19-я МОСКОВСКАЯ МЕЖДУНАРОДНАЯ ОПТИЧЕСКАЯ ВЫСТАВКА

ОЧКОВЫЕ ЛИНЗЫ

19-я международная специализированная выставка (Москва, «Крокус Экспо», 13-15 сентября 2016 г.) впервые работала по сжатому графику: не 4 дня, как это было ранее, а три. По мнению большинства участников, этот режим работы гораздо более удобен как для них, так и для посетителей выставки. Привлекательность любой выставки для специалистов повышается проведением семинаров и презентаций, что подтверждается работой «Образовательного форума» MIOF, программа которого и в этот раз оказалась достаточно интересной и насыщенной. Отметим, что многие компании, руководствуясь соображениями экономии, предпочли ограничиться выступлениями своих специалистов на Форуме и не стали экспонироваться в выставочном павильоне. Экономические факторы, вероятно, стали причиной и того, что целый ряд постоянных участников московской выставки совсем не приняли участия в работе сентябрьской MIOF. Вследствие этого сектор очковых и контактных линз был представлен в неполном объеме. Однако посетители выставки все же не могли пожаловаться на отсутствие интересных новинок на стендах и полезной для них информации, предоставленной благодаря Образовательному форуму.

Компания «**Линзы Хойя Рус**» провела в рамках образовательного форума два семинара. 13 сентября с докладом «Увеличиваем продажи прогрессивных линз вместе с мультимедийными приложениями HOYA» выступил тренер по мультимедиа технологиям и навыкам продаж **И.Никифоров**. Докладчик детально рассмотрел группы покупателей и дал рекомендации по различным подходам к каждой группе в процессе продаж. Особое внимание было уделено специальным мультимедийным решениям компании Hoya, которые создаются не только для того, чтобы сделать работу оптиков-консультантов легче, но и чтобы сделать общение с конечным покупателем более оживленным и наглядным, вовлечь покупателя в процесс выбора линз, продемонстрировать особенности того или иного продукта. Так, с помощью приложения Vision Consultant оптику-консультанту будет легче выявить потребности клиента в конкретном типе линз (для работы с ПК, для вождения, для активного отдыха и проч.), продемонстрировать преимущества тех или иных технологий, которые используются для создания линз, а также свойств разных покрытий, объяснить, для чего они нужны. Кроме того, с помощью данной интерактивной программы консультант может продемонстрировать строение человеческого глаза, наглядно объяснить причины зрительных проблем и посоветовать наилучшее решение для каждого покупателя.

Не секрет, что в современном мире все меняется очень быстро, и совершенствование прогрессивных очковых линз идет в основном по пути индивидуализации. В этой

связи очень актуальна программа Hoya iDentifier, так как она помогает при заказе прогрессивных линз Hoyalux iD MyStyle V+ наилучшим образом выявить зрительные предпочтения конечного покупателя, а также учесть его стиль жизни. Данные линзы относятся к продуктам класса «люкс» и создаются на основе запатентованной технологии iD FreeForm Design Technology, особенность которой заключается в том, что при расчете дизайна линз учитываются не только данные рефракции и параметры посадки оправы, но и информация о стиле жизни и зрительных привычках пользователя очками.

Кроме того, с помощью программы HVCViewer оптик-консультант имеет возможность продемонстрировать конечным покупателям разницу между различными дизайнами линз, провести наглядный опыт и показать, как работают линзы с покрытием BlueControl или Sensity. Приложение HVCLook дает возможность покупателю увидеть себя в выбранной оправе и в линзах из различных материалов, а также разных дизайнов (стандартные, бизнес-класса, класса «люкс»). Одним из преимуществ всех перечисленных мультимедийных решений компании Hoya является тот факт, что все сведения о клиенте сохраняются и могут быть синхронизированы с программой заказа линз HoyaiLog. Таким образом, компания Hoya предлагает не единичные решения, а полный цикл сопровождения клиента (покупателя) в оптике от момента его прихода в оптику до момента выдачи готового заказа. Завершил семинар розыгрыш среди участников прогрессивных линз Hoya.

