direction d'IRIS.

Depuis qu'il a rejoint IRIS en 2008, le Dr Chaiken a porté une attention particulière aux multiples initiatives touchant la réglementation et surveillé de près les nombreux défis auxquels l'entreprise a fait face. Dr Chaiken a joué un rôle clé dans la création des Lignes directrices.

Dr Chaiken possède plus de 30 ans d'expérience comme optométriste et comme propriétaire de plusieurs cliniques privées. Il a précédemment occupé les postes de président de l'Ordre des optométristes du Québec, Chairman de la Canadian Optometric Regulatory Authorities (CORA) et plus récemment, président de PRN Canada. Ces expériences lui ont permis de développer une compréhension unique de l'industrie des soins opculo-visuels au Canada.

« Je suis fier d'accepter cette nomination et de poursuivre le travail de notre fondateur et défunt président, Dr Francis Jean. Au cours des 25 dernières années, Dr Jean a créé la compagnie de soins de santé oculaire la plus incroyable au Canada. Grâce à notre programme d'acquisition de cliniques d'optométrie et d'optique bien implanté et nos changements internes innovateurs qui prendront tout leur élan au cours de l'année, nous serons en mesure d'augmenter davantage nos chiffres de ventes actuels qui ont vu des hausses de 15 pour cent à travers le réseau et de 3,4 pour cent pour les mêmes boutiques au cours du premier trimestre de cette année », souligne Dr Chaiken.



ETRO présente de nouveaux modèles

La ligne ETRO, synonyme d'élégance italienne, présente sa collection printemps/été 2016.

Avec son allure féminine et sa silhouette volumineuse la monture solaire ET621S attire les regards. Les tempes sont ornées de détails en or, au motif Paisley distinctif.

Le modèle pour hommes ET2615 offre un style classique et est composé d'acétate. Les tempes sont ornées d'une tige métallique arborant un motif Paisley.

Cette collection est distribuée par Marchon Eyewear.



Spectacle Eyeworks réinvente les montures rétro

Le créateur canadien Spectacle Eyeworks inc présente de nouvelles montures d'acier inoxydable, qui réinterprètent le milieu du siècle dernier.

Le modèle Jojo est audacieux et comprend de fins motifs art déco sur le pont, afin de recréer le style classique et confiant des années 40 et 50.

La monture Dinkley arbore un style inspiré des années 60. Selon Mehran Baghaie, directrice des opérations et styliste en chef de l'entreprise, l'idée de cette monture vient du personnage Velma Dinkley, de Scooby-Doo.

Finalement, le soul et le funk des années 70 ont influencé la création de la monture Ofra, dont le nom provient du chanteur israélien Ofra Haza, dont l'œuvre a dépassé les frontières de son pays et comblé un public à travers le monde.

WestGroupe lance la collection Tony Hawk Kids Eyewear sur le marché canadien

Tony Hawk, légende de la planche à roulettes, associe son esprit cool et décontracté à sa nouvelle collection de montures pour enfants. Distribuée par WestGroupe, cette ligne cible les garçons âgés de 8 à 13 ans et inclut des modèles colorés de style sportif en métal et en acétate.

La collection inaugurale comprend six montures, soit trois modèles en acétate et trois en acier inoxydable très tendance, qui combinent des couleurs amusantes et des designs audacieux. Toutes les montures viennent avec un étui Tony Hawk personnalisé.



[mod. THK-1]



Polaroid lance sa nouvelle collection optique pour 2016

Polaroid Eyewear lance sa nouvelle collection optique, produite et distribuée par le Groupe Sàfilo. Aux formes rondes, carrées, rectangulaires et œil de chat, plus féminines, ces créations sont l'aboutissement de cinq méthodes de conception.

La partie inférieure de la monture PLD D 100 est apparente, tandis que sa partie supérieure est soulignée d'une fine bordure en métal qui donne aux lunettes légèreté et caractère. Des formes classiques et carrées aux modèles rétro, esprit années 50, ce modèle est proposé en coloris audacieux : noir mat, rouge, vert, bleu sarcelle et bleu.

