

**Génération X, Y, Z...  
baby-boomers :  
des soins de la vue pour  
toutes les générations**



# LES OBJECTIFS D'AUJOURD'HUI

- Déterminer les différences qui existent entre les générations quant à la façon dont elles utilisent leurs yeux et à leur attitude envers les lunettes et les technologies de verres à leur recommander
- Préciser les principaux facteurs et les influences pour chaque génération en matière de lunettes
- Utiliser les pratiques exemplaires pour offrir les meilleurs soins de la vue possible à chaque génération de patients

# LES GÉNÉRATIONS PAR ANNÉE DE NAISSANCE

Gén. Z 1996-présent

Milléniaux 1977-1995

(plus grande génération de la main-d'œuvre)

Gén. X 1965-1976

Baby-boomers 1946-1964

Gén. silencieuse 1945 et -



<b>Traits principaux</b> <b>Événements importants</b> <b>Âges</b>	<b>GÉN. SILENCIEUSE</b>  <b>73 ans et plus</b>  Grande dépression Pearl Harbor Deuxième Guerre mondiale	<b>BABY-BOOMERS</b>  <b>72-54</b>  Droits civils Émancipation des femmes Guerre froide	<b>GÉN. X</b>  <b>53-42</b>  Watergate L'arrivée de MTV	<b>MILLÉNIAUX</b>  <b>41-23</b>  SIDA Technologie	<b>GÉN. Z</b>  <b>22 ans et moins</b>  9/11 Guerres en Irak et en Afghanistan Krach boursier
	Travailleurs Loyaux Respectent l'autorité	Explorateurs Optimistes Axés sur le travail	Individualistes Souples Sceptiques	Dépendants de la technologie Axés sur la famille Optimistes	Se méfient de la politique Toujours branchés Multitâches



**Transitions**  
verres lumineux / intelligents

**CGK** THE CENTER FOR  
**Generational Kinetics**

Le Center for Generational Kinetics et Transitions Optical (2018). Le consommateur de lunettes: Comportements d'achat générationnels envers les verres adaptatifs Transitions®.

Une étude en ligne réalisée auprès de n = 1 271 répondants (n = 1 015 porteurs de lunettes et n = 256 non-porteurs de lunettes) âgés de 22 à 65 ans au Canada. © 2018 Transitions Optical limitée.

[www.Transitions.com/fr-canadapro/](http://www.Transitions.com/fr-canadapro/)

Les baby-boomers sont un peu plus susceptibles que la génération X et celle des Milléniaux de dire que **le magasinage de lunettes est une expérience agréable ou facile**



## INTELLIGENTS



**31%**

Milléniaux et  
Génération X

## SÛRS D'EUX



**40%**

Baby-boomers

## MÛRS



**37%**

Baby-boomers

## INTELLIGENTS / HONNÊTES



**Enfants**

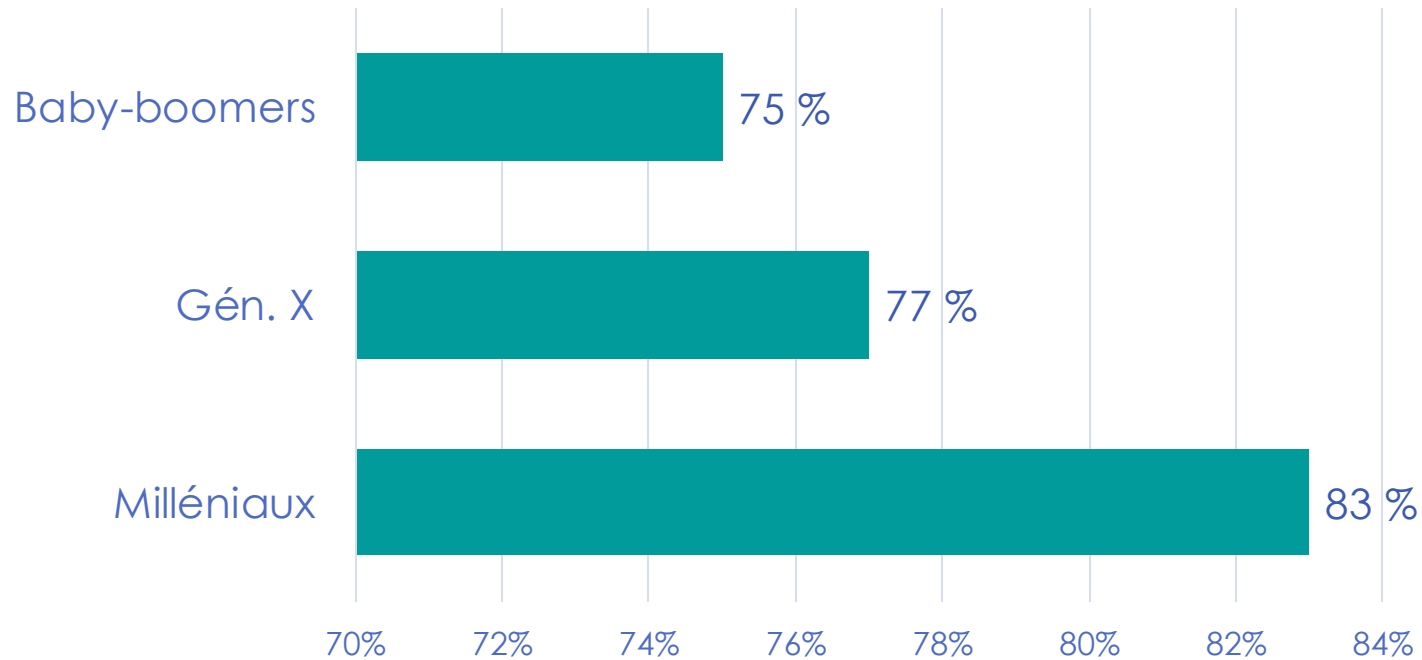
9-10

Les Milléniaux sont également plus  
susceptibles de se sentir

**ATTIRANTS**  **OU** **COOL** 

lorsqu'ils portent leurs lunettes

# TOUT LE MONDE DOIT SE PROTÉGER CONTRE LA LUMIÈRE BLEUE



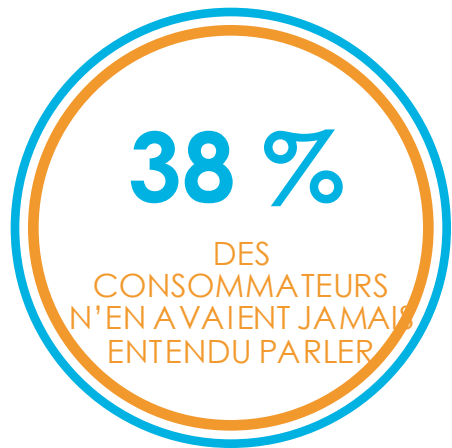
Source : sondage sur la façon dont les employés de Transitions perçoivent les avantages sociaux concernant les soins de la vue, 2017. Wakefield Research pour Transitions Optical inc.