Директор образовательных программ **М.Трубилина** провела семинар на тему «Прогрессивный гороскоп Hoya: какая линза подойдет вашему клиенту?», на котором она дала практические рекомендации по выбору прогрессивной линзы клиенту в салоне оптики на основе полученных данных. Для правильного определения наиболее подходящего для конкретного клиента типа дизайна необходимо принимать во внимание многие факторы: анамнез (предыдущую коррекцию), зрительные потребности клиента (стиль жизни, характер работы - компьютер, вождение,…), параметры рецепта, оценку параметров посадки выбранной клиентом оправы, межцентровое расстояние, чувствительность клиента к цене.

Продуктовое портфолио прогрессивных линз Hoya включает линзы разной степени индивидуализации, сложности и стоимости, и позволяет специалисту подобрать клиенту наилучший вариант. Прогрессивные линзы Hoya класса «люкс» изготавливаются по технологии iD FreeForm Design Technology, а для остальных линз портфолио применяется более простая технология Trueform, которая позволяет предоставлять клиентам линзы высокого качества по более доступной цене.

По технологии Trueform компания предлагает линзы Amplitude, Hoyalux Summit Pro и Hoyalux Summit CD.

Ключевые особенности технологии Trueform: параметры рецепта реализуются при обработке задней поверхности линзы, базовая кривизна оптимальна для параметров рецепта, расчет оптической силы оптимизирован под стандартные параметры оправ и положение линз в очках относительно глаз пользователя. Отметим также, что технология Trueform в отличие от традиционного производства прогрессивных линз подразумевает обработку задней поверхности не только по вертикали и горизонтали, но и в косых направлениях, что обеспечивает улучшение качества на периферии. Наиболее доступная по цене прогрессивная линза, изготавливаемая по технологии Trueform, – линза Amplitude, которая, тем не менее, обеспечивает более высокое качество зрения по сравнению с традиционными прогрессивными линзами. Amplitude можно рекомендовать клиентам, для которых цена стоит на первом месте при выборе линз. Линзы Hoyalux Summit Pro/CD более сложны в производстве, они имеют комфортный дизайн, который обеспечивает более широкие поля зрения и меньше искажений, а также быструю адаптацию к линзам. Этот дизайн можно рекомендовать пресбиопам с аддидацией более 2,5 D.

Однако наилучшие визуальные характеристики и комфорт обеспечивают линзы, изготовленные по технологии iD FreeForm Design Technology («Двойной интегрированный дизайн поверхности»). Продуктовый ряд включает линзы Hoyalux iD MyStyle V+, Hoyalux iD LifeStyle V+ X-Act и Hoyalux iD LifeStyle V+. Запатентованная технология iD FreeForm Design Technology распределяет прогрессию по двум поверхностям линзы: вертикальный компонент

прогрессии реализуется на передней поверхности, а горизонтальный на задней. Описанию этой технологии мы раньше уделяли в нашем журнале много внимания, и поэтому не будем на ней останавливаться подробно. Отметим лишь, что она позволяет получить широкие поля зрения, нивелировать «плавающий» эффект и обеспечить быструю адаптацию. Одной из ключевых особенностей дизайна этих линз является оптимизация бинокулярного зрения на основе разработанной специалистами компании «Бинокулярной модели глаза» и запатентованной технологии Бинокулярной гармонизации (Binocular Harmonization Technology) (подробнее о Модели см. статью «Hoyalux iD MyStyle V+: решение проблемы бинокулярной дисгармонии»,«Вестник оптометрии», 2014, №1-4; статья доступна в электронном виде на нашем сайте www.optica4all.ru).