Le PLD D 400 se distingue par une forme contemporaine à double pont, combinant l'injecté et l'acier pour un style moderne, d'esprit extrêmement léger. Ces lunettes sont proposées en noir mat/ruthénium mat, havane/ruthénium foncé, bleu/ruthénium, rouge/ruthénium/, gris/doré clair, havane vert/ruthénium.

La 8^e classique de golf de la Fondation des maladies de l'œil : un vif succès

C'est le 26 mai dernier, au prestigieux Club de golf Le Mirage, que se déroulait la 8^e Classique de Golf de la Fondation des maladies de l'œil (FMO). L'événement se tenait sous la présidence d'honneur d'Ingrid Gagné et de Jean-Jacques Benguigui, respectivement vice-présidente et président de Misencil.

Animée de main de maître par Mme Saskia Thuot, de Canal Vie et de Rythme FM, cette activité a également été supportée par des personnalités publiques, comprenant l'honorable Céline Hervieux Payette, le golfeur professionnel de la PGA Ian Leggatt et le gardien de but vedette des Maple Leafs de Toronto, Jonathan Bernier.

Grâce aux efforts concertés de chacune des personnes présentes à cet événement, la Fondation des maladies de l'œil a pu recueillir un des montants les plus élevés de l'histoire de sa Classique de Golf, soit la rondelette somme de 94 000 \$.

La FMO a été fondée il y a 37 ans. Elle subventionne et promeut la recherche sur les maladies oculaires. Son programme Jeunesse Participe pour voir, qui vise à assurer la santé visuelle des jeunes de niveau primaire, offre l'espoir d'une meilleure vision dans les quartiers défavorisés. La Fondation tient à remercier Transitions pour son appui en tant que partenaire présentateur de la tournée 2016 de ce programme.



De gauche à droite : Steve Lachance, directeur général de la Fondation des maladies de l'œil, Ingrid Gagné et Jean-Jacques Benguigui, présidents d'honneur de l'événement et Martial Gagné, président de la Fondation des maladies de l'œil et de Lunetterie New Look.

Des ajouts à la collection Titanium

[mod. R124]



Tura présente de nouveaux modèles féminins qui s'ajoutent à la collection Titanium.

De forme rectangulaire, la monture R124 se démarque par des motifs rectangulaires sur les branches. Avec sa légèreté et les détails qui ornent ses branches, elle allie confort et style.

[mod. R126]



Le modèle R126 arbore une forme carré massive en titane, mais se termine avec un léger effet œil de chat aux extrémités pour un effet plus dramatique. Les détails percés sur les branches, combinant deux tons, rappellent des bijoux délicats.

Hoya Vision nomme Maria Petruccelli en tant que directrice marketing et marque de produits, Amériques

Hoya Vision annonce la nomination de Maria Petruccelli au sein de son équipe marketing global pour l'Amérique du Nord, située à Lewisville, TX, à titre de directrice marketing et marque de produits pour les Amériques.

Dans son nouveau rôle, Petruccelli dirigera toutes les activités marketing qui concerne la promotion interne et externe des produits de marque. Elle contribuera à l'élaboration de la stratégie marketing, assurera la liaison avec l'équipe de marketing globale et mettra en œuvre un plan tactique qui aidera à positionner et promouvoir les produits de marque Hoya dans le marché.



Petruccelli se concentra sur le marché des États-Unis, mais assumera aussi des responsabilités pour les marchés canadiens et Sud-Américains.

« Affirmer que j'ai personnellement apprécié travailler avec Maria est un euphémisme, car elle a été le principal facteur derrière les succès que Hoya a connu sur le marché canadien à ce jour. Elle nous manquera énormément, mais heureusement nous continuerons à travailler avec elle dans son nouveau rôle », souligne Ahmos Henry, président d'Hoya Vision Care Canada.

Petruccelli travaille avec Hoya depuis treize ans et compte plus de vingt-cinq ans d'expérience dans l'industrie des soins de la vision.

Les inscriptions sont ouvertes pour le Vision Expo West 2016

Les inscriptions sont maintenant ouvertes pour le salon Vision Expo West 2016, qui se déroulera en septembre prochain au Sands Expo & Convention Center de Las Vegas (formation du 14 au 17 septembre; exposition du 15 au 17 septembre). La période d'inscription aux formations est aussi en cours.