# LA LUMIÈRE BLEUE NOCIVE

BESOIN NON COMBLÉ  
ET FAIBLE SENSIBILISATION



63 % SAVENT QUE LES APPAREILS  
NUMÉRIQUES REPRÉSENTENT  
UNE SOURCE DE LUMIÈRE  
BLEUE

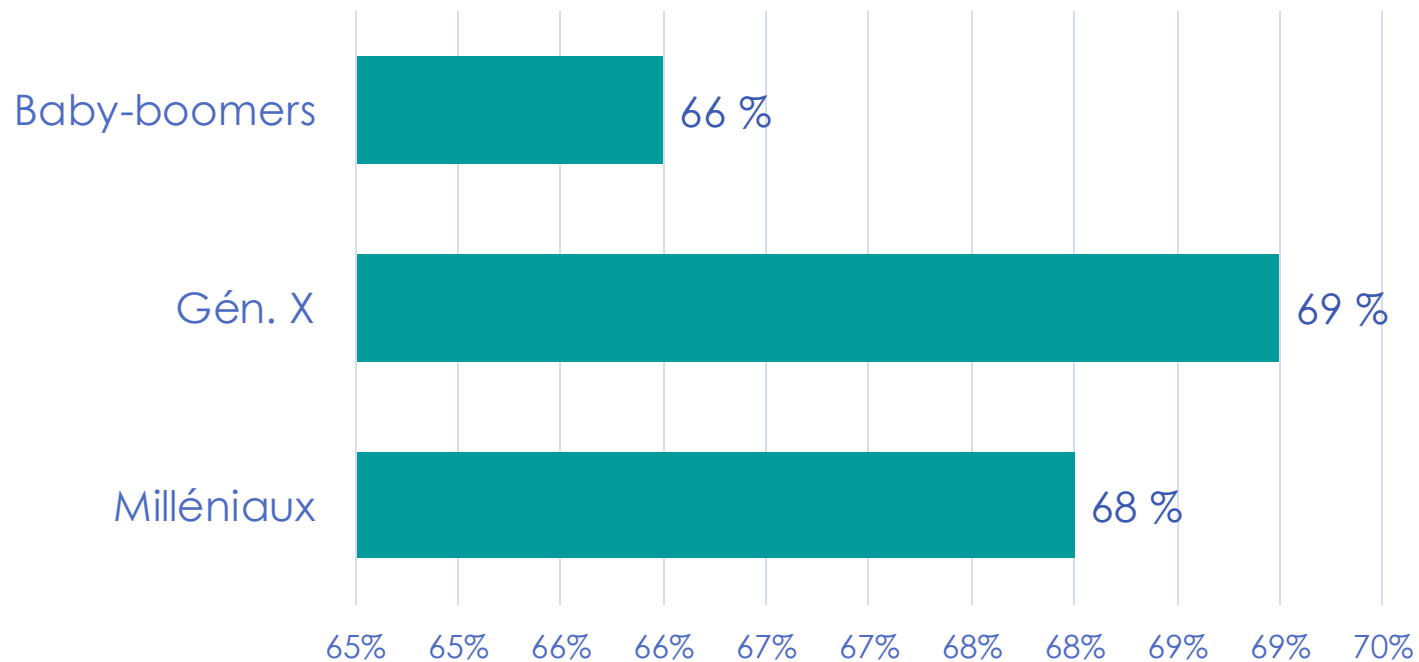
31 % SAVENT QUE LE  
SOLEIL REPRÉSENTE  
UNE SOURCE DE  
LUMIÈRE BLEUE

MAIS LE MESSAGE EST  
PERTINENT ET CONVAINCANT

78 % DES CONSOMMATEURS  
AVERTISSENT SUSCEPTIBLES  
D'ACHETER LE PRODUIT

85 % DES MILLÉNAUX AVERTISSENT  
SUSCEPTIBLES D'ACHETER LE  
PRODUIT

# LE COÛT REPRÉSENTE UN OBSTACLE



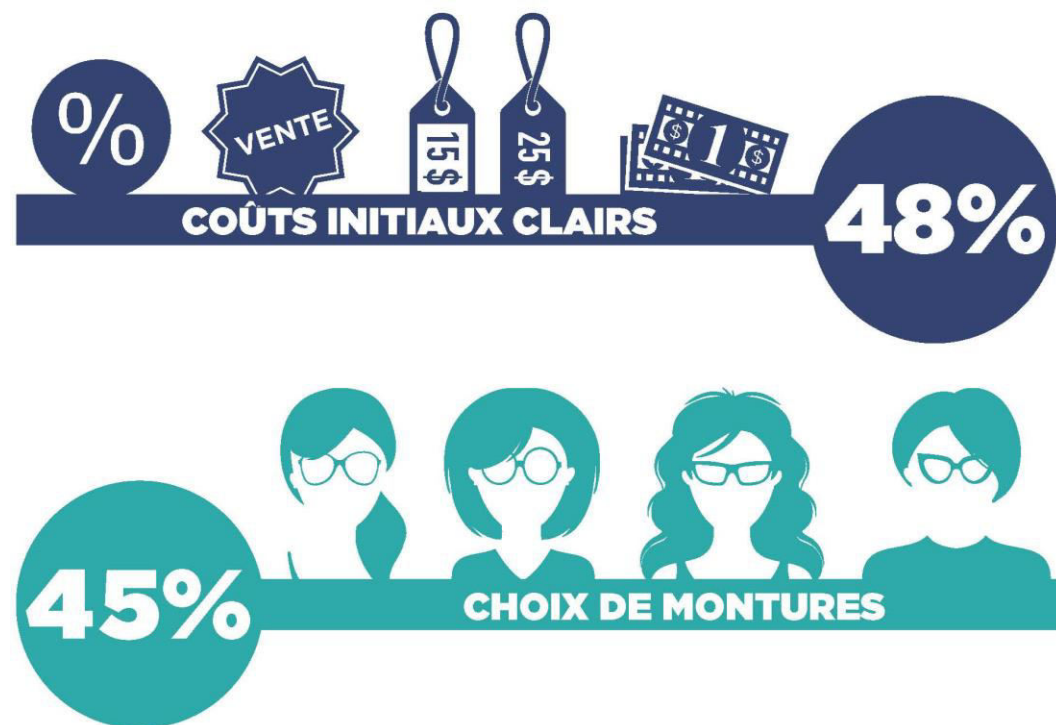
**LE COÛT VOUS EMPÊCHE D'ACHETER DE NOUVELLES LUNETTES OU VOUS FAIT ATTENDRE AVANT D'EN ACHETER**

Source : Center for Generational Kinetics et Transitions Optical (2018).



## PRÈS DE LA MOITIÉ DES PORTEURS DE LUNETTES

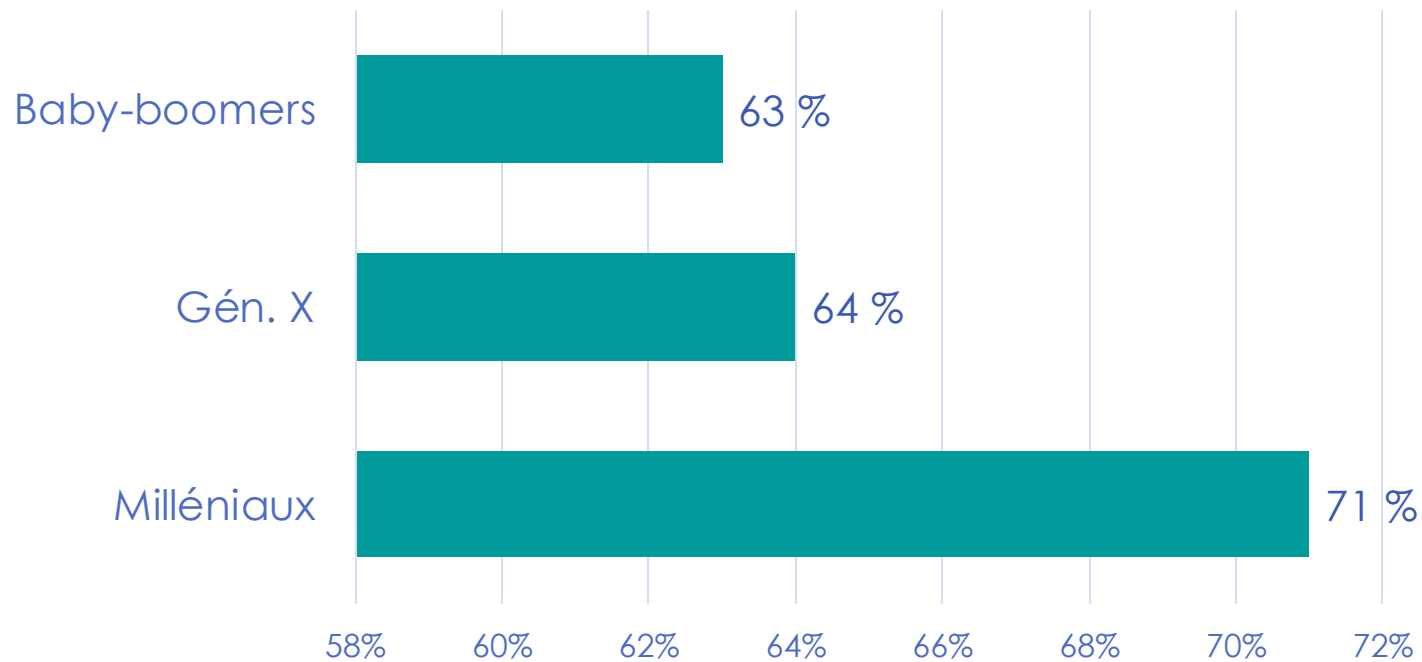
disent que l'expérience d'achat serait améliorée par des coûts initiaux clairs et un bon choix de montures



Les **PROMOTIONS SPÉCIALES** peuvent influencer leur décision d'achat

57 % des milléniaux et 49 % de la génération X sont d'accord

# CONSIDÉREZ LES LUNETTES COMME PARTIE INTÉGRANTE DE LEUR STYLE



Source : sondage sur la façon dont les employés de Transitions perçoivent les avantages sociaux sur les soins de la vue, 2017. Wakefield Research pour Transitions Optical inc.

# LES TECHNOLOGIES DE VERRES POUR CHAQUE GÉNÉRATION

A young boy with curly hair and glasses, wearing a patterned sweater, smiling while sitting at a desk with a pencil. The background is a bright, modern interior with a window and a white chair. A blue graphic element is on the right side of the image.

