



POWŁOKI, KTÓRE ZMIENIAJĄ OBLICZE OKULARÓW



iBLUE



iCLEAR



iGREEN



iGOLD



TO JEST WYRÓB MEDYCZNY. UŻYWAJ GO ZGODNIE Z INSTRUKCJĄ UŻYWANIA LUB ETYKIETĄ.



W numerze: Trendy: Mocha Mousse – kolor roku Pantone 2025 / Minimalizm, czyli wyrafinowanie i prostota w okularach / Czerni czerni nierówna // **Strefa eksperta:** Okulary dla kierowców – na złą pogodę / Metody diagnozy i korekcji wad refrakcji / Nowoczesna topografia rogówki / Korekcja okularowa w prezbiopii // **Technologie:** Przyrządy do diagnostyki krótkowzroczności / Foroptery i ich rola w diagnostyce okulistycznej

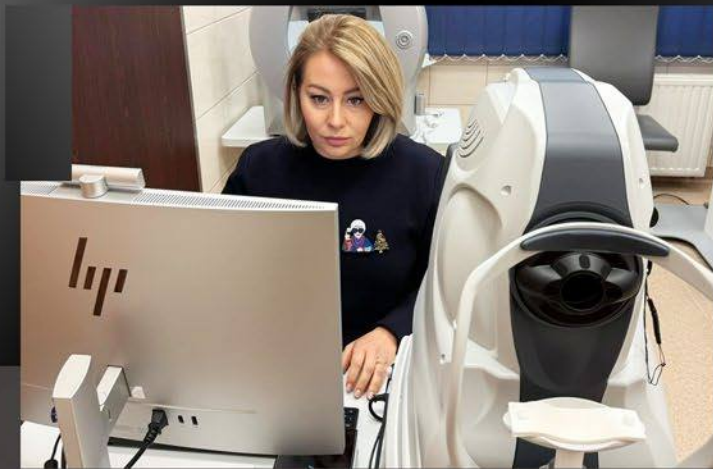
Strefa eksperta:

Magdalena Moczulska, Sławomir Nogaj, Sylwia Piskulska-Grzesik, dr hab. Jacek Pniewski, Monika Misiak-Tabaczyńska, Olaf Tabaczyński, Justyna Walicka, Radosław Wiktorowicz



SOCZEWKI AMERICAN LENS WYPOSAŻAJĄ GABINETY POLSKICH NIEZALEŻNYCH SALONÓW OPTYCZNYCH W INNOWACYJNE INSTRUMENTY DO DIAGNOSTYKI WZROKU

Oferta American Lens i Polymed Polska „Soczewki, które wyposażą Twój gabinet” cieszy się coraz większym powodzeniem wśród polskich niezależnych salonów optycznych. Bardzo korzystna propozycja finansowania wyposażenia gabinetu w profesjonalne instrumenty okulistyczne marki Nidek zmienia oblicza salonów. Przedstawiamy kolejne przykłady naszych wspólnych realizacji.



Profesjonalna diagnostyka wzroku z tomografem okulistycznym RS-1 Nidek i perymetrem w Pracowni Optycznej Szkiełko i Oko Kocmyrzów

„Pracownia Optyczna Szkiełko i Oko” w Kocmyrzowie to fantastyczny przykład salonu, który rozszerzył portfolio oferowanych usług o profesjonalną diagnostykę wzroku, odpowiadając na potrzeby i rosnące zainteresowanie lokalnej społeczności kompleksowymi badaniami. Dzięki współpracy American Lens i Polymed Polska, gabinet został wyposażony w **tomograf okulistyczny RS-1 oraz perymetr marki Nidek**. RS-1 to innowacyjny system OCT, zapewniający zaawansowane badanie obrazowe, które umożliwia precyzyjną analizę struktur siatkówki i nerwu wzrokowego. Dzięki niemu wykrywamy m.in. jaskrę, zwyrodnienie plamki żółtej (AMD) czy obrzęki siatkówki. Z kolei badanie perymetrem, pozwala ocenić pole widzenia, co jest kluczowe w diagnostyce jaskry, schorzeń neurologicznych czy uszkodzeń siatkówki. W trakcie testu określamy, jak dobrze pacjent widzi w różnych kierunkach - od centrum aż po obrzeża pola widzenia.

„Dzięki tej współpracy nie tylko wzbogaciliśmy naszą ofertę, ale również zyskaliśmy niezawodne wsparcie techniczne oraz szkoleniowe. To inwestycja w zdrowie naszych pacjentów i rozwój naszego salonu. Nowoczesne urządzenia pozwalają nie tylko dokładniej diagnozować, ale także budować zaufanie pacjentów, którzy doceniają profesjonalne podejście i zaawansowanie technologiczne. To krok milowy w rozwoju „Pracowni Szkiełko i Oko” w Kocmyrzowie potwierdzający, że najwyższa jakość sprzętu idzie w parze z troską o klienta” - mówi Teresa Gierat-Rynczak, właścicielka salonu.



Mobilna i nowoczesna diagnostyka wzroku z autorefraktometrem HandyRef Nidek w Strefie Wzroku

Salon optyczny „Strefa Wzroku” postawił na komfort i usprawnienie, wprowadzając do swojej oferty **autorefraktometr HandyRef firmy Nidek**. To kompaktowe i precyzyjne urządzenie, dzięki mobilnej konstrukcji, doskonale sprawdza się zarówno w codziennej pracy salonu, jak i podczas wizyt domowych czy akcji plenerowych. HandyRef zapewnia szybkie i dokładne pomiary refrakcji, umożliwiając specjalistom bardziej kompleksowe podejście do diagnostyki wzroku.

„Dzięki współpracy z American Lens i Polymed Polska mogliśmy zrealizować tę inwestycję szybko i bezproblemowo. Urządzenie idealnie wpisuje się w potrzeby naszych pacjentów, HandyRef nie tylko usprawnia codzienną pracę, ale również zwiększa komfort klientów - szczególnie w przypadku małych pacjentów. Kompaktość i mobilność tego sprzętu stwarza nam również możliwość realizacji badań poza naszą placówką, czy to podczas specjalnych okazji eventowych, czy np. umożliwia dojazd do pacjenta z niepełnosprawnością” - podkreśla właścicielka salonu, Barbara Staszak.

**UMÓW SIĘ NA SPOTKANIE Z EKSPERTEM
AMERICAN LENS I POZNAJ WSZECHSTRONNE
MOŻLIWOŚCI ROZWOJU GABINETU OPTYCZNEGO!**

HALINA MAKOWSKA

DORADCĄ BIURA OBSŁUGI KLIENTA W AMERICAN LENS



Halina Makowska zostaje DORADCĄ BIURA OBSŁUGI KLIENTA W AMERICAN LENS, firmie optycznej należącej do Grupy ALVEGO, której integralną częścią jest firma Vadim Eyewear, oferująca luksusowe kolekcje światowej sławy projektantów, takich jak: Karl Lagerfeld, Etnia Barcelona, Calvin Klein, Liu Jo, Kaleos czy Ferragamo.

W AMERICAN LENS będzie odpowiedzialna za codzienne wspieranie oraz rozwijanie relacji z klientami.

Halina Makowska rozpoczęła przygodę z optyką w 1979 roku w szkole optycznej przy Śląskich Zakładach Mechaniczno-Optycznych, gdzie pracowała do 1991 roku. Kolejnym krokiem w jej karierze była praca w międzynarodowej korporacji optycznej, z którą była związana przez 33 lata.

Pełniła tam rolę specjalisty ds. obsługi klienta, a następnie starszego specjalisty ds. obsługi klienta. W tym czasie zdobyła bogate doświadczenie w pracy z klientem, rozwijając umiejętności komunikacyjne oraz budując trwałe i wartościowe relacje biznesowe. Jej praca wyróżnia się profesjonalizmem, zaangażowaniem i pasją do branży optycznej.

SPEKTAKULARNE WYNIKI AMERICAN LENS COLLEGE W 2024 ROKU!

American Lens College to wszechstronna i unikalna platforma szkoleniowa stworzona z myślą o przedstawicielach branży optycznej. Co wyróżnia American Lens College? Przede wszystkim nieszablonowe podejście do oferty szkoleniowej oraz fakt, że szkolenia odbywają się na żywo i często z gościnnym udziałem specjalistów z branży optycznej, którzy dzielą się na forum swoimi doświadczeniami i cennymi radami.

W 2024 roku 15 000 godzin uczestnicy spędzili na zdobywaniu wiedzy w ramach American Lens College w ramach 30 modułów tematycznych. W szkoleniach wzięło udział 2000 osób. 13 prowadzących zabrało uczestników do świata wiedzy.

American Lens w dzieleniu się wiedzą stawia również na innowacje i elastyczne rozwiązania. Z tą myślą powstała **Cyfrowa Biblioteka Wiedzy American Lens College** – platforma, za pośrednictwem której klienci mogą w dowolnym momencie wrócić do nagranych szkoleń i uzupełnić swoją wiedzę.

To idealne rozwiązanie dla tych, którzy chcą doskonalić umiejętności we własnym tempie lub powtórzyć kluczowe zagadnienia w dogodnej chwili.

TRWA NOWY SEMESTR NAUKI – ZAPRASZAMY DO ŚWIATA WIEDZY!



DRODZY CZYTELNICY,

Marian Wójcik

Prezes Zarządu
Starszy Małopolskiego Cechu Optyków

Witamy w kolejnym wydaniu „Optyka Polskiego” – magazynu dla profesjonalistów z branży optycznej, w którym czeka na Państwa wiele ciekawych artykułów, będących źródłem praktycznej wiedzy branżowej.

Prowadzenie samochodu zimą może być prawdziwym wyzwaniem – nie tylko dla kierowców, ale także dla narządu wzroku. Zapraszamy do lektury artykułu pt. „Okulary dla kierowców – na złą pogodę”, w którym przybliżamy kwestię prawidłowego doboru okularów korekcyjnych dla kierowców.

Institut Pantone, globalny autorytet w dziedzinie kolorów, ogłosił kolor roku 2025. Został nim kolor PANTONE 17-1230 Mocha Mousse –

wyjątkowy, „smakowity” odcień brązu. Jak promować oprawki okularowe w tym kolorze? Jak eksponować je w salonie optycznym? Jak zachęcać klientów do zakupu oprawek wykonanych z wykorzystaniem koloru roku 2025? Odpowiedzi na te i inne pytania znajdują Państwo w artykule w dziale „Trendy”. W tym samym dziale Olaf i Monika Tabaczyńscy przybliżają zagadnienie minimalizmu i pokazują, w jaki sposób ten nurt wpływa na modę okularową, a Radek Wiktorowicz w artykule pt. „Czerń czerni nierówna” przekonuje, że kolor czarny w branży optycznej jest kolorem uniwersalnym i dobrze prezentuje się w przeróżnych stylizacjach. Tradycyjnie w numerze znajdują też Państwo butik z prezentacją wybranych oprawek okularowych, które będą modne w 2025 roku.

Wady refrakcji dotyczą milionów ludzi na całym świecie i negatywnie wpływają na jakość ich życia.

W swoim artykule Magdalena Moczulska szerzej opisuje to zagadnienie i przedstawia nowoczesne metody diagnozy i korekcji wad refrakcji. W „Strefie eksperta” czekają na Państwa również m.in.: artykuł o prezbiiopii (Sylvia Piskulska-Grzesik), kolejna odsłona cyklu poświęconego korekcji okularowej w anizometropii (Sławomir Nogaj) oraz artykuł prof. Jacka Pniewskiego o nowoczesnych metodach badania topografii rogówki.

Stałym elementem naszego magazynu są aktualności z życia cechów i innych organizacji optycznych, a zatem nie mogło ich zabraknąć także w tym wydaniu „Optyka Polskiego”.

Życzymy przyjemnej i owocnej lektury.

Redakcja magazynu
„Optyk Polski”

CO W NUMERZE?

STREFA EKSPERTA

Okulary dla kierowców – na złą pogodę.....	6
Intelio – innowacyjna soczewka Home & Office dla wymagających użytkowników.....	10
Nowoczesne metody diagnozy i korekcji wad refrakcji.....	20
Wpływ upominków promocyjnych na lojalność klienta.....	32
Okulary dla każdego – sztuka perfekcyjnego dopasowania.....	38
Sekret powracających klientów.....	41
Logotypy w kolekcjach okularowych.....	44

Epidemia krótkowzroczności, cz. 2.....	58
Korekcja okularowa w prezbiiopii.....	62
Korekcja okularowa w anizometropii, cz. 2 – anizoforia.....	68
Niezależny salon optyczny 5D – holistyczne podejście do zupełnie nowych potrzeb klienta.....	74
Metody pomiarowe: nowoczesna topografia rogówki.....	80
Nowe standardy wsparcia w branży optycznej.....	88
TECHNOLOGIE	
Przyrządy do diagnostyki krótkowzroczności.....	90

Foroptery i ich rola w diagnostyce okulistycznej.....	96
---	----

TRENDY

Oprawy okularowe w kolorze Mocha Mousse: kolor roku Pantone 2025.....	26
Czerń czerni nierówna.....	34
Minimalizm – wyrafinowanie i prostota w okularach.....	42
Trendy 2025 – butik.....	48

AKTUALNOŚCI

Małopolski Cech Optyków.....	14
Krajowa Rzemieślnicza Izba Optyczna.....	86

OPTYK
POLSKI

WYDAWCA:

Małopolski Cech Optyków, ul. Słowiańska 3, 31-141 Kraków;
Feniks Media Group, ul. Balicka 136, 30-149 Kraków

REDAKCJA:

Feniks Media Group, ul. Balicka 136, 30-149 Kraków,
wspolprac@feniksmedia.pl
Redaktor naczelny: Dariusz Wajs
Zastępca redaktora naczelnego: Radosław Urban
Opieka redakcyjna: Agnieszka Szmuc

Współpraca:

Sławomir Nogaj, dr hab. Jacek Pniewski,
Magdalena Moczulska, Sylwia Piskulska-Grzesik, Justyna Walicka,
Radosław Wiktorowicz, Monika Misiak-Tabaczyńska, Olaf Tabaczyński,
Beata Pałac, Katarzyna Kroner, Katarzyna Gumula-Kubicka, Piotr Kołaczek

STUDIO GRAFICZNE:

Marcin Masyk (kierownik studia)
Dawid Dusza

MARKETING I REKLAMA:

Kierownik marketingu wydawnictwa:
Grazyna Jancik, 600 064 711,
grazyna.jancik@feniksmedia.pl

Krzysztof Chachlowski, 600 064 719,
krzysztof.chachlowski@feniksmedia.pl

PRENUMERATA:

optykpolski@feniksmedia.pl



Koordynatorzy projektu „Optyk Polski”:

Marian Wójcik (MCO, inicjator projektu „Optyk Polski”),
Wojciech Moszyński, Dyrektor Małopolskiego Cechu Optyków

Współpraca:

Krajowa Rzemieślnicza
Izba Optyczna

Zastrzegamy sobie prawo do skracania i adiacji tekstów oraz zmiany tytułów. Materiałów niezamówionych nie zwracamy. Przedruki z „Optyka Polskiego” dozwolone są wyłącznie za uprzednią pisemną zgodą wydawcy. Redakcja nie odpowiada za treść reklam i ogłoszeń. Wydawca ma prawo odmówić zamieszczenia ogłoszenia i reklamy, jeżeli ich treść lub forma są sprzeczne z linią programową lub charakterem pisma oraz wydawcy (art. 36 pkt 4 Prawa prasowego).

W magazynie wykorzystano zdjęcia z biblioteki GettyImages.com. Grafika na okładce: reklama firmy American Lens. Przedstawione na okładce produkty są wyrobami medycznymi. Należy używać ich zgodnie z instrukcją lub etykietą.

„Optyk Polski” – magazyn dystrybuowany wysyłką pocztową do optyków w całej Polsce, wydawany przy wsparciu merytorycznym Małopolskiego Cechu Optyków.

PRZEDSTAWIONE W MAGAZYNIE „OPTYK POLSKI” PRODUKTY SĄ WYROBAMI MEDYCZNYMI. NALEŻY UŻYWAĆ ICH ZGODNIE Z INSTRUKCJĄ LUB ETYKIETĄ.

Okulary na raty

– bo komfort widzenia **nie musi czekać!**



**Zeskanuj
kod QR**



**Wypełnij krótki
formularz**



**Poczekaj na kontakt
z naszej strony**



**Rozszerz swoją ofertę
o wygodne raty**

Dlaczego **warto?**

- ✓ Większa dostępność produktów premium
- ✓ Klienci chętniej wybierają lepszej jakości oprawki i soczewki, gdy mogą rozłożyć płatność na dogodne raty.
- ✓ Wyższa satysfakcja klientów
- ✓ Możliwość elastycznych płatności to komfort, który docenią Twoi klienci
- ✓ Zwiększenie sprzedaży
- ✓ Więcej opcji płatności to większa szansa na zamknięcie sprzedaży i przyciągnięcie nowych klientów.



**Wprowadź płatności na raty już dziś
i wyróżnij się na tle konkurencji**

OKULARY DLA KIEROWCÓW NA ZŁĄ POGODĘ

Zima to czas, gdy warunki na drogach stają się bardziej wymagające nie tylko ze względu na ograniczoną widoczność, ale także przez częstsze występowanie takich zjawisk atmosferycznych, jak: mgła, deszcz czy śnieg. Dla kierowców to szczególnie trudny okres, w którym odpowiednio dobrane okulary mogą znacząco poprawić komfort i bezpieczeństwo podczas jazdy samochodem.

Sylvia Piskulska-Grzesik

optyczka, przedsiębiorczyni, właścicielka salonu optycznego, trenerka sprzedaży i nowoczesnej obsługi klienta pod marką Optyczne Rewolucje

Optycy, oferując okulary dedykowane kierowcom, nie tylko mogą zwiększyć wygodę klientów, ale także mają szansę na sprzedaż drugiej pary okularów klientowi, co może przełożyć się pozytywnie na rentowność salonu. Aby jednak móc skutecznie doradzać, trzeba najpierw zrozumieć indywidualne potrzeby każdego kierowcy, gdyż nie każda osoba prowadząca samochód potrzebuje takich samych rozwiązań.

Dwa typy soczewek okularowych dla kierowców

Na rynku dostępne są dwa podstawowe rodzaje soczewek, które mogą spełniać potrzeby kierowców. Każdy z nich ma inne właściwości i zastosowania. Kluczowe jest zrozumienie, która opcja będzie bardziej odpowiednia dla konkretnego klienta. Powinno to zostać ustalone w trakcie rozmowy z klientem – na etapie analizy potrzeb.

1. Soczewki z powłoką antyrefleksyjną dla kierowców

Te soczewki sprawdzą się zarówno podczas jazdy w dzień, jak i w nocy, a także w innych sytuacjach, niezwiązanych z prowadzeniem samochodu. Wyróżniają się one powłoką antyrefleksyjną (zazwyczaj z bursztynowym odbiciem resztkowym) redukującą uciążliwe odbłaski, takie jak światła nadjeżdżających pojazdów, które mogą oślepić kierowcę. Zadaniem powłoki antyrefleksyjnej jest rozpraszanie światła reflektorów, co znacząco poprawia widoczność i zmniejsza zmęczenie oczu. Tego typu rozwiązanie to dobra propozycja dla osób, które spędzają czas za kierownicą zarówno w dzień, jak i po zmroku. Wszechstronność tych okularów sprawia, że mogą być one używane nie tylko w samochodzie, ale także w innych sytuacjach dnia codziennego.

2. Soczewki do jazdy nocą

To specjalne soczewki, które mają delikatnie żółty odcień, poprawiający kontrast widzenia w ciemnych warunkach.

Zostały one stworzone z myślą o kierowcach podróżujących nocą. Stosują je przede wszystkim osoby, które odczuwają dyskomfort podczas prowadzenia samochodu po zmroku. Delikatne zażółcenie soczewek pomaga zredukować efekt oślepienia kierowców przez światła innych samochodów, a także poprawia postrzeganie kontrastu, co jest bardzo istotne przy zmieniającym się oświetleniu ulicznym lub w miejscach słabo oświetlonych. Trzeba jednak pamiętać, że te soczewki są przeznaczone tylko do jazdy nocnej – nie powinny one być stosowane w dzień, ponieważ mogą zaburzać postrzeganie barw.

Indywidualne potrzeby kierowców

Warto pamiętać, że potrzeby kierowców mogą się znacząco różnić. Nie wszyscy klienci będą potrzebować tego samego rodzaju soczewek – w przypadku jednych wystarczy tylko bursztynowa powłoka antyrefleksyjna, dla innych



KOLEJNA WIELKA KAMPANIA TELEWIZYJNA VARILUX XR SERIES DLA ESSILOR EXPERTS!

Już w marcu 2025 r. Essilor po raz kolejny startuje z inspirującą kampanią telewizyjną i digitalową, promującą innowacyjne soczewki progresywne Varilux XR series. Nasze działania mają na celu edukację w zakresie presbiopii, a także skuteczne przyciągnięcie uwagi konsumentów i zachęcenie ich do odwiedzenia salonów Essilor Experts. Dzięki kampanii wspieramy rozwój

sprzedaży i budujemy świadomość nowoczesnych rozwiązań optycznych.

To pionierskie podejście pozwala nam precyzyjnie dotrzeć do wybranej grupy odbiorców, skutecznie kierując ich uwagę na salony optyczne Essilor Experts.

Czas na wyjątkową ostrość widzenia, nawet w ruchu!

Soczewki progresywne

Varilux[®]
XR series[™]

**Wyjątkowa ostrość
widzenia, nawet w ruchu***

*Źródło: Badanie konsumenckie Varilux® XR series™ na 73 użytkownikach soczewek progresywnych - Eurosyn - 2022 - Francja. Essilor®, Evolving Vision™ i Varilux® XR series™ są znakami towarowymi Essilor International. © Essilor International - styczeń 2025. Podmiotem odpowiedzialnym za reklamę jest Essilor Polonia sp. z o.o. z/s w Warszawie. Soczewki Varilux® są wyrobem medycznym produkowanym przez Essilor International z/s w Paryżu, Francja przeznaczonym do produkcji okularów do korekcji wad wzroku w połączeniu z oprawkami do okularów korekcyjnych.



essilor
evolving
vision

nieodzwonne okażą się specjalne soczewki przeznaczone do jazdy nocnej. W związku z tym kluczowe jest przeprowadzenie wywiadu z klientem i dokładne zrozumienie jego potrzeb. Warto zapytać m.in. o następujące kwestie: jak często klient prowadzi samochód, czy jeździ głównie w dzień, czy również po zmroku, jakie warunki oświetleniowe najczęściej towarzyszą mu na drodze oraz czy kiedykolwiek odczuwał dyskomfort podczas jazdy w nocy.

Przeprowadzenie dokładnej analizy potrzeb pozwoli optykowi lepiej dopasować okulary do potrzeb danego klienta, co przełoży się na satysfakcję z dokonanego zakupu. Co więcej, dzięki odpowiedniemu wywiadowi klient będzie miał poczucie, że jego potrzeby zostały zrozumiane, a okulary dobrane specjalnie dla niego, co może pozytywnie wpłynąć na odbiór obsługi i wzmocnić relację klienta z salonem optycznym.

Dosprzedaż – szansa na dodatkową parę okularów

Sprzedaż okularów dla kierowców to świetna okazja na dosprzedaż drugiej pary okularów. Klient, który posiada już okulary do codziennego użytku, może być zainteresowany zakupem dodatkowej pary okularów przeznaczonych do jazdy samochodem. Istotną różnicę w jakości widzenia dzięki dedykowanym soczewkom mogą zauważyć zwłaszcza osoby, które często prowadzą samochód nocą lub w trudnych warunkach pogodowych.

Optycy mogą przybliżyć klientowi korzyści wynikające z posiadania dwóch par okularów – jednej uniwersalnej, a drugiej przeznaczonej specjalnie do



jazdy nocnej. Warto podkreślić, że takie rozwiązanie nie tylko zwiększy komfort i bezpieczeństwo, ale także wydłuży trwałość obu par okularów, ponieważ będą one użytkowane w bardziej zoptymalizowany sposób.

Wsparcie specjalistów i odpowiednie zalecenia

Kluczowe znaczenie w procesie sprzedaży okularów dla kierowców ma współpraca doradców klienta z okulistą lub optometrystą, ponieważ to właśnie Ci specjaliści powinni rekomendować optymalne soczewki na podstawie

swoich obserwacji oraz rozmowy z pacjentem. Wywiad przeprowadzony przez specjalistę pozwala nie tylko na dobór odpowiedniej korekcji wzroku, ale także na zrozumienie potrzeb klienta związanych z jego trybem życia, w tym właśnie z prowadzeniem samochodu.

Dzięki rekomendacjom specjalisty doradca klienta ma solidną podstawę do zaproponowania odpowiednich okularów, co zwiększa szanse na sprzedaż i satysfakcję klienta z dokonanego zakupu. Profesjonalne wsparcie optometrysty i okulisty buduje także autorytet salonu optycznego, co przekłada się na zaufanie i lojalność klientów.

Okulary dla kierowców to istotny element poprawiający komfort i bezpieczeństwo podczas prowadzenia samochodu, szczególnie w trudnych warunkach pogodowych, które mogą ograniczać widoczność na drodze. Dzięki odpowiednio dobranym soczewkom z powłoką antyrefleksyjną kierowcy mogą uniknąć oślepienia przez światła nadjeżdżających samochodów, a także cieszyć się większym komfortem i redukcją efektu zmęczenia oczu. Polecając to rozwiązanie, optycy mogą pomóc klientom lepiej dostosować się do zmiennych warunków drogowych, a jednocześnie zaproponować dodatkową parę okularów.

Prowadzenie wywiadu / analizy potrzeb i współpraca ze specjalistami to klucz do zrozumienia potrzeb klienta i zaproponowania optymalnego rozwiązania. Taka profesjonalna obsługa zwiększa zaufanie do salonu i umożliwia skuteczne dopasowanie okularów do indywidualnych potrzeb każdego kierowcy.



TWÓJ ZAUFANY PARTNER W KONTROLI PROGRESJI KRÓTKOWZROCZNOŚCI



MYOPIA 700
E X P E R T



PÓŁNOCNY WSCHÓD

Grzegorz Wdziękoński
Doradca Handlowy
tel. 607 771 974

PÓŁNOCNY ZACHÓD

Łukasz Kobyłański
Doradca Handlowy
tel. 509 305 241

POŁUDNIOWY WSCHÓD

Albert Niechciał
Doradca Handlowy
tel. 505 197 226

POŁUDNIOWY ZACHÓD

Marek Zgłobica
Doradca Handlowy
tel. 512 533 002

INTELIO – INNOWACYJNA SOCZEWKA HOME & OFFICE

DLA WYMAGAJĄCYCH UŻYTKOWNIKÓW

Współczesny tryb życia i pracy wymaga od naszych oczu wielozadaniowości na niespotykaną dotąd skalę. Wielogodzinne korzystanie z ekranów komputerów, smartfonów i tabletów, częste zmiany odległości patrzenia oraz konieczność pracy z dokumentami i różnorodnymi materiałami wizualnymi sprawiają, że standardowe rozwiązania optyczne mogą nie spełniać wszystkich oczekiwań użytkowników.

Marcin Oleksik

Education Manager JZO & NIKON

Soczewka Intelio Home & Office, zaprojektowana specjalnie z myślą o użytkownikach biurowych, odpowiada na te wyzwania dzięki nowoczesnym technologiom i dopasowaniu do indywidualnych potrzeb.

Innowacyjne technologie – przyszłość optyki

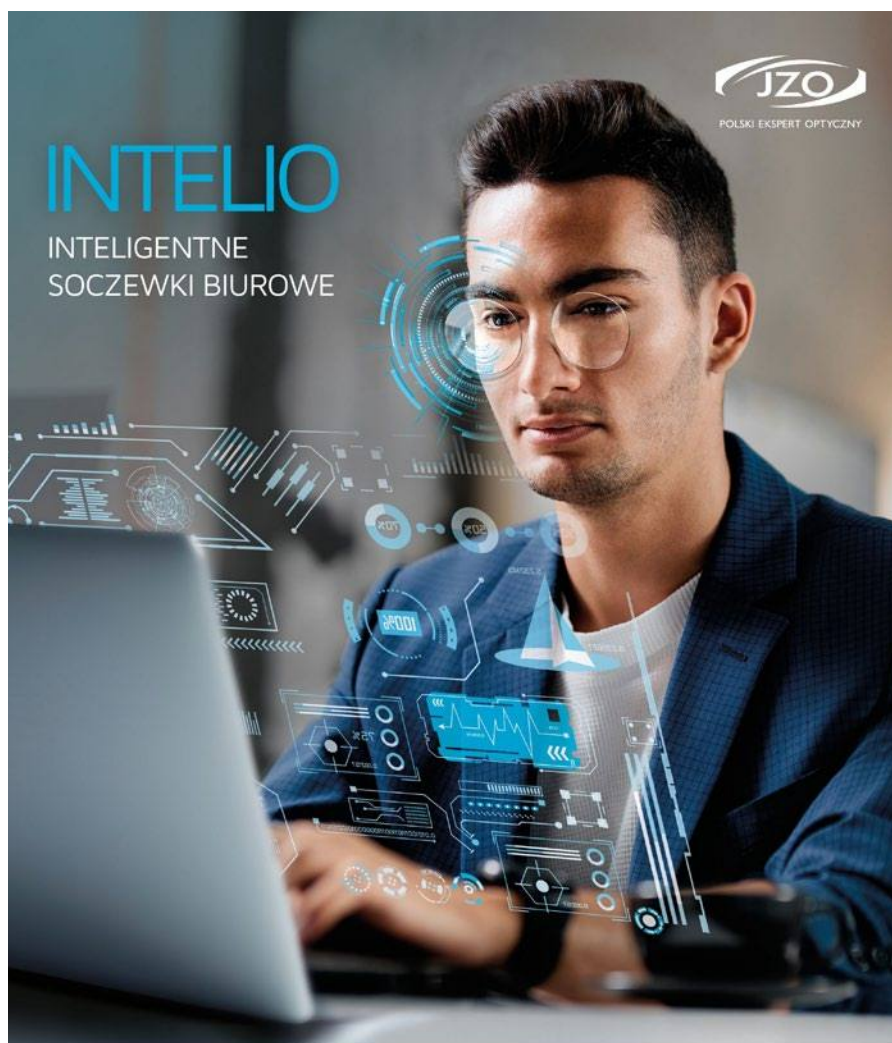
Intelio Home & Office łączy w sobie najnowocześniejsze rozwiązania technologiczne, zapewniając wyjątkowy komfort i precyzję widzenia. Poniżej przedstawiamy kluczowe technologie zastosowane w konstrukcji tej soczewki.

1. Technologia Smooth Optics

Największym wyzwaniem w tradycyjnych soczewkach biurowych jest efekt „pływania” (ang. *swim effect*), który może wywoływać dyskomfort i utrudniać zmianę ostrości między różnymi odległościami. Technologia Smooth Optics skutecznie eliminuje to zjawisko, zapewniając płynne przejścia między strefami widzenia oraz bardziej stabilny obraz w strefach peryferyjnych. To rozwiązanie sprawia, że użytkownik może bez problemu przenosić wzrok między ekranami, dokumentami czy rozmówcami bez uczucia dezorientacji.

2. Digital Raytracing II i Digital Vision Fit

Wykorzystanie tych technologii pozwala na pełną personalizację soczewki. Dzięki uwzględnieniu indywidualnych parametrów użytkownika, takich jak odległość wierzchołkowa czy kąt pantoskopowy, soczewka jest precyzyjnie dostosowywana do potrzeb konkretnej osoby. Proces ten minimalizuje błędy mocy optycznej



oraz znacząco poprawia ostrość widzenia w każdej sytuacji.

3. Dynamic Booster

Tradycyjne projektowanie soczewek opiera się na optymalizacji pojedynczych punktów, co może prowadzić do nierównomiernych przejść mocy.

W technologii Dynamic Booster cała powierzchnia soczewki jest traktowana jako jedna całość. Użycie zaawansowanych algorytmów pozwala na uzyskanie wyjątkowej spójności widzenia i minimalizację zniekształceń w strefach peryferyjnych (dzięki zastosowaniu funkcji tzw. splajnow).