« Le salon international Vision Expo de Las Vegas est une excellente occasion pour les professionnels de la vue de suivre la formation continue qu'ils souhaitent, afin d'améliorer les soins offerts à leurs patients et leur rentabilité », affirme Ashley Mills, vice-présidente, foires commerciales et rencontres, du Vision Council.



Parmi les participants déjà confirmé, on retrouve notamment l'auteure-compositrice-interprète Lisa Loeb, qui lancera sa première collection de lunettes dans le cadre de l'événement. Plusieurs exposants réguliers du Vision Expo West profiteront de l'occasion pour présenter de tous nouveaux produits, dont Sàfilo qui offrira un avant-goût de ses nouveaux modèles Elie Saab, Oxydo et de la collection pour hommes de Fendi.

Les participants qui s'inscriront d'ici le 18 août profiteront d'un prix exclusif. Ceux-ci obtiendront en effet 25 \$ de rabais sur leurs frais d'inscription. Pour connaître tous les détails de cet événement et vous inscrire, visitez le <http://west.visionexpo.com/>

Essilor présente Nautilus, le 1^{er} outil professionnel de démonstration en 3D



Essilor lance le Nautilus^{MC} un casque immersif de simulation en 3D, une première dans l'histoire de l'industrie de l'optique. Cet outil professionnel de démonstration a été spécialement conçu pour enrichir l'expérience d'achat en magasin et accompagner

le professionnel de la vue dans son rôle de conseiller.

La simulation est pilotée par une application téléchargée sur un téléphone intelligent et une tablette. Le téléphone intelligent est placé dans le casque immersif et la tablette sert de télécommande. Dès lors, le porteur vit une mise en situation incorporant des scènes interactives à 360°.

Placé dans un environnement totalement immersif, le consommateur peut ainsi choisir de façon éclairée le produit le plus adapté à ses besoins et de découvrir des solutions insoupçonnées pour lui procurer le meilleur confort visuel possible.



[B&S Rook Anvil]



[B&S Opticar]

Nouvelles solutions d'Hilco

Le jeu de tournevis, B&S Opticar offre une conception métallique de grande qualité et des viroles de caoutchouc solides. Il comprend cinq outils.

La solidité du socle B&S Rook Anvil assure la stabilité durant l'ajustement et le montage. Sa base cousinée évite que les montures ne glissent. Une simple vis permet de fixer cet outil conçu en aluminium.

[mod. IN100]



[mod. IN103]



Ogi Kids : Nouvelle génération

De nouveaux modèles viennent s'ajouter à la collection de montures pour jeunes d'Ogi. Inspirée de la ligne novatrice Innotec, ces montures combinent des matériaux révolutionnaires afin de réinventer les lunettes pour enfants. Ultralégères et stylisées, IN100, IN101, IN102 et IN103 sont conçus méticuleusement afin de suivre le mode de vie actif et d'illustrer la confiance de cette nouvelle génération.

CooperVision annonce la disponibilité à l'échelle canadienne des lentilles cornéennes Biofinity^{MD} toriques

CooperVision, Inc. annonce que la lentille Biofinity^{MD} XR torique est désormais offerte à tous les spécialistes de la vue et à leurs patients, partout au Canada.



« Nous continuons de concentrer nos efforts et nos ressources sur le développement et la fabrication de produits de haute performance qui visent des besoins non satisfaits, renforçant ainsi notre engagement à offrir une lentille pour chaque œil », souligne Jerry Warner, président Amérique du Nord de CooperVision. « Avec la disponibilité à l'échelle nationale des lentilles Biofinity^{MD} XR torique, les spécialistes de la vue peuvent ajuster un plus grand nombre de patients dans un matériau en silicone hydrogel de premier plan, suivant ainsi le mouvement généralisé vers ce type matériau plus sain. »

Biofinity^{MD} XR torique est une lentille entièrement moulée par coulée et fabriquée sur mesure qui intègre la même épaisseur ISO horizontale uniforme et conception optimisée de la bande de ballast que Biofinity^{MD} torique, ce qui en fait une lentille torique stable, facile à ajuster, avec une excellente acuité visuelle. Sa surface continue optimisée assure que la paupière interagit avec une surface lisse de lentille à chaque clignement, procurant une expérience de port plus confortable.

