

# PO.

platform optic

SPECIALE

**LAC 2023**

FASHION

**Le nuove proporzioni**

INTERVISTE

**Morel**

**Polyoftalmica**

**KREUZBERGKINDER**

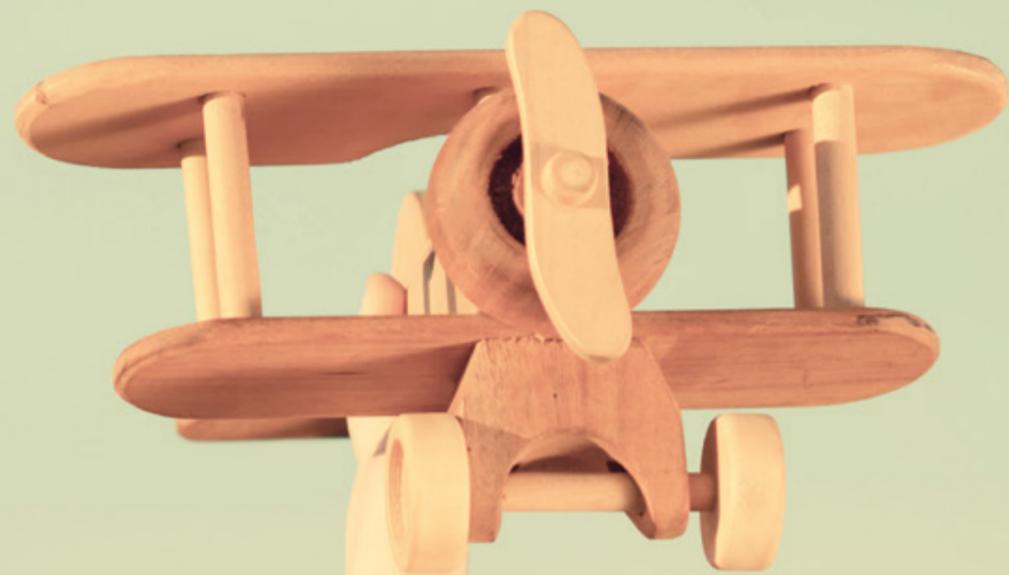
Contiene I.P. - ISSN 2420-8795



# fai decollare la tua attività

Realizza con noi la tua linea  
di soluzioni e lenti a contatto  
personalizzate

*\* offerta rivolta ad ottici e gruppi*



KONTAKT LENS  
V.A.O. Srl



KONTAKT LENS  
V.A.O. Srl

Realizza con noi la tua linea  
di soluzioni e lenti a contatto  
personalizzate

*\* offerta rivolta ad ottici e gruppi*

Sede legale  
Viale E. Caldara, 24  
20122 - Milano (Italy)

Sede operativa  
Via Pisciarelli, 79  
c/o complesso Altamira  
80078 - Pozzuoli NA (Italy)

telefono/fax  
(+39) 081 5706771  
(+39) 081 5700211  
(+39) 081 6102519

numero verde  
**800 154 640**

email  
[info@onlyone.it](mailto:info@onlyone.it)  
[ordini@onlyone.it](mailto:ordini@onlyone.it)

website  
[www.kontakt-lens.eu](http://www.kontakt-lens.eu)  
[www.onlyone.it](http://www.onlyone.it)  
[www.accessoreyes.eu](http://www.accessoreyes.eu)

PRECISION 1™  
ONE-DAY CONTACT LENSES

# SCEGLI 16 ORE DI COMFORT<sup>1-3</sup> CON LE LENTI PRECISION 1™

Lenti a contatto  
sviluppate per chi cerca  
**comfort prolungato  
fino a fine giornata.**<sup>1-3</sup>



VISIONE  
PRECISA<sup>4</sup>



COMFORT  
DURATURO<sup>4</sup>



FACILE  
MANIPOLAZIONE<sup>4</sup>



TECNOLOGIA  
SMARTSURFACE™  
OFFRE UN COMFORT  
PROLUNGATO<sup>4</sup>

Contatta il tuo rappresentante Alcon per saperne di più.

Bibliografia: 1. Heinrich C, et al. Subjective performance of verofilcon A daily disposable soft contact lens after 16 hours of wear. Poster presented at: The American Academy of Optometry Meeting, Boston MA, November 4, 2021. 2. Fogt J, Patton K. Long day wear experience with water surface daily disposable contact lenses. Clinical Optometry, 2022(14):93-99. 3. Hines B, et al. Clinical subjective performance of two daily disposable toric soft contact lenses. Poster presented at: American Optometric Association, Chicago, June 15-18, 2022. 4. Cummings S, Giedd B, Pearson C. Clinical performance of a new daily disposable spherical contact lens. Optom Vis Sci, 2019;96:E-abstract 195375. 5. PRECISION 1™ (DDT2) Lens with Smart Surface study; Alcon data on file, 2019. È un dispositivo medico CE0123. Per l'utilizzo, la manutenzione, le precauzioni, le avvertenze, le controindicazioni e gli effetti indesiderati, consultare le istruzioni d'uso. ©2023 Alcon. IT-PR1-2300005

Alcon

editorial



Angelo Dadda

#lac #bold #primavera #fashion

## Aria *bold* di primavera.

**"È che dietro le cose ci sei tu, Primavera, che incominci a scrivere nell'umidità, con dita di bambina giocherellona, il delirante alfabeto del tempo che ritorna". (Pablo Neruda)**

Marzo ci catapulta a mo' di razzo, ormai da diversi anni e non solo meteorologicamente parlando, verso quella che viene definita l'estate senza fine. Una stagione estiva, made in mediterraneo, che anche per ciò che riguarda tutte le proposte commerciali e le relative campagne pubblicitarie, parte a fine marzo e si prolunga, anche grazie al clima, fino a ottobre inoltrato. E così in questo lunghissimo filone estivo si inseriscono perfettamente le nuove collezioni di occhiali da sole oversize, ampiamente ammirate allo scorso MIDO, comunemente definite "bold", caratterizzate da proporzioni esagerate, materiali e spessori importanti, colori decisi e trasparenze sofisticate. Il tutto spesso firmato in modo forte dai brand (logo) delle Maison applicati in grande evidenza su aste fascianti molto alte e sexy, sdoganando finalmente anche una certa volgarità dell'eyewear eccessivamente brandizzato e gridato, disprezzato fino a ieri dai cultori del design a tutti i costi e oggi invece osannato e raccontato su tutti i consumer magazine in edicola e online. In questo numero trattiamo questo argomento nelle rubriche: Fashion e anche nella rubrica Ask Foskap curata da Arianna Foscarini che offre

una mini guida per guidare il vostro cliente nella scelta degli occhiali dagli spessori importanti. Nella rubrica Draw invece raccontiamo "storie di ingegno" dedicandoci a Snob Milano, Nove25 e Axolight, tre aziende protagoniste di mercato e riconosciute per il loro background produttivo di alto artigianato tramandato di generazione in generazione. Poi due interessanti interviste a Amélie, Francis e Jérôme Morel per Morel e a Matteo Cerlini per Polyoftalmica. A cura di Roberto Pregliasco per la rubrica Selling Tips potete trovare la seconda parte dell'articolo sulle Neuroscienze e sul ruolo delle emozioni e della comunicazione in relazione ai neuroni specchio. Nelle pagine dedicate alla rubrica Shopdesign curata da Giulia Gerosa potete leggere di interessanti "Variazioni sul tema" riguardo a un progetto di interior design, realizzato dallo studio Bogdan Ciocodeica, in cui viene declinata l'identità del brand Lunet dando vita a uno spazio innovativo e accogliente che rispecchia e racconta i valori della marca. Infine, per ultimo ma non certo per importanza, ritorna in queste pagine il consueto appuntamento primaverile con il nostro inserto Speciale Lenti a Contatto 2023 con il meglio del mercato. Buona lettura a tutti.



# ARTECO



**003**

EDITORIAL

**Aria bold  
di primavera**

**008**

COVER STORY

**Alchemiche  
montature**

**012**

FASHION

**Le nuove  
proporzioni**

**020**

ASK FOSKAP

**Occhiali bold:  
a chi stanno bene?**

**022**

DRAW

**Storie di ingegno**

**024**

OVERVIEW

**La capacità  
di sapere  
scrivere la storia**

**028**

OVERVIEW

**Riflessioni  
sull'evoluzione  
della strumentazione**

**030**

SELLING TIPS

**I neuroni specchio  
(Parte 2)**

**034**

SHOPDESIGN

**Variazioni  
sul tema**

**040**

POST-IT

**Notes**

**043**

INSERTO

**SPECIALE LAC**

**066**

EVENTS

**Save the date**

**072**

INTERIOR DESIGN

**The best of**

**076**

TRENDS

**Fashion**

**084**

REVIEW

**Focus**

**P.O.**<sup>®</sup>  
platform optic

**on the cover**



**BRAND**  
KREUZBERGKINDER

**COLLECTION**  
SUSPIRIUM

**MODEL**  
NIMUE

La Redazione si riserva la facoltà di selezionare il materiale pervenuto, nonché di modificarlo in parte senza snaturarne il significato, al fine di adeguarlo alle disposizioni di stampa. Il materiale inviato e pervenuto in redazione anche se non pubblicato, non verrà restituito.

È vietata la riproduzione, anche parziale, di quanto contenuto nella presente rivista senza preventiva autorizzazione da richiedersi per iscritto alla Redazione.

**INFORMATIVA PRIVACY**

Ai sensi dell'art. 13 del Reg UE 2016/679 (GDPR), vi informiamo che i vostri dati anagrafici e fiscali saranno trattati, in forma scritta e/o con l'ausilio di strumenti informatici, in relazione alle esigenze contrattuali, alla gestione dei rapporti commerciali e in esecuzione degli obblighi di legge. Titolare e responsabile del trattamento dei dati è PLATFORM NETWORK SRL con sede legale in Savona 17100 Via Pietro Paleocapa 17/7.

La informiamo inoltre che lei può esercitare i diritti di cui all'art. 7 del citato decreto e che quindi in ogni momento potrà avere gratuitamente accesso ai propri dati e potrà richiederne l'aggiornamento, la rettifica, l'integrazione o la cancellazione se non desidera più ricevere la presente rivista.

**PLATFORM**  
NETWORK

**P.O. PLATFORM OPTIC**  
Mensile\_numero 03\_anno IX\_2023

**Editore**  
**PLATFORM NETWORK SRL**  
Autorizzazione Tribunale di Milano  
n. 304 del 18/09/2014  
Iscrizione al R.O.C. n. 36727  
Via Pietro Paleocapa 17/7  
17100 Savona Italia  
Tel. +39 019 8400311  
Fax + 39 019 8400341

**DIRETTORE RESPONSABILE**  
Angelo Dadda

**DIRETTORE MARKETING**  
Simona Finessi

**DIRETTORE EDITORIALE**  
Paola Ferrario  
ferrario@platformnetwork.it

**DIRETTORE CREATIVO**  
Angelo Dadda  
dadda@platformnetwork.it

**RESPONSABILE DI REDAZIONE**  
Sara Brero  
brero@platformnetwork.it

**REDAZIONE**  
Cristina Bigliatti

**WEB | DIGITAL | SOCIALMEDIA**  
Sara Brero, Angelo Dadda, Alessia Dodolini

**ADVERTISING**  
Sara Brero

**PROGETTO GRAFICO**  
Angelo Dadda

**GRAFICA | POST PRODUZIONE**  
Paolo Veirana

**IMPAGINAZIONE**  
Sara Brero

**SERVIZIO ABBONAMENTI**  
Tel. +39 019 8400311  
abbonamenti@platformnetwork.it  
info@platformnetwork.it

**Stampa**  
**STAMPERIA ARTISTICA NAZIONALE**  
via M. D'Antona 19  
10028 Trofarello TO

**La tua crescita  
professionale si vede.**  
Su ogni dispositivo,  
quando vuoi tu.



Seeing beyond



**Nuova ZEISS Academy**

È il nuovo portale che ti aiuta ad accrescere le tue competenze e a sviluppare il tuo business in modo efficace, semplice e veloce. Dai corsi in diretta ai contenuti online, dai focus di prodotto ai nuovi strumenti di comunicazione digitale. ZEISS Academy è un vero acceleratore della tua professionalità.

- Formazione professionale selezionabile attraverso parole chiave e interessi.
- Possibilità di partecipare a eventi in diretta streaming.
- Ampia raccolta di video e approfondimenti, fruibili on demand.
- Disponibile da qualsiasi dispositivo e in qualsiasi momento, 365 giorni all'anno.

Scopri subito,  
guarda il video:



# alchemiche montature

SUSPIRIUM È L'ULTIMO SFORZO  
CREATIVO FIRMATO DELLA REALTÀ  
BERLINESE KREUZBERGKINDER.  
GLI OCCHIALI DELLA DESIGNER  
IOANA A. SERBANESCU SCRIVONO  
UN NUOVO CAPITOLO NELL'EYEWEAR  
AFFIDANDOSI A UNA PROGETTUALITÀ  
DALL'ISPIRAZIONE ESOTERICA.



L'ultima creazione di **Kreuzbergkinder**, la collezione **Suspirium**, si ispira a tutto ciò che ha a che fare con le streghe e con l'immane storia esoterica di Berlino, che scorre nelle sue vene e aleggia nell'aria. Creata dalla designer Ioana A. Serbanescu, propone modelli unici non per i deboli di cuore, complici anche i suoi colori intensi, tra cui il bordeaux, il petrolio e, naturalmente, il classico nero lucido. Elementi di spicco decorano il viso di chi li indossa e richiedono un'attenzione che sicuramente otterranno senza particolari sforzi. Alcune montature sono impreziosite da una fessura a forma di 'K' sulle aste, in modo che chi le indossa possa infilare una catenina da collo aggiungendo un tocco di comodità e di eleganza all'occhiale. Come tradizione di Kreuzbergkinder, i modelli sono disponibili sia nella versione da vista che da sole, e, qualora il cliente lo desideri, si possono avere entrambi. La missione del marchio berlinese è continuare a utilizzare solo materiali di altissima qualità, come l'acetato di Mazzucchelli, mantenendo i prezzi accessibili, in modo che tutti possano osare ed essere diversi.

#### L'ispirazione della collezione

*"In linea con l'identità del brand questa collezione rappresenta una delle tante sfaccettature di ciò che è considerato 'Underground': la storia delle streghe è stata per noi una direzione naturale da seguire. Questi esseri misteriosi sono presenti nelle nostre fiabe e nel nostro folklore, nei nostri libri e sui nostri schermi televisivi. Ora il loro fascino può essere emulato e fatto proprio per sempre",* ha dichiarato l'azienda. La designer Ioana A. Serbanescu si è ispirata anche al famoso classico cult di Dario Argento, "Suspiria". Sia il film originale del 1977 che il remake del 2018, quest'ultimo ambientato proprio a Kreuzberg, raccontano la storia di una congrega nascosta sotto le sembianze di una scuola di danza. *"Come segno di magica sincronizzazione con l'universo, abbiamo avuto la fortuna di girare lo spot per Suspirium proprio dietro l'angolo in cui è stata girata la versione di Suspiria del 2018, approfondendo così il legame. Con questa collezione, i fan di Kreuzbergkinder hanno ora la possibilità di onorare queste potenti streghe e di sentirne la magia in prima persona, il tutto sperimentando Suspirium",* conclude l'azienda.



Paola Ferrario

# LE NUOVE PROPORZIONI

**L'APPROCCIO CONTEMPORANEO  
DELL'OCCHIALE DA SOLE SI BASA SUGLI  
EQUILIBRI DELLE FORME OVERSIZE.**

COSTRUZIONI IMPATTANTI E BOLD CEDONO DI FRONTE ALLA VANITÀ DEI COLORI, SI INCHINANO ALLE TRASPARENZE E RISCOPRONO I LOGHI ANCHE IN VERSIONE LITTERING E PORTANO ALLA LUCE GLI ELEMENTI DELL'HERITAGE DELLE MAISON. SONO LE PLASTICHE SEMPRE PIÙ ESAGERATE, SEMPRE PIÙ IMPORTANTI, SEMPRE PIÙ SPESSE A ESSERE PROTAGONISTE NEL SOLE. POTREMMO INFATTI UTILIZZARE TRANQUILLAMENTE LA FIGURA RETORICA DEL CLIMAX PER DELINEARE QUESTE NUOVE PROPORZIONI DEL SOLE.

**GIGI STUDIOS**  
IL MODELLO CELINE  
DELLA COLLEZIONE  
PRIMAVERA-ESTATE  
È STATO REALIZZATO  
A MANO IN ACETATO  
ITALIANO E SI DISTINGUE  
PER LA FORMA CON  
ANGOLI ARROTONDATI.

**AKONI EYEWEAR**

L'ISPIRAZIONE PER LE NUOVE MONTATURE VIRGO ARRIVA DAGLI ANNI CINQUANTA. IL FRONTALE IN ACETATO SCOLPITO SI BASA SU NUOVE POSSIBILITÀ DI COLORE CHE SONO ALTRETTANTO ACCATTIVANTI DI QUELLE VISTE SUGLI SCHERMI E SULLE TELE DEGLI ANNI '60: IL NERO FORTE, L'ARANCIONE POTENTE E UN'ACCATTIVANTE PARTE FRONTALE GRIGIO-ROSA, TUTTI PERFETTAMENTE INCORNICIATI DA LINEE SORPRENDENTI DI SMALTI A CONTRASTO.



**ANA HICKMANN**

AH9361 È UNA MONTATURA SQUADRATA DALL'ANIMA RETRÒ CON FINITURA SCOLPITA ALL'INTERNO DEL CERCHIO.



**BALLY EYEWEAR**

IL FRONTALE GEOMETRICO DI BY0108-H\_57V È ABBINATO AD ASTE DI GRANDE SPESSORE. SEMPRE SUL FRONTALE, È PROPOSTO IL DISTINTIVO BALLY GRIP, MENTRE LE ASTE SONO ELEGANTEMENTE SIGLATE DAL LOGO BALLY.



**COSMOPOLITAN**

L'ACETATO CONIA QUESTO OCCHIALE DA SOLE OVERSIZE DALLA FORMA SQUADRATA. LE TRASPARENZE METTONO IN EVIDENZA L'ANIMA DORATA DELL'ASTA A VISTA.



**ORIGINAL VINTAGE SUNGLASSES**

PROCHYTA ELITÉ SI PONE IN CONTINUITÀ STILISTICA CON IL MODELLO IN LIMITED EDITION PROCHYTA. I FRONTALI SONO CARATTERIZZATI DA SFACCETTATURE PRISMATICHE CHE NE ESALTANO I LINEAMENTI, MENTRE LE ASTE SONO IMPREZIOSITE DA UN GIOIELLO PLACCATO IN ORO 24 CARATI E SMALTATO A MANO, CHE RIPRENDE IL DISEGNO DEL CAMMEO. TUTTE LE COLORAZIONI SONO DI ISPIRAZIONE CLASSICA E PUNTANO ALL'ALTA VESTIBILITÀ E ALL'ABBINABILITÀ.

**FURLA**

IL FRONTALE OVERSIZE DEL MODELLO SFU694 HA UNA FORMA LEGGERMENTE CAT-EYE ED È CARATTERIZZATO DA UN INCOLLAGGIO DI ACETATO A CONTRASTO CHE DEFINISCE IL CILIARE CHE FORMA UNA "F". LE ASTE HANNO L'ANIMA A VISTA IN METALLO CON LOGO LETTERING FURLA INCISO.

**MAX MARA EYEWEAR**

MM007M3\_03L È UNA MASCHERA OVERSIZE DALLA SAGOMA QUADRATA E DALLO STILE DINAMICO. REALIZZATA INTERAMENTE IN ACETATO SPESSO, LA MONTATURA È CONTRADDISTINTA DAL LOGO MAX MARA IN METALLO SULLE ASTE E DA UN DESIGN CHE INCARNA PERFETTAMENTE LA MODERNITÀ.

**MONCLER LUNETTES**

LA MONTATURA SPORTIVA GENDER-NEUTRAL ML0253\_21A È CARATTERIZZATA DA UNA MASCHERA TRASPARENTE CON PROFILI DISCONTINUI SULLA PARTE SUPERIORE E INFERIORE DEL FRONTALE, CHE CONFERISCONO UNICITÀ E ORIGINALITÀ A QUESTI OCCHIALI DA SOLE. L'ICONICO LOGO È PROPOSTO A CAMPANA SULE ASTE.

**MOSCOT**

CON OLTRE 100 ANNI DI ESPERIENZA NEL CAMPO DELL'EYEWEAR, MOSCOT SI È SEMPRE DISTINTO PER LA MAESTRIA ARTIGIANALE NEL CREARE OCCHIALI SENZA TEMPO. IL MODELLO GROSER SUN RICHIAMA LE FORME VINTAGE PRESE DAGLI ARCHIVI DEL MARCHIO ED È REALIZZATO A MANO.

**NIRVAN JAVAN**

I COLORI RIFLETTONO LE DIVERSE CULTURE E LA VERSATILITÀ DI TORONTO. ANCHE LE FORME QUADRATE E BOLD MANTENGONO L'INCONFONDIBILE SEGNO DEL MARCHIO SVIZZERO, PUR RICORDANDO L'ARCHITETTURA PARTICOLARMENTE SUGGERITIVA E POTENTE DI TORONTO.

**PHILIPP PLEIN**

L'OCCHIALE DA SOLE MASCHILE SPP093 SFOGGIA UN FRONTALE GEOMETRICO OVERSIZE E SPESSORI BOLD CON DECORO IN METALLO DORATO ESAGONALE E LOGO GOTICO PLEIN TRIDIMENSIONALE SULL'ASTA AMPIA.

**POLICE**

L'OCCHIALE DA SOLE DA UOMO SPLL19 DAL DESIGN BOLD SFOGGIA UN FRONTALE DOPPIO PONTE E INSERTO IN METALLO DORATO SULLA BARRA SUPERIORE CON LOGO LETTERING POLICE. BORCHIE TRIANGOLARI APPLICATE SIA SUL FRONTALE CHE SULLE ASTE.

**PUCCI EYEWEAR**

LA MONTATURA DALLA FORMA OVALE GENDERLESS EP0210\_42N È CONTRADDISTINTA DA UN MODERNO PROFILO PUFFY CON ASTE IMPREZIOSITE DAL DETTAGLIO IN METALLO CHE RIPRODUCE L'ICONICO FISHTAIL, RENDENDO LO STILE INCONFONDIBILE.

**ROMEO GIGLI**

LA MAISON CELEBRA LA P/E 2023 CON FORME SFACCETTATE E TERMINALI A CONTRASTO, L'EFFETTO È SUPER COOL.

**SABRINARÉGÉTURO EYEWEAR**

L'ANIMA GREEN DEL NUOVISSIMO BRAND IN CASA KEY OPTICAL EUROPE VIENE ESPRESSO DALLA SCELTA DELL'ACETATO BIO MAZZUCHELLI 1849.



**SERENGETI**  
WINONA OFFRE UN TOCCO DECISAMENTE AUDACE GRAZIE A UNA MONTATURA CHE GIOCA SULLE PROPORZIONI. QUESTO MODELLO MONTA LE LENTI 3IN1 DI SERENGETI, LE UNICHE LENTI MINERALI SUL MERCATO AD ABBINARE: POLARIZZAZIONE, FOTOCROMIA E SPECTRAL CONTROL. MATERIALI E PRODUZIONE 100% MADE IN ITALY.

**SILHOUETTE**  
LA SPECIAL E LIMITED EDITION FUTURA DOT (PROPOSTA IN SOLI 1924 PEZZI PER CELEBRARE L'ANNO DELLA FONDAZIONE DELL'AZIENDA) RENDE OMAGGIO ALL'OMONIMO MODELLO SILHOUETTE DEGLI ANNI '70. IL NUMERO DI OGNI OCCHIALE È INCISO ALL'INTERNO; IL PUNTO AL CENTRO, ELEMENTO CARATTERISTICO DEL MODELLO ICONICO, È IN QUESTO CASO FRESATO E ACCENTUATO DA UN PROFILO COLORATO REALIZZATO A MANO, IL TUTTO UNITO ALLE LENTI OVERSIZE DALLA FORMA SUPER BOLD.



**TOM FORD EYEWEAR**  
L'ESCLUSIVO MODELLO A MASCHERINA UNISEX CON ASTE SUPER-BOLD, FT1036\_01B È PENSATO PER CHI DESIDERA UN LOOK DI GRANDE TENDENZA.

**TONINO LAMBORGHINI**  
TL520 FA PARTE DELLA LINEA BOLD. LA FORMA FRONTALE È OVALE E SPIGOLATA, MENTRE LE ASTE LARGHE PERMETTONO L'INSERIMENTO DEL TIPICO DETTAGLIO DELLO SCUDO E DEL TORO ASSIEME ALLA FIRMA DEL MARCHIO. PER QUESTO MODELLO IL BRAND HA VOLUTO MONTARE LENTI ZEISS, DISPONIBILI ANCHE IN VERSIONE POLARIZZATE.



**YALEA**  
IL MODELLO SYA105V È UN OCCHIALE DA SOLE IN ACETATO CON FRONTALE OVERSIZE GEOMETRICO DAL DESIGN SFACCETTATO. LA PARTICOLARITÀ SONO GLI ABBINAMENTI DI ACETATI DIFFERENTI E L'INSERTO IN METALLO DORATO, ASTA BOLD CON MONOGRAM AY A CONTRASTO.

# UN MONDO DI **SERVIZI E VANTAGGI** PER GLI OTTICI INDIPENDENTI ASSOCIATI

**SERVIZI MARKETING**  
Geomarketing, Google business, gestione social, strategie personalizzate



**CONSULENZA**  
*digitale gratuita, commerciale, marketing*

**PROGRAMMI DI FIDELIZZAZIONE**  
FRC e ViveCECOP

CONTATTA IL TUO RESPONSABILE *Area*

*Per info*  
  
INVIA UNA MAIL A  
INFO@CECOPITALIA.IT

 **SCRIVICI SU WHATSAPP**  
+39 389 138 3272

ARIANNA FOSCARINI

# OCCHIALI BOLD: A CHI STANNO BENE?

**IN QUESTO ARTICOLO ARIANNA FOSCARINI OFFRE UNA MINI GUIDA PER GUIDARE IL CLIENTE NELLA SCELTA DEGLI OCCHIALI DAGLI SPESSORI IMPORTANTI.**

Occhiali importanti, spessi e dal carattere distintivo. In una parola **"bold"**. Ecco la tendenza delle nuove collezioni 2023. Frontali spessi, ma anche aste alte, decorate da loghi e fregi che in un flashback ci trasportano negli anni Novanta. Acetati spessorati, lavorazioni e loghi per non passare inosservati.

## **MA A CHI STANNO VERAMENTE BENE GLI OCCHIALI BOLD?**

Sicuramente sono occhiali per persone che amano apparire, ma anche, perché no, per chi si vuole celare. Le montature spesse e scure sono indicate a persone che a una valutazione armocromatica presentano un contrasto alto.

## **MA CHE COSA SI INTENDE PER CONTRASTO NEL MONDO DEI COLORI?**

La definizione di contrasto è nota a chi è esperto di fotografia, dove il gioco di luci e ombre elimina quasi totalmente i toni intermedi, per far nascere un protagonista tanto importante quanto il colore, il contrasto appunto. Molto evidente nel mondo della fotografia in bianco e nero, il contrasto è un concetto che sembra in antitesi con le linee dell'armocromia. In armocromia si lavora per ripetizione e somiglianza, rispettando l'identità cromatica e giocando su toni uguali che si ripetono: identificato il tono e sottotono, usiamo colori dello stesso tono per occhiali, trucco e outfit.

## **COME E QUANDO UTILIZZARE IL CONTRASTO**

Il contrasto è dato dalla differenza tra le parti chiare e scure del viso, valutando il tono di pelle, capelli e occhi. Il contrasto trova quindi la sua genesi nella contrapposizione e nel confronto tra due o più parti: più sono lontane in luminosità, più c'è contrasto.

Una cosa importante per la scelta di un occhiale dal forte impatto, quindi scuro e spesso, è valutare se il contrasto è alto: se una persona presenta forti contrasti nei suoi colori personali, a esempio pelle chiarissima e capelli scuri oppure occhi chiari capelli scuri sarà valorizzata dai forti contrasti cromatici, quindi da un occhiale presente visivamente. Occhiali bold anche per l'uomo dal gusto dandy, ove sovente il contrasto è dato dalla barba, scura ma anche brizzolata o canuta se affine allo stile della persona. In uomini con barba importante l'occhiale poco evidente crea un'immagine molto classica. Sottolineo ancora una volta però che la regola fondamentale per un consulente d'immagine sia rispettare lo stile personale del nostro cliente che va sempre accompagnato e mai forzato nella scelta.

## **CONTRASTO E COLORE**

Non necessariamente gli occhiali di forte contrasto devono essere neri o scuri. Si può usare il contrasto anche con il colore facendo entrare in gioco l'intensità. L'intensità è la saturazione o la purezza di una specifica tonalità di colore: una tinta intensa, cioè satura ha un colore vivo e pieno, al diminuire dell'intensità il colore diventa più tenue. Indice di intensità alta nell'incarnato sono occhi dal colore brillante che si identifica da lontano, sorrisi smaglianti e alto livello di energia della persona. Se incontrate persone con queste caratteristiche, per loro colori intensi! Un solo consiglio: fate attenzione all'uso di colori troppo brillanti rispetto alle caratteristiche cromatiche: il risultato sarà che spicca l'occhiale e non la persona. Un colore troppo forte può rubarci la scena. Ma potrebbe anche essere quello il nostro obiettivo: saper cosa facciamo e perché lo facciamo rimane sempre il nostro mantra.