POLSKI EKSPERT OPTYCZNY

INTELIO[®]

NOWOŚĆ

INTELIENTNE SOCZEWKI HOME & OFFICE



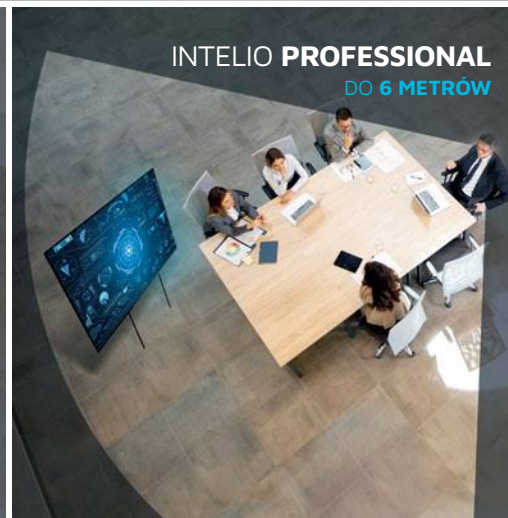
INTELIO DESK
DO 1 METRA



INTELIO OFFICE
DO 2 METRÓW



INTELIO PROFESSIONAL
DO 6 METRÓW



SZKŁA PROGRESYWNE JZO

Jedna para
okularów
na wszystkie
odległości

*Wybrałam szkła progresywne
JZO
Janina Jagalska*

80 LAT
JZO
POLSKI EKSPERT OPTYCZNY



Korzyści użytkowe – komfort i zdrowie w jednym

Soczewki Intelio Home & Office oferują użytkownikom szereg korzyści, które wyróżniają je na tle innych produktów optycznych.

- 1. Szerokie pole widzenia w zakresie bliskim i pośrednim** – idealne dla osób pracujących przy komputerze, z dokumentami czy w środowiskach biurowych.
- 2. Ergonomiczne wsparcie postawy** – dzięki zoptymalizowanemu rozmieszczeniu stref widzenia użytkownicy mogą zachować naturalną pozycję ciała podczas pracy, co eliminuje konieczność nadmiernego pochylania głowy.
- 3. Redukcja zmęczenia wzroku** – zastosowanie zaawansowanych technologii minimalizuje napięcie mięśni oka, szczególnie przy długotrwałym patrzeniu na ekrany.
- 4. Dostosowanie do potrzeb zawodowych** – użytkownicy mogą wybierać spośród trzech wariantów:

- Intelio Desk – idealny do pracy na bliskie odległości (do 1 metra).
- Intelio Office – dostosowany do potrzeb użytkowników, którzy pracują na odległościach do 2 metrów.
- Intelio Professional – zapewniający elastyczność widzenia dzięki możliwości wyboru dowolnej odległości pośredniej w zakresie od 0,6 do 6 m.

- Komfort i stabilność – dzięki technologii Smooth Optics użytkownicy odczuwają mniejsze zniekształcenia i dyskomfort w porównaniu z soczewkami progresywnymi.
- Dostosowanie do pracy biurowej – soczewki Intelio są zoptymalizowane pod kątem pracy z wieloma ekranami i dokumentami, podczas gdy soczewki progresywne lepiej sprawdzają się w dynamicznych środowiskach, gdzie wymagane jest także widzenie do dali.

Intelio a soczewki progresywne – uzupełniające się rozwiązania

Soczewki progresywne, choć wszechstronne, nie zawsze są optymalnym rozwiązaniem w środowisku biurowym. Praca z komputerem i dokumentami wymaga przede wszystkim szerokiego pola widzenia na odległości bliskie i pośrednie, czego nie mogą w pełni zapewnić tradycyjne soczewki progresywne.

Porównanie korzyści

- Szerokość stref widzenia – soczewki Intelio oferują znacznie szersze pola widzenia w strefach bliskiej i pośredniej, co sprawia, że są idealne do pracy biurowej.

Nowa era w optyce okularowej

Soczewka Intelio Home & Office jest nie tylko technologiczną innowacją, ale przede wszystkim odpowiedzią na potrzeby współczesnych użytkowników. Zastosowane w niej zaawansowane technologie, szerokie możliwości personalizacji oraz korzyści funkcjonalne sprawiają, że jest to produkt, który na nowo definiuje standardy widzenia w środowiskach biurowych. Optycy i optometryści mogą polecać Intelio jako rozwiązanie dla klientów poszukujących najwyższego komfortu i precyzji w codziennym życiu zawodowym.



**POLSKA
W OKULARACH**



30 LAT MAŁOPOLSKIEGO CECHU OPTYKÓW

Przed powołaniem Małopolskiego Cechu Optyków przez ponad 20 lat działała sekcja optyków przy Cechu Rzemiosł Metalowych. Wieloletnim sekcyjnym był Jan Voigt. W latach 90. Marian Wójcik wraz z kilkunastoma optykami reaktywował sekcję optyków. Później nastąpiło połączenie tych instytucji i w ten sposób powstał Małopolski Cech Optyków.



Małopolski Cech Optyków został założony 14.01.1995 r. przez optyków z Małopolski.

Założycielami MCO byli: Wiesław Koczorowski, Marian Wójcik, Edward Kluza, Stanisław Salwiński i Adam Makarewicz. Wymienione osoby wchodziły w skład Zarządu, a Starszym Cechu był Wiesław Koczorowski. W dniu 25.05.1995 r. MCO został zarejestrowany w Sądzie Rejonowym w Krakowie. Działalność MCO w tym okresie zbiegła się z utworzeniem Krajowej Rzemieślniczej Izby Optycznej w Warszawie. W związku z tym na Walnym Zebraniu MCO w dniu 16.12.1995 r. wybrano 15 delegatów na Zjazd KRIO. Na tym samym zebraniu podjęto także uchwałę o przystąpieniu Małopolskiego Cechu Optyków do Krajowej Rzemieślniczej Izby Optycznej w Warszawie.

Na Nadzwyczajnym Walnym Zebraniu Członków Małopolskiego Cechu Optyków w dniu 29.06.1996 r. przeprowadzono wybory na nowego Starszego Cechu.

W głosowaniu na to stanowisko Starszym Cechu jednogłośnie został wybrany Marian Wójcik. Honorowym Starszym Cechu został Wiesław Koczorowski.

Dla podtrzymania bogatych tradycji krakowskiego rzemiosła Małopolski Cech Optyków postanowił ufundować sztandar cechowy wraz z insygniami. Imiona i nazwiska Fundatorów zostały upamiętnione w formie imiennych gwoździ na drzewcu sztandaru. Patronem optyków został św. Hieronim.

Prezes MCO Marian Wójcik otrzymał od Związku Rzemiosła Polskiego słowa i nuty pieśni, która następnie została nagrana przez studentów Akademii Sztuk Teatralnych im. Stanisław Wyspiańskiego w Krakowie. W ten sposób powstał „Hymn Rzemiosła Polskiego”, który towarzyszy wszystkim uroczystościom rzemieślniczym w Polsce. Po raz pierwszy został on odegrany i odśpiewany 20 lat temu.

Działalność MCO

Dla podniesienia rangi rzemiosła optycznego Zarząd MCO postanowił przyznać zakładom optycznym wyróżniającym się wysokimi kwalifikacjami i etyką zawodową znak cechowy „LOGO” wraz z certyfikatem, do którego opracowano Kodeks etyczno-zawodowy i Regulamin przyznawania tego znaku. Pomysłodawcą tej inicjatywy była Krajowa Rzemieślnicza Izba Optyczna.

Zarząd MCO nieustannie dba o podniesienie kwalifikacji zawodowych swoich członków, właściwe wyposażenie zakładów optycznych oraz wysoki poziom usług. W tym celu regularnie organizujemy szkolenia zawodowe oraz kursy refrakcji, w których biorą udział członkowie MCO i pracownicy zakładów rzemieślniczych.

Nade wszystko warto przypomnieć szczególne wydarzenie, jakim było zorganizowanie pielgrzymki do Waty-

▷ TARGI, WYSTAWA, PRELEKCJE ◁



KRAKOWSKA WIOSNA OPTYCZNA 12.04.2025



Małopolski Cech Optyków
w Krakowie zaprasza
na Międzynarodowe
Targi Branżowe
KRAKOWSKA
WIOSNA OPTYCZNA



12.04.2025
w godz. 10.00–20.00



Część oficjalna – godz. 15.00.
Bezpłatne uczestnictwo
w Targach oraz parking.



Best Western Premier
ul. Opolska 14, Kraków



INFORMACJE:
tel.: 12 421 90 77
mobile: 733 954 033
e-mail: cechoptkow@op.pl
www.mcokrakow.pl



kanu, aby złożyć hołd Ojcu Świętemu Janowi Pawłowi II przed zbliżającą się 80. rocznicą jego urodzin. Pielgrzymka odbyła się w dniach 16–24.10.1999 r. Wzięło w niej udział 48 osób, w tym przede wszystkim optycy z Małopolski, ale także z innych regionów kraju. Głównym punktem pielgrzymki była audiencja u Ojca Świętego, w czasie której Marian Wójcik – w imieniu delegacji MCO wraz z poczem sztandarowym – podarował Ojcu Świętemu buzdycan, a Jacek Matzner monografię rzemiosła krakowskiego. Trzeba również dodać, iż w 2008 roku MCO zorganizował pielgrzymkę do grobu papieża Jana Pawła II w Watykanie.

Małopolski Cech Optyków brał także udział w konferencji prasowej w Krajowej Rzemieślniczej Izbie Optycznej z udziałem: optyków rzeczoznawców, przedstawiciela Krakowskiego Klubu Federacji Konsumentów i specjalistów z dziedziny okulistyki, aby nagłośnić problem masowego sprowadzania gotowych okularów korekcyjnych i przeciwsłonecznych z Chin, Malezji, Korei i Indonezji, które nie korygują wzroku, ale wręcz go pogarszają. Wszyscy uczestnicy konferencji zgodnie stwierdzili, że okulary korekcyjne powinny być dobierane przez specjalistę i wykonywane na indywidualne zamówienie w salonie optycznym.

W związku z tym zebrani zaapelowali do Sejmowej Komisji Zdrowia o wprowadzenie zakazu sprzedaży gotowych okularów korekcyjnych na bazarach, placach targowych, stacjach benzynowych, w aptekach i na ulicach w całym kraju. Wniosek poparli m.in. władze Krakowskiego Klubu Federacji Konsumentów, a także prof. Jerzy Szaflik – specjalista w dziedzinie okulistyki z Katedry i Kliniki Okulistyki Warszawskiej Akademii Medycznej.

Małopolski Cech Optyków każdego roku organizuje również trzydniowe obchody święta św. Hieronima – patrona optyków polskich. Obchody te za każdym razem organizowane są w innym miejscu w Polsce.

Wyjazdy integracyjne

W MCO każdego roku są też organizowane wyjazdy integracyjne. W ten sposób optycy z całej Polski odwiedzili już: Włochy, Norwegię, Szwecję, Holandię, Anglię, Luksemburg, Watykan, Belgię, Austrię, Ukrainę, Czechy, Węgry, Słowację, Litwę, Łotwę, Estonię, Francję, Rosję, Chorwację, Serbię, Czarnogórę, Bośnię i Hercegowinę, Albanie, Słowenię, Liechtenstein, Szwajcarię, Hiszpanię, Portugalię, Maroko, Gibraltar, Gruzję, Japonię, Koreę Południową, Zjednoczone Emiraty Arabskie, Brazylię, Argentynę, Paragwaj, Australię, Nową Zelandię, Tajlandię, Filipiny i Sycylię. W Barcelonie





zwiedzaliśmy jedną z największych na świecie fabryk produkujących soczewki okularowe, należącą do firmy PRATS, w Japonii odwiedziliśmy jedno z największych targów optycznych świata: iOFT Tokyo, a w Polsce m.in. fabryki firm: Szajna, Liw Lewant oraz JZO.

W 2009 roku Małopolski Cech Optyków rozpoczął wydawanie magazynu branżowego „Optyk Polski” – dwumiesięcznika, który trafia do wielu optyków oraz firm optycznych w całej Polsce. Pomysłodawcą projektu jest Marian Wójcik – Prezes Zarządu, Starszy Małopolskiego Cechu Optyków.

W 2010 roku MCO po raz pierwszy zorganizował Krakowską Wiosnę Optyczną – międzynarodowe targi branżowe, które z roku na rok przyciągają coraz większą rzeszę optyków i firm optycznych zarówno z Polski, jak i z zagranicy. Pomysłodawcą projektu jest Marian Wójcik – Prezes Zarządu, Starszy Małopolskiego Cechu Optyków.

Małopolski Cech Optyków aktywnie uczestniczył w pracach Krajowej Rzemieślniczej Izby Optycznej: ufundował sztandar wraz z insygniami oraz umieścił na nim postać św. Hieronima – patrona optyków polskich. MCO wnioskował także, aby za jego przykładem poszły pozostałe cechy oraz Krajowa Rzemieślnicza Izba Optyczna. Na dzień dzisiejszy oprócz Małopolskiego Cechu Optyków swoje sztandary posiadają także: KRIO, Cech Optyków w Warszawie, Międzwojewódzki Cech Rzemiosł Optycznych w Poznaniu, Lubelski Cech Optyków oraz Śląski Cech Optyków. Wszystkie wymienione cechy posiadają swoje poczty sztandarowe,

które na ogólnopolskich uroczystościach optycznych tworzą wyjątkowy orszak.

W 2014 roku Marian Wójcik, Prezes Zarządu MCO, zainicjował też uszycie uniformów reprezentacyjnych z wyhaftowanym logiem cechu. Za przykładem MCO poszły inne cechy optyczne oraz Małopolska Izba Rzemiosła i Przedsiębiorczości w Krakowie. Małopolski Cech Optyków jest też pomysłodawcą

cegiełek, które nabywali optycy z całej Polski, przyczyniając się w ten sposób do ufundowania siedziby Krajowej Rzemieślniczej Izby Optycznej. Sprzedało się aż 830 z 1000 przygotowanych cegiełek, co pozwoliło na zebranie kwoty 170 000 zł. Całość została przekazana do KRIO i zasilila fundusz na zakup i wyposażenie siedziby Krajowej Rzemieślniczej Izby Optycznej w Warszawie (ul. Przy Agorze 28).





Małopolski Cech Optyków organizuje ponadto wiele spotkań integracyjnych, m.in. spotkania świąteczne o nazwie „Pożegnanie Kolędy” oraz bale noworoczne. Szczególnie ważne jest to, iż są to wydarzenia organizowane co roku i zawsze bierze w nich udział wielu optyków oraz rzemieślników z innych cechów.

w zawodzie optyk okularowy. Przynależność do Małopolskiego Cechu Optyków jest gwarancją wysokiej jakości usług oraz dbałości o profesjonalizm w branży. Pamiętajmy, że przynależność do cechu to zaszczyt, a nie obowiązek. Pomysłodawcą projektu jest Dyrektor MCO Wojciech Moszyński.

„Z kamerą u optyka”

W 2025 roku Małopolski Cech Optyków zapoczątkował kolejny nowy projekt pod nazwą „Z kamerą u optyka”. Celem projektu

„Firma Rekomendowana – Mistrzowie Optyki”

W 2023 roku Małopolski Cech Optyków wprowadził w życie nowy projekt pn. „Firma Rekomendowana – Mistrzowie Optyki”. Celem tej inicjatywy jest nie tylko podkreślanie przynależności do naszej renomowanej organizacji, ale także promowanie wysokiego standardu świadczonych usług. Pragniemy, aby każdy klient, wchodząc do salonu optycznego, natychmiast zauważył, że ma do czynienia z firmą zrzeszoną w Małopolskim Cechu Optyków oraz w Krajowej Rzemieślniczej Izbie Optycznej. Przynależność do grona rekomendowanych firm podnosi prestiż salonu optycznego i jest powodem do dumy, a dla klienta jest potwierdzeniem, że korzysta z usług profesjonalistów. W ramach projektu dla każdego członka naszego cechu przygotowaliśmy wyjątkowe tkane obrazy na drewnianej podstawie o wymiarach 70 x 80 cm, które można eksponować w salonie optycznym. Każdy egzemplarz jest dodatkowo uzupełniany certyfikatem potwierdzającym wysoki standard usług i przynależność do społeczności optycznej. Każdy członek naszego cechu otrzymuje bezpłatnie taki obraz wraz z certyfikatem. Warto zaznaczyć, że nasza organizacja – w odróżnieniu od innych cechów – z dumą zrzesza w swoich szeregach wyłącznie optyków posiadających odpowiednie doświadczenie oraz dyplom czeladnika lub mistrza



jest promowanie salonów optycznych zrzeszonych w Małopolskim Cechu Optyków, ale działanie to ma zupełnie nowy, bezpośredni charakter. W ramach tego programu Prezes MCO Marian Wójcik wraz z Dyrektorem MCO Wojciechem Moszyńskim odwiedzają salony optyczne zrzeszone w cechu w celu przeprowadzenia wywiadów z ich właścicielami. Jest to znakomita okazja do zaprezentowania salonu optycznego i omówienia ważnych tematów branżowych. Zebrany materiał jest następnie publikowany w mediach społecznościowych: (na Facebooku i Instagramie) oraz na stronie internetowej Małopolskiego Cechu Optyków, a także w magazynie branżowym „Optyk Polski”. Projekt „Z kamerą u optyka” ma charakter globalny, a połączenie różnych kanałów komunikacji (prasa, strona internetowa, media społecznościowe) umożliwia dotarcie z przekazem do bardzo dużej liczby odbiorców. Warto podkreślić, że profil Małopolskiego Cechu Optyków na Facebooku obserwuje aż 4500 osób związanych z branżą optyczną, a magazyn „Optyk Polski” trafia do niemal 3000 salonów optycznych w całej Polsce. Pomysłodawcą projektu „Z kamerą u optyka” jest Dyrektor MCO Wojciech Moszyński.

Marian Wójcik, Członek Zarządu i Przewodniczący Komisji Promocji w KRIO, zaprojektował także odznaczenia KRIO – za zasługi dla optyki polskiej.

Małopolski Cech Optyków nieustannie współpracuje z KRIO i cechami zrzeszonymi w tej organizacji, realizując inicjatywy mające na celu budowanie i umacnianie więzi pomiędzy polskimi optykami oraz stałe podnoszenie rangi branży optycznej w Polsce.



NOWOCZESNE METODY DIAGNOZY I KOREKCJI

WAD REFRAKCJI

Wady refrakcji, takie jak krótkowzroczność, nadwzroczność czy astygmatyzm, dotyczą milionów ludzi na całym świecie, negatywnie wpływając na jakość ich życia i codzienne funkcjonowanie. Wraz z postępem technologicznym medycyna okulistyczna i optometria rozwijają coraz bardziej zaawansowane metody diagnozy i korekcji wzroku, które pozwalają nie tylko precyzyjnie zidentyfikować problem, ale również zaoferować spersonalizowane rozwiązania dostosowane do potrzeb każdego pacjenta.

Magdalena Moczulska

optyczka, optometrystka, autorka bloga i kanału w serwisie YouTube

W niniejszym artykule omówię nowoczesne technologie stosowane w diagnostyce wad refrakcji oraz dostępne metody ich korekcji. Odpowiem także na pytanie: w jaki sposób współczesna nauka i technologia przyczyniają się do poprawy jakości widzenia oraz jakie rozwiązania warto proponować pacjentom.

Nowoczesne metody diagnozy wad refrakcji

Postęp technologiczny w okulistyce wprowadził innowacyjne narzędzia umożliwiające precyzyjną diagnozę wad refrakcji. Automatyczna refraktometria pozwala na szybkie określenie podstawowych parametrów wady, co stanowi punkt wyjścia do dalszych badań. Aberrometria umożliwia wykonanie pomiaru drobnych nieregularności optycznych, a topografia rogówki precyzyjne zmapowanie jej kształtu, co jest kluczowe przy schorzeniach takich jak stożek rogówki. Biometria optyczna pozwala wykonać dokładny pomiar długości gałki ocznej, istotny w diagnostyce krótkowzroczności osiowej. Nowoczesne metody, wspierane przez sztuczną inteligencję, podnoszą jakość diagnozy, oferując pacjentom wyższy standard opieki.

Znaczenie biometrii optycznej w diagnostyce krótkowzroczności

Biometria optyczna to jedna z najnowocześniejszych metod stosowanych w diagnostyce okulistycznej, która odgrywa szcze-

gólną rolę w wykrywaniu i monitorowaniu krótkowzroczności. Kluczowym elementem tego badania jest pomiar długości osiowej gałki ocznej – parametru, który w dużej mierze determinuje rozwój tej wady wzroku.

W przypadku krótkowzroczności osiowej, która jest najczęstszym typem tej wady, nadmierne wydłużenie gałki ocznej sprawia, że obraz ogniskuje się przed siatkówką zamiast na niej. Biometria optyczna pozwala zmierzyć długość osiową gałki ocznej z bardzo dużą dokładnością, co jest niezbędne do oceny stopnia zaawansowania krótkowzroczności oraz jej progresji. Jest to szczególnie istotne w przypadku dzieci i młodzieży, u których wada wzroku może się szybko pogłębiać.

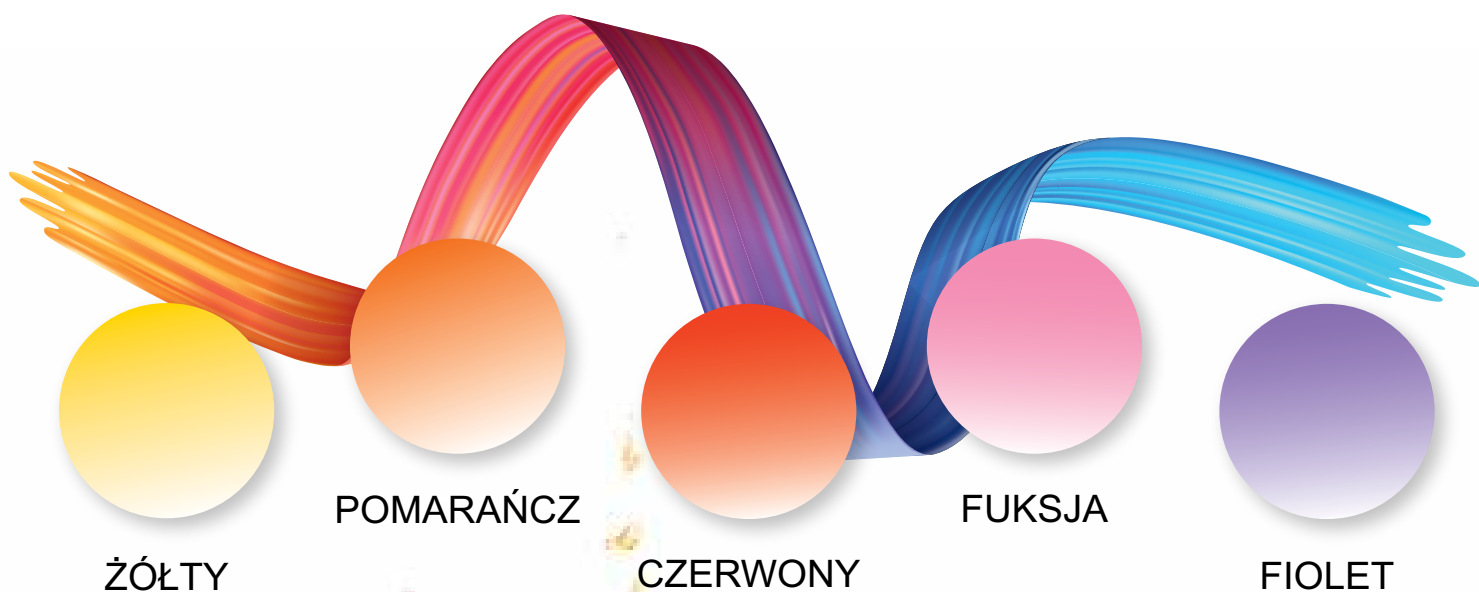
Dzięki wysokiej precyzji pomiarów biometria optyczna znajduje zastosowanie

w monitorowaniu skuteczności terapii kontrolujących postęp krótkowzroczności, takich jak okulary z soczewkami spowalniającymi rozwój wady, ortokorekcja czy leczenie atropiną w niskich dawkach. Regularne wykonywanie pomiarów umożliwia lekarzom i optometrystom ocenę, czy zastosowane metody skutecznie ograniczają wzrost długości gałki ocznej, co pozwala na zatrzymanie rozwoju wady.

Biometria jest także nieocenionym narzędziem w planowaniu zabiegów chirurgicznych, takich jak implantacja soczewek fakijnych czy laserowa korekcja wzroku. Dokładne pomiary długości osiowej gałki ocznej i innych parametrów oka pozwalają na precyzyjne dopasowanie procedur do indywidualnych potrzeb pacjenta, minimalizując ryzyko błędów i komplikacji.



SOCZEWKI BARWIONE



Biuro czynne:
pn.-pt. 8.00-19³⁰
sob. 8.00-13³⁰

PROGRESS LENS POLSKA
Wyki 11a, 01-318 Warszawa

Tel.: 22 666-40-50
666-40-51
e-mail: progresspolska1@wp.pl

SOCZEWKI POLARYZACYJNE

INDEX 1.5

INDEX 1.6

INDEX 1.67



grey
BLUE MIRROR



grey
SILVER MIRROR



brown
GOLD MIRROR

Topografia rogówki – precyzja w diagnostyce

Kolejnym istotnym narzędziem w diagnostyce wad refrakcji, zwłaszcza w kontekście krótkowzroczności i innych złożonych problemów z rogówką, jest topografia rogówki. To zaawansowane badanie pozwala na stworzenie szczegółowej mapy powierzchni rogówki i ocenę jej kształtu, krzywizny i regularności.

Dla osób z krótkowzrocznością topografia rogówki ma ogromne znaczenie, szczególnie jeśli wada wiąże się z występowaniem na powierzchni oka nieregularności takich jak stożek rogówki. Badanie to umożliwia wczesne wykrycie zmian, które mogą wpływać na skuteczność korekcji optycznej, a nawet pozwala wykluczyć pewne metody leczenia (np. niektóre procedury laserowe). Dzięki precyzyjnym wynikom lekarze mogą zaplanować odpowiednią strategię korekcji wzroku, np. zastosowanie specjalistycznych soczewek kontaktowych czy wykonanie zabiegów w ramach chirurgii refrakcyjnej.

Badanie topografii rogówki jest również nieodzowne w procesie przygotowywania pacjenta do zabiegów takich jak LASIK czy SMILE. Zapewnia ono szczegółowy wgląd w budowę rogówki, dzięki czemu chirurg może optymalnie zaplanować parametry zabiegu. Metoda ta jest ponadto wykorzystywana do monitorowania pacjentów po operacjach – pozwala ona ocenić, jak przebiega proces gojenia, i wykryć ewentualne powikłania na wczesnym etapie.

Badanie topografii rogówki jest metodą uniwersalną i odgrywa kluczową rolę nie tylko w diagnostyce, ale także w planowaniu i monitorowaniu procesu leczenia. Badanie to zapewnia najwyższy poziom precyzji i bezpieczeństwa w nowoczesnej optometrii i okulistyce.

Aberrometria

Współczesna diagnostyka wad refrakcji nie kończy się na standardowych pomiarach wady wzroku. Aberrometria to technologia, która pozwala na analizę aberracji wyższego rzędu – subtelných zakłóceń w układzie optycznym oka, które mogą znacząco wpływać na jakość widzenia, zwłaszcza w trudnych warunkach oświetleniowych (np. w nocy).

Badanie to jest szczególnie przydatne u pacjentów, którzy – pomimo zastosowania korekcji z wykorzystaniem tradycyjnych metod – nadal zgłaszają

problemy z ostrością wzroku lub dyskomfort wizualny. Dzięki aberrometrii możliwe jest zidentyfikowanie nieregularności, które wcześniej pozostawały niewykryte, co pozwala na zastosowanie spersonalizowanych soczewek lub wdrożenie zaawansowanych procedur korekcyjnych.

Aberrometria znajduje również zastosowanie w chirurgii refrakcyjnej, gdzie precyzyjne dane dotyczące aberracji oka są wykorzystywane do optymalizacji zabiegów laserowych. Dzięki temu możliwe jest osiągnięcie lepszej jakości widzenia niż w przypadku tradycyjnych metod korekcji.

Podsumowując: topografia rogówki i aberrometria to badania, które nie tylko uzupełniają tradycyjną diagnostykę wad refrakcji, ale także wprowadzają ją na zupełnie nowy poziom. Zastosowanie tych metod pozwala na bardziej precyzyjną diagnozę i skuteczniejsze leczenie, co przekłada się pozytywnie na jakość życia pacjentów.

Nowoczesne metody korekcji wad refrakcji

Rzeczony rozwój technologii i medycyny przyniósł ogromny postęp w sposobach korygowania wad refrakcji, takich jak krótkowzroczność, nadwzroczność czy astygmatyzm. Dzięki nowoczesnym rozwiązaniom pacjenci mogą wybierać spośród wielu metod, dostosowanych do ich indywidualnych potrzeb, stylu życia i oczekiwań.

Najczęściej stosowaną metodą korekcji są okulary, które – dzięki innowacyjnym materiałom i nowoczesnym konstrukcjom soczewek – zapewniają doskonałą jakość widzenia oraz komfort użytkowania. Przykładem są soczewki indywidualne, które minimalizują aberracje i maksymalizują komfort użytkowania okularów nawet przy skomplikowanych wadach wzroku.

Soczewki kontaktowe to kolejna popularna metoda korekcji, szczególnie wśród osób aktywnych fizycznie lub preferujących dyskrecję. Nowoczesne soczewki silikonowo-hydrożelowe mogą być noszone przez cały dzień, gdyż zapewniają odpowiednie dotlenienie oka. Coraz większą popularność zyskują także soczewki specjalistyczne, np. toryczne czy multifokalne.

Dla osób poszukujących trwałych rozwiązań w zakresie korekcji wzroku idealnym wyborem mogą być zabiegi chirurgiczne. Laserowa korekcja wzroku (w tym: LASIK, LASEK i SMILE) pozwala na precyzyjne modelowanie rogówki,

co skutecznie eliminuje potrzebę noszenia okularów czy soczewek. Każda z tych procedur jest dostosowywana do indywidualnych potrzeb pacjenta, co zapewnia maksymalne bezpieczeństwo i efektywność.

Alternatywą dla laserowej korekcji są implanty soczewek wewnątrzgałkowych, które stosuje się u pacjentów z bardzo głębokimi wadami wzroku lub w sytuacjach, gdy występują przeciwwskazania do korekcji laserowej. Soczewki fakijne, wszczepiane do oka, zapewniają korekcję wady wzroku bez usuwania naturalnej soczewki, co jest rozwiązaniem odwracalnym i bezpiecznym.

W ostatnich latach coraz większą popularność zyskują również takie metody kontrolujące progresję krótkowzroczności, jak soczewki wykonane w technologii D.I.M.S., ortokorekcja (soczewki zakładane na noc) oraz terapia atropiną w niskich dawkach. Metody te są szczególnie rekomendowane dla dzieci i młodzieży, gdyż u tych pacjentów wada wzroku może się szybko pogłębiać.

Dzięki nowoczesnym metodom korekcji pacjenci mogą cieszyć się wyraźnym widzeniem i pełnym komfortem w codziennym życiu. Kluczowe jest jednak indywidualne podejście, które pozwala na dobranie najlepszego rozwiązania zgodnie z potrzebami i oczekiwaniami danego klienta.

Podsumowanie

Nowoczesne metody diagnozy i korekcji wad refrakcji otwierają przed pacjentami zupełnie nowe możliwości poprawy jakości widzenia i komfortu życia. Precyzyjne narzędzia diagnostyczne, takie jak biometria optyczna, topografia rogówki czy aberrometria, pozwalają na szczegółową analizę układu optycznego oka, co stanowi podstawę do wdrożenia skutecznego leczenia.

Równocześnie zaawansowane technologie korekcji wzroku – od innowacyjnych soczewek okularowych i kontaktowych po zaawansowane zabiegi laserowe i implanty soczewek – oferują rozwiązania dopasowane do indywidualnych potrzeb pacjenta. Co więcej, rosnące znaczenie metod kontrolujących progresję krótkowzroczności daje szansę na zahamowanie jej rozwoju, zwłaszcza w młodszej populacji.

Kluczem do skutecznej korekcji wad wzroku jest indywidualne podejście do pacjenta, regularne badania oraz współpraca z doświadczonym specjalistą. Dzięki temu możliwe jest nie tylko uzyskanie wyraźnego widzenia, ale również ochrona narządu wzroku przez długie lata.



URBAN CLARITY

amoptical.pl

SOLANO

high-end performance

MODEL NO. S20653B

OPRAWY OKULAROWE W KOLORZE MOCHA MOUSSE

KOLOR ROKU PANTONE 2025

Instytut Pantone, globalny autorytet w dziedzinie kolorów i dostawca standardów w zakresie języka kolorów, ogłosił PANTONE 17-1230 Mocha Mousse kolorem roku 2025. To „smakowity” brąz, emanujący zmysłowym ciepłem.

