® Anno Nono Numero Cinque Duemila Ventitré IX 05.23

PO platformoptic

SPECIALE

Design, Innovation & Materials

FASHION

L'occhiale sotto i riflettori del Met Gala

Contiene I.P. - ISSN 2420-8795

ISSN 2420-8795

COSMOPOLITAN

for ASTIGMATISM

IL COMFORT ECCEZIONALE[1,2] INCONTRA UN'ELEVATA STABILITÀ[1,3] CON LE LENTI A CONTATTO TOTAL™ TORICHE

2 TECNOLOGIE UNICHE

TECNOLOGIA **SMARTEARS™**

SmarTears™

TECNOLOGIA **CELLIGENT™**

Celligent

2 CARATTERISTICHE IN COMUNE

MATERIALE CON **GRADIENTE ACQUEO™**

WATER GRADIENT

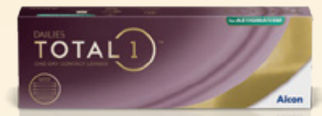
GEOMETRIA **PRECISION BALANCE 8|4™**

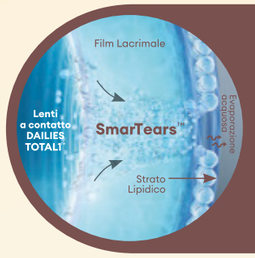
PRECISION BALANCE 8|4

Alcon

TECNOLOGIA SMARTEARS: IDRATAZIONE[4,5]

SmarTears

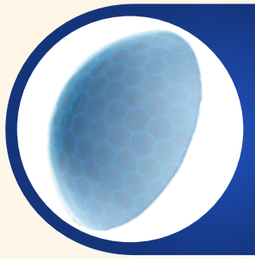




- È progettata per aiutare a stabilizzare lo strato lipidico e ridurre l'evaporazione acquosa.[4]
- Favorisce l'idratazione, anche nelle giornate più lunghe.[5]

TECNOLOGIA CELLIGENT™: RESISTENZA AI DEPOSITI[8-11]

Celligent

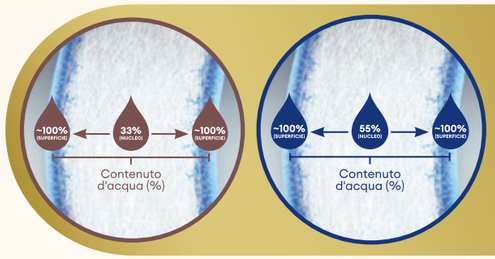


AIUTA AD OTTIMIZZARE LE PRESTAZIONI FINO A 30 GIORNI[6,7]

- La tecnologia CELLIGENT™ contribuisce a **ridurre l'adesione di batteri e lipidi** per una lente pulita per tutto il mese.[8-11]
- Le nanofibre polimeriche biomimetiche riproducono **la struttura delle cellule corneali.**[7,12]

GRADIENTE ACQUEO: COMFORT[13-16]

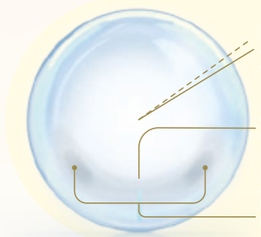
WATER GRADIENT



Alta trasmissibilità all'ossigeno ed elevato contenuto di acqua sul punto più esterno della superficie. **L'occhio è a contatto solo con un morbido cuscinetto umettante.**[13-16]

GEOMETRIA PRECISION BALANCE 8|4™: STABILITÀ[1,3]

PRECISION BALANCE 8|4



≤5° di oscillazione all'ammiccamento.[1,3]

Unico segno di riferimento a ore 6.

I punti di stabilizzazione a ore 8 e 4 aiutano a ridurre l'interazione con la palpebra inferiore.

100% DEI PORTATORI HA PROVATO UN'OSCILLAZIONE ALL'AMMICCAMENTO ≤5°[1,3]

~60 SECONDI PER STABILIZZARSI[1,3]

≥95% SUCCESSO ALLA PRIMA APPLICAZIONE[1,3*]

Inquadra il QR CODE per l'elenco completo delle referenze.

Per l'utilizzo, la manutenzione, le precauzioni, le avvertenze, le controindicazioni e gli effetti indesiderati, consultare le istruzioni d'uso.
È un dispositivo medico CE0123. IT-DTA-2300011

Alcon

Angelo Dadda

#design #innovation #materials #maggio

Il futuro si costruisce

I nostri comportamenti influiscono sul nostro avvenire.

Maggio è un mese molto vivace sia per la moda sia per l'architettura. Se Venezia ha aperto le porte alla 18esima edizione della Biennale di Architettura, New York ha avuto i riflettori puntati da parte della stampa internazionale per l'annuale Met Gala, la cerimonia benefica di apertura della mostra che sarà protagonista per un anno al Costume Institute del Metropolitan Museum of Art di New York. L'edizione di quest'anno è dedicata a Karl Lagerfeld con la mostra 'Karl Lagerfeld: A Line of Beauty'. Anche l'occhiale è stato protagonista perché molte star hanno deciso di presentarsi sul red carpet indossandolo. Se siete curiosi di vedere questi look pazzeschi e le montature che li hanno accompagnati, a pag. 006, vi offriamo una panoramica con il 'best of' della serata. In questo numero facciamo un salto anche nel recente passato e vi raccontiamo il rapporto tra l'occhiale e la Milano Design Week proponendo un viaggio tra gli eventi meneghini in cui l'eyewear ha sfoggiato la sua anima più artistica.
La nostra Arianna Foscarini nella rubrica Ask Foskap ci parlerà di armocromia mettendo in evidenza come sia necessario fra una distinzione tra i presunti esperti e coloro che studiano la materia e sono realmente in grado di dare consigli utili. Per quanto riguarda le interviste, abbiamo scovato un designer giovane con tanta voglia di tracciare un racconto colorato e ricco di allegria del nostro mondo: Michele Casadei. Pur avendo una formazione economica, è riuscito a conquistare una fetta di pubblico importante grazie alla sua originalità creativa.
Ovviamente non poteva mancare il racconto di un vostro collega anzi, di tre vostri colleghi: la famiglia Boselli di Reggio Emilia (ndr. l'intervista è stata fatta prima della grave alluvione che ha colpito l'Emilia Romagna). Il loro racconto giunge fino ai nostri giorni con l'inaugurazione della nuova sede.
Per quanto riguarda le aziende, ci addenteremo nel mondo di BBGR per approfondire l'evoluzione dell'ecosistema creato da Nikon e Galileo e capire i suoi plus.
Il numero di maggio si caratterizza anche per un nuovissimo "Speciale" dal titolo Design, Innovation & Material. Ad aprirlo sarà Giuliana Zoppis che ci parlerà dei nuovi biomateriali caratterizzati da una sfida importante: realizzare oggetti dagli scarti alimentari e da sostanze organiche al fine di ridurre l'impatto ambientale, senza rinunciare alla durata e alla bellezza. E se vogliamo guardare al futuro non possiamo non fermarci sul nostro presente senza a pensare alla catastrofica inondazione che ha colpito parte del Bel Paese. Ritengo sia doveroso, oltre a esprimere la nostra piena solidarietà alle popolazioni locali, soffermarci su questa frase dell'articolo della Zoppis: "Il futuro può avere radici in un presente responsabile ed etico".
Buona lettura a tutti!

LA NUOVA COLLEZIONE LIU JO GIRL
dedicata alle teenager, unisce design contemporaneo e dettagli romantici ispirati all'estetica del brand, per offrire occhiali di tendenza e facili da indossare.

Per maggiori informazioni contatta il nostro Customer Service al numero 800 700 600.

001 EDITORIAL
Il futuro si costruisce

006 FASHION
L'occhiale sotto i riflettori del Met Gala

014 ASK FOSKAP
Tutti pazzi per l'armocromia!

016 DESIGNER
Una storia tutta da raccontare

020 THE PROFESSIONAL
L'unione fa la forza

022 OVERVIEW
Un ecosistema dinamico

024 POST-IT
Notes

026 EVENTS
Save the date

037 SPECIALE
DESIGN, INNOVATION & MATERIALS

062 TRENDS
Fashion

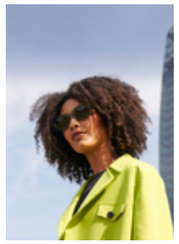
073 REVIEW
Focus

088 ELENCO
Inserzionisti

P.O.®
platform optic

PLATFORM
NETWORK

on the cover



BRAND
COSMOPOLITAN

MANUFACTURER & DISTRIBUTOR
KEY OPTICAL EUROPE

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.

P.O. PLATFORM OPTIC
Mensile_numero 05_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

RIHANNA
@ VALENTINO EYEWEAR

PROTAGONISTA ASSOLUTO TRA GLI OCCHIALI È IL MODELLO V GOLD-CUT DI VALENTINO EYEWEAR BY AKONI GROUP. OCCHIALE PROTAGONISTA ANCHE DELLA SFILATA VALENTINO SS23, LA VERSIONE CUSTOMIZZATA CON LUNGHE CIGLIA BIANCHE CREATA PER RIHANNA HA ATTIRATO L'ATTENZIONE DEI MEDIA. PH. VALENTINO/GETTY IMAGES

Paola Ferrario

L'occhiale sotto i riflettori del Met Gala

ALL'APPUNTAMENTO ANNUALE PIÙ PRESTIGIOSO DI NEW YORK L'EYEWEAR NON POTEVA NON ESSERE PROTAGONISTA.

IL PRIMO LUNEDÌ DI MAGGIO LA RIVISTA VOGUE ORGANIZZA A NEW YORK CITY IL MET GALA, INDUBBIAMENTE L'APPUNTAMENTO PIÙ MONDANO E COOL AL MONDO. IL GALA È NATO CON LO SCOPO DI RACCOGLIERE I FONDI A FAVORE DEL COSTUME INSTITUTE DEL METROPOLITAN MUSEUM OF ART DI NEW YORK, CHE OSPITA L'EVENTO. LA SERATA AVVIENE IN CONCOMITANZA E IN APERTURA DELLA MOSTRA CHE SARÀ PROTAGONISTA PER UN ANNO AL COSTUME INSTITUTE; IL TEMA SCELTO DELINEERÀ LE LINEE GUIDA PER L'ABBIGLIAMENTO DEGLI INVITATI. L'EDIZIONE 2023 È DEDICATA A KARL LAGERFELD, L'INDISCUSSO MAESTRO SCOMPARSO NEL 2019, CON LA MOSTRA KARL LAGERFELD: A LINE OF BEAUTY. L'OMAGGIO AL GRANDE COUTURIER HA VISTO ANCHE L'OCCHIALE PROTAGONISTA. SCOPRIAMO I BRAND E LE STAR CHE HANNO SCELTO DI ARRIVARE AL GALA INDOSSANDO UN OCCHIALE DA SOLE.

LABRINTH
@RAYBAN

IL CANTANTE, RAPPER E CANTAUTORE BRITANNICO LABRINTH HA INDOSSATO GLI INNOVATIVI RAY-BAN BOYFRIEND REVERSE, LANCIATI QUESTO MESE. PH. GETTY IMAGES

TEYANA TAYLOR
@THOM BROWNE

PER LA TAYLOR TBS-112, UN MODELLO UNISEX A FORMA PILOT CON MONTATURA IN TITANIO IN COLORE WHITE GOLD E LENTI DARK GREY. PH. GETTY IMAGES

KE HUY QUAN
@OLIVER PEOPLES

L'ATTORE INDOSSA IL MODELLO KASDAN, UN OCCHIALE DA SOLE DAL GUSTO CLASSICO. IL MODELLO È ARRICCHITO DAGLI ESCLUSIVI DETTAGLI DELLA COLLEZIONE A CUI APPARTIENE – 1960 – COME LA SMUSSATURA FORTEMENTE ANGOLATA, L'ANIMA IN METALLO LAVORATA A FILIGRANA ISPIRATA AI MOTIVI DORATI CHE DECORAVANO I LIBRI RILEGATI IN PELLE DELL'EPOCA E UNA NUOVA FORMA DELLA PLACCA E DELLE CERNIERE, RIPRESA DAL MOTIVO PRESENTE SULL'ANIMA.

PIERCE BROSNAN
@OLIVER PEOPLES

L'ATTORE SI È PRESENTATO CON IL MODELLO OLIVER SUN, FRUTTO DELLA COLLABORAZIONE TRA LA VISIONE OTTIMISTICA DI MADHAPPY E L'ESTETICA CLASSICA DI OLIVER PEOPLES.

FUTURO ASSICURATO
Programma fedeltà

ASSISTENZA E GARANZIA
SULLE TUE LENTI

KASKO

FAMILY OPPORTUNITY

2° OCCHIALE

Programma fedeltà FUTURO ASSICURATO

Futuro Assicurato è il programma fedeltà che tutela il portatore di lenti Ital-Lenti contro furti e danneggiamenti dei propri occhiali, insieme ad ulteriori vantaggi:

KASKO
In caso di danneggiamento o furto (previa fornitura di denuncia) si potrà richiedere la fornitura di una nuova coppia di lenti

2° OCCHIALE
Richiedi una seconda coppia di lenti con gli stessi parametri della prima coppia

FAMILY OPPORTUNITY
Si potrà richiedere una seconda coppia di lenti per un parente o un amico

ITAL•LENTI
LENTI DA VISTA ITALIANE
www.itallenti.com

ROGER FEDERER
@OLIVER PEOPLES

IL TENNISTA - CHE HA APPENA SIGLATO UN CONTRATTO CON IL BRAND PER CREARE LA SUA COLLEZIONE DI OCCHIALI - INDOSSA IL MODELLO LACHMAN DAL DESIGN UNISEX.

CECOP
INTERNATIONAL INDEPENDENT OPTICIANS.

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

Per info

CONTATTA IL TUO RESPONSABILE *Area*

INVIA UNA MAIL A
INFO@CECOPITALIA.IT

SCRIVICI SU WHATSAPP
+39 389 138 3272

ASK FOSKAP | ARIANNA FOSCARINI

Tutti pazzi per l'Armocromia!

OVUNQUE SI VADA, DAL PARRUCCHIERE, DALL'ESTETISTA O A UN APERITIVO TRA AMICHE NON SI PARLA D'ALTRO. E GLI ESPERTI O DEFINITI TALI, IMPERVERSANO IN OGNI SETTORE.

È tipico dell'essere umano sentirsi esperto: per attirare l'attenzione, per sentirsi accettati, per sentirsi importanti o, semplicemente, per piantare una bandierina con scritto: "Io so, io ci sono".
E piovono consigli come se non ci fosse un domani! Quindi è molto importante saper distinguere gli appassionati di moda, di colore che elargiscono consigli spronati da buoni intenti, dagli esperti. Esperto è colui che è qualificato e fornito di competenze e abilità, che ha applicato le sue skill con un metodo, ottenendo risultati che saranno analizzati. Per calarci quindi nel mondo dell'armocromia da professionisti occorre essere consapevoli di queste differenze.