FRIDA ST PAUL

# Storie di ingegno

IL RACCONTO DI **SNOB MILANO** INSIEME A **NOVE25**  
E DI **AXOLIGHT** SI SVILUPPA GRAZIE A UN CONSOLIDATO  
BACKGROUND PRODUTTIVO DI ALTO ARTIGIANATO TRAMANDATO  
DI GENERAZIONE IN GENERAZIONE.



CON MAESTRIA REALIZZATIVA E SAPIENZA ARTIGIANALE,  
LE DUE MAISON MODELLANO LE FORME E I MATERIALI  
CREANDO OGGETTI DALLA **PERSONALITÀ FORTE E INEDITA**.

## AXOLIGHT – MODELLO BUL-BO DESIGNER FABRIZIO PELLEGRINO E LODOVICO GABETTI

La lampada da terra Bul-Bo, disegnata tra il 1968 e il 1971 da Gabetti e Isola, è considerata un pezzo cult nella storia del design italiano. Con la sua silhouette inconfondibile, è stata rieditata nel 2020 da Axolight con l'introduzione di elementi contemporanei nel rispetto filologico del disegno originale. Le ricerche di Axolight in termini di comfort illuminotecnico hanno portato ad alcune implementazioni hi-tech, tra cui l'inserimento di uno snodo orientabile che consente di volgere la luce nella direzione desiderata e l'utilizzo di una fonte led al posto dell'originaria lampadina a incandescenza. Inalterati i materiali: la base in ecopelle nera, la cui forma ricorda proprio un bulbo o una cipolla – come indicato dagli stessi architetti – contiene granuli di marmo e consente di inclinare l'asta in alluminio che termina con il profilo tagliato a laser di una lampadina. Al Salone di Milano debutterà Bul-Bo Mini, la versione da tavolo.



## SNOB MILANO E NOVE25 – MODELLO BAGAI

Dalla collaborazione tra il brand di occhiali Snob Milano, frutto dell'expertise ultra centennale del produttore varesino Sordelli, e la gioielleria milanese Nove25 sono nati cinque occhiali, di cui tre inediti. Ogni modello, come l'occhiale in nylon avvolgente Bagai qui raffigurato, è stato personalizzato dalla gioielleria milanese con una finitura puntinata in argento 925 brunito sull'asta. Ogni pezzo è disponibile in quattro diversi colori arricchiti da lenti certificate ZEISS Sunlens.



MOREL

# La capacità di sapere scrivere la storia

COME FA **MOREL**, IL PIÙ ANTICO PRODUTTORE DI OCCHIALI FRANCESE, A ESSERE DA PIÙ DI 140 ANNI TRA LE PIÙ AUTOREVOLI VOCI DELL'EYEWEAR? QUALE STRATEGIA HA MESSO IN ATTO? LA RISPOSTA LA TROVATE IN QUESTE PAGINE.

Paola Ferrario

**Amélie, Francis e Jérôme Morel** rappresentano la quarta generazione a capo dell'omonima società che dal lontano 1880 produce occhiali rigorosamente dal know-how francese. Alla luce delle attuali richieste di un mercato sempre più esigente e alla ricerca di prodotti in cui qualità, design d'avanguardia, tecnologia e sostenibilità sono elementi imprescindibili, scopriamo in questa intervista effettuata dopo MIDO come riescono a conciliarle nei loro prodotti.

## **A PARTIRE DAL 2022 AVETE CAMBIATO STRATEGIA DECIDENDO DI RIUNIRE LE VOSTRE COLLEZIONI SOTTO UN UNICO MARCHIO, MOREL. COM'È STATO PERCEPTO QUESTO CAMBIAMENTO DAL MERCATO?**

Abbiamo avviato una riflessione strategica sul marchio Morel nel 2015. L'obiettivo è quello di capitalizzarlo per una migliore visibilità e un chiaro posizionamento sul mercato. Attualmente proponiamo agli ottici sei collezioni complementari realizzate per soddisfare le richieste di una clientela esigente in termini di qualità e creatività. La strategia di Morel si basa su due pilastri: la creatività per offrire un marchio attraente in termini di prodotti e comunicazione e la padronanza della distribuzione per essere più vicini all'ottico.

## **QUALI SONO I PRINCIPI ALLA BASE DELLA VOSTRA CREATIVITÀ?**

Morel dispone di uno dei più grandi centri di progettazione di occhiali in Francia. Il team integrato di designer ha carta bianca per creare e immaginare gli occhiali Morel in termini di colori, forme e materiali. L'indipendenza è





un punto di forza: siamo totalmente liberi nelle nostre creazioni. Essendo totalmente integrati, tutti i prodotti sono realizzati in prototipazione dalle mani esperte di Valerie Prillard, prima donna miglior lavoratrice in Francia nel settore dell'occhialeria, e i test di qualità sono effettuati internamente dal nostro laboratorio.

**LA GRANDE INNOVAZIONE RIGUARDA ANCHE LA COMUNICAZIONE: CI POTETE PARLARE DELLA NUOVA CAMPAGNA?**

"Orgogliosi del proprio passato ma risolutamente rivolti verso il futuro" è da sempre il claim della nostra Maison. È dall'autenticità di questa massima che abbiamo tratto l'ispirazione per la nostra nuova campagna: una serie di foto d'epoca che ritraggono personaggi coloratissimi e che presentano le montature della nuova collezione. Un viaggio nel tempo che inizia con un ritratto di Jules Morel, fondatore dell'azienda nel 1880. Questo è il punto di partenza per un omaggio alle quattro generazioni che hanno attraversato tutte le epoche con passione e audacia e hanno reso Morel il produttore di occhiali indipendente che è oggi. "Looking forward since 1880" è una campagna piena di modernità che ci parla di noi e ci assomiglia.

**UN ALTRO TEMA CHE VI STA A CUORE È LA SOSTENIBILITÀ: COME LA STATE SVILUPPANDO?**

Per accompagnare lo sviluppo della Maison, abbiamo avviato un approccio al CSR basato su 3 assi: prodotto, sociale e ambientale. Abbiamo voluto investire nella creazione di un nuovo polo industriale per completare parte della nostra produzione di occhiali in acetato nel nostro sito storico di Morbier. Questa scelta strategica riflette la nostra volontà di partecipare alla rivitalizzazione della nostra regione e di garantire la trasmissione del nostro know-how nel settore dell'occhialeria, ereditato dal 1880...

**QUALI STRUMENTI METTETE A DISPOSIZIONE DEGLI OTTICI INDIPENDENTI PER SVILUPPARE LA LORO ATTIVITÀ?**

Dalla scelta del logo alla campagna pubblicitaria, tutti i nuovi strumenti di comunicazione trasmettono e promuovono le nostre radici locali e il nostro know-how storico. Tutti i nostri servizi, in particolare la formazione e il servizio di merchandising personalizzato, sono strumenti per aiutare i nostri ottici partner a raccontare la storia e a sviluppare il sell-out del nostro marchio.

**COM'È STRUTTURATA LA VOSTRA PRESENZA SUL MERCATO ITALIANO?**

Gli indipendenti sono per la maggior parte il nostro punto di riferimento.

**COSA CHIEDE L'OTTICO ITALIANO?**

Sempre più prodotti tecnici e di alta qualità, con tocchi di colore e dettagli vivaci. Crediamo che questo sia esattamente ciò che fa Morel. Essere tecnici e affidabili non significa non essere estremamente attraenti.

**POTETE DARCI QUALCHE INDICAZIONE SUL 2023 DI MOREL?**

Audacia e impegno sono le parole chiave per il 2023. Stiamo lavorando a diversi progetti importanti: ovviamente al lancio dei nostri prossimi prodotti, ma anche a nuove collezioni e... a una nuova collaborazione. Per quanto riguarda il nostro impegno, siamo più che mai mobilitati attraverso il nostro approccio CSR (Social & Environmental Responsibility), sostenuto dal progetto Morel Engagements dal 2020. La nostra ambizione è quella di essere riconosciuti come il produttore francese di occhiali preferito in tutto il mondo, trasmettendo una visione libera, audace e impegnata. Il nostro desiderio è quello di fare la storia con ogni sguardo.



←...extesa...→  
UVTECH

La lente monofocale Free-Form senza limiti

Le lenti monofocali Free-Form della famiglia Extesa, sono realizzate con il potere ricalcolato in oltre 52.000 punti per garantire una pressoché totale eliminazione degli astigmatismi dei fasci obliqui nelle aree periferiche.

Extesa sono disponibili anche in materiale UV Tech, a protezione dalle radiazioni UV e dalla luce Blu dannosa, fino a 420 nm e nella versione HV con la possibilità della personalizzazione dei parametri posturali.

**ITAL•LENTI**  
LENTI DA VISTA ITALIANE

www.itallenti.com     

POLYOFTALMICA

# Riflessioni sull'evoluzione della strumentazione

MAI COME IN QUESTO PERIODO GLI **STRUMENTI** SI ADATTANO ALLE **ESIGENZE SANITARIE** ED **ECONOMICHE** DEL NOSTRO PAESE. **MATTEO CERLINI** DI **POLYOFTALMICA** CI SPIEGA PERCHÉ.

Paola Ferrario



Da oltre 50 anni **Polyoftalmica** rappresenta in Italia un'eccellenza distribuendo strumenti per l'oftalmologia all'insegna della precisione e dell'innovazione. La sua caratteristica principale è la capacità di essere vicino all'ottico fornendogli un'esperienza senza paragoni abbinata a prodotti durevoli e sempre all'avanguardia, oltre a un'impeccabile assistenza post-vendita. **Matteo Cerlini**, specialista Prodotto di Polyoftalmica fa in questa intervista un'interessante riflessione su come si stia evolvendo il mercato e delinea le nuove esigenze dell'ottico in termini di strumentazione.

## QUALI SONO LE NOVITÀ PRODOTTO DEL MARCHIO REXXAM?

Come ricorderete Rexam è il rebranding del marchio Shin Nippon e, in linea con lo spirito originario, continua nella direzione di portare sul mercato prodotti sempre più evoluti. Abbiamo scelto MIDO come vetrina dove presentarli. Partiamo dalla nuova linea di lampade a fessura con due inediti modelli con l'illuminazione dal basso, RS300 e RS500. Il primo è una versione base a tre ingrandimenti dotato della perfezione delle ottiche e della meccanica giapponese. RS500 è il modello evoluto per l'ottico



esigente: ha cinque ingrandimenti, le ottiche parallele e la possibilità di essere implementato con il sistema delle acquisizioni delle immagini in digitale e il filtro giallo è di serie, già incluso. Un'altra novità è stata il sistema di acquisizioni di immagini digitali DCS700 a 5 mega pixel. Per questo strumento, Rexam ha rivisto tutta la parte hardware generando così una velocità di trasmissione dati istantanea; in altre parole: quello che l'ottico vede nella lampada viene riportato in maniera istantanea nella registrazione video e nelle immagini. Ovviamente il software permette la registrazione di un database pazienti, degli esami e la refertazione anche per permettere in futuro un follow up delle casistiche dei clienti. L'ultimo modello a fessura, il più venduto, è RS5000 è il top di gamma con illuminazione dall'alto e tilting verticale. È dotato di cinque ingrandimenti, ottiche parallele e la possibilità di essere implementato con il sistema delle acquisizioni delle immagini in digitale e il filtro giallo è incluso nella dotazione di serie. Infine, RET700, lanciato anch'esso a MIDO, presenta due novità nel software dello strumento: l'analisi

dell'occhio secco e la possibilità di visualizzare il software in un computer esterno. In sostanza, si possono elaborare i dati e fare la stampa anche da un PC esterno.

## NEGLI ULTIMI ANNI LA CONGIUNTURA STORICA E LE AZIONI DEL GOVERNO HANNO INFLUITO ANCHE SULLA STRUMENTISTICA: DA UN LATO LA PANDEMIA HA PORTATO ALLA RICHIESTA SEMPRE PIÙ DIFFUSA DI STRUMENTAZIONI PER IL DISTANZIAMENTO SOCIALE E DALL'ALTRO, LE AGEVOLAZIONI FISCALI LEGATE ALL'INDUSTRIA 4.0 HANNO PORTATO A SCEGLIERE DETERMINATE APPARECCHIATURE. È D'ACCORDO? SE SÌ, COME SI SONO RIFLESSI QUESTI DUE FENOMENI SUL COMPARTO?

Sì, questi due eventi hanno condizionato le esigenze di strumentazione: in primis la Pandemia, che aveva richiesto strumentazioni che permettessero il distanziamento sociale, ha portato in Italia l'aumento della richiesta di forotteri. Ora, che la clientela ha conosciuto e apprezzato questo

strumento, si è fidelizzata e continua a essere tra i top seller. Le agevolazioni fiscali relative all'Industria 4.0 vengono attuate se si acquistano strumenti connessi tra di loro che refertino al computer e ai software gestionali per creare un database clienti e avere a disposizione tutti i dati refrattivi. Questo fenomeno ha generato una grande volontà di rinnovo del parco macchine.

## SIETE PRESENTI SUL MERCATO DA OLTRE 50 ANNI: QUALI SONO LE CARATTERISTICHE CHE VI HANNO PERMESSO DI AFFERMARVI COME REALTÀ SOLIDA E AFFIDABILE?

Il mercato è cambiato tantissimo ma una realtà solida e sicura con una storia di oltre 50 anni e, quindi, un enorme bagaglio di esperienza dà sicurezza all'ottico: il nostro personale è in grado di offrire le strumentazioni migliori, fare consegne puntuali e offrire un'assistenza post vendita che permette all'ottico di avere investito in strumenti che durano per oltre 25 anni. Completa il quadro l'aggiornamento costante del nostro personale attraverso corsi di formazione presso i nostri fornitori.



Roberto Preglisco

# Il ruolo delle emozioni e della comunicazione in relazione ai neuroni specchio.

## ENTRIAMO IN QUESTO MONDO PARTICOLARE DI CONOSCENZE CHE CI AIUTA NELL'IMPOSTARE UNA RELAZIONE VINCENTE CON IL CLIENTE.

Le emozioni danno il colore alla nostra vita e ci permettono di cogliere istantaneamente i tanti aspetti dell'ambiente che ci circonda. Sono stati condotti numerosi studi per verificare se nell'uomo esistesse un sistema specchio nelle aree adibite alle emozioni. Osservando gli altri esprimere delle emozioni, e riconoscendone a livello motorio la configurazione delle espressioni, immediatamente, le aree adibite al controllo dell'emozione si attivano, evocando all'interno dell'osservatore una risposta visceromotoria analoga a quella dell'osservatore, anche se questa risposta non ha la stessa intensità. Le ricerche evidenziano che abbiamo quindi innata la capacità di entrare in empatia con l'altro e comprenderne

immediatamente lo stato interno, poiché questo viene riprodotto in noi stessi, consentendoci di risuonare con le emozioni altrui. Esiste quindi, anche a livello delle emozioni, un meccanismo di risonanza simile al sistema specchio motorio, il quale ci mette in condizione ogni volta che ci rapportiamo agli altri, di creare uno spazio condiviso dove le emozioni degli altri vengono evocate in noi, riconosciute e comprese. Questo non significa vivere esattamente quello che sta vivendo l'altro, ma capire come si sente, ricordando che l'immedesimazione è molto influenzata dal ruolo che l'altra persona riveste per noi. Gli studiosi considerano che per il riconoscimento delle emozioni esistono due meccanismi distinti: il primo basato su un'elaborazione cognitiva degli aspetti sensoriali del comportamento emotivo; il secondo dipendente da un'attivazione diretta delle strutture coinvolte nella produzione delle emozioni. Si tratta di due meccanismi di riconoscimento

delle emozioni radicalmente differenti. Grazie al primo meccanismo, l'osservatore riconosce l'emozione espressa dall'altro ma non la prova, non la vive, semplicemente la inferisce. Grazie al secondo meccanismo, invece, il riconoscimento dell'emozione si basa su una reale esperienza emozionale analoga a quella di chi la vive e la esprime. Oggi si può dire con certezza che il riconoscimento dell'azione altrui tramite i neuroni specchio contribuisce a facilitare il vissuto della reciprocità, permettendoci una rapida visione di ciò che ci accade intorno, di provare le emozioni altrui, immedesimandoci ed entrando in empatia. Gli studi hanno dimostrato che quando si osserva negli altri una manifestazione di dolore si attiva il medesimo substrato neuronale collegato alla percezione in prima persona dello stesso tipo di emozione. La visione di immagini di persone che provano disgusto provoca negli osservatori la medesima sensazione spiacevole e la corrispondente

attivazione dell'insula, che è nota per essere la ghiandola del sistema limbico collegata alla sensazione di disgusto. È stato dimostrato anche che l'attivazione dei neuroni specchio può essere influenzata anche dalle proprie esperienze e abilità. La ricerca ha sottoposto un gruppo di ballerini di danza classica e un gruppo di danzatori di capoeira (un'arte marziale afro-brasiliana che mescola danza, autodifesa e musica) a risonanza magnetica mentre osservavano le immagini di questi due tipi di danza. Dall'analisi dei dati si è evidenziato che vedere ballare altri soggetti un tipo di danza coerente con la propria esperienza di danza provoca un'attivazione maggiore nella zona cerebrale motoria rispetto alla visione di ballerini della danza per cui non si è particolarmente competenti. L'approfondire la natura profonda del meccanismo correlato ai neuroni specchio ci permette di scoprire il complesso meccanismo biologico alla

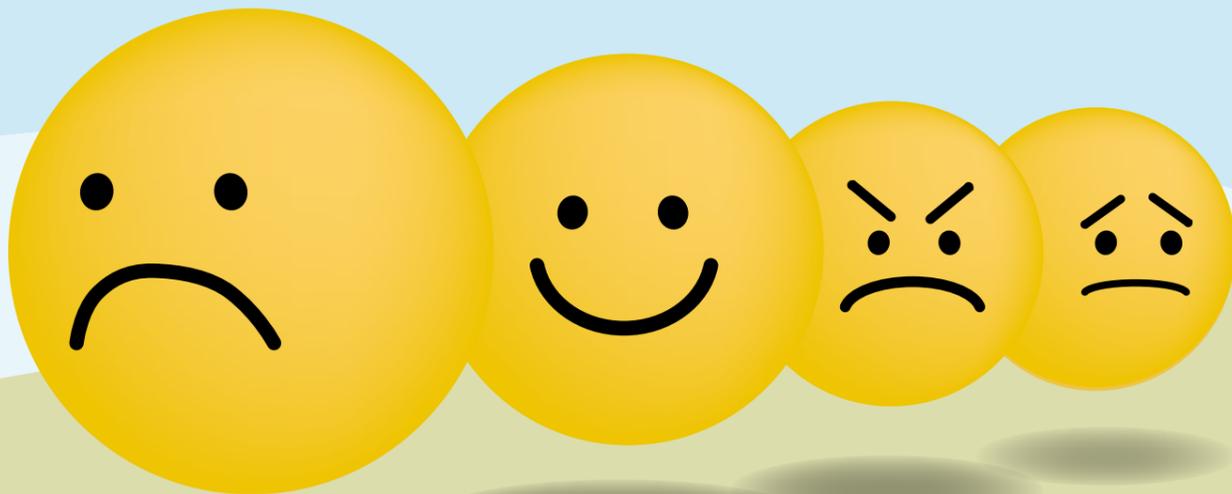
base del nostro comportamento. Si tratta di un sistema adattivo di grande valore che deve essere conosciuto e compreso da chi si occupa di comunicazione e di vendita. Le immagini in uno spot possono contribuire a creare un effetto immediato sul cervello dello spettatore anche grazie ai neuroni specchio. Per convincere un cliente non è sufficiente una montatura con un design gradevole, un bel packaging o una piacevole user experience. Sono determinanti quindi la relazione, il modo di ascoltare il cliente, i valori espressi, le parole che utilizziamo, il ritmo dello storytelling che proponiamo, i significati che riportiamo, l'empatia che dimostriamo, le emozioni che sollecitiamo nel percorso di proposta della soluzione visiva.

### NEURONI A SPECCHIO ED EMPATIA

Il ricercatore Marco Iacoboni che dirige il laboratorio di stimolazione magnetica transcranica all'Università

della California di Los Angeles ha dimostrato attraverso le neuroimmagini funzionali che le aree motorie si attivano quando parliamo e anche quando ascoltiamo gli altri. Lo stesso ricercatore ha trovato che i neuroni specchio sono cellule essenziali per l'imitazione e per l'empatia, due funzioni tra l'altro connesse da studi psicologici che mostrano che chi tende a imitare gli altri durante interazioni sociali, tende anche a essere più empatico. La capacità di imitare è essenziale sia per l'apprendimento sociale e culturale che per l'apprendimento motorio di per sé (di qui il particolare interesse anche nel mondo dello sport per i neuroni specchio). I neuroni specchio facilitano processi empatici attivandosi quando sentiamo ed esprimiamo emozioni e quando le vediamo espresse in altre persone. Lo stesso gruppo di ricercatori ha dimostrato che più forte è la risposta cerebrale in aree con neuroni specchio alle emozioni altrui, più si è empatici. Riconoscere le espressioni degli altri e





“immedesimarsi” in loro, tuttavia, non è l’unico aspetto interessante dei neuroni specchio. Essi permettono anche di capire l’intenzionalità di un’azione. “Se per esempio in treno una ragazza passa il giornale al suo fidanzato, un osservatore esterno è in grado di capire l’armonia della coppia a partire da quel semplice gesto. Se infatti i due sono reduci da un contrasto, il quotidiano sarà passato in modo più brusco, mentre se non ci sono tensioni il movimento sarà più gentile. Si tratta di un’abilità che molti di noi danno per scontata e attuano senza pensarci troppo, ma che è molto complessa dal punto di vista neurobiologico. Questa importante scoperta ci fa riflettere su una questione fondamentale: per una relazione ottimale nel processo di vendita i clienti hanno bisogno di entrare in relazione subito con qualcuno che si prenda cura di loro e oggi sappiamo che i neuroni specchio ci consentono questo avvicinamento. In un certo senso i neuroni specchio “alimentano” la nostra “intelligenza emotiva” intesa proprio come la capacità di riconoscere e comprendere le emozioni (anche quelle degli altri) dove gioca un ruolo

fondamentale l’autoconsapevolezza intesa come la capacità di riconoscere un’emozione nel momento in cui si presenta. Tra le caratteristiche dell’intelligenza emotiva per Goleman c’è l’empatia. Concetto molto conosciuto e dibattuto, l’empatia consiste nella capacità di comprendere le emozioni altrui; i consulenti che ho conosciuto con questa competenza sono dei buoni ascoltatori, sono attenti agli aspetti verbali e non verbali della comunicazione e non si fanno condizionare da pregiudizi. Mostrano sensibilità, ma soprattutto aiutano gli altri basandosi sulla comprensione delle loro esigenze e dei loro sentimenti, senza anteporre il proprio punto di vista e la propria prospettiva. L’empatia è esente da critiche, giudizi o valutazioni di alcun genere del cliente, poiché la condivisione di sentimenti ed emozioni avviene in un clima del tutto neutrale e spontaneo, in quanto la tendenza a giudicare gli altri è la più grande barriera alla comunicazione e alla comprensione. Le ricerche attuali sui neuroni a specchio ci confermano che sono quest’ultimi che ci permettono di entrare in relazione ed emozionare

al fine di creare interazioni di vero valore con i clienti a cui vogliamo comunicare un messaggio (proposta di vendita) con l’obiettivo di scaturire un’azione (vendita).

#### I NEURONI A SPECCHIO NELLA COMUNICAZIONE

In questo contesto assume una nuova importanza anche il linguaggio non verbale. Esiste una sostanziale differenza tra ciò che si dice e come lo si dice. Come abbiamo appreso dagli studi sulla comunicazione umana di Watzlawick, non è possibile non comunicare (1° assioma): qualsiasi gesto, sguardo, silenzio o espressione dice qualcosa di noi. L’ascolto attivo e l’osservazione attenta del cliente da parte del consulente alla vendita sono fondamentali, quest’ultimo dovrà essere focalizzato sul cliente, riuscendo a cogliere il significato vero e profondo del messaggio che il cliente sta dando, sia esso verbale che non verbale. La comunicazione può essere di due tipi: logica e analogica (4° assioma della comunicazione umana di Watzlawick). La prima di norma viene utilizzata per la trasmissione di un contenuto

mentre il modulo analogico predomina nella gestione e nella trasmissione legate alla relazione e alle emozioni. La comunicazione logica è fatta di contenuto verbale, quindi parole; quella analogica è costituita da una serie di modi che possono essere atteggiamenti, azioni, silenzi, sguardi, espressioni mimico-facciali, gesti e posizioni del corpo. È proprio nella comunicazione analogica che i neuroni specchio hanno un ruolo fondamentale per la codifica del messaggio. Il nostro cervello possiede la capacità di riconoscere, in una particolare azione/emozione osservata, la sua precisa funzione o lo scopo a cui essa è finalizzata. Da qui è semplice capire come la maggior parte delle informazioni in un messaggio possano essere veicolate dal linguaggio non verbale, forte di una maggiore velocità di acquisizione dei dati rispetto alle informazioni comunicate verbalmente.

#### SIAMO TUTTI COMUNICATORI E VENIAMO PRIMA VISTI, POI SENTITI E INFINE COMPRESI

Quindi la comunicazione analogica, coadiuvata dai mirrors, è di fondamentale importanza per la costruzione di una relazione corretta sulla quale basare il percorso di proposta dove devono sempre essere presenti accoglienza, ascolto, disponibilità, alleanza e fiducia. È proprio lavorando sui i gesti, gli atteggiamenti, i comportamenti, i toni e i silenzi, che si riescono a porre le basi per questo tipo di relazione, poiché si arriva molto più velocemente a destinazione rispetto alle parole, si arriva direttamente alla emozione dell’utente, coinvolgendo positivamente nel racconto della nostra storia (la proposta di una soluzione visiva). È proprio qui che i neuroni specchio hanno la straordinaria importanza di cogliere l’essenza profonda di quello che gli altri stanno facendo o stanno provando, consentendo quindi una relazione comunicativa efficace personalizzata per la persona che ci sta ascoltando.

L’efficacia del sistema specchio risiede anche nella velocità di risposta nel cogliere le più sottili sfumature e differenze, ci permette di entrare in risonanza con i nostri utenti/clienti e ci consente di comprendere la predisposizione e il loro grado di attenzione, la voglia di ascoltarci in maniera attiva, lo stato d’animo. Ma oltre all’ascolto attivo c’è di più. L’ascolto empatico va oltre: quando riusciamo a sentire, elaborare ed esprimere non solo i pensieri, ma i sentimenti, il “non detto” di un’altra persona, riusciamo a instaurare un livello molto più profondo di connessione. Il cliente penserà non solo che capiamo ciò di cui ha consapevolmente bisogno, ma che comprendiamo il suo mondo, in tutta la sua complessità. È la nostra capacità di ascolto e di allineamento al sistema specchio che ci permette di capire in modo più efficace quello dei clienti, ed è quella dote chiamata sensibilità.

In questa relazione con il cliente il professionista deve saper scegliere le parole giuste, metterle insieme per raccontare una storia coerente, riconoscibile, emozionante. La sensibilità permette di entrare in relazione con il cliente, crea condivisione, fortifica il rapporto e influenza le decisioni. La tua comunicazione e la tua sensibilità sono capaci di fare accadere le cose, sono lo strumento più potente per portare il cliente all’azione e quindi alla decisione di acquisto. Sono le parole che hai scelto di utilizzare con il cliente che hai di fronte, il mezzo più semplice e al tempo stesso straordinario che ti permettono di entrare in relazione con il cliente. Pensa hai concetti iniziali dell’articolo sul ruolo delle emozioni, prova da domani a strutturare una storia condita di fiducia, coerenza, personalizzazione, una storia unica e gentile. La gentilezza nelle parole crea fiducia. La gentilezza nel pensare crea profondità. La gentilezza nel dare crea amore. Esercitare la gentilezza richiede consapevolezza: delle proprie emozioni,

del proprio sentire, anche in rapporto agli altri e presuppone una relazione che affonda le sue basi nella comunicazione. Per riuscire a farsi capire è indispensabile capire. Si ascolta il cliente spesso distrattamente, rapiti e storditi dalla foga di replicare più che dal desiderio di comprendere a fondo il cliente e fornire una risposta gentile e strutturata. La gentilezza crea sempre le premesse per un dialogo vero, costruttivo e duraturo nel tempo. La gentilezza è accoglienza. Essere empatici significa mostrare attenzione nei confronti degli altri. Gentilezza e sensibilità non sono segno di debolezza ma di forza e risolutezza. La gentilezza viene dal cuore, è spontanea, disinteressata e accogliente. Uno degli elementi da ricordare è che la comunicazione non è solo contenuto ma anche relazione e che il modo in cui disegniamo la relazione influenza grandemente anche come e quanto il contenuto viene accettato e compreso. Da domani nella tua relazione con i tuoi clienti ricerca l’emozione tramite l’accoglienza, l’ascolto, l’alleanza e la fiducia. Ricordati che sono i neuroni specchio che ci consentono l’avvicinamento empatico al cliente. Concludo con la frase Seth Godin: *“i migliori Professionisti fanno che qualunque cosa debba essere venduta (un credo religioso, un candidato, un widget, un servizio) potrà essere venduta perché avrà saputo creare intorno a sé una spinta emozionale e non solo perché avrà colmato un semplice bisogno”*. Abbiamo visto cosa sono i neuroni specchio, la loro gestione nella comunicazione e nel prossimo numero vedremo praticamente come i neuroni a specchio intervengono nel processo di vendita. Scopriremo come i neuroni specchio e la dopamina giocano la stessa partita per bypassare il pensiero razionale e donare al cliente quella spinta emozionale che cita Seth Godin, un senso di benessere, come creare una sorta di risposta inconscia che rassicura il cliente portandolo ad avere delle conferme sulla nostra proposta.