Grażyna Jancik

kierownik marketingu i reklamy magazynu „Optyk Polski”

Źródło: www.pantone.com/color-of-the-year/2025



Mocha Mousse – „smakowity” odcień brązu

Aby przybliżyć kolor Mocha Mousse, konieczne będzie odniesienie się do wielu zmysłów. Eksperti z Instytutu Pantone określają ten kolor jako ciepły, bogaty odcień brązu (tzw. miękki brąz), który otula nas zmysłowym ciepłem. PANTONE 17-1230 możemy określić także jako „smakowity” odcień brązu, który kojarzy się z pysznym kakao, gorącą czekoladą czy też aromatyczną kawą. Kolor ten nawiązuje do radości płynących z codziennych przyjemności, wygody i dobrostanu. Warto też dodać, że niesie on ze sobą zmianę sposobu postrzegania brązów, które – z odcieni kojarzących się ze skromnością, banalnością i przeciętnością – stają się barwami nawiązującymi do luksusu, elegancji i wyrafinowania. Dzisiejsze trendy w designie odwołują się do natury i ekologii. Ciepła tonacja PANTONE 17-1230 Mocha Mousse doskonale wpisuje się w te tendencje. Drewno oraz kolory ziemi są nierozdzielnie kojarzone z tymi trendami, a ciepły odcień brązu idealnie koreluje z ekologicznymi materiałami. Warto podkreślić, iż Mocha Mousse emanuje spokojem i harmonią, dzięki czemu – zastosowany np. we wnętrzach – daje uczucie relaksu, odprężenia oraz symbolizuje stabilność i bezpieczeństwo. PANTONE 17-1230 to kolor, który możemy zestawiać z innymi barwami i wykorzystywać w wielu stylach.



MM5155-B_55056

MAX MARA

Odcienie brązu są na stałe wpisane w DNA marki. Propozycje charakteryzują się subtelnymi liniami, proporcjami i delikatnymi detalami, które w dyskretny sposób przyciągają uwagę.

Pantone Color Institute co roku wybiera tzw. kolor roku, który staje się wiodącym odcieniem w wielu branżach: od mody po architekturę wnętrz, marketing czy reklamę. Kolor roku inspirowane także projektantów akcesoriów, dodatków, a nawet producentów opraw okularowych. Wybrana barwa odzwierciedla aktualne trendy oraz nastroje społeczne i kulturowe, np. powrót do natury czy poszukiwanie harmonii i dobrostanu.

Eksperti Pantone badają współczesne wyzwania w wielu obszarach życia, aby wyłonić kolor najlepiej oddający ducha nadchodzącego roku. Kolor roku często wpływa zarówno na projektantów, jak i na decyzje kupujących, którzy szukają nowoczesnych i modnych rozwiązań w tych odcieniach. Warto mieć to na uwadze, poszukując ciekawych opraw

do salonu optycznego. Sprawdźmy zatem, jaki wpływ będzie miał kolor roku na modę i *design*, a tym samym na branżę optyczną. Zobaczymy, czym jest kolor roku i w jaki sposób inspirowane on producentów opraw, a także w jaki sposób eksponować produkty w tym kolorze w salonie optycznym i polecać je klientom.



AH3291-C02

ANA HICKMANN

Okulary dodają klasy, pasują zarówno do ciepłych, jak i chłodnych typów urody, a ponadto świetnie komponują się z innymi neutralnymi barwami – od beżu po grafit.

GUESS

Czy istnieje lepszy sposób na podkreślenie wyrafinowanego stylu glamour niż za pomocą złotego akcentu? Łańcuszek tworzący przednią część zauszników jest nawiązaniem do słynnego motywu marki w galanterii skórzanej. Połączenie z Mocha Mousse to strzał w dziesiątkę!



Doskonale współgra on z neutralnymi odcieniami, takimi jak beż czy szarość, a nawet biel. Ciekawie prezentuje się również w zestawieniu z zieleńmi, zwłaszcza z odcieniami oliwkowymi. Warto go także zestawiać z drewnem czy też elementami ze złota lub miedzi, dzięki czemu staje się on jeszcze bardziej elegancki.

Oprawki okularowe w kolorze roku 2025

Przyjrzyjmy się zatem, w jaki sposób Mocha Mousse – kolor roku 2025 wg Instytutu Pantone – inspiruje projektantów opraw okularowych. Mimo iż jest to nowy trend, na rynku już pojawiło się wiele ciekawych rozwiązań i zestawień. Oprawki okularowe w odcieniu Mocha Mousse przyciągają uwagę swoją zmysłowością i elegancją.

Ten ciepły brąz doskonale komponuje się z różnorodnymi stylami: zarówno klasycznymi, jak i oryginalnymi. Projektanci opracowali różne możliwości wykorzystania tego koloru w oprawkach okularowych. Znajdziemy m.in. okulary, w których kolor roku jest dominujący, ale też takie, w których jest on subtelnym detalem (np. delikatnym akcentem na zausznikach) lub został zestawiony z in-

nymi barwami. To sprawia, że wielu klientów znajdzie dla siebie oprawki z akcentami w kolorze Mocha Mousse. Połączenie tego odcienia brązu z soczewkami w okularach przeciwsłonecznych także otwiera wiele możliwości. Dzięki błyszczącym lub matowym wykończeniom PANTONE 17-1230 wchodzi w różne interakcje ze światłem, przez co pasuje do opraw wykonanych w wielu różnych stylach – od bardziej stonowanych po te wykonane w stylu *glamour*.

Stonowane barwy i zestawienia

Kolor Mocha Mousse nawiązuje do natury, co sprawia, że oprawki okularowe w tym odcieniu są idealnym wyborem dla osób ceniących stonowane, naturalne barwy. To ważne przede wszystkim dla osób, które preferują stylowe akcesoria.

Oprawki utrzymane w tym odcieniu mogą być też postrzegane jako bardziej ekologiczne. W oprawkach okularowych Mocha Mousse świetnie współgra z innymi odcieniami brązu, beżu oraz kolorami neutralnymi ▶



UNITEDVISION

MOCHA MOUSSE KOLOR ROKU PANTONE 2025

Dla miłośników mody to już tradycja – marka Pantone (autorytet w dziedzinie badań i analizy kolorów) wskazuje konkretny odcień, który wraz z początkiem nowego roku symbolizuje globalny nastrój w kulturze, sztuce i designie. W 2025 został nim **MOCHA MOUSSE** – ciepły, subtelny odcień brązu podbija serca miłośników wyrafinowanego stylu.

Oprawki w tym kolorze to doskonały wybór dla osób ceniących harmonię z naturą, pozostając w sferze luksusowej elegancji. Światowe marki – które oficjalnie dystrybuuje United Vision na terenie Polski – przedstawiają swoją interpretację tego wyjątkowego odcienia w bieżących kolekcjach.

Specjalnie dla naszych klientów przygotowaliśmy selekcję oprawek optycznych i okularów przeciwsłonecznych.

Marki luksusowe: DIOR, BVLGARI, LOEWE, FENDI oraz CELINE

Uwielbiają eksponować fakt, że okulary to coś więcej niż dodatek – to manifest całej stylizacji i wysmakowanego gustu. Wchodząc na poziom przekraczający interpretację trendu kolorystycznego, producenci stworzyli oprawki, które są zarówno funkcjonalnym atrybutem, jak i prawdziwym (wręcz biżuteryjnym!) dziełem sztuki.



► (np. bielą czy szarością). Odcień ten symbolizuje spokój i harmonię, co może wpływać na samopoczucie osób noszących okulary, pomagając im poczuć się pewniej i bardziej komfortowo. Kolor ten można również zestawiać z mocniejszymi barwami, co pozwala na tworzenie interesujących kontrastów – to propozycja dla osób, które chcą się wyróżnić. Dodatki w tym kolorze (np. etui na okulary, biżuteria czy torebka) mogą uzupełniać całość, tworząc spójny wizerunek. Oprawy okularowe w kolorze Mocha Mousse to doskonały wybór dla osób poszukujących eleganckich i uniwersalnych akcesoriów.

Ekspozycja oprawy Mocha Mousse w salonie optycznym

Jak efektywnie ekspozycje oprawy okularowe w kolorze roku 2025, czyli Mocha Mousse (PANTONE 17-1230), w salonie optycznym, aby przyciągnąć uwagę klientów? Zaczniemy od witryny salonu optycznego. Warto umieścić kilka opraw okularowych w kolorze Mocha Mousse w centralnym punkcie witryny i zestawiać je z innymi eleganckimi dodatkami w tym kolorze (np. apaszka). Możemy także zamieścić przy nich informację, iż jest to kolor roku 2025, co zapewne przyciągnie uwagę klientów. Wiele inspiracji znajdziemy na stronie www.pantone.com. Warto też rozważyć umieszczenie w witrynie innych elementów w kolorze roku, np. poduszki czy zasłony. Całość może tworzyć specjalną strefę tematyczną poświęconą kolorowi Mocha Mousse.



Źródło: www.pantone.com/color-of-the-year/2025

Można także poinformować klientów swojego salonu, że mamy w sprzedaży oprawy okularowe w kolorze roku 2025. Pomocne będą m.in. materiały promocyjne informujące o kolorze roku i sposobach dopasowywania go do typów urody, a także prezentujące oprawy w tym kolorze (np. plakaty, ulotki, newslettery, materiały do wykorzystania w mediach społecznościowych i na stronie internetowej). W tym przypadku istotne jest pokazanie stylizacji z oprawami, które są dostępne w naszym salonie, uświadomienie klientom znaczenia tego koloru oraz pokazanie, jak można go łączyć z innymi barwami, elementami ubioru czy dodatkami.

Ciekawym pomysłem może być też zorganizowanie w salonie „Dnia koloru roku” czy warsztatów stylizacji, podczas których stylistka może dobrać odpowiednie oprawy w kolorze Mocha Mousse i zestawiać je z innymi modnymi dodatkami. W tym czasie możemy także przygotować ofertę promocyjną na oprawy w odcieniu Mocha Mousse.

Dzięki takim działaniom salon optyczny może skutecznie wyeksponować oprawy okularowe w kolorze roku 2025, przyciągając uwagę klientów poszukujących modnych rozwiązań.

Wydarzenia promujące kolor roku 2025 – Pantone 17-1230 Mocha Mousse

- Iluminacja London Eye**
 Instytut Pantone zorganizował premierowy pokaz koloru roku, przygotowując iluminację London Eye. Obiekt został oświetlony odcieniem Mocha Mousse, co przyciągnęło uwagę publiczności i mediów.
- Międzynarodowa trasa promocyjna**
 Instytut Pantone planuje zorganizować międzynarodową trasę promocyjną koloru roku w różnych miastach na całym świecie, m.in. w: Nowym Jorku, Londynie, Szanghaju i Bombaju. Dzięki tym wydarzeniom kolor roku zostanie zaprezentowany szerokiej publiczności.
- Współpraca z markami**
 Instytut Pantone nawiązał współpracę z wieloma znanymi markami, aby wprowadzić kolor Mocha Mousse do różnych produktów. Dla przykładu: **Motorola** zaprezentuje swoje urządzenia w odcieniu Mocha Mousse; **Joybird** zaoferuje meble w tym kolorze, a **Pura** stworzyła zapachy inspirowane tym kolorem. Wiele firm projektujących **oprawy okularowe** także zdecydowało się na opracowanie produktów w kolorze Mocha Mousse.



Źródło: www.pantone.com/color-of-the-year/2025



i - D TOKYO®
focus on you

**TO WYRÓB MEDYCZNY. UŻYWAJ GO ZGODNIE Z ETYKIETĄ I
ZAŁĄCZONĄ INSTRUKCJĄ.**

NOWOŚCI I KOLEKCJE 2024

ZAPRASZAMY NA WYBÓR EKSKLUZYWNYCH KOLEKCJI

▶ **WOJCIECH LITWIN**

(południowy wschód Polski)

tel. 578 686 863

w.litwin.vadim@gmail.com

▶ **ŁUKASZ KOSIŃSKI**

(południowy zachód Polski)

tel. 536 484 842

lukasz.kvadim@gmail.com

▶ **KRZYSZTOF WOJTASZEK**

(północny zachód Polski)

tel. 539 713 383

krzysztof.wojtaszek@interia.pl

▶ **ARKADIUSZ CZARNECKI**

(północny wschód Polski)

tel. 535 746 959

czarnecki.vadim@gmail.com

Calvin Klein
Jeans



FERRAGAMO

BRETT

KARL
LAGERFELD

ck

LIU·JO

KALEOS

LONGCHAMP
PARIS



CONVERSE

etnia O.
BARCELONA

Calvin Klein



Vadim
EYEWEAR



Calvin Klein



Calvin Klein
Jeans

Lapo

ALLPOETS

lool



LAND ROVER
EYEWEAR

RANGE ROVER
EYEWEAR

NAUTICA
EYEWEAR

WPŁYW UPOMINKÓW PROMOCYJNYCH NA LOJALNOŚĆ KLIENTA



Wojciech Litwin

Przedstawiciel handlowy firmy
Vadim Eyewear

Jednym z takich narzędzi są upominki promocyjne, które – odpowiednio zaprojektowane i dostosowane do grupy docelowej – mogą stanowić skuteczny element strategii marketingowej.

Dlaczego warto inwestować w upominki promocyjne?

Upominki promocyjne to coś więcej niż tylko gadżety z logo firmy. To subtelny sposób na budowanie pozytywnego wizerunku marki, utrwalanie jej obecności w świadomości klientów oraz okazanie wdzięczności za otrzymane zaufanie. W branży optycznej, w której konkurencja jest bardzo silna, a decyzje zakupowe często zależą od subiektywnych odczuć klienta, drobne gesty w postaci personalizowanych prezentów mogą okazać się decydujące.

Badania marketingowe wskazują, że klienci, którzy otrzymują upominki promocyjne, czują, że firma docenia ich lojalność. To z kolei pozytywnie wpływa na ich decyzje o powrocie do salonu optycznego w przyszłości. W praktyce oznacza to, że nawet drobny upominek – taki jak elegancka ściereczka do okularów z logo salonu, stylowe etui czy voucher na bezpłatne badanie wzroku – może zwiększyć satysfakcję klienta i wzmocnić jego więź z marką.

Upominki promocyjne – co sprawdza się najlepiej?

Nie wszystkie upominki mają równie silny wpływ na klienta. Z przeprowadzonych badań wynika, że aby prezent był skuteczny, musi być przemyślany i dostosowany do oczekiwań klienta. W branży optycznej najlepiej sprawdza-

ją się produkty praktyczne, estetyczne i związane z okularami oraz szeroko pojętym zdrowiem narządu wzroku. Interesujące jest to, że wysoką popularnością cieszą się także personalizowane

prezenty, które budują poczucie indywidualnego podejścia do odbiorcy. Ważne, by prezenty były zgodne z oczekiwaniami i potrzebami klientów – w przeciwnym razie mogą zostać odebrane jako zbędne gadżety.





Emocjonalna wartość prezentów

Jednym z kluczowych czynników wpływających na sukces upominków promocyjnych jest ich zdolność do wywoływania pozytywnych emocji. Otrzymanie prezentu uruchamia w mózgu mechanizmy nagrody, wzbudzając uczucie zadowolenia i przyjemności. Klient podświadomie łączy te uczucia z firmą, od której otrzymał prezent. Co więcej, zadowoleni klienci często dzielą się swoimi doświadczeniami w mediach społecznościowych lub polecają znajomym taką firmę czy markę.

Przykładem działania wykorzystującego emocje mogą być prezenty sezonowe, np. zestawy świąteczne. Wprowadzenie do oferty upominków związanych z okresem Bożego Narodzenia, Walentynek czy innych popularnych świąt pozwala firmie budować pozytywny wizerunek i przypominać o sobie w kluczowych momentach roku.

Dlaczego warto inwestować w lojalność klientów?

Lojalni klienci to największy kapitał każdej firmy – są oni nie tylko stałym źródłem dochodów, ale także często wydają o wiele więcej niż nowi klienci. Warto podkreślić, że koszty utrzymania stałego klienta są zwykle znacznie niższe niż te związane z pozyskaniem nowego. Dodatkowo lojalni klienci są najlepszymi ambasadorami marki, gdyż ich pozytywne opinie mogą przyciągnąć kolejnych odbiorców.

Firmy, które zanedbują budowanie lojalności klientów, często obserwują wysoką rotację wśród swoich konsumentów, co w długoterminowej perspektywie negatywnie wpływa na ich wyniki finansowe. M.in. z tego powodu inwestowanie w programy lojalnościowe, w tym w upominki promocyjne, powinno być stałym elementem strategii marketingowej każdego przedsiębiorstwa.



Rekomendacje dla firm

Jeśli zastanawiasz się, jak efektywnie wykorzystać upominki promocyjne w swojej strategii, poniżej znajdziesz kilka kluczowych wskazówek.

1. Poznaj swojego klienta – personalizacja to klucz do sukcesu. Dowiedz się, co sprawia radość Twoim klientom, a także jakie są ich potrzeby i preferencje.
2. Postaw na jakość – nawet drobny upominek powinien być starannie wykonany i praktyczny. Niska jakość prezentu może przynieść odwrotny skutek.
3. Dopasuj upominek do okazji – prezenty sezonowe lub związane z konkretnymi wydarzeniami są szczególnie cenione przez klientów.
4. Zaskocz klienta – prezenty niespodzianki, wręczone bez konkretnej okazji, wywołują pozytywne emocje i budują wrażenie indywidualnego podejścia.
5. Mierz efektywność działań – regularnie analizuj wpływ upominków promocyjnych na lojalność klientów. Wykorzystaj ankiety, badania satysfakcji oraz dane sprzedażowe, aby ocenić skuteczność swojej strategii. Dzięki temu możesz lepiej dostosowywać swoje działania do potrzeb rynku.



Upominki promocyjne są jednym z najbardziej efektywnych sposobów budowania lojalności klientów. Kluczowe jest jednak ich odpowiednie zaplanowanie – zrozumienie potrzeb odbiorców, inwestowanie w jakość oraz stałe monitorowanie wyników. Firmy, które potrafią w kreatywny sposób wykorzystać te możliwości, zyskują nie tylko zadowolonych klientów, ale także przewagę konkurencyjną na rynku.

Współczesny klient oczekuje czegoś więcej niż tylko usług – chce poczuć się doceniony i ważny. Upominki promocyjne są idealnym narzędziem, aby sprostać tym oczekiwaniom i zbudować trwałą lojalność.

CZERNÍ CZERNI NIERÓWNA

W przypadku okularów (ale nie tylko) trudno o lepszy przykład barwy odzwierciedlającej jednocześnie dużą zachowawczość i wielką odwagę. Ciężko o kolor będący stylistycznym kołem ratunkowym dla pragmatyków, a jednocześnie wyszukaną propozycją dla modowych ekscentryków. Niełatwo o barwę będącą odpowiedzią na „taniłość” i „zwykłość”, a jednocześnie na luksus i wyrafinowanie. Trudno o kolor, który pozwala zarówno ukryć, jak i uwypuklić pewne cechy i podkreślić styl czy osobowość.

Radek Wiktorowicz aka Ghosteye

blogger na www.ghosteye.pl, szkoleniowiec,
certyfikowany stylistą opraw okularowych i kolorysta



Czerń niejedno ma imię

Jakże prostsze byłoby życie doradców w salonach optycznych, gdyby okularowa czerń była czymś w rodzaju podręcznikowego rozwiązania wyłącznie dla zimowego typu kobiecej urody, występującego w towarzystwie przenikliwej jasności białek oka, mocnej karmazynowej szminki i hebanowych włosów. To, że w takim anturazie czarne jak smoła błyszczące oprawki czują się świetnie, wydaje się oczywiste.

Rzeczywistość jest jednak nieco bardziej skomplikowana. Czarne oprawy okularowe mogą reprezentować rozmaite odcienie czerni, a żonglowanie grubością opraw bądź nawet dyskretne towarzystwo innej barwy sprawiają, że takie okulary mogą być doskonałym rozwiązaniem dla różnorodnych typów urody. Nie ma znaczenia, czy mamy do czynienia z urodą w stylu Królowej Śnieżki, ze słowiańską kremową skórą i blond włosami czy złocistą celtycką karnacją. Czerń daje nam wiele możliwości, gdyż trafne zagranie jej odcieniem, stopniem połysku, fakturą, grubością i materiałem oprawy pozwala dostosować stylizację okularową niemalże do każdego typu urody i stylu użytkownika.

Nieważna płeć, nieważny wiek

Nie ma nic bardziej mylnego, niż uznanie czarnej barwy za stworzoną głównie dla mężczyzn. W obszarze optyki okularowej takie podejście nie ma racji bytu. Czarny jest kolorem,

Czarny to kolor wielu sprzeczności, który w obszarze mody jest fascynujący i niezastąpiony, a w przypadku optyki okularowej bezdyskusyjnie gra pierwsze skrzypce.

Ciemność. Widzę ciemność

W teorii czarny kolor oznacza całkowity brak światła widzialnego odbijanego przez ciało przy oświetleniu dowolnym światłem widzialnym. Innymi słowy: czarny to taki kolor trochę „na opak”, bo oznacza brak światła, podczas gdy wszystkie inne kolory są jego odbiciem. Rzecz jasna w naszym świecie idealna czerń nie istnieje (chyba że mówimy o modelu ciała doskonale

czarnego, skonstruowanym w laboratorium w Puszczykowie k. Poznania). Przyjmijmy zatem, że czarny to kolor, który naocznie trudno nam zdefiniować, ponieważ bardzo mocno kontrastuje z otoczeniem lub – jak kto woli – jest efektem zmieszania ze sobą trzech barw podstawowych, czyli: czerwonej, niebieskiej i żółtej, w proporcjach 1:1:1.

Czarne oprawy towarzyszą optyce okularowej od zawsze i chyba najbardziej trafne słowo, które definiuje ich obecność w tej dziedzinie mody, to „uniwersalność”. Co jest w tej czerni, że zadomowiła się w salonach optycznych, stając się rozwiązaniem dla każdego? Jak to możliwe, że jeden kolor stanowi odpowiedź na każdą płeć, każdy wiek, a nawet każdy typ urody i osobowości? Przyczyn jest kilka.

CAROLINA



HERRERA



który możemy wkomponować zarówno w subtelną i delikatną dziewczęcą urodę, jak i w wyrazistą aparycję samca alfa. Rządzą tutaj dwie zmienne – kształt i grubość oprawy. Ta druga zmienna nadaje bądź ujmuje wyrazistości i powagi, pierwsza zaś określa płeć użytkownika i jego temperament, stanowiąc jednocześnie przeciwwagę dla proporcji i kształtu twarzy.

Z jednej strony zastosowanie cienkiej, metalowej konstrukcji czy ażurowej stylistyki może nadać oprawie wybitną lekkość, z drugiej wykorzystanie trendu *bold frame* będzie rozwiązaniem „ciężkim” z estetycznego punktu widzenia.

Czarny to kolor, który w optyce okularowej nie ma jednoznacznego psychologicznego znaczenia. Co prawda w modzie kolor ten interpretowany jest jako wyraz prestiżu i elegancji (wystarczy spojrzeć na identyfikację wizualną wielu luksusowych domów mody) oraz dystansu i powagi, jednak w przypadku okularów właściwa odpowiedź na pytanie: czy kolor czarny pełni podobną rolę brzmi: i tak, i nie. Konia z rzędem temu, kto odgadnie, w którym miejscu czarne okulary zaczynają symbolizować luksus, a w którym ascezę, kiedy są oznaką wyłącznie pragmatycznego podejścia, a kiedy wyrafinowania. Granica jest tutaj bardzo cienka.

Czarna barwa jest szeroko wykorzystywana przez producentów okularów w odniesieniu do użytkowników w każdym wieku. Kontrastowość tego koloru, który jak żaden inny „kształtuje” proporcje twarzy, sprawia, że oprawy w tym kolorze stanowią topowe rozwiązanie zarówno dla dzieci i młodzieży, jak i osób dorosłych i w podeszłym wieku. Recepta na ową



wszeczhronność tkwi w sile kontrastu opraw i uniwersalności barwy, która pasuje do każdego innego koloru.

Czarny jest też kolorem, który rządzi się nieco innymi prawami. Dlaczego? Ponieważ gdybyśmy zapytali, czy w danym sezonie czy porze roku czarny jest *en vogue* (czyli modny, przyp. red.), odpowiedź zawsze będzie twierdząca.

OPRAWY OKULAROWE NIKE Z LINII MOVE TO ZERO

NOWA ERA ZRÓWNOWAŻONEJ MODY OPTYCZNEJ

Oprawy okularowe Nike z linii Move to Zero to współczesne podejście do designu, funkcjonalności i odpowiedzialności środowiskowej. Jako wiodący dystrybutor opraw okularowych, z dumą prezentujemy nową linię opraw marki Nike, która wpisuje się w ambitny program Move to Zero – globalną inicjatywę Nike na rzecz minimalizacji śladów środowiskowych.

Ta innowacyjna kolekcja łączy nowoczesny design z dbałością o planetę, oferując klientom produkty, które są zarówno stylowe, jak i przyjazne dla środowiska.

Program Move to Zero to odpowiedź marki Nike na współczesne wyzwania ekologiczne, w tym redukcję emisji dwutlenku węgla i eliminację odpadów. W ramach tej inicjatywy marka projektuje swoje produkty z wykorzystaniem materiałów pochodzących z recyklingu oraz technologii ograniczających zużycie surowców. Oprawy okularowe z tej linii wykonane są z tworzywa sztucznego o niskim śladzie węglowym, a każdy etap produkcji został zoptymalizowany pod kątem efektywności energetycznej.

Kolekcja opraw Move to Zero to propozycja dla osób, które oczekują najwyższej jakości

i innowacyjnych rozwiązań. Ergonomiczny design, lekkość oraz trwałość to kluczowe cechy tych opraw. W kolekcji znajdziemy modele dedykowane zarówno sportowcom, jak i osobom szukającym codziennych, wygodnych rozwiązań.

Więcej informacji o kolekcji oraz warunkach współpracy znajdziesz na naszej stronie internetowej www.optimex.com.pl lub kontaktując się z naszym działem obsługi klienta.

Razem tworzymy przyszłość optyki – odpowiedzialną i nowoczesną!



ultra perfect vision
polarized



nowa kolekcja
już w sprzedaży

INVU.
BY SWISS EYEWEAR GROUP 

OKULARY DLA KAŻDEGO

SZTUKA PERFEKCYJNEGO DOPASOWANIA

W dzisiejszych czasach okulary to coś więcej niż tylko narzędzie do korekcji wzroku – to prawdziwy manifest stylu, osobowości i dbałości o detale. Coraz częściej wybór opraw okularowych staje się jednym z kluczowych elementów budowania własnego wizerunku. Dlatego też, jako optyk, masz nie tylko szansę, ale i obowiązek bycia dla swoich klientów przewodnikiem w tej wyjątkowej podróży.

Sylvia Piskulska-Grzesik

optyczka, przedsiębiorczyni, właścicielka salonu optycznego, trenerka sprzedaży i nowoczesnej obsługi klienta pod marką Optyczne Rewolucje

Każda decyzja zakupowa – od wyboru kształtu oprawek, aż po ich kolor czy materiał, z którego są wykonane – to krok ku stworzeniu harmonii między tym, jak klient widzi świat, a tym, jak chce być postrzegany. Ale czy zawsze wiemy, jak uzyskać tę idealną równowagę? Tu wkraczasz Ty – optyk profesjonalista. Twoje doradztwo sprawia, że każdy klient wychodzi z salonu z przekonaniem, że dokonał najlepszego wyboru.

- *Jakie akcesoria lubi Pani/Pan nosić?*
Klient, który ceni subtelne dodatki, może wybrać oprawki minimalistyczne, podczas gdy miłośnik ekstrawagancji pokocha odważne wzory.
- *Czy okulary mają podkreślić Pani/Pana osobowość, czy też powinny być bardziej neutralne?*
To pytanie otwiera drzwi do rozmowy o preferencjach i potrzebach wizerunkowych.

Okulary jako wyraz stylu i osobowości

Przy doborze opraw okularowych kluczowe jest zrozumienie klienta – jego stylu życia, osobowości i oczekiwań. Poniżej kilka pytań, które mogą pomóc Ci stworzyć wyjątkowe doświadczenie zakupowe.

- *Jakie kolory dominują w Pani/Pana garderobie?*
Dzięki temu dobierzesz oprawy, które będą harmonizować z codziennym strojem.

Co mówią oprawy?

KSZTAŁT

Okrągłe oprawki dodają artystycznego charakteru, kwadratowe wyrażają siłę i determinację, a oprawki typu „kocie oko” podkreślają elegancję i zmysłowość.

KOLOR

Neutralne barwy są bezpiecznym wyborem, a intensywne kolory (jak czerwień czy szafir) to świetna propozycja dla odważnych.

Vistan – lider w branży opraw okularowych w rankingu „Brillenfassungen 2024”

Firmę Vistan doceniono przede wszystkim za kompleksowe podejście do produktu, obsługi klienta, strategii, dystrybucji, a także wsparcie marketingowe*.

TRENDY

Klasyka jest ponadczasowa, ale śledzenie modowych trendów może pomóc optykowi zaoferować coś, co klient pokocha od pierwszego wejrzenia.

MATERIAŁ

- Metal (elegancja w prostocie) – to materiał idealny dla osób ceniących nowoczesny, minimalistyczny styl. Metalowe oprawki emanują wyrafinowaniem i trwałością i pasują zarówno do stylizacji biznesowych, jak i casualowych.
- Tworzywo (pełnia charakteru) – ten wszechstronny materiał pozwala na eksponowanie kolorów i wzorów. Oprawki z tworzywa są wyborem dla osób, które chcą odważnie wyrażać siebie, a jednocześnie cenią komfort i lekkość.
- Drewno lub materiały ekologiczne (harmonia z naturą) – te materiały to dobry wybór dla klientów świadomych ekologicznie, którzy stawiają na oryginalność i ponadczasowy styl. Oprawki wykonane z tych materiałów to subtelny sposób na pokazanie, że piękno może iść w parze z odpowiedzialnością środowiskową.



* Źródło: <https://www.markt-intern.de/infobriefe/gesundheit-freizeit/augenoptik-optometrie/o-2024-45/leistungsspiegel-brillenfassungen-2024-gesamtsieger-vistan-ueberall-stark-nirgendwo-schwach> | www.markt-intern.de/optik

CoverMe!

CINQUE

ChangeMe!

ROY ROBSON



Przedstawiciele handlowi firmy Vistan z niecierpliwością czekają na spotkanie z Państwem:

Michał

+48 508 561 205

opolskie, śląskie,
małopolskie

Bogusław

+48 602151663

mazowieckie, podlaskie
lubelskie

Sebastian

+48 609 931 909

lubelskie,
wielkopolskie,
łódzkie, dolnośląskie

Marek

+48 511 341 361

zachodnio pomorskie,
pomorskie,
kujawsko-pomorskie,
warmińsko mazurskie

Zapraszamy również do strony internetowej dostępnej w języku polskim.
Do Państwa dyspozycji jest również Nasz polskojęzyczny dział obsługi klienta.

infolinia:

+49 7171 93 03 160

e-mail:

info.polska@vistan.de

www:

www.vistan-brillen.de/pl

Wilhelmstr. 16

73525 Schwäbisch Gmünd

Okulary do zadań specjalnych

Dobór okularów dopasowanych do rodzaju i stylu pracy wymaga uwzględnienia nie tylko odpowiedniej korekcji wzroku i rodzaju soczewek okularowych, ale również właściwej propozycji opraw. Dobierając okulary do pracy, warto zadać klientowi poniższe pytania.

- *Jak wygląda Pani/Pana dzień pracy?*
Istotne jest, czy klient pracuje w biurze, czy w terenie. Oprawki do pracy muszą być nie tylko estetyczne, ale i praktyczne.
- *Czy spędza Pani/Pan dużo czasu przy komputerze?*
Jeśli odpowiedź na to pytanie będzie twierdząca, to zaproponuj oprawy, których kolor będzie dobrze komponował się z soczewkami z filtrem światła niebieskiego.
- *Czy Pani/Pana praca wymaga kontaktu z klientem?*
Eleganckie, subtelne oprawy mogą wzbudzać zaufanie i profesjonalizm.

Okulary na każdą kieszeń

Twoim zadaniem jest znalezienie idealnego rozwiązania – niezależnie od budżetu, jakim dysponuje klient:

- ekonomiczne okulary korekcyjne – to solidne, przystępne cenowo modele, które łączą jakość z funkcjonalnością,
- okulary premium – ekskluzywne oprawy z materiałów najwyższej jakości, sygnowane przez znane marki, które stają się symbolem wysokiego statusu społecznego,
- okulary spersonalizowane – masz możliwość stworzenia indywidualnych oprawek – od wyboru materiału po unikalne wykończenie, które sprawi, że klient poczuje się wyjątkowo.

