

## DAILIES TOTAL 1® уже в России!

19 мая 2016 года в московском отеле «Ренессанс Монарх» состоялась презентация первых в мире водоградиентных контактных линз.

Встречу открыл Генеральный менеджер компании «Алкон» в России **А.Ефремов**.

Компания «Алкон» продолжает инвестиции в исследовательские разработки и радует пациентов инновационными продуктами. Случайность, но именно в День рождения пионерской организации (который широко отмечался в СССР) «Алкон» представляет по-настоящему пионерский продукт – первую в мире контактную линзу с переменным влагосохранением.



**Т.Гатинская**, директор департамента контактной коррекции компании «Алкон» в России, сказала несколько ответственных слов. Линза Dailies Total 1® появилась в Европе несколько лет назад и наконец-то «пришла» в Россию, причем именно в тот момент, когда вся экономическая ситуация в России диктует необходимость перемен. Новые линзы – великолепный инструмент для увеличения лояльности пациентов, а это действенный способ развития бизнеса в оптике.



**А.Форсайт** (США), глобальный директор по развитию бизнеса Alcon, остановился на проблемах продаж контактных линз в оптике. Традиционно существовали ложные представления о проблемах, связанных с контактными линзами (они подбираются гораздо медленнее и сложнее очков, вызывают ряд осложнений у пациента, торговая наценка на них небольшая, пациент легко может купить подобранные линзы в интернете или автомате и больше никогда не вернется в оптику). Компания «Алкон» в ответ на это разработала ряд партнерских программ для оптик, призванных увеличить лояльность пользователей контактными линзами и их сохранение в пациентской базе. С программами работали крупнейшие мировые оптические сети и компании, среди которых Specsavers, Grand Vision, Walgreens, Luxottica, а также мировые гиганты розничной торговли Walmart и Tesco.



В ходе реализации партнерских программ и анализа поведения пациентов выяснилось, что пользователь контактными линзами приходит в оптику чаще, чем пользователь очками. Более того, 95% пользователей контактными линзами покупают и корректирующие очки, а 75% пациентов после подбора контактных линз покупают еще и солнцезащитные очки.

Сегодня процент отказов от контактных линз составляет от 3-4% на лучших рынках (Великобритания и страны Скандинавии) до 40% на развивающихся рынках (к которым относится и Россия).

В идеале, посетитель оптики должен увидеть информацию о контактных линзах в 3-х зонах оптического салона: на ресепшн (у столика администратора), в торговом зале и в кабинете врача. Причем не только увидеть эту информацию, а еще и получить рекомендации от персонала оптики. «По умолчанию» рекомендуется примерить контактные линзы всем взрослым пациентам (вступление в дискуссию с пациентом: «Хотите примерить КЛ?», «А хотите я вам продам линзы со скидкой?» и т.п. – не самая лучшая идея). Успех придет

только в случае, если максимально большое число посетителей оптики примерит линзы и ощутит их преимущества!

После перерыва, в ходе которого специалисты «Алкон» подобрали линзы Dailies Total 1° всем желающим представителям средств массовой информации, присутствовавшим на конференции, информационная часть программы возобновилась.



В качестве неформального «эксперта» по контактным линзам Dailies Total 1° была приглашена известная актриса **Алена Хмельницкая**. Ранее она пробовала носить разные контактные линзы, но всегда отказывалась от них из-за дискомфорта. Ее основное впечатление после 1 недели пользования линзами Dailies Total 1° – полное отсутствие каких-либо ощущений.



Далее представление новых линз проходило в виде дискуссии новой пациентки и **Т.Гранта**, директора по профессиональной поддержке компании «Алкон» в регионе Азия и Россия.

Т.Грант разъяснил гостям конференции, что материал этих линз не гидрогелевый и не силикон-гидрогелевый. Правильнее говорить, что он сочетает лучшие качества обоих полимеров. Итак, линзы Dailies Total 1° – это первые в мире контактные линзы с градиентным влагосодержанием. Силиконовая фаза (33% воды) составляет основу толщины линзы, далее следует тонкая переходная зона (необходимая для перехода от гидрофобного материала к гидрофильному), а внешние тонкие поверхности – это гидрогелевый материал (>80% воды в зоне контакта с переходной зоной и 100% воды на самой внешней поверхности). В итоге материал обладает исключительной кислородной проницаемостью, самой высо-



кой среди всех однодневных контактных линз (Dk/t 156), превосходным влагосодержанием на поверхности, обеспечивающим комфорт в течение всего дня ношения. Комфорт в конце дня связан с легкостью скольжения линзы по поверхности глаза. Если принять коэффициент скольжения линз Dailies Total 1° за 1, то следует заметить, что этот же показатель для многих известных линз других производителей находится в диапазоне от 0,84 до 0,62.