Линзы Hoyalux iD LifeStyle V+ и Hoyalux iD LifeStyle V+ X-Act имеют фиксированную величину вертикального компонента аддидации. Однако линзы Hoyalux iD LifeStyle V+ X-Act можно заказывать как со стандартными параметрами, так и с индивидуальными значениями параметров посадки оправы и расстояния для чтения. Оба дизайна доступны в двух вариантах: Harmony и Clarity, учитывающих стиль жизни клиента. Hoyalux iD LifeStyle V+ Harmony – это универсальные прогрессивные линзы без акцентирования на определенной зрительной зоне. А линзы Hoyalux iD LifeStyle V+ Clarity – это прогрессивные линзы с преимущественным фокусом для зрения вдаль. ЛинзыHoyalux iD MyStyle V+ – это лучшие индивидуальные прогрессивные линзы в портфолио Hoya. При расчете их дизайна реализованы все последние технологии Hoya, включая Binocular Harmonization Technology. Докладчик также рассмотрела несколько примеров, демонстрирующих гибкость ассортимента прогрессивных линз Hoya, позволяющего предложить оптимальную коррекцию каждому клиенту.

Специалисты рецептурного отдела «**Компании МОК-BBGR**» провели ряд обучающих семинаров для сотрудников оптических салонов. Бизнес-тренер компании **Н.Белова** представила презентацию «Пять причин купить LENCOR». Увеличение зрительных нагрузок, связанное с изменением визуальных потребностей всех возрастных групп пользователей, – один из важных факторов, влияющих на спрос на самые современные решения проблем со зрением. Многие оптики уже имеют достаточно высокую профессиональную подготовку и знания и готовы их применять для подбора высокотехнологичных очковых линз. Но есть причины, сдерживающие рост их продаж, – страх ошибиться, боязнь высокой цены. Надежным и доступным решением, предлагаемым «Компанией МОК-BBGR», является домашний бренд LENCOR VISION. Предложение очковых линз LENCOR разработано в помощь оптикам для того, чтобы наработать аргументы при продаже высокотехнологичных решений, сформировать лояльную базу клиентов и перестать бояться продавать сложные линзы. Сегодня доступны офисные линзы LENCOR DESK (-0,75) и LENCOR DESK+ (-1,50), «разгрузочные» линзы LENCOR EASY (+0,50) и LENCOR EASY+ (+0,80), а также прогрессивные линзы LENCOR BALANCE и LENCOR BALANCE Mini. Планируется дальнейшее расширение ассортимента за счет ввода поляризационных и спортивных линз.

А.Балан, руководитель центра рецептурной оптики «Компании МОК-BBGR», в своей презентации «Пять бестселлеров BBGR» отметила, что все брендовые прогрессивные линзы BBGR в разные годы были отмечены высшей наградой SILMO d'Or на международной оптической выставке SILMO в Париже как лучший продукт в категории «Зрение». Так, в 2001 г. золотую статуэтку получила прогрессивная линза Evolis за уникальный подход в расчете положения зоны близи с учетом типа аметропии клиента. Принцип физиологичности дизайна с акцентом на анатомию глаза был взят за основу всех последующих индивидуальных прогрессивных линз BBGR. В 2012 г. компания BBGR получила этот приз за «анатомичный» прогрессивный дизайн Anateo Mio, а в 2013 г. за еще один уникальный продукт BBGR – индивидуальную прогрессивную линзу Intuitiv, в которой зона ближних и средних расстояний рассчитана с учетом зрительного поведения левшей и правшей. Прогрессивный дизайн Sirus по праву получил название «линзы-амортизатора». В нем используется запатентованная методика контроля периферических аберраций, которая обеспечивает клиенту максимально широкие поля зрения на всех расстояниях. Усовершенствованная версия Sirus Plus Mio была отмечена наградой SILMO d'Or в 2014 г.

Основной задачей выступления на тему «Виват, Анамнез!» медицинского консультанта «Компании МОК-BBGR» врача-офтальмолога **Г.Сепп** было подчеркнуть важность правильно собранного анамнеза и детального опроса пациента врачом-оптометристом в оптических салонах. Многие специалисты оптик ошибочно предполагают, что основной причиной неудовлетворенности пациента мультифокальными линзами являются технические характеристики дизайна линз. По данным статистики, собранной за пять лет «Компанией МОК-BBGR», на сегодняшний день главной проблемой, связанной с неадаптацией пациентов к мультифокальным линзам, является неправильно собранный анамнез. Отсюда – невыявленные мотивация и потребности пациента. Медицинские специалисты оптик часто забывают спросить пациента о предыдущей коррекции, как давно

он ей пользуется, сколько пар очков он имеет и как часто их меняет. Доктора забывают уточнить особенности работы пациента и характер его увлечений, причину обращения в оптику и его жалобы. Не расспросив пациента о его здоровье, о принимаемых лекарствах, можно ошибиться не только в мотивации, но и в грамотно выписанном рецепте. По мнению докладчика, полностью удобные очки на 90% зависят от правильно собранного анамнеза.