Giulia Gerosa

# VARIAZIONI SUL TEMA

A Cluj-Napoca (Romania) lo studio Bogdan Ciocodeica declina l'identità del brand Lunet dando vita a uno spazio innovativo e accogliente che rispecchia e racconta i valori della marca.



Nel progetto del primo negozio di occhiali Lunet, realizzato a Bucarest nel 2021, l'architetto Bogdan Ciocodeica stabilisce una serie di elementi chiave che caratterizza l'esperienza in-store della marca. L'allestimento, fortemente riconoscibile e contraddistinto da componenti iconici, viene declinato successivamente per il secondo negozio del brand, nella città di Cluj-Napoca, in continuità con l'ethos estetico e l'approccio non convenzionale della marca che caratterizza lo store della capitale romena. L'idea fondativa è quella di declinare, adattandoli al contesto e aggiornandone il lessico, alcuni degli elementi chiave del primo negozio per dare, da un lato, la sensazione di essere entrati nell'universo Lunet, ma creando al contempo uno spazio unico e adeguatamente elaborato. L'elemento principale dello spazio è l'espositore degli occhiali,

che riprende la stessa forma di quelli del primo negozio, creando stazioni di prova intime, con la possibilità per più clienti di provare gli occhiali contemporaneamente fruendo di un'area privata con sufficiente spazio dedicato, puntando su un'esperienza su misura e incentrata sul cliente. L'espositore, sempre su ruota per garantire la massima flessibilità allo spazio, è qui rivestito con una lastra metallica da cui fuoriesce una serie di elementi a "L" per l'esposizione del prodotto. Gli espositori si intervallano con specchi, sempre su ruota, che ne riprendono l'estetica, dando vita a un paesaggio flessibile contraddistinto dalla cornice luminosa a LED. Il secondo elemento caratterizzante, che fa riferimento al negozio di Bucarest, sono le pareti argentate, una reinterpretazione dell'originale tenda metallica, che fungono da superficie sfumata tra il pavimento



“  
L'idea è quella di declinare  
alcuni degli elementi chiave del primo negozio  
per dare la sensazione di essere entrati  
nell'universo Lunet.  
”



blu vivo e gli archi del soffitto bianco crema. Lo spazio è dominato dal colore intenso del pavimento, un riferimento e un omaggio al Blu Majorelle: il blu intenso e vibrante è riproposto in varie texture, dalla resina epossidica al tappeto, offrendo uno sfondo ideale sia per gli elementi metallici argentati che per gli inserti di texture naturali. Situato in un edificio storico del XVIII secolo, il negozio è concepito come un dialogo tra antico e moderno, puntando a mitigare quasi trecento anni di storia con un'estetica contemporanea. Le pareti in argento metallico, simili a quelle di un'astronave dal futuro, esaltate dagli espositori di occhiali in alluminio, sono bilanciate dall'uso di materiali naturali, come la rafia, che avvolge la parete dell'area operativa dello showroom. La rafia è montata in file successive e rifinita in modo da richiamare i tradizionali tetti di canne ed è accompagnata dalle

sedie dell'area lounge in legno di teak e canna intrecciata. Mantenendo la tradizione dei suoi spazi, anche qui Lunet inserisce un elemento iconico del design moderno, la Easy Chair dell'architetto svizzero Pierre Jeanneret, abbinata e giustapposta ai tavoli Slit allo specchio del marchio danese Hay. Il progetto dello store risulta così fedele ai valori fondamentali della marca, allontanandosi dal tipico spazio austero e clinico, solitamente associato ai negozi di occhiali, mirando a fornire un'esperienza accogliente e rilassante: un salotto quieto che consente sia di socializzare che di scoprire i prodotti esposti in intimità. Lo spazio è coerente con il marchio e con le esigenze dei clienti, continuando a reinterpretare l'esperienza in store, che si concentra sulle emozioni e sulla connessione umana, rendendo l'acquisto di occhiali un'interazione memorabile e positiva.

I BAMBINI CRESCONO IN FRETTA,  
NON FAR CRESCERE LA MIOPIA CON LORO

## MYCON LENTI PER LA MIOPIA DEDICATE AI PIÙ PICCOLI



TI PRESENTIAMO  
**RODENSTOCK  
MYCON**  
Per il benessere visivo dei bambini

**R**  
**RODENSTOCK**



## IL FASCINO DI L.A.

La nuova campagna eyewear per P/E 2023 di Dolce&Gabbana porta la firma di Mert Alas & Marcus Piggott, il duo londinese autore di alcune delle immagini più iconiche della moda contemporanea. Gli scatti notturni realizzati in questo set hollywoodiano sono permeati di seduzione e stile e hanno come sfondo una piscina di Los Angeles. Volto femminile della campagna è Kylie Jenner, imprenditrice di successo e figura tra le più seguite e amate dello star system mondiale. Al suo fianco Michele Morrone, l'attore italiano con un seguito di 15.6 milioni di follower, protagonista delle immagini dedicate ai modelli per lui.

## SI SCALDANO I MOTORI

Police ha rinnovato per il quinto anno consecutivo l'accordo di sponsorizzazione con Mercedes-AMG PETRONAS Formula One Team. Police sarà Official Team Supplier della scuderia che ha ridefinito gli standard della F1™ con le otto vittorie consecutive del Campionato Costruttori. Grazie a questa partnership, il logo del brand sarà visibile sui caschi di Lewis Hamilton e George Russell e tutto il team, inclusi i piloti, indosseranno occhiali da sole e montature da vista Police. I piloti Lewis Hamilton e George Russell sono anche i protagonisti degli scatti della campagna pubblicitaria primavera-estate 2023 di Police realizzati dal brand in collaborazione con Mercedes-AMG PETRONAS Formula One Team. Una serie di scatti fotografici che esaltano la personalità e l'audacia dei piloti e che riflettono perfettamente lo stile e lo spirito del brand.

Ph. Lewis Hamilton



## NUOVE RISORSE NELLE LAC

Un inizio dell'anno decisamente buono per due importanti risorse che sono da poco entrate a far parte della squadra milanese di CooperVision. Alessandro Bottone (a sinistra) è stato nominato Sales Rappresentative per Campania e Molise. In CooperVision continua il suo percorso nel settore dell'ottica iniziato 13 anni fa come venditore per Cecop, che si è poi perfezionato in Rodenstock come sales account. Stefano Messina (a destra), dopo un importante trascorso nella grande distribuzione, è stato scelto come National Account Manager per la gestione di importanti clienti. Milanese di 42 anni, di cui gli ultimi otto nella Holding Energizer dopo una decina in realtà come quella di GB food, Guaber (ora Henkel) e Reckitt Benckiser.



## UN INEDITO COMPETENCE HUB PER LA FORMAZIONE

È nato ABLE di Certottica e Confindustria Belluno Dolomiti che mette a disposizione delle imprese percorsi di formazione interaziendale e aziendale, oltre a servizi di consulenza tailor-made per l'accesso ai finanziamenti dedicati, in concerto anche con i principali Poli Universitari e con gli Organi Regionali e Governativi preposti. La sua nascita è frutto di un lungo lavoro che ha portato all'intesa tra Confindustria Belluno Dolomiti e Certottica, la quale ha sancito l'integrazione dei rispettivi rami d'azienda dedicati all'Education in un unico nuovo Soggetto. ABLE sarà attivo anche nel campo della specializzazione post-diploma tramite la gestione diretta dell'I.T.S. per Eyewear Product Manager e di nuovi percorsi I.T.S.

Ph. La conferenza stampa di presentazione di ABLE

## SINERGIA DI STILE

Ha debuttato a MIDO la capsule da sole in collab tra Snob Milano e Nove25: cinque modelli, di cui tre inediti disegnati con Nove25, tutti personalizzati dalla gioielleria milanese con una finitura puntinata in argento brunito sull'asta. Una sinergia di forte impatto e personalità che unisce un metallo prezioso a un prodotto democratico come l'occhiale. Ogni pezzo, rigorosamente prodotto da Sordelli a Venegono Inferiore, Varese - è disponibile in quattro diversi colori arricchiti da lenti certificate ZEISS Sunlens. Una collaborazione in cui i due stili si fondono perfettamente esaltando creatività e artigianalità.



## COME FARE LA DIFFERENZA

Continua la fase di potenziamento dei servizi che vede Rodenstock sempre più al fianco dei propri partner ottici. Dopo il servizio di allungamento dei tempi di cut off per le lenti sagomate di stock, che permette al centro ottico di averle in negozio il giorno successivo all'ordine, l'azienda ha messo a punto un altro servizio di valore per rispondere alle esigenze dei propri partner ottici. "Con il nostro nuovo Servizio Express Delivery siamo in grado di consegnare le nostre lenti top di gamma, progressive, indoor e monofocali, un giorno prima grazie alla produzione "Premium 48H", dichiara Andrea Cerea Operations & Customer Service Manager.



**VAI  
OLTRE**



LENTI A CONTATTO GIORNALIERE E MENSILI

 **Vivi un'esperienza ULTRA**

**BAUSCH + LOMB**

SPECIALE **LAC**

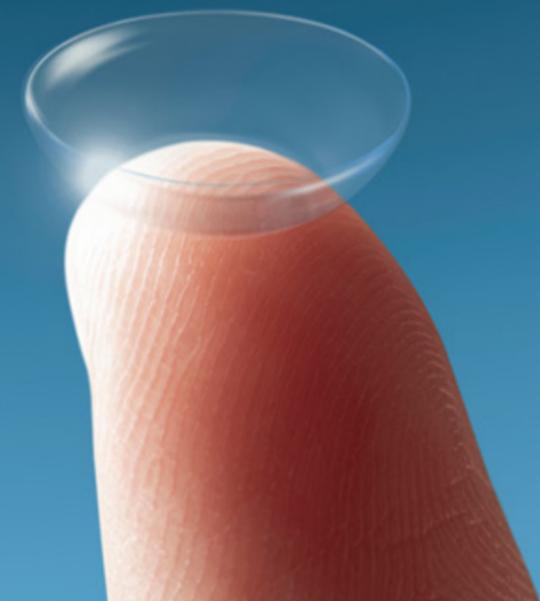
**ASSOTTICA  
SOPTI**

•

**ALCON  
BAUSCH+LOMB  
MARK'ENNOVY  
OPTOX**

**SOLEKO MENICON GROUP  
ZEISS VISION CARE**

**P.O.**<sup>®</sup>  
platform optic



Materiale ad uso esclusivo dei Sigg. Ottici.  
Bausch + Lomb ULTRA® e ULTRA® ONEday sono dispositivi medici CE0050.  
Leggere attentamente le avvertenze e le istruzioni d'uso. Bausch + Lomb ULTRA®  
e ULTRA® ONEday sono marchi registrati di Bausch + Lomb e sue affiliate.  
©2023 Bausch+Lomb Incorporated.  
VC-IT-2302-2529

ASSOTTICA

PAOLA FERRARIO

# Come generare valore in contattologia

PROSEGUE L'IMPEGNO DI **ASSOTTICA** NEL FAVORIRE L'USO DIFFUSO E RESPONSABILE DELLE **LENTI A CONTATTO E PRODOTTI PER LA LORO MANUTENZIONE ANCHE CON IL NEO PRESIDENTE, ANDREA MILLETTI. AL CENTRO DELLA STRATEGIA C'È SEMPRE LA FIGURA DEL CONTATTOLOGO.**

In occasione dell'Assemblea di Assottica Gruppo Contattologia dello scorso 24 gennaio, **Andrea Milletti**, Country Manager di CooperVision, è stato eletto **Presidente** dalla guida dell'associazione per il prossimo biennio 2023-24. La sua mission sarà proseguire e rafforzare il percorso tracciato da Assottica negli anni mettendo al centro il contattologo e il suo ruolo chiave nell'indirizzare le scelte del consumatore. Per il neo Presidente è infatti necessario generare valore intorno alla professione del contattologo fornendogli tutto il supporto necessario per fidelizzare il portatore finale. Come? Scopritelo dalle sue parole in questa intervista.

## DA QUALCHE MESE SEI AL "TIMONE" DI ASSOTTICA: QUALI SONO GLI ELEMENTI IN COMUNE CON LA GESTIONE PRECEDENTE?

La decisione, presa insieme a tutte le aziende durante la prima plenaria, è stata di proseguire in continuità con la gestione precedente. Gli elementi che caratterizzeranno il mio mandato saranno in primis la centralità dell'ottico, il cui potere di indirizzo al consumer è dominante. Le Lac sono infatti un prodotto che per la sua natura ha bisogno di un esperto, in grado di indirizzare il portatore finale. Un ulteriore elemento della mia gestione sarà la volontà di essere vicino all'ottico non solo con il nostro congresso biennale, ma anche e sempre di più nella quotidianità; ciascuna delle aziende associate ha infatti rinnovato il proprio impegno a trasmettere la passione a questa categoria e da qui sono stati ideati nuovi progetti ed è stato rinnovato l'intento di proseguire quelli già in essere.

## QUALI NOVITÀ APPORTERAI?

Ci siamo organizzati in commissioni e abbiamo identificato i referenti in grado per competenza di portare avanti i progetti, l'ultimo dei quali è "Contattologia Real Life", nato dalla collaborazione con Federottica, il cui responsabile Assottica



è Sandro Saggin General Manager di Mark'ennovy. Si tratta di un progetto proiettato verso il domani del settore, con l'obiettivo di porre la contattologia al centro del futuro professionale dei giovani che hanno scelto di intraprendere questo percorso di studi, coinvolgendo i corsi di laurea e gli Istituti di Ottica e Optometria.

## QUANDO PARTIRÀ?

In questa prima fase dell'iniziativa si farà tappa in tre Università italiane andando a coprire il territorio nazionale da nord a sud. Il 10 maggio si partirà dall'Università Bicocca di Milano, per poi andare a Lecce il 16 maggio all'Università Del Salento e infine, chiudere all'Università Roma Tre il 26 maggio questo primo ciclo di appuntamenti che faranno un po' da apripista per vedere quanto riusciamo ad appassionare i futuri ottici! Attraverso workshop interattivi si porteranno casi reali per parlare non solo del valore commerciale ma soprattutto di quello etico della professione.

## QUALI SONO GLI ULTIMI DATI SULLA PENETRAZIONE DELLE LENTI A CONTATTO IN ITALIA?

La penetrazione varia molto a secondo dell'orizzonte temporale. Se il dato di coloro che hanno provato almeno una volta in vita loro le lenti a contatto è elevato, molto più contenuta è la percentuale di chi le ha utilizzate attivamente nell'ultimo anno, dato che ancora oscilla tra il 5% e il 10%. Dati che, alla luce del ruolo di riferimento dell'ottico per il benessere visivo del consumatore, mettono in evidenza quanto sia fondamentale realizzare azioni di ingaggio dell'ottico sulla contattologia e sul suo forte potenziale. La lente a contatto, infatti, può giocare una molteplicità di ruoli: è un prodotto in grado di generare traffico costante e ripetuto nel punto vendita, e quindi un profitto continuativo nel tempo. Ma la lente a contatto è anche un prodotto tecnico, la cui applicazione richiede competenze non banali: attraverso la costruzione di un'immagine referenziale può così diventare un elemento di distinzione del centro ottico. Anche internet, una delle principali sfide che l'ottico si trova a fronteggiare oggi, può diventare uno strumento nelle mani del professionista: la percentuale degli acquisti online si è infatti stabilizzata ai livelli pre-pandemia, intorno al 21%, dopo aver raggiunto durante il Covid un picco di incidenza vicino al 40%, dovuto alle condizioni forzate di chiusura dei negozi. Le vendite online sono quindi una realtà con cui non solo ci si può confrontare con successo, ma può anche offrire opportunità di crescita sfruttando le opportunità offerte dalla Omnicanalità.

## QUAL È IL MARGINE PER FARE CRESCERE IL PROPRIO CENTRO OTTICO ATTRAVERSO LA CONTATTOLOGIA?

Se ci confrontiamo con altre realtà europee, ci troviamo di fronte a un margine enorme con un potenziale di penetrazione superiore all'80% della popolazione italiana. Lavorando insieme ottico e industria posso quindi fare ancora molto in questa direzione.



## COME SI PUÒ SUPERARE QUESTO GAP "CULTURALE" VERSO LE LENTI A CONTATTO NEL NOSTRO PAESE?

L'ottico è ancora una volta il punto chiave. Da parte nostra generare sempre più interesse verso la materia e far capire come attraverso la pratica contattologia si possa valorizzare la propria professionalità, credo sia la strada migliore da percorrere. Inoltre, è importante stare al passo con i tempi e utilizzare le armi che la tecnologia di oggi mette a disposizione. Non mi riferisco solo a internet ma anche ai CRM, alla gestione del database e a tutti gli strumenti innovativi esistenti che rappresentano oggi il patrimonio del centro ottico.

## CONTINUERETE ANCHE QUEST'ANNO CON LA DOCUMERIE "WE HAVE A VISION"?

Sì, perché ha riscosso un forte successo. Abbiamo ottenuto decine di migliaia di contatti sui social, diverse migliaia di visualizzazioni delle puntate. La scelta di questa modalità di comunicazione peer to peer si è dimostrata vincente, un registro nuovo di trattare argomenti di interesse comune che riguardano l'attività quotidiana all'interno del negozio. Siamo già pronti per le riprese del primo episodio della seconda stagione che si svolgerà a Bergamo e vedrà come protagonista Gabriele Esposito di Ottica Maffioletti. Il format di quest'anno mostrerà un cambiamento importante nel racconto della case history: il protagonista non sarà solo l'ottico ma anche un suo portatore! Proseguiremo il nostro viaggio toccando altri luoghi della nostra penisola.

## AVETE REALIZZATO UN'INDAGINE SULLA VALORIZZAZIONE DELLE DIVERSITÀ E LA LORO INCLUSIONE IN OGNI CONTESTO SOCIALE. QUALI TEMATICHE TRATTERETE QUEST'ANNO?

I risultati di questa Indagine Assottica dedicata alla Diversity & Inclusion ci ha permesso di percepire l'alto livello di interesse da parte degli ottici sul tema. Sono argomenti che ormai appartengono a tutti gli aspetti della nostra vita, lavorativi e no, da cui oggi non si può prescindere. Rivolgerci in maniera precisa a determinati target, come stiamo facendo con il progetto nelle Università dedicato alle nuove generazioni di contattologi, ci permette di indirizzare il nostro impegno associativo su macro temi di importanza sociale, il tutto in un'ottica di fornire ai professionisti gli strumenti per migliorare i rapporti con la clientela e incrementare il business in una prospettiva a lungo termine.

A CURA DI: SOPTI SOCIETÀ OPTOMETRICA ITALIANA

# Revisione della sicurezza con l'uso di lenti a contatto

**AUTRICE: ANGELA DI SALVATORE** - CORSO DI LAUREA IN OTTICA E OPTOMETRIA  
UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI TORINO

**RELATICI: PROF. MARINA SERIO** - PROF. SILVIA DI BENEDETTO

## 1. INTRODUZIONE

L'uso delle lenti a contatto (Lac) rappresenta una valida alternativa agli occhiali per correggere un difetto refrattivo. L'interesse e il desiderio di portare le Lac è in netto aumento negli ultimi anni, come si evince dal numero di nuovi portatori in questa categoria di correzione refrattiva. Le Lac sono diventate uno dei dispositivi medici più utilizzati sul mercato ed è stato stimato che ci sono più di 140 milioni di individui in tutto il mondo che le indossano, ben 45 solo negli Stati Uniti [Stapleton et al, 2007; Cope et al, 2018]. Tra le cause che possono giustificare questi numeri costantemente in crescita, abbiamo, oltre all'utilizzo richiesto in eventuali casi clinici (anisometropie, afachie, astigmatismi irregolari, nistagno, strabismo), anche le esigenze del portatore poiché sono molte le attività per cui si preferisce l'uso delle Lac agli occhiali (tempo libero, sport, lavoro, estetica e cosmesi). Oggi quasi tutti i soggetti, anche quelli presbiti, hanno a disposizione Lac per compensare i differenti difetti visivi, data l'espansione negli ultimi anni di disponibilità di poteri, parametri costruttivi e grazie al miglioramento delle caratteristiche dei materiali utilizzati [Lievens et al, 2017].

Tuttavia, è noto che le Lac possano indurre effetti metabolici, meccanici e tossici sulla superficie oculare. Gli effetti metabolici sono legati alla trasmissibilità all'ossigeno (DK/t) del materiale utilizzato per la produzione; gli effetti meccanici sulla cornea e sulla congiuntiva dipendono invece dal design e da caratteristiche tecniche delle Lac; infine, la tossicità della Lac potrebbe derivare dalla capacità di queste nell'assorbire sostanze dannose presenti nelle soluzioni di manutenzione che potrebbero scatenare reazioni avverse una volta a contatto con la superficie oculare [Sapkota et al, 2018].

Nonostante il netto miglioramento delle caratteristiche dei materiali utilizzati per la progettazione e la produzione delle attuali Lac nel corso degli ultimi decenni, la sfida principale per i portatori, per i professionisti e per i produttori rimane la riduzione del discomfort legato alle Lac (CLD) che è causa principale di "drop out" [Ruiz-Alcoce et al, 2018].

Lo scopo di questo lavoro è quello di esaminare la risposta fisiologica e la sicurezza delle Lac, sulla base delle pubblicazioni scientifiche degli ultimi 10 anni.

## 1.1 RISPOSTA FISIOLÓGICA

Ogni qual volta viene applicata una Lac è inevitabile l'interazione con le strutture principali della superficie oculare quali film lacrimale, cornea, congiuntiva e palpebre. Queste strutture concorrono insieme a proteggere la superficie della cornea, che è la parte dell'organo della visione più esposta a fattori ambientali quali vento, aria condizionata, fumo, bassa umidità, che possono svolgere un'azione tossica diretta sull'epitelio corneo-congiuntivale o indiretta tramite risposta immunitaria e conseguente cascata infiammatoria. Le diverse strutture che compongono la superficie oculare rispondono a queste condizioni con modifiche correttive che, se non idonee a compensare le alterazioni subite, possono portare a una condizione di sofferenza con insorgenza di sintomi di discomfort oculare [Contattologia medica SOI; 2003]. "Il discomfort da lenti a contatto (CLD) è una condizione caratterizzata da sensazioni oculari avverse episodiche o persistenti legate all'uso delle lenti con o senza disturbi visivi, risultanti da ridotta compatibilità tra la lente a contatto e l'ambiente oculare; questo fastidio può portare a una riduzione del tempo di utilizzo fino all'interruzione dell'uso delle Lac", questa è la definizione del discomfort legato all'uso di Lac fornita dal TFOS Tear Film & Ocular Surface Society nel 2013. Nel contesto clinico, il disagio percepito a fine giornata è importante ed è uno dei disturbi più comuni associati all'interruzione dell'uso delle lenti a contatto. La condizione di CLD può verificarsi con qualsiasi tipo di materiale, di design e di modalità di utilizzo; tuttavia, è riportata più spesso in combinazione con Lac morbide (convenzionali e in silicone idrogel), in quanto costituiscono la maggior parte del mercato attuale. La sensazione oculare legata al CLD è l'aumentata percezione della lente a contatto sulla superficie oculare con sintomi di secchezza e irritazione.

Argomento ampiamente approfondito è anche il tempo di utilizzo delle Lac idoneo a limitare il discomfort a fine giornata. Il tempo di utilizzo totale è riferito al tempo che intercorre dal momento in cui la lente a contatto viene indossata a quando viene rimossa. Il tempo totale di applicazione di una Lac non sempre corrisponde al tempo di porto confortevole e questo dato può essere utilizzato clinicamente per prevedere

il successo o l'insuccesso dell'uso delle Lac e per valutare la qualità del tempo di porto. Il CLD può causare disagio e sensazioni oculari non confortevoli ma anche segni fisici, tra cui, iperemia congiuntivale, alterazioni delle ghiandole di Meibomio e staining corneale o congiuntivale che richiedono l'immediata rimozione delle Lac [Nichols et al, 2013].

Una volta inserita sulla superficie oculare, la Lac viene immersa nel film lacrimale e continuamente idratata. È importante quantificare la capacità di una superficie a bagnarsi quando viene a contatto con un liquido; è necessario quindi calcolare l'angolo di contatto e definire così la bagnabilità della superficie stessa. Per una goccia di liquido appoggiata su un substrato solido ci sono tre fasi diverse e tre tensioni superficiali diverse da considerare: solido-liquido, liquido-gas e solido-gas. L'angolo di contatto ( $\theta$ ) è definito dall'angolo tra la base della goccia liquida e la sua superficie di contatto con l'aria e dipende dalle tensioni di interfaccia solido-liquido, liquido-aria e solido-aria. L'effetto della fase di vapore sull'energia superficiale del liquido e solido, quando sono esposti all'aria, è trascurabile. Invece il coinvolgimento molecolare della fase solida e liquida è importante in quanto determina la tensione di interfaccia tra di loro. All'equilibrio queste forze possono essere espresse dall'equazione di Young:  $\gamma_{SV} - \gamma_{SL} = \gamma_{LV} \cos\theta$  dove i pedici indicano l'interfase considerata e  $\theta$  l'angolo di contatto. La bagnabilità è la capacità di una superficie a bagnarsi, ossia la tendenza di un liquido a diffondersi su una superficie, usualmente solida, per raggiungere l'equilibrio aumentando l'area di interfaccia tra liquido e solido che può essere definita tramite l'angolo di contatto. Un angolo di contatto di  $0^\circ$  indica una completa bagnabilità del liquido sulla superficie solida, se minore di  $90^\circ$  indica una bagnabilità parziale, se tra  $90^\circ$  e  $180^\circ$  indica una parziale non bagnabilità e un angolo di  $180^\circ$  indica una completa non bagnabilità. Idealmente una lente a contatto dovrebbe essere bagnata dalle lacrime. La bagnabilità di superficie di una lente è una proprietà importante, ma è solo uno dei molti fattori che dovrebbero essere considerati quando si analizzano le proprietà della superficie. Si deve inoltre considerare che le lacrime e l'acqua hanno proprietà diverse pertanto, usare l'acqua come sonda nell'analisi dell'angolo di contatto fornisce risultati diversi da quelli che si ottengono con il liquido lacrimale in vivo. In ogni modo le misurazioni dell'angolo di contatto su un materiale esposto all'aria sono sufficienti per caratterizzare le proprietà di superficie delle lenti a contatto convenzionali [Campbell et al, 2013].

La presenza di una Lac scinde in due porzioni il film lacrimale: un menisco pre-lente che ricopre la superficie anteriore della Lac e un menisco post-lente a contatto anteriormente con la superficie posteriore della Lac e posteriormente con la cornea. Il menisco pre-lente è poco stabile ed esposto facilmente a evaporazione perché formato prettamente dallo strato lipidico del film lacrimale. Il menisco post-lente, essendo formato dallo strato acquoso e mucoso delle lacrime è più stabile essendo anche in contatto con il complesso glicocalice-mucine dell'epitelio corneale. Con uno spessore di circa due micron, il film lacrimale pre-lente è più sottile di quello pre-corneale di circa un micron, predisponendo probabilmente il liquido

lacrimale a una più rapida destabilizzazione. La Lac quindi può influenzare le caratteristiche biochimiche e biofisiche del film lacrimale e può ridurne la stabilità. Ne consegue che le sensazioni di secchezza oculare e sintomi di disagio si verificano comunemente nei portatori di lenti a contatto [Downie et al, 2017].

## 1.2 SICUREZZA DELLE LAC

L'ammiccamento palpebrale permette il rinnovamento continuo del film lacrimale sulla superficie delle Lac. Un'elevata evaporazione lacrimale potrebbe causare alterazioni delle proprietà meccaniche e/o geometriche della lente (curvatura, deformazione, modulo di Young) con conseguente sfregamento anteriormente tra la Lac e la congiuntiva tarsale e posteriormente tra la Lac e la cornea.