# GÉN. Z

Vision et développement des enfants

# GÉN. Z

- Pensent de façon indépendante
- Ont grandi avec la technologie
- Influencent les décisions d'achat plus que les générations précédentes, y compris pour les lunettes



# UTILISATION DES APPAREILS NUMÉRIQUES

Lumière bleue nocive et fatigue oculaire

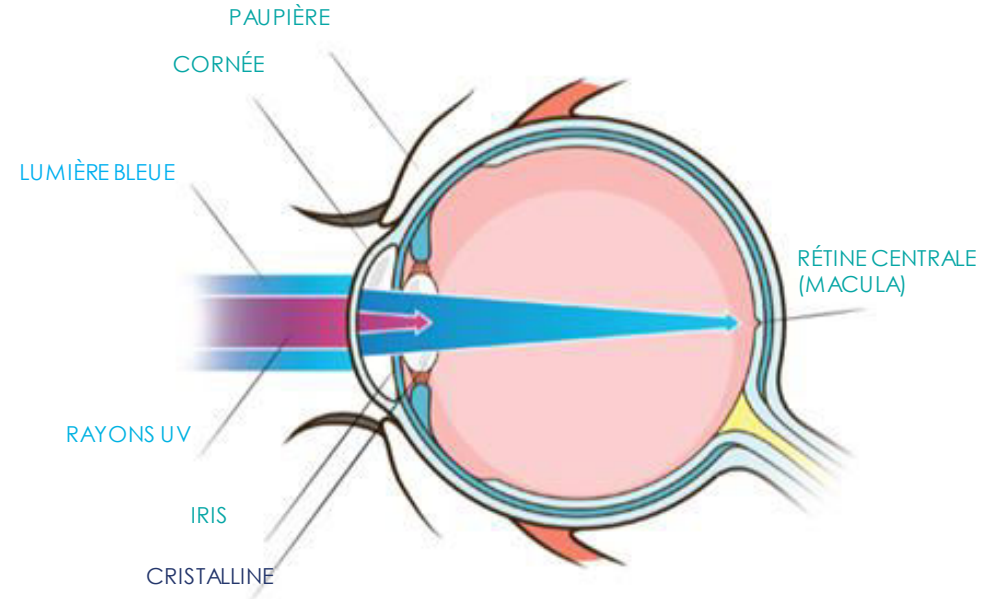
À l'avant-scène de la conscience publique en raison de l'utilisation accrue des appareils numériques





# RAYONS UV ET LUMIÈRE BLEUE

- Les jeunes yeux laissent pénétrer plus de lumière nocive
- L'exposition à long terme à la lumière bleue nocive accroîtrait le risque de souffrir de dégénérescence maculaire liée à l'âge



# SOURCES DE LUMIÈRE BLEUE NOCIVE



Lampes  
à DEL



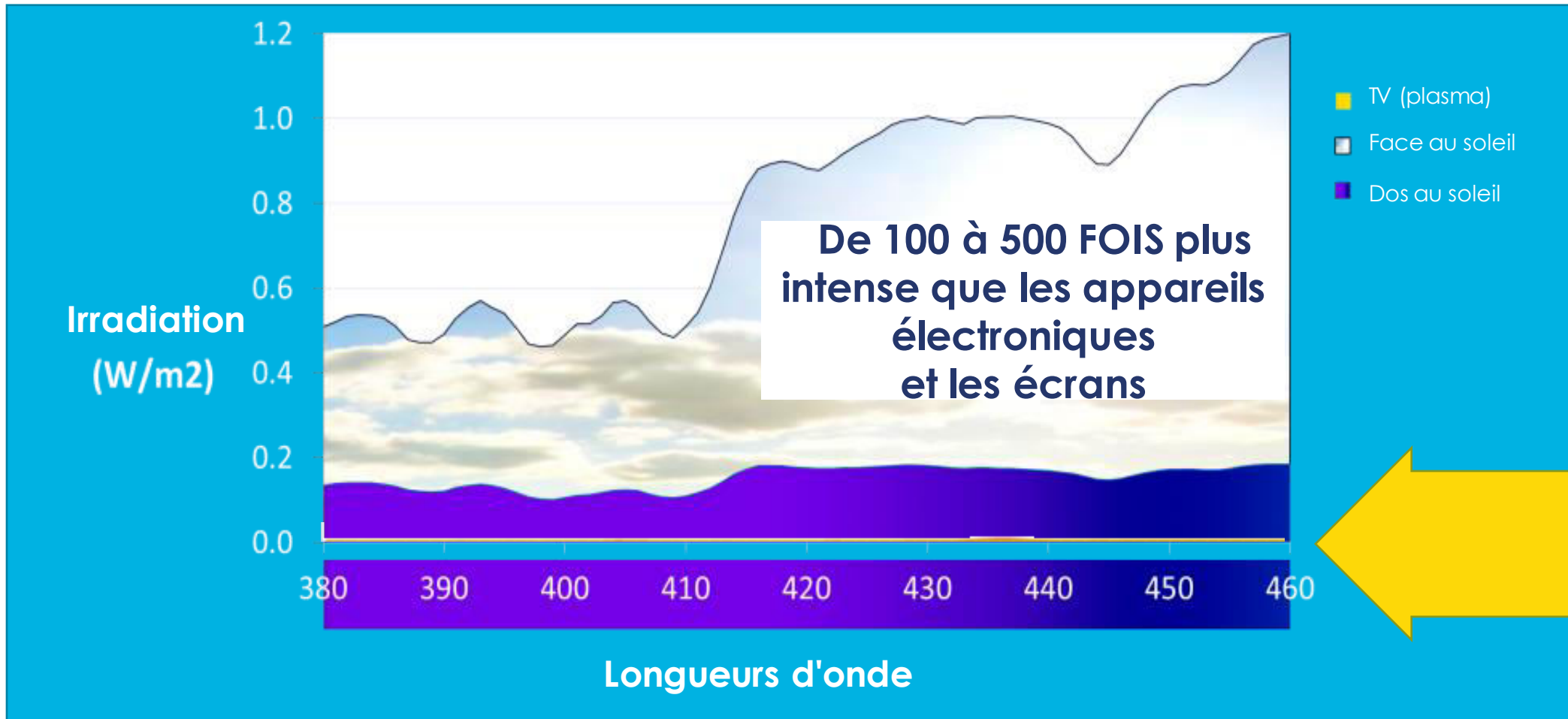
Appareils  
numériques



PLUS DE  
**100**  
FOIS  
PLUS INTENSE QUE LES  
APPAREILS  
ÉLECTRONIQUES ET  
LES ÉCRANS

	Soleil	TV au plasma	Téléphone intelligent	Écran LCD	Écran CRT
Distance de vue	3,71	0,035	0,007	0,013	0,025
	Indirecte	1,83 m (6 pi)	0,30 m (1 pi)	0,61 m (2 pi)	0,61 m (2 pi)

# SOURCES DE LUMIÈRE BLEUE NOCIVE



**43 %**

des blessures oculaires liées aux sports surviennent chez les enfants de < 15 ans

**90 %**

de ces blessures sont évitables

**SEULEME  
NT**

**15 %**

des enfants portent des lunettes de protection



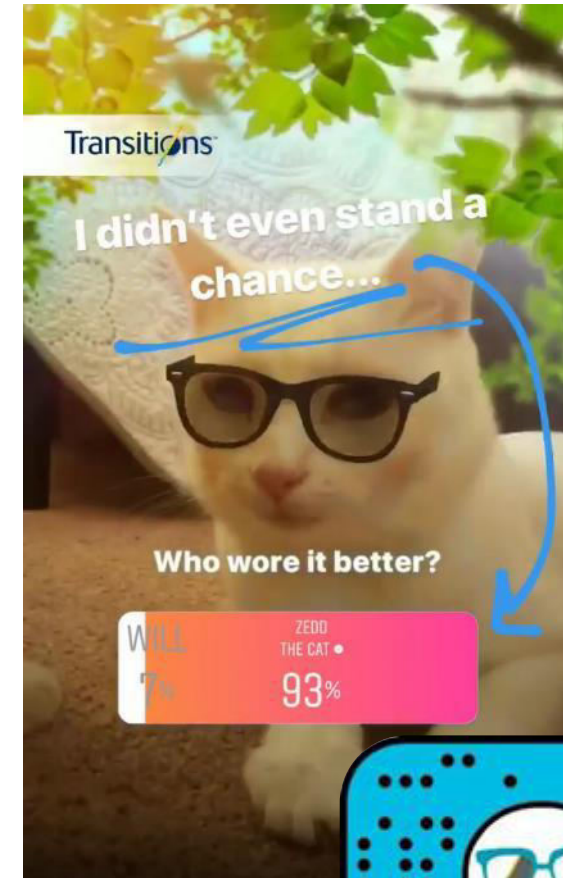
# LES LUNETTES DEVRAIENT INCLURE

- Résistance aux impacts
- Protection contre les rayons UVA et UVB
- Protection contre la lumière bleue nocive – appareils numériques et surtout le SOLEIL
- Traitement antireflet
- Réduction des éblouissements
- Deuxième paire – sports, réserve



# CONNECTER AVEC LA GÉN. Z

- Communiquer de « petites quantités de renseignements » – Instagram et Snapchat
- Faites participer l'enfant et les parents
  - 33 % des parents considèrent la recommandation de l'optométriste comme un facteur très important
- Reçoivent souvent des conseils de la part des membres de la famille et des amis avant d'effectuer un achat
- Encourager les patients à partager leur expérience positive en ligne





# MILLÉNIUMS

Technologie et style

# PRÉSENTEZ LES MONTURES AVEC LES VERRES

Ni les verres ni les montures ne devraient susciter une pensée après coup!