OGGI L'ARMOCROMIA È DIVENTATA ARMOMANIA

Tutto deve essere in palette: il trucco, l'armadio, la casa e ovviamente gli occhiali. La pietra miliare dell'armocromia da molti è considerato il metodo "Color be beautiful" di Carole Jackson che fissa come base di partenza le quattro stagioni che con le loro nuance vestono altrettante personalità cromatiche.
È una disciplina scientifica che permette di individuare la palette cromatica ideale per ciascuno di noi, cioè i colori che ci valorizzano attraverso l'analisi della combinazione di pelle, occhi e capelli. Ma l'origine dell'armocromia forse risale alla notte dei tempi. Durante la nostra esistenza il nostro subconscio calibra tutto ciò che ci circonda per capire se è in armonia o no.
Se lo è proveremo un senso di sollievo e conforto, se non lo è proveremo un senso di disagio. Per questo motivo l'essere umano cerca l'armonia, anche nei colori.

QUALI SONO LE COMPETENZE BASILARI CHE DEVE ACQUISIRE CHI VUOLE DIVENTARE UN ESPERTO IN ARMOCROMIA?

- Padroneggiare le teorie dei colori: conoscerle con la competenza di un fisico, usarle con l'intuito di un pittore e saperle spiegare con il linguaggio di un bambino.
- Conoscere come i colori influenzano la sfera emotiva: i colori hanno un potere intrinseco, a volte un colore può sciogliere nodi emotivi irrisolti o risvegliare ricordi sopiti da tempo.
- Conoscere e riconoscere il linguaggio dei colori: il colore è il nostro principale sistema di comunicazione perché istintivamente comunica emozione, ma anche lo status.
- Identificare la palette di appartenenza: sbagliare la palette significa innescare una serie di errori a catena che un esperto non deve mai permettere.

Stiamo molto attenti a identificare i sottogruppi perché è tanto importante il tono del colore quanto la sua intensità e luminosità.

È molto importante saper declinare i colori della palette di appartenenza ai materiali degli occhiali, alle diverse trasparenze e texture cromatiche.

Ma la competenza primaria che deve acquisire un consulente è unire tecnica ed empatia: spiegare sempre al nostro cliente ciò che si fa e perché lo si fa, attraverso la gioia del colore, non dando mai nulla per scontato.

ARTECO

ARTECO Srl. tel. +39 02 49604670 - info@arteco-italy.com - www.arteco-italy.com

Paola Ferrario

MICHELE CASADEI

Una storia tutta da raccontare

MICHELE CASADEI È UN DESIGNER PIUTTOSTO ANOMALO CHE HA DECISO DI METTERE NEL CASSETTO LA SUA LAUREA IN ECONOMIA PER DEDICARSI AL MONDO DEGLI OCCHIALI. IL RISULTATO SONO CREAZIONI DECISAMENTE ORIGINALI.

IL MARCHIO **PEPITOS** È NATO NEL 2016 A SAN MARINO DALL'AMICIZIA TRA **MICHELE CASADEI**, FONDATORE E DESIGNER DEL BRAND, E IL SUO ESUBERANTE CAGNOLINO **PEPE**. LE COLLEZIONI SI BASANO SU ALCUNI CARDINI: MADE IN ITALY, ARTIGIANALITÀ (GLI OCCHIALI SONO REALIZZATI DA MAESTRI ARTIGIANI IN VENETO), FORME BIZZARRE E COLORI GIOCOSI. IL TUTTO ABBINATO A UN PACKAGING INEDITO E ORIGINALE E ALLA PASSIONE PER L'OGGETTO OCCHIALE DI MICHELE.

QUAL È STATO IL TUO PERCORSO DI DESIGNER?
In realtà non ho mai studiato design ma ho conseguito una laurea in Economia e Gestione d'Impresa; ho sempre avuto la passione sin da piccolo per le scarpe e gli occhiali. Fin dalla prima infanzia mi sono infatti dedicato a disegnare modelli aiutato dall'immaginazione e dalla creatività che caratterizzano i bambini.

QUAL È STATO IL PASSO DECISIVO CHE TI HA PORTATO A DISEGNARE OCCHIALI?
Ancora una volta, la risposta non cambia: la passione per gli occhiali mi ha portato a realizzare la prima collezione; volevo realizzare montature che fossero in grado di rispecchiare i miei valori e le mie emozioni.

COM'È NATO IL TUO BRAND E COSA SIGNIFICA PEPITOS?
Il mio marchio nasce nel 2016 e il nome prende spunto da Pepe, che era il cagnolino di famiglia, un simpaticissimo meticcio, super attivo, giocherellone con tutti gli amici. Da lui abbiamo preso spunto per creare il nome Pepitos. Pensa che il packaging degli occhiali è nato come un porta crocchette! Abbiamo preso i contenitori a tubo delle patatine Pringles (certificato a uso alimentare) e all'interno abbiamo inserito l'astuccio e l'occhiale. Abbiamo creato un packaging divertente e funzionale allo stesso tempo!

CI DESCRIVERESTI I TUOI OCCHIALI A LIVELLO CREATIVO?
Ogni forma è stravagante, colori euforici e ogni modello ha un nome dedicato a nomi di cani di amici e collaboratori del brand. Tutti i nostri occhiali sono realizzati in Italia utilizzando i migliori materiali, le lavorazioni artigianali e le lenti di prima qualità certificate Made in Italy.

C'È SPAZIO PER LA SOSTENIBILITÀ NELLE TUE CREAZIONI?
Assolutamente sì, gli occhiali delle collezioni precedenti e i campioni usati vengono riparati e rinnovati con modifiche e personalizzazioni dando così loro una seconda vita.

COME VEDI IL FUTURO DEI TUOI OCCHIALI?
Spero in un futuro ricco di emozioni e vorrei far conoscere la nostra azienda, la nostra storia a tutto il mondo.

Correggi la miopia e rallentane la progressione anche in condizioni di luce solare intensa con le nuove lenti MiyoSmart Chameleon e MiyoSmart SunBird.

Per informazioni, scrivi a hoyatiinforma@hoya.it

MiYOSMART

HOYA

1. Lam CSY, Tang WC, Tse DY, Lee RPK, Chun RKM, Hasegawa K, Qi H, Hatanaka T, To CH. **Le lenti per occhiali con tecnologia DIMS (Defocus Incorporated Multiple Segments) riducono la progressione della miopia: uno studio clinico randomizzato di 2 anni**. British Journal of Ophthalmology. Pubblicato online per la prima volta il 29 maggio 2019. doi: 10.1136/bjophthalmol-2018-313739
2. Lam CS, et al. **Myopia control in children wearing D.I.M.S. spectacles lens: 6 year results**. Invest Ophtalmol Vis Sci. 2022;63: ARVO E-abstract 4247
3. Nucci P, Lembo A, Schiavetti I, Shah R, Edgar DF, Evans BJW. **A comparison of myopia control in European children and adolescents with defocus incorporated multiple segments (DIMS) spectacles, atropine, and combined DIMS/atropine**. PLoS One 2023 Feb 16; 18 (2): e0281816.

ISTITUTO OTTICO BOSELLI

L'unione fa la forza

L'**ISTITUTO OTTICO BOSELLI** DI **REGGIO EMILIA** HA CAMBIATO SEDE AFFIDANDO LA CREAZIONE DEGLI INTERNI DELLA NUOVA LOCATION A **G&P ARREDAMENTI**. PER L'OCCASIONE ABBIAMO INCONTRATO LA PROPRIETÀ: LA FAMIGLIA BOSELLI.

Paola Ferrario

La forza dell'**Istituto Ottico Boselli** sta nella condivisione di ogni aspetto della professione: dalla modellistica a quella delle aziende di riferimento nel campo delle lenti e degli strumenti fino agli arredi. Il centro ottico deve il suo successo al suo compianto fondatore, **Umberto Boselli**, che oltre ad avere dato i natali all'azienda, ha saputo trasmettere la passione per la professione ai figli **Alessandro** e **Stefano**, entrambi ottici, e a coinvolgere la moglie, **Ennia Bonilauri**. Attualmente il centro ottico è diretto da tutti e tre i familiari e si è trasferito in un nuovo locale a un centinaio di metri rispetto allo store precedente, sempre nel centro di Reggio Emilia. La particolare forma della nuova sede consente l'utilizzo di diversi elementi d'arredo, facilmente adattabili alle esigenze pratiche e commerciali del cliente, accomunati dallo stesso stile. Ecco la loro storia.

QUANDO NASCE LA VOSTRA ATTIVITÀ?
Nel marzo 1982 mio marito Umberto decise, insieme a un suo collega ottico, di dare il via a quella che sarebbe diventata oggi l'azienda di famiglia. Al tempo lavoravano entrambe per un centro ottico della città. Successivamente, negli anni Novanta è entrato anche nostro figlio maggiore, Alessandro, e poi nel 2005 anche il minore, Stefano.

ENNIA, QUANDO HA INIZIATO A LAVORARE IN NEGOZIO?
A fine degli anni Novanta quando mio marito ha iniziato a non stare bene e abbiamo anche diviso la società.
Nel 2007 purtroppo ci ha lasciati... e ora insieme ai miei figli gestiamo l'attività.

AVEVA GIÀ MATURATO QUALCHE ESPERIENZA NELLE VENDITE?
Sì, sono stata alla direzione di negozi in altri settori.

COME VI DIVIDETE I COMPITI NELLA QUOTIDIANITÀ?
Personalmente mi occupo della vendita degli occhiali e della scelta dei campionari. Mio figlio più giovane gestisce il laboratorio, il più grande la vendita e la valutazione delle lenti. In realtà siamo molto collaborativi su ogni aspetto della nostra quotidianità. È un lavoro che comporta diversi attori. Ci riteniamo una famiglia con la "F" maiuscola: ci consultiamo sempre, qualsiasi decisione, ed era così anche quando c'era mio marito.

QUINDI ANCHE NELLA SCELTA DI CAMBIARE SEDE?
Assolutamente sì! Il nostro precedente store era qui vicino, sempre in centro, e ci è capitata l'occasione di un negozio di 480mq a pochi metri di distanza. La sede originaria era divisa in due parti: la contattologia e le visite e il laboratorio erano situati in un locale di fronte.
L'attuale locale ospitava un'hamburgheria e abbiamo dovuto investire tanto perché la struttura non era adatta alle nostre esigenze: abbiamo tanti clienti che vengono da Modena, Milano, Parma che ci hanno fatto complimenti per il nuovo centro e abbiamo avuto anche clienti nuovi!

COME AVETE SCELTO L'INTERLOCUTORE PER RISTRUTTURARE LE NUOVE MURA?
Ci siamo informati dalle riviste, tramite i nostri architetti e ci siamo confrontati... Tutti i nostri interlocutori ci hanno detto che la **G&P Arredamenti** era la numero uno... ed è stato così.

CI DESCRIVERESTE LO STILE DEL NUOVO NEGOZIO?
Industrial/vintage, caratterizzato principalmente dalla contrapposizione tra ferro nero spazzolato e rovere, illuminati da legno bianco, con puntuali interruzioni di legno laccato in diversi colori.

DOVE AVVIENE LA VENDITA?
I clienti vengono ricevuti dietro a due ampi banconi realizzati in nobilitato bianco, con inserti e rivestimenti in rovere impiallacciato e una struttura di sostegno in ferro nero spazzolato, costruiti sia per la vendita rapida, in piedi, sia per la vendita assistita, da seduti. Anche le postazioni vendita si evolvono su tutta l'area del negozio, passando dai grandi banconi sul lato sinistro, a postazioni più ridotte sul lato opposto (in modo tale da garantire la dovuta privacy in fase di trattativa).

COM'È STRUTTURATA L'ESPOSIZIONE?
L'esposizione posta dietro ai banconi ne riprende i materiali e vede le montature esibite su mensole luminose bianche o in rovere fissate a pannellature bianche (le quali agevolano le luci nell'esaltare gli occhiali esposti). Alla base, invece, vediamo cassettiere in rovere con doppi frontalini. Spostando lo sguardo da un lato all'altro del negozio vediamo un'esposizione lineare e omogenea contrastare con un'esposizione più variegata (dedicata ad alcuni brand), pur rispettando lo stile industrial/vintage prescelto.

C'È UNA PARTE DEDICATA AI BAMBINI?
Sì! Il corner dedicato ai bambini vede elementi ispirati al mondo "LEGO", con frontali laccati in 4 diversi colori e apribili tramite pomoli circolari, che richiamano la forma del noto mattoncino.

CHE TIPO DI COLLABORAZIONE AVETE INSTAURATO CON LA G&P?
Solida e istantanea grazie alla condivisione degli stessi principi: solidità, affidabilità e grande attenzione verso il cliente e l'arredo, quale prodotto finale, li trasmette efficacemente.

BBGR

Un ecosistema dinamico

L'ECOSISTEMA CREATO DA **NIKON** E **GALILEO** SI È AFFERMATO COME UN VERO E PROPRIO PUNTO DI RIFERIMENTO PER GLI OTTICI. COME SI STA MUOVENDO NEL SETTORE? QUALI GLI ELEMENTI DI DIFFERENZIAZIONE? SCOPRIAMOLO IN QUESTA INTERVISTA.

Paola Ferrario

Da qualche anno **BBGR**, con i suoi marchi **Nikon** e **Galileo**, ha strutturato il suo modus operandi attraverso una struttura completa, composta da diversi elementi che, insieme, vanno a creare un ecosistema in grado di portare valore al centro ottico attraverso prodotti ad alto tasso tecnologico, una comunicazione moderna ed efficace, con un occhio attento all'aspetto della sostenibilità. Questi elementi confluiscono in un ecosistema dinamico, differenziato e completo, generando un plus di differenziazione evidente.
Scopriamo dalle parole di **Paolo Cassinari** e **Nadia Lattanzi** - rispettivamente **Lens Sales Director** e **Business Brand Manager** dell'azienda - quali sono gli elementi di questo ecosistema, come interagiscono con successo tra di loro e quale direzione stanno prendendo.

NIKON E GALILEO INSIEME COSTITUISCONO UN ECOSISTEMA COMPOSTO DA PRODOTTI E SERVIZI ESCLUSIVI: DALLE LENTI OFTALMICHE A QUELLE A CONTATTO, DAGLI STRUMENTI AI SERVIZI ALL'OTTICO E AL CONSUMATORE FINO ALL'IMPEGNO CONCRETO VERSO L'AMBIENTE. COME SI STA EVOLVENDO QUESTO ECOSISTEMA? CI SONO NUOVI ELEMENTI CHE LO ARRICCHISCONO?
Nadia Lattanzi. L'ecosistema per definizione è un sistema autosufficiente e in equilibrio dinamico e la dinamicità è proprio una delle caratteristiche che da sempre ci contraddistingue. Per garantire al centro ottico innovazione e precisione, Galileo e Nikon si presentano sul mercato come un ecosistema d'avanguardia composto da diversi elementi, che, insieme, contribuiscono a creare un'offerta completa e in continua evoluzione, che tendiamo a rafforzare anche attraverso una serie di iniziative ad hoc. Novità 2023 è **First Class**, il **nuovo programma fedeltà** che coinvolge entrambi i nostri brand e tutto il nostro portfolio prodotti. Il progetto riguarda l'oftalmica, gli strumenti e le lenti a contatto: ogni acquisto permette di maturare crediti, che offrono la possibilità di ottenere una serie di benefit sotto forma di gift card. **First Class** è rivolto ai top partner di Nikon e Galileo, i quali possono fruire di un portale dedicato, che permette loro di monitorare lo stato di avanzamento e il conseguente livello di benefit raggiunti. Questa iniziativa è nata proprio con l'obiettivo di rafforzare il legame con i nostri partner ottici, valorizzando il concetto di ecosistema.