I segni di infiammazione conseguenti all'uso di Lac sono l'iperemia congiuntivale bulbare e l'iperemia limbare. L'iperemia congiuntivale bulbare è la risposta fisiologica della congiuntiva esposta ad agenti esterni come vento, polvere, riverbero, fumo, smog, affaticamento degli occhi, cosmetici e allergeni. La congiuntiva bulbare non è ricoperta dalle Lac ed è così esposta a fattori ambientali esterni ancora maggiori in presenza di una disfunzione lacrimale preesistente o indotta dalla lente stessa [McMonnies, 2018]. L'iperemia limbare è invece sintomo di ridotto apporto di ossigeno alla cornea ed è stata identificata come uno dei fattori che facilitano lo sviluppo della neovascolarizzazione corneale. L'iperemia è quindi un fenomeno legato a una risposta fisiologica quando i materiali utilizzati per la realizzazione delle Lac hanno una bassa trasmissibilità dell'ossigeno (DK/t) oppure quando le condizioni applicative sono errate e creano ipossia [Papap, 1998]. Altro segno di evidente contatto e sfregamento tra la Lac e la superficie oculare con conseguente lesione cellulare è lo staining corneale e congiuntivale. Le lenti a contatto possono influenzare l'integrità della superficie oculare manifestandosi in termini di danno superficiale fino ad arrivare agli strati più profondi. I tessuti corneali interessati sono meglio visualizzati previa instillazione di fluoresceina sodica. La fluoresceina solubile in soluzione salina viene instillata nell'occhio e, utilizzando un biomicroscopio con filtro di eccitazione blu cobalto e un filtro di barriera giallo per migliorare il contrasto con il tessuto circostante non danneggiato, è possibile osservare le cellule corneali lese. La manifestazione clinica della colorazione corneale dipende così dal tipo di insulto tissutale; alcuni esempi sono la colorazione superficiale, l'abrasione, l'erosione e l'ulcerazione [Fonn et al, 2010]. Lo staining congiuntivale invece è meglio visualizzato con il verde di lissamina ed è spesso associato a una eccessiva evaporazione delle lacrime dovuta alla presenza delle Lac con conseguenti sintomi da occhio secco. Entrambi gli staining sono classificati come insulti di tipo meccanico poiché rappresentano eventi avversi dovuti a uno sfregamento tra due tessuti con conseguente perdita cellulare. Nello staining corneale c'è un rapporto tra superficie posteriore della Lac e la cornea; per lo staining congiuntivale il rapporto invece è tra congiuntiva bulbare e palpebre.

L'uso delle lenti a contatto può agire come veicolo per l'inoculazione microbica, portando a eventi patogeni che vanno da sottili lesioni epiteliali e infiltrazioni superficiali di antigeni e globuli bianchi alla più grave MK [Chao et al, 2017].

La genesi delle infezioni oculari nei portatori di Lac può essere ricondotta a un duplice se non addirittura un molteplice effetto. Le lenti possono infatti agire sia come fonte di microorganismi presenti sulla superficie stessa sia come agenti causali di alterazioni fisiopatologiche della superficie oculare e della cornea. È possibile così un'invasione e una moltiplicazione microbica. La maggior parte dei germi non sono in grado di superare un epitelio corneale integro ed è necessaria una lesione superficiale elementare perché possa avvenire l'iniziale legame tra tessuto e agente patogeno.

I fattori di rischio legati a eventi avversi associati all'uso delle lenti a contatto comprendono: età, pratiche igieniche, materiale delle lenti, modalità di utilizzo, uso continuo o notturno e durata dell'uso. I portatori di lenti a contatto sono quindi esposti al rischio di infezioni oculari, soprattutto quando non si praticano abitudini adeguate di uso, manutenzione e cura. I cinque segni cardinali dell'infiammazione (lievi e gravi) visibili clinicamente sulla superficie oculare sono: rubor (rossore), calor (calore), tumore (gonfiore), functio laesa (perdita di funzione) e dolor (dolore) [Efron, 2016].

Nel 2003 Sweeney et al hanno cercato di classificare le complicanze da Lac:

Complicanza clinicamente non significativa e asintomatica:

- Minuscoli infiltrati (0,2-0,4 mm) che non provocano segni e sintomi.

Clinicamente significativa e sintomatica:

- Dolore e lacrimazione con rossore nella parte sclerale adiacente la cornea.
- Escavazione epiteliale e infiltrazione fino alla parte anteriore dello stroma.
- Infiltrati nella media ed estrema periferia corneale con o senza un interessamento epiteliale.

Il quadro clinicamente più grave da evitare è la comparsa di diverse forme di Cheratite Microbica (MK). Questa infezione, che colpisce gli strati più profondi della cornea e causa una riduzione permanente dell'acuità visiva da 2/10 per almeno 3 mesi, comporta gravi conseguenze compromettendo la salute e la funzionalità oculare. Gli agenti patogeni che più frequentemente causano cheratiti microbiche sono Pseudomonas aeruginosa e Acanthamoeba. Lo Pseudomonas aeruginosa da origine a infiltrati stromali rapidamente evolutivi associati a un'abbondante secrezione mucopurulenta. La cheratite da Acanthamoeba si caratterizza per l'intensa sintomatologia soggettiva in cui spiccano la fotofobia, la sensazione di corpo estraneo e soprattutto il dolore ingravescente inizialmente non giustificato dai segni clinici. Poiché le lenti a contatto sono regolate dalla Food and Drug Administration (FDA) come dispositivi medici, le infezioni corneali legate alle lenti a contatto devono essere segnalate alla FDA come "un evento avverso" [Contattologia medica SOI, 2003].

## 2. METODO E RISULTATI

Lo scopo di questa review è analizzare la letteratura scientifica per la valutazione della risposta fisiologica e la

sicurezza delle Lac sia morbide che rigide.

È stata condotta una ricerca nel database PubMed con un range temporale che copre gli ultimi 10 anni utilizzando le seguenti parole chiave: lenti a contatto, sicurezza, fisiologia, comfort. In seguito, la ricerca è stata ampliata inserendo parole chiave più dettagliate: iperemia, cheratite microbica, neovascolarizzazione corneale, Pseudomonas Aeruginosa, Acanthamoeba. Con queste impostazioni di ricerca sono state trovate 76 pubblicazioni. Dopo aver letto titolo e abstract, si è cercato di scegliere e studiare pubblicazioni che potessero fornire dati sperimentali documentati. Il campione di pubblicazioni selezionate è composto da 20 articoli di cui 14 studi RCT sulle Lac morbide, 2 review sulle Lac morbide, 2 review sulle Lac Rgp (rigide gas permeabili) e Lac per ortocheratologia e 2 Review sulle Lac Sclerali.

## 3. DISCUSSIONE

### 3.1 DISCOMFORT

Il discomfort da lenti a contatto (CLD) è una condizione caratterizzata da sensazioni oculari avverse episodiche o persistenti legate all'uso delle lenti con o senza disturbi visivi, risultanti da ridotta compatibilità tra la lente a contatto e l'ambiente oculare che può portare a una riduzione del tempo di utilizzo fino all'interruzione dell'uso. La più grande sfida degli ultimi anni è stata quella di definire le cause di disagio nell'indossare Lac, particolarmente verso la fine della giornata, fattore che in molti casi ha portato all'interruzione dell'uso delle lenti a contatto da parte di un numero significativo di portatori. Identificare i fattori che influenzano il comfort è essenziale per lo sviluppo di una maggiore comprensione del successo dell'uso delle Lac. È fondamentale indagare su soggetti per cui la sintomatologia all'inizio di un'applicazione di Lac e per tutto il tempo di porto sia ben percepita poiché la valutazione soggettiva di Comfort viene spesso indagata proponendo dei test Psicometrici [Woods et al, 2016]. Per questo lavoro sono state considerate solo pubblicazioni che avessero ben distinto il campione in soggetti sintomatici e asintomatici così da avere un quadro chiaro della condizione di comfort durante tutto il periodo di applicazione proposto.

In questa Review sono stati considerati cinque fattori legati all'applicazione di Lac in portatori sintomatici. Studiando la letteratura recente ed estrapolando articoli inerenti all'argomento scelto, come descritto nei metodi, ci si è chiesto se questi cinque elementi potessero giocare un ruolo significativo sulla riduzione del comfort a fine giornata. I risultati sono riportati in Tabella 1.

### FATTORI CHE INFLUENZANO IL DISCOMFORT OCULARE

Materiale	Non significativo
Ore continuative di applicazione Lac	Significativo
Orario di inizio applicazione Lac	Non significativo
Frequenza di sostituzione Lac	Significativo
Trattamenti Superficiali	Significativo

Tabella 1: Fattori legati all'uso delle Lac

### 3.1.1 MATERIALI DELLE LAC

Nello studio della letteratura si è ricercata l'influenza che possono avere differenti materiali sul comfort delle lenti a contatto a fine giornata. È d'obbligo fare una distinzione tra i materiali utilizzati per costruire Lac morbide e Lac Rgp. Il materiale più largamente utilizzato nella storia delle Lac è l'Hydrogel con i suoi sottogruppi classificati a seconda della loro carica ionica e del loro contenuto d'acqua. Il Silicone Hydrogel è l'ultimo di una serie di materiali sviluppati per migliorare la permeabilità all'ossigeno e la bagnabilità delle lenti a contatto ed è stato inizialmente utilizzato per ridurre l'ipossia durante l'uso notturno poiché questo materiale ha la caratteristica di essere più permeabile all'ossigeno rispetto all'Hydrogel che dominava il mercato negli anni '90. Il Silicone Hydrogel è stato poi largamente diffuso anche per Lac a uso diurno. La letteratura negli anni si è sempre confrontata in merito all'effettiva capacità di questo materiale di rendere più confortevole l'applicazione di una Lac durante tutta l'applicazione. Uno studio controllato randomizzato condotto da Woods (2016) ha valutato i cambiamenti del comfort dopo una giornata di applicazione di due differenti Lac morbide: una Lac in Hydrogel e l'altra in Silicone Hydrogel (SiHy). Dopo aver selezionato 103 soggetti idonei allo studio, attraverso l'utilizzo di test psicometrici (questionario SESOD), il campione è stato diviso in 58 Sintomatici (29 portatori di Lac Hydrogel - 29 portatori di Lac SiHy e 45 Asintomatici (24 portatori di Lac Hydrogel - 21 portatori di Lac SiHy). L'applicazione proposta è stata di 8 ore al giorno per 12 mesi. Il questionario è stato compilato a inizio applicazione e poi ogni 2h per un totale di 8h. Non è risultata alcuna differenza significativa sul comfort rispetto ai differenti materiali ( $p > 0,05$ ) ma è stato rilevato che il comfort cambiava durante la giornata in funzione dei sintomi iniziali piuttosto che in funzione del materiale [Woods et al, 2016]. Questo studio dimostra quindi l'importanza della sintomatologia iniziale sulla valutazione del comfort a fine giornata. Anche Guillon [2013] afferma che il comfort non è legato al materiale Silicone Hydrogel e che non ci sono prove significative di miglioramento del comfort per l'uso quotidiano di lenti con questo materiale rispetto alle lenti in Hydrogel. I suoi risultati suggeriscono che la scelta del materiale è una preferenza del portatore e dell'operatore e la scelta del materiale è solo un elemento tra altri che potrebbe caratterizzare la sensazione di benessere a fine giornata. Tuttavia, per i soggetti a rischio di complicazioni legate all'ipossia, i materiali SiHy sono considerati più idonei e dovrebbero essere preferiti. I materiali utilizzati per la costruzione delle Lac Rgp hanno subito nel tempo un'evoluzione significativa partendo dallo storico PMMA con permeabilità all'ossigeno nulla fino agli attuali polimeri con livelli di permeabilità molto più alti. Queste Lac sono utilizzate per correggere difetti refrattivi semplici oppure per trattare quadri clinici più complicati (astigmatismi irregolari, ectasie, alte refrazioni, post traumi ecc.), rappresentando a volte l'unica soluzione per ottenere un'acuità visiva sufficiente. L'applicazione di Lac Rgp è molto più invasiva rispetto alle lenti morbide poiché la rigidità del materiale causa una sensazione di corpo estraneo e una lacrimazione riflessa automatica da

parte della superficie oculare. Questa applicazione prevede di conseguenza un periodo di adattamento soggettivo. Attualmente anche i trattamenti per ortocheratologia vengono effettuati con Lac costituite da materiali rigidi gas permeabili ma riducono la sensazione di corpo estraneo poiché l'applicazione è notturna e perché i diametri di costruzione di queste Lac sono maggiori quindi creano meno interazione con la palpebra e la congiuntiva bulbare. Si differenziano inoltre le Lac sclerali che per il loro diametro di gran lunga superiore a quello corneale, hanno contatto diretto solo con la sclera dove l'innervazione e la sensibilità sono nettamente inferiori e restituiscono quindi una sensazione di corpo estraneo e una lacrimazione riflessa minore rispetto alle Lac Rgp corneali. Lo studio randomizzato controllato condotto nel 2020 [Levit et al, 2020] ha rivelato punteggi di comfort soggettivo significativamente più alti in applicazioni di SL (scleral rigid gas permeable contact lenses) rispetto ad applicazioni fatte con CoL (corneal rigid gas permeable contact lenses).

### 3.1.2 TEMPO TOTALE DI APPLICAZIONE E ORARIO DI INIZIO APPLICAZIONE

Un fattore fondamentale che ha un impatto sull'andamento del comfort a fine giornata è la quantità di ore di applicazione di una Lac sulla superficie oculare.

Papas et al nel 2015 hanno condotto uno studio per valutare il discomfort legato all'applicazione di Lac, mettendolo in relazione ai periodi di applicazione anche brevi. Il team ha infatti proposto 5 step differenti di applicazione:

- Step A nessuna Lac applicata
- Step B Lac applicata per 12 ore consecutive da TO
- Step C Lac applicata solo per 4 ore da TO
- Step D Lac applicata solo per 4 ore da TO + 4
- Step E Lac applicata solo per 4 ore da TO + 8

dove TO è il tempo di inizio applicazione. Il controllo è stato effettuato attraverso l'utilizzo di test psicometrici. Nello step A sia il comfort che la sensazione di secchezza oculare non hanno rivelato differenza significativa ( $p = 0,82$ ;  $p = 0,72$ ).

Nello Step B è stata rilevata tra TO e T8 una differenza significativa del comfort ( $p < 0,023$ ) e della sensazione di secchezza oculare ( $p < 0,013$ ).

Negli step C, D ed E sia il comfort che la sensazione di secchezza oculare non sono variati in maniera significativa ( $p > 0,05$ ). Lo studio ha così suggerito che il discomfort legato alle Lac non è correlato all'ora del giorno in cui si applicano le Lac ma alla durata dell'applicazione. Per avvalorare la sua tesi Papas et al nel 2021 hanno condotto uno studio per cui si applicavano Lac giornaliere per 12 ore consecutive ma iniziando l'applicazione in differenti orari della giornata:

- Step A nessuna Lac applicata
- Step B Lac applicata 7am-7pm
- Step C Lac applicata 9am-9pm
- Step D Lac applicata 11am-11pm

I risultati indicano che il comfort a fine applicazione negli step B, C, D subiva una variazione significativa ( $p < 0,02$ ) ma che questo cambiamento non dipendeva dall'ora di inizio applicazione ( $p > 0,05$ ).

Interessante è stato anche lo studio controllato randomizzato di Stahl et al [2016] nel quale è stato analizzato un campione di 29 portatori a cui sono state applicate Lac per 10 giorni. Nei primi 9 giorni erano previste 12 ore di porto di Lac giornalieri in Silicone Hydrogel intervallate, ogni due ore, da periodi senza porto di 30, 60 e 80 minuti. Il decimo giorno non prevedeva applicazioni di Lac. Riguardo al comfort non è stata rilevata alcuna differenza significativa tra le 9 valutazioni a inizio applicazione di ogni giorno ( $p > 0,05$ ); invece, come atteso, la differenza a fine giornata di sensazione di comfort e di secchezza oculare tra i giorni di applicazione e il giorno di non applicazione è risultata essere significativa ( $p < 0,002$ ). Sulla riduzione del comfort a fine giornata non c'è nessun effetto significativo del periodo di intervallo di applicazione ( $p > 0,05$ ) e del tipo di Lac ( $p > 0,05$ ). Per quanto riguarda la secchezza oculare si è ottenuto un risultato analogo e non è stata rilevata alcuna differenza significativa tra le 9 valutazioni a inizio applicazione di ogni giorno di applicazione ( $p > 0,05$ ). Come prima, la differenza a fine giornata tra i giorni di applicazione e il giorno di non applicazione era significativa ( $p = 0,01$ ). Anche in questo caso non è stato rilevato nessun effetto significativo dell'intervallo di non applicazione ( $p > 0,05$ ) e del tipo di Lac ( $p > 0,05$ ). È chiaro quindi che variando il tempo cumulativo di applicazione da 8 a 12 ore, una volta che la durata dell'uso delle lenti supera l'usuale tempo di utilizzo confortevole, non vi è alcun beneficio di brevi periodi di recupero.

### 3.1.3 FREQUENZA DI SOSTITUZIONE LAC

La durata delle Lac, o meglio la frequenza con la quale devono essere sostituite, dipende essenzialmente da almeno tre fattori: il tipo di materiale utilizzato per costruirle, il tipo di manutenzione, il modo e la frequenza di utilizzo. Le Lac Rgp sono resistenti, hanno una durata di almeno un anno e una procedura di manutenzione differente da quelle morbide. Le Lac morbide invece richiedono un ricambio più frequente. Una delle domande di ricerca è se la frequenza di sostituzione delle Lac fosse fondamentale nella riduzione dell'intensità e della frequenza dei sintomi di discomfort legati alle Lac a fine applicazione. Lo studio condotto nel 2010 da Fahmy et al considerava come variabili primarie 8 segni più comunemente riportati dai portatori di Lac: la frequenza e la gravità di occhi stanchi, gli occhi irritati, la consapevolezza delle lenti, la visione offuscata, il rossore, il disagio, i depositi e secchezza oculare. È stata proposta l'applicazione di una Lac giornaliera a 83 portatori abituali di Lac a sostituzione settimanale/mensile. Le visite di follow-up sono state effettuate a 2 e 4 settimane, i dati sono stati raccolti tramite indagini telefoniche a 1 e 3 settimane. Ottantuno soggetti hanno completato lo studio. Miglioramenti statisticamente significativi nella frequenza e nell'intensità dei sintomi sono stati trovati per occhi stanchi ( $p < 0,001$ ), occhi irritati ( $p < 0,001$ ), visione offuscata ( $p < 0,001$ ), rossore ( $p < 0,001$ ), disagio ( $p = 0,024$ ), depositi/lenti da pulire ( $p < 0,001$ ) e secchezza ( $p < 0,001$ ). I segni della biomicroscopia che ha permesso di valutare l'iperemia limbare, l'iperemia bulbare e la colorazione congiuntivale hanno rilevato miglioramenti statisticamente significativi a 2 settimane ( $p < 0,02$ ,  $p < 0,01$  e  $p < 0,035$ ) e molto significativi a 4 settimane ( $p < 0,001$ ,

$p < 0,012$  e  $p < 0,008$ ). Quindi sette degli otto sintomi di discomfort oggettivi e soggettivi riportati dai portatori a inizio studio sono migliorati dopo 4 settimane di applicazione di Lac a sostituzione giornaliera. Recentemente [Sapkota et al, 2018] si sono confrontate una Lac giornaliera e una Lac mensile (costituite dal medesimo materiale in Silicone Hydrogel) per valutare quale fosse migliore nell'interazione con la superficie oculare. L'applicazione di entrambe le Lac è stata seguita per due mesi ed è stata condotta l'osservazione con lampada a fessura digitale per valutare i segni oggettivi al momento della visita iniziale, a un mese dall'applicazione e dopo 2 mesi. Al campione veniva proposto quotidianamente un sondaggio a inizio e fine giornata per valutare il comfort. Ne è risultato che il comfort si riduceva significativamente a fine giornata ( $p < 0,001$ ) a partire dal secondo mese di applicazione. Quindi si evince che una sostituzione più frequente di Lac può apportare un miglioramento della sensazione di discomfort e segni clinici di sofferenza del segmento anteriore.

### 3.1.4 TRATTAMENTI SUPERFICIALI

L'interruzione e/o l'abbandono dell'uso delle lenti a contatto come risultato del discomfort e della secchezza oculare è estremamente comune; studi recenti hanno riportato un'incidenza compresa tra il 12% e il 51% [Jonas et al, 2013]. Si ipotizza che la modifica della superficie delle Lac con trattamenti superficiali, che prevedono la deposizione di uno strato di un agente umettante, migliori le interazioni interfacciali della lente a contatto con la superficie oculare. Infatti, i trattamenti superficiali aumentano la bagnabilità della Lac e quindi contribuiscono a limitare l'evaporazione eccessiva del film lacrimale. Vidal-Rohr et al [2017] hanno studiato gli effetti delle caratteristiche della superficie delle Lac sul comfort, sulla stabilità del film lacrimale e sulla fisiologia della superficie corneale. Lo studio è stato condotto utilizzando Lac mensili morbide con e senza trattamento superficiale e l'applicazione proposta era di almeno 7 ore quotidiane per un mese. Al campione veniva sottoposto il questionario CLDEQ-8 (Contact Lens Dry Eye Questionnaire) per valutare la secchezza oculare e venivano programmate visite di controllo all'inserimento delle Lac, a metà applicazione e a fine applicazione. Durante le visite di controllo veniva chiesto anche di valutare soggettivamente il comfort oculare utilizzando una scala visuo-analogica (Visual Analog Scale). Il comfort e la sensazione di secchezza oculare sono migliorati indossando Lac con trattamento superficiale rispetto alle Lac senza trattamento superficiale ( $p = 0,57$  e  $p = 0,465$  rispettivamente). Il rivestimento superficiale ha aumentato la stabilità del film lacrimale pre-lente ( $p < 0,03$ ), ma il rossore bulbare ( $p < 0,57$ ) e limbare ( $p < 0,74$ ) sono risultati simili per i portatori di entrambe le tipologie di lenti a contatto. Si evince così che il miglioramento delle proprietà della superficie fisica di una lente a contatto migliora il comfort del portatore valutato. In figura 1 sono riportati i risultati della stima di comfort (%) per Lac con e senza trattamento superficiale nei tre momenti di verifica (applicazione, metà e fine giornata) dopo una settimana e dopo un mese. È visibile come le Lac trattate superficialmente siano risultate più confortevoli rispetto a quelle non trattate sia considerando il periodo di una settimana che dopo un mese.

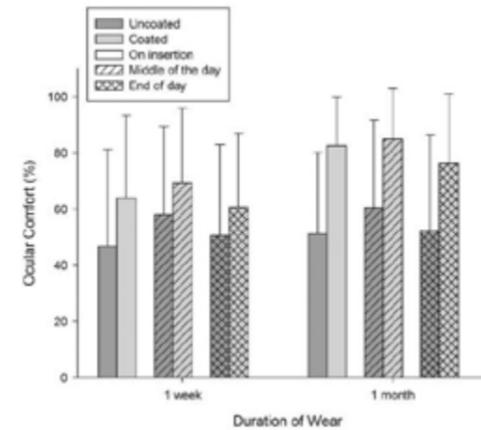


Fig. 1: Comfort oculare legato all'applicazione di Lac con e senza trattamento superficiale in relazione alla durata dell'applicazione [Vidal-Rohr et al, 2017]

### 3.2 FLOGOSI

L'iperemia congiuntivale e l'iperemia limbare sono entrambi segni di sofferenza dei tessuti che costituiscono la superficie oculare. Monnies [2018] ha pubblicato una review sul legame tra l'iperemia congiuntivale e la sensazione di secchezza e il porto di Lac. L'autore riporta alcuni lavori secondo i quali il discomfort è stato associato a un movimento eccessivo della lente causato da vari fattori tra i quali:

- una scarsa regolarità del bordo della Lac;
- un'eccessiva disidratazione della superficie;
- numerosi depositi proteici e lipidici;
- un aumento del modulo di elasticità con conseguente rigidità del materiale;
- un aumento dell'osmolarità e della tossicità della soluzione di manutenzione.

Tutti questi fattori possono modificare la normale interazione tra Lac e superficie oculare. Sono stati rilevati tassi significativamente più alti di evaporazione del film lacrimale pre-lente in portatori di Lac rispetto a un campione di soggetti non portatori. Anche per un gruppo di portatori asintomatici è stato riscontrato che il tempo di rottura medio del film lacrimale (NITBUT) si riduce del 36% (da 21,3 +/- 5,7 secondi a 13,7 +/- 4,3 secondi) durante un periodo di sole sei ore di utilizzo. L'autore riporta anche uno studio di Chen del 2017 che rileva come, dopo 6 ore di utilizzo di Lac morbide con un'applicazione inadeguata alla superficie oculare sottostante, il flusso sanguigno congiuntivale bulbare temporale aumenti del 27,1% rispetto a inizio applicazione. Si evince che l'iperemia congiuntivale è sintomo di sofferenza bulbare solo nella misura in cui, durante la progettazione e la scelta della Lac, non sia stata garantita la corneo-conformità da parte dell'applicatore. L'iperemia limbare è anch'essa segno di errata geometria delle Lac con conseguente ipossia del limbus corneale infatti l'aumento della portata e del flusso sanguigno a livello dei vasi è una risposta fisiologica alla mancanza di ossigeno. Esiste infatti la "Sindrome da lente stretta" che si caratterizza con uno scarso se non nullo movimento all'ammiccamento e una elevata resistenza al test di spinta. L'iperemia del limbus è anche il preludio della neovascolarizzazione corneale che

provoca la formazione di nuovi vasi a livello dei capillari e delle venule nel plesso pericorneale. Questi vasi possono infiltrarsi nello stroma e compromettere la trasparenza corneale e la qualità ottica della cornea. Il 10-30% di soggetti con evidente neovascolarizzazione sono accomunati dall'uso abituale di Lac e tra questi si ha una incidenza maggiore nei portatori di quelle morbide perché costruite con diametri maggiori, circa 13-15mm, che coprono l'intera cornea e il limbus corneale. I soggetti che utilizzano lenti Rgp hanno un tasso di incidenza inferiore grazie al diametro ridotto di 9-10 mm [Alipour, 2017]. Tutte le complicanze infiammatorie sopracitate cessano di svilupparsi al momento della rimozione della lente e sono definiti eventi avversi "leggeri" [Contattologia medica SOI, 2003]. In uno studio molto recente di Garcia et al (2021) sono state utilizzate due tipologie di Lac per valutarne la sicurezza nel trattamento delle Lac morbide per la riduzione della progressione miopica: Una Lac morbida progressiva multifocale centro lontano per il gruppo 1 (31 soggetti con età media 12.20 ± 2.22 anni) e una Lac morbida asferica monofocale per il gruppo 2 (26 soggetti di età media 11.90 ± 2.13 anni). Il campione scelto era formato da 56 nuovi portatori di Lac. Lo studio ha avuto una durata di 12 mesi. I controlli erano effettuati con lampada a fessura digitale a TO (tempo di inizio applicazione), 1 settimana, 2 settimane, 6 mesi, 12 mesi. Dai risultati riportati il 25% del gruppo 1 (figura 2) e il 15,4% del gruppo 2 (figura 3) hanno avuto eventi avversi. Tutti gli eventi avversi sono stati correlati all'uso delle Lac ma classificati come non gravi. Pertanto, la conclusione degli autori è che non ci sono stati eventi avversi gravi e/o inaspettati rilevati in questo lavoro.

### 3.3 SOLLECITAZIONI MECCANICHE

Le applicazioni di Lac rigide strette o piatte molto lontane dalla corneo-conformità possono determinare lesioni corneali evidenziate con colorazioni vitali come la fluoresceina sodica. In caso di buona applicazione non sono presenti alterazioni significative, anche se possono essere occasionalmente rilevate alcune piccole striature disposte a caso o qualche puntino di colorazione di disepitelizzazione corneale. Abrasioni semilunari in periferia corneale perlopiù nel settore superiore sono dovute a un eccessivo traumatismo del bordo della lente a contatto rigida accompagnato spesso da un'elevata tensione palpebrale (figura 4). La presenza di sofferenza corneale in sede centrale è invece tipica di una Lac Rgp erroneamente applicata in modo piatto tanto che l'esame fluoresceinico evidenzia un contatto solamente in sede centrale associato a iperfluorescenza periferica. L'eccesso della pressione esercitata dalla Lac in questa sede produce un'erosione epiteliale centrale che, se persiste nel tempo, può causare cicatrici stromali e conseguente opacità. Va ricordato che modeste abrasioni lineari sono compatibili con piccoli traumi accidentali legati spesso a piccoli corpi estranei trattenuti tra lente e cornea; sono frequenti nel periodo dell'adattamento e non richiedono particolari provvedimenti. Anche le Lac morbide danneggiate e con depositi di varia natura e origine possono determinare abrasioni corneali causando sfregamenti meccanici sulla superficie oculare. Un epitelio corneale discontinuo può

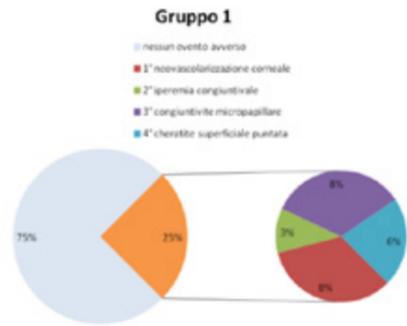


Fig. 2: Eventi avversi legati all'utilizzo di Esencia lens (Lac morbida progressiva multifocale centro lontano) per il controllo della miopia. [Garcia et al,2021]

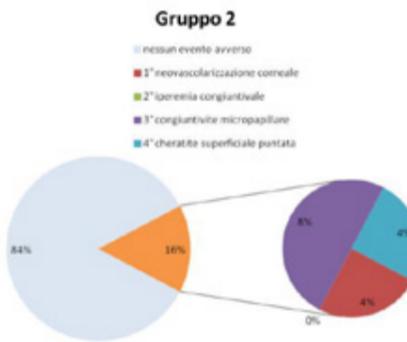


Fig. 3: Eventi avversi legati all'utilizzo di una Lac morbida asferica monofocale per il gruppo di controllo [Garcia et al, 2021]

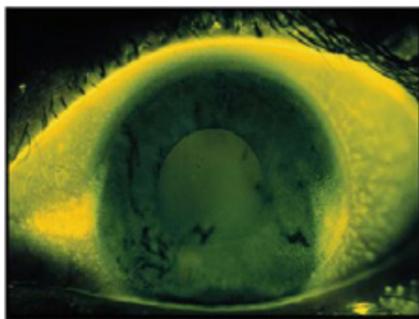


Fig. 4: Staining coneo/congiuntivale nasale e temporale causato da una Lac Rgp su astigmatismo corneale secondo regola [Fonn, 2010]

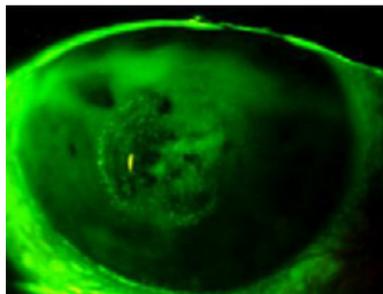


Fig. 5: Staining corneale causato da applicazione piatta su apice corneale. (<https://www.visserkontaktlinsen.de/medizinischeloesungen/sklerallinsen/>)

fungere così da sito di entrata per gli agenti patogeni che causano cheratiti microbiche. Il quadro clinico per lo più usuale prodotto dalle lenti a contatto male applicate è la deformazione del profilo corneale definito "warpage" o distorsione corneale che, se interessa gli strati superficiali della cornea, può essere reversibile e in caso contrario può alterare cronicamente la forma della superficie corneale.