Dwie pary okularów: standard nowoczesnego życia

Wyobraź sobie, że masz tylko jedną parę butów na każdą okazję. Absurdalne, prawda? Tak samo powinno być z okularami. Każdy, kto nosi je na co dzień, wie, jak ważna jest konieczność dostosowania okularów do różnych sytuacji.

Pierwsza para to tzw. okulary uniwersalne, które pasują zarówno do pracy, jak i na co dzień. Druga para to np. ekstrawaganckie oprawki lub okulary przeciwsłoneczne z korekcją. To opcja, która



vistan
Germany

pozwala na wyrażenie siebie i dodanie odrobiny zabawy do stylizacji.

Podsumowanie

Dobór okularów to proces, który wymaga zaangażowania, wiedzy i umiejętności zrozumienia drugiego człowieka. Dobrze dobrane oprawy to więcej niż produkt – to sposób na to, aby klient poczuł się zauważony, wysłuchany i doceniony. W dzisiejszym

świecie, w którym okulary są częścią osobistego wizerunku, rola optyka jest trudna do przecenienia.

Okulary nosimy codziennie, od rana do wieczora, dlatego ich wybór musi być dobrze przemyślany. Dzięki zaangażowaniu i pasji możesz sprawić, że Twój klient nie tylko zobaczy świat wyraźniej, ale i poczuje się w nim lepiej. To właśnie Ty jesteś architektem tej zmiany, bo dobre okulary to nie tylko sposób korekcji wzroku, ale także element poprawiający jakość życia.



vistan
Germany

SEKRET POWRACAJĄCYCH KLIENTÓW

Z mojego wieloletniego doświadczenia wynika, że branża optyczna jest wyjątkowa. Klient, który wraca po kolejne okulary, nie szuka jedynie produktu – pragnie relacji, zaufania i poczucia, że wybiera najlepszy salon i najlepszych specjalistów. Naturalnym narzędziem do budowania tych więzi stają się programy lojalnościowe.



Damian Misiak

Współzałożyciel i pomysłodawca struktury EKSPERT OPTYK. Od 2000 roku rozwija europejski biznes optyczny, wspierając rozwój lokalnych salonów optycznych. Doświadczenie zdobywał od lat 90. w branżach: FMCG, telekomunikacyjnej i paliwowej. Specjalizuje się w analizie danych i zarządzaniu operacyjnym, co przekłada się na efektywność prowadzonych projektów.

Badania Deloitte wskazują, że aż 84% konsumentów jest bardziej skłonnych do zakupów w firmach oferujących programy lojalnościowe. Branża optyczna ma tutaj do wykorzystania ogromny potencjał – szczególnie w czasach, gdy konkurencja na rynku optycznym nieustannie się zwiększa.

Co sprawia, że klienci wracają?

Lojalność klienta to coś więcej niż tylko częste wizyty w salonie. To emocjonalne przywiązanie do marki, które przekłada się na większe zaufanie, rekomendacje i pozytywne opinie. Klienci lojalni:

- wydają średnio 67% więcej niż nowi klienci (wg badań Bain & Company),
- są bardziej skłonni wybaczać błędy, jeśli mają poczucie, że w danym salonie są traktowani wyjątkowo,
- stanowią filar stabilności finansowej salonu, ponieważ ich wizyty są przewidywalne.

Przykładowo: brytyjska sieć optyczna Specsavers wprowadziła program lojalnościowy polegający na zbieraniu punktów, który stanowi dla klientów zachętę do regularnych badań wzroku i wymiany okularów. Efekt? Liczba wizyt kontrolnych wzrosła o 20% w ciągu dwóch lat.

Z mojej praktyki wynika, że klienci, którzy czują się docenieni, nie tylko wracają, ale też stają się ambasadorami marki. W salonie optycznym to szczególnie ważne, bo polecenie od zaufanej osoby ma znacznie większą wartość niż najlepiej zaprojektowana reklama.

Co zyskuje konkurencja, gdy nie posiadasz programów lojalnościowych?

Brak programu lojalnościowego w salonie to ryzyko utraty wielu potencjalnych korzyści. Klient, który nie otrzymuje wartości dodanej w relacji z marką, z łatwością przechodzi do konkurencji, szczególnie jeśli inny salon oferuje atrakcyjne rabaty czy bonusy.

Co dokładnie tracisz?

1. *Możliwość budowania długofalowych relacji*
Relacje z klientami to nie sprint, a maraton. Program lojalnościowy jest jak stałe zaproszenie do rozmowy, które przypomina klientowi, że zawsze o niego dbasz.
2. *Rekomendacje i polecenia*
Zadowolony klient to najlepszy sposób na zdobycie nowych odbiorców. Brak programu poleceń ogranicza ten naturalny potencjał.
3. *Bezpłatny kanał marketingowy*
Dzięki programowi lojalnościowemu masz stały kontakt z klientami i możesz wysyłać im wiadomości SMS czy e-maile, np. z informacjami o ofertach specjalnych.

Jak wdrożyć skuteczny program lojalnościowy?

Mój zespół zawsze podkreśla, że kluczem do sukcesu jest prostota i przejrzystość. Klient powinien dokładnie wiedzieć, jakie są zasady programu i jakie korzyści może z niego czerpać.

Jakie cechy powinien mieć idealny program lojalnościowy?

- Proste zasady – im prostsze i łatwiejsze do zrozumienia zasady programu lojalnościowego, tym większa motywacja do dołączenia do niego.
- Atrakcyjne nagrody – to, co oferujesz, musi być wartościowe w oczach klienta. Może to być rabat, punkty na kolejne zakupy czy ekskluzywne usługi.
- Personalizacja – klienci cenią indywidualne podejście. Możesz oferować specjalne oferty z okazji urodzin lub przypominać o zbliżającym się terminie przeglądu czy serwisu okularów.

Technologia w służbie lojalności

Współczesne programy lojalnościowe korzystają z zaawansowanych narzędzi technologicznych, które umożliwiają skuteczniejsze zarządzanie relacjami z klientami. Systemy CRM (od ang. *customer relationship management*) pozwalają monitorować historię zakupów, preferencje klientów i skuteczność programu. Dla salonu optycznego oznacza to:

- lepsze dopasowanie oferty do potrzeb klientów,
- możliwość automatycznego wysyłania przypomnień o wizytach lub promocjach,
- analizę wyników programu, co pozwala stale go udoskonalać.

Dodatковым narzędziem może być aplikacja lojalnościowa, która pozwala klientom śledzić zdobyte punkty, korzystać z kuponów rabatowych czy umawiać wizyty – wszystko to odbywa się prosto i szybko.

Nieoczywista inwestycja z dużym zwrotem

Z mojego doświadczenia wynika, że dobrze zaprojektowany program lojalnościowy to inwestycja, która zwraca się wielokrotnie: przyciąga nowych klientów, poprawia sprzedaż, a także buduje wizerunek profesjonalnego i przyjaznego salonu. Specjaliści z Bain & Company podkreślają, że nawet niewielkie inwestycje w lojalność klientów przynoszą średnio 4-krotnie wyższy zwrot w ciągu trzech lat. Co więcej, w dłuższej perspektywie pozwalają one zmniejszyć wydatki na inne formy promocji, ponieważ klienci sami stają się najlepszymi ambasadorami Twojej marki.

Twoja przewaga konkurencyjna

Programy lojalnościowe to nie tylko narzędzie do zwiększenia sprzedaży, ale przede wszystkim sposób na budowanie trwałych relacji z klientami. Z mojej praktyki wynika, że salony, które inwestują w tego typu rozwiązania, są postrzegane jako bardziej profesjonalne, nowoczesne i przyjazne. Jeśli jeszcze nie posiadasz takiego programu, warto rozważyć jego wdrożenie. Korzyści z posiadania własnego programu lojalnościowego dla klientów mogą przerosnąć Twoje oczekiwania.



MINIMALIZM

WYRAFINOWANIE I PROSTOTA W OKULARACH

Optyka okularowa od dekad czerpie z mody, sztuki i designu inspiracje, które wprowadzają do codzienności estetykę i funkcjonalność. Minimalizm, jeden z kluczowych nurtów artystycznych XX wieku, ukształtował wyjątkowy sposób myślenia o formie. Nurt ten narodził się w latach 50. i 60. XX wieku i wpłynął na architekturę, muzykę (Steve Reich, Philip Glass), literaturę i sztuki plastyczne, ale także na design użytkowy, w tym na oprawy okularowe.

Olaf Tabaczyński

stylista opraw okularowych, mistrz świata MUA & Style, kolorysta

Monika Misiak-Tabaczyńska

stylistka opraw okularowych, kolorystka, doradczyni wizerunku



nymi kształtami – od brył okrągłych i prostokątnych, po bardziej awangardowe, choć nadal proste. Formy te, pozbawione zbędnych zdobień, nawiązują do idei czystości i harmonii. W minimalistycznym designie nie chodzi o efektowne ozdoby, lecz o skupienie się na kształcie, który jest funkcjonalny, a jednocześnie estetyczny.

2. Neutralność kolorów

Paleta barw minimalistycznych opraw obejmuje głównie monochromatyczne odcienie (biel, czerń, szarości) lub też subtelne, stonowane kolory ziemi. W niektórych projektach pojawiają się akcenty metaliczne (złoto, srebro), podkreślające prostotę i elegancję. Dzięki tym kolorom oprawy dyskretnie komponują się z codziennymi stylizacjami użytkowników.



Styl minimalistyczny stał się manifestacją zasady „mniej znaczy więcej” (ang. *less is more*), kojarzonej z modernizmem i filozofią zen, w której prostota oznacza harmonię. Ta filozofia odcisnęła swoje piętno zarówno na estetyce opraw okularowych, jak i na technologii ich produkcji oraz wykorzystywanych materiałach. Obejmuje to również proces projektowania. Współczesne trendy potwierdzają, że minimalizm pozostaje jednym z najważniejszych kierunków w projektowaniu okularów – jako styl i sposób myślenia o funkcjonalności oraz odpowiedzialności za środowisko. W szerszym kontekście minimalizm staje się podstawą gospodarki o obiegu zamkniętym (ang. *circular economy*).

Poniżej przybliżamy kluczowe cechy minimalizmu w designie opraw okularowych.

1. Prostota formy

Minimalistyczne oprawy okularowe wyróżniają się geometrycznymi, symetrycz-



3. Ascetyzm okularów podstawą ich syntetycznej formy

Minimalizm unika dosłownych inspiracji czy przesadnych ozdób, stawiając na przejrzystość i czystość formy. Taka stylistyka przyciąga osoby poszukujące równowagi między estetyką a praktycznością. Minimalistyczne oprawy nie narzucają konkretnego stylu – ich prostota pozwala użytkownikowi dostosować je do własnych potrzeb i osobistego stylu.

4. Świadomość klientów w obszarze materiałów i wyboru okularów

Materiały używane w minimalistycznych oprawach to przede wszystkim lekkie metale (np. stal nierdzewna, tytan), tworzywa sztuczne wysokiej jakości oraz ekologiczne surowce, takie jak drewno czy materiały pochodzące z recyklingu. Minimalizm kładzie nacisk na wykorzystanie naturalnych właściwości materiałów, które determinują zarówno wygląd, jak i funkcjonalność opraw okularowych.



Współczesne trendy w projektowaniu podkreślają znaczenie zrównoważonego podejścia – zastosowanie trwałych, ekologicznych materiałów pozwala na ograniczenie nadprodukcji i konsumpcji.

5. Harmonia proporcji

Minimalistyczne oprawy to przykład precyzyjnego projektowania, w którym kluczową rolę odgrywają proporcje. Balans między zausznikami, mostkiem a frontem oprawy przekłada się na estetyczny i harmonijny wygląd. Każdy element jest projektowany z dbałością o detale, co wpływa na komfort noszenia i trwałość produktu.

Minimalizm pozostaje istotnym źródłem inspiracji dla współczesnego designu okularów. W 2025 roku jego wpływ będzie można dostrzec w kilku kluczowych obszarach.

Prostota i funkcjonalność

Zasada „forma podąża za funkcją” jest wciąż aktualna. Nowoczesne oprawy projektowane są z myślą o użytkowniku, z uwzględnieniem zarówno estetyki, jak i ergonomii. Dzięki zaawansowanym technologiom przy projektowaniu opraw uwzględniane są nawet najdrobniejsze detale, takie jak kąty nachylenia zauszników, precyzja połączeń czy idealne proporcje frontu do mostka. Minimalizm w designie sprzyja również uniwersalności – oprawy stają się ponadczasowe i odporne na zmieniające się trendy.

Zrównoważony rozwój

Współczesny minimalizm to nie tylko styl, ale również podejście ekologiczne. Projektanci coraz częściej wykorzystują materiały pochodzące z recyklingu, a także naturalne surowce i procesy produkcji ograniczające



zużycie zasobów. Trwale, wysokiej jakości oprawy wpisują się w ideę „mniej znaczy więcej” – oznacza to projektowanie produktów bardzo trwałych, które zmniejszają potrzebę nadmiernej konsumpcji. Jest to kolejny trend naszych czasów.

Innowacje technologiczne

Minimalizm uwidacznia się również w technologii. Współczesne oprawy łączą estetykę z zaawansowanymi rozwiązaniami, takimi jak ultralekkie materiały, inteligentne powłoki czy zintegrowane technologie rzeczywistości rozszerzonej (ang. *augmented reality*, AR). Interfejsy cyfrowe i procesy produkcji są uproszczone i zoptymalizowane, co pozwala na tworzenie opraw dopasowanych do indywidualnych potrzeb użytkownika.

Architektura designu opraw

Minimalizm w oprawach odzwierciedla też trendy w architekturze i urbanistyce. Proste bryły, harmonia proporcji i nacisk na maksymalne wykorzystanie światła naturalnego znajdują swoje odbicie w projektowaniu okularów. Mikrodetale i precyzja, charakterystyczne dla architektury modernistycznej, również są istotne w designie opraw.

Estetyka i emocje

Minimalistyczne oprawy wpływają na samopoczucie użytkowników. Ich prostota wprowadza harmonię, spokój i estetyczny komfort. Neutralne barwy, subtelne linie i brak nadmiaru sprawiają, że użytkownik odczuwa równowagę, co wpisuje się w filozofię *well-being*.

Minimalizm w designie opraw okularowych pozostaje jednym z najważniejszych



kierunków współczesnego projektowania. To styl, który nie tylko celebrytuje prostotę i funkcjonalność, ale także odzwierciedla wartości związane ze zrównoważonym rozwojem i odpowiedzialnością społeczną. W 2025 roku minimalizm opraw okularowych to coś więcej niż tylko moda – to filozofia stylu i życia, która łączy estetykę, technologię i trwałość. Oprawy i okulary inspirowane minimalizmem są symbolem świadomego podejścia do designu oraz zbilansowanej, zrównoważonej gospodarki o obiegu zamkniętym.



Olaf Tabaczyński – twórca zawodu i nazwy „Stylista Opraw Okularowych” optometrysta, mistrz świata Style & MUA, artysta plastyk, designer. Kreator wizerunku, trener, wielokrotny juror i prelegent na międzynarodowych konferencjach. Twórca zasad makijażu dla osób noszących okulary i szkła kontaktowe. Zdobywca wielu nagród, w tym „Złotej Perły Mody 2023”. Właściciel Optic Cafe.

Monika Misiak-Tabaczyńska – ortoptystka, stylistka opraw okularowych, pedagog, kolorystka, wykładowca na UAM i WSEiT, instruktorka estetyki wizerunku, kosmolog, organizatorka Mistrzostw Polski Makijażu, wieloletnia trenerka w Akademii Walki z Rakiem.

www.olaftabaczyński.com

LOGOTYPY W KOLEKCJACH OKULAROWYCH

Obserwując i analizując nowe kolekcje opraw okularowych, które pojawiają się na półkach salonów optycznych, zwracamy uwagę na detale, takie jak logotyp producenta. Część użytkowników poszukuje konkretnej marki, a część broni się przed wyborem takich rozpoznawalnych produktów.



Katarzyna Prycik

optyczka biomedyczna,
optometrystka

Education Manager EssilorLuxottica

W branży optycznej działa od ponad 16 lat. Pracę w salonie optycznym zna z każdej strony: od przeprowadzenia badania w gabinecie optometrycznym, przez obsługę klienta i sprzedaż, aż po wykonanie okularów w pracowni. Przez wiele lat była doradcą handlowym w firmie Essilor Polonia, wspierając gabinety optyczne, ale to szkolenia są jej prawdziwą pasją, przynoszącą satysfakcję z wykonywanej pracy.

Każda z marek okularowych w jakiś sposób zaznacza swoją obecność na oprawach, np. poprzez umieszczenie logotypu, podpisu czy zastosowanie charakterystycznego koloru lub znaku, ale nie dla każdego użytkownika jest to łatwo rozpoznawalne. Zobaczmy więc, w taki sposób marki modowe i optyczne eksponują swoje logotypy na oprawach okularowych.

Według definicji słownikowej logo to unikalna i charakterystyczna forma graficzna, stylizowany napis, symbol lub inna forma ekspresji graficznej, służąca do identyfikacji marki, przedsiębiorstwa bądź organizacji. Zadaniem logotypu jest wyróżnienie marki na rynku i odróżnienie jej produktów od towarów konkurencyjnych. Ludzie od zarania dziejów odczuwali potrzebę zaznaczenia i podkreślenia swojej indywidualności i odróżnienia się od innych lub identyfikacji

z daną grupą. Z czasem sposobem takiego wyróżnienia stało się właśnie logo, które w latach 90. osiągnęło swoją największą popularność. Za pośrednictwem logotypu producenci chcą przyciągnąć uwagę klientów i budować ich zaufanie. Dzięki logotypowi marka może wyrazić swoją tożsamość, misję i kluczowe wartości.

Odpowiednio zaprojektowane logo może zwiększać rozpoznawalność marki, budować zaufanie do niej i budzić pozytywne skojarzenia.

Dotyczy to oczywiście także producentów opraw okularowych, którzy w coraz ciekawszy i nowocześniejszy sposób „przemycają” logo na swoich produktach. Poniżej opiszę, w jaki sposób to robią.

Marki modowe

Do tej grupy należą zazwyczaj marki kojarzone także z innym asortymentem dostępnym na rynku. Mogą to być m.in.: odzież, akcesoria (np. torebki czy paski), buty oraz biżuteria.

Do tej grupy zaliczymy marki luksusowe najbardziej znanych domów mody, takich jak Chanel czy Prada. Klienci, którzy wybierają te marki, mają różne oczekiwania wobec logo, ale zazwyczaj chcą, aby w mniejszej lub większej formie było ono eksponowane na oprawie. Często takie logo jest łączone i kojarzone z ikonicznym detalem marki, np. materiałem o nazwie tweed (np. Chanel CH5533) lub z najlepszej jakości torebkami (np. Prada PR B06S). Nawiązując do trendu popularnego w latach 90., logotyp może także przedstawiać pełną nazwę marki (np. Prada PR B54V, Versace VE 4487), będąc wyłącznie elementem dekoracyjnym. Może ono także spełniać także rolę funkcjonalnego zawiasu (np. Miu Miu MU 50 WV, Dolce&Gabbana DG4506) lub być bardziej ukryte i widoczne tylko dla uważnych obserwatorów (np. Dolce&Gabbana DG 4497). Warto jednak pamiętać, że logo to nie tylko nazwa, ale także motywy kojarzone z marką, np. Meduza (Versace VE 2281). Logo lub nazwa

marki bardzo często umieszczone są na soczewkach przeciwsłonecznych. Coraz częściej nie jest to już tylko grawer, ale także mniej lub bardziej delikatny metalowy detal (np. Chanel CH4285T, Miu Miu MU A51S).



Chanel CH5533



Prada PR B06S



Prada PR B54V



Versace VE 4487



Miu Miu MU 50 WV



Dolce&Gabbana DG4506



Dolce&Gabbana DG 4497



Versace VE 2281



Chanel CH4285T



Miu Miu MU A51S

Do okularowych marek modowych należą także marki z grupy premium. Dla większości klientów produkty tych marek, podążających za najnowszymi trendami, są bardziej przystępne cenowo i przez to bardzo często wybierane. Tu także znajdziemy różne formy prezentacji logotypu, np. delikatne, w ciekawych połączeniach kolorystycznych i umieszczone na zausznikach (np. Emporio Armani EA4244U, Ralph Lauren RL 523030, Armani Exchange Ax 4155SU, Ralph Lauren RL 708), także w dekoracyjnej formie (np. Armani Exchange AX 4158S). Logotypy stanowią także integralną część metalowych elementów zauszników i są dobrze widoczne dzięki umieszczeniu ich na transparentnym materiale (np. Emporio Armani EA4245U). Bardzo często umieszczane są one również na końcówkach zauszników, np. w formie podpisu (Polo PH 3160) lub z wykorzystaniem koloru kojarzonego z marką (np. Polo PH 3159). Logotypy mogą też nawiązywać do kolekcji biżuterii danej marki i być umieszczane na zausznikach metalowych – zarówno w formie bardziej wyrazistej (np. Michael Kors MK 1163), jak i delikatnej (np. Michael Kors MK 2246U).



Emporio Armani EA4244U



Ralph Lauren RL 8230



Armani Exchange AX 4155SU



Ralph Lauren RL 708



Armani Exchange AX 4158S



Emporio Armani EA4245U



Polo PH 3160



Polo PH 3159



Michael Kors MK 1163



Michael Kors MK 2246U

Marki biżuteryjne

Warto podkreślić ważną rolę marek kojarzonych z biżuterią lub innymi akcesoriami. Marki te bardzo precyzyjnie dopracowują zauszniki w swoich produktach. Są to wręcz małe dzieła sztuki, nawiązujące do kolekcji biżuterii danej marki, bardzo często precyzyjnie

zdobione – w formie bardziej delikatnej (np. Tiffany TF 4237B/F) lub wyrazistej (np. Swarovski SK7034). W przypadku marek modowych znakiem rozpoznawczym staje się nie samo logo, ale element biżuterii. W modelach tych marek zawias staje się elementem dekoracyjnym i funkcjonalnym (np. Tiffany TF 3111), dopracowanym w każdym szczególe (np. Swarovski SK7035D). Logo może znajdować się także na wewnętrznych elementach opraw, np. na zawiasach (Jimmy Choo JC 5038BU), co podkreśla sztukę wykonania oprawy. Logo znajdujące się na końcówkach zauszników ustępuje często miejsca detalom kojarzonym z marką, np. perłom czy kryształom (JC 4015HB).



Tiffany TF 4237B/F



Swarovski SK7034



Tiffany TF 3111



Swarovski SK7035D



Jimmy Choo JC 5038BU



Jimmy Choo JC 4015HB

W taki sposób logo jest przedstawiane na oprawkach marek ogólnie znanych. A jak wygląda to w przypadku marek optycznych?

Marki optyczne

Marki znane użytkownikom okularów i skupiające się przede wszystkim na najlepszej jakości soczewek i opraw bardzo często stosują minimalistyczne oznaczenia, które może rozpoznać tylko wytrawny znawca danej marki. Mogą być to oznaczenia, które znajdują się na całej oprawie i stanowią elementy dekoracyjne (np. Oliver Peoples OV 1355T). Może to być także integralny znak rozpoznawczy każdego modelu marki, łączący front i zauszniki oprawek, jak Supreme Arrow – w formie delikatniejszej (np. Persol PO3375S) lub wyraźniejszej (np. Persol PO0050S). Marki optyczne bardzo często tworzą swoje kolekcje we współpracy ze znanymi sportowcami i dopracowują detale nawet na końcówkach zauszników (np. Oliver Peoples R13). Warto jednak pamiętać, że do tej grupy należą również marki mocno podążające za najnowszymi trendami i modą. W takich przypadkach logo będzie znajdowało się na zausznikach, ale będzie przedstawione w formie bardziej widocznej (np. Vogue VO562SU) lub delikatnej – na metalowych elementach, dopracowanych w każdym szczególe (Vogue VO5619).



Oliver Peoples OV 1355T



Persol PO3375S



Persol PO0050S



Oliver Peoples R13



Vogue VO5642SU



Vogue VO5619

Logotyp nie zawsze jest jednak wyłącznie znakiem rozpoznawczym marki. Wśród marek optycznych znajdziemy marki ikoniczne, których modele są kojarzone przez wszystkich użytkowników. W takich przypadkach, nawet jeśli na oprawkach nie ma logo producenta, to i tak każdy klient wie, z jaką marką ma do czynienia. Oczywiście mowa tutaj przede wszystkim o ikonach marki Ray-Ban, takich jak Aviator, z bardzo subtelnym logotypem na soczewce i zauszniku (Ray-Ban ORB3625), czy Wayfarer (RB2140F).



Ray Ban ORB3625



Ray Ban RB2140F

Marki sportowe

Ostatnia grupa marek okularowych, które w bardzo ciekawy sposób prezentują swoje logo na oprawkach, to marki sportowe. Może to być pełna nazwa firmy w postaci dekoracyjnego podpisu na zauszniku (np. Oakley OO9508), ale także wykorzystanie koloru kojarzonego z logotypem marki (np. Prada Linea Rossa OPS A07S, Prada Linea Rossa OPS A53S). Marki sportowe często wykorzystują też swój znak rozpoznawczy, który znajduje się także na innych produktach marki i wraz z nimi tworzy jedną spójną całość stylistyczną (np. Oakley OO9501).



Oakley OO9508



Prada Linea Rossa OPS A07S



Prada Linea Rossa OPS A53S



Oakley OO 9501

Decyzja dotycząca wyboru takiej czy innej oprawy należy oczywiście do użytkownika okularów, czyli klienta salonu optycznego. To klient zdecyduje, które oprawy będą najlepiej pasowały do jego stylu. Zadaniem nas, optyków, jest pokazanie mu szerokiego spektrum możliwości i tego, w jaki sposób marki okularowe eksponują swoje logotypy na oprawkach okularowych. Jestem przekonana, że każdy użytkownik doceni naszą fachową wiedzę w tym zakresie i będzie wdzięczny za wszystkie informacje, które pomogą mu podjąć właściwą decyzję.

EKSPERCKI MAGAZYN DLA OPTYKÓW

 www.optykpolski.feniksmedia.pl

 www.facebook.com/OptykPolski

 www.instagram.com/magazynoptykpolski

BEZPŁATNA PRENUMERATA:

optykpolski@feniksmedia.pl

- artykuły eksperckie
- aktualności branżowe
- najnowsze trendy



ZAPRASZAMY DO WSPÓŁPRACY:

Grażyna Jancik

600 064 711

grazyna.jancik@feniksmedia.pl

Krzysztof Chachlowski

600 064 719

krzysztof.chachlowski@feniksmedia.pl

TRENDY2025

Vadim
EYEWEAR



Marka: KALEOS
Dystrybutor: Vadim Eyewear



Marka: Calvin Klein
Dystrybutor: Vadim Eyewear



Marka: Longchamp
Dystrybutor: Vadim Eyewear



Marka: Etnia Barcelona
Dystrybutor: Vadim Eyewear



Marka: Ferragamo
Dystrybutor: Vadim Eyewear



Marka: Karl Lagerfeld
Dystrybutor: Vadim Eyewear



BRESKA

MODERN CLASSIC



Model: CH89008-C4
Producent: Breska



Model: MG3863-C4
Producent: Breska



Model: F3122-C3
Producent: Breska



Model: MG6614A-C2
Producent: Breska



Model: MG3946-C3
Producent: Breska



Model: YJ-0348-C3
Producent: Breska



Model: MS8216A-C4
Producent: Breska



Model: YL-3611-C2
Producent: Breska



Model: YL-3610-C4
Producent: Breska

Dystrybutor: SZAJNA Laboratorium Optyczne

trendy/butik

i - D TOKYO®

Ciepły brązowy odcień z subtelnymi kremowymi akordami to propozycja opravek i-D TOKYO na najbliższy sezon. Karmelowe latte to delikatna kompozycja komfortu z minimalistycznymi, delikatnymi formami dyskretnego luksusu. Kolekcja i-D TOKYO rezonuje od subtelných, klasycznych form i swoich bestsellerów, po kolejne odważne projekty personalizowane oczekiwaniami naszych klientów.

Model: iD 2574 C1
i-D TOKYO



Model: iD 21046 C1
i-D TOKYO



Model: iD 2211 C2
i-D TOKYO



Model: iD 8418 C3
i-D TOKYO



Model: iD 2546 C2
i-D TOKYO



Model: iD 2543 C3
i-D TOKYO



Model: iD 8609 C1
i-D TOKYO



Model: iD 21047 C1
i-D TOKYO

Model: iD 5491 C3
i-D TOKYO





Producent: REFLECT EYEWEAR
Dystrybucja: UNITED VISION

Wypromowanie optycznej zabawy, eksperymentowania i kreatywności, inspirowanych światem sztuki i koloru – to cel, który w najnowszej kolekcji stawia przed sobą pochodząca z Katalonii marka **Le Parc**.

Oprawki wyróżniają się starannym doбором kolorystyki i nieoczywistym wzornictwem. Elementem charakterystycznym jest okrągłe zakończenie zauszników, które dodatkowo eksponuje kolor modelu.

Każda para okularów przechodzi przez 160 etapów produkcji, łącząc zaawansowaną technologię z mistrzowskim rzemiosłem, aby uzyskać najwyższą jakość wykonania.

Zachęcamy do zapoznania się z ofertą: b2b.unitedvision.pl



LP_HU_02



LP_AINO_04

Helen Keller

EYEWEAR

Model: F 22102 C3
Dystrybutor: Horien Medical Sp. z o.o.



Model: GX 88004 C2
Dystrybutor: Horien Medical Sp. z o.o.



Model: HM 0016 C1
Dystrybutor: Horien Medical Sp. z o.o.



Model: C 1103 C4
Dystrybutor: Horien Medical Sp. z o.o.



Model: HM 0019 C4
Dystrybutor: Horien Medical Sp. z o.o.



Model: MG 6728A C1
Dystrybutor: Horien Medical Sp. z o.o.



HORIEN[®]
EYEWEAR

Najnowsza kolekcja Solano - **URBAN CLARITY** to wyjątkowa linia stworzona z myślą o miejskim stylu, łącząca w sobie elegancję i nowoczesność. Wybrane modele opraw korekcyjnych i opraw z nakładkami CLIP-ON zostały wykonane z tytanu dzięki czemu są wyjątkowo lekkie i wytrzymałe a ich właściwości hipoalergiczne są atutem przy wyborze dla osób wrażliwych na uczulenia. Minimalistyczne, szlachetne wzornictwo pozwoli na swobodne dopasowanie opraw do różnych kształtów twarzy stanowiąc dopełnienie każdego stylu.

SOLANO
high-end performance



CL90248B



CL10229C



CL10240A



CL10233C



CL50048B



S10676A



S20656C



S10675C

CAROLINA HERRERA

Kolekcja okularów Carolina Herrera na wiosnę 2025 to hołd dla kobiecości, pewności siebie i wyrafinowanego luksusu. To kolekcja stworzona dla kobiet, które śmiało celebrować życie i swój indywidualny styl. Marka łączy ponadczasową elegancję z nowoczesnymi detalami. Wyrafinowane formy, odważne kolory i luksusowe wykończenia sprawiają, że każda chwila nabiera wyjątkowego charakteru. Kolekcja skupia się na trzech głównych liniach, z których każda ma swój unikalny styl.

Linia Pearls

Elegancja i wyrafinowanie to cechy wyróżniające linię Pearls, w której białe perły i złote metalowe kulki, inspirowane kultową biżuterią domu mody Carolina Herrera, stanowią główne elementy dekoracyjne. Zarówno okulary przeciwsłoneczne, jak i oprawki dostępne są w odcieniach opalizujących, w kolorze havana oraz w klasycznej czerni, a ich lekki design dodaje stylizacjom subtelnego luksusu!

Model: CAROLINA HERRERA-HER 0311
Dystrybutor: Safilo



Model: CAROLINA HERRERA-HER 0288S
Dystrybutor: Safilo



Linia House of Herrera

House of Herrera to prawdziwa definicja luksusu i kobiecości. W tym sezonie oprawki z tej kolekcji występują w bardziej unowocześnionej wersji, która zachwyca na każdym poziomie. Modele przeciwsłoneczne i korekcyjne oczarowują subtelnie zaokrąglonymi liniami, podkreślającymi ich wyrafinowaną elegancję. Zauszniki, zdobione śmiałymi i harmonijnymi połączeniami kolorów w technice *color blocking* i wykończone monogramem „CH”, nadają całości wyjątkowy charakter. To kwintesencja klasy i nowoczesności, stworzona z myślą o kobietach, które z dumą celebrować swoją indywidualność.