AVETE APERTO UN'AGENZIA A ROMA. COSA GESTISCE E COME STA PROCEDENDO? L'APERTURA VI HA PERMESSO DI PORTARE MIGLIORIE? QUALI?
Paolo Cassinari. Sì, esattamente: dallo scorso marzo è attiva una **nuova Agenzia** a Roma, in partnership con Essemme Servizi - che serve la Capitale, il Lazio e le regioni limitrofe: Abruzzo, Marche, Molise, Umbria - con servizio di customer e montaggio di lenti in stock locale Galileo e Nikon, stock lenti a contatto Galileo. La nuova Agenzia consente di ridurre i tempi di consegna e permette all'ottico di fornire un servizio ancora più puntuale, perfetto per i consumatori moderni, sempre più esigenti in termini di tempistiche. La partnership con Essemme Servizi, inoltre, rafforza le scelte green di Galileo e Nikon Lenswear, attraverso un servizio di consegna con **auto elettriche** in tutto il centro città di Roma.

COME PROCEDE IL PROGETTO DI GREEN MOBILITY CHE AVEVATE LANCIATO PER LA CITTÀ DI MILANO NEL 2021?
Paolo Cassinari. Molto bene. Dal 2021, ci siamo affidati a **Urban Bike Messengers** per attivare a Milano il servizio di consegna in bicicletta delle lenti agli ottici, complice la necessità di flessibilità, con tempi rapidi e indipendenti dalle congestioni stradali, e – non meno importante – l'attenzione che poniamo all'eco-sostenibilità. Consapevoli dell'importanza della scelta green, abbiamo quindi esteso il perimetro anche nella Capitale - grazie alla partnership con ESSEMME Servizi che effettua le consegne con auto elettriche in tutto il centro città. Si tratta di un'attività che rientra nel progetto di sostenibilità ambientale, per una mobilità a zero emissioni, e la promozione delle best practices relative alla riduzione dell'impatto derivato dall'uso di combustibile.

QUALI ELEMENTI COMPONGONO IL PIANO DI COMUNICAZIONE 2023?
Nadia Lattanzi. Ogni anno lavoriamo per rafforzare la comunicazione diversificando e arricchendo i mezzi di cui ci avvaliamo, a partire dalle **nuove rubriche social Galileo**, che, anno dopo anno, si rivelano sempre più efficaci, permettendoci di allargare la nostra fanbase di interlocutori. Sono online i **nuovi video** Galileo a tema **Sirus Young** e **FBS Optimis**, che animano le nostre pagine social e raccontano al consumatore i benefici di lenti studiate per rispondere a specifiche esigenze e offrire loro una migliore esperienza di visione. Anche l'edizione 2023 del **Nikon Partnership Program** rientra all'interno del nostro piano comunicativo, con una serie di strumenti esclusivi - fisici e online - appositamente studiati per poter esprimere al meglio il valore del marchio e la sua elevata tecnologia. Per Nikon, inoltre, partirà a breve la nuova campagna in-store **"I wear"**, che, con un messaggio semplice ma potente, attirerà l'attenzione dei portatori all'interno del centro ottico, attraverso nuovi materiali POP e contenuti veicolati sui social.

AVETE REALIZZATO MATERIALI AD HOC PER GLI STORE?
Nadia Lattanzi. Da sempre, sia con Nikon che con Galileo, siamo molto attivi nella creazione di materiali ad hoc - pensati e realizzati per gli stores -, con l'obiettivo di supportare i partner ottici nelle diverse fasi di vendita e di rendere più funzionale ed efficace lo storytelling. Quest'anno, in occasione di MIDO, abbiamo presentato la **nuova struttura dresswall retroilluminata**, a disposizione nei centri ottici: si tratta di una struttura versatile, realizzata su misura per ciascun punto vendita sia in termini di formato sia di comunicazione.

PERCHÉ UN OTTICO DOVREBBE SCEGLIERE VOI COME PARTNER. QUALI SONO I PLUS RISPETTO AGLI ALTRI BRAND DEL COMPARTO?
Paolo Cassinari. Proprio come in un ecosistema circolare, torniamo alla prima domanda. Il plus che ci contraddistingue è il sistema stesso: dinamico, differenziato e completo, è capace di proporre un'offerta qualitativa ampia di brand, di prodotti o di servizi. Insomma, il nostro obiettivo è quello di rendere questo ecosistema sempre di più un vero e proprio punto di riferimento per gli ottici. Rivolgendosi a noi, infatti, possono trovare un interlocutore unico, in grado di soddisfare a 360° le loro esigenze. Il nuovo programma fedeltà - **First Class** - lanciato nei mesi scorsi, ha proprio lo scopo di valorizzare il concetto di ecosistema e rafforzare il legame con i nostri partner ottici Nikon e Galileo.

POTERE ALLE DONNE

Dal 18 aprile 2023 Sabrina Lotto è entrata nell'organico di Soleko S.p.A., gruppo Menicon, assumendo la responsabilità del dipartimento marketing, in diretto riporto a Guido Carnacina, CEO della società.
Sabrina si occuperà di sostenere e sviluppare le attività marketing dei prodotti sia della casa madre Menicon che di quelli realizzati in Italia da Soleko e si impegnerà a consolidare l'obiettivo dell'azienda, che è quello di offrire la miglior correzione visiva facendo leva su qualità, creatività e originalità.
Sabrina Lotto è una veterana del mondo dell'ottica dove ha esordito in Bausch + Lomb Italia per un decennio e successivamente per un altro decennio in CooperVision Italia. Negli ultimi 5 anni ha gestito i team Marketing, Professional e Medica di EssilorLuxottica.

DUE RUOLI SONO MEGLIO DI UNO

Massimo Barberis, già AD di Rodenstock Italia, ha acquisito anche il ruolo di Country General Manager. A far data dal 1° maggio tutte le aziende e i brand operanti in Italia del gruppo Rodenstock riporteranno a Barberis: Rodenstock Italia SpA, OptoVision Italia, le divisioni strumenti e tutti i brand del gruppo avranno un'unica direzione. Massimo Barberis ha dichiarato in merito: "*Tutte le Aziende del gruppo manterranno la propria autonomia, condividendo tuttavia i valori fondanti della nostra organizzazione, fortemente legati allo spirito innovativo e pionieristico che da sempre ci contraddistingue. Desidero confermare alla Direzione Commerciale di OptoVision Italia Bruno Biondo*".

IL FRANCOBOLLO CHE CELEBRA L'OCCHIALE

Ad aprile le Poste Austriache hanno emesso uno speciale francobollo che entra a far parte della serie tematica "Design from Austria" dedicata ai più grandi designer austriaci, francobolli molto ambiti dai collezionisti internazionali. Ogni anno un solo prodotto viene scelto per entrare a far parte di questa serie molto speciale, ed è ovviamente un grande riconoscimento essere selezionati. Per il francobollo del 2023 un comitato di prim'ordine ha selezionato tra un gran numero di proposte di eccellenti prodotti di design, il modello originale degli occhiali da sole Silhouette Futura del 1974, celebrando ancora una volta il design di un occhiale unico al mondo.

DA FAN A PROTAGONISTA

EssilorLuxottica e Roger Federer hanno siglato un accordo di licenza esclusiva per il design, la produzione e la distribuzione a livello globale di occhiali a marchio Roger Federer ("RF") e Oliver Peoples.
La prima collezione, sviluppata sotto la direzione artistica di Roger Federer e Oliver Peoples, verrà lanciata nella primavera del 2024. I modelli proposti prenderanno ispirazione dalla comune vocazione all'eccellenza e dall'inclinazione verso un lusso discreto.
Roger Federer ha commentato: "*Sono entusiasta di collaborare con Oliver Peoples. Da anni sono fan del marchio e ne ho sempre apprezzato la straordinaria artigianalità unita al design elegante e senza tempo*".

PRELUDIO PER UNA LICENZA?

L.G.R ha realizzato un'inedita capsule collection in collaborazione con Ermanno Scervino, fondendo, così, i loro valori di qualità e ricerca e del made in Italy. Il modello Reunion Metal Explorer è stato scelto e pensato in esclusive combinazioni di materiali e colori. La montatura in metallo leggerissimo, è arricchita da flap laterali in acetato, è presentata in tre versioni: nero, argento e lenti verdi sfumate; oro, havana maculato e lenti gialle sfumate; nero, oro e lenti verdi sfumate. Gli occhiali sono disponibili sul sito del brand di occhiali e negli store L.G.R.

THÉLIOS PUNTA SUL WELFARE

Thélios ha promosso per la prima volta in azienda l'iniziativa Mammografia ed Ecografia Gratuita. Il 20 e 21 aprile l'azienda ha ospitato la clinica mobile Welfare Care, permettendo così a 100 collaboratrici tra i 30 e i 49 anni di sottoporsi a una mammografia ed ecografia gratuita. Recentemente l'azienda ha anche sottoscritto un accordo integrativo che ha definito l'impegno aziendale attraverso formule innovative di sostegno e sviluppo. Thélios ha inoltre definito percorsi specifici per i reinserimenti nel mondo del lavoro dopo una maternità o una lunga assenza ed è stato istituito un fondo per i permessi solidali. L'azienda si è resa anche disponibile ad agevolare i lavoratori nell'accesso al credito e si è impegnata ad avviare un tavolo condiviso con i sindacati per la realizzazione di un asilo nido interaziendale.

Un Format Fresco

GRANDE SUCCESSO PER LA PRIMA TAPPA DI "**CONTATTOLOGIA REAL LIFE – FOR THE NEW GENERATION**".

Paola Ferrario

Il Dipartimento di Fisica dell'Università Bicocca di Milano ha ospitato lo scorso 10 maggio, l'evento "**Contattologia Real Life – For the New Generation**" realizzato da **Assottica Gruppo Contattologia** in collaborazione con **Federottica**.
Il workshop ha accolto gli studenti del Corso di Ottica del primo e del terzo anno dell'Istituto Galileo Galilei di Milano presso l'università milanese. Sul palco si sono susseguiti i vertici di Assottica, ottici optometristi esperti e professional manager delle maggiori aziende produttrici di lenti a contatto e soluzioni. I ragazzi sono stati coinvolti in un format interattivo di due ore nel corso del quale hanno potuto vivere un vero e proprio giorno lavorativo all'interno di un centro ottico focalizzandosi anche sull'importanza del lato umano del rapporto con il cliente, l'essenzialità di un continuo aggiornamento anche durante il futuro percorso professionale nonché i tre ambiti lavorativi a cui potranno accedere dopo il conseguimento della laurea: centro ottico, azienda e ricerca universitaria. La partecipazione degli studenti coinvolti è stata attiva per tutto l'evento, probabilmente grazie alla freschezza e dinamicità del format; i relatori sono riusciti a trasmettere ciò che il **Presidente** di **Assottica Andrea Milletti** si è augurato nel suo discorso di apertura. "*Vorremmo trasmettervi la passione per la contattologia. La lente a contatto rappresenta un'occasione di cross selling e un ambito per far valere la propria professionalità*".
Le prossime tappe si terranno il 16 maggio a Lecce all'Università Del Salento e il 26 maggio a Roma presso l'Università Roma Tre. Gli organizzatori hanno comunicato in maniera ufficiosa di volere ampliare gli incontri anche nella seconda parte dell'anno.

L'EYEWEAR TORNA ALLA MILANO DESIGN WEEK

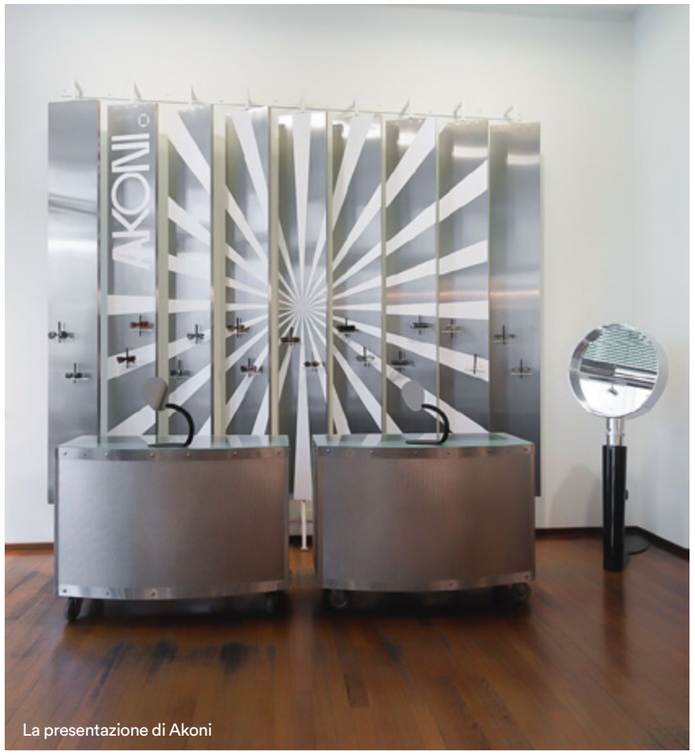
DA ANNI NON SI VEDEVA UN **FUORISALONE** COSÌ ANIMATO E L'**OCCHIALE** HA VOLUTO ESPRIMERE LA SUA **PROGETTUALITÀ** ATTRAVERSO DIVERSI EVENTI CON UN ALTO PROFILO SIA PER IL **VALORE ESTETICO** ESPRESSO SIA PER QUELLO **COMUNICAZIONALE**.

La nostra rivista PE! Platform Eyewear è stata distribuita sia all'evento di Silhouette presso Ottica Aliprandi, sia a quello di Akoni che si è svolto a Punto Ottico. Inoltre, PE! era presente con un proprio spazio espositivo al Salone del Mobile

OGNI ANNO LA MILANO DESIGN WEEK FA APPRODARE NELLA CAPITALE MENEGHINA UNA PROPOSTA PROGETTUALE DIFFUSA E PLURIDISCIPLINARE CHE SI DISTRICA SU QUASI TUTTO IL TESSUTO DELLA CITTÀ CON UN CALENDARIO DI INCONTRI VARIEGATI. L'EDIZIONE 2023 - TENUTASI DAL 18 AL 23 APRILE SCORSI - HA VISTO IL RITORNO DELL'OCCHIALE. VEDIAMO IN QUESTE PAGINE QUALI SONO STATI I MAGGIORI EVENTI CHE LO HANNO VISTO PROTAGONISTA.

AIRDP
Lunedì 17 aprile, durante un esclusivo evento a Parco Sempione, Lele Danzi e Alessandro Del Piero - rispettivamente Direttore creativo e Brand Ambassador di AirDP Style, insieme a Jacopo Thun, Presidente Visual Friend - hanno raccontato nel talk condotto da Francesca Russo di DDN, l'ispirazione che ha dato vita alla nuova capsule XY by AirDP, 'Cromosome of Bold' e i progetti futuri del brand.

AKONI
Akoni Eyewear si ispira al mondo del design e dell'arte per le proprie creazioni, affiancando e sostenendo con il suo mantra "Framing Visionaries" i pionieri di diverse arti. Quest'anno, ha partecipato per la prima volta alla Milano Design Week collaborando con Galleria Rosanna Orlandi presso lo store Punto Ottico di Milano. Quattro opere artistiche hanno reso unici gli ambienti del centro ottico omaggiando i materiali, le forme e le texture degli occhiali Akoni. Luci, titanio, acetato, ingegneria e bellezza, le opere create sono riuscite a incanalare perfettamente tutti i valori del brand svizzero e la sua straordinaria unicità, creando un'esperienza immersiva per i visitatori.
La nostra rivista PE! Platform Eyewear, che ha visto tra i protagonisti anche il mondo di Akoni, era presente durante la serata con alcune copie che sono state distribuite per l'occasione.