### 3.4 CHERATITE MICROBICA (MK MICROBICAL KERATITIS)

Le infezioni oculari nei portatori di Lac rappresentano ancora oggi un importante quadro clinico da considerare; accanto a situazioni patologiche di lieve o media entità quali le congiuntiviti e gli infiltrati corneali sono possibili eventi severi caratterizzati da un'infezione corneale, la Cheratite microbica, che possono causare, anche se raramente (6 su 100.000 portatori di Lac all'anno) la perdita permanente di due o più linee di acuità visiva [Lim 2018]. La patogenesi della cheratite microbica associata alle Lac è complessa e multifattoriale. Nella figura 6 sono riportati in ordine decrescente i fattori di rischio legati all'uso di Lac nel contrarre una cheratite microbica. Fra tutti il microrganismo che più frequentemente causa cheratite microbica è il batterio *Pseudomonas aeruginosa* (23%-78%). La contaminazione da funghi rappresenta, quasi in tutte le statistiche, una bassa percentuale di casi (5%). L'*Acanthamoeba* è un parassita presente nell'aria, nel suolo e soprattutto nell'acqua. Anche se molto rare, le infezioni da questo agente patogeno sono legate soprattutto ad una manutenzione sbagliata delle Lac che prevede il risciacquo con acqua di rubinetto [Contattologia medica SOI 2003]. In Tabella 2 sono riportate le incidenze di cheratite microbica per ogni classe di agente patogeno. La superficie oculare, nonostante sia naturalmente dotata di un sistema immunitario, è suscettibile a meccanismi di virulenza da parte di più agenti patogeni. Il rischio di cheratiti gravi è presente con qualsiasi tipologia di Lac perché non esiste, secondo l'evidenza scientifica finora pubblicata, una categoria di Lac che non abbia mai causato questa infezione. L'incidenza della cheratite microbica legata all'uso di lenti a contatto è rimasta stabile nel tempo. I tassi variano a seconda della modalità di utilizzo, con il rischio di patologia grave più basso nelle lenti a contatto rigide gas permeabili e nelle lenti a contatto giornaliere monouso in Hydrogel a uso diurno rispetto a un rischio più elevato nell'uso quotidiano di Lac in silicone Hydrogel ad uso diurno e per le Lac morbide ad uso notturno. I dati sono sintetizzati nella figura 7. Considerando il confronto con le lenti rigide, l'uso quotidiano di lenti morbide comporta un rischio relativo 3,6 volte più alto rispetto alle Lac rigide (95%). Inoltre, il rischio relativo di presunta cheratite microbica per l'uso notturno di lenti a contatto morbide è 21 volte più alto (95%), dati considerati generici poiché non relativi a tutti i fattori di rischio associati [Stapleton 2003]. Bullimore [2020] hanno sintetizzato l'incidenza della MK legata all'utilizzo dalle tipologie di Lac più commercializzate attualmente: per le Rgp (porto diurno) 1,2 casi ogni 10000; per le Hydrogel convenzionali 19,5 casi ogni 10000 e 25,4 casi ogni 1000 per le SIHydrogel

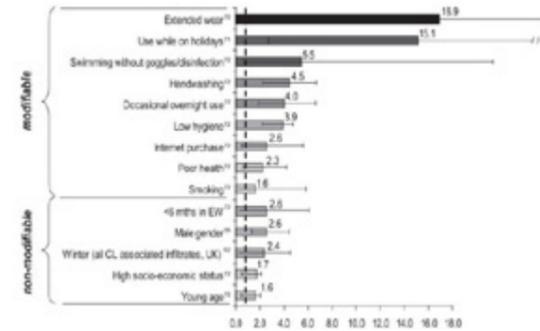


Fig. 6: Fattori di rischio per Cheratite Microbica [Stapleton 2007]

	Cheratite batterica	Cheratite micotica	Cheratite da Acanthamoeba
Incidenza annua delle cheratiti microbiche	4/10,000	~1/50,000	1-33/million

Tabella 2: Incidenza complessiva delle cheratiti batteriche, fungine e da protozoi [Zimmerman et al, 2016]



Fig. 7: Incidenza annuale di cheratiti microbiche in diverse tipologie di Lac

(entrambi per porto notturno). Nello stesso studio si afferma che il rischio di infezione con Lac per ortocheratologia è maggiore rispetto alle Rgp (porto diurno) ma uguale per le Lac morbide a porto notturno. Recenti studi retrospettivi riportano 7,7 casi di MK su 10000 applicazioni e il rischio legato all'ortocheratologia simile alle altre tipologie di applicazioni. Anche nella review sistematica di Kam et al (2017) sulle cheratiti infettive legate all'uso di Lac per ortocheratologia, sono state riportate colture microbiologiche positive nel 69,4% dei casi, con *Pseudomonas aeruginosa* e *Acanthamoeba* come agenti eziologici più comuni. Nonostante l'intervento precoce e il trattamento, la maggior parte delle infezioni ha portato alla formazione di cicatrici corneali e quasi il 10% degli occhi ha avuto bisogno di un trattamento chirurgico. Questo risultato evidenzia che la consapevolezza e il trattamento tempestivo della cheratite è fondamentale ai fini di una risoluzione positiva del quadro clinico. Il rischio reale associato all'uso delle lenti a contatto per ortocheratologia non è a oggi ancora definibile poiché i lavori che sono presenti in letteratura non sono del tutto efficaci. Ad esempio, Bullimore nel lavoro suddetto, citando altri colleghi che nei precedenti anni avevano raccolto dati sull'argomento, ritiene incerta la generalizzazione dei dati.

Anche riguardo le infezioni e complicanze collegate alle Lac sclerali non si hanno dati esaustivi. L'incidenza di cheratite microbica legata a questa tipologia di Lac è complessivamente bassa ma è comunque un dato da riportare al numero di portatori molto minore rispetto ai portatori di altre tipologie di Lac [Walker et al, 2016].

### 4. CONCLUSIONI

Le Lac possono indurre effetti metabolici, meccanici e tossici sulla superficie oculare. Gli effetti metabolici sono legati alla trasmissibilità all'ossigeno (DK/t) del materiale utilizzato per la produzione; gli effetti meccanici sulla cornea e sulla congiuntiva dipendono invece dal design e da caratteristiche tecniche delle Lac. La tossicità della Lac potrebbe invece derivare dalla capacità di queste nell'assorbire sostanze dannose presenti nelle soluzioni di manutenzione che potrebbero scatenare reazioni avverse una volta a contatto con la superficie oculare. Tutto questo si traduce in una sensazione di discomfort e secchezza oculare che può causare l'abbandono delle Lac con proporzioni tra il 12% e il 51% dei casi. Dal lavoro svolto si può affermare che i differenti materiali di costruzione delle Lac non hanno un'incidenza significativa sulla sensazione di comfort a fine giornata. I risultati suggeriscono che la scelta del materiale è una preferenza del portatore e dell'operatore ed è solo un elemento tra altri che potrebbe caratterizzare la sensazione di benessere a fine giornata. Un fattore fondamentale, che ha un impatto negativo sull'andamento del comfort a fine giornata, è la quantità di ore di applicazione di una Lac sulla superficie oculare. L'applicazione che garantisce una stabilità del comfort, non causando modifiche significative sul comfort e sulla fisiologia oculare, ha durata di 8 ore. Inoltre, il discomfort non è correlato all'ora del giorno in cui si applicano le Lac ma alla durata dell'applicazione. Anche una sostituzione più frequente di Lac può apportare un miglioramento della sensazione di discomfort e minori segni clinici di sofferenza del segmento anteriore. Si evince che i cambiamenti della superficie oculare e la riduzione del comfort non dipendono dalla modalità di sostituzione ma dalle caratteristiche delle Lac. I trattamenti superficiali aumentano la bagnabilità della Lac e quindi contribuiscono a limitare l'evaporazione eccessiva del film lacrimale. Lac trattate superficialmente sono risultate più confortevoli rispetto a quelle non trattate. I fattori di rischio legati a eventi avversi associati all'uso delle lenti a contatto comprendono: età, pratiche igieniche, materiale delle lenti, modalità di utilizzo, uso continuo o notturno e durata dell'uso. L'incidenza di eventi avversi gravi quali cheratiti microbiche rimangono rari e le Lac Rgp a uso diurno rimangono tuttora le Lac più sicure garantendo un rischio relativo minore di 3.6 volte rispetto alle Lac morbide a uso diurno. Attualmente, la letteratura relativa al rischio di infezione microbica legata all'uso dell'ortocheratologia non risulta completamente esaustiva.

CLICCA QUI PER LA BIBLIOGRAFIA



A CURA DI: BAUSCH+LOMB

# Sfruttare al meglio la visita per le lenti a contatto

**AUTORE: FABRIZIO ZERI** RICERCATORE DELL'UNIVERSITÀ DI MILANO BICOCCA, EMEA REGIONAL DIRECTOR DI IACLE



Oltre a fornire una visione chiara e nitida, le lenti a contatto (Lac) possono ampliare la sensazione di libertà, la fiducia in se stessi e la voglia di avventura<sup>1</sup>. I nuovi portatori possono sperimentare per la prima volta la vita senza occhiali mentre, per i portatori abituali che desiderano cambiare le lenti a contatto a causa del discomfort provocato dalle loro lenti abituali o per il desiderio di una maggior convenienza, possono impattare positivamente sulla loro qualità della vita. Poiché l'uso delle Lac può avere un impatto sul benessere dei portatori, l'applicazione può essere una parte particolarmente gratificante del lavoro di un professionista della visione. Un dialogo aperto e chiaro con i portatori è il primo passo per un'esperienza complessiva di successo con le Lac. Per questo, risultano fondamentali sia le conversazioni portatore-professionista della visione che avvengono in sala refrazione, che la modalità con cui il personale del centro ottico o dello studio interagisce con i portatori, dalla

prenotazione del primo appuntamento alla gestione delle visite di controllo successive.

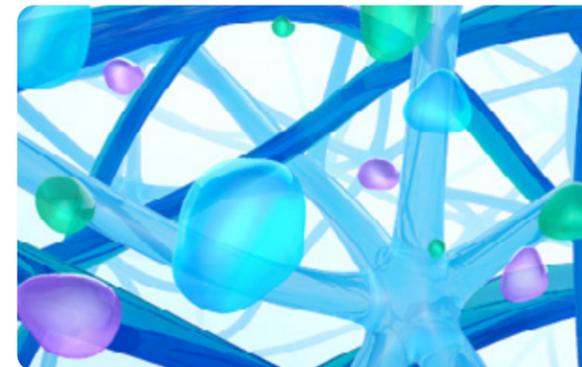
## INTEGRARE LA COMUNICAZIONE IN TUTTO IL FLUSSO CLINICO

Anche se i ruoli e le responsabilità del personale possono variare in ciascun centro ottico, il personale può essere formato adeguatamente per contribuire a creare le condizioni per una conversazione produttiva verso l'applicazione delle Lac. Al momento della prenotazione del consulto e dell'accettazione, ad esempio, il personale può informarsi sui motivi che hanno spinto il portatore a richiedere l'appuntamento, sull'uso attuale delle Lac e su eventuali dubbi da riferire al professionista della visione. Anche l'uso di materiali didattici nella sala d'attesa può aiutare a porre le basi per le conversazioni sulle Lac. Allo stesso modo, se un collaboratore è coinvolto nell'esecuzione dei test preliminari, può chiedere al portatore se è soddisfatto della propria qualità visiva e della correzione attuale. I membri dello staff possono anche discutere della corretta cura delle Lac e di come il lavoro o gli hobby del portatore possano influire sulla sua salute oculare e sulle sue esigenze visive. Quando il personale del centro ottico è formato sulle procedure di applicazione delle Lac che verranno seguite durante il protocollo applicativo e sulle potenzialità delle Lac, nel momento in cui il professionista della visione entra in sala refrazione, il portatore ha già avuto diverse opportunità di riflettere e discutere su ciò che desidera dalla propria esperienza con le Lac. In questo modo, il professionista della visione può avere una conversazione più proficua, partendo dalle informazioni fornite dallo staff. Durante l'esame, gli optometristi possono guidare la conversazione, cercando di ottenere dal portatore maggiori dettagli sulla sua esperienza visiva, sulle sue aspettative, sul comfort e la salute generale degli occhi. Inoltre, è possibile ricorrere all'uso di questionari strutturati d'indagine come il CLDEQ-8 o l'OSDI<sup>2</sup> per raccogliere, in maniera più rigorosa e dettagliata, informazioni su eventuali sintomi dei soggetti.

## FORNIRE RACCOMANDAZIONI EFFICACI

Combinando i risultati dell'esame oggettivo con le informazioni raccolte nell'interazione con il portatore, il professionista della visione può formulare una raccomandazione consapevole sulle Lac aiutando il portatore a sentirsi ascoltato e ad avere fiducia nella soluzione indicata. Per esempio, un portatore che riferisce di trascorrere molte ore davanti al computer per lavoro, può apprezzare il consiglio di utilizzare delle Lac che mantengano l'idratazione più a lungo. Allo stesso modo, un portatore che soffre di allergie stagionali potrebbe trarre beneficio dal suggerimento o dell'uso di Lac giornaliere e sul potenziale impatto sul film lacrimale di alcuni farmaci per le allergie<sup>2\*</sup>.

I portatori si sentono maggiormente fiduciosi nei confronti del loro professionista di riferimento e del settore nel suo complesso quanto più sentono parlare di innovazioni nel campo delle Lac. Sia i nuovi portatori che quelli già consolidati si affidano a un professionista per farsi consigliare l'opzione migliore per i propri occhi. Per molti portatori, la migliore soluzione può essere una lente giornaliera in silicone idrogel (SiHy). I materiali SiHy offrono un'elevata permeabilità all'ossigeno, eliminando quasi del tutto gli eventi di ipossia corneale<sup>3</sup>. In un sondaggio raccolto negli Stati Uniti, Regno Unito e Giappone, il 90% dei professionisti della visione ha concordato che il SiHy è il materiale più salutare per i portatori di Lac giornalieri<sup>4</sup>. I progressi nella tecnologia dei materiali SiHy stanno aprendo la strada a esperienze di successo nell'uso delle Lac e il professionista ha nuove opzioni da offrire ai suoi portatori. Ad esempio, le Lac giornaliere Bausch+Lomb ULTRA<sup>®</sup> ONE DAY uniscono un nuovo materiale in SiHy, il kalifilcon A, a una combinazione di osmoprotettori, agenti umettanti e un elettrolita, il cloruro di potassio, che vengono integrati nella Lac e rilasciati tramite diffusione passiva durante l'utilizzo<sup>5,6</sup>. I portatori che hanno sperimentato secchezza oculare correlata alle Lac hanno riportato alti livelli di soddisfazione e comfort<sup>7</sup>.



Offrire la prova di una nuova lente con caratteristiche innovative, anche ai portatori abituali che sono relativamente soddisfatti delle loro lenti attuali, può aiutare a costruire una buona relazione tra il portatore e il professionista della visione e può migliorare l'esperienza di utilizzo del portatore.

## APPUNTAMENTI DI CONTROLLO

Spesso la visita di controllo delle Lac è un'operazione piuttosto frettolosa; tuttavia, questi appuntamenti possono essere molto rilevanti. La visita di controllo offre al professionista una preziosa opportunità per ottenere il feedback del portatore e apportare possibili modifiche necessarie relative al tipo di Lac usata, la frequenza di sostituzione e l'uso consigliato. I nuovi portatori di Lac, che potrebbero aver bisogno di ulteriori istruzioni o di fare pratica con l'inserimento e la rimozione, possono trarre beneficio trascorrendo un po' di tempo in più con un membro dello staff che li supporti. Sia per i neofiti che per i portatori più esperti, l'appuntamento è un'occasione per esprimere i propri dubbi e ottimizzare l'esperienza dell'uso delle Lac.

Una comunicazione aperta dal primo contatto con il portatore fino alle visite di controllo contribuisce a offrire una solida relazione tra il portatore e il suo professionista di riferimento. Dopotutto, la Lac giusta può significare molto: in un sondaggio condotto su oltre 5.000 portatori di lenti in Germania, Gran Bretagna, Giappone, Spagna e Stati Uniti, quasi 9 intervistati su 10 hanno convenuto che le Lac hanno "migliorato la loro qualità di vita"<sup>8</sup>.

*\*Consultando il medico curante*

Articolo promosso da Bausch+Lomb Italia IOM S.p.A..

Materiale ad uso esclusivo dei Sigg. Ottici. ULTRA<sup>®</sup> ONE DAY è un dispositivo medico CE0050. Bausch+Lomb ULTRA<sup>®</sup> OneDay è un marchio registrato di Bausch+Lomb Inc. e sue affiliate. ©2023 Bausch&Lomb Incorporated

## BIBLIOGRAFIA

1. Freedom and confidence associated with contact lenses by patients. Optometry Today Published June 27, 2018. Consultato il 12 aprile 2022. <https://www.aop.org.uk/ot/industry/contact-lenses/2018/06/27/freedom-and-confidence-associated-with-contact-lenses-by-patients>
2. Wolffsohn JS, Dumbleton K, Huntjens B, et al. CLEAR - Evidence-based contact lens practice. Cont Lens Anterior Eye. 2021;44(2):368-397.
3. Sweeney DF. Have silicone hydrogel lenses eliminated hypoxia?. Eye Contact Lens. 2013;39(1):53-60.
4. Sulley A, Dumbleton K. Silicone hydrogel daily disposable benefits: The evidence. Cont Lens Anterior Eye. 2020;43(3):298-307.
5. Rah M. Ocular surface homeostasis and contact lens design. Febbraio 2021.
6. VanDerMeid K, et al. Evaluation of erythritol and glycerin osmoprotection characteristics on an ocular surface cell line under hyperosmotic conditions. Poster presented at AAO 2020.
7. Data on File. Product Performance Evaluation of a Novel Silicone Hydrogel Contact Lens, Jan 2021.
8. The deeper benefits of contact lenses. Pubblicato il 15 gennaio 2021. <https://coopervision.com/practitioner/ecp-viewpoints/science-contact-lenses/deeper-benefits-contact-lenses>. Consultato il 12 aprile 2022.

ALCON

# Le lenti a contatto con water surface



## TOTAL1™, TOTAL30™ E PRECISION1™:

ALCON PROPONE UN'INTERA GAMMA DI LENTI A CONTATTO CON TECNOLOGIA DI SUPERFICIE PER SODDISFARE LE ESIGENZE DEI PORTATORI.

### QUALI SONO LE ASPETTATIVE DEI PORTATORI DI LENTI A CONTATTO?

La maggior parte dei portatori di lenti a contatto desidera una migliore esperienza di porto. Le lenti a contatto Alcon hanno tecnologie di superficie che aumentano il contenuto d'acqua dal nucleo alla superficie fornendo un'esperienza di porto unica nel suo genere<sup>3-7</sup>. Grazie alla **WATER SURFACE** offrono quello di cui la superficie oculare ha bisogno.



€  
76% dei portatori di lenti a contatto è disposto a pagare di più per una lente innovativa che offra una visione migliore, più tempo di porto e comfort!

50% dei portatori di lenti a contatto prova discomfort<sup>2</sup>

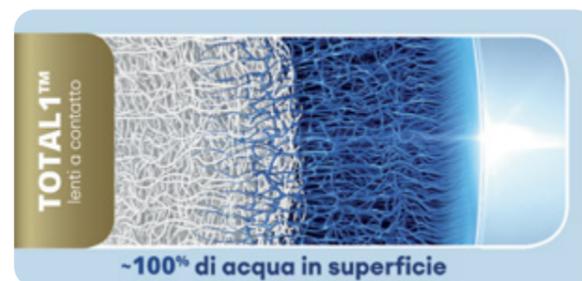
### TOTAL: LA FAMIGLIA DI LENTI A CONTATTO CON GRADIENTE ACQUEO

Le lenti TOTAL hanno quasi il 100% di acqua sul punto più esterno della superficie, che aiuta a mantenerle idratate a contatto con l'occhio<sup>3,4,6,7</sup>.

**Total1™** è la innovativa lente a contatto giornaliera - disponibile in versione sferica, torica e multifocale - che ha offerto un'evoluzione del comfort grazie alla tecnologia del Gradiente Acqueo combinata con la trasmissibilità all'ossigeno del materiale in Silicone Idrogel<sup>28,29</sup>. Le lenti offrono un'elevata idratazione grazie alla tecnologia SmarTears, che è progettata per aiutare a stabilizzare lo strato lipidico e a ridurre l'evaporazione acquosa<sup>31</sup>. Il contenuto d'acqua aumenta dal

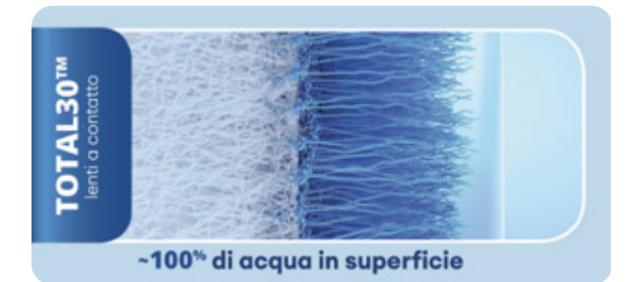


nucleo fino a raggiungere quasi il 100% sul punto più esterno della superficie, così l'occhio è a contatto solo con un morbido cuscinetto umettante, che minimizza l'interazione della lente con i delicati tessuti oculari<sup>3,4</sup>.



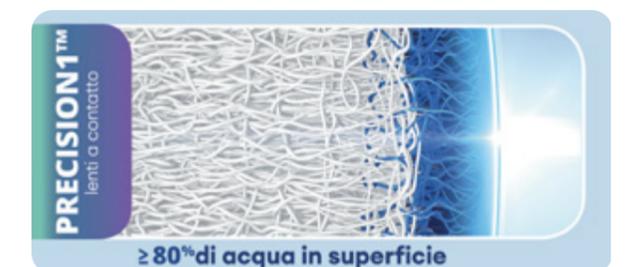
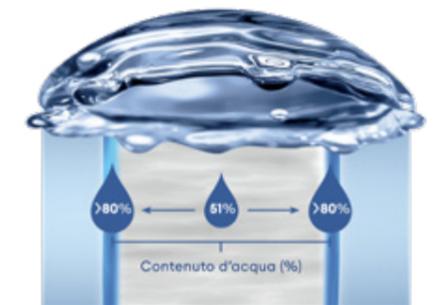
**TOTAL30™** è la lente a contatto mensile - disponibile in versione sferica e torica - che è così comoda che è quasi come non averla, fino al giorno 30<sup>32,36</sup>. TOTAL30™ unisce l'innovativa tecnologia del Gradiente Acqueo con l'esclusiva tecnologia biomimetica CELLIGENT® che imita la struttura

della superficie corneale<sup>34,37</sup> ottimizzando le prestazioni della lente. Questa tecnologia aiuta inoltre a ridurre l'adesione dei batteri e lipidi che, trovandosi in difficoltà a penetrare o ad accumularsi alla superficie, vengono spazzati via nel film lacrimale<sup>34,38-41</sup>.



### PRECISION1: LENTI A CONTATTO CON TECNOLOGIA SMARTSURFACE™

Le lenti a contatto giornaliere **PRECISION1™** - sferiche e toriche - grazie alla tecnologia Smartsurface™ offrono un comfort elevato anche dopo 16 ore<sup>42-44</sup>. La tecnologia Smartsurface® crea uno strato ultrasottile umettato, dalle elevate prestazioni, con un contenuto d'acqua sulla superficie della lente superiore all'80%<sup>45</sup>. Questa tecnologia aiuta a mantenere la lente idratata e il film lacrimale stabile, offrendo comfort elevato per tutta la giornata<sup>45-46</sup>.



Le lenti giornaliere **TOTAL1™** - sferica, multifocale e torica - sono disponibili in confezioni da 30 e 90 lenti per la vendita e 5 lenti per la prova.

Le lenti mensili **TOTAL30™** - sferica e torica - sono disponibili in confezioni da 3 e 6 lenti per la vendita e 1 lente per la prova.

Le lenti giornaliere **PRECISION1™** - sferica e torica - sono disponibili in confezione da 30 e 90 lenti per la vendita e 5 lenti per la prova.

Sono dispositivi medici CE0123. Per l'utilizzo, la manutenzione, le precauzioni, le avvertenze, le controindicazioni e gli effetti indesiderati, consultare le istruzioni d'uso. ©2023 Alcon. IT-DT1-2300018. I marchi commerciali sono di proprietà dei rispettivi titolari.

INQUADRA IL QR CODE PER LE REFERENZE



MARK'ENNOVY

# Il Myopia Management ha un nuovo alleato

**MYLO È LALENTE A CONTATTO DISPOSABILE MENSILE IN SILICONE HYDROGEL, APPOSITAMENTE PROGETTATA PER IL CONTROLLO DELLA PROGRESSIONE MIOPICA ED È IDEALE ANCHE PER I PORTATORI ASTIGMATICI.**



Alla nascita, l'occhio umano misura circa 17 mm dalla parte anteriore a quella posteriore, una misura indicata come lunghezza assiale. La crescita dell'occhio è più accelerata durante il primo anno di vita, raggiungendo una lunghezza assiale di circa 21 mm. La crescita rallenta quindi fino all'adolescenza, momento in cui la lunghezza assiale si stabilizza intorno ai 23-24 mm.

Un occhio miope è diverso, in quanto la sua lunghezza assiale continua a crescere in modo sproporzionato. Ciò causa una visione offuscata a distanza perché la luce viene messa a fuoco di fronte alla retina.

Su scala globale, la **miopia** colpisce attualmente circa il **33%** della popolazione. Anche se questo è già un tasso preoccupante, la futura prevalenza della miopia è ancora più allarmante, con il 50% della popolazione mondiale proiettata a essere miope entro il 2050.

Si prevede che la prevalenza della miopia in Europa seguirà

la tendenza globale, riclassificando la miopia, dall'errore di rifrazione, all'epidemia<sup>3</sup>.

## DA MARK'ENNOVY ARRIVA MYLO

**MYLO** è una lente a contatto personalizzata in Silicone Hydrogel, appositamente progettata per il controllo della progressione miopica. È costruita con la tecnologia brevettata Extended Depth of Focus (EDOF) del Brien Holden Vision Institute, che rallenta la progressione della miopia e consente un agevole adattamento alla lente, migliorando l'esperienza generale di utilizzo.

MYLO è una lente a contatto disposable mensile con un elevato contenuto di acqua e un basso coefficiente di frizione, che si combinano per migliorare il comfort durante tutto il giorno. Se un'adeguata gamma di sfere, cilindri e assi è essenziale per soddisfare le esigenze dei vostri portatori astigmatici, lo è ancora di più quando vi viene affidato il

compito di salvaguardare la salute futura degli occhi dei vostri portatori astigmatici nel **Myopia Management**. MYLO, lente a contatto morbida on-label per la gestione della miopia, è disponibile in una gamma completa di sfere, cilindri e assi. Grazie a questa nuova soluzione, **non è più necessario scendere a compromessi sul Myopia Management per i portatori astigmatici.**

Questo è importante perché:

- Circa 1/3 dei potenziali portatori di lenti a contatto è astigmatico<sup>1</sup>.
- La prevalenza dell'astigmatismo è doppia nei miopi rispetto alle ipermetropi<sup>1</sup>.

Inoltre, la sottocorrezione dell'astigmatismo di un portatore peggiora il suo comfort visivo soggettivo<sup>2</sup>, che può essere dannoso per quanto riguarda l'efficacia sul controllo della progressione miopica.