Директор департамента очковых линз **Rodenstock** в России **А.Белкин** рассказал о новых линзах для водителей Rodenstock Road, точнее о четырех новых линзах этой серии. Это прогрессивные линзы Impression Road 2 и Multigressiv Road 2, а также однофокальные Impression Mono Road 2 и Multigressiv Mono Road 2. В линзах реализован целый ряд инновационных решений компании. Как однофокальные, так и прогрессивные линзы Road 2 за счет минимизации аберраций в периферических зонах линзы обеспечивают большие поля четкого зрения для наилучшего обзора при вождении. Технология Eye Lens Technology (определяет аберрации высоких порядков и минимизирует их при расчёте дизайна) и учет размера зрачка («Pupil-optimized коррекция») позволяют повысить четкость изображения, особенно при низкой освещенности. Коричневый фильтр поглощает синий свет, испускаемый фарами машин, а специальное многофункциональное покрытие Solitaire Protect Road 2 минимизирует блики и гало, тем самым снижается ослепление глаз водителя, вызванное светом фар едущих навстречу машин. Еще одна проблема со зрением у водителей – это разный размер изображений в зеркалах (особенно при парковке), что приводит к ошибкам при оценке дистанции. Особенно заметен этот эффект для водителей с анизометропией. Причина этого в нарушении бинокулярности зрения. Rodenstock, применяя специальные алгоритмы расчёта, обеспечивает баланс между правым и левым глазом, особенно при анизометропии. Пространственное видение (или 3D изображение) при этом существенно улучшается.

Линзы Rodenstock Road предлагаются из материалов 1.50, 1.60 и 1.67 (фотохромных вариантов нет). По мнению компании, Rodenstock Road – это наилучший ответ на специфические зрительные потребности, которые возникают при вождении автомобиля.

В категории Excellence портфеля прогрессивных линз Rodenstock появилась новая линза Multigressiv My View 2 с тремя фиксированными дизайнами Active, Allround и Expert. Из новинок 2016 г. отметим также новый фотохромный материал ColorMatic IQ2, новые покрытия Solitaire Protect Plus2, Solitaire Red Sun2, SP2, SP Sun2 и новые материалы с защитой от УФ до 400 нм (1.6 и 1.67).

Темой выступления директора образовательной компании «**Опти-класс**» **И.Шевич** стал актуальный вопрос – «Как объяснить клиентам, почему очки стоят так дорого?». В ходе многочисленных семинаров и тренингов, проводимых докладчиком, неизбежно встает вопрос, как назвать цену за заказ так, чтобы клиент не ушел «подумать», а если бы и ушел, то за деньгами, чтобы этот заказ оформить. Есть множество приемов, которые позволяют воздействовать на подсознание человека. Для тех клиентов, которые привыкли быстро принимать решения, создается впечатление дефицита: «только сейчас», «осталась последняя модель», «последний день акции» и т.п., чтобы подтолкнуть к покупке. Однако такие манипулятивные методики легко разгадываются опытными покупателями и дают невысокий эффект.

В своем выступлении И.Шевич рассказала о методе «бутерброда», который позволяет «упаковать» информацию о цене, заложив ее в середину «бутерброда» из преимуществ очков и выгод для клиента. Еще лучше работает метод «трех коробочек». Все знают, что в Макдоналдсе, в кинотеатре или в кафе предлагается на выбор три стаканчика попкорна или кофе: большой, маленький и средний. И большинство покупателей выбирают средний. Таков закон, изученный и описанный нейропсихологами.

Выступивший на Форуме позднее с презентацией «Как оптике увеличить выручку на 30% в год? Секреты внедрения успешной модели работы с клиентом» **А.Тютин**, автор книги «Проактивные продажи. Технологии и стандарты розничных продаж», разработал на основе этого закона метод «Три коробочки», и И.Шевич

в своем докладе продемонстрировала на примерах из практики, как это работает.