- Discutez des modèles de montures
- Vérifiez la prescription





# FORMES DE VISAGE



CARRÉ / MINCE



OVALE / POLYVALENT



CŒUR / ROND



TRIANGLE / ŒIL DE CHAT



ROND / RECTANGULAIRE



DIAMANT / PARTIE SUPÉRIEURE IMPOSANTE



OBLONGUE / SURDIMENSIONNÉE

Enfreignez la règle  
commune et portez  
ce qui vous va bien

# COULEURS DE MONTURE

## COULEURS TENDANCE



ROUGE

VERT



VIOLET

BLEU

## COULEURS TRADITIONNELLES



NOISETTE

PRIMEVÈRE

LAPIS



KALE

FLAMME



AMÉLIOREZ LE LOOK  
AVEC DES VERRES



## Différents types de verres et de fonctions

- Verres polarisés
- Verres à teinte variable
- Verres miroir
- Revêtements flash
- Verres photochromiques
- Verres colorés

# VERRES POLARISÉS ET À TEINTE VARIABLE



VERRES À TEINTE VARIABLE NUPOLAR

VERRES À TEINTE VARIABLE TENDANCE

POLARISÉS



# LES VERRES MIROIR ET FLASH SONT TENDANCE

Ils attirent et séduisent les clients les plus soucieux de leur style et de leur image

## 2014

Tendance à Coachella, chez les célébrités et les marques de niche



## 2016-2017

Tendance suivie par les marques grand public



Le style « miroir » fait partie des quatre styles de lunettes solaires les plus recherchés sur [www.sunglasshut.com](http://www.sunglasshut.com).

## 2018

Présente dans les défilés de mode @printemps-été 2018 à l'échelle mondiale



VOICI LES NOUVEAUX

verres *Transitions*<sup>MD</sup>

XTRActive<sup>®</sup>

Style Mirrors

Style

**MIRRORS**



Transitions<sup>®</sup>

QUE SONT LES  
NOUVEAUX VERRES  
*TRANSITIONS*<sup>MD</sup> XTRActive<sup>®</sup> STYLE  
MIRRORS?

VERRES *TRANSITIONS*<sup>MD</sup>  
*XTRACTIVE*<sup>®</sup>



CHOIX DE COULEURS MIROIR  
COOL À ASSORTIR  
LIBREMENT À N'IMPORTE  
QUELLE MONTURE



# LES COULEURS *Transitions*<sup>MD</sup> *XTRActive*<sup>®</sup> **STYLE MIRRORS**

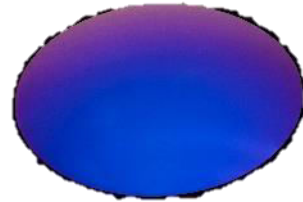
Les couleurs Style Mirrors peuvent être ajoutées aux verres *Transitions*<sup>MD</sup> *XTRActive*<sup>®</sup> GRIS et BRUNS

Des couleurs Style Mirrors époustouflantes pour exprimer sa personnalité



## ARGENT

Un gris argenté classique



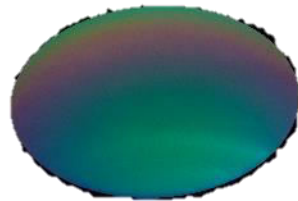
## BLEU-VIOLET

Une couleur froide pour un look élégant et tendance



## Or flash

Une teinte douce et chaude qui convient à tous les teints



## BLEU-VERT

Une couleur éclatante légèrement terreuse



## CUIVRE

Un fini miroir écarlate riche pour un look sport



# LES VERRES PHOTOCHROMIQUES



**Les verres *Transitions* gris**  
Teinte neutre pour la vision  
la plus naturelle



**Les verres  
*Transitions* bruns**  
Font ressortir le plus les  
contrastes et rehaussent  
le plus les couleurs



**Les verres *Transitions*  
vert graphite**  
Vision naturelle et  
contrastes améliorés



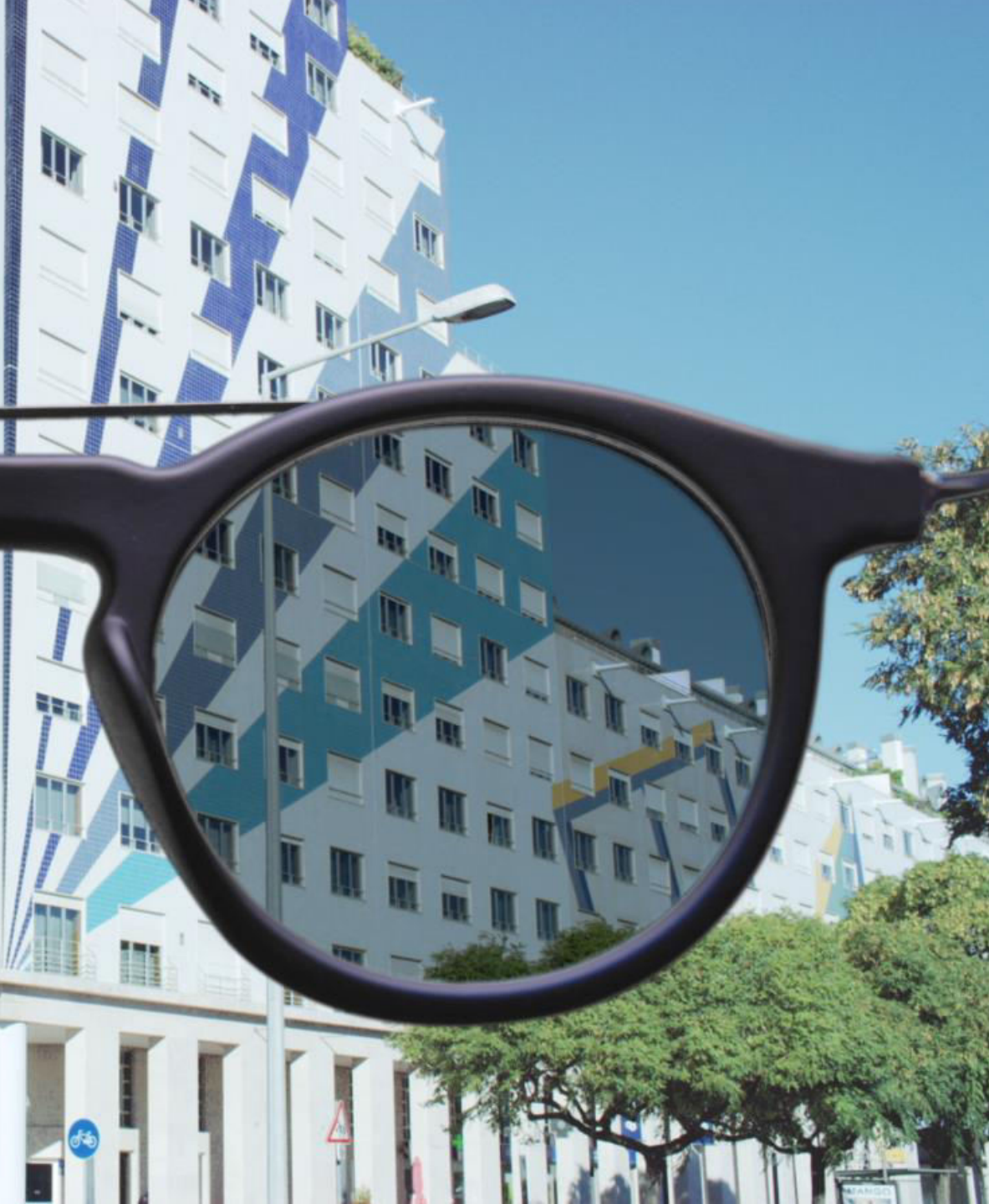
BLOQUENT  
100 % DES  
RAYONS UV



FILTRENT LA  
LUMIÈRE BLEUE  
NOCIVE

TOUS LES VERRES TRANSITIONS<sup>MD</sup> AIDENT  
À PROTÉGER CONTRE LA LUMIÈRE BLEUE  
NOCIVE, À L'INTÉRIEUR ET SURTOUT À  
L'EXTÉRIEUR.