BretonJobs.com

Le portail d'emploi en optique

Publiez votre emploi sur **BretonJobs.com** et il sera automatiquement affiché sur l'ensemble de **notre réseau de partenaires Web**

EN TEMPS RÉEL SUR LES SITES DE NOS PARTENAIRES :

AOE | The Academy of Ophthalmic Education
A Division of The Khan Group

Official Member of **Optometry Students** **Étudiants en Optométrie**

College of Optics British Columbia

SAO | Saskatchewan Association of Optometrists

Envision
SEEKING BEYOND

enVue
VOIR PLUS LOIN

Et sur les sites agrégateurs d'emploi :

sale\$top.ca

indeed
one search. all jobs.

Emploi Santé.ca

Retail.ca

jobs.ca

CareerAIM

Fournisseur privilégié de :

REGARD ACTION

OG Optical Group
Looking out for you!

ISI
opto.com

iFocus
A Division of The Khan Group

Digital ECP

Retrouvez-nous sur



facebook.com/bretonjobs

Seules les sections **À vendre** et **Services** sont affichées dans la rubrique et sur notre site Internet :
<http://www.opti-guide.com/optiguide/default/classifieds>

La prochaine date de tombée est le : **5 septembre 2016**

Veuillez nous faire parvenir votre texte, maximum 50 mots, par télécopieur au 450 629-6044 ou par courriel à : melissa@bretoncom.com

INDEX DES ANNONCEURS

Association canadienne féminine de l'optique	23	Fondation des maladies de l'œil	31	Lasik MD	16
BretonJobs	36	Hoya	18-19	Match Eyewear	8-9
Candorvision	13	Institut de l'œil de Montréal	11	MyEyesMesYeux Cosmétiques	17
COS	7	Iris	15	Transitions Optical	2 ^e de couverture
Essilor	5, 25, 4 ^e de couverture	Johnson & Johnson		Vision Expo West (VEW)	3 ^e de couverture
				WestGroupe	3
					Fausse couverture, 26-27




2016 **Inscrivez-vous Maintenant!**




VISIONNAIRES

EN ÉDUCATION + MODE + TECHNOLOGIE

INSCRIVEZ-VOUS MAINTENANT! | LAS VEGAS DU 14 AU 17 SEPTEMBRE 2016 | VisionExpo.com

PRÉSENTÉ PAR:  THE VISION COUNCIL

FIER PARTENAIRE DE:  thinkabout
youreyes.com
AMERICAN OPTOMETRIC ASSOCIATION

PRODUIT PAR:  Reed Exhibitions

DÉCOUVREZ



LA NOUVELLE RÉFÉRENCE EN
MATIÈRE DE **SANTÉ VISUELLE**



PROTECTION CONTRE
LA **LUMIÈRE NOCIVE**
POUR TOUS LES **VERRES**. TOUS LES **YEUX**. TOUT LE **MONDE**.

POUR FAIRE PARTIE D'EYE PROTECT SYSTEM™ LES COMBINAISONS DE PRODUITS DOIVENT :



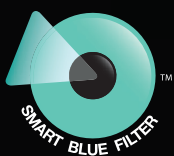
**Bloquer au moins 20 % de
la lumière bleue nocive**



**Offrir une protection
UV minimum de**



Votre assurance de fournir la solution visuelle optimale pour la santé visuelle à court et à long terme de vos clients, que vous leur recommandiez des verres clairs ou adaptatifs.



NOUVEAU! Renseignez-vous auprès de votre représentant Essilor à propos de Smart Blue Filter™, la plus récente innovation qui offre une protection contre la lumière bleue nocive intégrée dans les verres clairs **Orma**, **Airwear**, **TL16** et **TL1.67**, dans les designs sélectionnés.

*Un nouvel indice développé par Essilor, certifiant la protection UV globale d'un verre. Performance du verre seulement: l'indice E-SPF exclut l'exposition directe des yeux qui dépend de facteurs externes (morphologie du porteur, forme de la monture, position de port).
© Essilor Canada 2016 - Eye Protect System™, Smart Blue Filter™, E-SPF^{MC} et E-SPF^{MC} 25 sont des marques de commerce et marques déposées d'Essilor International.

Vos
essilor



VARILUX • Eyezen+ • Crizal • Xperio • Transitions