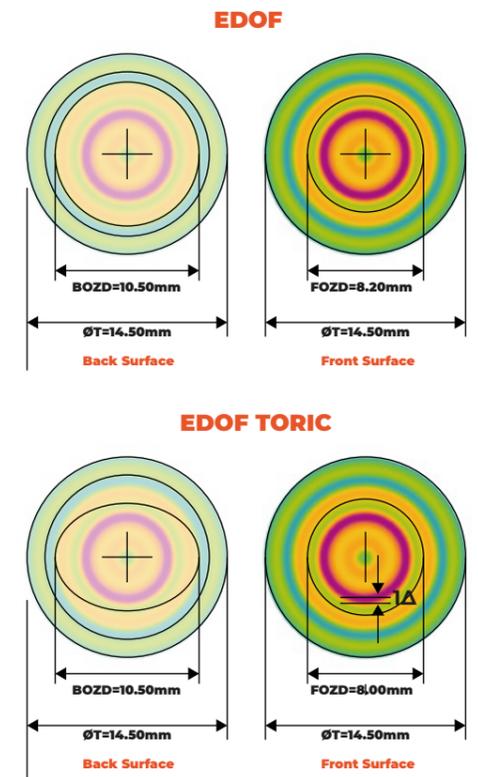
## ALCUNI FATTI IMPORTANTI SU MYLO:

- Marchio CE per la gestione della miopia nel 2019.
- Fino a cilindri di -8,00 e assi con step di 1°.
- Materiale in silicone idrogel ad alta idratazione.
- Consegna rapida (spedizione in 3-5 giorni lavorativi).

Mark'ennovy comprende l'importanza di ottenere la più precisa soluzione torica per i portatori e mira a essere il partner per tutte le applicazioni di Myopia Management.

PARAMETRI	
Curve Base	7.10 a 9.80 (0.30)
Diametri	13.50 a 15.50 (0.50)
Sfere	-0.25 a -15.00 (0.25)
Cilindri	-0.75 a -8.00 (0.25)
Assi	Tutti (1°)

MATERIALE	
Tipo	Filcon 5B (60) [75%]
DK (ISO 9913-1-1998)	60
DK/t (-3.00 D)	50
Idratazione	75%
CT (-3.00 D)	0.12
CoF	0.02
Modulo (MPa)	0.33
Filtro UV	Classe 1
Tinta di visibilità	Blu
Confezioni	3 & 6
Processo produttivo	Tornitura



## BIBLIOGRAFIA

1. Young G, Sulley A, Hunt C. Prevalence of astigmatism in relation to soft contact lens fitting. Eye Contact Lens. 2011 Jan;37(1):20-5. doi: 10.1097/ICL.0b013e3182048fb9. PMID: 21178696.
2. Morgan PB, Efron SE, Efron N, Hill EA. Inefficacy of aspheric soft contact lenses for the correction of low levels of astigmatism. Optom Vis Sci. 2005 Sep;82(9):823-8. doi: 10.1097/01.opx.0000177792.62460.58. PMID: 16189492.
3. Holden et al. Global Prevalence of Myopia and High Myopia and Temporal Trends from 2000 through 2050. Ophthalmology. May 2016.

## QUALCHE INFO SU MARK'ENNOVY

Mark'ennovy si dedica all'innovazione e a un approccio lungimirante nei confronti dei prodotti, della ricerca e dell'applicazione delle lenti a contatto. Il portafoglio prodotti dell'azienda è uno dei più ampi disponibili con una combinazione impareggiabile di materiali, parametri e geometrie, rivolti esclusivamente ai professionisti della visione.

Per ulteriori informazioni contatta il nostro team di supporto tecnico dedicato:  
**Tel.: 800.719.481 (dal lunedì al venerdì dalle 9:00 alle 13:00 e dalle 14:00 alle 18:00)**  
**Mail: ordini@markennovy.com**

OPTO<sub>x</sub>

# Migliora il rapporto con le tue lenti a contatto

È ORMAI NOTO CHE LA METÀ DEI **PORTATORI** RIFERISCE **DISCOMFORT** DURANTE L'USO DELLE **LENTI A CONTATTO**.

Secondo l'ultimo workshop internazionale sul discomfort da lenti a contatto, la difficoltà del porto a causa della secchezza oculare è stata stimata intorno al 50% sulla totalità dei portatori, si tratta quindi di una condizione che incide sulla vita di milioni di persone in tutto il mondo.

Durante il workshop, in primo luogo, si è definito scientificamente che il discomfort da lenti a contatto è una condizione caratterizzata da sensazioni oculari avverse, episodiche o persistenti, legate all'uso delle lenti, con o senza disturbi visivi, derivante da una ridotta compatibilità tra lente a contatto e ambiente oculare, che può portare a una riduzione del tempo di utilizzo o ad abbandonarne l'uso.

È pur sempre vero che i parametri delle lenti a contatto e le caratteristiche strutturali dei materiali delle lenti rivestono un ruolo importante nella loro tolleranza, tuttavia, nello specifico dei casi in cui il film lacrimale risulta instabile, la soluzione migliore resta l'ausilio delle lacrime artificiali.

Ulteriori studi effettuati, hanno dimostrato che la associazione di Lipidure con Ipromellosa, assicura maggiore protezione sia sulla superficie oculare che sulle lenti a contatto.

Per le cellule ex vivo è stato effettuato lo stesso test e i risultati sono stati molto simili, il complesso Lipidure+Ipromellosa è risultato la soluzione più protettiva in assoluto.

Visti gli ottimi risultati di questi test, **OPTO<sub>x</sub>** ha deciso di realizzare una soluzione oftalmica altamente innovativa: **OPTOprolens<sup>®</sup>**.



**OPTOprolens<sup>®</sup>** è una soluzione idratante e lubrificante a base di Lipidure e Ipromellosa per il trattamento dei disturbi oculari causati da insufficienza lacrimale, da stress ambientale, in particolare nei portatori di lenti a contatto. Nello specifico:

#### LIPIDURE

- Grazie alla sua elevata igroscopicità migliora l'idratazione delle lenti a contatto morbide.
- Riduce l'evaporazione dell'acqua contenuta nella struttura delle lenti a contatto morbide.
- Aumenta la bagnabilità delle lenti a contatto RGP, migliorando il comfort durante il porto.
- Protegge l'epitelio corneale dalla disidratazione che può avvenire durante il porto prolungato delle lenti a contatto.

#### IPROMELLOSA

- Regola l'evaporazione dello strato acquoso del film lacrimale.
- Forma uno scudo protettivo pre-corneale trasparente, senza appannamento.

Grazie alle sue caratteristiche, quindi, **OPTOprolens<sup>®</sup>** è indicato per qualsiasi tipo di lente e portatore: lenti morbide e RGP, portatore assiduo e saltuario, porto prolungato e breve; soprattutto in caso di condizioni sfavorevoli come secchezza oculare, uso di videoterminali, ambienti secchi, vento, fumo, smog, ecc. Un'ulteriore innovazione presente in **OPTOprolens<sup>®</sup>** è il nuovo flacone con tecnologia OSD (Ophthalmic Squeeze Dispenser), che garantisce la sterilità della soluzione nonostante sia assolutamente privo di conservanti, infatti, grazie a questa novità, **OPTOprolens<sup>®</sup>** è la soluzione ideale anche per chi ha occhi molto sensibili o soffre di allergie.

Il ruolo dell'Ottico/Optometrista è fondamentale in questi casi, perché deve sempre ricordare ai propri clienti l'importanza di mantenere le lenti a contatto e la superficie oculare idratate e protette.

**OPTOprolens<sup>®</sup> migliora il rapporto con le tue lenti a contatto e protegge i tuoi occhi.**

SOLEKO MENICON GROUP

# Le potenzialità dell'ortho-k

IL PROGRAMMA **MENICON BLOOM** MIRA A MIGLIORARE LA CONSAPEVOLEZZA IN **ORTOCHERATOLOGIA**.

La miopia sta aumentando e per gestire la progressione della miopia nei bambini, dobbiamo andare oltre la semplice correzione. Dobbiamo muoverci verso un sistema completo, che i bambini possano facilmente usare in sicurezza e praticità.

L'ortocheratologia è nota per la sua efficacia nel controllo e la gestione proattiva della miopia infantile, mettendo al primo posto la salute degli occhi.

Numerosi studi e meta-analisi indicano la capacità dell'**ortho-k** di rallentare la crescita assiale dell'occhio di circa la metà rispetto a quella di un bambino con correzione visiva singola. I dati dei sondaggi condotti tra i professionisti indicano che l'ortho-k è percepito come il metodo più efficace per il controllo della miopia. Inoltre, ha anche la particolarità di essere l'unico trattamento con prove di rallentamento della crescita aniso-miopica dell'occhio, in presenza di astigmatismo fino a 3,50DC e per il trattamento parziale di miopi elevati da -6,00D a -8,00D. La tecnica dell'ortho-k esiste da decenni e, sebbene attualmente abbia tassi di prescrizione relativamente bassi in tutto il mondo, il suo utilizzo è in crescita. La sicurezza è citata come una potenziale barriera per gli specialisti della visione che non hanno ancora adottato l'ortho-k e anche come motivo di interruzione dell'uso, ma un recente sondaggio statunitense tra i professionisti che applicano le lenti ortho-k ha rilevato che il profilo di sicurezza è elevato nella pratica, con *"l'86% degli intervistati che ha riferito che la cheratite microbica è stata riscontrata raramente o mai"*.

## PERCHÉ LA COMPLIANCE È IMPORTANTE NELL'ORTHO-K?

Non c'è dubbio che la sicurezza venga ottimizzata garantendo la compliance del paziente. Prescrivere l'ortho-k per il controllo della miopia significa che chi indossa le lenti è tipicamente un bambino: di conseguenza, non solo il portatore ma anche i genitori sono coinvolti nella compliance. L'ortocheratologia è un processo a più fasi e il suo utilizzo richiede cambiamenti comportamentali

quotidiani. L'educazione del paziente richiede diverse fasi: la necessità di indossarle ogni notte, la necessità di dormire 6-8 ore, la pulizia e la conservazione e gli appuntamenti di follow-up. In un'indagine condotta in Cina su 400 portatori di età compresa tra i 9 e i 22 anni, solo il 18,5% è risultato essere pienamente conforme a tutti i protocolli di sicurezza e igiene. L'età, il sesso o la durata dell'esperienza di utilizzo non hanno influenzato i livelli di conformità. Un dato importante emerso da questa indagine è che i bambini che sono gli unici responsabili della cura delle lenti sono in minor numero rispetto ai bambini che vengono supervisionati o assistiti dai genitori.

La non conformità non è il risultato di una volontà intenzionale di non rispettare le regole, né tantomeno di una mancata azione: piuttosto, deriva per lo più da un'esecuzione incompleta o impropria dei protocolli. L'esecuzione incompleta delle fasi di applicazione delle lenti ortocheratologiche può essere il risultato di protocolli di pulizia scomodi e macchinosi: per questo motivo, è importante raccomandare prodotti facili da usare, oltre che efficaci. L'esecuzione incompleta dei protocolli può essere il risultato di un'educazione inadeguata del portatore, di una comunicazione inefficace tra il professionista della visione, il portatore e i genitori o semplicemente di disattenzione e dimenticanza. Per questo motivo, è utile ricordare ai pazienti e ai loro genitori questi processi essenziali a ogni appuntamento di follow-up e rafforzarne l'importanza. Idealmente, le istruzioni e l'assistenza per le fasi di adempimento dovrebbero poter essere fornite, se necessario, tra un appuntamento e l'altro per rafforzare i protocolli.

## QUANTO È SICURA L'ORTHO-K?

Il rischio di cheratite microbica nei bambini che indossano le ortho-k si aggira intorno a 1-2 casi su 2.000 portatori all'anno. In ambito clinico, uno studio che ha valutato i risultati dell'ortocheratologia rispetto all'uso di lenti a contatto morbide nei bambini non ha riscontrato alcuna differenza nel tasso di eventi avversi nel corso di 10 anni di utilizzo. Circa il 10% dei portatori



INIZIA UNA NUOVA ERA  
PER LA GESTIONE DELLA  
MIOPIA..

VEDIAMO FIORIRE  
LA LORO  
IMMAGINAZIONE

Menicon  
**BLOOM™**

ha sperimentato qualche evento avverso nel corso di questo periodo di follow-up di 10 anni, ma si è trattato principalmente di problemi di congiuntivite e macchie corneali, clinicamente lievi, e in questo studio non sono stati osservati casi di cheratite microbica.

## COME POSSIAMO OTTIMIZZARE LA SICUREZZA NELL'ORTHO-K?

Un'efficace comunicazione clinica in studio sui processi di manutenzione delle lenti dovrebbe essere rafforzata da istruzioni e supporto a cui il paziente e i suoi genitori o accompagnatori possano accedere tra un appuntamento e l'altro. Le lenti ortho-k trattengono un maggior numero di batteri rispetto alle tradizionali lenti gas-permeabili, a causa dei loro particolari cambiamenti di curvatura. Ciò significa che l'accumulo di biofilm e microrganismi deve essere gestito in modo adeguato attraverso pratiche igieniche e di manutenzione delle lenti ottimizzate. Queste procedure includono le soluzioni per le lenti: una soluzione multiuso per la manutenzione delle lenti può essere utilizzata per la pulizia, la disinfezione, la conservazione e il risciacquo delle lenti per l'uso quotidiano. Gli specialisti dovrebbero incoraggiare l'uso della tecnica "strofina e risciacqua", in base alla quale i portatori strofinano le lenti a contatto durante la pulizia e le risciacquano con la stessa soluzione, in quanto ciò rimuove i depositi in modo più efficace. Inoltre, dovrebbe essere consigliata anche una soluzione

dedicata alla rimozione dei depositi proteici. Questi prodotti e queste procedure devono essere spiegati adeguatamente per garantire la conformità. L'ortocheratologia è una delle tecniche più studiate e consolidate per il controllo della miopia. Quando un giovane paziente e i suoi genitori scelgono l'ortocheratologia, si impegnano in un trattamento che può migliorare significativamente l'autostima e lo stile di vita, ma che richiede anche un cambiamento nelle abitudini quotidiane. In ortocheratologia la compliance è fondamentale per ottenere i risultati visivi e mantenere gli occhi in buona salute. Per il professionista della visione, migliorare la comunicazione in studio e il supporto al paziente tra un appuntamento e l'altro, nonché comprendere le ragioni della mancata compliance del paziente, aiuterà a superare questi problemi e a ottimizzare le probabilità di successo dell'ortho-k. È essenziale aumentare la consapevolezza della miopia infantile e delle possibili opzioni di gestione. Con un mondo visivo ricco e vibrante di immaginazione, Menicon vuole rendere facile e rassicurante per i genitori e per i professionisti della visione introdurre le lenti **Menicon Bloom™** nella routine dei bambini. E mentre gli adulti sono affascinati dall'innovazione di queste lenti, i bambini sperimentano la magia di una visione nitida e sono liberi di immaginare, inventare e creare.

**Per informazioni sul programma Menicon Bloom™ e i prodotti correlati contattaci o visita [www.menicon.it](http://www.menicon.it)**

ZEISS VISION CARE

# La formazione come strumento per differenziare la proposta delle Lac

GRAZIE AL SERVIZIO DI **TRAINING** DEDICATO ALL'OTTICO OPTOMETRISTA E AL **PROTOCOLLO APPLICATIVO** SVILUPPATO CON ESPERTI DEL SETTORE, **ZEISS** PUNTA SULLA LEVA DIFFERENZIANTE DEL SERVIZIO ANCHE NELL'OFFERTA DI LENTI A CONTATTO.

In un mercato, quello delle lenti a contatto, sostanzialmente piatto, all'interno del quale gioca un ruolo ancora troppo centrale la leva del prezzo, **ZEISS Vision Care** ha deciso di investire in controtendenza, puntando sulla professionalità dell'ottico optometrista e sul servizio al cliente finale.

La scelta è frutto di una precisa strategia che vede il Gruppo investire in maniera crescente nello sviluppo delle competenze dei centri ottici partner: a partire dal lancio del programma di partnership, passando attraverso il nuovo portale formativo **ZEISS Academy**, l'azienda punta sempre di più a rafforzare le competenze tecniche e relazionali degli ottici optometristi per consentire loro di approcciare la clientela finale con maggiore professionalità e competenza, oltre che con strumenti in grado di soddisfare anche i clienti più esigenti. In questa filosofia rientra quindi anche la nuova proposta in ambito lenti a contatto, in particolare per le **CONTACT DAY 1 MULTIFOCAL ZEISS**, ideali per facilitare il portatore nel passaggio dalla lente monofocale



Daniel Squicciarri, Key Account Contattologia di ZEISS Vision Care Italia

a quella multifocale. Si tratta infatti di uno speciale tipo di lente a contatto sviluppato per alleviare i disturbi visivi causati dal frequente utilizzo di dispositivi digitali: è in grado di fornire un'altissima qualità nella visione da lontano (Center Distance) e una variazione delle curvature nelle aree periferiche da utilizzare come supporto all'accomodazione nella visione prossimale. Inoltre, la capacità umettante assicurata dal materiale bio-compatibile con cui è costruita questa lente assicura un comfort ideale anche quando viene indossata per tutta la giornata.

Trattandosi di una lente molto specifica, ideale per giovani presbiti (30-45 anni) ma non per presbiti consolidati (Add. > 2.50), ZEISS ha deciso di supportare i Centri Ottici partner offrendo un **servizio di formazione sul protocollo applicativo** in due modalità a scelta: online o in presenza, all'interno del proprio negozio. Il consulente ZEISS, forte di un'esperienza trentennale nel settore, affianca l'Ottico Optometrista nella gestione e applicazione delle lenti multifocali **CONTACT DAY 1 ZEISS** durante una giornata di invito alla prova (i cosiddetti FITTING DAY) con i consumatori finali. Per tutta la giornata, si occupa di mostrare nella pratica la sua metodologia di lavoro e alla fine del training resta a disposizione dell'ottico per l'attività di follow up dei casi che sono stati gestiti insieme durante la giornata formativa.

"Professionalità e differenziazione", spiega **Daniel Squicciarri, Key Account Contattologia di ZEISS Vision Care Italia**, "queste sono secondo noi le parole chiave che possono consentire al centro ottico di fare un salto di qualità nella proposta di lenti a contatto usufruendo di

## Professionalità e differenziazione



questo servizio. Offrendo alla propria clientela un invito alla prova e di grande attenzione, affiancato da un professionista qualificato, l'ottico si posiziona come esperto e punto di riferimento per il cliente, in grado di gestire anche difetti non convenzionali".

ZEISS offre questo servizio a tutti i centri ottici partner, sull'intero territorio nazionale: i professionisti

contattologi selezionati dall'azienda sono a disposizione per incontri in presenza o online, a scelta del singolo centro ottico, con la possibilità di essere seguiti anche nel tempo per continuare nel percorso di valorizzazione della professionalità dell'ottico optometrista, in primis, e della fidelizzazione della clientela, in seconda, ma non meno importante, battaglia.



Paola Ferrario

# UN VIAGGIO IMMERSIVO NEL LUSO

LA PRESTIGIOSA CORNICE DI **LE CAVALLERIZZE, MUSEO DELLA SCIENZA E DELLA TECNICA** A MILANO, HA FATTO DA SFONDO DAL 2 AL 9 FEBBRAIO AL PRIMO APPUNTAMENTO DI **THÉLIOS** CON I SUOI CLIENTI.





●  
 DURANTE LA  
 CONVENTION DELLA  
 REALTÀ EYEWEAR  
 DEL COLOSSO  
 DEL LUSSO **LVMH**  
 È STATA SVELATA  
 IN ANTEPRIMA  
 MONDIALE L'EDIZIONE  
 COMPLETA  
 DELLA **SUMMER  
 COLLECTION 2023**





con cui condivide obiettivi comuni. La strategia di allestire eventi autonomi nasce infatti dalla necessità di rappresentare al meglio la portata dei brand a clienti selezionati. Il legame tra Thélios e i suoi clienti è indubbiamente molto forte e si contraddistingue per la piena condivisione degli obiettivi tra industria e retail. Non è un caso che la rete distributiva di Thélios sia altamente selettiva, in linea quindi con il posizionamento delle Maison del Gruppo LVMH.

#### IL PERCORSO ESPOSITIVO DELLA CONVENTION DI MILANO

Celine ha aperto l'allestimento con i suoi occhiali in cui il concetto di lusso è stato espresso attraverso forme futuristiche, modelli minimal con logo in primo piano e proposte monocromatiche. Sempre lusso e continuità d'intenti con la Maison sono stati portati alla luce all'unisono nel secondo spazio dedicato questa volta a Fendi. Le citazioni con gli altri accessori della casa di moda romana non sono mancate, tra di esse l'iconica borsa Fendi First. Torna anche a Milano, dopo avere incantato la platea parigina, l'allestimento floreale di Dior. Anche qui le citazioni con le borse si ritagliano uno spazio e vedono protagonista la Lady Dior. Fred ha trovato spazio di fronte a Dior. Fiore all'occhiello di questo brand è la Limited Edition di soli 100 pezzi in oro 18k. A incantare la platea ci ha pensato Loewe con un'esposizione super ludica e colorata. Tra i protagonisti la capsule Paula's Ibiza con frontale a effetto tridimensionale. Non poteva non trovare spazio la natura nell'esposizione dedicata a Kenzo e la sostenibilità in quello di Stella McCartney. Infine, Givenchy ha espresso il suo DNA innovativo affidandosi alla stampa 3D. Senza dubbio Thélios ha portato il suo gusto francese e la sua capacità di creare lusso in una cornice tutta italiana. Perché, non dimentichiamolo, questi piccoli gioielli per gli occhi nascono in Italia, nella Manifattura di Longarone, somma di tecnologia ed efficienza del Distretto dell'occhiale.



Dopo la convention di Parigi all'Hotel Potocki nel settembre 2022 dedicata alla preview delle collezioni primaverili, **Thélios** è approdato all'inizio di febbraio al Museo della Scienza e della Tecnica di Milano per presentare le collezioni primaverili. In uno spazio simbolico in centro a Milano, situato a pochi passi dalla basilica di Sant'Ambrogio, l'azienda ha accolto su una superficie espositiva di ben 1.600 mq i clienti provenienti da oltre 30 Paesi. La convention meneghina ha rappresentato il primo evento del 2023 in cui la Maison ha incontrato la selezionata rete degli ottici scelti per fare parte del suo esclusivo circuito. Sono infatti quattro gli appuntamenti annuali durante i quali il "braccio"

dell'eyewear del gruppo LVMH svela le sue collezioni: Milano a febbraio, New York a marzo, Roma a maggio e, per chiudere il cerchio, Parigi a settembre. Minimo comune denominatore di questi meeting sono le location di grande prestigio impreziosite da un layout espositivo coinvolgente, in cui viene espresso appieno lo spirito delle Maison di LVMH. Inappuntabile è la capacità di Thélios nel sapere creare delle mini boutique in cui viene offerta agli ospiti un'esperienza immersiva nelle Maison del gruppo: **Dior, Fendi, Celine, Givenchy, Loewe, Stella McCartney, Kenzo e Fred**. In questi luoghi di prestigio, l'azienda italo-francese riesce a creare momenti di scambio tra i clienti e gli stakeholder

EQUIPE PROJECT

PER MAGGIORI INFORMAZIONI



# Consigli per un concept di stile

**EQUIPE PROJECT** VALORIZZA LA PROFESSIONALITÀ NEL CENTRO OTTICO ATTRAVERSO UN **PROGETTO RAZIONALE ED EMOZIONALE.**



L'idea, lo stile, il disegno, l'atmosfera e la funzionalità rappresentano la base su cui realizzare l'allestimento del punto vendita. Non è comunque semplice definire quale sia l'immagine più adatta: va trovato il giusto equilibrio tra emozione, professionalità, esigenze funzionali del gestore e il target della clientela di riferimento. Un capace interior designer è in grado di rendere coerente un'ispirazione per tradurla nella sua realizzazione pratica.

**Equipe Project**, seguendo tutti questi dettami, progetta e realizza completamente su misura l'allestimento del punto vendita ed è quindi l'interlocutore per interpretare lo stile più adatto.

## COME SI AGISCE NELLA PRATICA?

Equipe Project concretizza i gusti e le esigenze dell'ottico professionista allestendo spazi unici con stili originali, disegnati ad hoc, combinando infinite possibilità cromatiche, materiali e forme.

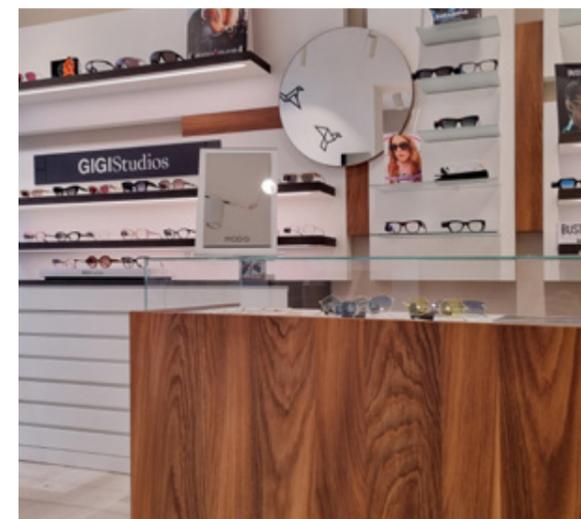
L'ottico che si rivolge ai designer dell'azienda è accompagnato nella realizzazione del proprio spazio.

Qualora lo si desidera, si possono fornire immagini che lo ispirano oppure scegliere tra la grande galleria di realizzazioni sul sito in modo che i designer possano inquadrare i gusti e i desideri. Verranno poi analizzati spazi geometrici ed esigenze di esposizione e lavoro attraverso layout in pianta e immagini 3D. Contemporaneamente, verranno proposte e affinate le scelte dei materiali e dei colori visualizzabili su campioni e attraverso le immagini tridimensionali dello spazio ideato. Equipe progetterà non solo gli arredi, ma anche l'illuminazione, la pavimentazione, le finiture murali, i complementi di arredo: un allestimento "chiavi in mano". Per cercare l'ispirazione giusta, è sufficiente curiosare nella galleria dei progetti sul sito [www.equipeproject.it/portfolio/](http://www.equipeproject.it/portfolio/) dove ci sono tanti "consigli di stile", perché, a partire da un'ispirazione, l'ottico possa immaginare uno spazio veramente in linea con il suo sentire e con le esigenze della sua clientela.

**Per maggiori informazioni:**  
[www.equipeproject.it](http://www.equipeproject.it) - Tel. +39 02 9965302

## OTTICA DI PILATO SERENA (MOLFETTA-BA): LEGNO CALDO E RAZIONALITÀ

IL CALORE DEL LEGNO È INTRAMONTABILE ANCHE NEL CONTESTO DI UN ARREDO CONTEMPORANEO. GEOMETRIE LINEARI MA NON MINIMALI CARATTERIZZANO LO SPAZIO. UN DETTAGLIO RENDE UNICO OGNI ARREDO, DAI CUBETTI DISTANZIALI TRA LE MENSOLE, AI MASSELLI DIVISORI TRA I PANNELLI. LA PARETE DI FONDO DECORATIVA È CARATTERIZZATA DA CARTA DA PARATI ED ESPOSITORI-SPECCHIO CHE CATTURANO LA LUCE E LO SGUARDO.



## OTTICA 22 MARZO (MILANO-MI): INDUSTRIALE, ANZI INUSUALE

IL TUBOLARE DI FERRO NERO SUGGERISCE UNO STILE INDUSTRIALE, MA IL SUO UTILIZZO IN ELEMENTI COME LE CORNICI RENDE IL PROGETTO CONTEMPORANEO. I COLORI CARATTERIZZANO L'AMBIENTE RINFRESCANDOLO CON IL VERDE E IL SENAPE. UN TOCCO PARTICOLARE SI DEVE ALLA FINITURA BAMBÙ ABBINATA AL TONO DEL CEMENTO. UN MIX INUSUALE CHE CREA UNO STILE UNICO. PERFETTO PER UN AMBIENTE FORTEMENTE VARIEGATO.

ICAS

# Un punto di riferimento

LA CULTURA DEL **PRODOTTO** E DEL **DESIGN** A ICAS HA PERMESSO DI IMPORSI SUI **MERCATI INTERNAZIONALI** ATTRAVERSO SOLUZIONI **INNOVATIVE** E DI **TENDENZA**.

Perseguendo i valori di innovazione, di qualità, di ricerca e di sostenibilità, Icas è nota a livello internazionale per la produzione di cassette e di complementi d'arredo per ottici, farmacie e gioiellerie. All'inizio si era imposta sui mercati con cassette in ferro con un rullino, poi è diventata pioniera nella produzione dei cuscinetti a sfera, garanzia di un servizio migliore, e dell'utilizzo dell'alluminio, materiale ideale per garantire robustezza e maneggevolezza, solidità e leggerezza. Attualmente Icas esporta in 50 Paesi, passando dall'Europa al Sud Africa.

## QUAL È LA STORIA DI ICAS? LA RACCONTA IN ESCLUSIVA A P.O. UMBERTO CABINI, CEO E SOCIO FONDATORE DELL'AZIENDA

"Icas nasce negli anni Sessanta, in pieno boom economico. Mio padre Augusto decise di mettersi in proprio e fondò la Cabini & C., realtà produttrice di mobili metallici per l'ufficio anche conto terzi. Dopo alcuni anni, si rese conto che c'era una possibilità di sviluppo anche nel campo della farmacia e iniziammo a penetrare questo settore. Nel 1974, a soli 54 anni, mio padre è mancato improvvisamente e mi sono trovato a gestire l'azienda: ai tempi avevo una galleria d'arte... e sono stato catapultato in un mondo completamente diverso! Mi resi conto che il settore dell'ufficio si stava esaurendo e, girando per i mercati europei, notai che c'era un forte potenziale in un comparto più ricco, dove c'era anche la figura del professionista: l'ottica.