# 41%

**DES MILLÉNAUX  
PORTEURS DE LUNETTES**  
sont intéressés à essayer  
les verres Transitions®

ET

# 74%

les essaieraient s'ils  
pouvaient le faire

**GRATUITEMENT  
POUR UNE SEMAINE**



VOICI...

**LES NOUVEAUX VERRES  
TRANSITIONS®  
SIGNATURE®  
STYLE COLORS**

Style  
**COLORS**



Transitions®

# LES COULEURS DES VERRES TRANSITIONS® SIGNATURE®

7 COULEURS POUR RECRUTER DE NOUVEAUX PORTEURS  
ET PLAIRE AUX CLIENTS ACTUELS

VIDÉO DE  
15 SECONDES



## COULEURS LÉGENDAIRES

GRIS



BRUN



VERT GRAPHITE



## NOUVELLES COULEURS STYLE

SAPHIR



AMÉTHYSTE



AMBRE



VERT  
ÉMERAUDE



Les couleurs style sont une extension du portfolio

## TRANSITIONS® SIGNATURE®

et offrent les mêmes fonctions et avantages de renommée mondiale



LUMINO-  
INTELLIGENTS

**Les verres Transitions les plus réactifs**

**Technologie Chromea7™ exclusive**

Offrent une expérience visuelle supérieure en **étant plus réactifs** à tous les types de luminosité, du soleil à la lumière indirecte



SOINS DE LA  
VUE QUOTIDIENS

**Complètement clairs à l'intérieur** et foncés à l'extérieur

**S'adaptent et prennent intelligemment** la teinte parfaite, peu importe l'intensité de la luminosité

**S'activent** toujours, **peu importe la température**



SANSTRACAS

**Aident à protéger contre la lumière bleue nocive** – protection intelligente qui s'adapte à l'intérieur et à l'extérieur, où vous en avez le plus besoin

**Bloquent 100 % des rayons UV**



STYLE LIBRE

L'offre la plus grande de matériaux, de designs et de couleurs afin de convenir à **toutes les montures**



# LES CONSOMMATEURS D'AUJOURD'HUI SONT HABITUÉS À AVOIR UN CHOIX DE COULEURS

pour personnaliser leurs marques préférées  
axées sur un style de vie et exprimer leur  
propre style



**Monture écailles  
de tortue**  
verres *Transitions*  
bruns



**Monture bleue**  
verres *Transitions*  
vert graphite



**Monture violette**  
verres *Transitions*  
gris



# CONNECTER AVEC LES MILLÉNNIAUX

- Influenceurs et témoignages en ligne
- Expérience interactive

Les Milléniaux sont près de  
**TROIS FOIS PLUS SUSCEPTIBLES**



Source : Center for Generational Kinetics et Transitions Optical (2018).



# GÉN. X + BABY- BOOMERS

Entrer dans la catégorie des verres  
multifocaux

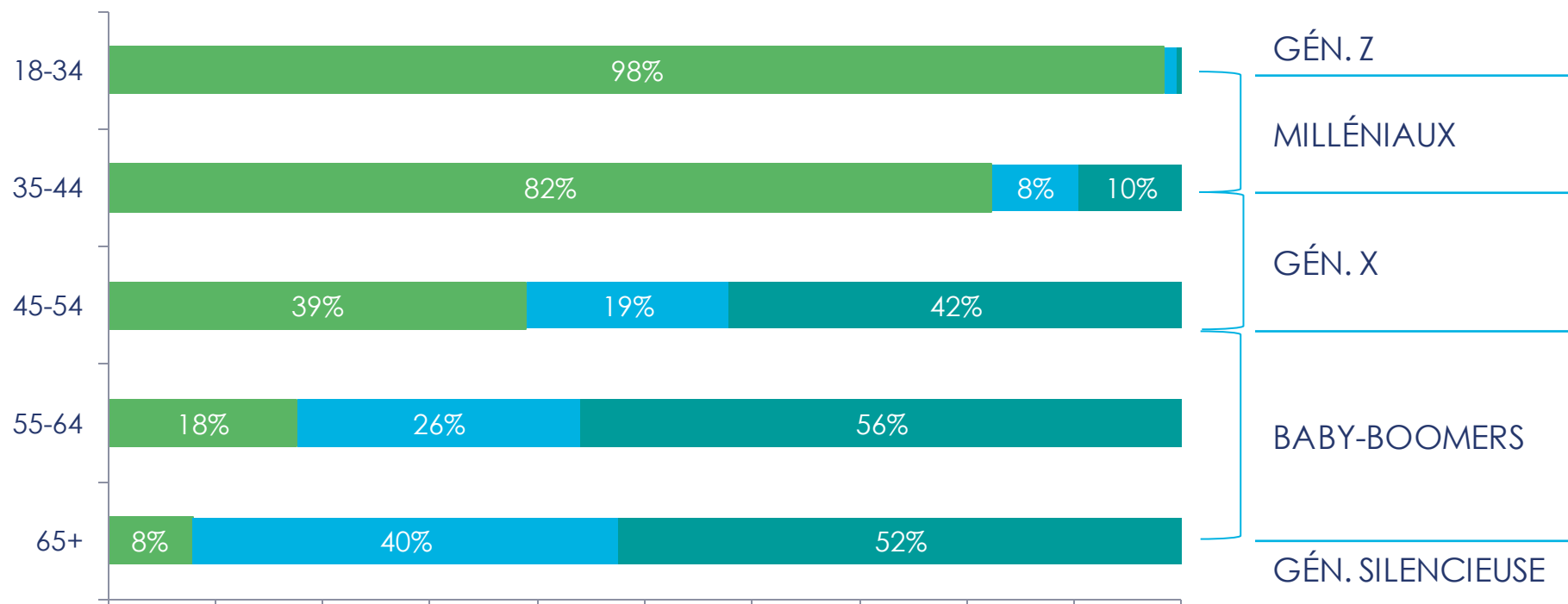




# LES VERRES MULTIFOCAUX

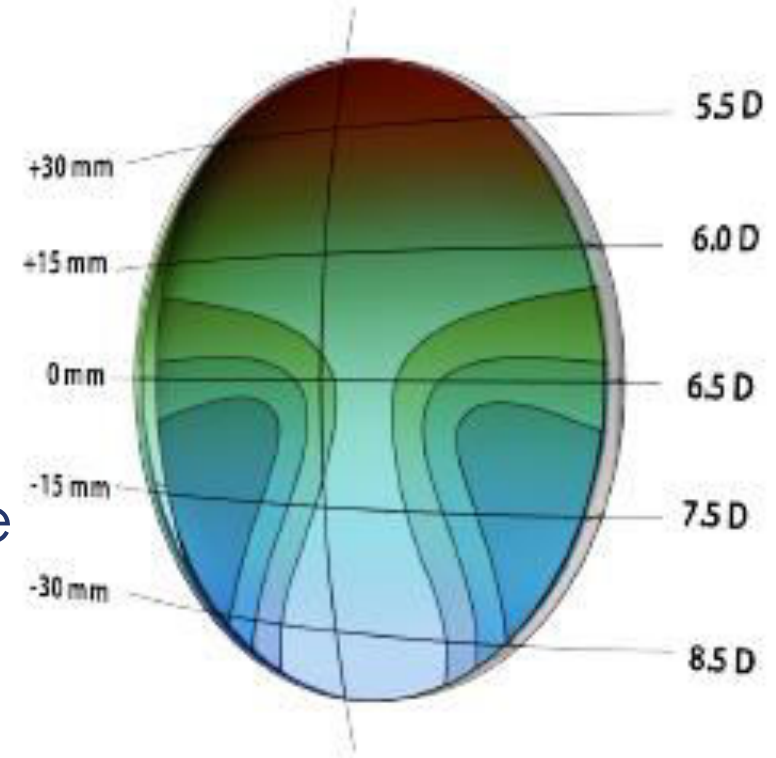
Achats par modèle pour chaque groupe d'âge