Однако главным способом повышения продаж, как следует из выступлений И. Шевич и А.Тютина, является системное внедрение технологий экспертной и доверительной продажи. Суть этой технологии заключается в разработке и внедрении в действие эффективных стандартов для оптометристов и консультантов оптики. А.Тютин, который целый год работал с розничной сетью компании «Очки для Вас» в г.Екатеринбург, привел цифры продаж в этой компании. За основу принят «Алгоритм оптометриста «Опти-класс», разработанный И.Шевич, что само по себе три года назад перевернуло структурную пирамиду продаж и увеличило долю рецептурных линз с 30% до 70%. На этой базе в компании «Очки для Вас» были разработаны стандарты для консультантов оптики по продаже услуги врача и удалось повысить статус врача

Как видно из приведенных нами обзоров некоторых выступлений на Образовательном форуме, слушатели смогли узнать много нового и интересного, как об ассортименте очковых линз ведущих компаний и их новинках, так и о том, как сделать работу салона оптики более эффективной.

Что касается экспозиций очковых линз в самом выставочном павильоне, то эта продукция была представлена на стендах таких компаний, как Optic Dias, «Аввита», «Компания ГрандВижн», Shamir и целого ряда других компаний.

Компания **Optic Dias** представила на выставке индивидуальные дизайны линз для вождения Zeiss Drive Safe и «цифровых» линз Zeiss Digital. Ранее эти линзы были доступны только в дизайнах, рассчитанных для стандартного положения ношения и для оправ с углом изгиба 4°-5°. Линзы Zeiss Digital со среднестатистическими значениями параметров позволяют решать проблему зрительного утомления и других жалоб, связанных с работой на близких расстояниях, у молодых пользователей цифровыми устройствами. Линзы Zeiss Drive Safe успешно прошли проверку на рынке как уникальное решение зрительных задач водителей. Значительно уменьшая ослепление от фар едущих навстречу автомобилей и фонарей, линзы позволяют водителю четче видеть и правильнее воспринимать дистанцию до объектов в сумерки и ночью. Линзы доступны как в монофокальном, так и в прогрессивном варианте. Отметим, что Zeiss Drive Safe годятся не только для вождения, но и для постоянного ношения. Причем прогрессивный дизайн Zeiss Drive Safe предоставляет возможность комфортного неискаженного восприятия приборной панели и боковых зеркал, несмотря на известные сложности, присущие мультифокальным линзам. Теперь линзы Zeiss Drive Safe можно заказывать для любых значений параметров ношения и для любых оправ.

Также компания представила новую широкую палитру зеркальных покрытий Mirror. На тонированные линзы Carl Zeiss и Synchrony можно наносить понравившееся клиенту зеркальное покрытие из восьми предлагаемых вариантов. Причем наличие этого предложения для линз «эконом-класса» Synchrony делает его широко доступным покупателям.

На стенде компании «**Аввита**» можно было ознакомиться с последними новинками Rodenstock, о которых на своем семинаре рассказал Директор департамента очковых линз Rodenstock в России А.Белкин. Подробнее об этом написано в отчете о семинаре выше.

Очковые линзы **Nikon** предсталяет в России «**Компания ГрандВижн**». Предлагаемый ассортимент включает высококачественные линзы различных дизайнов из широкого спектра материалов. Компания также предлагает очковые линзы собственного бренда **Maxima**.

Компания «**Шамир-Русь**», эксклюзивно представляющая в России очковые линзы производства израильской компании Shamir, акцентировала внимание посетителей выставки на своей новой измерительной системе SparkMi. Система SparkMi внешне похожа на стильное настольное зеркало и может использоваться в салоне оптики не только для измерений, но для примерки оправ и солнцезащитных очков. Она позволяет автоматически делать разметку положения зрачков (в том числе через солнцезащитные линзы, включая зеркальные) и очень точно измерять «за один клик» все параметры посадки выбранной пациентом оправы. Измерительная система очень удобна для пациента – никаких насадок на оправу и никаких сложных процедур. С работой измерительной системы SparkMi можно было ознакомиться на стенде компании, где специалисты «Шамир-Русь» постоянно проводили мини-семинары для всех желающих.