*Nel 1978 abbiamo quindi lanciato le prime cassette per i negozi insieme all'Architetto Rizzi, con cui ero in società. Nel 1982 ho deciso di aprire Icas".*

## ICAS PONE GRANDE ATTENZIONE ALLA TEMATICA DELLA SOSTENIBILITÀ

Fin dai suoi arbori, Icas ha posto attenzione alla sostenibilità: dal metallo è passata alla produzione in alluminio, materiale riciclabile. "L'alluminio è più caro, si sa, ma noi vendiamo qualità, e non possiamo farne a meno", ha sottolineato Umberto Cabini.

## I PRODOTTI: OPTICA TAXIS E AXON

Con **Optica Taxis**, per la prima volta, sono stati progettati cassette in alluminio per cuvette, buste e lenti. L'alluminio è stato preferito per le sue doti di eleganza, leggerezza e riciclabilità. Le nuove cuvette

in materiale plastico vellutato con impugnature ergonomiche, sono state studiate per soddisfare tutte le esigenze del negozio di ottica. A esse è stata aggiunta una cuvette per contenere i flaconcini delle lenti a contatto. Le nuove cassette possono essere realizzate in tre modi: Struttura autoportante modulare forata passo 35mm. Dotata di piedini regolabili e fornita in differenti altezze; struttura ad incasso forata passo 35mm. progettata per essere inserite direttamente nei banchi vendita oppure in mobili contenitore, cassetto con guide da avvitare direttamente nel mobile.

## AXON

Il sistema di arredo per punti vendita di ottica **Axon** è un progetto modulare che prevede cassette per contenere la varietà tipica dei prodotti ottici, ai quali si aggiungono: cassette, espositori, ripiani. Axon Ottica è il sistema che soddisfa qualsiasi esigenza nei progetti d'arredo e di interior del settore.

# TutorNET

ENTRA NEL NOSTRO MONDO

## VISION Easy

by TutorNET



Centratore senza Totem e iPad scatti con lo **smartphone** e prosegui sul **computer**

## ZerO



## ZerO

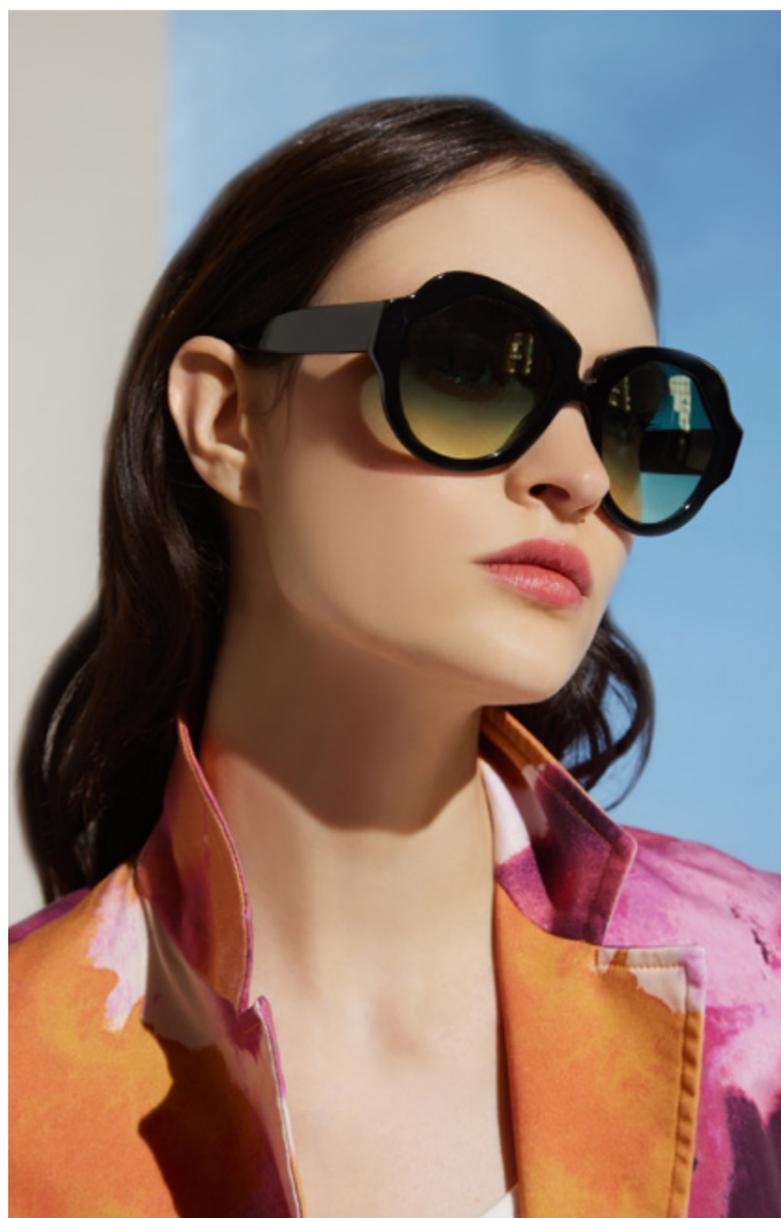
Dispositivo **brevettato** per rilevare le altezze rispettando la postura naturale



CAFÈNOIR | OPTO TEAM

# L'avanguardia incontra le emozioni

**CAFÈNOIR È UN PROGETTO TUTTO ITALIANO NELLA CREATIVITÀ, NELL'IMPEGNO E NELL'AMORE VERSO IL PRODOTTO.**



Nel 1999, nel cuore del più importante distretto toscano della moda e delle calzature, nasce **CAFÈNOIR**. L'azienda si impone fin da subito sul mercato grazie alla produzione di scarpe, abbigliamento, borse e accessori di tendenza. Il know-how nella ricerca e sviluppo unito a innovative strategie di marketing sono stati il mix vincente per la creazione di un marchio a 360°. CAFÈNOIR ha infatti raggiunto una notorietà molto elevata intraprendendo anche un'attività di licensing con produttori di qualità come occhiali da sole e da vista e di calzature bambina.

#### LA LINEA EYEWEAR

È con il lancio della collezione Spring Summer 2016 che l'azienda dà il via al progetto eyewear. Sin dal lancio, la collezione ha riscosso successo grazie alle sue ecletticità che la rende adatta ai gusti di un pubblico molto vasto. Gli occhiali, tutti alla moda e all'avanguardia, sono creati "sulla base di sentimenti ed emozioni", pensati per uno stile sia business che casual, proponendo versatilità e qualità allo stesso tempo. Le montature sono caratterizzate da un'infinita varietà di modelli e generi, differenze di stili e materiali, tutte dedicate a chi ama stare al passo con le ultime tendenze e tutte con il comune interesse per l'estetica e il design.

#### LA DISTRIBUZIONE

La linea CAFÈNOIR Eyewear è destinata esclusivamente al cliente ottico. Ha una distribuzione particolarmente omogenea dal sud al nord Italia ed è presente nei migliori centri ottici italiani.

# Armonia tra forma e materia.



Istituto Ottico Boselli - Reggio Emilia



**G&P Arredamenti Srl**

Via Newton, 29/1 41015 Nonantola MO - ITALIA - Tel +39 059 548659 - Fax +39 059 546832  
[info@gparredamenti.it](mailto:info@gparredamenti.it) - [www.gparredamenti.it](http://www.gparredamenti.it)

KAPORAL EYEWEAR | KEY OPTICAL EUROPE

# Moderni **must-have**

PER LA SS23 LA COLLEZIONE DA SOLE PER L'UOMO E LA PRIMA COLLEZIONE DA SOLE PER LA DONNA DI **KAPORAL** RACCHIUDONO TUTTO LO **SPIRITO GIOVANE** E **ANTICONFORMISTA** DEL BRAND. GLI OCCHIALI SONO STATI CONCEPITI E REALIZZATI PER LE GENERAZIONI CHE VOGLIONO CAMBIARE IL MONDO, PER CHI È ALLA RICERCA DI OCCHIALI DI TENDENZA DAL CARATTERE **RIBELLE**.

Per la **SS23** la collezione da sole per l'uomo e la prima collezione da sole per la donna di **Kaporal** racchiudono tutto lo spirito giovane e anticonformista del brand.

Gli occhiali sono stati concepiti e realizzati per le generazioni che vogliono cambiare il mondo, per chi è alla ricerca di occhiali di tendenza dal carattere ribelle.

## LA COLLEZIONE PER LA DONNA

Acetati bold e texture tartarugate per un look di tendenza. Questi elementi caratterizzano le proposte sole femminili. Il modello da sole **KANY** è un must-have moderno. Il doppio ponte in metallo dorato dona carattere alla forma rotonda in acetato disponibile in nero, in bianco marmorizzato e nel tortoise sui toni del marrone.

## I MODELLI PER L'UOMO

Forme pilot con ponte in metallo dallo stile urban e maschere in acetato dove il nero si fonde con le trasparenze del blu e del verde che caratterizzano le proposte maschili.



## DROLE

Design unico per l'iconica forma pilot rivista dove il ponte sottile in metallo crea giochi di spazi con l'acetato bold nell'inconfondibile modello DROLE, disponibile in nero con lenti blu e con effetto tartarugato in marrone e in grigio con lente tono su tono.



## DUCHEY

Moderna, squadrata e oversize, la maschera della Primavera/Estate 2023 è DUCHEY, dove l'acetato nero sposa il trasparente blu e verde, tono su tono con le lenti colorate. Disponibile anche in total black.



Le collezioni eyewear Kaporal sole e vista sono create e distribuite da **Key Optical Europe**.

**IN VENDITA NEI MIGLIORI  
NEGOZI DI OTTICA IN ITALIA.**

ORIGINAL VINTAGE SUNGLASSES

# Una nuova frontiera per il lusso

OCCHIALERIA E GIOIELLERIA SI ESPRIMONO ALL'UNISONO NEL PROGETTO **GEMINI** FIRMATO **ORIGINAL VINTAGE SUNGLASSES** E **BOULON**.

A **MIDO 2023 ORIGINAL VINTAGE SUNGLASSES** ha presentato in anteprima mondiale il modello **Gemini**, che rappresenta un ulteriore tassello nel processo di ricerca dell'azienda campana. Gemini è un nuovo concept che fonde occhialeria e gioielleria, mettendo al primo posto l'interazione con l'utente finale.

## ORIGINAL VINTAGE SUNGLASSES RAFFORZA IL LEGAME CON IL TERRITORIO

In questi anni il brand campano ha elaborato una serie di collezioni che hanno messo in luce in maniera eclettica differenti caratteri del proprio territorio. Con Gemini, nasce la prima collaborazione con un'altra eccellente realtà napoletana, che ha come caratteristica comune l'idea di prodotto personalizzato: **BOULON**.

## CHI È BOULON

BOULON è un brand di gioielli che ha creato un innovativo sistema di accessori intercambiabili, caratterizzati proprio dall'utilizzo di preziosi bulloni, che possono essere smontati e rimontati su tutti i prodotti del brand. Grazie a questo concept i clienti hanno la possibilità di personalizzare i gioielli.

## L'ESEGESI DI GEMINI

Il **proprietario** e **fondatore** del brand **Ciro Lago** e il **designer Ernesto Gravante** ci hanno raccontato com'è nata l'idea di questo progetto: "già con la collezione *Naples* (caratterizzata dal logo porta catena) avevamo iniziato a esplorare le possibili interazioni del mondo degli accessori con quello dell'occhialeria, ma è stato con il *Prochyta* (un modello contraddistinto da veri cammei incastonati sulle aste) che ci siamo affacciati per la prima volta a quello della gioielleria. Ed è stato proprio al completamento di quest'ultimo che abbiamo ipotizzato quanto sarebbe stato soddisfacente se avessimo dato al cliente la possibilità non solo di sfoggiare quei gioielli sugli occhiali, ma anche di indossarli singolarmente. Così archiviato il *Prochyta*, ci siamo messi alla ricerca di una maniera per poterlo fare in un nuovo progetto, ed è lì che ci siamo imbattuti in **BOULON**. La cosa che troviamo più interessante è stato il fatto che i gioielli di questo brand fossero tutti compatibili tra loro, e quindi portavano a un livello ancora più elevato la nostra idea di indossabilità del prodotto".

## L'INCONTRO CON IL GIOIELLIERE MIMMO ROCCO

La collaborazione è stata entusiasticamente assecondata dal creatore dei gioielli, **Mimmo Rocco** il quale spiega: "la proposta di

*ORIGINAL VINTAGE SUNGLASSES* mi ha convinto subito poiché condividiamo gli stessi principi produttivi e progettuali, creando oggetti a misura di utente. Inoltre, l'idea di questa cooperazione sposava perfettamente la mia concezione di collezione: in cui ogni singolo prodotto fa parte di un sistema più vasto nel quale si interfaccia, e con facilità può velocemente trasformarsi grazie al bullone-gioiello che rappresenta il *trait d'union*".

## IL SIGNIFICATO DI GEMINI

Il desiderio di cooperare tra ORIGINAL VINTAGE SUNGLASSES e BOULON è anche alla base del nome: difatti Gemini si riferisce al gemellaggio tra le collezioni delle due aziende, e per consolidare l'unione è stato creato un logo apposito in cui si fondono i loghi dei due brand, che fa bella mostra di sé su uno dei bulloni posizionati sulle aste degli occhiali. Un elegante scrigno racchiude tutti i pezzi della collezione: l'occhiale, l'astuccio e il bracciale. Ciò che deriva da questa partnership è un risultato di alto profilo, presentato in un elegante scrigno rivestito in eco-pelle nel cui interno sono contenuti, oltre all'occhiale, un astuccio realizzato a mano da pellettieri napoletani appositamente per questa collaborazione e un bracciale sul quale spiccano i tre iconici bulloni con incastonate pietre che rimandano ai colori della bandiera italiana. Il bracciale è una parte essenziale del progetto, tanto quanto l'occhiale, poiché interfacciandosi con la montatura permette di cambiare i bulloni presenti su di essa e viceversa. A completare il quadro vi è l'indispensabile "avvita-bullone", un piccolo utensile che permette appunto di fissare correttamente i gioielli.

## IL DESIGN

Gli occhiali e il bracciale sono accomunati da un design monolitico e spigoloso contraddistinto da vistose sfaccettature che richiamano la geometria del bullone, proprio per sottolinearne la funzione centrale nell'ambito del progetto. Il risultato è di forte impatto estetico dove spiccano i bulloni-gioiello che impreziosiscono le aste. Lo stile è decisamente underground e le forme sono studiate in maniera tale da essere estremamente vestibili sia da uomo che da donna. Tutti i bulloni sono placcati in oro 24K, così come le parti in metallo a cui vanno fissati. Grandissima attenzione è stata posta nella scelta dei materiali e delle finiture: il cinturino del bracciale è realizzato a mano in pelle di alta qualità, mentre gli occhiali sono prodotti in acetato nero con dettagli color corno che ne enfatizzano l'eleganza e la preziosità. La produzione è totalmente italiana ed è limitata a soli 200 pezzi.

SUISSE OPTICAL

# Un nuovo modello di business per l'ottica

**SUISSE OPTICAL** OFFRE UN'ESPERIENZA VISIVA IN CUI **UNICITÀ, QUALITÀ ED ESTETICA** SI INCONTRANO IN OGNI DETTAGLIO COINVOLGENDO IL CLIENTE IN TOTO NELLA REALIZZAZIONE DEL PROPRIO OCCHIALE.

Sin dalla sua fondazione, nei primi anni 2000, **Suisse Optical**, dalla propria sede di Ponzano Veneto a Treviso, si è distinta per aver posto le competenze individuali di ogni singolo componente del proprio staff e di ogni collaboratore al centro del proprio percorso aziendale. Un'attenzione per l'unicità della persona che si riflette nella mission dell'azienda: il consumatore finale diventa il protagonista assoluto nella scelta e nella preparazione di un occhiale unico. L'esperienza del cliente diventa centro creativo e luogo di espressione di gusto e stile, il consumatore è costantemente incoraggiato a sperimentare e a provare nuove combinazioni, nella convinzione che la scelta di una montatura si debba sempre basare sulla creazione di una connessione emotiva con l'occhiale stesso.

## S-O HEXETATE UN MATERIALE FLESSIBILE, LEGGERO, RESISTENTE AGLI URTI

Suisse Optical propone montature in **Hexetate**, l'innovativa resina acrilica brevettata che conferisce una solidità maggiore delle classiche alternative in acetato di cellulosa e una leggerezza superiore. Caratteristiche fondamentali se si è scelto di proporre un prodotto basato sulla soddisfazione del consumatore: dopo la scelta del modello e la personalizzazione con cristalli Swarovski o borchie, l'occhiale va indossato, e il benessere del cliente si mantiene nel tempo. Va inoltre sottolineata la portata green di Hexetate che consiste nella ridotta produzione di CO2 e nel minor consumo di acqua nell'ambito del processo produttivo.

## S-O YOUNIQUE UN OCCHIALE PER OGNI PERSONALITÀ: CIÒ CHE CI RENDE UNICI

Nasce nel 2016 il primo progetto **S-O Yunique**, l'esclusivo occhiale sartoriale configurato al 100% secondo le esigenze estetiche, creative e personali del cliente. Da allora la presenza degli appositi corner S-O Yunique si è diffusa in molti negozi di ottica sull'intero territorio nazionale. Il cliente, quindi, diventa regista e protagonista della propria storia e può decidere in pochi e semplici step ciò che indosserà:

- **IL MODELLO:** al negoziante è fornito un set di occhiali colorati in 12 modelli base, e grazie alla propria esperienza professionale può suggerire al cliente il modello che maggiormente si adatta al suo viso. Tuttavia, sarà il consumatore stesso a scegliere il modello che fa più al caso suo come punto di partenza per la configurazione. L'ottico può contare anche su una varietà di frontali dati in dotazione. Questo amplia le possibilità di scelta e di combinazione da parte del cliente, il quale potrà abbinare differenti ponti e calibri, decidere la finitura (opaca, lucida o naturale) e scegliere tra centinaia di colori.
- **I DETTAGLI E LE PERSONALIZZAZIONI:** il cliente può optare per un'incisione fino a 25 caratteri (e in 13 differenti colori) sull'asta o sul frontale dell'occhiale. Il risultato è davvero unico e irripetibile, come il cliente stesso.

## PERCHÉ SCEGLIERE SUISSE OPTICAL

La ricerca dell'unicità non si ferma al prodotto venduto, ma si estende al rapporto stesso tra ottico e cliente, e anticipa

**PER MAGGIORI INFORMAZIONI: TEL.: +39 346 8482537 - MAIL: PROGETTI.SPECIALI@SUISSEOPTICAL.COM**

S—O  
HEXETATE



una tendenza ormai in atto da qualche anno, nata con l'evoluzione digitale dell'esperienza di vendita. Il negozio di ottica acquisisce sempre più i caratteri dello show-room nel quale si deve garantire al cliente il necessario ascolto, e lo si deve accompagnare nella scelta in modo propositivo. E come conferire la giusta importanza al cliente se non facendolo diventare protagonista della creazione stessa dell'occhiale? Un occhiale che diventa una parte di se stessi, realizzata a proprio gusto e immagine. E che rinsalda un legame di fiducia con il negoziante, facendolo prediligere ai competitor. Perché solo lui potrà di nuovo garantire l'unicità di quel prodotto. La fidelizzazione nata dal proporre qualcosa di assolutamente irripetibile altrove.



DAI OPTICAL INDUSTRIES

# Il successo continua

I DATI SCIENTIFICI PRELIMINARI CONFERMANO L'EFFICACIA DI **MYOGA**, LA **LENTE MONOFOCALE INTELLIGENTE** PROGETTATA PER LA GESTIONE DELLA **PROGRESSIONE MIOPICA**.

Negli ultimi anni l'utilizzo delle strategie ottiche per il controllo della progressione miopica è aumentato esponenzialmente, legittimato dai risultati sempre più incoraggianti pubblicati in letteratura. Sebbene il modello di emmetropizzazione proposto dall'International Myopia Institute (IMI) di New York resta euristico, è ormai chiaro che l'introduzione di un potere ottico positivo sulla retina periferica possa portare a un rallentamento della progressione della miopia. Si ritiene che il segnale ottico di defocus, trasdotto dalla retina periferica, induca una cascata di reazioni biochimiche nei tessuti circostanti (epitelio pigmentato, corioide), portando a un rimodellamento sclerale (dovuto probabilmente a un'alterata espressione genica). Certamente questo modello teorico maturerà nei prossimi anni, con l'avanzare della ricerca. Tuttavia, alla luce di queste nuove informazioni, è chiaro che limitarsi a compensare la miopia di un bambino in progressione è ormai da considerarsi obsoleto, incompleto.

## MYOGA

La risposta del Centro Ricerca e Sviluppo di **DAI Optical Industries** non si è fatta attendere, presentando, ormai tre anni fa **MYOGA**, la lente monofocale intelligente progettata per il controllo della progressione miopica. L'introduzione del defocus avviene variando progressivamente la curvatura superficiale della lente, secondo una particolare

**gestione ottica della progressione miopica**

**TRE ZONE OTTICHE**

- zona di correzione
- zona di transizione
- zona potere costante

la lente è caratterizzata da una zona a potere costante per un adattamento extra comfort durante i movimenti oculari e due poteri refrattivi: uno correttivo e uno di defocus miopico

**con aiuto accomodativo**

**favorisce la gestione della progressione miopica**

Myoga modifica la rifrazione periferica favorendo la riduzione della progressione della miopia

**studiata per i più piccoli**

Trattamento comfort consigliato dai 6 ai 18 anni

**trattamento comfort**

Myoga offre un adattamento rapido ed una visione nitida

DAI OPTICAL INDUSTRIES

E' un dispositivo medico CE. Leggere attentamente le avvertenze e le istruzioni d'uso. Autorizzazione Ministeriale 0048075-06/07/2022

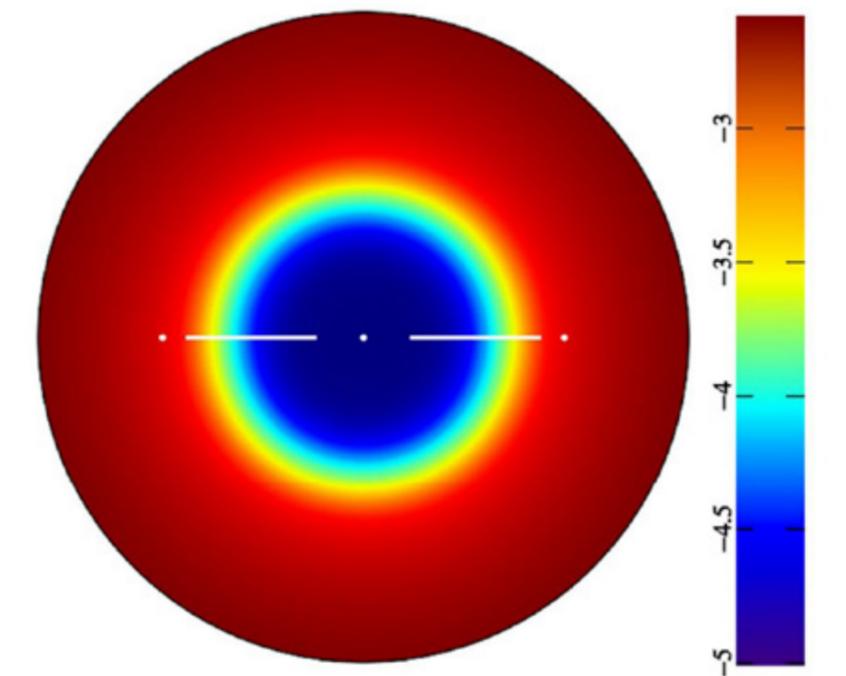
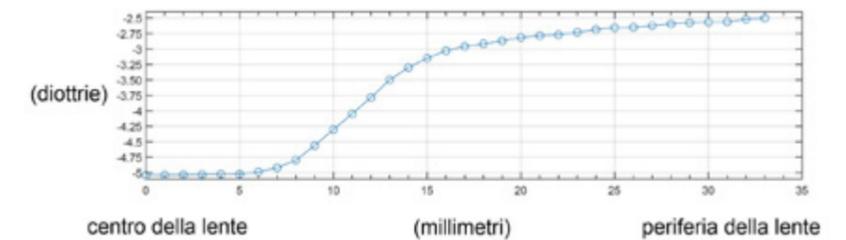
legge di potere. La qualità ottica è garantita dall'utilizzo della più recente tecnologia di lavorazione free-form e dalle numerose ottimizzazioni software. Come è possibile osservare dal grafico, la legge di variazione del potere è simmetrica in tutti i meridiani, ed è possibile suddividerla in tre zone ottiche. Centralmente è presente la zona di compensazione della miopia, con un diametro di 9 mm, grazie alla quale MYOGA garantisce una visione nitida. Da questo punto in poi inizia la zona di variazione del defocus che si estende fino a 17,5 mm di raggio, punto in cui si raggiunge già il valore massimo di defocus (+2,00/2,50 D). La zona più periferica della lente mantiene il defocus costante, per non interferire eccessivamente con il coordinamento dei movimenti oculari. Il processo produttivo free-form regala a MYOGA altri vantaggi, come la possibilità di realizzare la lente in ogni indice di rifrazione, su ogni polimero e con ogni prescrizione, sia sferocilindrica che prismatica.

## RISULTATI SCIENTIFICI PRELIMINARI

Dalla collaborazione con note università internazionali nasce il progetto di ricerca su MYOGA, proposta come rivoluzionaria soluzione free-form all'epidemia miopica. Il team di ricerca ha concluso la fase preliminare del progetto e i primi risultati sono più che incoraggianti. In questa prima ricerca si è voluto immortalare l'effetto a breve termine di questa lente su varie strutture oculari con il biometro Lenstar 900, misurandone la variazione di spessore. Nel gruppo di studio (portatori di MYOGA) sono state riscontrate variazioni statisticamente significative rispetto

alla baseline nella lunghezza assiale complessiva e nella lunghezza della camera vitrea. Nelle misurazioni è stato incluso anche un gruppo di controllo che ha utilizzato lenti monofocali classiche. In questo gruppo, infatti, non è stata riscontrata alcuna modifica statisticamente significativa alle strutture oculari, ulteriore conferma che MYOGA

ha avuto un effetto a breve termine nel gruppo di studio. Studiare gli effetti a breve termine della lente sulle strutture oculari è utile per stimarne l'efficacia per il controllo della progressione miopica nel lungo periodo. Sebbene sia completata soltanto la fase preliminare dello studio i dati ottenuti sono ottimi e fanno da apripista per la prossima fase di ricerca che è già in corso.

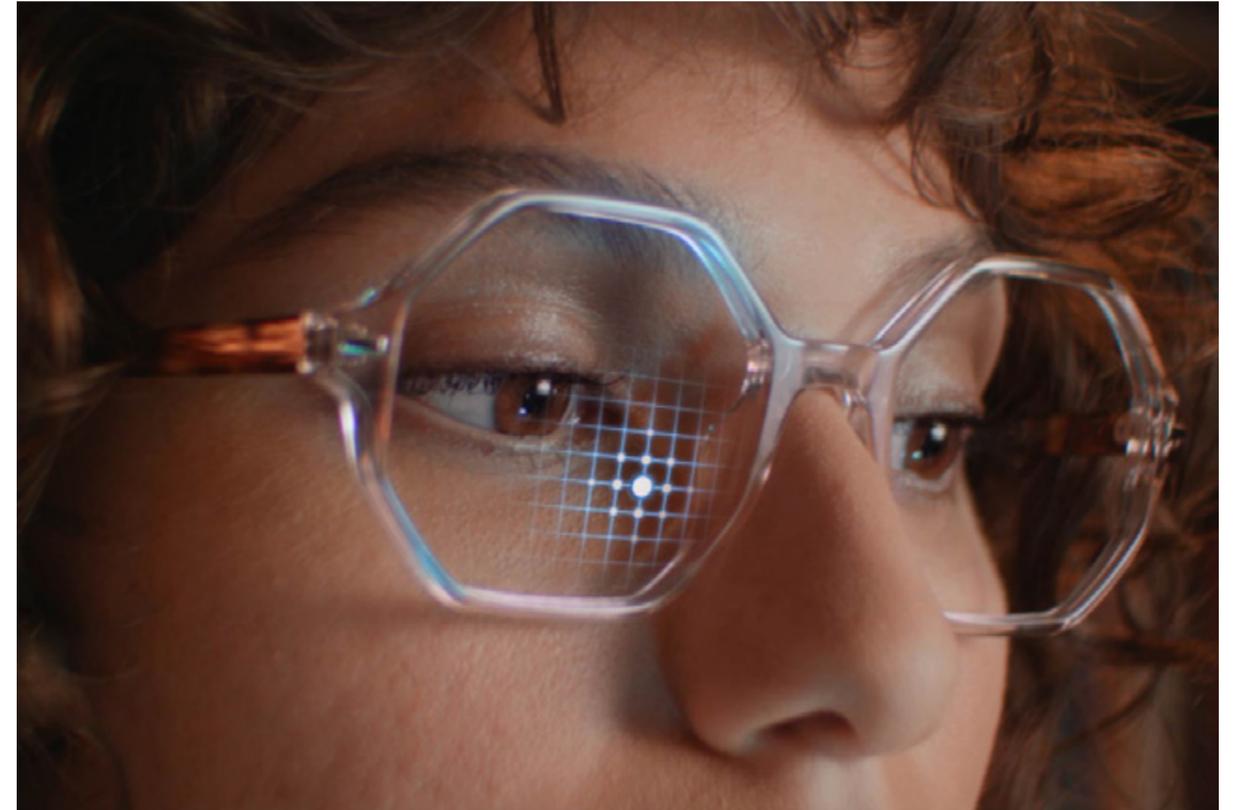




ESSILOR®

# Eyezen® Start Stock rivoluziona il tuo business

DAL 4 APRILE, LE LENTI MONOFOCALI EVOLUTE EYEZEN® START SARANNO DISPONIBILI ANCHE IN VERSIONE **STOCK**, RENDENDO EYEZEN® **ACCESSIBILE** A TUTTI I PORTATORI.