Safilo

SEE THE WORLD AT ITS BEST

Model: CAROLINA HERRERA-HER 0318S
Dystrybutor: Safilo



Model: CAROLINA HERRERA-HER 0320
Dystrybutor: Safilo



Linia Essential

Kolekcja Essential to świeże spojrzenie na okulary, które harmonijnie łączą wygodę i styl. Modele zaprojektowane z myślą o codziennym użytkowaniu zachwycają nieoczywistymi połączeniami materiałów i kolorów, podkreślając nowoczesną elegancję. Te wyjątkowe oprawki wykonano z lekkiego acetatu, ozdobiono subtelnymi wstawkami i wzbogacono fasetowanymi metalowymi zausznikami, które tworzą intrygujący kontrast matowych i błyszczących wykończeń.

Model: CAROLINA HERRERA-HER 0314GS
Dystrybutor: Safilo



Model: CAROLINA HERRERA-HER 0316
Dystrybutor: Safilo





Kolekcja INVU wiosna/lato 2025

Najnowsza kolekcja INVU na wiosnę/lato 2025 to perfekcyjne połączenie zaawansowanej technologii, nowoczesnego designu i wszechstronnych rozwiązań. Marka, znana z innowacyjnych produktów, oferuje nie tylko okulary przeciwsłoneczne, ale również modele korekcyjne oraz praktyczne nakładki – idealne na każdą okazję.

Dlaczego warto wybrać INVU?

- **Ochrona przed promieniowaniem UV** – soczewki INVU ultra polarized eliminują odblaski i chronią przed promieniowaniem UV, zapewniając wyjątkową jakość widzenia.
- **Wszechstronna oferta** – od stylowych okularów przeciwsłonecznych po funkcjonalne okulary korekcyjne z nakładkami, które łączą wygodę z elegancją.
- **Modny design** – oprawy w kształtach i kolorach idealnie wpisujących się w trendy sezonu wiosna/lato 2025.
- **Komfort na co dzień** – lekkie, ergonomiczne konstrukcje, dostosowane do aktywnego stylu życia.

Kolekcja INVU to idealne rozwiązanie dla tych, którzy oczekują od okularów więcej – to połączenie ochrony, funkcjonalności i stylu. Niezależnie od tego, czy spędzasz dzień na słońcu, czy potrzebujesz wygodnych rozwiązań korekcyjnych, INVU ma odpowiedź na każdą potrzebę.

Odkryj innowacyjność i wszechstronność, które podkreślą Twoją indywidualność.



Model: IB42413B
Dystrybutor: Optimex Group



Model: IB42506B
Dystrybutor: Optimex Group



Model: IB42520C
Dystrybutor: Optimex Group



Model: IB12505D
Dystrybutor: Optimex Group



Model: IB12528B
Dystrybutor: Optimex Group



Model: IB22526C
Dystrybutor: Optimex Group



Model: IB22550B
Dystrybutor: Optimex Group



Model: IB32506A
Dystrybutor: Optimex Group



OPTIMEX
GROUP

Model: F060052140000
Dystrybutor: AJG Office



Model: F060552183000
Dystrybutor: AJG Office



Model: S057844091001
Dystrybutor: AJG Office



Model: S058000229011
Dystrybutor: AJG Office



AJG OFFICE

OKULARY, CZĘŚCI I AKCESORIA

Model: F060449342000
Dystrybutor: AJG Office



Model: F060754060000
Dystrybutor: AJG Office



Model: S057945299001
Dystrybutor: AJG Office



Wkrótce dostępne
Dystrybutor: AJG Office



Model: KE-K120301-C2_1
Producent: Rako Optyk Serwis



Model: KE-K040503-C2_1
Producent: Rako Optyk Serwis



Model: MC-K120304-C3_1
Producent: Rako Optyk Serwis



Model: KE-K040501-C3_1
Producent: Rako Optyk Serwis



Model: KE-K120313-C6_1
Producent: Rako Optyk Serwis



Model: KE-K120314-C2_1
Producent: Rako Optyk Serwis



Model: KE-K040502-C4_1
Producent: Rako Optyk Serwis



Model: KE-K120302-C3_1
Producent: Rako Optyk Serwis



EPIDEMIA KRÓTKOWZROCZNOŚCI

CZ. 2

Krótkowzroczność (miopia) to jedna z najczęściej występujących wad refrakcji. Wraz z jej rosnącą powszechnością coraz większego znaczenia nabierają umiejętność wczesnego rozpoznawania objawów oraz skuteczna diagnostyka. Wczesne wykrycie tej wady jest kluczowe, ponieważ pozwala na szybkie podjęcie odpowiednich działań korekcyjnych, a także minimalizuje ryzyko wystąpienia powikłań w przyszłości.

Magdalena Moczulska

optyczka, optometrystka, autorka bloga i kanału w serwisie YouTube

W niniejszym artykule omówię symptomy, które mogą świadczyć o rozwijającej się krótkowzroczności, a także badania diagnostyczne, które pomagają ją rozpoznać. Odpowiem również na pytanie: dlaczego regularne wizyty u okulisty lub optometrysty są nieodzownym elementem dbania o narząd wzroku?

Typowe objawy krótkowzroczności

Krótkowzroczność objawia się przede wszystkim problemami z wyraźnym widzeniem obiektów znajdujących się w oddali. Jednym z najczęściej zgłaszanych przez pacjentów symptomów jest zamglone lub rozmyte widzenie, szczególnie podczas czytania znaków drogowych, oglądania telewizji czy rozpoznawania twarzy z większej odległości. Osoby dotknięte krótkowzrocznością często zgłaszają, że muszą mrużyć oczy, aby poprawić ostrość obrazu. Takie zachowanie jest naturalnym odruchem, który chwilowo zmniejsza rozpraszanie światła wpadającego do oka, co pozwala uzyskać nieco wyraźniejszy obraz.

Kolejnym typowym objawem krótkowzroczności jest uczucie zmęczenia oczu, które często występuje po długotrwałym patrzeniu w dal bez odpowiedniej korekcji wzroku. W niektórych przypadkach pacjenci mogą również skarżyć się na bóle głowy, zwłaszcza po próbach intensywnego skupienia się na oddalonych przedmiotach. Objawy te mogą być szczególnie uciążliwe dla dzieci i młodzieży, a najmłodszy pacjenci często nie są świadomi problemów ze wzrokiem.

U młodszych pacjentów krótkowzroczność może także utrudniać naukę w szkole: pojawiają się problemy z odczytywaniem tekstu z tablicy szkolnej czy niechęć do uczestnictwa w zajęciach wymagających patrzenia w dal. W domu rodzice często zauważają, że dziecko siada zbyt blisko telewizora lub monitora komputera, co jest próbą kompensacji nieostrego widzenia.



Zlekceważenie tych objawów może prowadzić do ich nasilenia oraz pogłębienia się wady wzroku, dlatego ważne jest szybkie rozpoznanie krótkowzroczności i podjęcie odpowiednich działań w celu jej skorygowania. Regularna obserwacja zmian w zachowaniu pacjenta oraz konsultacje z okulistą lub optometrystą są pierwszym krokiem w kierunku poprawy jakości widzenia.

Diagnostyka krótkowzroczności

Aby precyzyjnie zdiagnozować krótkowzroczność, należy przeprowadzić specjalistyczne badania, które pozwalają na określenie stopnia wady wzroku i jej przyczyny. Proces diagnostyczny rozpoczyna się od szczegółowego wywiadu z pacjentem, podczas którego specjalista zbiera informacje na temat zgłaszanych objawów, stylu życia, historii okulistycznej oraz ewentualnych chorób współistniejących.

Jednym z podstawowych narzędzi diagnostycznych w przypadku krótkowzroczności

jest badanie ostrości wzroku. Przeprowadza się je, wykorzystując tablice z literami, cyframi lub symbolami (np. tablicę Snellena), które pacjent odczytuje z określonej odległości. Wyniki tego badania pozwalają wstępnie ocenić, czy pacjent wymaga korekcji wzroku, a jeśli tak, to jaką korekcję należy zastosować.

Kolejnym badaniem jest refraktometria, czyli pomiar refrakcji oka. Umożliwia ono sprawdzenie, czy pacjent cierpi na krótkowzroczność, a także dostarcza odpowiedzi na pytanie: jak głęboka jest wada wzroku.

W przypadku dzieci i młodzieży podstawą do dokładnego określenia wady refrakcji jest stosowanie kropli z atropiną. Substancja ta powoduje czasowe porażenie akomodacji oka, co pozwala na uzyskanie wiarygodnych wyników badania refrakcji. Jest to szczególnie ważne w tej grupie pacjentów, ponieważ dziecięce oczy mają dużą zdolność akomodacyjną, która może maskować rzeczywisty stan wady wzroku.

Kolejnym ważnym elementem diagnostyki, zwłaszcza w przypadku podejrzenia krótkowzroczności patologicznej,

jest badanie dna oka. Pozwala ono na ocenę siatkówki oraz nerwu wzrokowego, co jest kluczowe dla wykrycia ewentualnych zmian degeneracyjnych lub powikłań związanych z zaawansowaną miopią.

W diagnostyce krótkowzroczności coraz częściej stosuje się także topografię rogówki, która dostarcza szczegółowych informacji o kształcie i grubości rogówki. To badanie jest szczególnie przydatne przy planowaniu korekcji laserowej wzroku lub dopasowywaniu ortosoczewek.

Często wykonywanym badaniem w diagnostyce krótkowzroczności jest również pomiar długości osiowej gałki ocznej za pomocą ultrasonografii biomikroskopowej (A-scan). Długość osiowa oka jest najważniejszym parametrem, zwłaszcza w przypadku krótkowzroczności osiowej, która jest związana z wydłużeniem gałki ocznej.

Te nowoczesne metody diagnostyczne umożliwiają kompleksową ocenę stanu oka i precyzyjne zaplanowanie właściwego leczenia lub korekcji. Dzięki tym badaniom możliwe jest nie tylko wykrycie krótkowzroczności, ale również monitorowanie jej postępów oraz podejmowanie działań mających na celu spowolnienie rozwoju wady. Regularne badania diagnostyczne są fundamentem skutecznej opieki okulistycznej.

Znaczenie regularnych badań

Regularne badania okulistyczne i optometryczne odgrywają kluczową rolę w ograniczaniu progresji krótkowzroczności. Wada ta na pierwszy rzut oka może wydawać się stosunkowo nieszkodliwa, jednak niesie ona ze sobą ryzyko poważnych powikłań, szczególnie w przypadku jej zaawansowanych form. Regularne monitorowanie i badanie narządu wzroku pozwala nie tylko na wczesne wykrywanie wady, ale także na podejmowanie działań, które mogą ograniczyć jej rozwój.

Regularne wizyty u specjalisty są szczególnie ważne w przypadku dzieci i młodzieży, czyli osób, u których narząd wzroku wciąż się rozwija. Wczesne wykrycie krótkowzroczności umożliwia zastosowanie metod takich jak soczewki wykonane w technologii rozogniskowania, ortokorekcja czy krople z atropiną, które pomagają spowolnić progresję wady. Dzięki temu możliwe jest zapobieganie poważniejszym problemom ze wzrokiem, które mogą pojawić się w dorosłym życiu.

Badania wzroku pełnią również istotną rolę u pacjentów dorosłych, gdyż umożliwiają kontrolowanie wady oraz identyfikację ewen-

tualnych komplikacji, takich jak zmiany degeneracyjne w siatkówce czy rozwój zaćmy. Ponadto, w ramach badania okulistycznego, można wykryć inne schorzenia, takie jak jaskra czy zwyrodnienie plamki żółtej, które często rozwijają się bezobjawowo.

Badania kontrolne są także okazją do oceny skuteczności stosowanych metod korekcji, czyli okularów lub soczewek kontaktowych. Specjalista może dostosować moc korekcyjną do aktualnych potrzeb pacjenta, co ma kluczowe znaczenie dla komfortu widzenia.

Zaleca się, aby dzieci i młodzież przechodziły badanie wzroku co najmniej raz w roku, a osoby dorosłe co dwa lata, chyba że istnieją wskazania do częstszych wizyt, np. szybkie pogłębienie się wady lub pojawienie się współistniejących schorzeń narządu wzroku.

Krótkowzroczność to wada wzroku, która negatywnie wpływa na codzienne życie pacjentów, a jej ignorowanie może prowadzić do poważnych problemów. Dzięki nowoczesnym badaniom diagnostycznym możliwe jest precyzyjne określenie stopnia rozwoju tej wady i zaplanowanie skutecznej metody korekcji. Regularne badania okulistyczne i optometryczne są kluczowe w procesie wczesnego wykrywania krótkowzroczności, monitorowania jej postępu i zapobiegania ewentualnym poważniejszym powikłaniom.

Projekt edukacyjny

>>> Zdrowe Oczy



eurostudent

Zostań naszym partnerem i dołącz do akcji.

Promuj swoje produkty wśród studentów i pomóż poszerzyć ich wiedzę w ramach współpracy eksperckiej.

Zapraszamy do współpracy:

wspolpraca@feniksmedia.pl

tel.: 600 064 711

W ramach kampanii:

- objaśniamy, jak zabezpieczać oczy przed światłem niebieskim
- prezentujemy najnowsze trendy w oprawkach okularowych
- mówimy o tym, jak chronić wzrok przed promieniowaniem UV
- pomagamy studentom wybrać odpowiednie soczewki kontaktowe

Partnerem projektu jest
KRAJOWA RZEMIEŚLNICZA IZBA OPTYCZNA



ZADBAJ Z NAMI O ZDROWY WZROK STUDENTÓW!

ROK LOKALNEJ PRODUKCJI SOCZEWEK OKULAROWYCH SEIKO

W lutym mija rok od rozpoczęcia lokalnej produkcji soczewek SEIKO w Laboratorium Soczewek Recepturowych w Piasecznie.

Firma SEIKO stawia na jakość premium, dlatego do polskiej produkcji z portfolio marki zostały wybrane najbardziej zaawansowane konstrukcje oraz powłoki o najdoskonalszych właściwościach. Wszystko po to, aby dostarczać je klientom w najkrótszym możliwym czasie, czyli w trzy dni (48 godzin przeznaczonych na produkcję i jeden dzień na dostawę).

Soczewki SEIKO produkowane w Polsce to między innymi najbardziej zaawansowane konstrukcje progresywne, takie jak: flagowa **SEIKO BRILLIANCE** oraz wysoko zaawansowana **SEIKO PRIME Xceed**, soczewki **SEIKO INDOOR 100/200** przeznaczone do pomieszczeń i zapewniające najwyższą precyzję widzenia, soczewki **SEIKO SMARTZOOM** ze wsparciem akomodacji, zapewniające najwyższy komfort pracy w bliskich odległościach oraz soczewki asferyczne **SEIKO AS**, łączące wysoką jakość widzenia z estetyką. Soczewki te – w połączeniu z flagową

powłoką **SEIKO SRC-Ultra** o niezrównanej przejrzystości i niespotykanej estetyce – zapewniają klientom najwyższą precyzję widzenia. W polskiej produkcji dostępne są również najpopularniejsze barwienia, wybrane z bogatej palety SEIKO: estetyczne brązy, szarości i zielenie.

Soczewki SEIKO produkowane w Piasecznie cieszą się wysoką popularnością wśród klientów tej marki, którzy chcą połączyć najwyższą jakość, estetykę i wysokie zaawansowanie technologiczne soczewek okularowych z ekspresowym czasem realizacji zleceń.



SOCZEWKI OKULAROWE **SEIKO** Z LABORATORIUM SOCZEWEK RECEPTUROWYCH W POLSCE

SZERSZY ZAKRES MOCY W SOCZEWKACH MIYOSMART

Firma HOYA Vision Care nieustannie udoskonala swoje rozwiązania w zakresie spowalniania progresji krótkowzroczności, aby wspierać specjalistów ochrony wzroku w zapew-

nianiu jak najlepszej opieki młodym pacjentom. Dzięki temu chcemy umożliwić jak największej liczbie dzieci korzystanie ze skutecznych i innowacyjnych metod opieki.

Szacuje się, że do 2050 roku ok. 10% ludzi na świecie będzie borykać się z wysoką krótkowzrocznością (sferyczną wadą refrakcji $\leq -6,00$ dioptrii)¹. W odpowiedzi na to rosnące zapotrzebowanie firma HOYA Vision Care wprowadza rozszerzony zakres mocy soczewek okularowych MiYOSMART – do -13,00 dioptrii, dzięki czemu dzieci z wysoką krótkowzrocznością mogą czerpać korzyści ze stosowania technologii D.I.M.S.

Dzięki rozszerzeniu zakresu mocy korekcyjnych oraz optymalizacji średnic i grubości brzegowej soczewki okularowe MiYOSMART zostały dostosowane do potrzeb dzieci z wysoką krótkowzrocznością. Średnica soczewek okularowych została zwiększona, aby mogły z nich skorzystać osoby z wysokimi wartościami korekcyjnymi, szczególnie dzieci z szerszym rozstawem źrenic. Jednocześnie rozszerzona została także oferta oprawek. Dodatkowo – w odpowiedzi na informacje z rynku dotyczące estetyki soczewek o większych mocach – grubość brzegowa soczewek została dostosowana tak, aby poprawić ich wygląd i zachować optymalną jakość optyczną.

¹ Holden BA, Fricke TR, Wilson DA, et al. Global Prevalence of Myopia and High Myopia and Temporal Trends from 2000 through 2050. Ophthalmology. 2016;123(5):1036-1042.

Spowolnienie
progresji
krótkowzroczności
średnio o
60%¹



NOWOŚĆ

zwiększone zakresy
do -13,00 D

Zaufanie dzięki dowodom. To właśnie MiYOSMART.



Skuteczne, bezpieczne i nieinwazyjne rozwiązanie do kontroli krótkowzroczności, z solidnymi, jakościowymi badaniami naukowymi^{1,2}



Utrzymująca się skuteczność bez efektu odbicia^{1,2}



Przebadane na dzieciach z różnych grup etnicznych i wiekowych^{1,3}



Ponad 10 milionów soczewek kupionych przez rodziców na całym świecie⁴



Ponad 50 publikacji na temat soczewek okularowych MiYOSMART, zeskanuj kod QR aby dowiedzieć się więcej!



HOYA
FOR THE VISIONARIES

Soczewki okularowe MiYOSMART służą do korekcji i spowalniania progresji krótkowzroczności u dzieci.

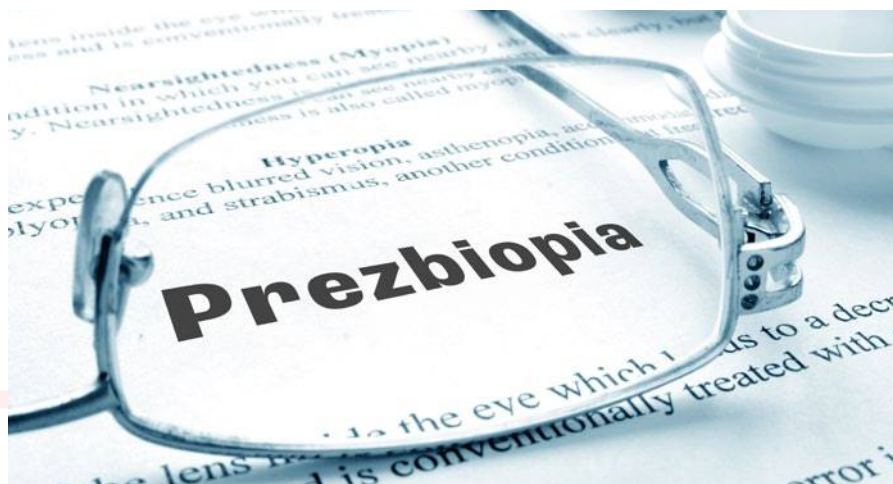
- Lam CSY, Tang WC, Tse DY, et al. Defocus Incorporated Multiple Segments (DIMS) spectacle lenses slow myopia progression: a 2-year randomised clinical trial. Br J Ophthalmol. 2020;104(3):363-8. DOI: 10.1136/bjophthalmol-2018-313739.
- Lam CSY, Tang WC, Zhang HY, Lee PH, Tse DYY, Qi H, et al. Long-term myopia control effect and safety in children wearing DIMS spectacle lenses for 6 years. Sci Rep. 2023;13(1):5475.
- McCullough S, Barr, H, Fulton, J, et al. 2-Year Multi-Site Observational Study of MiYOSMART myopia control spectacle lenses in UK children: 1-year results (Abstract). ARVO 2023; 23-27 April 2023; New Orleans, LA, USA.
- Na podstawie liczby sprzedanych soczewek okularowych MiYOSMART według danych sprzedaży HOYA z października 2024 r.

KOREKCJA OKULAROWA W PREZBIOPII

Prezbiopia, czyli naturalny proces starzenia się oka, to problem, który dotyka większość osób po 40. roku życia. Dla optyków to szansa na dostarczenie klientom rozwiązań, które łączą zaawansowaną technologię z komfortem codziennego użytkowania. Współczesne rozwiązania w zakresie korekcji okularowej dla prezbiopów znacząco różnią się od tych sprzed kilku dekad. Dziś okulary progresywne to synonim nowoczesności, precyzji i indywidualizacji.

Sylwia Piskulska-Grzesik

optyczka, przedsiębiorczyni, właścicielka salonu optycznego, trenerka sprzedaży i nowoczesnej obsługi klienta pod marką Optyczne Rewolucje



mów. Dzięki temu obecne progresywne soczewki okularowe są:

- bardziej precyzyjne,
- zindywidualizowane,
- wygodne w użytkowaniu.

Rodzaje soczewek progresywnych

1. Podstawowe soczewki progresywne podstawowe soczewki progresywne oparte są wyłącznie na wadzie wzroku, rozstawie źrenic i wysokościach montażowych oraz pewnych założonych średnich parametrach.

Zalety: przystępna cena i podstawowy komfort. Przy mniejszych wadach wzroku, standardowych parametrach montażowych i niskich wymaganiach może to być rozwiązanie zadowolające dla niektórych klientów.

2. Soczewki zoptymalizowane Soczewki zoptymalizowane uwzględniają dodatkowe parametry, takie jak:

- odległość rogówkowa (ang. *vertex distance*) – odległość między okiem a powierzchnią soczewki okularowej,
- kąt krzywizny oprawy – kąt, pod którym soczewki okularowe są ustawione względem płaszczyzny strzałkowej,
- kąt pantoskopowy – kąt, pod jakim płaszczyzna soczewki okularowej jest nachylona względem płaszczyzny czołowej.

Zalety: większy komfort widzenia, lepsza jakość obrazu i redukcja zniekształceń. Soczewki zoptymalizowane są zdecydowanie lepsze od podstawowych. Są one dobrym rozwiązaniem zwłaszcza dla klientów wymagających oraz takich, którzy mają dużą asymetrię twarzy lub u których występuje różnowzroczność.

Zapraszam na szczegółowy przegląd rozwiązań, które mogą nie tylko poprawić komfort widzenia klientów, ale i zwiększyć prestiż salonu optycznego, który je oferuje.

Dwie konstrukcje: twarda i miękka

Jednym z fundamentalnych aspektów szkła progresywnych jest ich konstrukcja – „twarda” lub „miękka”.

- **Konstrukcja „miękka”** charakteryzuje się łagodnymi przejściami między strefami widzenia (do dali, do bliży, na odległości pośrednie). Jest to rozwiązanie przyjazne początkującym użytkownikom, które minimalizuje zniekształcenia obrazu na peryferiach soczewek. Wadą tej konstrukcji jest węższe pole widzenia, szczególnie w strefach do dali i bliży.
- **Konstrukcja „twarda”** oferuje szersze pole widzenia, szczególnie do dali. Krótsza strefa progresji i wyraźniejsze granice między obszarami widzenia

mogą jednak utrudniać adaptację. Ta konstrukcja jest polecana bardziej doświadczonym użytkownikom.

Wybór między konstrukcją „twardą” a „miękka” zależy od preferencji klienta i jego dotychczasowego doświadczenia ze szkłami progresywnymi.

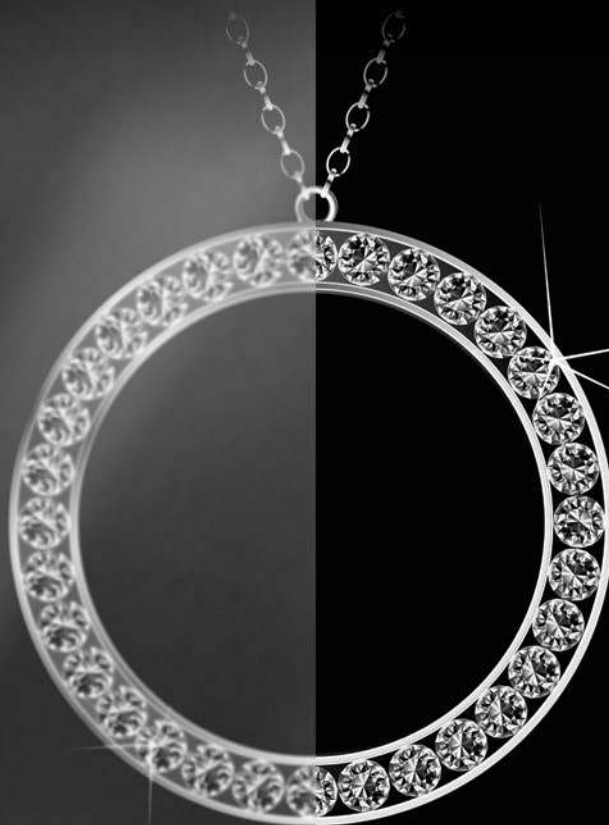
Ewolucja okularów progresywnych

Dawniej okulary progresywne były standardowym, uniwersalnym produktem, który spełniał swoje podstawowe zadanie – korygował widzenie na różne odległości. Niestety ówczesne konstrukcje miały wiele ograniczeń: wąskie strefy widzenia, znaczne zniekształcenia na obszarach peryferyjnych i mało komfortowe przejście pomiędzy mocami korekcyjnymi.

Współczesne szkła progresywne to efekt wielu lat badań, rozwoju zaawansowanych technologii i nowoczesnych algorytm-

JESZCZE WIĘKSZA PRZEJRZYSTOŚĆ

SEIKO SRC™ - ULTRA



Nowa, najbardziej
zaawansowana
powłoka antyrefleksyjna
SEIKO

Większość Twoich klientów nie wie, jakie korzyści przynosi zastosowanie powłoki antyrefleksyjnej na soczewce, ale prawie każdy z nich na pewno doświadczył tego, jak irytujące potrafią być refleksy świetlne i efekt olśnienia.

Poznaj nową, najbardziej zaawansowaną powłokę antyrefleksyjną SEIKO SRC Ultra.

Doskonale przejrzysta, dzięki wysokiej transmitancji, o subtelnym, złoto-miedzianym odbiciu szczytkowym, będzie oczywistym wyborem dla osób oczekujących bezprecedensowej poprawy jakości widzenia.

To jedna z pięciu powłok antyrefleksyjnych, tworzących nowe portfolio.

Odkryj nowe portfolio powłok SRC na stronie: www.seikovision.com/pl

Soczewki okularowe SEIKO służą do korygowania wad wzroku.

SEIKO

PRECISION FOR VISION



3. Soczewki zindywidualizowane

Soczewki zindywidualizowane, oprócz parametrów wymienionych wcześniej, wykorzystują specjalny kod konstrukcyjny, oparty na szczegółowym wywiadzie z klientem dotyczącym stylu życia.

Zalety: soczewki zindywidualizowane to rozwiązanie „szyte na miarę”. Ich konstrukcja uwzględnia aktywności użytkownika (np. jazda samochodem, praca biurowa, czytanie, sport), co przekłada się na maksymalny komfort i zadowolenie w codziennym użytkowaniu.

4. Soczewki progresywne konstruowane na bazie okularów VR

Soczewki te wykorzystują specjalne gogle VR (od ang. *virtual reality*), które mierzą ruchy głowy i oczu podczas śledzenia obiektów poruszających się na różnych odległościach, a także analizują, czy klient bardziej porusza głową, czy oczami, oraz jakie odległości są dla niego najważniejsze.

Zalety: soczewki te są w pełni spersonalizowane, dzięki czemu idealnie dopasowują się do naturalnego stylu widzenia użytkownika. Precyzyjne dane zapewniają maksymalny komfort i eliminują problemy z adaptacją. Dodatkowo technologia ta robi wrażenie na klientach, podnosząc prestiż salonu optycznego.

Nowoczesne technologie pomiarowe

Współczesny klient salonu optycznego oczekuje nie tylko wysokiej jakości produktów, ale również profesjonalnej obsługi, wspieranej zaawansowaną technologią. Tradycyjne narzędzia pomiarowe, takie jak pisak czy żrenicówka, przez lata spełniały swoje funkcje,

Przykłady urządzeń, które wyznaczają standardy w nowoczesnych salonach optycznych

- **iPady z dedykowanymi aplikacjami** – umożliwiają szybkie i dokładne określenie parametrów potrzebnych do zaprojektowania okularów. Dzięki intuicyjnemu interfejsowi aplikacje te ułatwiają zbieranie danych, które mogą być natychmiast przesyłane do programu umożliwiającego zamówienie soczewek bezpośrednio u producenta.
- **Wieże pomiarowe** – to stacjonarne urządzenia, które również wykonują niezbędne pomiary, a dzięki wbudowanym kamerom i systemom laserowym zapewniają niezwykłą precyzję badania. Dodatkowo urządzenia te sprawiają, że salon optyczny w oczach klienta jest bardziej nowoczesny i wyjątkowy.
- **Systemy śledzenia ruchu gałek ocznych** (ang. *eye tracking*) – urządzenia wykorzystujące technologię śledzenia ruchu gałek ocznych, które pozwalają określić, w jaki sposób klient patrzy w różnych kierunkach i na różne odległości. Urządzenia te są często elementami zaawansowanych gogli VR.

ale dziś – w obliczu rosnących wymagań klientów – okazują się niewystarczające. Dzisiejszy świat optyki to era cyfrowych innowacji, które rewolucjonizują proces dopasowywania okularów, zapewniając większą precyzję i komfort.

Wprowadzenie nowoczesnych urządzeń pomiarowych nie tylko podnosi poziom obsługi, ale również buduje wizerunek

GOGLE NARCIARSKIE ZEISS

ZNAKOMITA OPTYKA, DYNAMIZM I MODA

Lekka i wyjątkowo elastyczna konstrukcja, nowoczesny i atrakcyjny styl, pełne dopasowanie do indywidualnych potrzeb oraz technologia SONAR – z nowymi goglami narciarskimi ZEISS żaden stok nie jest już wyzwaniem. Zastosowana w nich i opatentowana przez ZEISS technologia kolorów SONAR wzmacnia kontrast i ułatwia rozpoznawanie nierówności i przeszkód na śniegu. Gogle narciarskie ZEISS chronią oczy przed śniegiem, deszczem i wiatrem oraz wyjątkowo silnym promieniowaniem UV-A i UV-B w regionach wysokogórskich.



NOWE OSOBY W DZIALE OPTYKI OKULAROWEJ ZEISS

Do Działu Optyki Okularowej ZEISS dołączyły Natalia Gołocińska i Joanna Kępa, które obejmą stanowiska Area Sales Representative i będą odpowiadać za sprzedaż w wyznaczonych regionach. Gratulujemy i życzymy wielu sukcesów!



Seeing beyond

Soczewki ZEISS Progresywne SmartLife

Niepowtarzalne jak
każdy klient.

**Dobierz gogle narciarskie
w specjalnej ofercie!**



**TO JEST WYRÓB MEDYCZNY. UŻYWAJ GO ZGODNIE
Z INSTRUKCJĄ UŻYWANIA LUB ETYKIETĄ.**

salonu, który idzie z duchem czasu. Klient widzi, że jego potrzeby są traktowane z należytą uwagą, co podnosi jego zaufanie do naszego salonu i zwiększa szansę, że w przyszłości powróci do nas ponownie.

Dlaczego warto proponować lepsze soczewki progresywne?