Компания «**Авеа**» представила очковые линзы израильской фирмы Crystal Optic Industries Ltd., основанной в 1999 г. Ее рецептурная лаборатория OPTIMIZE, ставшая брендом Cristal Optic, сегодня является одним из ведущих производителей очковых линз в Израиле. В ассортименте рецептурных линз, изготовленных по технологии FreeForm, широкий порфолио прогрессивных линз с внутренней прогрессией - OPTIMIZE STEPPER (технология CAMBER), серия линз OPTIMIZE STEPPER (технология Digital RayPath), OPTIMIZE DMT (Digital RayPath + DMT технология для оправ с высокой ВС) и др., офисные линзы Office Reader и Pure Office, линзы для снятия синдрома зрительной усталости Eye Fatigue, спортивные, однофокальные и бифокальные линзы. Все линзы, производимые компанией OPTIMIZE, соответствуют высочайшим требованиям Европейских стандартов и имеют Европейский знак качества CE и сертификаты ISO. Линзы изготавливаются из различных полимеров, включая 1,74; имеются фотохромные линзы Transitions, поляризационные Nupolar линзы; на линзы наносятся высококачественные многофункциональные покрытия. Рецептурные линзы OPTIMIZE скоро будут доступны для заказов.

«Авеа» поставляет также на отечественный рынок различное офтальмологическое оборудование. Предлагаемое ею рабочее место офтальмолога «CANDY» (Литва) с возможностью установки на столешнице двух приборов отличается хорошим дизайном и эргономикой. За несколько лет продаж в Европе CANDY отлично зарекомендовало себя. При невысокой цене CANDY демонстрирует высокую надёжность. Гарантийный срок на CANDY в России составляет 3 года. В настоящее время компания «АВЕА» завершает регистрацию нового авторефрактокератометра (Южная Корея).

Широкий выбор очковых линз из Кореи и линз Younger Optics предлагает компания **St.Louis**. Компания также изготавливает по технологии FreeForm на оборудовании Satisloh собственные линзы Cryol.

Очковые линзы различных производителей можно было встретить также на стендах компаний «**Инвеко**», «**Интероптик-Сервис**», «**Оптическая компания Балеро**» и некоторых других дистрибьюторов.

«Крокус Экспо» приглашает специалистов-оптиков на очередную Международную оптическую выставку MIOF 15-17 февраля 2017 г.

19-я МОСКОВСКАЯ МЕЖДУНАРОДНАЯ ОПТИЧЕСКАЯ ВЫСТАВКА

КОНТАКТНЫЕ ЛИНЗЫ

В осенней выставке MIOF не приняли участие многие дистрибьюторы, предлагающие в России контактные линзы и средства ухода за ними.

И даже на стендах особых новинок мы не увидели.

Компания ***«Мед-Ин»*** является универсальным дистрибьютором и предлагает широкий ассортимент контактных линз и средств по уходу за ними Bausch+Lomb, Johnson & Johnson, Alcon, многочисленные увлажняющие капли компании Ursapharm (Германия), а также на эксклюзивной основе продает в России итальянский многофункциональный раствор Universale plus с антибактериальным контейнером.

Компания ***«Гранд Ленз»*** – один из крупнейших в России импортеров мягких контактных линз, средств ухода за ними и глазных капель компаний CooperVision (линзы Biofinity, Avaira, MyDay, Proclear, Biomedics и др.), Avizor (Aqua Soft, Ever Clean, Unica Sensitive, Moisture Drops, Comfort Drops), Abbott (Complete RevitaLens и портативное устройство для быстрой очистки линз Complete Rapid Care).

Мы также надеемся вскоре увидеть в России уже несколько лет доступный за рубежом многофункциональный раствор Alvera (Avizor) с экстрактом алоэ.

