

enVue

VOIR **PLUS LOIN**

janvier - février 2013



ref. 4062210 Adresse de retour : 202-495 boul. St-Martin O. Laval (Québec) H7M 1Y9

LANCEMENT DE

FYSH

UK | URBAN KOOL EYEWEAR

par **JEANNE BEKER**

collection exclusive

| mod. TMA 4339 |



| mod. TMA 5300 |

Titanesque Silhouette!

On se souvient encore de l'arrivée fracassante de la Titan Minimal Art dans le monde de la lunetterie. C'était en 1999. Depuis, ce modèle au poids plume, aux verres percés, sans vis ni charnières, a su conquérir quelque 5 millions de personnes à travers le monde! Un exploit.

En 2013, Silhouette propose une nouvelle version de la monture devenue iconique. C'est le créateur de la Titan Minimal Art lui-même, le designer Gerhard Fuchs, qui a accepté de revisiter son œuvre pour la métamorphoser en Titan Minimal Art - The Icon. La différence? Un souffle jeune, frais et résolument actif.

Et il n'y pas que le style qui s'affiche de manière dynamique, les embouts des branches ont été dotés d'une matière anti-dérapante qui maintient la monture en place, quels que soient les mouvements du porteur. La Titan Minimal Art - The Icon surprendra peut-être quelques adeptes avec sa riche palette de coloris, des plus classiques aux plus contemporains. Silhouette entend ainsi toucher une clientèle plus jeune et plus urbaine. Toutefois, la compagnie autrichienne n'a pas fait de compromis sur ce qui lui a permis de construire une solide réputation : pureté, légèreté et confort.



| mod. Izeo |

| mod. Onix |

Oxibis : énergie, lumière et couleurs

Avec la série Limited 2.0, Dilem se laisse aller dans le monde des étoiles, celles qui gravitent autour de la Terre. Au milieu de ce cosmos bien singulier, Limited 2.0 conjugue les branches en autant de lumières. Saisissant!

Chez Exalto, on propose un « 100 % brut d'homme » avec Onix. Des montures pleines de caractère mâle. En acétate, les branches présentent une incrustation de métal, brossé, mat, brillant ou noir. La collection Onix se décline en quatre formes différentes offrant cinq coloris différents. Voilà qui ne rendra pas indifférent l'homme en recherche de style et d'élégance.

Enfin Oxibis propose la collection Izeo et avec elle prend le parti de la « profondeur, de la richesse et de l'éclat ». L'acétate judicieusement biseauté anime l'harmonieux duo de coloris. Pour les modèles destinés aux femmes, les couleurs opaques ou brillantes côtoient les translucides et les métallisés. Pour les hommes, elles se font plus feutrées sans perdre de leur éclat. Izeo est proposée en six formes et six associations de couleurs.



| mod. Isabel et Adison |

Du vrai bonbon chez VIVA International

Le groupe ajoute une nouvelle ligne de lunettes de soleil ophtalmiques avec douze nouveautés particulièrement destinées à une clientèle de jeunes filles. Les Candie's exhibent un look aviateur et des formes ovales propres aux montures *glamour*. Sur les branches richement colorées se côtoient des motifs très diversifiés. Bien sûr, les thèmes reproduits sont ceux que les jeunes filles affectionnent sur les vêtements et accessoires éponymes. Succès assuré auprès de cette jeune clientèle!



| mod. B-784 |

| mod. OS-9161 |

WestGroupe mise sur l'Italie et le Japon

Avec les lunettes ophtalmiques Bertelli, réalisées en métal ou plastique, c'est la touche de mode italienne qui caractérise l'ensemble des modèles : « Cerise guépard, Cristal caramel, Brun-aqua et Bleu-lilas sont seulement quelques-uns des motifs et des pigments qui composent la palette de la collection Bertelli. » La très grande variété de formes, audacieuses, amusantes, ou vintage, s'adapte à la recherche d'élégance et de confort. Les Bertelli conviennent à une vaste gamme de porteuses et certains modèles, conçus pour les hommes, offrent un beau compromis entre technicité et tendance.