Был показан короткий ролик, демонстрирующий эту идею. На обезжиренной смоченной наклонной поверхности помещались 2 линзы (Dailies Total 1° и любая другая линза сравнения). На линзу помещали грузик весом 1 г, имитирующий давление века на линзу. После этого линзы отпускали в свободное скольжение вниз по наклонной пластинке. Линзы Dailies Total 1° не просто стали «победителем» во всех парах – большинство линз сравнения вообще не сдвинулись с места, в то время как Dailies Total 1° быстро соскальзывала с пластинки.

Вероятно, такие наглядные демонстрации будут очень убедительны для пациентов и даже для специалистов.

**А.Форсайт** (США) сделал еще одно сообщение о ситуации с продажами линзы Dailies Total 1° на мировых рынках. Появившись сравнительно недавно, эта линза уже занимает 40-50% рынка в большинстве развитых стран (от 39,3% в Германии и 42,5% в США до 51,3% в Италии). Причем, что касается европейских стран, линза быстро стала популярной на совершенно разных рынках. В Испании, стране с весьма проблемной экономикой и высокой безработицей, всего за 9 месяцев продажи Dailies Total 1° превысили продажи 1-Day Acuvue TruEye. В Германии для похожего результата понадобилось чуть более 2 лет, но надо учитывать консервативность немецкого рынка контактных линз и высокую популярность ЖПП линз в Германии. На итальянском рынке однодневных линз продажи Dailies Total 1° превысили продажи 1-Day Acuvue TruEye примерно за 1 год (с учетом того, что в Италии очень распространены частные оптики, владельцами которых являются врачи-офтальмологи).

В различных исследованиях, выполненных компанией «Алкон», было показано, что 13 из 14 пациентов предпочитают Dailies Total 1° своим предыдущим линзам, а 9 из 10 заявили, что вообще не ощущают эту линзу на глазу.

Что будет залогом успеха продаж Dailies Total 1° в оптическом салоне? Здесь докладчик упомянул ряд существенных

## ВЫСТАВКИ, КОНФЕРЕНЦИИ

моментов. Это и партнерство оптики и компании «Алкон», наличие в оптике эффективного товарного запаса, «визуализация» информации о новых линзах в разных зонах оптического салона, рекомендация новых линз совместно с очками, а также всевозможные программы поддержки пациентов.



**О. Захарова**, менеджер по профессиональной поддержке российского подразделения компании «Алкон», рассказала о результатах опроса пациентов в 22 городах России. После 1 недели пробного ношения Dailies Total 1® 95% пациентов заявили, что не чувствуют линзу на глазу, 98% чувствовали себя в линзах комфортно с утра до вечера, 92% отметили легкость обращения с линзой, а 89% выразили желание купить новую линзу. По мнению специалистов, принявших участие в исследовании, линза Dailies Total 1® значительно лучше линз, имеющих на рынке (93% ответивших), качество зрения в Dailies Total 1® лучше, чем в других линзах (86% ответивших), 96% порекомендуют эту линзу коллегам, и все 100% специалистов заявили, что линзу легко подбирать.

Информационную часть конференции завершил балетный номер с элементами фигурного катания, чтобы подчеркнуть важность скольжения, которая является одним из важнейших свойств линзы Dailies Total 1®.

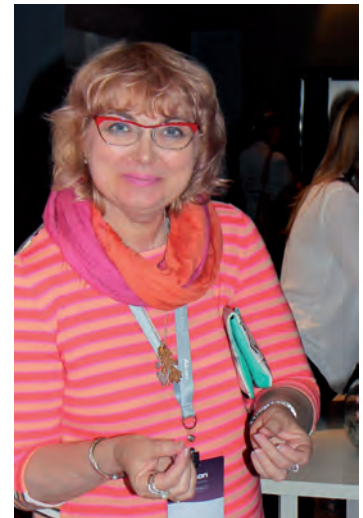


С. Голощапов («Октопус», Самара) (слева) изучает важность скользкости поверхности

После этого гостей встречи ждала интерактивная галерея, где участники могли поиграть в настольный аэрохоккей (что также подчеркивало важность скользкости поверхности), поддержать линзы Dailies Total 1® и примерить их, в чем всем помогали многочисленные сотрудники компании «Алкон».

Можно отметить, что на это мероприятие были приглашены руководящие сотрудники оптических салонов и оптических сетей из разных городов России, а также представители компаний-дистрибьюторов контактных линз «Алкон» в России.

Компания «Алкон» надеется, что первая в мире водоградиентная контактная линза Dailies Total 1® получит признание и в России.



Л. Сухих («ИП Сухих», Омск) тестирует новую линзу



Гости конференции В. Дибнер («Мед-Ин», Москва) (слева) и А. Строганцев («Оптик-Сервис», Новосибирск)