Компания «Гранд Вижн» уже более 20 лет работает в России и знакома нам по оптовым продажам контактных линз и средств ухода за ними брендов Alcon и Maxima. В сентябре на стенде компании можно было увидеть первую в мире контактную линзу с градиентным влагосодержанием Dailies Total 1 (Alcon), с которой многие в России уже успели познакомиться.

Компания ***«Оптик Центр»*** за более чем 20-летний период существования выросла из регионального дистрибьютора средств контактной коррекции в одного из крупнейших поставщиков контактных линз и средств ухода за ними в России, располагая широкой филиальной сетью. В ассортименте компании продукция Johnson & Johnson, Bausch+Lomb, Alcon, CooperVision. Уже несколько лет «Оптик Центр» успешно продвигает линейку контактных линз Adria корейской компании Interojo. Возможно, наибольшей популярностью в России пользуются разнообразные цветные контактные линзы Adria (с одной из самых широких линеек - 79 цветовых решений). Все линзы Interojo, включая цветные, производятся по HD технологии, обеспечивающей высокую остроту и четкость зрения.

Несколько лет назад московская компания ***Оазис*** начала продажи в России австралийских контактных линз ***Gelflex*** - цветных, традиционных, плановой замены и однодневных. Последней новинкой в категории линз плановой замены стала линза Sofclear Comfort с добавкой BioMoist. Добавка BioMoist представляет собой увлажняющий раствор, создающий пленку, идентичную слезе. Кроме того, BioMoist включает уникальное чистящее средство, повышающее устойчивость линзы к образованию отложений.

Компания ***«Алкон»*** представила новые однодневные линзы Dailies Total 1 – первые в мире контактные линзы с градиентным влагосодержанием. В Европе продажи этих линз начались еще в 2012 году, в России они стали доступны лишь в мае 2016 года. На своем стенде сотрудники компании знакомили посетителей с особенностями новых линз и подбирали их желающим. Прошел также небольшой семинар, на котором об этих линзах было рассказано подробнее.

Волгоградская ***НПФ «Медстар»*** более 20 лет выпускает средства ухода за контактными линзами, которые широко известны в России. Практически в любой оптике или аптеке страны можно найти различные варианты растворов Ликонтин и Ликосол, а также ферментные очистители и увлажняющие капли. Популярностью пользуется спрей GoodLook для очистки очковых линз.

СЕМИНАР «НОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В КОНТАКТНОЙ КОРРЕКЦИИ»

13 сентября в рамках MIOF состоялся семинар «Новые технологии в контактной коррекции», организованный компанией «МедИн Оптика», в рамках которого Е.А.Новикова, специалист по профессиональной поддержке компании Bausch+Lomb/Valeant, представила новые силикон-гидрогелевые линзы Ultra. Она напомнила, что компания Bausch+Lomb стояла у истоков разработки силикон-гидрогелевых материалов и еще в 1984 году представила линзу Silsoft из силиконового эластомера с Dk 340 и влагосодержанием всего в 0,2% (эти линзы применялись после экстракции катаракты). В 1998 году на рынке стала доступной силикон-гидрогелевая линза PureVision с плазменной обработкой поверхности.

Последней реальной инновацией в области силикон-гидрогелевых линз плановой замены стали линзы III поколения силикон-гидрогелей – Biofinity (CooperVision). Отметим, что в том же 2007 году появился первый iPhone компании Apple и начался стремительный рост популярности цифровых гаджетов. К сожалению, производители контактных линз с тех пор не смогли предложить пользователям линзами ничего нового, и появлявшиеся контактные линзы просто не успевали удовлетворять растущие потребности пациентов, в результате чего с 2009 года в течение 5 лет риск числа отказов от ношения линз вырос с 11 до 18-20%.

В 2016 году компания Bausch+Lomb/Valeant представила в России новую силикон-гидрогелевую линзу ежемесячной плановой замены Ultra, которую отличает лучшее в своем классе сочетание кислородной проницаемости и модуля упругости. Мы подробно рассказываем о линзе Ultra в статье, которую нам предоставила компания Bausch+Lomb, поэтому не будем особенно повторяться. Подчеркнем только, что уникальная технология MoistureSeal позволяет увеличить содержание гидрофильных компонентов в линзе Ultra в 4 раза по сравнению с распространенными силикон-гидрогелевыми линзами. Dk/t линзы Ultra составляет 163 единицы, модуль упругости – всего 0,69 МПа, а влагосодержание – 46%.