Même si elles portent le même nom qu'un leurre utilisé à la pêche, les montures Izumi évoquent immédiatement l'empire du Soleil-Levant. Et pourtant! Elles ont bien été conçues en Hollande! Mais Izumi doit tout à la parfaite fusion qui a été opérée entre les tendances occidentales et européennes et le design épuré issu de l'art japonais. La toute récente percée de ces cinq modèles sur le marché de la lunetterie permet de présager un succès à long terme. De fait, chez WestGroupe, on aime dire que ces modèles ophtalmiques, aussi bien pour hommes que pour femmes, représentent « la synergie entre l'Est et l'Ouest »... et cela fonctionne!

| Miguel St-Hilaire, directeur de marques, Sport Dinaco et Jacques LaGarde, directeur des ventes, Sport Dinaco |

| L'équipe de WestGroupe (de gauche à droite) : Francesca Lapietra, représentante, Renée Paquin, directeur régional est du Canada, Isabelle Légaré, représentante, Frédéric Cosetti, représentant |

| Paul-André Desjardins, directeur commercial, est du Canada, Centennial |



Salon Vision 2012

Un rendez-vous montréalais que personne ne veut manquer!

Par Isabelle Boin-Serveau

Du 2 au 3 novembre s'est déroulé au Palais des Congrès de Montréal le Salon Vision annuel de l'Association des optométristes du Québec. Une grand-messe pour les professionnels québécois issus des quatre coins de la province qui leur permet de se retrouver, de s'informer, de parfaire leurs connaissances, et de découvrir de nouveaux produits. C'est aussi un rendez-vous important pour les exposants qui rejoignent leur clientèle et nouent de vrais contacts commerciaux. Bref, une opération gagnant-gagnant comme diraient certains...

Des chiffres records

Comme à l'issue de chaque salon, l'heure des bilans permet de mieux mesurer l'impact de l'événement. Le cru 2012 du Salon Vision a fracassé tous les records avec une assistance estimée à 1599 visiteurs, parmi lesquels 1 017 optométristes, 65 assistantes, 78 étudiants en optométrie, 35 opticiens et 338 exposants!

Des rencontres à l'abri des regards...

Chaque année, le défi consiste à renouveler les activités ou à les améliorer en fonction des commentaires des visiteurs et des exposants. Les Journées de carrière ont subi une refonte dans le concept. En effet, les rencontres entre les étudiants optométristes et les futurs employeurs se sont déroulées derrière les rideaux pour préserver l'intimité des

entrevues. C'était d'ailleurs un des vœux exprimés par les étudiants à l'occasion de la précédente édition. De plus, la salle a été divisée selon les régions du Québec et les rendez-vous ont été pris au préalable par les étudiants. Cette nouvelle mouture très confidentielle a eu beaucoup de succès. La trentaine d'optométristes ont exprimé leur satisfaction et ont ainsi pu « séduire » les 29 étudiants inscrits.

Visiteurs et exposants soulevés par l'enthousiasme

Le salon est bien sûr l'occasion pour les optométristes et les conseillères de parfaire leurs connaissances. Mais c'est aussi le moment idéal pour suivre des conférences qui ont recueilli cette année une assistance de plus de 150 personnes dans un amphithéâtre idéalement situé au milieu du

salon. Les entreprises Genzyme, Essilor, Alcon, Bausch + Lomb ont commandités des conférences sur plusieurs aspects de la santé oculaire. Des conférences créditées de catégorie B qui ont été animées par des professionnels de la santé.

Contrairement à l'année précédente, les organisateurs du Salon Vision ont décidé de disperser les kiosques de nourriture aux quatre coins du salon afin de fluidifier la circulation des visiteurs. Les exposants ont bénéficié de cette amélioration.

De plus, les visiteurs avaient en leur possession une carte à faire étamper par les exposants au cours de leur visite. Cette carte qui donnait accès à un tirage au sort pour gagner un voyage à Cuba de 2 500 \$. C'est d'ailleurs une étudiante en orthèses visuelles qui s'est emparé du beau lot!

L'autre belle nouveauté de la version 2012 du Salon Vision aura été le port de badges distribués aux optométristes inscrits sur lesquels figurait leur code QR d'identification personnelle. Durant leur visite aux kiosques, les détaillants n'avaient plus qu'à scanner le badge afin d'effectuer un suivi avec le professionnel.

Le succès semble total pour les exposants que nous avons rencontrés. Steven Von de la compagnie Optos s'est réjoui d'avoir pu présenter son nouveau produit d'imagerie rétinienne Daytona et considère le Salon Vision comme un des plus importants salons d'optique au pays. Véronique Lavoie, représentante des produits Eschenbach pour Ronor International, Guillaume Desmarais de chez Carl Zeiss et Guy Girard de Topcon ont aussi été très satisfaits de leur présence au salon.