La presentazione di Akoni

MODO
Modo invece è stata coinvolta nel progetto di Elle Decor Italia "L'arte della luce" nello storico Palazzo Bovara. Il risultato è stata un'originale mostra-installazione, ma anche un vero e proprio progetto di interior design che ha visto la collaborazione di due studi: Giuliano Dell'Uva Architetti e Metis Lighting. L'intento di "The Art of Light" era quello di raccontare il ruolo fondamentale della luce all'interno dello spazio domestico, di parlare del rapporto virtuoso tra light design e interni, con un linguaggio emozionale e una speciale esperienza immersiva. Elle Decor ha scelto di omaggiare i designer e gli architetti invitati allo special breakfast con un occhiale Modo.

PERSOL
Martedì 18 aprile Persol ha presentato la nuova collezione e la relativa campagna nel cuore del Design District più iconico, Brera. La serata ha visto l'attivazione di due location: il ristorante Vesta Fiori Chiari è stato infatti l'elegante cornice di un cocktail esclusivo per stampa, influencer e ospiti VIP selezionati per celebrare il lancio della collezione e della campagna N1 eyewear in una location d'eccezione animata dalla perfomance della band The Gipsy Queens. Il Persol store Fiori Chiari è stato invece aperto al pubblico nel corso della serata per permettere a tutti gli amanti del brand di ammirare in anteprima la nuova collezione e di diventare protagonista della campagna. È stato infatti allestito un set fotografico in cui gli ospiti hanno potuto farsi scattare un ritratto in bianco e nero, con lo stesso layout della campagna del brand.

L'evento Persol

ROMEO GIGLI
Giovedì 20 aprile il centro ottico VisionOttica "Il punto di Vista" di Viale Vittorio Veneto ha ospitato il cocktail del progetto di design Romeo Gigli Eyewear. Disegnato da Lucio Stramare.

SILHOUETTE
Silhouette ha partecipato alla Design Week Milanese, creando una sinergia tra Ottica Aliprandi e Elli&Rini in una delle vie più prestigiose del quadrilatero della moda. L'installazione Pianeta, esposta nello spazio Elli&Rini in via Borgospesso, una capsula che fonde arte e tecnologia, ha permesso ai visitatori di vivere un'esperienza multidimensionale. All'interno della struttura, è stato possibile infatti indossare modelli di occhiali Silhouette attraverso la funzione Virtual Try-On che permette di provare online sul proprio viso virtualmente l'intera gamma di prodotti in tutte le forme e in tutti i colori. Una volta scelto il modello di occhiali vista o sole, l'experience è continuata presso la boutique di Ottica Aliprandi, dove i visitatori hanno trovato ad accoglierli professionalità e cortesia in un'atmosfera soft ed elegante. Grazie al Virtual Try-On è possibile provare occhiali dal divano di casa e farli arrivare senza impegno in un negozio fisico.
Durante tutta la giornata le copie della nostra rivista PE!! Platform Eyewear erano disponibili presso il centro ottico.

L'installazione Pianeta presso lo showroom Elli&Rini

Vuoi aprire o rinnovare il tuo negozio senza sprecare soldi inutilmente?

Ottica Di Pilato Serena - Molfetta (BA)

Fermati!
consulta la nostra cheklist ed evita gli errori più comuni

1 - Analizza il **MERCATO** e considera il **BACINO DI UTENZA**
2 - Valuta la **LOCATION** sia come posizione che come spazi del locale
3 - Realizza un **BUSINESS PLAN** per calcolare costi e ricavi
4 - Definisci i **FORMAT** ovvero il modello da seguire per ogni scelta progettuale
5 - Seleziona un **ARREDATORE QUALIFICATO** per progettare **LAYOUT, CONCEPT** e realizzare gli arredi
6 - Considera sempre gli **ADEMPIMENTI BUROCRATICI**, permessi e pratiche
7 - Fissa i **TEMPI** di progetto e realizzazione
8 - Esamina le possibili **AGEVOLAZIONI DI PAGAMENTO**

approfondisci questi consigli sul nostro sito

EQUIPE PROJECT

tel. 02 9965302 • www.equipeproject.it • info@equipeproject.it
Un Team di Architetti e Interior Designer che lavorano con Passione

Il 28° Congresso Nazionale SOPTI

"L'ABC DELL'OPTOMETRIA: AMETROPIE, BINOCULARITÀ E CORREZIONE" È STATO IL TITOLO DEL XXVIII CONGRESSO NAZIONALE DELLA **SOCIETÀ OPTOMETRICA ITALIANA**, SVOLTOSI PRESSO L'HOTEL SAVOIA DI RIMINI IL 7-8 MAGGIO 2023.

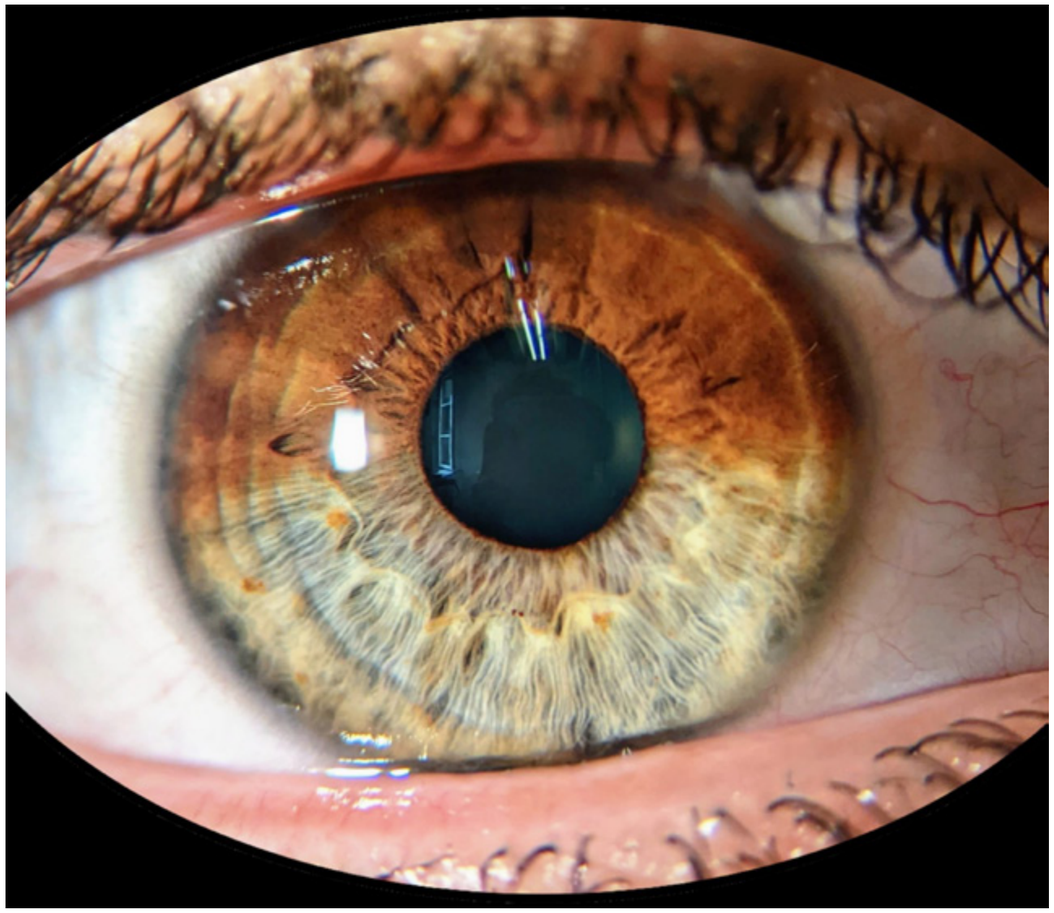
Filippo Spadoni

L'appuntamento più atteso dell'anno dagli ottici-optometristi italiani si è svolto a Rimini nelle date del 7-8 maggio e ha raccolto più di 300 presenze. Sono state due giornate tanto interessanti quanto piene, iniziate il sabato pomeriggio con un incontro fra una delegazione del consiglio direttivo di SOPTI, alcuni relatori italiani e internazionali e docenti di diverse scuole e Università italiane, durante il quale si è parlato dell'approccio e dei vari metodi riguardo la didattica in Optometria.

LE TEMATICHE E GLI INTERVENTI DEL 7 MAGGIO

Nella prima giornata del congresso il focus è stato in primis sulle **ametropie**, partendo dalle relazioni di alcuni autorevoli professionisti come Laura Livi, Alessandro Fossetti, Laura Boccardo, che hanno trattato diverse tematiche, quali le raccomandazioni di buona pratica, le procedure minime raccomandate nella refrazione, le possibili tecniche di integrazione nell'indagine della refrazione in base all'ametropia e le nuove tecnologie nell'indagine delle ametropie. SOPTI, da sempre promotrice della multidisciplinarietà, del lavoro in equipe e della collaborazione fra professionisti affini con l'unico scopo di salvaguardare il bene dell'utente finale, ha invitato il Dott. Demasi, oftalmologo, a presentare la relazione "Indicazioni essenziali per la corretta comunicazione con la classe medica".
A seguire altre interessanti relazioni di Nunzio Maresca e Stefano Lorè che hanno parlato delle possibili anomalie che si possono presentare durante l'esame refrattivo, mentre Beatrice Gallo, optometrista e ricercatrice da diversi anni nel Regno Unito, ha parlato delle ametropie in età pediatrica, valutandone limiti e opportunità.
La mattinata si è conclusa con l'intervento di due pilastri di **SOPTI e dell'optometria italiana**: Anto Rossetti e Silvio Maffioletti, i quali hanno ricordato in modo esemplare alla platea (composta da tanti giovani colleghi) che cosa è l'optometria, cosa vuol dire esser optometristi e perché è importante iscriversi al Registro in Ottica e Optometria.
Il secondo tema della prima giornata di congresso è stato quello della **binocularità**, argomento introdotto in maniera eccellente da Antonella Vecchies, ex presidente SOPTI, la quale ha presentato la relazione intitolata "Raccomandazioni di buona pratica: procedure minime raccomandate nella visione binoculare"; alla Vecchies ha fatto seguito Riccardo Cheloni che ha illustrato le evidenze su come ottenere la miglior correzione valutando la refrazione e la binocularità, seguito a sua volta dal fiore all'occhiello del congresso, il Prof. Bruce Evans, esperto mondiale nel campo della visione binoculare. Evans ha presentato la relazione "Clinical uses of fixation disparity testing" che ha riscosso una notevole attenzione e interesse da parte della platea che ha poi voluto rivolgere al Prof. Evans molteplici domande.
La giornata della domenica si è poi conclusa con gli interventi di Carlotta Pitarresi Giannone, Maurizio Giannelli, Roberto Dicursi e Cristian Talens-Estarelles che hanno parlato delle sfide fra visione binoculare – lenti a contatto – lenti oftalmiche e DES (Digital Eye Strain).

L'intervento del Prof. Bruce Evans



Primo premio per la "Photo Competition" è stato vinto da Matteo Pastore per la sua immagine intitolata "Eterocromia parziale"

L'8 MAGGIO: ECCO QUELLO CHE È SUCCESSO

La seconda giornata del congresso è invece iniziata con due workshop a cura di **SOPTI** intitolati "Applicazione di Lac su cheratocono" e "Refrazione e lenti oftalmiche per la correzione del soggetto presbite"; la mattinata è poi continuata con la presentazione dei differenti workshop aziendali dall'interessante approccio pratico, i quali hanno riguardato per Swisslens "l'ottimizzazione del controllo della progressione miopica con lenti a contatto", per Safilens "l'affaticamento visivo da videoterminali e presbiopia: possibili soluzioni in contattologia a confronto", per CooperVision "A-B-CooperVision: Gestione della presbiopia e controllo della progressione miopica con lenti a contatto", per Esavision "L'applicazione di lenti in ortocheratologia: i passaggi fondamentali per applicazioni di successo", per Medlac "Le lenti morbide Medlac: dalle multifocali decentrate alle lenti per cheratocono Med Keratoplus, protocollo d'applicazione, indicazioni e limiti" e infine per Alcon il "Dry eye e proprietà dei sostituti lacrimali".
Nella seconda metà della giornata l'aggiornamento scientifico si è focalizzato sul tema della **correzione**, con le relazioni di Pietro Gheller e Mauro Frisani dal titolo "Perché Correzione è diverso da Refrazione" e "Lenti a contatto: come gestire la sovrarefrazione", seguite da due update, il primo riguardante la correzione della presbiopia, nel quale Sonia Trave Huarte e Marco Rossotto hanno esposto le tecniche utili con lenti a contatto morbide e lenti oftalmiche, mentre il secondo ha riguardato la correzione della miopia attraverso l'ortocheratologia, le lenti a contatto morbide e le lenti oftalmiche sviluppato rispettivamente da Antonio Calossi, Gabriele Civiero e Alberto Recchioni.
A conclusione di queste due giornate si è tenuta una tavola rotonda presentata da Vanessa Bonezzi, optometrista e divulgatrice del mondo social, la quale ha sottolineato l'importanza di saper rispondere alle domande del grande pubblico in modo chiaro e scientificamente corretto.
Tra i numerosi lavori scientifici che sono stati presentati alla "Poster Competition", si è aggiudicato il primo premio Luca Lilla con "Correlazione tra affaticamento visivo digitale e occhio secco nei lavoratori da remoto".
Tutti gli abstract dei poster partecipanti provenienti da UniTO, UniFI, IBZ e IRSOO verranno pubblicati sulla rivista peer reviewed SJOVS – Scandinavian Journal of Optometry and Visual Science, collaborazione ormai consolidata di SOPTI. Per la "Photo Competition" il primo premio è stato aggiudicato a Matteo Pastore per la sua immagine intitolata "Eterocromia parziale".
Colgo l'occasione per ringraziare il Consiglio Direttivo e Maddalena per l'impegno e l'entusiasmo impiegato nella pianificazione di questo evento, gli Sponsor per il supporto nella fase di realizzazione e i tantissimi partecipanti che lo hanno reso attivo, fresco e vivace.

Guardare il mondo con occhi diversi.

ZEISS
Seeing beyond

Lenti ZEISS MyoCare

La soluzione oftalmica ZEISS per la gestione della progressione miopica nei bambini.

- Tecnologia brevettata C.A.R.E., che alterna zone di defocus e zone di correzione regolare
- Design ZEISS ClearFocus, che riduce al minimo le distorsioni periferiche
- Protezione completa dai raggi UV fino a 400nm

zeiss.it/ottico

SPECIALE

Design, innovation & materials

editoriale di **Giuliana Zoppis**

DAI OPTICAL INDUSTRIES
DIVEL ITALIA
KREUZBERGKINDER
MAUI JIM
R.O.M. – NIDEK
RODENSTOCK
ZEISS VISION CARE

P.O.®
platform optic

GIULIANA ZOPPIS

NUOVI BIOMATERIALI PER UN PRESENTE POSSIBILE

LA SFIDA È REALIZZARE SEMPRE PIÙ OGGETTI, SUPERFICI, MATERIALI ISOLANTI, FIBRE PER LA CASA E PER L'ABBIGLIAMENTO DAGLI SCARTI ALIMENTARI E DA SOSTANZE ORGANICHE. PER RIDURRE L'IMPATTO AMBIENTALE, SENZA RINUNCIARE ALLA DURATA E ALLA BELLEZZA. IL FUTURO PUÒ AVERE RADICI IN UN PRESENTE RESPONSABILE ED ETICO.