Далее докладчик привела результаты многочисленных тестов нового материала, с которыми можно ознакомиться в уже упомянутой статье. Доктор Е.А.Новикова подчеркнула, что новая линза не случайно рекомендуется для ежемесячной замены, т.к. в последние годы было неоднократно показано, что пользователи соблюдают такой режим на 50% более аккуратно, чем режим двухнедельной замены. Асферическая оптика и устойчивость к дегидратации линзы Ultra существенно улучшают качество зрения пациентов. В масштабных клинических исследованиях, выполненных компанией Bausch+Lomb, было показано, что линзы Ultra обеспечивают более высокое качество зрения при длительной работе за компьютером и более высокий уровень общего комфорта, чем лучшие силикон-гидрогелевые линзы плановой замены компаний-конкурентов.

Остается надеяться, что новые силикон-гидрогелевые линзы Bausch+Lomb Ultra займут достойное место в российских кабинетах контактной коррекции зрения.

С момента начала проекта OK Vision компания Медстар принимает в нем участие: продает контактные линзы и средства ухода за ними под этой торговой маркой, причем некоторые растворы и капли сама же и производит.

Кроме средств ухода за линзами компания предлагает широкий ассортимент очковых линз LensStar (с индексами 1,50; 1,56; 1,60; 1,67), медицинских оправ (детских и взрослых, произведенных в Австрии, Италии и Китае) и солнцезащитных очков (также австрийских, итальянских и китайских).

То есть НПФ «Медстар» давно вышла за рамки производителя средств ухода за контактными линзами и превратилась в достаточно универсального поставщика оптических средств коррекции зрения.

В выставке также приняла участие итальянская компания ***Picasso Group***, представившая несколько вариантов цветных контактных линз.

ПРЕДСТАВЛЯЕМ ЛИНЗЫ DAILIES TOTAL 1

14 сентября О.А.Захарова, менеджер по профессиональной поддержке российского подразделения компании «Алкон», представила новые однодневные линзы Dailies Total 1 – 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 высокой 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.

Далее доктор О.А.Захарова 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, имеющихся 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.

Национальная премия оптической индустрии «Золотой лорнет» III Церемония вручения 15 февраля 2017 г.

Третья церемония вручения премии оптической индустрии «Золотой лорнет» пройдет в рамках 20-й Московской международной оптической выставки MIOF в МВЦ «Крокус Экспо» 15 февраля 2017 года.

Самая престижная награда на рынке оптических товаров и услуг Национальная премия оптической индустрии «Золотой лорнет» объединяет производителей и дистрибуторов оборудования и расходных материалов, очковых и контактных линз, солнцезащитных очков и медицинских оправ, а также дистрибуторские и розничные сети, магазины оптики в России.

Проведение конкурса содействует развитию Программы сохранения здоровья зрения населения России как важнейшей задачи оптической индустрии в целом; консолидирует и развивает национальный рынок оптических товаров и услуг, выявляет лидеров оптического рынка страны, повышает знание и формирует благоприятное отношение конечных потребителей к офтальмологии и оптике, и, в целом, стимулирует развитие деловой активности отечественного предпринимательства.

На Премию могут номинироваться российские компании, совместные предприятия и представительства фирм из других стран, зарегистрированные и осуществляющие основную деятельность на территории России и работающие на рынке оптических товаров и услуг.

НОМИНАЦИИ 2017 ГОДА

1. Торговая компания года
2. Салон года
3. Сеть года (по двум категориям: федерального и локального значения)
4. Инновация года
5. Дебют
6. Маркетинговый проект года (по двум категориям: оптовая и розничная компания)
7. Рекламный макет года
8. Персона года. Признание
9. Частная торговая марка (Коллекция)
10. Образовательный проект года (НОВОЕ!)

Дополнительные награды:

Специальный приз Экспертного совета

Специальный приз MIOF за лучший стенд выставки