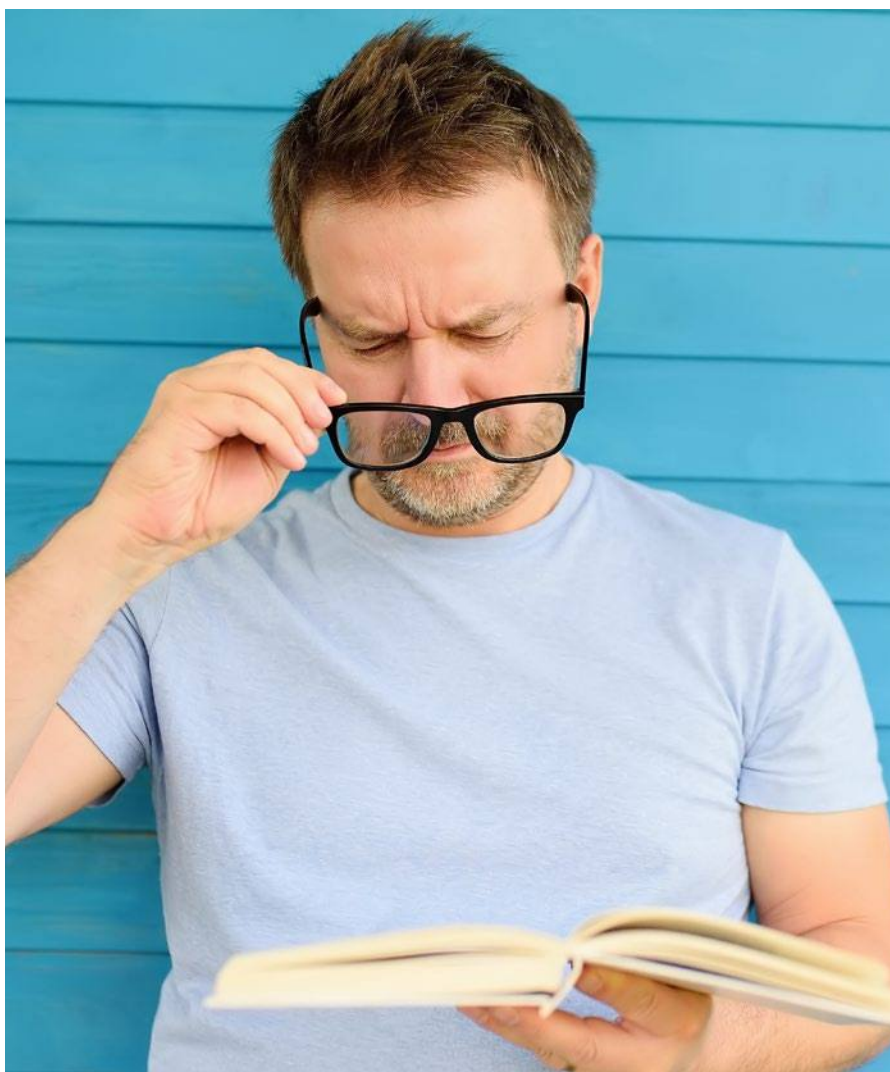
W dzisiejszym dynamicznym świecie osoby po 40. roku życia stoją przed wyzwaniem łączenia intensywnego życia zawodowego z aktywnym życiem prywatnym. Ich oczekiwania wobec okularów nie ograniczają się już jedynie do korekcji wzroku. Klienci oczekują rozwiązań, które zapewnią im wygodę i dobre widzenie, a jednocześnie będą jak najlepiej dopasowane do ich stylu życia. Dlaczego wyższej klasy soczewki progresywne są najlepszym wyborem? Poniżej kilka argumentów.

• Szersze pola widzenia

Soczewki progresywne wyższej klasy zapewniają zoptymalizowane strefy widzenia, obejmujące widzenie do dali, do bliży i na odległości pośrednie, co znacząco podnosi komfort użytkownika. Minimalizują one ponadto tzw. efekt tunelowy, eliminując wrażenie ograniczonego pola widzenia, oraz umożliwiają płynne przejścia między strefami. Dzięki temu użytkownik może bez wysiłku i dyskomfortu przenosić spojrzenie z jednych obiektów na inne (np. z ekranu komputera na osobę siedzącą w oddali). Tego typu soczewki są idealnym rozwiązaniem dla osób, które na co dzień muszą mierzyć się z wieloma zadaniami, m.in. dla: kierowców, osób wykonujących pracę biurową, a także dla wszystkich prowadzących aktywny tryb życia.

• Minimalizowanie zniekształceń

Zniekształcenia obrazu na peryferyach soczewek to częsty problem, z którym mierzą się użytkownicy podstawowych okularów progresywnych. W soczewkach progresywnych wyższej klasy, opracowywanych z wykorzystaniem zaawansowanych technologii, ten problem został skutecznie wyeliminowany. Dzięki nim efekt „kołysania obrazu”, szczególnie uciążliwy podczas chodzenia lub wykonywania dynamicznych ruchów głową, zostaje znacząco zredukowany. Ponadto te zaawansowane konstrukcje zapewniają lepsze widzenie peryferyjne, co jest niezwykle istotne podczas prowadzenia pojazdu czy spaceru. To wszystko przekłada się na skrócenie czasu adaptacji do nowych okularów.



• Indywidualne dopasowanie

Wyższej klasy soczewki progresywne uwzględniają szereg dodatkowych parametrów, które sprawiają, że są perfekcyjnie dostosowane do użytkownika:

- ✓ dopasowanie na podstawie stylu życia: szczegółowa analiza potrzeb klienta pozwala określić, które aktywności są dla niego kluczowe (np. czy więcej czasu dana osoba spędza na pracy przy komputerze, prowadzeniu auta czy czytaniu książek),
- ✓ uwzględnienie anatomicznych cech twarzy i oprawek: konstrukcja takich soczewek uwzględnia m.in. kąt pantoskopowy, krzywiznę oprawy czy odległość rogówkową, co przekłada się na optymalne ustawienie soczewek względem oczu.

Proponowanie klientom soczewek progresywnych wyższej klasy to nie tylko wyraz dbałości o ich komfort i jakość widzenia, ale również sposób na budowanie renomy i zaufania do salonu:

- **większa satysfakcja klientów** – lepsze dopasowanie soczewek

minimalizuje ryzyko reklamacji czy niezadowolenia ze strony klientów,

- **profesjonalny wizerunek** – klient widzi, że salon korzysta z nowoczesnych technologii i indywidualnie podchodzi do jego potrzeb,
- **wyższy prestiż salonu** – klienci chętniej polecają te salony optyczne, w których spotykają się z obsługą na najwyższym poziomie,
- **lepszy efekt finansowy** – soczewki wyższej klasy to produkty klasy premium, które zwiększają nie tylko zadowolenie klienta, ale i przychody salonu optycznego.

Okulary progresywne to produkt przyszłości, który dynamicznie się rozwija. Aby sprostać rosnącym wymaganiom klientów, a jednocześnie pozostać konkurencyjnym, warto inwestować w wiedzę, zaawansowane narzędzia i najnowsze technologie. Prezbiopia nie musi być wyzwaniem – może być ona szansą na budowanie relacji z klientami i dostarczanie im rozwiązań, które będą nie tylko praktyczne, ale i wyjątkowe. To inwestycja, która w przyszłości może zapoczątkować większą lojalnością ze strony klientów i podniesieniem prestiżu salonu. Postaw na nowoczesność i jakość, a Twoi klienci z pewnością to docenią.



Więcej informacji
na www.szajna.pl

Przywróć młodość swoim
oczom z soczewkami
progresywnymi SZAJNA.

www.szajnanawigator.pl | zamowienia@szajna.pl tel.: 58 669 67 00 | fax: 58 665 31 55

Soczewki okularowe to wyrób medyczny.

Dla bezpieczeństwa używaj ich zgodnie z instrukcją używania lub etykietą.
Producentem soczewek jest firma SZAJNA Laboratorium Optyczne z Gdyni.

KOREKCJA OKULAROWA W ANIZOMETROPII

CZĘŚĆ 2: ANIZOFORIA

Anizometropia, charakteryzująca się znaczną różnicą mocy refrakcyjnej między okiem lewym i prawym, stwarza szczególne wyzwania dla widzenia obuocznego. Jedną z jej najważniejszych konsekwencji jest niezrównoważony efekt pryzmatyczny, który powstaje, gdy osie widzenia przechodzą przez pozaosiowe punkty soczewek o różnej wartości korekcyjnej.

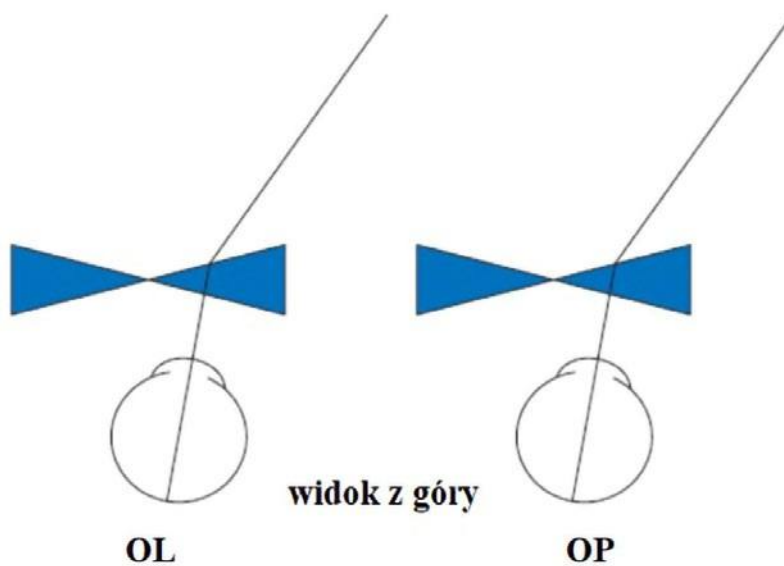
Sławomir Nogaj

Laboratorium Fizyki Widzenia i Optometrii,
Wydział Fizyki, Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu,
Zakład Optometrii Katedry Chorób Oczu i Optometrii, Uniwersytet Medyczny w Poznaniu

Zjawisko to może mieć wpływ na komfort widzenia, a w szczególnych sytuacjach może również utrudniać utrzymanie fuzji. W tej części artykułu zostaną omówione przykłady efektów pryzmatycznych i ich implikacje dla procesu widzenia oraz możliwe sposoby łagodzenia dyskomfortu związanego z anizoforią.

Efekty pryzmatyczne w korekcji okularowej

Specyfika układu, jaki tworzą soczewki okularowe wraz z układem optycznym obu oczu, charakteryzuje się tym, że soczewki są nieruchome względem gałek ocznych, wykonujących ruchy w różnych kierunkach. W związku z tym tylko w szczególnej pozycji osie widzenia obu oczu będą się pokrywać z osiami optycznymi soczewek okularowych i tylko wtedy działania pryzmatyczne (odchylające bieg światła) będą równe zero. Gdy oczy poruszają się zgodnie, tzn. w tym samym kierunku (wersje) – np. w prawo – wtedy osie widzenia nie pokrywają się z osiami optycznymi, co wywołuje działanie pryzmatyczne, którego wielkość dość łatwo możemy oszacować, stosując wyrażenie znane pod nazwą reguły Prentice'a. Jest to iloczyn odległości od środka optycznego wyrażonej w centymetrach i mocy soczewki w odpowiednim przekroju: Δ [cm/m] = c [cm] P [1/m]. Jeżeli soczewka prawa i lewa mają tę samą wartość korekcyjną, to wartości mocy pryzmatycznych przy spojrzeniu w górę, w dół, w prawo czy w lewo są takie same i bazy tych działań mają ten sam kierunek, wyrażony w skali TABO (rys. 1).



Rys. 1. Działanie pryzmatyczne soczewek o tej samej mocy korekcyjnej przy zwrocie w prawo

Przykład 1

Osoba nosząca okulary korekcyjne o mocy OP: -2.00, OL: -2.00 wykonuje zwrot, aby spojrzeć na odległy przedmiot znajdujący się po jej prawej stronie. Zakładamy, że promień światła, przechodząc przez każdą z soczewek, ulega odchyleniu w taki sposób, że odległość promienia od osi optycznej wynosi 1 cm. Wtedy działanie pryzmatyczne od każdej z soczewek będzie mieć taką samą wartość $\Delta = 2.0$ cm/m, z bazą w kierunku 180°. Symetryczne działanie pryzmatyczne oznacza, że ustawienie osi widzenia nadal zachowuje równoległość, a wypadkowe obuoczne działanie pryzmatyczne jest równe zero (rys. 1):

$$\text{OP: } \Delta_p = 2.0 \text{ cm/m, } B = 180, \\ \text{OL: } \Delta_L = 2.0 \text{ cm/m, } B = 180.$$

Wypadkowe działanie pryzmatyczne:
 $\Delta_{\text{RÓŻN}} = \Delta_p - \Delta_L = 0 \text{ cm/m}.$

Jeśli korekcje prawa i lewa są takie same, a obie soczewki są prawidłowo wycenrowane, każde oko napotka jednakowe efekty pryzmatyczne w odpowiednich punktach widzenia, co nie powinno stanowić żadnej trudności dla użytkownika.

Anizoforia

W przypadku anizometropii wartości korekcyjne soczewek okularowych różnią się, a zatem przy wykonywaniu ruchów




LEICA EYECARE



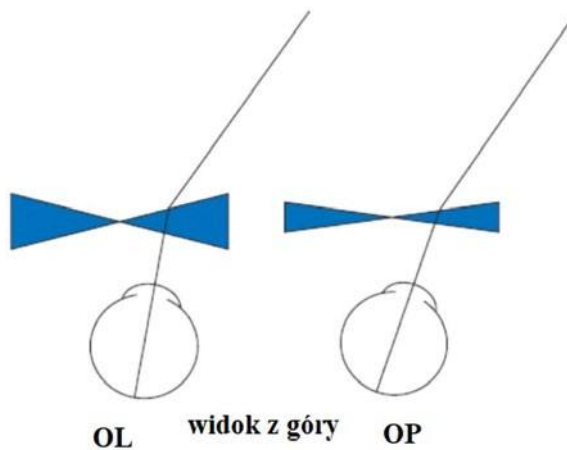
JAKOŚĆ
MADE IN GERMANY

PRIME VISIO Polska Sp. z o.o.
Dział Leica Eyecare Poland

Infolinia

 22 242 87 55

bok@leica-eyecare.pl



Rys. 2. Anizoforia, czyli nierówne działanie pryzmatyczne soczewek okularowych przy zwrocie w prawo

oczu w tym samym kierunku (np. zwrotu w prawo) działanie odchylające soczewek także będzie się różnić. Taką sytuację nazywamy anizoforią (rys. 2).

Przykład 2

Osoba nosząca okulary korekcyjne o mocy OP: -2.00, OL: -0.50 wykonuje zwrot, aby spojrzeć na odległy przedmiot znajdujący się po jej prawej stronie (rys. 2). Zakładamy, że promień światła, przechodząc przez każdą z soczewek, ulega odchyleniu w taki

sposób, że odległość promienia od osi optycznej wynosi 1 cm. Wtedy działanie pryzmatyczne od każdej z soczewek będzie mieć następującą wartość:

OP: $\Delta_p = 0.5 \text{ cm/m}$, $B = 180$,
 OL: $\Delta_L = 2.0 \text{ cm/m}$, $B = 180$.

Wypadkowe działanie pryzmatyczne:
 $\Delta_{\text{RÓŻN}} = \Delta_L - \Delta_p = 1.5 \text{ cm/m}$, $B = 180 \text{ (BN OL)}$.

Niesymetryczne działanie pryzmatyczne oznacza, że ustawienie osi widzenia nie będzie już równoległe: w przypadku zwrotu

w prawo rozbieżne, zaś w przypadku zwrotu w lewo – zbieżne ($\Delta_{\text{RÓŻN}} = \Delta_L - \Delta_p = 1.5 \text{ cm/m}$, $B = 00 \text{ (BS OL)}$) (Rys. 3), co pokazano na rys. 3.

Ze względu na przejściowy charakter takiego ustawienia oczu zwykle następuje szybkie dostosowanie do zmian fiksacji. Inaczej będzie w przypadku, gdy użytkownik okularów, wykonując pracę z bliska przez dłuższy czas, ustawia osie widzenia poniżej osi optycznych soczewek. Zwykle powstają wtedy pionowe (wertykalne) działania pryzmatyczne, które w przypadku anizotropii nie będą zrównoważone.

Przykład 3

Osoba nosząca okulary korekcyjne o mocy OP: -2.00, OL: -0.50 wykonuje zwrot w dół, aby spojrzeć na przedmiot znajdujący się w bliskiej odległości. Ponownie zakładamy, że promień światła, przechodząc przez każdą z soczewek, ulega odchyleniu w taki sposób, że odległość promienia od osi optycznej wynosi 1 cm. Wtedy działanie pryzmatyczne od każdej z soczewek będzie mieć następującą wartość:

OP: $\Delta_p = 0.5 \text{ cm/m}$, $B = 270$,
 OL: $\Delta_L = 2.0 \text{ cm/m}$, $B = 270$.

Wypadkowe działanie pryzmatyczne:
 $\Delta_{\text{RÓŻN}} = \Delta_L - \Delta_p = 1.5 \text{ cm/m}$, $B = 270 \text{ (BD OL)}$.

reklama

Rabaty na każdy dzień tygodnia!*

20% rabatu na oprawy okularowe korekcyjne zamówione przez stronę www.rakoserwis.pl
 Oferta dotyczy opraw okularowych dostępnych w regularnej cenie, liczy się data - dzień złożenia zamówienia.

35% rabatu na soczewki magazynowe
 Organiczna 1,67 HMC Ø 60

15% rabatu na wszystkie soczewki recepturowe

40% rabatu na soczewki magazynowe
 Organiczna 1,60 ASP HMC
 Organiczna 1,60 HMC PLATINUM
 Organiczna 1,60 HMC

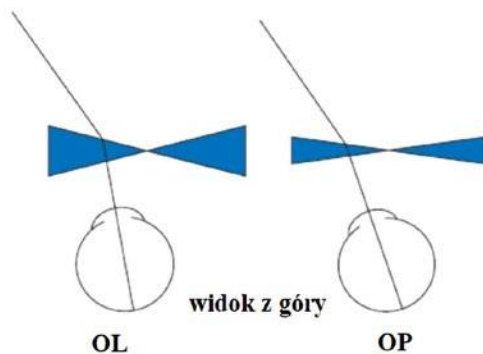
99% rabatu na koszty wysyłki **

Rako Optyk Serwis

*Oferta dotyczy Katalogu soczewek okularowych magazyn i receptura 2023/2024. Rabat naliczany jest od cen katalogowych NETTO.
 **Rabat na koszty wysyłki dotyczy zamówień o wartości powyżej 150 zł brutto, złożonych i wysłanych w piątek.
 Oferta ważna od 01.03 do 30.04.2025r. Oferta nie łączy się z innymi promocjami.

Rako Optyk Serwis sp. z o.o. Przedstawiciele handlowi:
 tel. 91 422 80 11 Krzysztof Margel tel. 505-530-997 Jarosław Margel tel. 602-597-099
 tel. 506 666 011, 502 355 818 Bartosz Komorowski tel. 507-068-652 Wojciech Bochniak tel. 503-405-503 - Lens Area Advisor

fb.com/rakoserwis
www.rakoserwis.pl
 mail: cok@rakoserwis.pl



Rys. 3. Anizoforia przy zwrocie w lewo

Tolerancja na niezrównoważone działanie pryzmatyczne w kierunku pionowym różni się u poszczególnych osób. Ogólnie przyjmuje się, że wielu pacjentów nie może tolerować więcej niż około 1.0–1.5 cm/m różnicowego efektu pryzmatycznego przez dłuższy czas, a po przekroczeniu tej wartości mogą wystąpić problemy, gdyż kierowanie jednego oka bardziej w dół lub w górę w stosunku do drugiego nie jest naturalnym ruchem oczu. Jeśli pryzmat różnicowy jest zbyt duży (powyżej 2–3 prdpt.), to przedmioty mogą być widziane podwójnie. W praktyce osoby noszące okulary z soczewkami jednoogniskowymi rzadko zgłaszają objawy astenopii, gdyż ruch głowy zapewnia zmniejszenie działań pryzmatycznych do wartości tolerowanych. Poza tym jedną z metod zapobiegania

niezrównoważeniu pryzmatycznemu w kierunku pionowym jest posiadanie dwóch par okularów do blizy i dali o różnych wysokościach montażu środków optycznych. Większe wyzwanie stanowi realizacja korekcji za pomocą soczewek wieloogniskowych i zmiennoogniskowych, ponieważ specyfika tych soczewek wymusza korzystanie z takich obszarów soczewki, w których może występować niezrównoważony efekt pryzmatyczny do blizy.

W przypadku korekcji astygmatyzmu należy pamiętać o tym, że z pozoru nieskomplikowana korekcja może być przyczyną astenopii, gdy użytkownik korzysta z niej przy patrzeniu do blizy. Do zastanowienia podaję następujący przykład, w którym obliczenia są nieco bardziej skomplikowane:

OP: sf. + 2.00 cyl. +2.50 x 165,
OL: sf. + 1.00 cyl. +1.50 x 25.

Dla takiej pary soczewek w punkcie oddalonym o 1 cm poniżej środków optycznych niezrównoważone działanie pryzmatyczne w kierunku pionowym przekracza wartość 2 cm/m (BG przed OP), co może doprowadzić do zerwania fuzji. Powyższy przykład pokazuje, jak ważne jest uwzględnienie wpływu mocy i osi cylindra na anizometrię południkową i jego wpływu na różnicowy efekt pryzmatyczny, zwłaszcza w bardziej krytycznym kierunku pionowym. Potencjalne objawy niekompensowanego różnicowego pryzmatu pionowego obejmują: zamazanie obrazu, podwójne widzenie, „cienie” na tekście, zlewanie się tekstu i bóle głowy/napięcie oczu.

Użytkownicy soczewek jednoogniskowych mogą dostosować pozycję głowy i/lub materiału do czytania, aby patrzeć przez punkty soczewki bliższe optycznym środkom, co zmniejsza wartość niezrównoważonego działania pryzmatycznego w płaszczyźnie pionowej. W przypadku użytkowników soczewek wieloogniskowych takie postępowanie nie jest możliwe, dlatego może występować konieczność zastosowania kompensacji pryzmatycznej, aby zapewnić komfortowe widzenie podczas czytania.

reklama

PEŁNY ZAKRES LUP z certyfikatem MDR



OPHTALMICA NOWAKOWSKI



www.ophtalmica.pl



biuro@ophtalmica.pl



71/78-50-968

 SCHWEIZER

 OPHTALMICA
NOWAKOWSKI

WIZJONERZY EKSPERT OPTYK 2024

ŚWIĘTO LIDERÓW POLSKIEJ OPTYKI

Trzynastego grudnia Łódź stała się miejscem, gdzie optyka spotkała się z wizją i sukcesem. W prestiżowym hotelu Vienna House odbyło się wydarzenie pn. „Wizjonerzy EKSPERT OPTYK 2024”, które zgromadziło liderów niezależnych salonów optycznych z całej Polski.

To wyjątkowe spotkanie stało się okazją do celebrowania osiągnięć i wyznaczenia ambitnych planów na przyszłość, a wszystko odbyło się w atmosferze elegancji i świątecznego nastroju.

Dyskusje, prelekcje i nowe możliwości

Wydarzenie rozpoczęło się od części formalnej, podczas której wybrani uczestnicy mieli możliwość objęcia udziałów w spółce VANBERG EO – wyjątkowym modelu współwłasności, który pozwala członkom EKSPERT OPTYK na aktywny udział w rozwoju tej innowacyjnej marki soczewek.

Nie zabrakło także inspirujących prelekcji i paneli dyskusyjnych, które były okazją do wymiany doświadczeń i omówienia nadchodzących trendów. Uczestnicy mogli również zapoznać się z najnowszym portfolio marek optycznych firmy DE RIGO, w tym z ekskluzywnymi kolekcjami: Yalea, Twinset czy IN inspired by St!ng, dostępnymi tylko dla członków EKSPERT OPTYK.



Uhonorowanie tych, którzy inspirują

Kulminacyjnym punktem wieczoru była uroczysta gala wręczenia nagród „Wizjoner EKSPERT OPTYK”, przyznawanych za wybitne osiągnięcia i zaangażowanie w rozwój branży. Wyróżnieni zostali ci, którzy swoją codzienną pracą wyznaczają nowe standardy w polskiej optyce – zarówno poprzez rozwój swoich salonów, jak i aktywne uczestnictwo w programach takich jak VANBERG Select. Te prestiżowe nagrody podkreślają, jak ogromny wpływ na przyszłość całej branży mają wizjonerskie działania.



Gala w historycznej scenerii

Wieczorna część wydarzenia odbyła się w odrestaurowanej przędzalni Izraela Poznańskiego, będącej częścią słynnego kompleksu Manufaktura. To miejsce, w którym historia łączy się z nowoczesnością, stało się idealnym tłem dla uroczystości. W eleganckiej atmosferze goście mogli delektować się wykwintnym menu, wymieniać się pomysłami i cieszyć się blaskiem świątecznych dekoracji. Spotkanie sprzyjało integracji oraz budowaniu relacji i wzmacnianiu więzi w branży optycznej.



Wizja na kolejny rok

Wydarzenie pn. „Wizjonerzy EKSPERT OPTYK 2024” udowodniło, jak ważne w polskiej optyce są: wspólnota, inspiracja i wyznaczanie nowych standardów. Organizatorzy już zapowiedzieli kontynuację tej inicjatywy w przyszłym roku, podkreślając, że kolejna edycja będzie jeszcze bardziej inspirująca. Wydarzenie to było przede wszystkim świętem sukcesu, ale także potwierdziło, że wizjonerskie działania są fundamentem przyszłości.

NIEZALEŻNY SALON OPTYCZNY 5D

HOLISTYCZNE PODEJŚCIE DO ZUPEŁNIE NOWYCH POTRZEB KLIENTA

Współczesny świat wymaga od nas dużej elastyczności i zdolności adaptacji. Z tego powodu na popularności zyskuje w Polsce nowy trend, w myśl którego najbardziej nowoczesne salony optyczne oferują już nie tylko korekcję wzroku, ale stają się miejscami, które odpowiadają na potrzeby całego organizmu – w tym również pozostałych czterech zmysłów.

Social media, gry komputerowe, codzienne bombardowanie miliardem bodźców odziera ludzką psychikę z równowagi. To dlatego mamy wszechobecny kryzys zdrowia psychicznego – szczególnie widoczny w młodszym pokoleniu. Ta sytuacja otwiera zupełnie nowy kierunek rozwoju, dotyczący również salonów optycznych, w zakresie odpowiedzi na potrzeby konsumentów. Coraz częściej osoby wysoko wrażliwe, dla których codzienne doświadczenia mogą być przytłaczające, doceniają procesy zakupowe i przestrzenie zaprojektowane z myślą o ich komforcie. Salon optyczny w najbliższej przyszłości – podczas badania wzroku czy doboru okularów – stanie się oazą wyciszenia i spokoju, w której łatwo można będzie utrzymać wewnętrzny balans.

Dla branży optycznej, a szczególnie dla niezależnych, bardziej kameralnych salonów optycznych, to ogromna szansa. Dla właścicieli takich obiektów zaspokajanie całego portfolio potrzeb klientów wysoko wrażliwych stanowi doskonałą okazję do dynamicznego zwiększenia sprzedaży, zbudowania szerokiej grupy stałych, lojalnych klien-

tów oraz osiągnięcia wyraźnej przewagi konkurencyjnej na rynku na długie lata.

Przyjazne środowisko dla wrażliwych zmysłów

Osoby wysoko wrażliwe często intensywniej odczuwają bodźce z otoczenia – od jaskrawego światła, przez głośne dźwięki, po drażniące zapachy. Coraz więcej osób, w szczególności ludzi młodych, dostrzega u siebie różnego rodzaju zaburzenia w odbieraniu impulsów ze świata zewnętrznego. Ma na to wpływ szalony rozwój technologii, przebudzowanie na każdym etapie życia (włącznie z okresem prenatalnym), a także zanieczyszczone środowisko, w którym przyszło nam egzystować. Salon optyczny przyszłości powinien wziąć pod uwagę wszystkie bieżące aspekty cywilizacji, w tym nowe wymagania i potrzeby klientów, którzy szukają czegoś więcej niż tylko badania wzroku i dobrze wykonanych okularów.



Justyna Skrzypek
ekspertka marketingu, szkoleniowiec, blogerka, autorka programu „Będzie dobrze”, właścicielka firmy konsultingowej KONSTELACJA MARKETINGU

Kluczowe elementy, które zmieniają oblicze współczesnego salonu optycznego i tworzą przestrzeń przyjazną dla osób wysoko wrażliwych, to:

- **subtelne oświetlenie:** zastąpienie jaskrawych lamp sufitowych światłem rozproszonym, w ciepłej tonacji, które minimalizuje zmęczenie oczu;
- **wystrój stonowany kolorystycznie:** pastelowe lub neutralne barwy ścian i mebli działają kojąco na zmysły;
- **minimalizacja hałasu:** subtelna muzyka relaksacyjna, „sącząca się” w tle, pomaga uzyskać beczenny komfort i rozluźnienie organizmu;
- **naturalne olejki eteryczne w dyfuzorze ultradźwiękowym:** wysyłają sygnał do mózgu, że jesteśmy bezpieczni, możemy się rozluźnić i otworzyć na nowe rozwiązania;
- **przyjemne, znajome smaki:** zimowa herbata, napar imbirowy czy inne ziołowe napoje, które kojarzą nam się z dobrostanem, potrafią zdziałać cuda i odprężyć nawet najbardziej zestresowaną osobę;
- **relaksujące doświadczenia sensoryczne:** kontakt dłoni z przyjemnymi materiałami mebli, opraw i innych elementów wyposażenia salonu oraz gabinetu dostarcza klientom bodźce konieczne do uzyskania uczucia relaksu.



Indywidualizm i adaptacja

Wysoka wrażliwość często oznacza również potrzebę dłuższego czasu na adaptację do nowych warunków, w tym dobierania okularów czy przeprowadzania badań. Dlatego w salonach opartych na koncepcji 5D szczególną uwagę zwraca się na cztery kluczowe obszary.

- 1. Tempo dostosowane do klienta:** osoba korzystająca z usług optycznych ma możliwość przerwania badania na chwilę odpoczynku czy powtórzenia pomiarów, jeśli czuje taką potrzebę.
- 2. Komunikacja bez presji:** specjaliści pracujący w salonie są odpowiednio przeszkoleni i mogą zminimalizować czynniki stresujące klientów, wyjaśniając im każdy etap badania ze szczerym uśmiechem.
- 3. Szeroki wybór opravek:** dostępność lekkich, ergonomicznych modeli, które nie powodują dyskomfortu podczas noszenia, to podstawowe wymagania dotyczące oferty salonu.
- 4. Najnowsza technologia w służbie komfortu:** nowoczesny sprzęt diagnostyczny działa cicho i precyzyjnie, eliminując dyskomfort podczas badań, a cyfrowe narzędzia pozwalają na szybkie i dokładne określenie wady wzroku bez potrzeby wielokrotnego powtarzania procedur.

Przepis na sukces

Salon optyczny, zaprojektowany z myślą o wszystkich zmysłach, staje się przestrzenią, w której każdy klient czuje się wysłuchany i rozumiany. To nie tylko miejsce do poprawy widzenia, ale i oaza, gdzie można się zatrzymać, wyciszyć i zadbać o siebie w sposób holistyczny. Dzięki temu również osoby wysoko wrażliwe mogą cieszyć się świetnymi okularami, dobranymi idealnie, bez stresu i w atmosferze pełnego zaufania.



Taki innowacyjny salon mojego autorstwa powstał już w Warszawie na – Bielanach przy ulicy Krzemienieckiej 10. Koncept salonu PLANETA OPTYKA opiera się na zadbanie o wszystkie pięć zmysłów pacjentów i holistycznym podejściu do całego procesu badania, doboru opraw oraz sprzedaży. Pacjenci wysoko wrażliwi z entuzjazmem polecają sobie to miejsce jako pierwsze na ich drodze, które tak kompleksowo podchodzi do ich specjalnych potrzeb. Rozchodzący się w tempie błyskawicy marketing szeptany o tym miejscu motywuje właścicieli oraz zespół do tworzenia jeszcze bardziej rozbudowanej oferty, zaspokajającej potrzeby wszystkich zmysłów, nie tylko wzroku. Cieszę się, że mogłam w tym salonie wdrożyć autorską koncepcję, dzięki czemu stał się on spełnieniem moich marzeń o optyku innym niż wszystkie.

Jako ekspert od marketingu sensorycznego z ogromną przyjemnością przygotowuję kolejne salony optyczne w Polsce, należące do prywatnych właścicieli, do wdrożenia tej nowej koncepcji w swoich przestrzeniach. Chętnie pomogę również Państwu kompleksowo wdrożyć pomysły

na salon optyczny 5D. W tym celu zapraszam do kontaktu pod adresem: justyna.skrzypek@konstelacjamarketingu.pl.

Salon optyczny przyszłości będzie miejscem, w którym specjalnie przeszkolony personel zadba o wszystkie zmysły pacjenta, również tego wysoko wrażliwego. Połączenie zaawansowanej technologii z troską o komfort sensoryczny klienta sprawi, że wizyta stanie się przyjemnym, kompleksowym doświadczeniem, które będzie powtarzane z uwagi na korzyści dla całego organizmu.