Bioplastica Nuatan-Crafting Plastics - Ph. courtesy Frida Doveil

One to One, design Stabile&Martinelli Venezia per ADD, una sedia in plastica riciclata da rifiuti marini

I primi materiali compostabili e biodegradabili, alternativi ai derivati del petrolio, sono stati fin dagli ultimi decenni del secolo scorso le cosiddette **bioplastiche**. Soprattutto polimeri di origine vegetale, spesso derivate da scarti di produzione, le bioplastiche sono state la prima risposta al problema epocale delle migliaia di tonnellate di rifiuti plastici generati in ogni settore della vita quotidiana e riversati in gran parte sui terreni e negli oceani. Ricordiamo fra tutti il capostipite Mater-Bi, un materiale impiegato per lo più in prodotti monouso (come i sacchetti del supermercato, i bicchieri dei bar, le posate da pic-nic) e derivato dall'amido di mais, biodegradabile e compostabile (secondo le dichiarazioni del produttore Novamont, che ne garantisce il riciclaggio tra i rifiuti solidi organici - norma UNI EN 14342, materbi.com). In anni recenti hanno cominciato a proliferare, intanto, numerosi altri materiali compatibili con la definizione di bioplastiche - in quanto a durata d'uso, igienicità, praticità - ma derivati da diversi vegetali o composti proteici, addirittura da nanoparticelle organiche prodotte da batteri (uno tra tutti il sistema décor modulare Nuatan in biopolimeri vegetali; craftingplastics.com). Si tratta, in genere, di nuovi materiali dalle performance elevate anche dal punto di vista estetico, impiegati per oggetti e complementi, per prodotti del packaging e per la moda. A dimostrazione che il **biodesign sviluppa in ogni campo proposte rivoluzionarie** per ripensare e ridurre l'uso di energia, acqua, aria, rifiuti e risorse naturali. Anche se la vera sfida è riuscire a utilizzare tutti questi materiali nella produzione di oggetti di uso quotidiano e accessibili a tutti, nella vita privata e nel tempo libero, **così da portarli nelle case e negli uffici della popolazione mondiale** (non solo dei Paesi occidentali) e riuscire a fare davvero la differenza. Sono ormai molto numerosi i progetti interessanti, già usciti dalla fase prototipale e rivolti a larghe fette di utenti. E questo infonde fiducia e speranza. Come dimostrano

• P.O. SPECIALE DESIGN, INNOVATION & MATERIALS •

Tip Ton RE di Vitra è una seduta riciclata al 100% da plastica post-consumo

Lampada Ohmie The Orange Lamp di Krill Design - Ph. Luca Distefano

Di Orange Fiber, Tencel è uno dei materiali agro-alimentari

due **progetti contemporanei**. Il primo è la collezione di sedute Tip Ton RE di Barber&Osgerby per Vitra, **esempio di economia circolare** applicata. Vitra impiega per la sua produzione materiali riciclati locali - dai "sacchi gialli" della differenziata tedesca - per sviluppare granulati con alti standard qualitativi (ogni sedia ha una colorazione unica, e garanzia decennale, vitra.com). Il secondo - presentato all'ultima Design Week 2023 - è OTO Chair, la sedia One to One design Stabile con Martinelli Venezia (per il brand ADD). È una seduta minimale e comoda, al 100% eco-compatibile: interamente in **plastica riciclata, gran parte da rifiuti marini** (ogni pezzo aiuta a rimuovere 500 grammi di plastica post-consumo dai mari), realizzata con un solo stampo e ottimizzando ogni passaggio fino al trasporto che avviene in confezione piatta ed eco, a elementi smontati (si assembla senza viti, con semplici incastri). In vendita online, su piattaforma Ogyre (onetooneobjects.com, 99 euro, trasporto incluso).

Kajkao, biomateriale ricavato dalla lavorazione del cacao equadoregno

Pannelli in lolla e scarti di riso, cartella stampa Porro (produzione Ricehouse)

Tazzina e piattino composti da fondi del caffè e biopolimeri da Coffeefrom

DAGLI SCARTI ALIMENTARI

Dai residui della lavorazione del caffè e del cacao, dalla buccia degli agrumi e di altri frutti (ananas e cocco, per esempio) ma anche da vegetali come la barbabietola e la canna da zucchero e dalla pula del riso **nascono le nuove resine bio-based a impatto quasi zero**. Ogni anno, da centri di ricerca, start-up e distretti universitari ne escono di nuove e sorprendenti. Per arredare, costruire, vestire la nostra casa e i nostri corpi. La pioniera nel recupero e trasformazione degli scarti agroalimentari in Italia è la siciliana Orange Fiber con i suoi **tessuti per la moda e l'arredo che nascono dalla lavorazione brevettata dei sottoprodotti** che l'industria di trasformazione degli agrumi produce ogni anno, con costi elevati di smaltimento. Fondata nel 2014, ha avuto l'idea geniale di soddisfare il crescente bisogno di cellulosa per uso tessile preservando le risorse naturali. I tessuti sono formati da un filato di cellulosa di agrumi che può essere miscelato con altri materiali. Nella sua forma più pura, ha una mano leggera, morbida e setosa. La prima collezione moda realizzata con il tessuto Orange Fiber è stata lanciata il 22 aprile 2017 per l'Earth Day da Salvatore Ferragamo. Nel 2019 i tessuti da agrumi sono stati scelti per la Conscious Exclusive Collection del marchio svedese H&M e impiegati per un prototipo di cravatte sostenibili realizzate dallo storico brand di sartoria napoletana E. Marinella. Nel 2021, i tessuti Orange Fiber sono stati scelti per arredare un modello innovativo di abitazione ecosostenibile stampato in terra cruda 3D, disegnato da Mario Cucinella Architects e WASP. Nello stesso anno, il Gruppo Lenzing, leader mondiale nella produzione di fibre tessili speciali a partire da legno, si accorda con Orange Fiber per produrre la prima fibra di lyocell a marchio TENCEL™ composta dal mix di cellulosa da arancia e da legno (orangefiber.it). Sempre attiva nel settore degli agrumi (ma anche specializzata nel recupero di scarti da altri prodotti agroalimentari)

Gaia, di Ricehouse con Wasp: rivestimento in 3D, usando una miscela di argilla, sabbia, paglia di riso e lolla trinciati.
Un edificio perfettamente termo-regolato (non necessita di riscaldamento e condizionamento)

è Krill Design, che ha ottenuto molti riconoscimenti e richieste di collaborazione da imprese e designer. La sua lampada Ohmie-The Orange Lamp è esposta in mostre e workshop di eco-progettazione. A fine vita, si smaltisce con l'organico (krilldesign.net). Il secondo filone forte nel campo dei **biomateriali da scarti degli alimenti è quello del caffè**, che dopo il petrolio è il secondo prodotto più commercializzato al mondo. Nella sola Italia, il suo consumo genera circa 400mila tonnellate di fondi di caffè, che finiscono in gran parte nei rifiuti. Tanto è vero che qualche anno fa si è cimentata anche Lavazza nel recupero dei fondi del caffè, dando avvio a un esperimento di raccolta nei bar legati al marchio: usati come compost speciale e nutriti con spore, hanno dimostrato di generare coltivazioni di funghi commestibili (circa 300 grammi ogni kg di fondi di caffè). I risultati della ricerca, condotta con il Politecnico di Torino, sono stati esposti durante il Fuorisalone del 2015 di Bestup - Goodesign The Natural Circle - nella serra di Cascina Cuccagna a Milano (bestup.it). Coffeefrom trasforma i fondi di caffè in nuovi materiali termoplastici. Il primo materiale presentato, Coffeefrom® Bio è composto da fondi di caffè e biopolimeri e torna alla sua origine nel primo prodotto: tazzina e piattino da caffè. Coffeefrom® Eco, è invece composto da LDPE (polietilene a bassa intensità) di riciclo post-industriale e fondi di caffè, ideale per giocare con le trasparenze (coffeefrom.it). Coffee Infused Foam, altra realtà innovativa, ricava dai fondi di caffè una spugna bio-elastomerica per depurare le acque, che riesce ad assorbire piombo e mercurio dai mari contaminati (prezi.com). Dalla rigenerazione degli scarti della filiera del caffè, è nata anche la finitura Wakeup di Molteni Vernici, un materiale che si applica a spatola o pennello sopra metallo, plastica, legno e in grado di rinnovare e proteggere le superfici (moltenivernici.com). Un'altra **filiera interessante è quella degli scarti dalla coltivazione del cacao** (dall'Equador): Claudia Valverde

Rice Skin, pelle organica dagli scarti di riso (per fashion e design; Ricehouse)

Varianti di colorazioni e spessori per i materiali ottenuti dai gusci della frutta secca; sotto, lampada Almond (Keep Life)

di Kajkao, con i suoi biomateriali elastici e resistenti, offre una nuova bioplastica per il design sostenibile, di grande effetto decorativo, che può sostituire pannelli e rivestimenti ricavati dal petrolio (kajkao.com). **Trasformare gli scarti del riso** è la vocazione di RiceHouse, impresa - oggi Società Benefit - che produce in questo modo tessili, pannelli isolanti, sistemi di rivestimento e intonaci per l'architettura rigenerativa. Si possono anche impiegare i lavorati per comporre prodotti d'arredo e capi d'abbigliamento. I fondatori, Tiziana Monterisi e Alessio Colombo, sono due ricercatori attivi dal 2016 con l'obiettivo di ottenere un impatto positivo sull'ambiente, a partire dalla loro start up che nel frattempo è cresciuta notevolmente. «Il riso è l'unica biorisorsa presente in tutti i 5 continenti e base alimentare per due terzi della popolazione mondiale», affermano (ricehouse.it). Sempre sul fronte del recupero e riciclo degli scarti alimentari, ci sono infine una miriade di **piccole e medie imprese che stanno ottenendo risultati eccellenti**, come Calchera San Giorgio che ricava calce per bioedilizia dai gusci d'uovo ridotti a sabbia (calcherasangiorgio.it) e la più grande cooperativa vitivinicola italiana, Caviro, che raccoglie ogni anno 370mila tonnellate di mosti, feccia, vinaccia per i semilavorati di aziende industriali e farmaceutiche (principalmente compost organico e fertilizzanti naturali; caviro.com). Dagli sfridi di produzione da lana, canapa e sughero, la sarda Edilana ottiene isolanti e biotessili carbon free per un'edilizia che non inquina e depreda l'ambiente (edilana.com). Una **valida alternativa al legno**, vergine o da riciclo, è quella offerta da Keep Life, che si è specializzata nel recupero dei gusci della frutta secca (noci, nocciole, mandorle, castagne e pistacchi), per dar vita a oggetti decorativi e d'uso quotidiano resistenti e utili. Il biomateriale ottenuto è plasmabile e autoindurente, grazie al buon contenuto di lignina nei gusci, che hanno anche un alto potere batteriostatico (keeplife.it).

• P.O. SPECIALE DESIGN, INNOVATION & MATERIALS •

Cuoio vegetale dai funghi (Officina Corpuscoli)

DA ALGHE, FUNGHI E BATTERI

È **dai funghi che nascono le soluzioni oggi più rivoluzionarie per il design e l'architettura**, con materiali strutturali e decorativi che sostituiscono le plastiche sintetiche, il cuoio, il cemento impiegando impasti compostabili di micelio (da segnalare il lavoro di Officina Corpuscoli, corpuscoli.com). Una delle guru del biodesign mondiale in questo settore è Natsai Audrey Chieza: le sue fibre tessili da batteri, funghi e alghe stanno conquistando il mondo, come il batterio che genera pigmenti utilizzabili per tingere in modo atossico i tessuti (faberfutures.com). Interamente composti da micelio (la parte vegetativa dei funghi) o in pannelli dove il micelio è fatto generare su residui tessili riciclati, i prodotti dell'azienda italiana Mogu l'hanno resa famosa soprattutto nel campo dei dispositivi acustici per l'interior design, sotto forma di elementi modulari morbidi come schiuma e di rivestimenti per pareti e pavimenti (resistono a graffi, calpestio e raggi UV). Mogu ha sviluppato, dal 2015 a oggi, una vasta collezione di prodotti anche con proprietà termo-isolanti, con texture ispirate ai pattern e ai colori della natura e realizzando moduli altamente flessibili per usi residenziali e pubblici. «Portiamo avanti progetti di ricerca e sviluppo sempre più complessi, che consentono di **esplorare soluzioni radicalmente innovative, basate sul micelio e non solo, per sistemi di economia circolare**. Ci sforziamo di stabilire connessioni significative con altri settori, attraverso finanziamenti per la ricerca o impegnandoci in progetti di co-sviluppo», spiega il CEO Stefano Babbini (mogu.bio). Quattro esempi interessanti, appena usciti dalla fase sperimentale e utili per l'edilizia e l'interior design, sono quelli di Honext, innovativa azienda a vocazione sostenibile, che ha messo a punto un materiale per realizzare vari tipi di pannelli da una combinazione di enzimi e cellulosa ricavata dagli scarti della produzione di carta (honextmaterial.com).

Radical by Nature, pannelli acustici in micelio e residui tessili (Mogu)

Il secondo caso è quello di AlgiKnit, startup neworchese che lavora un **materiale tessile derivato dalle alghe** e proposto come alternativa alle fibre di poliestere o di altri filati sintetici dai processi produttivi energivori e inquinanti (microfiberinnovation.org). Nel campo dei composti batterici, si distingue BIOlogic, sito produttivo nato dalla startup TecUp: impiega **batteri, ma anche cellule e lieviti**, selezionati e cresciuti in laboratorio per "coltivarli" e dargli nuove funzioni. Così come un esperimento già in fase avanzata di pre-produzione è quello che sta portando all'utilizzo di nanocellulosa per l'industria tessile, in sostituzione della pelle animale (@biologicfablab). Come spiega Paolo Netti, docente alla Federico II di Napoli: «L'obiettivo è creare direttamente oggetti che altrimenti si producono con alti consumi energetici e uso di materiali impattanti in fase di estrazione (pensiamo ai metalli). Un po' come sta succedendo nel campo alimentare dove si è riusciti a produrre carne istruendo cellule muscolari. **Dobbiamo avvicinare le imprese al futuro, introducendo entità biologiche** nei processi industriali e favorire al massimo la sperimentazione. Solo così si riuscirà a contrastare la carenza di materie prime e di energia».