■ SV ■ BTF ■ PAL

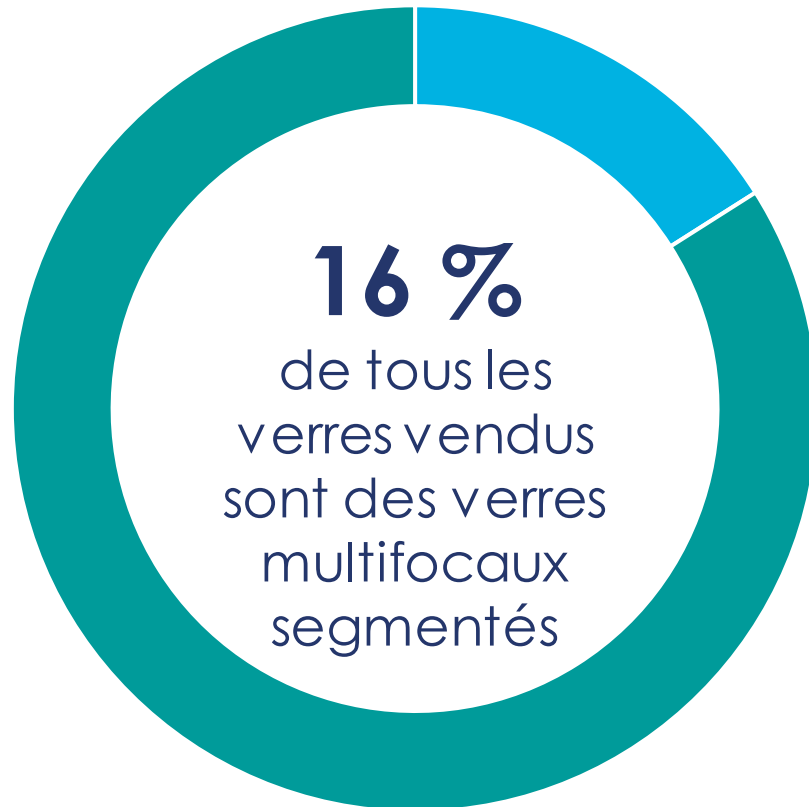


# AVANCÉES DANS LES VERRES PROGRESSIFS NUMÉRIQUES

- Zones de lecture spacieuses
- Vision périphérique améliorée
- Plus grande variété de prescriptions
- Verres qui paraissent mieux avec plusieurs prescriptions
- Performance de la vision de près préférée des usagers



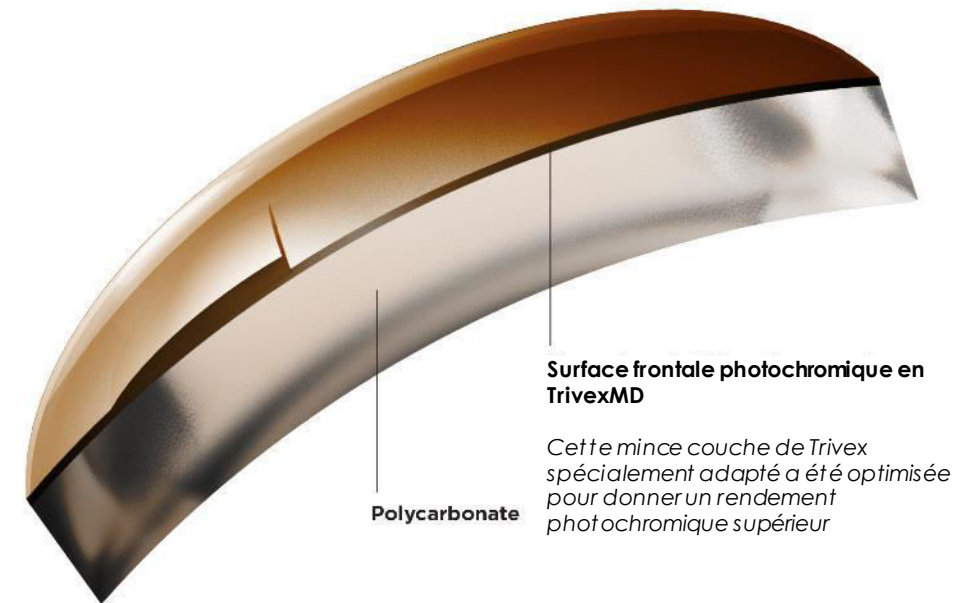
# LES VERRES MULTIFOCAUX SEGMENTÉS



1 PAIRE SUR 6

# LES VERRES MULTIFOCAUX SEGMENTÉS NOVATEURS

- Nécessaires pour certains patients
- Nouvelles technologies des composites et plus d'offres photochromiques
- Maintenant offerts en verres trifocaux FT28, FT35 et 7x28



# LES VERRES PROGRESSIFS DEVRAIENT AUSSI INCLURE

- Protection contre les rayons UVA et UVB
- Protection contre la lumière bleue nocive
- Traitements antireflets
- Technologie photochromique
- Style!

CES VERRES PEUVENT CONTRER  
LES EFFETS DU VIEILLISSEMENT!



# CONNECTER AVEC LA GÉN. X

- Expliquez les avantages pour démontrer la valeur
  - Plus susceptible d'avoir entendu parler des verres photochromiques et plus disposée à les essayer
  - La commodité et la santé oculaire sont les deux principales raisons pour lesquelles elle aime (et toutes les générations aiment) les verres Transitions<sup>MD</sup>