Takie miejsca – w sposób naturalny i profesjonalny – będą odpowiadały na potrzeby związane ze wzrokiem, a równocześnie zadbają o równowagę psychiczną i fizyczną klientów salonu optycznego. Dla rosnącej grupy konsumentów nowej generacji, którzy wymagają specjalnych warunków, będzie to prawdziwy przełom.

Warto pomyśleć o tym już dziś i przystosować swoje salony optyczne do zupełnie nowych wymagań konsumentów!

AJG OFFICE - wszystko, czego potrzebują Twoje okulary!

Jesteśmy jedynym w Polsce przedstawicielem włoskiej firmy Centrostyle – dystrybutora części okularowych, akcesoriów optycznych i opraw okularowych.

Oferujemy innowacyjne i wysokiej jakości rozwiązania w branży optycznej. 30 lat doświadczenia na rynku, zorientowanie na potrzeby i wymagania klienta, utrzymanie wysokiej jakości produktów i usług pozwoliły Centrostyle stać się marką znaną we Włoszech i na całym świecie.

Asortyment obejmuje ponad 6000 własnych artykułów marki, certyfikowanych i zgodnych z odpowiednimi dyrektywami.

- ✓ oprawy
 - sportowe
 - dla dzieci
 - przeciwsłoneczne
- ✓ galanteria
- ✓ etui
- ✓ chusteczki
- ✓ narzędzia
- ✓ części / akcesoria optyczne



30 lat
doświadczenia

Zapraszamy do współpracy
AJG OFFICE
ul. Batorego 43, 05-510 Konstancin
tel. 22 754 68 10
tel. 601 237 832
www.ajgoffice.pl
Katalog produktów: www.centrostyleproducts.com/home-eng.html

BAUSCH + LOMB ULTRA®

Multifocal for Astigmatism

**STABILNE^{1,2}
ZOPTYMALIZOWANE^{3,4}
ŁATWE⁵**

16

KONSTRUKCJA
3-Zone
Progressive™

GODZIN KOMFORTU
z technologią MoistureSeal® 6,7,8



KONSTRUKCJA
OpticAlign™

JESZCZE WIĘCEJ PARAMETRÓW DOSTĘPNYCH DLA CIEBIE I TWOICH PACJENTÓW!



6068
PARAMETRÓW

Od -6,00 D do +4,00 D (co 0,25 D)

Cylinder	-0,75	-1,25	-1,75	-2,25	-2,75
10	✓	✓	✓	✓	✓
20	✓	✓	✓	✓	✓
30	✓	✓	✓		
40	✓	✓	✓		
50	✓	✓	✓		
60	✓	✓	✓		
70	✓	✓	✓	✓	✓
80	✓	✓	✓	✓	✓
90	✓	✓	✓	✓	✓
100	✓	✓	✓	✓	✓
110	✓	✓	✓	✓	✓
120	✓	✓	✓		
130	✓	✓	✓		
140	✓	✓	✓		
150	✓	✓	✓		
160	✓	✓	✓	✓	✓
170	✓	✓	✓	✓	✓
180	✓	✓	✓	✓	✓

✓
Parametry
dostępne

✓
Parametry
dostępne od 2025



Doświadczaj ULTRA życia.

BAUSCH + LOMB

MATERIAŁ DLA SPECJALISTÓW

Soczewki kontaktowe Bausch + Lomb ULTRA® Multifocal For Astigmatism (samfilcon A) są przeznaczone do korekcji krótkowzroczności, nadwzroczności, astygmatyzmu oraz prezbiopii.

1. Bausch + Lomb ULTRA® Multifocal for Astigmatism stabilization study. 2. Bausch + Lomb ULTRA® for Astigmatism Design Description December 2016. 3. Early Clinical Experience with Bausch + Lomb ULTRA® Multifocal for Astigmatism Contact Lenses, Schafer, Steffen, Review of Optometry June 15, 2019. 4. Bausch + Lomb ULTRA® Multifocal for Astigmatism Patient Evaluation. Rochester, 2020. 5. Results of an online survey with Eye Care Professionals who completed an evaluation programme for Bausch + Lomb ULTRA® Multifocal for Astigmatism contact lenses and reported fitting 6 or more subjects (n=219). 6. Reindel et al., Performance Of A Unique Silicone Hydrogel Lens Across The Recommended Wear Cycle Poster presented at AAO 2016. 7. Bausch + Lomb ULTRA® Contact Lenses with MoistureSeal® Technology; Taking Contact Lens Properties and Design to the Next Level for Best in Class Performance by Greg DeNaeye. (p.2). 8. Bausch + Lomb; 2013. A study to evaluate the product performance of a new silicone hydrogel contact lens.(181,50).

Producent: Bausch & Lomb Incorporated, USA. Upoważniony przedstawiciel: Bausch & Lomb Incorporated, Irlandia. Reklama prowadzona przez Bausch & Lomb Poland sp. z o.o. ULT_PL_2501-236

METODY POMIAROWE

NOWOCZESNA TOPOGRAFIA ROGÓWKI

Przez niemal całą historię ludzkości jedynym nieinwazyjnym badaniem narządu wzroku była szczegółowa inspekcja wizualna, czyli po prostu uważne przyglądanie się oczom w poszukiwaniu nieprawidłowości. Zdawano sobie sprawę, że kształt gałki ocznej u różnych osób może być inny (także w przypadku wad wzroku), ale brakowało techniki, która umożliwiłaby zmierzenie geometrii rogówki bądź soczewki wewnątrzgałkowej i wyciągnięcie z tego wniosków.

dr hab. Jacek Pniewski, prof. UW

Akademickie Centrum Kształcenia Optometrystów
Wydział Fizyki, Uniwersytet Warszawski



W miarę rozwoju narzędzi pomiarowych oraz rozkwitu medycyny, a także coraz lepszemu zrozumieniu zasad optyki wielu uczonych rozpoczęło pomiary krzywizny rogówki, a powstałe wtedy pierwsze przyrządy optometryczne można często odnaleźć we współczesnych konstrukcjach jako ich komponenty.

Ze znaczenia kształtu rogówki dla jakości obrazowania zdawano sobie sprawę już dość dawno temu, czego dowodem jest m.in. fakt, iż zjawisko astygmatyzmu zaobserwowali około 1670 roku Isaac Barrow i Isaac Newton, pracujący w University of Cambridge. Jednak pierwszy pomysł na pomiar krzywizny rogówki wiąże się zwykle z nazwiskiem Christoph

Scheinera (1573–1575), niemieckiego jezuita i astronoma, który zajmował się także nauką o wzroku. Uczony ten – jako jeden z pierwszych – opisał akomodację i reakcję źrenicy oka na światło; wydał też podręcznik: *Oculus, hoc est: Fundamentum opticum* (Innsbruck, 1620). Scheiner wpadł na pomysł, by porównywać wielkość refleksu (odbicia, obrazu pozornego) świecącego przedmiotu, powstającego na wypolerowanych, zwierciadlanych, szklanych kulkach, z wielkością refleksu widocznego jako odbicie na rogówce. Eksperymenty prowadził prawdopodobnie do 1619 r. Do praktyki klinicznej, wg różnych źródeł, ten typ pomiaru wprowadził słynny fizyk David Brewster dopiero w 1808 r. (DOI: 10.1017/S000708740000248X), a w ko-

lejnych dekadach pojawiły się pierwsze konstrukcje urządzeń – keratoskopów (używa się także nazwy oftalmometr): Ferdinanda Caigneta (ok. 1820 r.) oraz Henry'ego Goode – ok. 1847 r. (DOI: 10.1097/00004397-199403430-00018).

Jako regułę, zapoczątkowaną jeszcze przez Scheinera, stosowano ówczesnie prostokątne przedmioty czy też pomiar w jednym kierunku, co nie było prawdopodobnie najszcześniejszym wyborem ze względu na obrotową symetrię rogówki. Stan ten zmienił się dopiero w 1880 r., kiedy Portugalczyk António Plácido da Costa zaproponował użycie koncentrycznych okręgów, których odbicie w rogówce było obserwowane

SIĘGNIJ PO WIĘCEJ NIŻ KOMFORT

Z JEDNODNIOWYMI
SOCZEWKAMI KONTAKTOWYMI
BAUSCH+LOMB ULTRA® ONE DAY

DWIE TECHNOLOGIE

Advanced
MoistureSeal®
TECHNOLOGIA



ComfortFeel
TECHNOLOGIA



16

godzin ULTRAKomfortu

dzięki technologii **MoistureSeal®** 1,2,3



**NAWILŻENIE
DO 16h**^{1,2,3}



**ULTRAKOMFORT
PRZEZ CAŁY DZIEŃ**¹



**WYSOKA
TLENOTRANSMISYJNOŚĆ**³

Materiał dla specjalistów.

Soczewki kontaktowe Bausch + Lomb ULTRA® ONE DAY (kalifilcon A) służą do korekcji krótkowzroczności, nadwzroczności oraz astygmatyzmu.

1. Bausch + Lomb; 2013. A study to evaluate the product performance of a new silicone hydrogel contact lens. (177, 181). 2. Reindel et al, Performance Of A Unique Silicone Hydrogel Lens Across The Recommended Wear Cycle Poster presented at AAO 2016. 3. Bausch + Lomb ULTRA® Contact Lenses with MoistureSeal® Technology; Taking Contact Lens Properties and Design to the Next Level for Best in Class Performance by Greg DeNaeye. (p.2).

Producent: Bausch & Lomb Incorporated, USA. Upoważniony przedstawiciel: Bausch & Lomb Incorporated, Irlandia.
Reklama prowadzona przez: Bausch & Lomb Poland sp. z o.o. ULT_PL-2403-143

BAUSCH + LOMB



przez otwór znajdujący się w środku (Placido, A., *Novo Instrumento de Exploração da Cornea*, „*Periodico d'Oftalmológica Practica*” 5, 27–30, 1880). Niezależnie od Placido (i w podobnym czasie) zbliżone urządzenie, choć nie na bazie okręgów, opracował także francuski okulista Louis Émile Javal, który razem ze swoim studentem Hjalmarem Augustem Schiøtzem skonstruował znany wszystkim nieco starszym optometrystom i okulistom keratometr Javala-Schiøtza. W tym keratometrze wykorzystywane są dwa świecące przedmioty (miry), których obraz jest zdwojony przez układ pryzmatyczny, dzięki czemu można uniknąć błędów związanych z ruchem oka. Dwojenie lub położenie mirów dobiera się tak, by było ono – mówiąc w pewnym uproszczeniu – równe wielkości odległości pomiędzy obrazami przedmiotów. Wielkość koniecznego dwojenia lub położenie mirów dają informację o krzywiznie przekroju rogówki w danym kierunku, który można zmieniać, obracając przyrząd wokół osi. W keratometrze Javala-Schiøtza dwojenie jest stałe, a miry są ruchome, zaś w nieco popularniejszej wersji firmy Bausch & Lomb (na bazie konstrukcji zaproponowanej przez Hermanna von Helmholtza) położenie mirów jest stałe, a zmienia się dwojenie.

Opracowane w XIX w. koncepcje pomiaru krzywizny rogówki są stosowane do dziś, oczywiście w postaci znacznie rozwiniętej pod względem technicznym. Dołączyły do nich techniki stworzone całkiem współcześnie. Są to łącznie, choć dość zgrubnie:

- keratometr-oftalmometr,
- keratoskop Placido,
- urządzenia wykorzystujące skanującą szczelinę i/lub kamerę Scheimpfluga,
- optyczna tomografia koherencyjna (OCT).

Istnieją też inne techniki, jak np. profilometry interferencyjne, ale są to rozwiązania nieco mniej popularne.

Keratometria (oftalmometria)

Keratometry z mirami i dwojeniem, w postaci niewiele zmienionej od chwili ich powstania, są używane po dziś dzień, aczkolwiek większość producentów zrezygnowała z ich produkcji na rzecz urządzeń bardziej nowoczesnych, wykorzystujących rozwiązania cyfrowe. Duża ich liczba jest dostępna na portalach aukcyjnych na całym świecie, a prosta i zwykle solidna konstrukcja zapewni im jeszcze długie życie, szczególnie w krajach mniej rozwiniętych technologicznie. Niestety sporą wadą tych keratometrów jest pomiar krzywizny tylko dla pojedynczego kierunku, a do tego w centrum rogówki, co w praktyce pozwala na wyznaczenie jedynie maksymalnej i minimalnej wartości mocy astygmatyzmu. Wszelkie patologie rogówki, zmieniające jej regularność, obniżają jakość pomiaru.

Keratoskopia Placido

Początkowo tzw. dysk Placido umożliwiał jedynie zgrubną ocenę regularności kształtu rogówki, zależną od wprawy operatora i jego ostrości wzroku, jednak już w XIX w. zaczęto wykorzystywać zdobycze szybko rozwijającej się optyki. W szczególności możliwe stało się duże powiększenie obserwowanego obrazu, co pozwoliło na zaobserwowanie nieprawidłowości, manifestowane przez nierówne odstępstwa między okręgami bądź inne nieregularności obserwowanego obrazu. Ogromną zaletą tej techniki jest obrazowanie dużego obszaru rogówki, co pozwala *de facto* na uzyskanie rozkładu mocy. Dłuższa, kilku- czy kilkunastosekundowa obserwacja pierścieni pozwala także na ocenę stabilności filmu łzowego.

Przerwanie go objawia się nagłą utratą ostrości w określonych obszarach rogówki. Eksperymentowano z ułożeniem okręgów oraz kształtem samej tarczy, aby lepiej odwzorować krzywiznę rogówki, a nawet z rodzajem źródła światła podświetlającego okręgi. Kolejna generacja keratoskopów (fotokeratoskopy) wykorzystywała wynalazki techniki fotograficznej. Uważa się, że ilościowej analizy fotokeratoskopowych obrazów rogówki jako pierwszy dokonał słynny Allvar Gullstrand w 1896 r. Technika ta była w stanie dostarczyć jakościowych informacji o przedniej powierzchni rogówki (duży astygmatyzm, stożek rogówki, blizny itp). Ze względu na to, że w tej technice analizowana jest tylko przednia powierzchnia rogówki, środek obrazu pierścieni jest centrowany na wierzchołku rogówki, a nie na środku źrenicy, jak w niektórych innych urządzeniach.

Rozwinięciem fotokeratoskopii była wideokeratoskopia, pozwalająca na rejestrację sekwencji wideo, choć zyskała ona na znaczeniu dopiero na przełomie lat 80. i 90. XX wieku, gdy pojawiła się na szeroką skalę technika komputerowa i zaczęto rejestrować cyfrowo zapis obrazów dysku Placido [S.D. Klyce, *Computer-assisted corneal topography. High-resolution graphic presentation and analysis of keratoscopy*, Invest. Ophthalmol. Vis. Sci. 25(12), 1426–1435 (1984), DOI: 10.1111/j.1444-0938.1997.tb04843.x].

Obrazy pierścieni Placido, analizowane przez komputer, przypominają warstwiec na mapie fizycznej (wysokościowej) czy też dowolne izoliny, łączące punkty o tej samej wartości danego parametru. Dzięki temu do analizy obrazów można było wykorzystywać wiele technik matematycznych, rozwiniętych w innych dziedzinach nauki. W rezultacie, przez odpowiednią interpolację, z pojedynczego obrazu fotokeratoskopowego uzyskuje się kształt przedniej powierzchni rogówki. Dalsze postępowanie zależy od celu analizy. Najczęściej wyznacza się rozkład krzywizny, a następnie wylicza rozkład mocy, zakładając określony współczynnik załamania światła w rogówce. To ostatnie założenie nie zawsze jest wiarygodne, szczególnie w przypadku patologii rogówki (DOI: 10.1016/j.clae.2019.04.018).

Jeśli analiza kształtu rogówki prowadzona jest pod kątem dopasowania soczewek kontaktowych, to zwykle konieczna jest tzw. **topografia rogówki**, czyli ustalenie profilu wysokości lub np. odchył od uśrednionego profilu. Jeśli ważniejsza jest funkcja optyczna, to moc wylicza się w oparciu o krzywiznę (czyli odwrotność promienia krzywizny) powierzchni w danym punkcie, co polega na dopasowaniu sfery, która najlepiej „przylega” do powierzchni w danym miejscu. Istnieją dwa główne rodzaje tzw. map rogówkowych obrazujących



WE BELIEVE IN
EQUALITY FOR EYES.*

Soczewki z rodziny
Biofinity pokrywają



korekcji wad wzroku.¹



Wybierając soczewki Biofinity pomagasz
zapewnić dostęp do opieki okulistycznej
dzieci i dorosłych w Ghanie.*



**Soczewki kontaktowe Biofinity® - soczewki,
którym zaufali specjaliści na całym świecie.^{#2}**

Średnio 85% zgadza się zdecydowanie/ do pewnego stopnia. * Od czerwca 2022 do grudnia 2025 roku CooperVision przekaże 100 000 £ z zysków Biofinity® na rzecz Vision Action, zarejestrowanej w Anglii organizacji charytatywnej (numer 1081695), w celu poprawy opieki nad wzrokiem dzieci i dorosłych w Ghanie poprzez projekt zrównoważonej opieki okulistycznej we współpracy z Optometry Giving Sight. 1. Dane własne CVI 2021. Baza pokrycia korekcji pacjentów w wieku od 14 do 70 lat. 2. Dane własne CV 2021. Ankieta online prowadzona przez firmę Decision Analyst na 376 specjalistach z USA, Japonii, Niemiec, Francji i Hiszpanii, którzy dopasowują soczewki Biofinity®.

To jest wyrób medyczny.
Używaj go zgodnie z instrukcją używania lub etykietą.

moc optyczną: **osiowa** (ang. *axial*), zwana też sagitalną (ang. *sagittal*), w której dopasowuje się sfery o środkach na osi optycznej oka, oraz **styczna/tangencjalna** (ang. *tangential*), w której sfery mogą mieć środki poza osią optyczną oka. Mapa osiowa jest bardziej uśredniona i pomija drobne nierówności rogówki, podczas gdy mapa styczna je wzmacnia. Przypomina to działanie filtrów lokalnych w obrazie, które mogą uśrednić lub wzmocnić szczegóły. Mapa osiowa lepiej oddaje ogólną funkcję optyczną układu oka, zaś styczna ułatwia wychwycenie stanów chorobowych.

Jeśli mamy już wyliczony kształt przedniej powierzchni oka, to można także wyznaczyć aberracje w oparciu o dość standardową procedurę matematyczną. Aberracje są wtedy podawane jako współczynniki wielomianów Zernikego, dzięki czemu możliwa jest dokładna numeryczna ilościowa analiza rogówki (DOI: 10.1002/9783527648962.ch6).

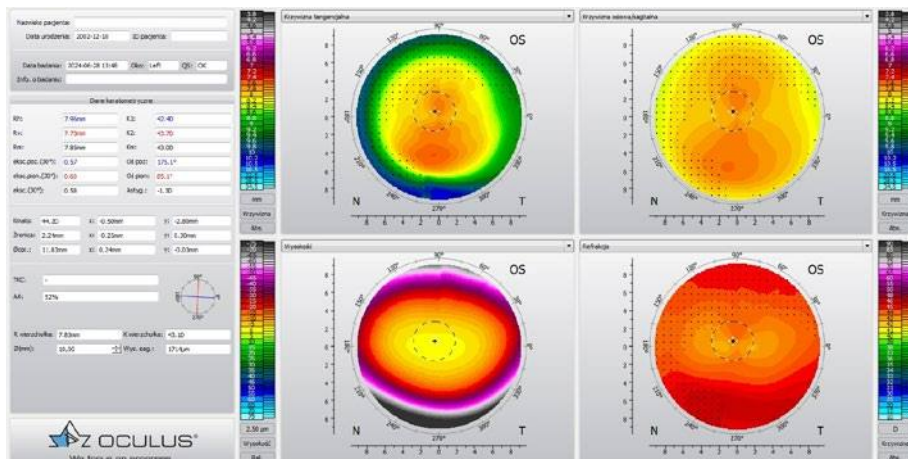
Obecnie na rynku istnieje wiele urządzeń opartych o technikę Placido. Występują one pod różnymi nazwami rodzajowymi: topografy rogówki, aberrometry, keratometry itp. Często też łączy się ją z innymi technikami (zwanymi modalnościami), np. autorefraktometrią, uzyskując autokeratorefraktometr.

Szczelina skanująca i kamera Scheimpfluga

Technika Placido ma pewną wadę – umożliwia uzyskanie informacji jedynie o przedniej powierzchni rogówki, podczas gdy np. jej grubość jest istotnym parametrem, który należy wziąć pod uwagę, analizując ogólny stan narządu wzroku, planując operację korekcji wady refrakcji czy też dopasowując sztywną soczewkę kontaktową. W latach 90. XX w. opracowano komputerową automatyczną wersję urządzenia, wykorzystującego typ oświetlenia stosowany w lampie szczelinowej – cięcie optyczne (DOI: 10.1016/j.jcrs.2004.09.047). Skanując rogówkę odpowiednio uformowaną wiązką światła, uzyskuje się jej przekroje, co prowadzi do kompletnej trójwymiarowej reprezentacji rogówki. Przykładem urządzeń wykorzystujących tę metodę była seria Orbscan firmy Bausch & Lomb.

Nieco inne podejście zastosowano w przypadku urządzeń z serii Pentacam firmy Oculus, w którym obracający się układ dokonuje obrazowania przekrojów rogówki, korzystając z tzw. zasady Scheimpfluga, która wskazuje, jak należy umieścić kamerę, aby uzyskać najlepszą ostrość.

Urządzenia różnych producentów, skanujące przekroje rogówki, mają wiele wspólnych cech i mierzą te same podstawowe



Fot. Przykładowy wynik pomiaru topografii rogówki. W panelu z lewej strony widoczne są typowe parametry keratometryczne, takie jak np.: promienie krzywizny w różnych kierunkach, wyliczone moce dioptryczne w kierunkach zgodnych z osiami głównymi astygmatyzmu, dane dot. położenia punktu o najwyższej krzywiznie (największej mocy), a także TKC (od ang. topographic keratoconus classification). W górnym rzędzie: z lewej – krzywizna tangencjalna, z prawej – krzywizna osiowa. Widać, że mapa osiowa jest mniej zróżnicowana niż tangencjalna, co wynika z warunku obliczania promieni krzywizny tylko dla sfer o środku na osi optycznej. W dolnym rzędzie: z lewej – wysokość rogówki od bazy sferycznej, po prawej – obliczona refrakcja rogówkowa. Obecność astygmatyzmu jest manifestowana przez charakterystyczny kształt przypominający klepsydrę.

parametry, w tym: wysokość rogówki, jej krzywiznę i grubość. Zapewniają one także podobne typy map opisujących wyniki: wysokościowe przedniej i tylnej powierzchni, osiowe, styczne, pachymetryczną itp. Wykazano, że powtarzalność i wiarygodność pomiarów jest wysoka dla wszystkich urządzeń dostarczanych przez wiodących producentów, choć sugeruje się, że nie są one zamienne w praktyce klinicznej. Trzeba jednak pamiętać, że różni producenci mogą stosować różne metody obliczeniowe do wyznaczenia map rogówkowych, więc lepiej jest monitorować stan powierzchni oka z użyciem jednego typu urządzenia, szczególnie w nietypowych patologiach.

Optyczna tomografia koherencyjna

Obecnie coraz częściej korzysta się z jednej z najnowszych technik obrazowania, jaką jest optyczna tomografia koherencyjna (OCT). Bazuje ona na interferometrii, a została zaproponowana przez Huangą i in. w 1991 r. (DOI: 10.1126/science.1957169). Od tamtej pory technika ta została rozwinięta w niewiarygodnym stopniu, dzięki czemu umożliwia wszechstronne obrazowanie i ocenę ilościową niemal całej gałki ocznej. W najnowszych wersjach możliwe jest uzyskanie obrazów 4D oraz połączenie z innymi technikami w jednym urządzeniu czy wykorzystanie sztucznej inteligencji do wstępnej diagnostyki (DOI: 10.1007/978-3-030-53374-8). Jedną z wielu funkcji OCT jest

trójwymiarowy model rogówki – zarówno na bazie przedniej, jak i tylnej jej powierzchni. Dalsze postępowanie jest analogiczne jak przy wcześniejszych technikach i zależy od celu analizy.

Podsumowanie

Samo uzyskanie krzywizny lub kształtu powierzchni rogówki nie jest jeszcze diagnozą. Kluczową rolę pełnią algorytmy komputerowe, które – na bazie pomiarów – wyliczają różne parametry opracowane przez zespoły naukowe, których wartości mogą świadczyć o istnieniu określonych wad lub patologii. Jedną z obecnie eksplorowanych dróg jest sztuczna inteligencja, która już sprawdza się w wykrywaniu np. stożka rogówki (DOI: 10.1177/11206721211073442, 10.1007/s00417-023-06154-6).

Wydaje się też, że mamy obecnie do czynienia z pewną dominacją systemów OCT, które posiadają coraz więcej funkcji dotyczących przedniego odcinka oka i stale podnoszą jakość obrazowania. Wielu klinicystów woli korzystać z pojedynczego urządzenia łączącego wiele funkcji zamiast z wielu różnych urządzeń. Na razie jeszcze pozycja dysku Placido nie jest zagrożona, podobnie jak np. mikroskopii o wysokiej rozdzielczości do analizy rogówki (mikroskopia konfokalna, spekularna/odbiciowa), ale sytuacja jest dynamiczna i być może niedługo w każdym gabinecie kontaktologicznym będzie stało urządzenie OCT, które po analizie kształtu powierzchni i grubości rogówki zaproponuje odpowiednią, najlepiej dopasowaną do danego zastosowania soczewkę kontaktową.

Nowa odsłona Zero Seven Refreshing



Rewelacyjny płyn do soczewek kontaktowych **Zero Seven Refreshing** od 18 lat dba o oczy klientów salonów optycznych, gwarantując maksymalną dezynfekcję soczewek.

W trosce o jak największy komfort i zadowolenie użytkowników wzbogaciliśmy jego formułę o hialuronian sodu (kwas hialuronowy). Jest on naturalnym składnikiem nawilżającym, a płyny, które go posiadają, są dedykowane użytkownikom o bardzo wrażliwych oczach, którzy chcą cieszyć się dłuższym czasem nawilżenia soczewki. Po wzbogaceniu formuły Zero Seven Refreshing odświeżyliśmy nasz płyn do soczewek również wizualnie, projektując nowe opakowanie.

HORIEN[®]

INFOLINIA: 52 554 51 41
WWW.HORIENGLOBAL.COM

To jest wyrób medyczny. Używaj go zgodnie z instrukcją używania lub etykietą.

REGULACJA ZAWODU OPTYKA



Informujemy, że Zarząd KRIO wystosował do Ministra Rozwoju i Technologii pismo z wnioskiem o podjęcie inicjatywy mającej na celu regulację zawodu optyk okularowy i przywrócenie wymogu posiadania potwierdzonych kwalifikacji zawodowych przez osoby wykonujące ten zawód.



STANDARDY OCHRONY MAŁOLETNIICH

Dla optyków należących do cechów zrzeszonych w KRIO przygotowaliśmy dostosowane wzory Standardów Ochrony Małoletnich wraz z instrukcją. Pliki można pobrać w „Strefie Optyka” dostępnej na naszej stronie: <https://www.krio.org.pl/strefa-optyka/> Jednocześnie przypominamy, że „Strefa Optyka” dostępna jest wyłącznie dla członków cechów zrzeszonych w KRIO.



NABÓR WNIOSKÓW DO PROGRAMU ASO KRIO

Do 6 lutego trwa kolejny nabór wniosków do programu AUTORYZOWANY SALON OPTYCZNY KRIO!

Uzyskaj nasz znak jakości dla Twojego salonu optycznego.

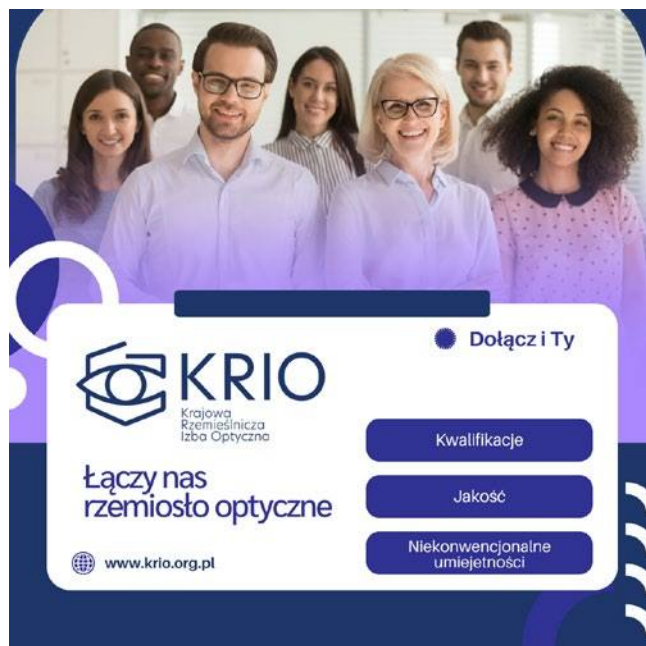
Budując na doświadczeniu pokoleń i nawiązując do najlepszych tradycji i etyki rzemieślniczej, a także w zgodzie

z nadrzędnym celem, jakim jest bezwzględne dobro klienta, Krajowa Rzemieślnicza Izba Optyczna prowadzi program pn. Autoryzowany Salon Optyczny KRIO. Przyznawany przez KRIO znak jakości ASO jest świadectwem profesjonalnej i świadczonej na najwyższym poziomie usługi, obsługi i bezpieczeństwa serwisowego klienta.



DOŁĄCZ DO NAS

Krajowa Rzemieślnicza Izba Optyczna reprezentuje interesy optyków rzemieślników w Polsce, a także jest gwarantem jakości, kwalifikacji i rzetelności salonów, które przynależą do cechów zrzeszonych w KRIO. **Chcesz do nas dołączyć? Skontaktuj się z najbliższym regionalnym cechem!**



EGZAMINY W KRAJOWEJ RZEMIEŚLNICZEJ IZBIE OPTYCZNEJ



Informujemy, że zostały opublikowane stawki opłat za egzaminy rzemieślnicze w roku 2025.

Opłata za egzamin mistrzowski na 2025 rok wynosi 2008,74 zł, a za egzamin czeladniczy 1004,36 zł. Zachęcamy do przysyłania zgłoszeń. Informacje i wnioski do pobrania znajdują się na naszej stronie: <https://www.krio.org.pl/egzaminy>

Do **egzaminu mistrzowskiego** Izba Rzemieślnicza dopuszcza osobę, która spełnia jeden z następujących warunków:

1. posiada świadectwo ukończenia szkoły ponadgimnazjalnej albo dotychczasowej szkoły ponadpodstawowej oraz tytuł czeladnika lub równorzędny w zawodzie, w którym zdaje egzamin, a także:
 - co najmniej trzyletni okres wykonywania zawodu, w którym zdaje egzamin, po uzyskaniu tytułu zawodowego, albo
 - co najmniej sześcioletni okres wykonywania zawodu, w którym zdaje egzamin, łącznie przed i po uzyskaniu tytułu zawodowego;
2. posiada świadectwo ukończenia szkoły ponadgimnazjalnej albo dotychczasowej szkoły ponadpodstawowej oraz co najmniej sześcioletni okres wykonywania

- zawodu, w którym zdaje egzamin, w ramach samodzielnie prowadzonej działalności gospodarczej;
3. posiada świadectwo ukończenia szkoły ponadgimnazjalnej albo dotychczasowej szkoły ponadpodstawowej oraz tytuł czeladnika lub równorzędny w zawodzie, wchodzący w zakres zawodu, w którym zdaje egzamin, a także co najmniej trzyletni okres wykonywania zawodu, w którym zdaje egzamin, po uzyskaniu tytułu zawodowego;
4. posiada świadectwo ukończenia szkoły ponadgimnazjalnej albo dotychczasowej szkoły ponadpodstawowej oraz tytuł mistrza w zawodzie wchodzącym w zakres zawodu, w którym zdaje egzamin, a także co najmniej roczny okres wykonywania zawodu, w którym zdaje egzamin, po uzyskaniu tytułu mistrza;
5. posiada świadectwo ukończenia szkoły ponadgimnazjalnej albo dotychczasowej szkoły ponadpodstawowej, dających wykształcenie średnie i kształcących w zawodzie wchodzącym w zakres zawodu, w którym zdaje egzamin, oraz tytuł zawodowy w zawodzie wchodzącym w zakres zawodu, w którym zdaje egzamin, a także co najmniej dwuletni okres wykonywania zawodu, w którym zdaje egzamin, po uzyskaniu tytułu zawodowego;
6. posiada dyplom ukończenia szkoły wyższej na kierunku lub w specjalności w zakresie wchodzącym w zakres zawodu, w którym zdaje egzamin, oraz co najmniej roczny okres wykonywania zawodu, w którym zdaje egzamin, po uzyskaniu tytułu zawodowego.