INNOVAZIONE MATERIALE

Materially affianca le imprese nello sviluppo dell'innovazione sostenibile a partire dai materiali. Anna Pellizzari, executive director, spiega: «Lavoriamo sia con le aziende che cercano soluzioni, sia con chi propone innovazione. Durante le Design Week presentiamo sempre nuove soluzioni per l'abitare e non solo. Tra i materiali selezionati nelle recenti edizioni: Organoid, superficie bio-based che incorpora fili d'erba e fiori di campo; Fenix Bloom, rivestimento ultra-opaco in carta e legante costituito al 50% da lignina, polimero naturale del legno; The Breath, tessuto sandwich che purifica l'aria, sia in interni sia in esterni. Materiali e lavorazioni che partono in gran parte

• P.O. SPECIALE DESIGN, INNOVATION & MATERIALS •

Mycoplast, pannelli in micelio per interni (Mogu)

Dalle alghe marine, risorse infinite per bioplastiche e fibre tessili alternative al poliestere (Giant Kelp di AlgiKnit)

da scarti agricoli e industriali (materially.eu). Frida Doveil - architetto, docente e designer esperta di materiali biocompatibili - esplora da anni gli studi di progettazione, i gruppi di creativi-inventori e le banche dati internazionali (è senior contributor di Lifegate). «La cosa sorprendente è che **i materiali tradizionali che nascono in natura si stanno aggiornando sul piano tecnico grazie all'evoluzione di quelli sviluppatisi come alternativa di origine organica ai sintetici**. Ne è un esempio il **legno** che, a fronte di un profilo di sostenibilità rivolto sempre più al contenimento degli impatti e alla gestione controllata delle foreste, sta acquisendo prestazioni del tutto paragonabili a quelle dei materiali ad alta tecnologia. Sulla spinta dell'innovazione hi-tech resa possibile dalle mutazioni attuate a livello della struttura nanoscopica e dei processi di trasformazione, i legni offrono oggi una straordinaria pluralità di linguaggi tecnici e formali: possono diventare trasparenti, liquidi, resistenti quanto l'acciaio o il calcestruzzo, espansi, stampabili in 3D, flessibili, cucibili». Pur conservando un ciclo di vita tra i più longevi nel panorama dei materiali naturali.

ZEISS VISION CARE

MyoCare: due design per due fasce di età

SVILUPPATA PER SODDISFARE LE **ESIGENZE VISIVE SPECIFICHE** DI **BAMBINI** E **RAGAZZI**, **ZEISS MYOCARE** È LA PRIMA LENTE CHE L'OTTICO PUÒ **PROPORRE** IN BASE ALL'**ETÀ DEL PORTATORE**.

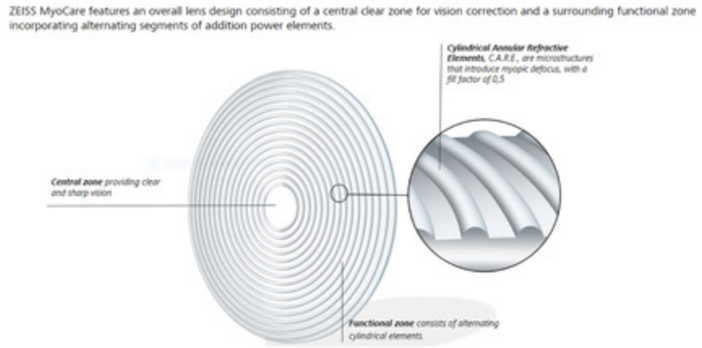
Paola Ferrario

Ciò che spicca subito di **ZEISS MyoCare**, rispetto alle altre lenti presenti sul mercato per il contenimento della progressione della miopia, è la possibilità di scegliere tra due design, in base all'età del portatore: **MyoCare** e **MyoCare S**, rispettivamente indicate per i bambini fino ai 10 anni e per ragazzi da 10 in su. Abbiamo incontrato **Fabio Briganti**, **Product Manager** di **ZEISS Vision Care Italia**, per capire come ZEISS sia giunta a questa conclusione e alla decisione di lanciare sul mercato non una ma due lenti per contrastare la progressione miopica.

QUALI SONO LE PECULIARITÀ DI ZEISS MYOCARE?
Dal punto di vista tecnico, le caratteristiche fondamentali di questa lente sono tre: un'area centrale nitida di potere correttivo, un'area funzionale contigua a quella centrale, che alterna zone di correzione regolare e zone che creano un defocus e il cosiddetto fattore di riempimento, ovvero il rapporto di distribuzione, che è 50:50, tra le zone di correzione regolare e quelle che creano un defocus.
In particolare, è questo bilanciamento a rappresentare una grande novità nel campo delle lenti per il controllo della progressione miopica: non solo perché il rapporto 1:1 assicura il comfort e la portabilità della lente, ma anche perché questa alternanza va a creare il cosiddetto "defocus simultaneo competitivo", a oggi una delle soluzioni più efficaci per il contenimento dell'evoluzione miopica.
Tutto questo è reso possibile da una nuova tecnologia brevettata denominata C.A.R.E. (Cylindrical Annular Refractive Elements), che utilizza microstrutture cilindriche concentriche (gli elementi C.A.R.E. appunto) che inducono un potere ottico aggiuntivo, diverso a seconda dell'età. Al potere regolare richiesto della lente viene aggiunto un potere medio addizionale allo scopo di soddisfare le specifiche esigenze di correzione e indurre il defocus simultaneo competitivo sulla retina periferica. La nuova lente MyoCare integra: ZEISS ClearFocus, un sofisticato design Free-Form con ottimizzazione punto per punto della superficie posteriore della lente, che consente una correzione ottimale dell'errore refrattivo, mantenendo il defocus miopico periferico in tutti gli angoli di visione e riducendo al minimo le distorsioni laterali indesiderate normalmente presenti nelle lenti monofocali sferiche.

COME SIETE GIUNTI ALLA CONCLUSIONE CHE FOSSE NECESSARIO SVILUPPARE DUE DESIGN DIFFERENTI IN BASE ALL'ETÀ?
Già verso la fine dello scorso anno abbiamo visto i risultati preliminari dei test in corso, che pubblicheremo solo alla fine dei due anni di studi clinici, ma dai quali è emerso che entrambe le tipologie di lente MyoCare danno risultati positivi nel contenimento della progressione miopica, ma in maniera diversa a seconda dell'età.

QUINDI QUALI SONO LE DIFFERENTI CARATTERISTICHE TECNICHE DELLE DUE VERSIONI?
MyoCare è consigliata ai bambini sotto i 10 anni, mentre MyoCare S ai ragazzini sopra ai 10 anni. La zona centrale deve essere sufficientemente piccola per avere un'efficace defocus miopico sulla retina periferica e nella versione MyoCare è di 7mm, nella MyoCare S è di 9mm.
Gli anelli cilindrici concentrici che, come dicevo, occupano tutta la rimanente superficie della lente hanno un potere addizionale di 4,6 diottrie nella MyoCare, mentre nella S è di 3,8 diottrie. Solo un elemento è in comune tra i due design: il fattore di riempimento, o "fill factor", ovvero il rapporto tra aree di defocus e aree di correzione e garantire, che è sempre identico, cioè 50: 50.



QUALI SONO I MATERIALI E GLI INDICI ATTUALMENTE DISPONIBILI PER QUESTE VERSIONI?
La disponibilità di indici e trattamenti si completerà col mese di giugno.
Per quanto riguarda i primi, MyoCare S al momento è disponibile solo in policarbonato 1,59 mentre MyoCare è già ordinabile negli indici: 1,5; 1,6; 1,67 e POLI 1,59.
Per garantire una maggiore robustezza, indispensabile quando si parla di lenti per bambini, consigliamo di proporre in aggiunta uno dei trattamenti della famiglia DuraVision. ZEISS DuraVision Kids è la soluzione ottimale con una protezione a 360°. Offre anche eccellenti proprietà antiriflesso per garantire ai più giovani una visione priva di disturbi e una bassa riflettanza dei raggi UV sulla superficie posteriore della lente.
In alternativa è possibile scegliere tra i tradizionali trattamenti Platinum, Silver o BlueProtect, mentre la protezione completa è sempre di serie su tutte le lenti da vista chiare firmate ZEISS.

• P.O. SPECIALE DESIGN, INNOVATION & MATERIALS •

DAI OPTICAL INDUSTRIES

Sempre più completa

DAI OPTICAL INDUSTRIES AMPLIA L'OFFERTA DELLA SUA LENTE PER LA GESTIONE DELLA **PROGRESSIONE MIOPICA MYOGA**, PROPONENDOLA ANCHE NELLA VERSIONE **COLORATA**, **POLARIZZATA** E NEGLI **STYLE COLORS** DI TRANSITIONS.

L'utilizzo delle lenti oftalmiche per il controllo della **progressione miopica** è sempre più diffuso e questo fa ben sperare. La pronta e capillare diffusione di questi dispositivi, infatti, contribuisce a contrastare il repentino aumento dei casi di miopia elevata, che si stima raggiungeranno più del 10% della popolazione entro il 2050 (Holden et al, 2016). Questa epidemia miopica ha allarmato anche l'OMS (Organizzazione Mondiale della Sanità), poiché numerose patologie oculari (cataratta, degenerazione maculare, distacco di vitreo e di retina, ecc.) sono correlate con la lunghezza del bulbo oculare, e dunque con la miopia.
La strategia più efficace per contrastare questa epidemia è la prevenzione: cercare di controllare l'aumento della miopia nei più piccoli, già dai 6-12 anni, in maniera da ridurre i casi di miopia elevata (superiore a 5 diottrie).
Ai consigli di igiene visiva, come passare almeno 80 minuti al giorno all'aperto, è bene associare un trattamento ottico della progressione miopica, per controllare l'allungamento del bulbo oculare in maniera sicura ed efficace.
Per questo **DAI Optical Industries**, in collaborazione con il suo Centro Ricerca e Sviluppo (ProCrea Tech), ha sviluppato **MYOGA**, una lente monofocale intelligente capace sia di compensare la miopia sia di controllarne lo sviluppo. Disponibile sul mercato già da 3 anni, questa lente stimola la retina a inibire l'allungamento oculare grazie a uno stimolo ottico: il **defocus**. In particolare, lo sfuocamento dell'immagine è presente nella parte periferica della lente, in modo da non intaccare le performance visive, ed è ottenuto mediante un potere ottico positivo. L'introduzione del defocus, inoltre, segue una distribuzione concentrica e simmetrica, in modo da distribuire il segnale ottico in maniera omogenea sulla retina. MYOGA è realizzata sfruttando la più recente tecnologia Free-Form e gode della certificazione 100% Made in Italy, come tutta la produzione firmata DAI Optical. Il processo produttivo Free-Form la rende la lente più completa e flessibile per controllare l'aumento della miopia. È possibile, infatti, utilizzare qualunque polimero per costruire la lente, associando per esempio

al design MYOGA le proprietà protettive del materiale **SAFER**, che scherma la luce blu nociva, o ancora di rendere MYOGA fotocromatica, nei classici colori (grigio, marrone, G15) o negli Style Colors (Ametista, Zaffiro, Ambra, Smeraldo). Per questo DAI Optical si impegna quotidianamente per ampliare la capacità produttiva di questo prodotto e ha di recente introdotto la possibilità di realizzare MYOGA con polimero polarizzato, in indice 1,5 – 1,6 – 1,67. Sfruttando a pieno questa vasta gamma di possibilità, potremmo fornire un occhiale davvero completo ai nostri bambini, proteggendoli dai danni cumulativi dei raggi UV solari e dalla luce blu nociva (grazie al polimero SAFER), e, perché no, completare la proposta cono un occhiale da sole colorato (indici 1,5 e 1,53).
Controllare la progressione miopica grazie a MYOGA vuol dire anche non rinunciare all'estetica dell'occhiale finito, grazie alla vasta gamma di indici di refrazione (da 1,5 a 1,74).

• P.O. SPECIALE DESIGN, INNOVATION & MATERIALS •

DIVEL ITALIA

Green thinking

FRUTTO DELLA COLLABORAZIONE CON I PRINCIPALI PRODUTTORI DI **MONTATURE** PER LA MODA **ECOCOMPATIBILI**, IL CONCETTO DI **SOSTENIBILITÀ** SI È ALLARGATO INEVITABILMENTE ANCHE NEL COMPARTO LENTI. TRA GLI ANTESIGNANI IN QUESTA DIREZIONE C'È DIVEL ITALIA CON LE SUE **LENTI GREEN**.

Il mondo dell'ottica si sta adattando a uno stile di vita sempre più ecologico e attento all'ambiente. Negli ultimi anni, lo sviluppo delle tecnologie sempre più all'avanguardia ha permesso l'impiego di materiali eco-sostenibili anche in questo campo. **Divel Italia** si pone come obiettivo quello di trasmettere il suo contributo verso tematiche importanti di sostenibilità e salvaguardia dell'ambiente, incrementando la sostenibilità ambientale dei prodotti e delle produzioni. Tramite i crescenti studi e ricerche verso materiali sostenibili, l'azienda si è impegnata a ridurre l'impatto ambientale di ogni sito produttivo e, soprattutto, nella ricerca, sviluppo e produzione di lenti e filtri solari che utilizzano sempre maggiori percentuali di materiale bio e derivati eco-sostenibili. Negli ultimi anni, la mission aziendale è diventata **eco-friendly**, come si può vedere nei prodotti, imballaggi e progetti di post-produzione.
I crescenti studi sul riciclo e il riutilizzo delle lenti hanno portato ad applicazioni nel packaging, nell'interior design e persino nell'arredo espositivo. A seguito di una ricerca sui rifiuti per lenti condotta nel 2019 presso l'Università di Palermo, Divel ha rivolto l'attenzione ai vari potenziali usi di questi rifiuti. Le lenti rifiutate che non hanno superato i test di qualità e materiali di scarto possono essere riutilizzate per dare vita a nuovi oggetti di uso quotidiano. In collaborazione con l'Università di Palermo, Divel Italia ha messo a disposizione degli studenti di Disegno Industriale i propri scarti di produzione, ovvero lenti, filtri solari e mascherine per progettare oggetti di design (vasi, gioielli, ciotole, ecc.) utilizzando i suddetti scarti. Altro progetto importante è stato realizzato per supportare le vetrine negli spazi espositivi, all'interno dello stand al MIDO 2020. Divel ha creato per l'evento due piedistalli espositivi, impiegando rifiuti di lenti recuperati, costituiti da una lamiera di acciaio al carbonio e da un pannello in resina epossidica con frammenti di lenti. Ed è proprio in occasione dell'esposizione MIDO 2020 che Divel ha lanciato la prima lente eco-sostenibile. È nata infatti la **Green Line**, la collezione **ECO** di Divel Italia con le prime lenti in **NYLON Eco**, materiale in Nylon bio costituito dal 39% circa da fonti naturali eco-sostenibili e disponibile in tutte le colorazioni,

anche in versione polarizzata. Le lenti della collezione Green Line includono il 39% di resine di origine vegetale, mentre il resto è costituito da sottoprodotti di origine fossile. Da allora, l'azienda ha continuato a investire sempre maggiori risorse sullo studio di materiali attenti all'ambiente, affinché i prodotti contribuissero significativamente nel raggiungimento di questi obiettivi. I suoi laboratori si adoperano giorno dopo giorno nella ricerca di materiali performanti ed efficienti, nel pieno rispetto dell'ambiente e della sostenibilità. Tramite l'utilizzo di materie prime ecologiche e metodi di produzione che utilizzano il risparmio energetico o il bilancio di massa, impiegate nella produzione di collezioni eco-sostenibili di lenti da sole e lenti da vista, Divel ha realizzato importanti risultati nella salvaguardia ambientale volta alla riduzione delle emissioni di gas CO_2 durante i cicli produttivi. Uno degli ultimi prodotti è **GAIA Eco Lens**, la prima lente da vista sostenibile, capace di ridurre di 5 volte le emissioni di gas CO_2 perché realizzata con l'82% di materiale biosostenibile.