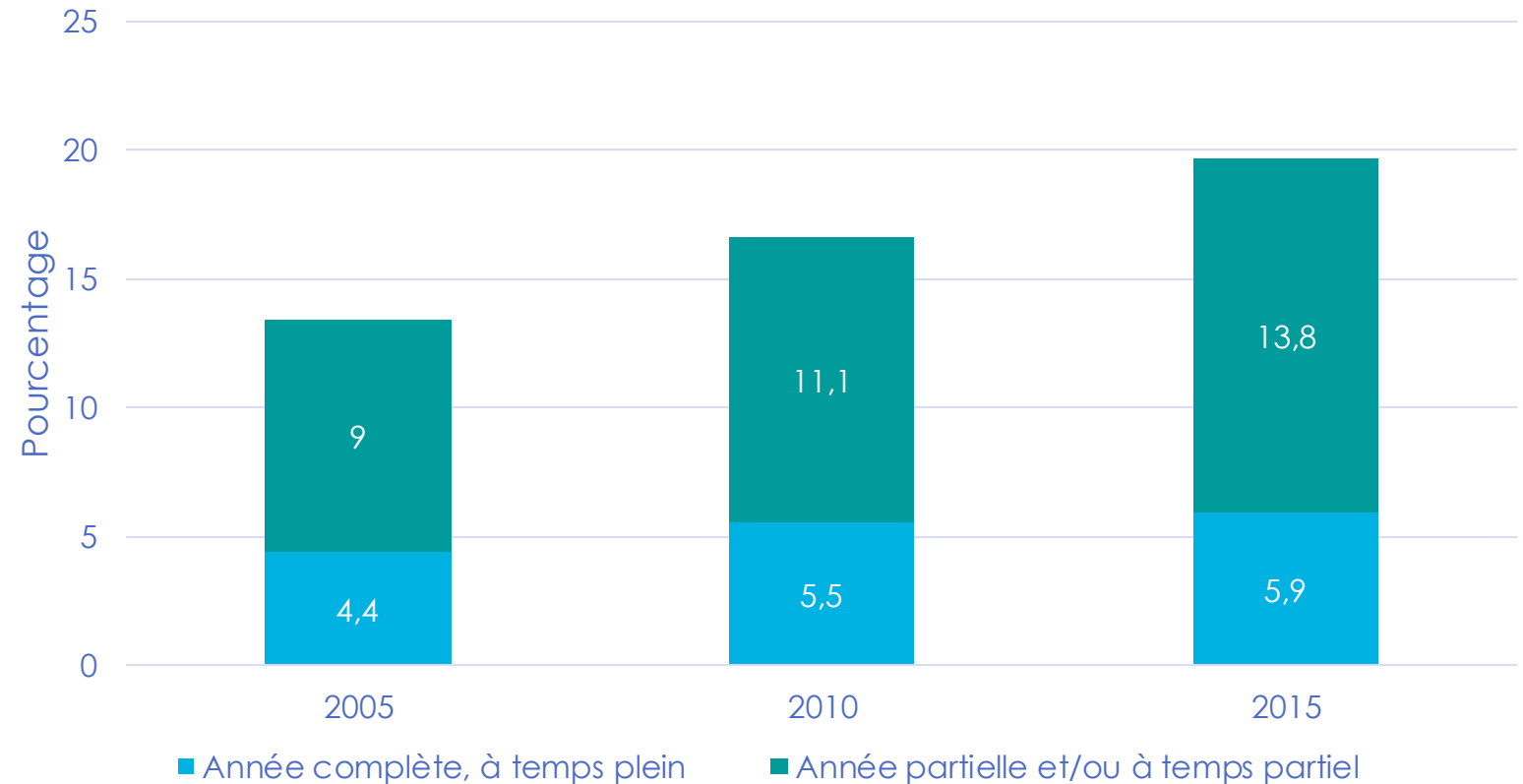
# BABY-BOOMERS + GÉN. SILENCIEUSE

Vieillesse et vision



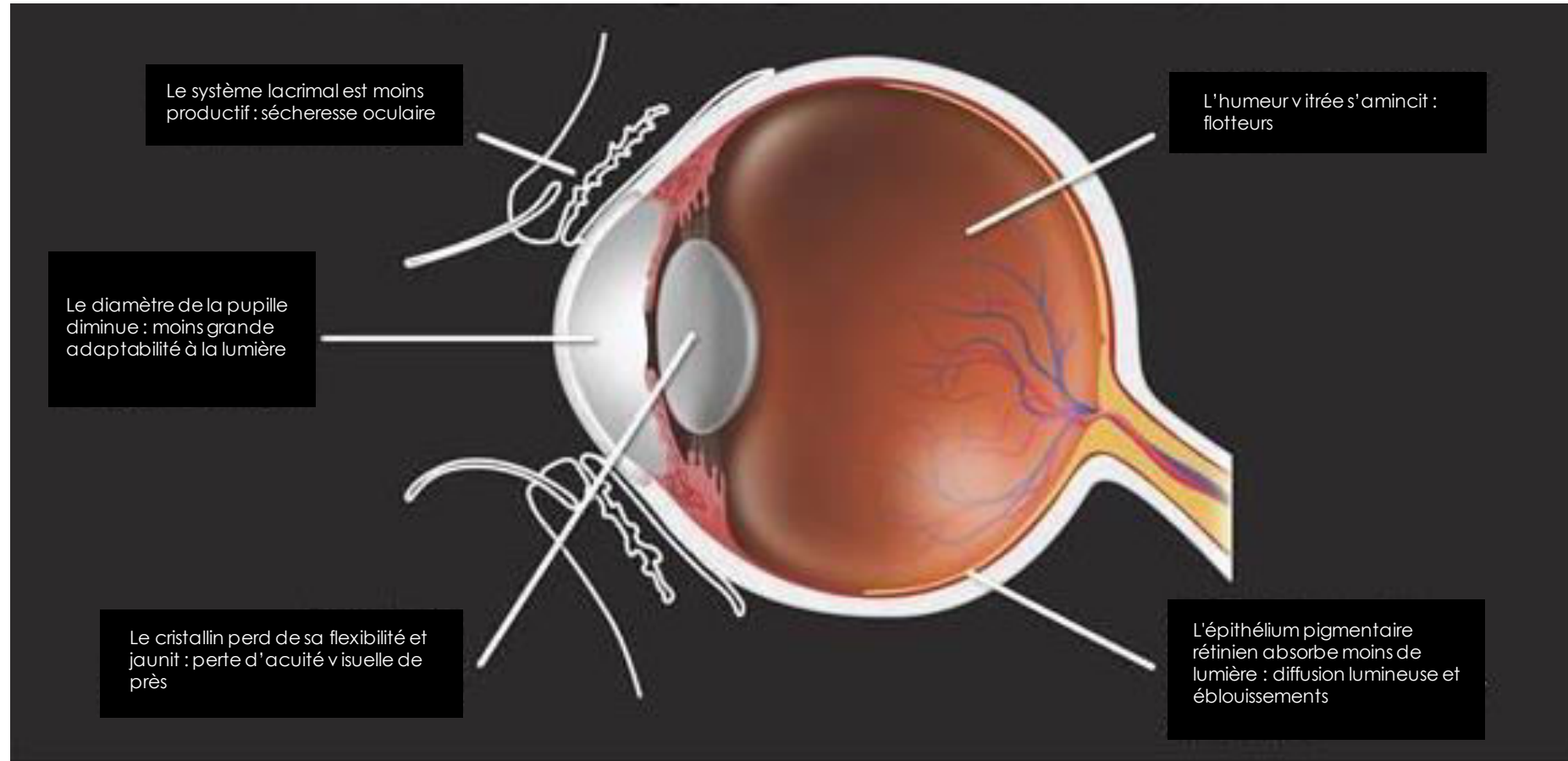
# LES GENS TRAVAILLENT PLUS LONGTEMPS

POURCENTAGE DE  
CANADIENS ÂGÉS  
DE 65+ EMPLOYÉS  
À TEMPS PLEIN OU  
À TEMPS PARTIEL






# VIEILLISSEMENT NATUREL DE L'ŒIL



# PROBLÈMES COMMUNS DE VIEILLISSEMENT

- Trop peu de lumière
- Adaptation dans le noir
- Trop de lumière diffuse ou d'éblouissements
- Sensibilité à la lumière
- Contraste des couleurs réduit
- Fatigue oculaire
- Vision nocturne faible

**Dr. Seegood,**  
123 Main Street,  
Yourtown, USA 00000



Nom du patient : Bob Boomer

Date : \_\_\_\_\_

**Problèmes du patient :**

- Trop peu de lumière
- Trop de lumière diffusée ou d'éblouissements
- Sensibilité à la lumière
- Contraste des couleurs réduit
- Fatigue oculaire
- Vision nocturne faible

**Recommandation :**

# RECOMMANDATIONS POUR LES YEUX QUI VIEILLISSENT

- Discutez de la vision du patient aujourd'hui
  - Comment voyez-vous le soir?
  - Comment compareriez-vous votre vision par rapport à votre vision quand vous aviez 20 ans?
  - Comment vos yeux se portent-ils après que vous avez passé du temps devant un ordinateur?
  - Comment le soleil éclatant nuit-il à votre vision?
- À quoi s'attendre dans l'avenir
- Recommandation pour restaurer, maintenir et améliorer la vision affectée par le vieillissement

# SOLUTION

## Verres adaptatifs + traitement antirefle + design numérique

- Laissent pénétrer plus de lumière
- Filtrant la lumière vive, ce à quoi le patient est le plus sensible

**Dr. Seegood,**  
123 Main Street,  
Yourtown, USA 00000



Nom du patient : Bob Boomer

Date : \_\_\_\_\_

### Problèmes du patient :

- Trop peu de lumière
- Trop de lumière diffusée ou d'éblouissements
- Sensibilité à la lumière
- Contraste des couleurs réduit
- Fatigue oculaire
- Vision nocturne faible

### Recommandation :


Verres photochromiques avec traitement antireflet!

Verres adaptatifs progressifs

# CONNECTER AVEC LES BABY-BOOMERS ET LA GÉNÉRATION SILENCIEUSE

Aidez-les à profiter pleinement de leur vie

- Recommandez des verres qui minimisent le processus naturel du vieillissement
- Conseillez un mode de vie sain à vos patients
- Renseignez vos patients sur la façon de reconnaître les risques
- Soulignez l'importance des examens de la vue annuels



# LA DÉCISION D'ACHAT

Influences et occasions

# Le choix des lunettes

# **NE SE FAIT PAS SEUL**

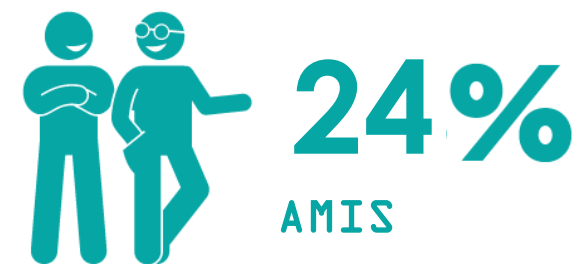
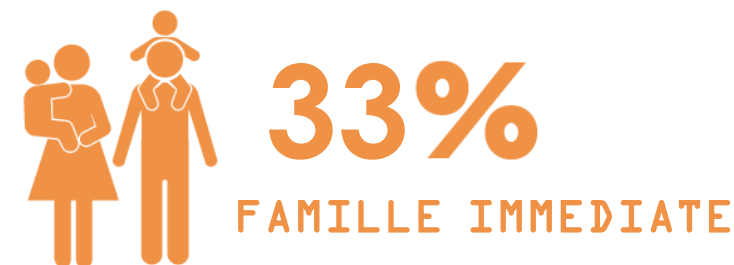
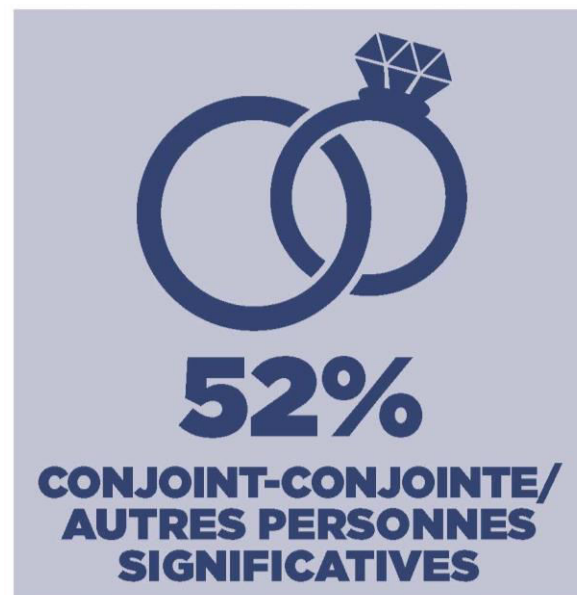
**Devinez qui a le plus d'influence sur le choix des lunettes :**

- Conjoint ou être cher?
- Famille immédiate?
- Amis?
- Professionnels de la vue?