**Essilor®**, da sempre impegnata nella ricerca e progettazione di soluzioni visive sempre più performanti, lancia - ad aprile - **Eyezen® Start Stock**, la prima lente monofocale di serie ottimizzata per la vita sempre connessa. A oggi le lenti Eyezen® Start sono disponibili solo di costruzione (RX), ma dal **4 aprile** lo saranno anche in versione **Stock**, permettendo al Centro Ottico di differenziarsi proponendo una lente monofocale di serie di qualità. Una vera e propria novità che nasce dalla volontà di Essilor® di far crescere il business dei propri Centri Ottici in un contesto in cui il 71% delle lenti vendute sono monofocali\* e i portatori iperconnessi sono alla ricerca di soluzioni visive protettive e rilassanti. Si allarga dunque la gamma Eyezen®, una famiglia di prodotti in grado di soddisfare le esigenze visive di tutti i portatori **dai 6 ai 50 anni**.

**Eyezen® Start Stock** è progettata per i portatori di lenti monofocali **dai 12 ai 39 anni** sempre connessi che desiderano comfort e protezione durante le attività quotidiane, tutto in una lente "in pronta consegna", che permette un servizio più rapido e accessibile. Grazie alla tecnologia Eyezen® DualOptim™ S, il design della lente vanta un punto di riferimento per la visione da lontano e un'unica zona di asferizzazione estesa, che prende in considerazione le abitudini della vita digitale, quali la distanza dell'oggetto e la direzione dello sguardo. I benefici sono gli stessi delle lenti Eyezen® Start RX: entrambe offrono una visione rilassata<sup>1</sup> ogni giorno e una

migliore acuità visiva da vicino<sup>2</sup>: un valido supporto per coloro che utilizzano in modo prolungato sia la visione da vicino (lettura, device e tastiera) che quella da lontano. Ma non solo, riducono l'affaticamento visivo<sup>1</sup>, permettono di vedere nitidamente gli oggetti, senza sforzare gli occhi, offrono contrasti più definiti<sup>3</sup> e proteggono gli occhi dalla luce Blu-Viola nociva<sup>4</sup>.

Stai al passo con la vita connessa dei tuoi portatori, proponi da subito Eyezen® Start e dal 4 aprile Eyezen® Start Stock, le lenti monofocali evolute che rivoluzioneranno il tuo business e ti permetteranno di fare la differenza!

**See More, do more con le lenti Eyezen® di Essilor.**

\*Fonte: M'EyeSales YTD Aug 2021 - Solo lenti finite

1. Eyezen® In-Life consumer studies - terze parti indipendenti - [Eyezen® Start (Rx) - 2018 - FR - n=49 / Eyezen® Start (Stock) - 2020 - FR - n=52].
2. Simulazioni interne della Ricerca e Sviluppo Essilor 2022, diminuzione delle aberrazioni rispetto ad una lente monofocale standard.
3. Rispetto alle lenti monofocali standard. Eyezen® In-Life consumer studies, terze parti indipendenti - [Eyezen® Start (Rx) - 2018 - FR - n=49 / Eyezen® Start (Stock) - 2020 - FR - n=52].
4. Luce Blu-Viola nociva: fino a 455nm con picco delle frequenze nocive tra i 415 e i 455nm.

Tutti i marchi citati sono di proprietà di Essilor International.

IRSOO

PER ULTERIORI INFORMAZIONI



# Vinci val bene un corso

NEI MESI DI MAGGIO E GIUGNO TORNERÀ ALL'IRSOO IL CORSO DI CONTATTOLOGIA SPECIALISTICA.

Le lenti a contatto sono oggi un dispositivo di correzione sempre più diffuso, che sostituisce gli occhiali in modo comodo e sicuro in tante situazioni della vita quotidiana. Per molte persone le lenti a contatto sono la soluzione ideale per essere più libere nel movimento nello sport e nel tempo libero, migliorare il proprio aspetto e dimenticarsi dei propri difetti di vista. Nella maggioranza dei casi le lenti morbide a ricambio frequente e di produzione industriale rispondono egregiamente a queste esigenze, tuttavia ci sono dei casi che mettono alla prova le abilità e le competenze degli applicatori di lenti a contatto. Si tratta di tutti quei casi, non così infrequenti, in cui la persona presenta delle situazioni anomale, dei parametri oculari distanti dalla media, oppure delle patologie o alterazioni della superficie oculare che rendono necessaria una applicazione di lenti su misura. In alcuni di questi casi la lente a contatto è l'unico dispositivo correttivo possibile, l'unico mezzo per ottenere una buona visione e una migliore qualità della vita. Applicare lenti a contatto specialistiche è un'attività di grande soddisfazione per il professionista, che coinvolge molto anche da un punto di vista umano. Alcuni applicatori forse desidererebbero intraprendere questa strada, ma vorrebbero anche capire meglio quali sono le strumentazioni necessarie e le procedure da seguire. Con questa idea **IRSOO** ha invitato a Vinci alcuni professionisti che svolgono questa attività da molti anni e che possono condividere la loro esperienza con i colleghi. La discussione verterà su casi reali che sono stati trattati e risolti usando diverse soluzioni possibili: lenti morbide custom, lenti RGP corneali, piggy back e lenti sclerali, applicate su cornee fuori standard, cheratoplastiche, ectasie corneali, esiti di traumi e di chirurgia. I partecipanti al corso avranno modo di utilizzare nei laboratori dell'IRSOO gli strumenti più evoluti per la misura della cornea, come i **sistemi Scheimpflug** e l'**OCT del segmento anteriore**. Inoltre, potranno esercitarsi nell'utilizzo e nell'acquisizione di immagini con lampada a fessura digitale, nell'applicazione e manipolazione delle lenti, discutendo con i docenti non solo gli aspetti tecnici relativi all'applicazione, ma anche la gestione delle lenti, della manutenzione e degli eventi avversi. Particolare importanza verrà data alla



comunicazione fra professionisti, optometristi e oftalmologi, che permette una gestione efficace dei pazienti. *"Per partecipare a questo corso non è necessario avere già esperienza in questo campo specialistico"* tiene a sottolineare **Antonio Calossi**, responsabile del corso, *"il corso si rivolge ad applicatori che vogliono rivedere e aggiornare le loro procedure alla luce delle ricerche e tecnologie più recenti. Inoltre, ci piacerebbe incuriosire e avvicinare a questo mondo anche le generazioni più giovani, che spesso durante il corso di studi hanno avuto la possibilità di conoscere e applicare solo le lenti morbide standard"*. Il primo dei due incontri online, introduttivo alle tematiche del progetto e gratuito, si terrà **lunedì 15 maggio**. Seguiranno tre incontri in presenza, ciascuno di due giorni, in cui verrà dato ampio spazio all'esperienza pratica e alla discussione con i docenti.

KONTAKT LENS V.A.O.

# Il plus valore

**KONTAKT LENS V.A.O.** OFFRE AL CENTRO OTTICO LA POSSIBILITÀ DI **BRANDIZZARE** LA QUASI TOTALITÀ DI LENTI A CONTATTO PRESENTI SUL MERCATO E UNA GAMMA COMPLETA DI **SOLUZIONI PER LA MANUTENZIONE** DI TUTTE LE TIPOLOGIE DI LAC.

Il mercato italiano dell'ottica si divide in tre parti: le grandi catene, che conquistano giorno dopo giorno porzioni di territorio, i negozi online, che attuano politiche sempre più aggressive e gli ottici indipendenti. Questi ultimi sono il fiore all'occhiello della categoria oltre ad avere investito risorse e passione nella costruzione di un'attività commerciale, s'impegnano per far crescere il loro business e la loro conoscenza attraverso formazione. Ma non solo: negli anni hanno investito tempo ed energie nella fidelizzazione del cliente. Di fronte all'attuale fotografia del mercato, vedere svanire il proprio lavoro di fronte alla concorrenza di grandi gruppi e multinazionali è difficile da fronteggiare. Non possiamo negare che se un prodotto si vende online è perché qualcuno ha fatto la prima applicazione, gratuita, molto probabilmente!

## QUAL È LA RISPOSTA CHE SI PUÒ DARE PER FRONTEGGIARE LA SITUAZIONE?

La soluzione è univoca: oggi il mercato richiede di differenziare e Kontakt Lens V.A.O., realtà operante sul territorio nazionale da oltre 30 anni, ha la risposta. Grazie a uno staff multidisciplinare, è infatti in grado di far fronte alle più disparate necessità della clientela, offrendo anche prodotti a marchio privato, che rappresentano la chiave per la differenziazione. L'azienda offre la possibilità di brandizzare la quasi totalità di lenti a contatto presenti sul mercato e una gamma completa di soluzioni per la manutenzione di tutte le tipologie di Lac.



## I PASSI PER CREARE IL PROPRIO MARCHIO:

1. Scegliere la tipologia di lenti a contatto
2. Creare il proprio marchio
3. Decidere il prezzo di vendita

## COSA POSSIAMO OTTENERE CON UNA LINEA A BRAND PERSONALIZZATO?

- Vendita di un prodotto esclusivo, unico;
- Abolizione della concorrenza;
- Tutela della clientela.

L'unico modo per distinguersi dalla massa è abbandonare i prodotti di massa!

## PRODOTTI A BRAND & CO.

In una società in continuo mutamento, Kontakt Lens V.A.O. è da sempre impegnata nella ricerca di prodotti innovativi. All'interno della gamma di prodotti OnlyOne si inseriscono due grandi novità: **Luxe Beauty** e **Wellness**.

## LUXE BEAUTY

Entra a far parte della famiglia di lenti cosmetiche una nuova varietà di colori, ancora più naturale e affascinante. Le nuove Luxe Beauty sono disponibili in versione mensile e giornaliera, neutre e graduate.

## WELLNESS, UNA NOVITÀ SETTIMANALE

Sempre con l'obiettivo di fare la differenza abbiamo aggiunto alla famiglia un nuovo tipo di ricambio, il ricambio settimanale! A chi si domanda "perché settimanale", rispondiamo:

- Innovazione;
- Unicità;
- Competitività.

Quello del settimanale è un segmento di mercato completamente nuovo, che non teme rivali. Molti clienti restano ancorati alle mensili per motivi puramente economici. Le lenti a ricambio settimanale permettono di avere il risparmio del ricambio mensile ma con un ricambio effettivo più frequente. Inutile sottolineare in questa sede i vantaggi in termine di igiene e comfort di un ricambio più frequente... da qui il nome della nuova linea "Wellness".

ITAL-LENTI

# Senza limiti

**EXTESA** È LA NUOVA FAMIGLIA DI LENTI MONOFICALI **FREE-FORM** IN GRADO DI GARANTIRE UNA PERFETTA QUALITÀ DI VISIONE SU **TUTTA LA SUPERFICIE DELLALENTE**.



Nel corso degli anni i nuovi modelli estetici hanno portato alla richiesta di lenti monofocali sempre più sottili e piatte, in modo da non evidenziare gli inestetismi, soprattutto in caso di correzioni medio alte. Ma l'appiattimento delle basi delle lenti va a discapito delle condizioni ottico-geometriche dettate dal diagramma di Tscherning, inducendo una drastica riduzione delle zone ottiche, con il risultato di aree visive periferiche distorte e poco funzionali.

#### MONOFICALI EXTESA ED EXTESA HV

Per garantire una perfetta qualità di visione su tutta la superficie della lente Ital-Lenti ha creato la famiglia di lenti **Extesa**. Sono lenti monofocali prodotte con tecnologia free-form asferica e atorica, realizzate con il ricalcolo del potere su tutta la superficie della lente ottimizzato su oltre 52.000 punti. Grazie alla tecnologia **Digital Ray Control 3D**, l'azienda ha

sviluppato un innovativo algoritmo di calcolo, che permette di controllare e ridurre drasticamente le aberrazioni geometriche laterali e dell'astigmatismo dei fasci obliqui, fornendo una qualità di visione altamente performante soprattutto in visione periferica. Dal punto di vista estetico Extesa offre lenti sottili e con basi esterne ridotte, introducendo una minore deformazione dell'occhio visto attraverso la lente (rimpicciolimento nel caso di lenti negative e ingrandimento per quelle positive).

Nella versione **Extesa HV**, se richiesta, viene elaborata la migliore geometria in funzione anche dei parametri individuali del portatore, considerando la posizione in uso dell'occhiale e il principio di rotazione dell'occhio, implementando nel calcolo matematico i valori rilevati sul volto del portatore in relazione della montatura prescelta, quali: distanza interpupillare, angolo pantoscopico, angolo di avvolgimento

e boxing della montatura. La famiglia delle lenti Extesa ed Extesa HV sono disponibili, oltre che in tutti i tradizionali materiali organici, anche nell'innovativo materiale **UVTech** che garantisce la totale protezione sia delle radiazioni ultraviolette che della luce blu più energetica dannosa al nostro sistema visivo nel range dai 380 – 420 nm. Nel materiale UVTech a differenza dei trattamenti "Blu-reflecting", le proprietà di riduzione degli effetti negativi della luce blu e delle radiazioni UV vengono garantite dagli speciali pigmenti contenuti nel materiale organico, che "filtrano" adeguatamente queste lunghezze d'onda.

#### EXTESA UVTECH: LA COMBINAZIONE DI COMFORT E PROTEZIONE

- Miglioramento qualità ottiche soprattutto su correzioni medio alte.
- Miglioramento estetica: lenti sottili e basi piatte.
- Massima protezione dalle radiazioni UV e dalla luce blu dannosa fino 420 nm.
- Riduzione dei riflessi con il trattamento antiriflesso Top IRON+.



←extesa→

Con Extesa le aberrazioni periferiche sono pressoché eliminate, con una lente a tutto campo.



Monofocale a geometria tradizionale

Nelle tradizionali lenti monofocali sferiche la zona periferica in cui si possono riscontrare delle aberrazioni inizia circa ad 1/3 della lente.

**DIGITAL RAY CONTROL 3D**

Superando i limiti della geometria nella **personalizzazione**

Il potenziale dell'accomodazione

POLYOFTALMICA

# Frontifocometri al top

LA QUARTA SERIE DI FRONTIFOCOMETRI COMPUTERIZZATI DI **SHIN NIPPON BY REXXAM** È **AFFIDABILE**, ALL'AVANGUARDIA E DI **FACILE UTILIZZO**, OLTRE A ESSERE COPERTA DA **CINQUE ANNI** DI GARANZIA.

**DL-800**, **DL-900** e **DL-1000** sono la sintesi del marchio giapponese **Shin Nippon by Rexam**: **precisione**, **qualità** e **prezzi contenuti**. Dal punto di vista tecnico, l'azienda mette sul campo tutta la sua esperienza e specializzazione, confermando che la qualità giapponese negli strumenti ottici di precisione, è ancora un must. I nuovi frontifocometri sono precisi e facili da usare, si distinguono dai sistemi tradizionali per l'accuratezza e la velocità nella misurazione dei valori delle lenti, specialmente per le progressive. Questo grazie all'innovazione tecnologica del LED verde che permette letture di estrema precisione e stabilità. Giunta alla quarta serie di frontifocometri computerizzati, l'azienda ha prestato grande attenzione alla semplicità d'uso, specie nella lettura delle lenti progressive. Il software è di facile lettura e intuitivo, il LED verde per la lettura è di grande qualità e precisione. Il riconoscimento della lente progressiva è automatico, così come anche la lettura e memorizzazione dei valori della lente. Dietro l'ampio schermo LCD a inclinazione variabile a colori è anche disponibile un utile scomparto per gli accessori, come il supporto per la lettura del potere delle lenti a contatto e un rotolo di ricambio per la stampante.

I tre modelli proposti si differenziano nelle funzioni accessorie: il DL-900 ha in più, rispetto al DL-800, la stampante termica integrata; mentre il DL-1000 ha anche la possibilità di leggere la distanza interpupillare dell'occhiale e il filtraggio dei raggi UV delle lenti. Sono tre modelli di frontifocometri di sicuro **affidamento**, **100% made in Japan** e con **cinque anni di garanzia**.

Per maggiori informazioni, contatta  
Polyoftalmica: Tel. 0521.642126



# 17° CONGRESSO NAZIONALE

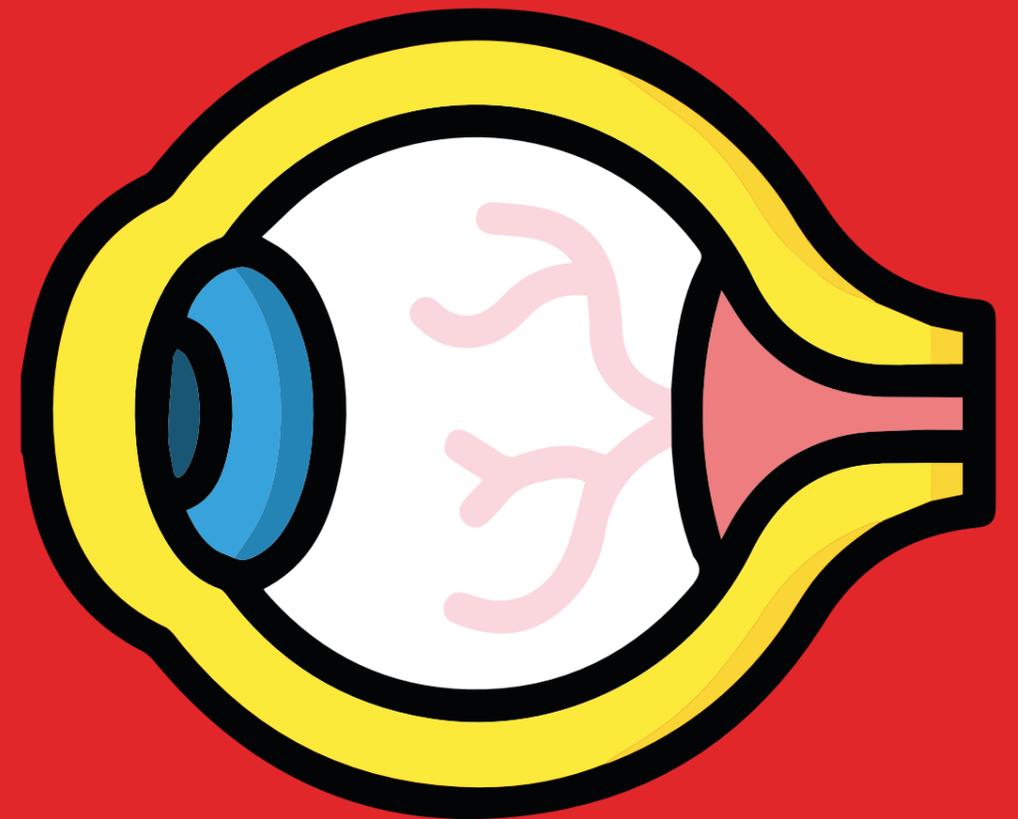
# 7/8 maggio 2023

## A B C DELL' OPTOMETRIA

### A METROPIE

### B BINOCULARITÀ

### C CORREZIONE



HOTEL SAVOIA RIMINI  
LUNGOMARE AUGUSTO MURRI, 13 | RIMINI



**SOPTI**  
SOCIETÀ OPTOMETRICA ITALIANA

RODENSTOCK

# Le lenti intelligenti per i bambini

LE LENTI **MYCON** SONO STATE PROGETTATE E SVILUPPATE PER **CORREGGERE LA MIOPIA NEI BAMBINI** E AL CONTEMPO **RALLENTARNE LA PROGRESSIONE**, MANTENENDO UNA VISIONE NITIDA E CONFORTEVOLE.

Oggi assistiamo a un incremento della miopia tra i bambini: nel 2020 oltre un terzo della popolazione mondiale era miope e si prevede, entro il 2050, che circa il 50% della popolazione mondiale sarà miope\*. I fattori che influenzano l'incremento della miopia sono molteplici, alcuni legati alle abitudini altri non modificabili. Che si tratti di tablet, computer o compiti a casa, infatti, i bambini, oggi, si concentrano di più su ciò che è direttamente davanti a loro piuttosto che trascorrere del tempo in attività all'aperto. Questo cambiamento comportamentale influenza anche la comparsa della miopia\*. I fattori che predispongono alla miopia sono comunque diversi, alcuni indipendenti dalle abitudini, come ad esempio la storia familiare: secondo alcuni studi\*\*, se uno dei genitori è miope, il rischio del bambino di sviluppare la miopia è maggiore. Rischio ancora più alto, con una probabilità del 35-60%, se entrambi i genitori sono miopi. Anche la progressione della miopia tende a essere più veloce se i genitori sono miopi. La miopia infantile aumenta anche il rischio di malattie oculari in età adulta. Controllare la miopia nei bambini può aiutare ad avere occhi più sani nel lungo periodo, riducendo significativamente il rischio di sviluppare malattie in età adulta. La raccomandazione per poter intervenire tempestivamente è sempre quella di rivolgersi al medico oculista fin dai primi mesi di vita dei bambini.

**LA RISPOSTA DI RODENSTOCK: LE LENTI MYCON**  
 “Per noi in Rodenstock è importante offrire la visione più nitida e confortevole possibile a tutti, anche ai nostri bambini.

Per questo abbiamo sviluppato una soluzione per correggere la miopia nei bambini che allo stesso tempo contribuisce a controllare la progressione miopica. Ma non solo, per i nostri figli oggi più che mai sono



Fonti: Mew-May Wu M, Edwards MH. (1999) The Effect of Having Myopic Parents: An Analysis of Myopia in Three Generations. Optometry and Vision Science. 1999; 76(6):387-92.

Mutti DO, Mitchell GL, Moeschberger ML, Jones LA, Zadnik K. (2002). Parental myopia, near work, school achievement, and children's refractive error. Invest Ophthalmol Vis Sci. 2002; 43(12): 3633-3640.

fondamentali estetica e comfort: indossare gli occhiali da vista ha un impatto sull'immagine che hanno di loro stessi e sul sentirsi a loro agio in tutte le attività quotidiane. Le lenti Rodenstock MyCon, sono disponibili negli indici 1.5, 1.6, 1.67 e 1.74, con i vantaggi tangibili quindi di lenti più sottili, e con un impatto estetico più gradevole rispetto a molte altre lenti in commercio. Il design delle lenti MyCon è pensato per contribuire a diminuire l'allungamento assiale legato alla tipicità della miopia”, ha dichiarato **Valentina Pucci Mossotti, Training & Product Manager di Rodenstock Italia.**

Per poter identificare e risolvere tempestivamente eventuali problematiche è fondamentale programmare periodicamente le visite oculistiche fin dai primi mesi di vita. La raccomandazione è sempre quella di far seguire i bambini dal medico oculista per offrire loro la soluzione visiva e il monitoring necessari.

“La miopia è caratterizzata da un occhio leggermente più lungo della media” prosegue la Pucci Mossotti. “Il modo in cui le lenti monofocali convenzionali correggono la miopia fa sì che i raggi luminosi siano messi a fuoco sulla parte centrale della retina mentre quelli che interessano le zone periferiche finiscano oltre. Come conseguenza, alcuni occhi per adattarsi tendono a crescere maggiormente e questo fa sì che la miopia progredisca maggiormente. Le lenti MyCon correggono la miopia, ne rallentano la progressione, controllando l'allungamento dell'occhio. I raggi luminosi vengono rifratti in modo da focalizzarsi sulla retina per rallentare l'allungamento del bulbo oculare; le aree di controllo della progressione sono posizionate temporalmente e nasalmente per rallentare la progressione della miopia, o l'allungamento dell'occhio, ma offrendo una visione nitida e confortevole per la visione quotidiana dei più piccoli nelle aree centrali”.

“Importanti in questo senso anche i

risultati: un importante studio clinico indipendente che ha esaminato, per un periodo di 5 anni, la progressione della miopia nei bambini caucasici di età compresa tra 7 e 14 anni e che ha dimostrato che le lenti per il controllo della miopia MyCon sono efficaci nel ridurre la progressione miopica fino al 40%, con una riduzione dell'allungamento del bulbo oculare fino al 35%”.

**Le lenti MyCon saranno disponibili in centri ottici partner Rodenstock selezionati.**

\* Holden et al. (2016). Prevalenza globale di miopia e miopia elevata e tendenze

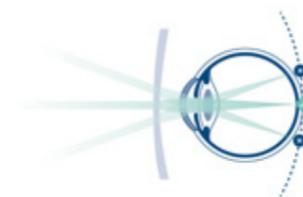
temporali dal 2000 al 2050. Ophthalmologia. 2016; 123:1036-42.

\*\*Kurtz D, Hyman L, Gwiazda JE, Manny R, Dong LM, Wang Y, Scheiman M, (2007). COMET Group. Role of parental myopia in the progression of myopia and its interaction with treatment in COMET children. Invest Ophthalmol Vis Sci. 2007. Fonti: Mew-May Wu M, Edwards MH. (1999) The Effect of Having Myopic Parents: An Analysis of Myopia in Three Generations. Optometry and Vision Science. 1999; 76(6):387-92.

Mutti DO, Mitchell GL, Moeschberger ML, Jones LA, Zadnik K. (2002). Parental myopia, near work, school achievement, and children's refractive error. Invest Ophthalmol Vis Sci. 2002; 43(12): 3633-3640.

## LENTE MONOFOCALE STANDARD

Le normali lenti monofocali sono pensate per correggere la miopia. Focalizzano i raggi centrali sulla retina mentre quelli che interessano le zone periferiche vengono focalizzati oltre la retina.

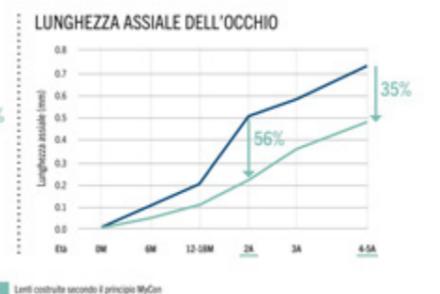
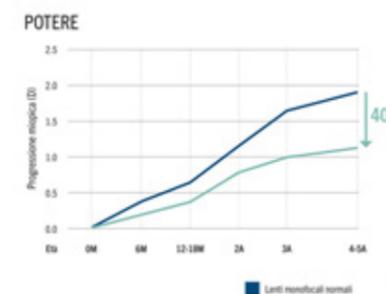
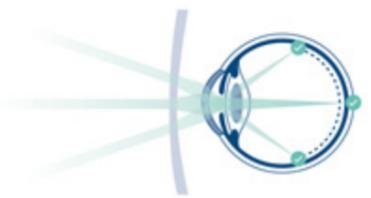


Gli occhi di alcuni bambini, per adattarsi, tendono ad allungarsi e le normali lenti monofocali non sono in grado di gestire la conseguente progressione.



## MYCON: una soluzione specifica

Le lenti MyCon correggono la miopia rallentandone la progressione. Con MyCon i raggi luminosi vengono rifratti in modo da focalizzarsi sulla retina rallentandone l'allungamento.



**Alcon Italia S.p.A.**

20154 Milano MI  
Via Don Luigi Sturzo 43  
Tel. 02.818031

**Arteco S.r.l.**

21047 Saronno VA  
Via Caduti della Liberazione 2  
Tel. 02.49604670

**Bausch+Lomb-IOM S.p.A.**

20090 Vimodrone Milano MI  
Viale Martesana 12  
Tel. 02.27407300

**Carl Zeiss Vision Italia S.p.A.**

21043 Castiglione Olona VA  
Via S. e P. Mazzucchelli 17  
Tel. 800.437766

**Cecop Italia S.r.l.**

20123 Milano MI  
Via M. Bandello 5  
Tel. 02.87020697

**G&P Arredamenti S.r.l.**

41015 Nonantola MO  
Via Newton 29/1  
Tel. 059.548659

**Ital-Lenti S.r.l.**

32015 Puos d'Alpago BL  
Viale Alpago 222  
Tel. 0437.454422

**Kontakt Lens V.A.O. S.r.l.**

80128 Napoli NA  
Vico Acitiollo 106  
Tel. 081.5605288

**KREUZBERGKINDER GMBH**

10245 Berlino Germania  
info@kreuzbergkinder.com  
Tel. +49.3054855841

**Optox**

Assistenza Clienti  
assistenzaclienti@optox.it  
Tel. 02.36635882

**Rodenstock Italia S.p.A.**

20089 Rozzano MI  
Palazzo T Str. 7 T3/Palazzo T  
Tel. 02.3104310

**SOPTI**

40026 Imola BO  
Via Emilia 27  
Tel. 0542.012544

**Tecnitalia S.r.l.**

04100 Latina LT  
Strada Sandolara 201  
Tel. 0773.621126

**TutorNET S.r.l.**

10091 Alpignano TO  
Industrial Park strada statale 24  
Tel. 011.0465430

# Allergie primaverili.



www.optox.it



# Tecnitalia, innovazione continua.

Entra nel sito