• P.O. SPECIALE DESIGN, INNOVATION & MATERIALS •

In continuità con quanto fatto fino a oggi, Divel ha sviluppato di recente un nuovo materiale, per la collezione Green Line: il **Policarbonato Eco**, un prodotto estremamente leggero e versatile, perfetto per rispondere a tutte le esigenze di mercato in termini di qualità e rispetto per l'ambiente poiché fabbricato con materiale riciclato in bilancio di massa. Questo materiale rappresenta quindi un'ottima soluzione per ottenere un prodotto performante, leggero e versatile, che duri nel tempo e che allo stesso tempo sia rispettoso dei cicli naturali dell'ambiente. L'utilizzo delle risorse rinnovabili di seconda generazione riduce al minimo gli scarti e i rifiuti in fase produttiva e post-produttiva: si stima una diminuzione del 61% di emissioni di CO_2 per ogni kg di PC eco prodotto.

Il Policarbonato Eco ha ottenuto la certificazione **ISCC PLUS**, che attesta la sostenibilità e tracciabilità dei materiali utilizzati in sostituzione di quelli di origine fossile. Ottenere questa certificazione rappresenta un tassello importante nella lotta ai cambiamenti climatici. Divel Italia è, difatti, tra le prime aziende in Europa ad avere ottenuto la certificazione ISCC PLUS per tutti i suoi siti produttivi. Questa certificazione garantisce la sostenibilità e la tracciabilità dei prodotti lungo tutta la filiera produttiva, permettendo a tutti gli attori di poter usufruire di un prodotto sostenibile, da fornitori in possesso di un certificato. Oggi anche nell'eyewear si può scegliere di aiutare l'ambiente, dalla scelta dei materiali di produzione, fino alla fine del ciclo di vita del prodotto, contribuendo a costruire un futuro sostenibile per tutti.

KREUZBERGKINDER

Fusione di design, materiali e innovazione

LA COLLEZIONE **SUSPIRIUM** DI **KREUZBERGKINDER** UNISCE **FORMA** E **FUNZIONE** ISPIRANDOSI AL MONDO DELL'**OCCULTISMO**.

• P.O. SPECIALE DESIGN, INNOVATION & MATERIALS •

Berlino, nota per la sua vibrante cultura e creatività, ha visto nascere nel marzo 2018 **Kreuzbergkinder**, una nuova eccellenza nel mondo dell'occhialeria. "*Siamo un marchio di occhiali innovativo e all'avanguardia che mira a rivoluzionare il settore combinando stile impeccabile, qualità artigianale e accessibilità senza compromettere l'eleganza o la durata*", spiega l'azienda.
Il design è al centro dell'attenzione e fonde estetica e funzionalità. La designer **Ioana A. Serbanescu** si spinge costantemente oltre i confini, offrendo modelli diversi che soddisfano i gusti individuali.
"*Noi di Kreuzbergkinder crediamo in un occhiale accessibile e alla moda che non scende a compromessi con la qualità o lo stile. Radicato nell'arte, nell'innovazione e nell'individualità, il nostro marchio favorisce l'espressione di sé, promuovendo al contempo la sostenibilità e l'impegno della comunità. Ci sforziamo di avere un impatto sociale positivo collaborando con artisti, modelli e designer locali di Berlino, promuovendo il loro talento. Le nostre iniziative di sostenibilità includono la collaborazione con la designer di gioielli locale Gina Melosi, che offre eleganti catene per occhiali realizzate con oro e argento riciclati*", prosegue la società.

LA COLLEZIONE SUSPIRIUM
L'ultimo sforzo creativo del brand è la collezione **Suspirium**, un omaggio alle streghe e al mondo sotterraneo di Berlino. Molto apprezzata dalla clientela, presenta montature realizzate in acetato Mazzucchelli e metallo privo di nichel. "*Diamo priorità al comfort e abbiamo recentemente apportato migliorie al design, come le forme ergonomiche delle aste. La nostra ampia gamma di montature a prezzi competitivi si adatta a diversi stili e garantisce un occhiale di alta qualità senza mai spendere troppo*", specifica l'azienda.

IL FUTURO DI KREUZBERGKINDER
"*La nostra visione futura prevede un'espansione globale, diventando sinonimo di lusso accessibile e design innovativo. Abbracciando la sostenibilità e la tecnologia, puntiamo a essere leader del settore incorporando materiali eco-compatibili e collaborando con artisti e designer influenti. Diamo la possibilità agli individui di tutto il mondo di abbracciare il loro stile unico e di ridefinire i confini della moda*", spiega l'azienda. "*Kreuzbergkinder si impegna a promuovere un senso di comunità e di espressione personale, offrendo montature alla moda che soddisfano gusti e stili di vita diversi, abbracciando l'energia dinamica di Berlino: scoprite occhiali che uniscono eleganza grintosa, convenienza e individualità. Abbracciate lo spirito di Berlino con le montature Kreuzbergkinder che riflettono ogni giorno il vostro stile unico e vi incoraggiano a osare sempre di più a essere diversi*", conclude l'azienda.

MAUI JIM

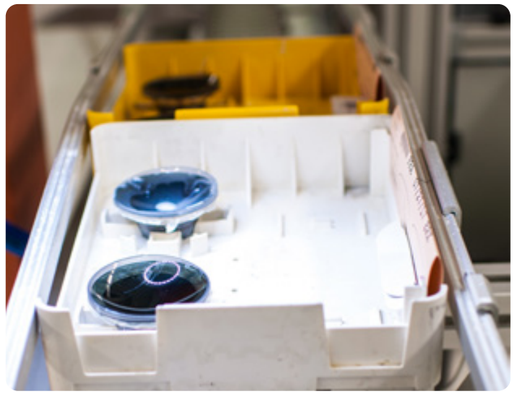
Innovazione nel DNA

L'IMPEGNO DI **MAUI JIM** NELL'OFFRIRE OCCHIALI CON **LENTI DA SOLE**, **LENTI RX** SOLE E **LENTI DA VISTA** SI È CONCRETIZZATO NEGLI ANNI ATTRAVERSO UNA SERIE DI SOLUZIONI BREVETTATE CHE HANNO CONTRIBUITO A POSIZIONARLO NELLA **CATEGORIA PREMIUM** DELLE PROPOSTE DEL SETTORE.

Da oltre 30 anni, Maui Jim si concentra sull'eccellenza tecnica. Grazie al suo ingegno, è riuscita ad applicare la tecnologia delle lenti **PolarizedPlus2®**, brevettata e collaudata sia nella gamma di occhiali non soggetti a prescrizione sia in tutti gli occhiali da vista. Ciò significa che ogni consumatore che sceglie il brand può indossare gli occhiali da sole con lenti oftalmiche Maui Jim, indipendentemente dall'età, dal sesso o dalla vista, e può godere dei vantaggi superiori e di esaltazione dei colori della tecnologia delle lenti brevettate Maui Jim. I livelli di adesione dei consumatori e di fedeltà a Maui Jim sono straordinariamente alti. Ciò riflette l'impegno del marchio nel fornire tecnologia e assistenza a un livello che pochi possono eguagliare, in quanto parte fondamentale del suo DNA. Oltre a una tecnologia brevettata, Maui Jim offre ai clienti e ai consumatori un'esperienza davvero autentica grazie alla produzione di occhiali specifici di qualità superiore. L'azienda infatti gestisce l'intero processo, dall'ordine alla produzione nei propri laboratori all'avanguardia, fino alla consegna. La possibilità di controllare tutti questi fattori le consente di offrire i migliori tempi di produzione del settore, inferiori a 1,5 giorni, e di fornire un prodotto eccezionale.

I LABORATORI: PEORIA E BRAUNSCHWEIG

Maui Jim ha investito in due laboratori all'avanguardia per la produzione di occhiali specifici, di oltre 2.000 metri quadrati: uno a Peoria, negli Stati Uniti, presso la sede centrale globale, e un secondo a Braunschweig, in Germania. Non ha posto limiti economici nell'attrezzare questi laboratori di precisione con tecnologie, macchinari e competenze di altissimo livello. Il laboratorio di Peoria è stato aperto nel 2007 e funziona 24 ore su 24, 7 giorni su 7 in alta stagione. Il laboratorio tedesco



è stato creato nel 2018 per soddisfare una domanda globale di RX in costante aumento, per servire più rapidamente i mercati europei e garantire la continuità della produzione in ogni momento. La produzione in entrambi i laboratori è completamente automatizzata, dai sistemi diretti di rivestimento delle superfici fino alla finitura, e passa attraverso 8 punti di controllo qualità durante il processo di produzione. Ciò contribuisce a mantenere le percentuali di rifacimento per eventuali errori di laboratorio di Maui Jim eccezionalmente bassi, inferiori all'1%. Ciò crea un alto livello di soddisfazione del cliente e aumenta la capacità di produzione.
Il 100% dei materiali di scarto e derivati dal petrolio viene riciclato nel tentativo di adottare un approccio più ecologico possibile, un processo di cui Maui Jim è stato pioniere. Infatti, Maui Jim ha installato un sistema che elabora a distanza i rifiuti fuori dalla produzione. Ogni anno, questi sforzi consentono di risparmiare circa 15.000 litri di liquidi e 90.000 chilogrammi di rifiuti.

LA TECNOLOGIA

Ogni lente prodotta viene elaborata digitalmente e completamente compensata, utilizzando gli ultimi ritrovati della progettazione digitale delle lenti e un software calibrato con precisione per la realizzazione delle lenti e delle forme delle montature Maui Jim. In questo modo si ottengono lenti di altissima precisione. Inoltre, il modello di compensazione del marchio prende in considerazione il design di ogni montatura per offrire la migliore esperienza a chi la indossa.

LE LENTI PROGRESSIVE DA SOLE MAUIPASSPORT 2.0

Le lenti progressive da sole **MauiPassport 2.0** sono state specificamente progettate per fornire una più ampia area di visibilità da lontano e ridurre nel contempo l'indesiderata sfocatura periferica, nota anche come aberrazione. Poiché queste lenti vengono utilizzate in situazioni dinamiche, l'aumento dell'area di visibilità da lontano utilizzabile garantisce, rispetto al design precedente, una migliore esperienza visiva complessiva. L'elaborazione digitale consente di ottenere il più ampio campo visivo possibile e la massima nitidezza durante la visione laterale.

MAUIBRILLIANT

Abbinato alla tecnologia MauiPassport, il materiale delle lenti **MauiBrilliant** è uno dei migliori del settore. È la lente da vista più leggera e con la maggiore nitidezza disponibile sul mercato. Con un valore ABBE di 56, offre un'ottica chiara quasi quanto il vetro e quasi il doppio della nitidezza rispetto alle tradizionali lenti in policarbonato, pur pesando un terzo rispetto al vetro.

R.O.M. – NIDEK

Il design incontra la tecnologia

LA MOLATRICE MULTIFUNZIONE NIDEK **ME-1500** E IL CENTRATORE INTELLIGENTE **ICE1500** CONIUGANO **INNOVAZIONE ED ESTETICA**.

La **molatrice multifunzione ME-1500**, prodotto di punta tra le molatrici **Nidek**, come tutti i prodotti del brand, presta un'attenzione particolare al design, elemento importante nei laboratori, sia per quelli con un'esposizione 'a vista' sul centro ottico sia per quelli interni. Oltre all'estetica, la molatrice vanta una tecnologia completa che consente di ottenere una molatura lenti di livello superiore con la massima precisione e silenziosità.
È infatti l'unica ad avere funzioni esclusive come la lavorazione avanzata del bisello (bisellatura mini, ad altezza variabile e a gradino, anche parziale), il controbisello opaco e lucido, le sfaccettature opache e lucide, la foratura e la scanalatura 3D automatica, la modalità di molatura soft avanzata, ideale per trattamenti idrofobici.
Estremamente intuitiva nell'utilizzo, ME-1500 è dotata di un sistema di valutazione della lente di nuova concezione che

• P.O. SPECIALE DESIGN, INNOVATION & MATERIALS •

ne fornisce informazioni sulle dimensioni e stima il tempo di lavorazione, offrendo una moltitudine di opzioni di lavorazione a seconda del materiale e dei trattamenti.
L'apposito software Nidek seleziona automaticamente il metodo di lavorazione più appropriato, calcolando la pressione di molatura. Il touch screen a colori da 8,4" guida visivamente l'operatore passo dopo passo.
In ME-1500 sono state integrate di recente nuove funzioni interessanti, tra cui spicca quella che permette all'operatore di avere un accesso immediato alla diagnostica della molatrice, scaricarne velocemente i dati utili in un QR code da inviare via email al nostro service per l'identificazione solerte dell'eventuale anomalia.
Un altro passo nella direzione della semplificazione del flusso di lavoro e della velocità nel riconoscimento e risoluzione di qualsiasi problema, perché sappiamo che il tempo è prezioso per chi lavora.
Il laboratorio dei sogni si completa col centratore intelligente **ICE-1500**, che affianca ME-1500 alla perfezione: ICE-1500 consente di affrontare e risolvere facilmente e con grande accuratezza le complessità poste dalle lenti e dalle montature attuali e di ottenere finiture uniche.

La centratura della lente avviene in maniera automatica e precisa, la gestione dei dati di ICE-1500 consente la memorizzazione e il recupero di oltre 30.000 sagome/lavori in base al produttore o al tipo di montatura.
ME-1500 e ICE-1500 possono godere dei benefici fiscali relativi al credito di imposta in beni materiali Industria 4.0.

RODENSTOCK

Per i più piccoli un nuovo design dedicato

RODENSTOCK HA REALIZZATO **MYCON**, LE LENTI PROGETTATE APPOSITAMENTE PER **CORREGGERE** LA **MIOPIA NEI BAMBINI** E AL CONTEMPO **RALLENTARNE LA PROGRESSIONE**, MANTENENDO UNA VISIONE NITIDA E CONFORTEVOLE.

I fattori che predispongono alla **miopia** sono comunque diversi, alcuni indipendenti dalle abitudini, come a 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 che si manifestino alcune patologie 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 miopia è caratterizzata da un occhio leggermente più lungo della media. 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 e l'allungamento assiale dell'occhio. Le aree di controllo della progressione sono posizionate temporalmente e nasalmente, consentendo allo stesso tempo una visione nitida e confortevole per la visione quotidiana dei più piccoli nelle aree centrali.
Il design di Mycon, completamente freeform, presenta tre principali zone:

- una **zona centrale**, dove il potere ottico corrisponde alla rifrazione nominale di chi la indossa;
- una **zona temporale** di potere positivo progressivamente crescente fino a 2,5 D;
- una **zona nasale** di potere positivo progressivamente crescente fino a 2,0 D.

La distribuzione asimmetrica della sfocatura orizzontale controlla l'allungamento della lunghezza dell'occhio (Tarutta et al., 2019) ottimizzando al contempo il comfort di chi lo indossa, e la sfocatura progressiva prevede una transizione di potere di continuità dall'area di messa a fuoco all'area di controllo progressivo, evitando così salti di immagine. La specificità del design consente anche un maggiore comfort nel portare le lenti, poiché favorisce una postura naturale, grazie alla zona centrale di visione nitida.
Anche a livello di portfolio di indici e trattamenti abbiamo scelto di offrire il design in una molteplice disponibilità. Le lenti di indici (1.5, 1.6, 1.67 e 1.74) per offrire i vantaggi tangibili, quindi di lente più sottili, e con un impatto estetico più gradevole.
Il comfort è un elemento importante per massimizzare i risultati delle lenti per la gestione della progressione miopica: più a lungo vengono indossate, maggiori e più decisivi sono i risultati.
Importanti in questo senso anche le evidenze cliniche: 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 ha dimostrato che le lenti per il controllo della miopia MyCon sono efficaci nel ridurre la progressione della miopia del 40% rispetto al gruppo di controllo. Inoltre, l'allungamento assiale è ridotto fino al 56% entro i 2 anni, con un ulteriore mantenimento del 35% dopo 4-5 anni. 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.