# Le choix des lunettes

## NE SE FAIT PAS SEUL

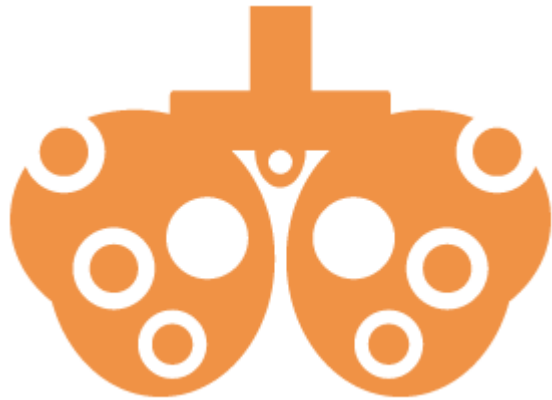
Les porteurs de lunettes disent que les personnes suivantes ont **le plus d'influence sur les décisions quant au choix de lunettes:**





# Le choix des lunettes

## NE SE FAIT PAS SEUL



**70 % s'attendent à ce que leur optométriste**

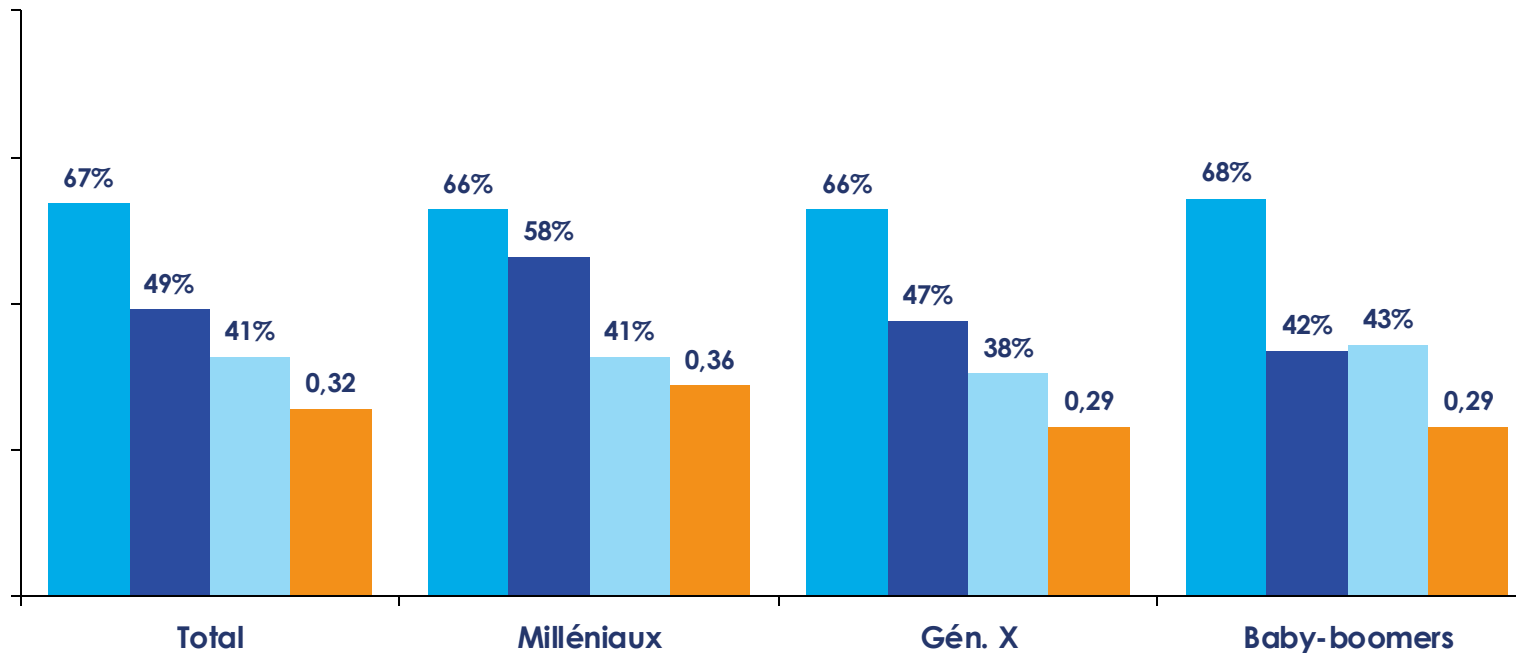
leur recommande les verres qui leur conviennent le mieux



**61 % s'attendent à ce que leur opticien**

les aide à choisir parmi les différents types de verres et leur fasse des recommandations personnalisées qui tiendront compte de leur style de vie et de leurs besoins visuels

# LES CARACTÉRISTIQUES DONT LES AUTRES (ET VOUS) TIENNENT COMPTE



**STYLE** – ne parlez pas uniquement de montures, discutez également de la couleur des verres et de leurs caractéristiques

**COÛT** – conseillez-les sur les aspects dans lesquels ils devraient investir et pourquoi

**CARACTÉRISTIQUES DES VERRES** – effectuez des recommandations selon leurs besoins en matière de santé oculaire

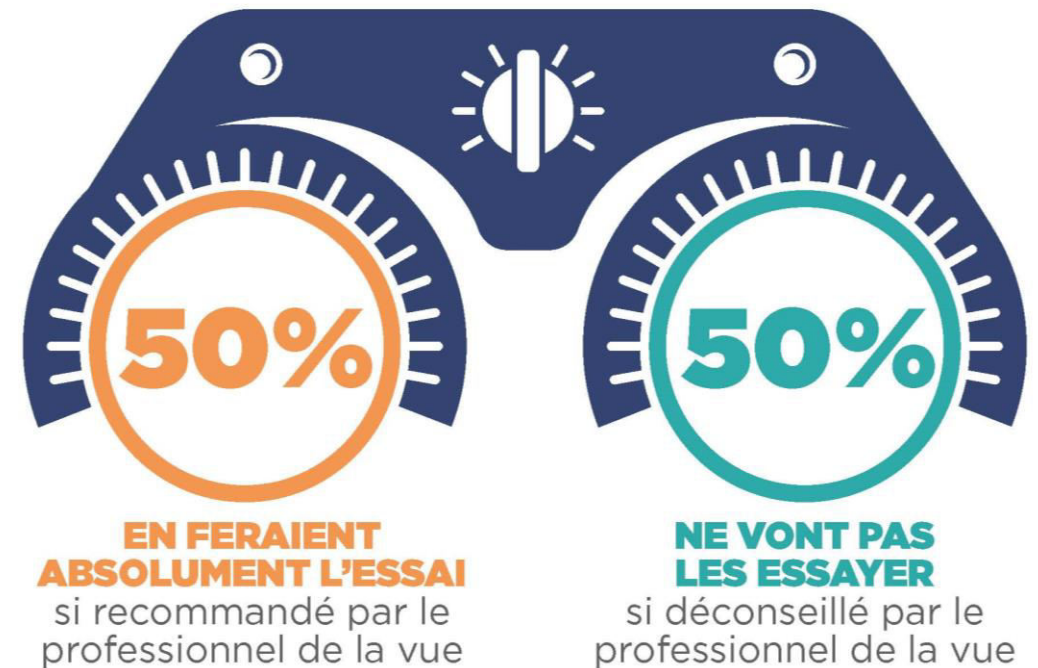
**SANTÉ OCULAIRE** – informez les patients de la protection contre les impacts, les rayons UV, la lumière bleue nocive et les éblouissements

Les milléniaux reçoivent le plus de conseils des autres concernant le coût, les caractéristiques des verres et surtout la santé oculaire

# RECOMMANDER LES CARACTÉRISTIQUES DES VERRES

Vous avez le pouvoir d'encourager ou de décourager l'essai des verres

**Les professionnels de la vue ont une influence considérable** sur le fait que les consommateurs essaient ou non les verres *Transitions*:



# Conclusion

- Chaque génération fait face à différents problèmes de santé oculaire et a des perceptions différentes des lunettes
- Les générations plus jeunes ne magasinent pas et ne prennent pas du tout les décisions de la même façon que les consommateurs plus âgés
- Les professionnels de la vue ont beaucoup d'influence
- Prescrivez la meilleure solution visuelle sans hésiter
- Offrez d'essayer les verres sans frais ou avec garantie de remboursement



Merci!