Do **egzaminu czeladniczego** Izba Rzemieślnicza dopuszcza osobę, która spełnia jeden z następujących warunków:

1. ukończyła naukę zawodu u rzemieślnika jako młodociany pracownik oraz dokształcanie teoretyczne młodocianych

- pracowników w szkole lub w formach pozaszkolnych;
2. posiada świadectwo ukończenia gimnazjum albo ośmioletniej szkoły podstawowej oraz ukończyła kształcenie ustawiczne w formie pozaszkolnej, dotyczące umiejętności zawodowych wchodzących w zakres zawodu, w którym zdaje egzamin;
3. jest uczestnikiem praktycznej nauki zawodu dorosłych, o której mowa w art. 53c Ustawy o promocji zatrudnienia i instytucjach rynku pracy;
4. posiada świadectwo ukończenia gimnazjum albo ośmioletniej szkoły podstawowej i co najmniej trzyletni okres wykonywania zawodu, w którym zdaje egzamin;
5. posiada świadectwo ukończenia szkoły ponadgimnazjalnej albo dotychczasowej szkoły ponadpodstawowej, prowadzącej kształcenie zawodowe o kierunku związanym z zawodem, w którym zdaje egzamin;
6. posiada tytuł zawodowy w zawodzie wchodzącym w zakres zawodu, w którym zdaje egzamin, oraz co najmniej półroczny okres wykonywania zawodu, w którym zdaje egzamin;
7. posiada świadectwo ukończenia gimnazjum albo ośmioletniej szkoły podstawowej oraz zaświadczenie o zdaniu egzaminu sprawdzającego lub świadectwo potwierdzające kwalifikacje w zawodzie, a także co najmniej roczny okres wykonywania zawodu, w którym zdaje egzamin, po uzyskaniu zaświadczenia o zdaniu egzaminu sprawdzającego lub świadectwa potwierdzającego kwalifikacje w zawodzie.

Skany dokumentów należy przesłać drogą mailową na adres: biuro@krio.org.pl. Po rozpatrzeniu dokumentów przez Izbę otrzymają Państwo informację o dopuszczeniu do egzaminu i terminie, w jakim należy uregulować opłatę za egzamin.

REJESTRACJA WYSTAWCÓW NA TARGI OPTYKA 2025

Krajowa Rzemieślnicza Izba Optyczna i Grupa MTP przygotowują wyjątkowe, trzydniowe wydarzenie, na którym przedstawiciele wiodących firm na rynku optycznym mogą zaprezentować swoje produkty, najnowsze technologie i usługi.

Targi Optyczne OPTYKA 2025 odbędą się w dniach 17–19 października 2025 r. w Poznaniu. Rejestracja dla wystawców została już uruchomiona. ZAPRASZAMY!

Niższe ceny powierzchni wystawienniczej obowiązują dla zgłoszeń, które wpłyną do KRIO do 25 kwietnia 2025 r. Wszystkie informacje są dostępne w strefie wystawcy na stronie <https://targioptyka.pl/pl>



TARGI WYRAŹNYCH
KORZYŚCI
17-19.10.2025 Poznań



Międzynarodowe
Targi Poznańskie

WWW.TARGIOPTYKA.PL



KRIO
mtp
GRUPA

NOWE STANDARDY WSPARCIA W BRANŻY OPTYCZNEJ

Przy stale zmieniających się potrzebach klientów optycy stają przed nowymi wyzwaniami. Dynamiczne środowisko wymaga narzędzi, które pozwalają na szybkie reagowanie, spójną komunikację i dostosowywanie się do indywidualnych oczekiwań klientów. Odpowiedzią na te potrzeby są platformy marketingowe oferujące wsparcie w codziennej pracy salonów optycznych.

VANBERG Media Hub

VANBERG Media Hub to nowoczesna platforma marketingowa, opracowana specjalnie dla członków struktury EKSPERT OPTYK oferujących soczewki okularowe marki VANBERG. Narzędzie to zapewnia natychmiastowy dostęp do profesjonalnych materiałów promocyjnych, możliwość ich personalizacji oraz bezpłatne wsparcie, które ułatwiają codzienną pracę i budowanie wizerunku salonu optycznego.

media.vanberg.pl

Zarządzanie promocją i komunikacją to dziś jedno z najważniejszych zadań właścicieli i pracowników salonów optycznych. W erze stale rosnących oczekiwań klientów liczy się przede wszystkim dostęp do odpowiednich narzędzi. Wyobraź sobie sytuację, w której chcesz szybko poinformować klientów o nowej kampanii dotyczącej soczewek okularowych. W takich momentach kluczowe stają się rozwiązania, które pozwalają działać natychmiast, bez zbędnych opóźnień.

Nowoczesne platformy marketingowe, takie jak VANBERG Media Hub, eliminują potrzebę długiego oczekiwania na dostarczenie materiałów. Dzięki całodobowemu dostępowi do gotowych treści można z nich korzystać w każdej chwili i przez całą dobę. Wystarczy kilka kliknięć, aby zaktualizować kampanię w mediach społecznościowych lub przygotować spersonalizowaną broszurę dotyczącą konkretnego rozwiązania.

Jak się wyróżnić?

Każdy salon optyczny ma swoje unikalne cechy i potrzeby, które wymagają indywidualnego podejścia. Uniwersalne materiały marketingowe nie zawsze spełniają oczekiwania, dlatego coraz więcej właścicieli salonów sięga po narzędzia umożliwiające personalizację treści. Możliwość dostosowania grafik, katalogów czy materiałów promocyjnych pozwala skutecznie wyróżnić się na rynku.

Dla przykładu: jeśli Twój salon chce wypromować nową, specjalistyczną powłokę, możesz stworzyć kampanię dopasowaną do potrzeb lokalnych klientów. Dzięki intuicyjnym narzędziom do personalizacji takie działania stają się proste i szybkie. W przypadku platformy VANBERG Media Hub, stworzonej specjalnie dla członków struktury EKSPERT OPTYK, materiały te dostępne są bezpłatnie, co przekłada się na oszczędności i zapewnia jeszcze większą elastyczność.

Dostępność, która robi różnicę

Jednym z największych atutów nowoczesnych narzędzi marketingowych jest ich dostępność. W dynamicznej branży optycznej liczy się możliwość natychmiastowego reagowania na zmiany. Platformy marketingowe umożliwiają korzystanie z profesjonalnych materiałów o każdej porze, co daje optykom pełną swobodę działania. W sytuacji, gdy kluczową rolę odgrywa czas (np. podczas przygotowań do jakiegoś wydarzenia o charakterze lokalnym), możliwość natychmiastowego pobrania materiałów pozwala uniknąć stresu i skupić się na tym, co naprawdę ważne: obsłudze klientów i budowaniu relacji.

Profesjonalizm buduje zaufanie

Dzisiaj klienci zwracają uwagę na każdy szczegół – od estetyki komunikacji po spójność wizualną salonu. Profesjonalne materiały, dostępne na platformach marketingowych, pozwalają budować wizerunek miejsca, które jest godne zaufania i nowoczesne. Grafiki na ekrany w salonach, katalogi promocyjne czy treści do mediów społecznościowych są projektowane z myślą o najwyższych standardach estetycznych. Dzięki nim salon optyczny może nie tylko przyciągać nowych klientów, ale także budować lojalność obecnych. Klient, który widzi spójną i dopracowaną



komunikację, z większym zaufaniem podchodzi do oferty salonu, gdyż wie, że ma do czynienia z profesjonalistami.

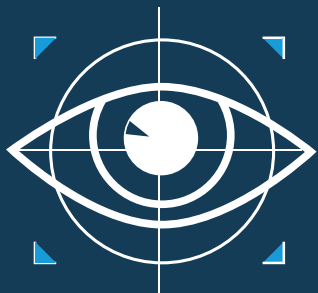
Spersonalizowane wsparcie

Nie każda kampania wymaga tych samych rozwiązań, dlatego standardem w nowoczesnym marketingu staje się personalizacja. VANBERG Media Hub umożliwia zamawianie materiałów, które odpowiadają specyficznym potrzebom danego salonu. Planujesz kampanię promującą technologie progresywne? A może chcesz wyróżnić swoją ofertę podczas wydarzenia o charakterze lokalnym? VANBERG Media Hub pozwala na dostosowanie treści do każdego z tych scenariuszy.

Nowa jakość

Branża optyczna rozwija się w szybkim tempie, a nowoczesne narzędzia marketingowe stają się kluczowym elementem jej sukcesu. Platformy marketingowe oferują nie tylko dostęp do gotowych materiałów, ale także możliwość ich personalizacji oraz natychmiastowego wdrożenia. Dzięki temu codzienna praca optyków staje się prostsza, a promocja produktów, takich jak soczewki okularowe marki VANBERG, bardziej efektywna.





OPTYKA

targi optyczne



TARGI WYRAŹNYCH
KORZYŚCI

17-19.10.2025

Poznań



mtp
GRUPA



Międzynarodowe
Targi Poznańskie

WWW.TARGIOPTYKA.PL

PRZYRZĄDY DO DIAGNOSTYKI KRÓTKOWZROCZNOŚCI

Krótkowzroczność (miopia) jest najczęściej rozpoznawaną wadą wzroku. Według różnych szacunków pod koniec XX wieku dotykała ona ok. 23% populacji. Prognozy przewidują dwukrotny wzrost częstotliwości występowania krótkowzroczności do roku 2050¹.

Piotr Kołaczek

MYAH to wielofunkcyjny aparat będący połączeniem precyzyjnego biometru z bazą danych obejmującą siatkę centylową krzywej wzrostu gałki ocznej który stanowi najistotniejszą część urządzenia, z topografią rogówki oraz szeregiem narzędzi służących diagnostyce rogówki, suchego oka i pupilometrii. Stanowi cenne narzędzie w diagnostyce krótkowzroczności osiowej oraz w ocenie skuteczności podjętej interwencji optycznej lub farmakologicznej.

Oznacza to, że największe szanse na skuteczne leczenie, ograniczające wielkość docelowej wady, mają ci pacjenci, których zdiagnozowano we wczesnym dzieciństwie. Dlatego tak ważne są badania przesiewowe wśród dzieci i młodzieży.

możliwość wczesnego jej rozpoznania, można dojść do wniosku, że najlepszym sprzymierzeńcem w leczeniu miopii są badania przesiewowe wykonywane już od wczesnego wieku szkolnego. Nie wszyscy rodzice potrafią jednak rozpoznać pierwsze objawy krótkowzroczności. W takich sytuacjach wizyta dziecka u okulisty opóźnia się, co minimalizuje szanse na ograniczenie progresji wady.

Wspieranie badań przesiewowych

Biorąc pod uwagę powszechne występowanie krótkowzroczności oraz

Ważną rolę w procesie wczesnego wykrywania miopii mogą odegrać gabinety okulistyczne i optometryczne w salonach optycznych. Zachęcając

Wielofunkcyjny aparat do kontroli progresji krótkowzroczności i ZSO

Zdecydowana większość osób dotkniętych miopią (około 66%) cierpi na postać niepatologiczną, wymagającą korekcji nie większej niż 2 dpt., a 95% chorych wymaga korekcji nie większej niż 6 dpt.

Rosnąca liczba przypadków krótkowzroczności jest tłumaczona między innymi zmianą stylu życia oraz wzrostem częstotliwości i czasu wykonywania zadań wymagających obserwowania ekranów komputerowych, ale wpływ na ten stan rzeczy mają także czynniki genetyczne i środowiskowe.

Miopia często jest rozpoznawana w wieku dziecięcym, chociaż stosunkowo rzadko w okresie okołourodzeniowym. W wielu przypadkach obserwuje się postępowanie wady do ok. 25. roku życia i jej stabilizację po tym okresie.



TOPCON
Healthcare



¹ <https://www.medicover.pl/optyk/krotkowzrocznosc/>

NOWOŚĆ!
Teraz z krzywymi wzrostu

MYAH*



Zbuduj i rozwijaj swoją praktykę w zakresie diagnozowania krótkowzroczności i zespołu suchego oka

Nigdy nie było lepszego czasu na przyłączenie się do walki z globalną epidemią krótkowzroczności. MYAH to perfekcyjne narzędzie które wspomaga rozwój praktyki w tym zakresie. Dzięki unikalnemu połączeniu biometrii, topografii rogówki, pupilometrii i meibografii MYAH jest również doskonałym narzędziem do diagnostyki suchego oka, diagnostyki rogówki i dopasowania soczewek kontaktowych. **NOWOŚĆ:** W urzędzeniu zaimplementowano bazę danych długości osiowych powstałą na Uniwersytecie Erazma w Rotterdamie, umożliwiającą porównanie zebranych wyników i tworzenie raportów odniesionych do siatki centylowej.



CECHY KLUCZOWE



Topografia rogówki z obrazowaniem stożka rogówki, dynamiczną pupilometrią, fluoroskopia i symulacją dopasowania soczewek



Pomiar długości osiowej z wykorzystaniem optycznej interferometrii o niskiej koherencji.



Raporty progresji długości osiowej do analizy skuteczności podjętej interwencji, odniesione do krzywych wzrostu



Wszechstronne narzędzie do diagnozowania suchego oka: meibografia, pomiar menisku i czasu zerwania filmu łzowego TBT, indeks mrugania IBI.



Przyjazne pacjentowi, szybkie badanie.



Kompaktowy, łatwa obsługa, oszczędność miejsca.

Dowiedz się więcej na topconmyah.com

TOPCON POLSKA Sp. z o.o.
+48 326705045 | info.tpl@topcon.com
topconhealthcare.eu

TOPCON Healthcare

młode osoby oraz klientów z dziećmi do badania wzroku, optycy mogą zrealizować kilka celów: znacznie poprawić komfort osób, które nie zdają sobie sprawy z wady wzroku, wypracować dobrą opinię i zasłużyć na wdzięczność rodziców najmłodszych pacjentów oraz zwiększyć sprzedaż okularów i akcesoriów, także specjalistycznych, produkowanych z myślą o najmłodszych.

Wyposażenie

Sprzęt diagnostyczny umożliwiający wykrywanie i badanie miopii należy

VISIONIX Speedy-K2 – dzięki zastosowaniu metody skiaskopii autorefraktometr ten pozwala na niezwykle szybki i dokładny pomiar refrakcji oraz krzywizny rogówki zarówno u dorosłych, jak i małych dzieci. Dodatkowo urządzenie może zostać zintegrowane z foropterem automatycznym, co znacznie ułatwia dobór soczewek.

do podstawowego wyposażenia każdego gabinetu okulistycznego i optometrycznego. Wszystkie urządzenia są dostępne w wielu wariantach wyposażenia i w różnych przedziałach cenowych – zarówno na rynku pierwotnym, jak i wtórnym. Co roku pojawiają się nowe modele, jeszcze bardziej zautomatyzowane i z informatyzowane, oferujące kolejne funkcje. Jak w tym natłoku informacji wybrać najlepszą ofertę, pasującą idealnie do konkretnego gabinetu?

Skoro miopia występuje wcześniej i nastawiamy się na diagnozowanie i leczenie dzieci, urządzenia diagnostyczne powinny być dobierane tak, aby zapewniały najmłodszym pacjentom jak największy komfort. Oznacza to ograniczenie do minimum czasu badania, możliwość wykonania badania na kolanach rodzica lub opiekuna, unikanie kontaktu fizycznego i dyskomfortu wywołanego np. koniecznością długotrwałego ogniskowania wzroku na fixpoincie widocznym w jasno oświetlonym polu.

Trzeba również wziąć pod uwagę fakt, że dzieci nie potrafią samodzielnie wykonać niektórych poleceń, gdyż nie rozumieją ich albo nie mają niezbędnej wiedzy i umiejętności (np. dzieci, które nie znają jeszcze liter i cyfr, nie będą współpracowały przy badaniu z wykorzystaniem tablicy Snellena lub rzutnika optotypów).

Rzutnik optotypów

Możemy wybierać między tradycyjnymi tablicami podświetlanymi, rzutnikami optotypów współpracującymi z ekranami oraz wyświetlaczami będącymi w gruncie rzeczy monitorami LCD. Jeśli potrzebne jest rozwiązanie kompaktowe, to najlepszym wyborem będzie wyświetlacz optotypów o przekątnej rzędu 24". Nie wymaga on montażu rzutnika, pracuje prawidłowo w różnych warunkach oświetleniowych i może być sterowany zdalnie z dowolnego miejsca w gabinecie. Przed zakupem takiego urządzenia warto sprawdzić bibliotekę optotypów pediatrycznych, ale w większości przypadków wyświetlacze i rzutniki są bardzo dobrze zaopatrzone w różnego rodzaju symbole, także pediatryczne.

Autorefraktometr

Autorefraktometry to kolejne urządzenia od dawna obecne na rynku. Dostarczają je wszyscy renomowani producenci, a różnice w konstrukcji dotyczą sposobu obsługi, czasu trwania badania oraz wygody pacjenta i osoby badającej. Warto wybrać przyrząd, który zapewni regulację położenia w szerokim zakresie, obejmującym także małe dzieci. Nowoczesne autorefrak-



Zintegruj urządzenia VISIONIX z systemem EMR i łatwo przesyłaj oraz zapisuj wyniki badań

- Pełny panel do zarządzania danymi z urządzeń zewnętrznych
- Bezprzewodowy przesył danych i sterowanie między urządzeniami (takimi jak autorefraktometr, foropter, wyświetlacz optotypów i dioptriomierz)
- Eksport wyników badania refrakcji do systemu EMR za pomocą jednego przycisku



Foropter VISIONIX VX65



Dioptriomierz
VISIONIX VX36



Autorefraktometr
VISIONIX Speedy-K2



Wyświetlacz optotypów
VISIONIX VX22

VISIONIX

* Do integracji z systemem EMR wymagane jest urządzenie VXBox sprzedawane oddzielnie * EMR - Elektroniczna dokumentacja medyczna

Skontaktuj się z nami i dowiedz się więcej:

Medical Partner Sp. z o.o.
ul. Szczepankowo 158 b
61-313 Poznań

medicalpartner[®]



Autoryzowany dystrybutor **VISIONIX**

tel. 61 670 70 41

www.medicalpartner.com.pl

info@medicalpartner.com.pl

tometry mają wbudowane źródła światła typu LED i nie sposób ich nie docenić – także dlatego, że nie nagrzewają obudowy i powietrza wokół niej tak bardzo, jak wciąż spotykane w starszych urządzeniach żarówki halogenowe. Poprawia to komfort badania i jest ważne szczególnie przy badaniu dzieci. Z myślą o najmłodszych pacjentach można wybrać aparat prezentujący w polu widzenia przyjazny obraz z łatwo dostrzegalnym fixpointem. Im prościej można wytłumaczyć dziecku, jak powinno się zachowywać podczas badania, tym mniejszy stres i większe szanse na uzyskanie wiarygodnych wyników badania.

Badanie przyspiesza także automatyzacja urządzenia i przejrzysty interfejs użytkownika. Wybieramy urządzenia, na których

Rozszerzenie możliwości gabinetu w zakresie diagnostyki krótkowzroczności w dużej mierze polega na ułatwieniu badania pacjentów pediatrycznych. Należy pamiętać także o innej perspektywie: jeśli w salonie mają być prowadzone regularne badania przesiewowe, to ważne będzie skrócenie czasu trwania pojedynczego badania bez pogarszania wartości diagnostycznej.

potrafimy pracować bez dodatkowego wysiłku i bez potrzeby ciągłego poszukiwania potrzebnych funkcji/przycisków.

Przyrządy zintegrowane

W gabinetach o niewielkiej powierzchni – do badań przesiewowych, a zwłaszcza do badania pacjentów niecierpliwych i niechętnie współpracujących (np. młodszych dzieci) – nieocenioną pomocą mogą być urządzenia łączące wiele funkcji. Dzięki nim w jednym miejscu, bez konieczności przesadzania pacjenta, można zbadać ostrość widzenia, zmierzyć krzywiznę rogówki i długość osiową, a czasami także zmierzyć ciśnienie śródgałkowe i obejrzyć dno oka.

Urządzenia te z reguły są wyposażone w kamerę cyfrową, dzięki której sporządzenie dokumentacji medycznej jest szybkie, a uzyskane wyniki rzetelne. Obraz można utrwalić w dowolnym momencie, naciskając odpowiedni przycisk. Następnie dane mogą być przesłane do pamięci urządzenia, na serwer gabinetu, do zdalnej konsultacji albo wydrukowane.

Niektórzy producenci oferują urządzenia typu „wszystko w jednym”, zoptymalizowane pod kątem diagnozowania krótkowzroczności. Są to uniwersalne platformy sprzętowe, z technicznego punktu widzenia przygotowane do wykonywania niemal wszystkich badań: od oglądania siatkówki po topografię rogówki, do diagnozowania zespołu suchego oka itp. Faktyczny zakres badań zależy przede wszystkim od oprogramowania zainstalowanego w urządzeniu, które można zmieniać przy okazji aktualizacji. Dzięki temu, jeśli w przyszłości zostaną opracowane nowe metody diagnostyczne, bazujące np. na analizie obrazu jakiejś struktury oka, będzie można je zaimplementować bez

potrzeby kupowania nowego urządzenia. Wystarczy aktualizacja oprogramowania lub zakup dodatkowej biblioteki (modułu).

Oprawy diagnostyczne i foroptery

Dokładne określenie optymalnej korekcji jest możliwe tylko w sposób subiektywny. W zależności od preferencji osoby badanej i warunków w gabinecie można użyć tradycyjnej kasy z soczewkami i oprawy diagnostycznej lub foroptera. Pamiętając o najmłodszych pacjentach, starajmy się wybierać urządzenia dopuszczające ustawienie niewielkiego rozstawu źrenic oraz – w przypadku opraw i soczewek – wystarczająco lekkie i wytrzymałe (odporne na upadek).

Foroptery często są montowane w unitach okulistycznych. O nich również należy pamiętać, ponieważ zakres regulacji ustawień fotela, ramienia foroptera i innych przyrządów powinien być na tyle szeroki, żeby umożliwić badanie zarówno dziecka siedzącego samodzielnie, jak i takiego, które może być badane jedynie na kolanach rodzica lub opiekuna.

Jak widać, rozszerzenie możliwości gabinetu w zakresie diagnostyki krótkowzroczności w dużej mierze polega na ułatwieniu badania pacjentów pediatrycznych. Należy pamiętać także o innej perspektywie: jeśli w salonie mają być prowadzone regularne badania przesiewowe, to ważne będzie skrócenie czasu trwania pojedynczego badania bez pogarszania wartości diagnostycznej. Można to osiągnąć przy pomocy przyrządów w wysokim stopniu zautomatyzowanych, a także urządzając dodatkowe stanowiska dla optometrystów, wyposażone np. w urządzenia przenośne.



POZNAJ NAJNOWSZĄ GENERACJĘ MASZYN SZLIFIERSKICH

briot
Couture



**AUTOMAT SZLIFIERSKI
BRIOT COUTURE**



**AUTOMAT SZLIFIERSKI
BRIOT ATTITUDE 3**



BLOKER ATTITUDE

Automat szlifierski **BRIOT COUTURE** oraz **ATTITUDE 3** współpracuje z blokerem **BRIOT ATTITUDE**.

Automat szlifierski **BRIOT COUTURE** w połączeniu z blokerem **ATTITUDE** jest efektywnym zestawem szlifierskim, który posiada opcję rowkowania, wiercenia, wykonywania faesty typu STEP-BEVEL, podcięcia krawędzi przy wysokich krzywiznach.

Bloker **ATTITUDE** umożliwia analizę stref w soczewkach progresywnych.

Dystrybucją zajmuje się firma **JKOPTITECH Sp. z o.o.**
e-mail: jkoptitech@gmail.com tel. 607 830 324

FOROPTERY I ICH ROLA W DIAGNOSTYCE OKULISTYCZNEJ

Foroptery są podstawowymi przyrządami diagnostycznymi w każdym gabinecie okulistycznym i optometrycznym. Nie zastępują one wprawdzie opraw uniwersalnych i kaset z soczewkami próbnymi, ale ułatwiają i przyspieszają wykonanie badania ostrości widzenia.

Andrzej Domka

TOPCON CV-5000 PRO to automatyczny foropter o kompaktowej budowie, który w roli sterownika może wykorzystywać dedykowany kontroler lub monitor z myszką; można nim także sterować bezprzewodowo za pomocą tabletu. Urządzenie wyróżnia się: zastosowaniem polaryzacji kołowej (zapewniającej większe tłumienie niż polaryzacja liniowa), możliwością programowania sekwencji testów, ulepszonym testem cylindra skrzyżowanego oraz kompaktowymi wymiarami.

Wielu optometrystów uważa, że najlepsze efekty osiąga się, dysponując pełnym zestawem przyrządów diagnostycznych, czyli:

- autorefraktometrem/keratometrem, dzięki któremu można bardzo szybko wykonać badanie przesiewowe i wstępnie zidentyfikować wadę wzroku,
- foropterem, który umożliwia szybkie i wygodne ustalenie potrzebnej korekcji,
- oprawami uniwersalnymi z zestawem soczewek, które pozwalają klientowi ocenić skuteczność korekcji i subiektywne odczucia nie tylko w miejscu badania, ale także podczas poruszania się po gabinecie, wyglądania przez okno, czytania itp.

Foroptery manualne

Głowica foroptera zawiera zestaw soczewek (sferycznych i torycznych) oraz filtrów i pryzmatów, które mogą być w bardzo prosty i szybki sposób wprowadzone

w oś optyczną oka. Prosta konstrukcja sprawia, że raz kupiony foropter może służyć przez wiele lat. Aby tak było, przy zakupie należy zwrócić uwagę na kilka istotnych elementów:

1. Jakość wykorzystanych materiałów oraz precyzja wykonania i montażu – wszystkie przełączniki powinny pracować pewnie, bez zbędnych luzów, ale też bez potrzeby używania nadmiernej siły. Po ustawieniu foroptera przed pacjentem każde przesunięcie spowodowane koniecznością pokonania zbyt dużego oporu ruchomych elementów trzeba korygować. Wydłuża to czas badania i irytuje zarówno pacjenta, jak i osobę przeprowadzającą badanie. Na jakość montażu i regulacji należy zwracać uwagę także przy odbiorze foroptera z serwisu, np. po naprawie lub regulacji.

2. Jakość zabezpieczenia powierzchni polerowanych i pokrywanych powłoką (oksydą, lakierem) – powłoki powinny być gładkie, bez śladów otarć, odprysków czy wżerów.

3. Jakość soczewek i filtrów – ważna jest także ergonomia. Dobrze zaprojektowany foropter ułatwia manipulację soczewkami i innymi elementami po obu stronach i nie wymusza przysłaniania ręką pola widzenia pacjenta.

Foroptery automatyczne (elektroniczne)

Foroptery automatyczne umożliwiają wykonanie wszystkich badań typowych dla foropterów manualnych, ale dają znacznie większą swobodę podczas badania. Wysokiej klasy foroptery pozwalają na skrócenie czasu badania przez zdefiniowanie kolejności zmiany soczewek i innych elementów optycznych. Poza tym można je obsługiwać przy pomocy pulpitu kontrolnego, często wyposażonego w osobny wyświetlacz.

Automatyczny foropter CV-5000 Pro



Pulpit można umieścić tak, aby optometrysta nie musiał zmieniać swojej pozycji podczas całego badania, zachowując komfortową odległość od pacjenta.

Wybierając foropter automatyczny, trzeba zwrócić uwagę na szczegóły takie jak: ergonomia sterownika, możliwość zapamiętywania ustawień i schematów badania czy możliwość przesyłania danych pomiędzy kilkoma urządzeniami, w tym komputerem (laptopem). Istotna jest także dostępność aktualizacji oprogramowania zarówno wbudowanego, jak i opcjonalnego, uruchamianego na podłączonym do sterownika komputerze.

Niektóre foroptery udostępniają interesujące funkcje, np. sygnalizują, kiedy pacjent zmieni pozycję w sposób, który może wpłynąć na wynik badania, ułatwiają wypoziomowanie urządzenia przed badaniem itp.

Zestawy diagnostyczne

Nowoczesne foroptery automatyczne mogą współpracować z innymi urządzeniami diagnostycznymi, np.:

- autorefraktometrem/keratometrem,
- rzutnikiem optotypów lub panelem LCD,
- diotromierzem,
- komputerem PC.



Najważniejsza i prawdopodobnie najczęściej wykorzystywana jest opcja współpracy z rzutnikiem optotypów. Możliwość obsługi obu urządzeń z jednego miejsca (sterownika) znacznie ułatwia i przyspiesza badanie. Umożliwia też lepsze wykorzystanie dostępnej przestrzeni i uwalnia optometrystę od konieczności przemieszczania się między stanowiskami.

Kolejną zaletą połączenia kilku urządzeń w system jest możliwość przesyłania danych pomiędzy nimi, np. po badaniu autorefraktometrem można przesłać wyniki do foroptera, który dostosuje menu prezentowane optometryście tak, aby miał ułatwiony dostęp do wyboru soczewek o sile odpowiadającej wynikowi badania. Po zakończonym badaniu jego przebieg można zarchiwizować, a wynik wydrukować.

Warto wspomnieć jeszcze o dwóch innych kwestiach. Po pierwsze: foroptery

doskonale sprawdzają się jako elementy unitu okulistycznego. Ich kompaktowa konstrukcja ułatwia organizację pracy w ograniczonej przestrzeni. Po drugie: jakość ramienia służącego do montażu i manipulowania foropterem wpływa na szybkość i komfort badania. Najważniejsze są: zakres możliwych ruchów, siła potrzebna do zmiany ustawienia oraz pewność utrzymania raz wybranej i zablokowanej pozycji. Opadające ramię foroptera utrudnia badanie, rozprasza badającego i wydłuża cały proces. Dlatego, dobierając osprzęt do foroptera, należy zwrócić uwagę na zgodność wszystkich parametrów, w szczególności udźwigu ramienia i masy foroptera.

Podejmując decyzję o zakupie foroptera, należy upewnić się, czy serwis jest łatwo dostępny i czy producent/dystrybutor zapewnia dostęp do oryginalnych części zamiennych i materiałów eksploatacyjnych.

reklama

NETZ

Wszystko do gabinetu okulistycznego

Zapraszamy: netzpolska.pl

Gwarantowana jakość w najniższych cenach





Poland Optical, Hoya Lens Poland i Nidek Global - współpraca dla Twoich korzyści

Z radością informujemy, że firmy Poland Optical, Hoya Lens Poland i Nidek Global połączyły siły, aby zapewnić naszym Klientom jeszcze więcej korzyści! Dzięki tej współpracy możemy zaoferować lepsze warunki finansowania produktów NIDEK, które wspierają rozwój i innowacyjność w gabinetach optycznych oraz optometrycznych.

W ramach naszej współpracy przygotowaliśmy specjalną ofertę promocyjną na zakup biometru NIDEK AL-Scan M.

Szczegóły dotyczące promocji oraz finansowania można uzyskać, kontaktując się bezpośrednio z naszymi przedstawicielami handlowymi. Z przyjemnością odpowiemy na wszystkie pytania i dopasujemy rozwiązanie do indywidualnych potrzeb.

Skontaktuj się z nami, skorzystaj z wyjątkowych możliwości, które oferujemy dzięki tej współpracy!

SKONTAKTUJ SIĘ Z NASZYM PRZEDSTAWICIELEM

Warszawa

Piotr 506 128 363

Cieszyn

Wiarosław 509 366 930

Zielona Góra

Mateusz 513 028 590

LUB WEJDŹ NA **WWW.POLANDOPTICAL.PL**



iD MYSELF

HOYALUX

Hoyalux iD MySelf Profile. Ich spojrzenie na świat.

Przedstawiamy Hoyalux iD MySelf Profile - nową odsłonę najbardziej zaawansowanych soczewek progresywnych w ofercie HOYA.

Hoyalux iD MySelf Profile to pięć najpopularniejszych, spersonalizowanych, wstępnie zdefiniowanych konstrukcji progresywnych, stworzonych w oparciu o potrzeby wzrokowe użytkowników we współczesnym, cyfrowym świecie. Soczewki zapewniają wyraźne widzenie podczas przenoszenia wzroku na różne odległości oraz komfort korzystania z urządzeń cyfrowych.

Teraz masz możliwość zaoferowania swoim klientom najbardziej zaawansowanych soczewek progresywnych HOYA w uproszczonym procesie konsultacji.

Soczewki okularowe HOYA służą do korygowania wad wzroku.

HOYA
FOR THE VISIONARIES