

Communiqué de presse- 28 août 2020

CooperVision® France communique à partir de mi- septembre sur le contrôle de la myopie avec MiSight® 1 day.

Les parents de jeunes enfants myopes ne sont pas toujours informés des complications ophtalmologiques liées à la myopie et méconnaissent les possibilités d'un traitement visant à freiner son évolution. D'après une enquête réalisée en Grande Bretagne, 69% des parents ignorent qu'il existe des solutions pour freiner la myopie, et pourtant 82% seraient intéressés par une telle solution. Ils sont d'ailleurs 90% à attendre de leur spécialiste qu'il leur présente toutes les options pouvant limiter la progression de la myopie ¹.

Pour répondre à ce besoin, CooperVision® communique à partir de septembre et lance une campagne de communication multicanal pendant 3 mois auprès des parents sur MiSight® 1 day, la première et unique lentille de contact approuvée par la FDA* pour ralentir la progression de la myopie chez les enfants, qui au début du traitement sont âgés de 8 à 12 ans.

La campagne met clairement en avant l'effet thérapeutique de MiSight® 1 day, sans oublier de mettre l'accent sur les bénéfices du port de lentilles chez l'enfant, notamment l'amélioration de l'estime de soi et une assurance renforcée qui leur permettent de réaliser leur rêve et ambition. Elle utilisera l'image d'une jeune fille, rêvant d'un métier qui lui sera accessible grâce au port de lentilles MiSight® 1 day, pour ralentir la progression de la myopie. Les slogans seront :

« Freiner la progression de la myopie de votre enfant, c'est possible ».

« Freiner la myopie de votre enfant, pas son ambition »

CooperVision® choisit de communiquer de façon inédite et nouvelle, à travers une campagne d'information sur les réseaux sociaux et grands médias internet intégrant l'intelligence artificielle et les nouvelles technologies. Elle s'adressera ainsi de façon ciblée aux parents myopes ou parents d'enfants myopes et sera géolocalisée. Ainsi CooperVision® intègre à sa communication ses partenaires privilégiés, les ophtalmologistes et les opticiens dans un parcours patient et un parcours d'accès à la lentille facilité. Totalemment impliqués dans la campagne, ophtalmologistes et opticiens recevront informations et outils pratiques pour pouvoir équiper et/ ou accompagner les enfants avec MiSight® 1 day en toute sécurité et efficacité.

Rappel épidémiologique de la myopie

En 2050, 50% de la population sera myope ². On constate une augmentation de sa prévalence, mais aussi une augmentation de sa gravité. Si en Chine 90% des adolescents et des jeunes adultes sont myopes ³, l'Europe n'est pas épargnée. Une importante progression touche aussi l'Europe et la France, mais dans une proportion moindre. La prévalence de la myopie en France est d'environ 39%, avec plus de 43% des français ⁴ de moins de 19 ans atteints de myopie et ce nombre augmente à un rythme alarmant, en particulier chez les enfants d'âge scolaire. L'aggravation de la myopie peut contribuer à des complications graves de la santé oculaire et à des affections mettant la vue en danger plus tard dans la vie. ⁵

Prévenir la myopie, en ralentir l'évolution, est un enjeu de santé publique majeur car la myopie, du trouble visuel à ses complications oculaires, constitue une cause importante de malvoyance.

2/3 des professionnels de la vision déclarent que l'incidence de la myopie chez les enfants dans leurs

cabinets a augmenté au cours des 5-10 dernières années, et 81% de ces professionnels reconnaissent qu'il s'agit de l'un des plus gros problèmes affectant la vue des enfants aujourd'hui. 6

Au-delà de la France, CooperVision® est clairement un créateur incontesté de nouvelles catégories et un leader mondial dans le secteur du contrôle de la myopie.

Aux Etats Unis, une nouvelle étape vient d'être franchie avec le lancement d'un nouveau programme, baptisé Brilliant Futures™, dédié aux professionnels de santé et aux parents, et en choisissant comme ambassadrice la célèbre actrice de télévision, productrice et entrepreneure américaine Sarah Michelle Gellar.

1. Bull Z, Gaskin C, Lumb E. parents and practitioner opinions on myopia management (part 1). Optician. August 2019; 27-31
2. Holden BA, Fricke TR, Wilson DA, Jong M, Naidoo KS, Sankaridurg P, Wong TY, Naduvilath TJ, Resnikoff S, Global Prevalence of Myopia and High Myopia and Temporal Trends from 2000 through 2050, Ophthalmology, May 2016 Volume 123, Issue 5, Pages 1036–1042.
3. Huang L, Kawasaki H, Liu Y, Wang Z. The prevalence of myopia and the factors associated with it among university students in Nanjing: A cross-sectional study. Medicine (Baltimore). 2019;98(10):e14777. doi:10.1097/MD.00000000000014777
4. Leveziel and all, prevalence of myopia in France, A cross sectional Analysis, md-journal, vol 94, Number 45, November 2015
5. Flitcroft DI. The complex interactions of retinal, optical, and environmental factors in myopia aetiology Prog Retin Eye Res. 2012;31(6):622-660
6. Chamberlain P, et al. A 3-year randomized clinical trial of MiSight® lenses for myopia control. Optom Vis Sci. 2019; 96(8): 556-567.

* Approuvée par la FDA pour ralentir la progression de la myopie chez les enfants, qui au début du traitement sont âgés de 8 à 12 ans. Indications d'utilisation : Les lentilles souples MiSight® 1 day (omafilcon A) à usage unique et à port journalier sont indiquées pour la correction de la myopie et pour ralentir la progression de la myopie chez les enfants sans contre-indication médicale et qui, au début du traitement, sont âgés de 8 à 12 ans et ont une réfraction de -0,75 à -4,00 dioptries (équivalent sphérique) avec $\leq 0,75$ dioptrie d'astigmatisme. La lentille doit être jetée après chaque retrait.

À propos de CooperVision®

CooperVision®, une division de CooperCompanies (NYSE:COO), est l'un des principaux fabricants mondiaux de lentilles de contact souples. L'entreprise produit une gamme complète de lentilles de contact jetables, journalière ou mensuelles, toutes dotées de matériaux et d'optiques de pointe. CooperVision® a une longue tradition dans la correction des troubles de la vision les plus complexes, tels que l'astigmatisme, la presbytie et la myopie infantile, et propose la gamme la plus complète de produits sphériques, toriques et multifocaux. En combinant des produits innovants et un soutien ciblé aux praticiens, l'entreprise apporte une perspective novatrice sur le marché, créant ainsi de réels avantages pour les clients et les porteurs de lentilles. Pour plus d'informations, visitez le site www.coopervision.com.

Complément d'information :

Laure Steve, Responsable Division Lentilles de spécialité -Traitement de la myopie chez l'enfant, CooperVision®

Mob : 06 02 12 72 25, mail : lsteve@coopervision-fr.com