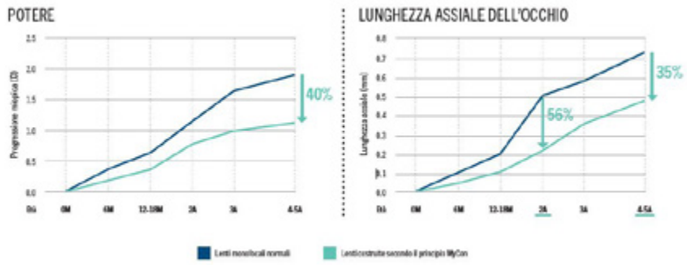
Le lenti MyCon saranno disponibili in centri ottici partner Rodenstock selezionati.

** 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.

*Tarutta EP, Proskurina OV, Tarasova NA, Milash SV, Markosyan GA. Long-term results of perifocal defocus spectacle lens correction in children with progressive myopia. Vestn Oftalmol. 2019;135(5):46-53.

FONTI

1. 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.
2. 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.



COSMOPOLITAN | KEY OPTICAL EUROPE

Uno sguardo agli anni ‘90

PUNTA DRITTO AGLI **ANNI NOVANTA** LA COLLEZIONE SOLE E VISTA SS23 DI **COSMOPOLITAN** DECLINANDO MODELLI RIMLESS E LENTI COLORATE.

Cosmopolitan, il più grande media brand al mondo per le giovani donne, presenta la nuova collezione di occhiali da sole e da vista per la Spring /Summer 2023, disegnata per ispirare e incoraggiare le donne a vivere appieno la vita con la sicurezza di sfoggiare tutti gli stili che desiderano.
Fil rouge sono gli anni Novanta, declinati attraverso le forme glasant super colorate nei modelli blue block, lo stile techno berlinese nel sole, gli acetati nei baby colors con le anime delle asta a vista nei modelli da vista.
Ogni occhiale della collezione Cosmopolitan è caratterizzato dalla lettera C in rosso su ogni terminale d’asta.

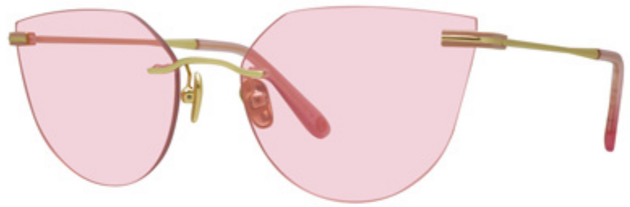
I MACRO TREND DELLA COLLEZIONE SS
CM2270 CM2272
Forme geometriche per i modelli glasant con lenti bue block colorate per proteggere gli occhi dalla luce blu proveniente degli schermi digitali come smartphone, tablet e computer in perfetto stile "Be a ‘90 girl".

CM2384 CM2385
Ispirati allo stile techno berlinese anni ‘90 e pensati per donare un tocco di colore e carattere a ogni outfit, i modelli da sole in metallo, dalla forma cat–eye per CM2384 e più rotonda per CM2385, sono in metallo con tocchi di colore sul frontale tono su tono con il finale d’asta e la lente. Una rete in metallo dorato completa l’occhiale per un look all’avanguardia.

CM2283 CM2282
Colori vivaci e metallo nella parte alta della montatura per il modello CM2282 con forma a gatta oversize, dove il colore tenue dell’acetato lascia intravedere l’anima dell’asta lavorata in metallo. Lente scoperta nella parte alta della montatura e forma rotonda d’ispirazione vintage per il modello da sole CM2283 per valorizzare lo sguardo in modalità trendy.

CM2253 CM2252
Acetati nei colori baby, oltre al nero, per il modello da vista CM2353 oversize dalla forma squadrata e il modello CM2252 leggermente a gatta. La palette dei colori chiari sulle aste in acetato lascia intravedere l’anima dell’asta lavorata in metallo per un look d’effetto.

Tutti i modelli della collezione Cosmopolitan sono in vendita nei migliori negozi di ottica in Italia.



LIU JO | MARCHON EYEWEAR

Intramontabile look romantico

LIU JO CELEBRA L'UNICITÀ DI OGNI DONNA CREANDO UNA MONTATURA DA SOLE PER LA P/E 2023 **ABBINATA** A UNA VERSIONE "**MINI ME**".

In occasione della Primavera/Estate, **Liu Jo** ha realizzato l'inedito occhiale da sole LJ772S proposto anche nella sua accattivante versione **"mini-me"**, dedicata alle teenager LJ3609S.

Caratterizzato da un design contemporaneo e dettagli romantici, questo style esalta l'inconfondibile eleganza del brand rivisitandola con grande freschezza. Tanto glam quanto facili da indossare, i due modelli rivelano una silhouette arrotondata in acetato premium ricercata e moderna. Su entrambe le aste, due cuori metallici posizionati ai lati del logo Liu Jo compongono un delicato omaggio alla femminilità.
La raffinata palette cromatica include le tonalità Tortoise, Black e Honey Horn e una vivace opzione Purple/Rose. La versione "mini-me" riproduce fedelmente sia la forma della montatura per adulti sia i particolari che ne valorizzano il look delicato. La palette comprende nuance più in linea con i gusti delle ragazze, come Violet Tortoise, Blond Tortoise e Blue Azure, ma anche un'opzione Black.

Questo modello da sole Primavera/Estate 2023 e la sua versione "mini-me" sono disponibili in tutte le boutique Liu Jo e presso rivenditori selezionati, nonché sul sito liujo.com.

Crediti: per gentile concessione di Liu Jo Eyewear

Mod. LJ772S

Mod. LJ2609S

MOREL

Il comfort è la conditio sine qua non

LA FRANCESE MOREL REALIZZA OCCHIALI STUDIATI IN TUTTI I LORO DETTAGLI PER GARANTIRE UNA PORTATA OTTIMALE, FRUTTO DELLA SUA EXPERTISE E DELLA SUA TECNOLOGIA, A CUI ABBINA UN CONTENUTO MODA.

In un mercato che propone un'abbondanza di forme, una vasta palette di colori e un'ampia proposta di materiali, la scelta della montatura giusta può essere impegnativa.
Oltre a indirizzare i clienti per soddisfare le preferenze personali in termini di look, gli ottici devono considerare la frequenza con cui indosseranno gli occhiali. Va da sé che il comfort sia una priorità assoluta ed è per questo motivo che **Morel** ha adottato diverse misure per garantire che i modelli siano piacevoli da indossare e costruiti per durare nel tempo. Niente viti, niente molle, nessun problema!
Una cerniera può contribuire alla rottura di una montatura o addirittura esserne la causa principale. Potremmo affermare che metaforicamente rappresenti il cervello che fa funzionare in tandem ogni parte della montatura: dall'apertura iniziale delle aste alla rapida rimozione dal viso a fine giornata. Grazie alla cerniera flex, priva di viti e molle, brevettata da Morel, il problema della rottura si annulla. Queste cerniere sono progettate per garantire una forte stabilità senza bisogno di ulteriore manutenzione. Nonostante la loro leggerezza, sono costruite per essere altamente durevoli e sono curate con la stessa attenzione per quanto riguarda il bilanciamento e il peso. Diversi modelli sono inoltre dotati di tre ganci in acciaio inossidabile che garantiscono sia la massima durata sia un'estetica elegante.

COMFORT GRAZIE AI NASELLI AUTOREGOLANTI
Vi è mai capitato che un cliente si sia rivolto a voi esprimendo un disagio dovuto agli occhiali, come ad esempio temporanee rientranze o pizzicori dovuti a cuscinetti troppo stretti? Morel ha risolto il problema: tutti i modelli offrono infatti naselli autoregolanti a 360° che si adattano perfettamente alla struttura facciale dell'individuo. Gli ottici possono regolare più facilmente i naselli per i loro clienti, il che è fondamentale per fornire un comfort ottimale durante l'uso quotidiano.

UNA GAMMA DI MISURE ADATTA A TUTTI
Morel è sempre alla ricerca di soluzioni per rendere gli occhiali più accessibili a tutti. Per le persone con tratti del viso più piccoli può essere difficile trovare occhiali che si adattino perfettamente alla loro fessura pupillare: ecco perché l'azienda, oltre ai modelli tradizionali, offre una gamma di occhiali extra small (XS), adatti per queste esigenze. Progettate per uomini e donne con visi più piccoli, queste montature includono aste pretagliate in modo che gli ottici possano facilmente adattarle per ottenere comfort e regolabilità. Con le loro fantasiose miscele di colori e le forme di tendenza, rappresentano un'interpretazione contemporanea della moda e si adattano perfettamente a un pubblico giovane.

NIKE | MARCHON EYEWEAR

Comfort sostenibile

NIKE DECLINA UNA MINI COLLEZIONE SOLE AD **ALTE PERFORMANCE**: **SHOW X3**.

Gli occhiali da sole **Nike Show X3** sono stati progettati e testati insieme agli atleti professionisti del team Nike. Disegnati per offrire una nitidezza superiore e una ventilazione anti-appannamento, garantiscono prestazioni ottimali e una calzata confortevole ed ergonomica. Inoltre, strizzano l'occhio alla sostenibilità grazie all'utilizzo di un particolare materiale iniettato composto almeno dal 40% di olio di semi ricino. Le aste in gomma regolabili migliorano la vestibilità e l'aderenza dell'occhiale, mentre i naselli offrono una ventilazione ottimale e assorbono gli impatti, per una calzata confortevole in ogni situazione.

SHOW X RUSH
La forma perfetta per essere indossata durante le tue prestazioni. Gli occhiali da sole **Nike Show X Rush** hanno un design intercambiabile, l'atleta può decidere di indossarli con o senza il profilo superiore. Le aste in gomma adattabili migliorano la vestibilità e l'aderenza dell'occhiale. Il materiale scelto per realizzare la montatura ha un'anima decisamente green in iniettato composto almeno dal 40% di olio di semi ricino. In caso di necessità, è possibile anche inserire con estrema facilità la clip per le lenti da vista.

NIKE SHOW X RUSH

NIKE VISION SHOW X3

ORIGINAL VINTAGE SUNGLASSES

Un territorio tutto da scoprire (e amare)

CON LA COLLEZIONE **NAPLES BAROQUE**, **ORIGINAL VINTAGE SUNGLASSES** INDAGA UN ULTERIORE ASPETTO DEL CAPOLUOGO CAMPANO CHE STA CONQUISTANDO LE SCENE INTERNAZIONALI NON SOLO PER LA SUA **BELLEZZA** MA ANCHE PER LA SUA **CREATIVITÀ**, ESPRESSA ATTRAVERSO DIFFERENTI FORME D'ARTE.

Dopo la versatile Light, l'underground Special e l'elegante City, la vasta famiglia **Naples** di **Original Vintage Sunglasses** si amplia con una nuova collezione affascinante ed eccentrica: **Baroque**. Minimo comune denominatore con le altre collezioni della gamma Naples è il logo portacatena a cui affianca però una caratteristica inedita e unica: Baroque si inserisce nella serie **Élite**, ossia la produzione di alta gamma che il brand ha sviluppato per la clientela più esigente. Le complesse e raffinate lavorazioni che caratterizzano i frontali dei modelli abbinate a forme scultoree e tridimensionali esaltate da eleganti bicromatismi ne determinano infatti il carattere forte ed esclusivo.
Ulteriori elementi distintivi sono il foulard con pattern dedicato e il sofisticato sacchetto in raso che racchiude la custodia. Il **fondatore dell'azienda Ciro Lago** e il **designer Ernesto Gravante** ci hanno raccontato l'esegesi della Naples Baroque e cosa caratterizza il suo stile: "*Come detto in svariate occasioni, le nostre collezioni sono un pretesto per raccontare il nostro territorio, e la gamma Naples è indubbiamente la regina del campionario Original Vintage Sunglasses, perché è quella che più ci rappresenta e che porta il nome della nostra amata città.*
Tutti sanno che Napoli ha molteplici volti, quindi, per ogni nuova branca che aggiungiamo alla Naples cerchiamo di esporne uno diverso. Abbiamo dapprima raccontato la città streetwear, poi quella elegante, ora non poteva mancare la Napoli Barocca.
Poiché a differenza di altre bellissime città italiane caratterizzate anch'esse dall'arte e dall'architettura barocca, Napoli è barocca soprattutto nello spirito del suo popolo, eccessivo ed eccentrico proprio come questa corrente artistica".
Il design della collezione pur essendo appariscente, propone una chiave di lettura stilisticamente pulita discostandosi da derive neo-kitsch, come il duo ha specificato: "*Lo stile dei modelli vuole essere una reinterpretazione in chiave contemporanea del barocco, esaltandone gli aspetti di raffinatezza ed eleganza. Ciò è evidente nel frontale dei modelli caratterizzati da fregi tridimensionali che mantengono una ricercata pulizia formale.*
La realizzazione dei frontali bicolore è stata particolarmente complessa, degna della qualità che esigiamo per le nostre serie Élite. Il disegno dei fregi adorna anche il Vesuvio portacatena e il foulard in raso; il tutto per un risultato complessivo di uniforme eleganza.
Abbiamo invece cercato di portare l'aspetto bizzarro e stravagante nella parte comunicativa, ispirandoci al vestiario seicentesco e reinterpretandolo in chiave attuale".
Una collezione non banale quindi ma che propone molteplici aspetti degni di nota: non ultimo, la possibilità di utilizzare le due catenine - che fanno da collegamento tra il foulard e gli occhiali - come bracciale, aumentando di fatto la versatilità del prodotto.
I modelli che compongono Naples Baroque sono quattro e sono proposti in tre varianti colore ognuna delle quali è fornita di specifico foulard.
La produzione anche in questo caso è 100% Made in Italy. Completa il quadro l'elegante cofanetto in eco-pelle che racchiude tutti i modelli.

CAFÈNOIR | OPTO TEAM

Una storia tutta italiana

CREATIVITÀ, **IMPEGNO** E **AMORE VERSO IL PRODOTTO** SONO ALLE BASE DEL MARCHIO **CAFèNOIR**.

Raccontare **CAFèNOIR** significa parlare dei valori produttivi del nostro Bel Paese in cui passione ed estro creativo si fondono all'unisono. Il marchio nasce nel 1999 nel cuore del più importante distretto toscano della moda e delle calzature. L'azienda

specializzata nella produzione di scarpe, abbigliamento, borse e accessori si è distinta negli anni per la propria offerta di tendenza fino a posizionarsi come brand a 360°.
Il know how unito a innovative strategie di marketing sono stati il mix vincente dello sviluppo. Le collezioni alla moda e d'avanguardia caratteristiche del brand italiano **CAFèNOIR Eyewear** sono create "sulla base di sentimenti ed emozioni", pensate per uno stile sia business che casual, proponendo versatilità e qualità allo stesso tempo.
Il marchio, che ha raggiunto una notorietà molto elevata, ha intrapreso anche un'attività di licensing con produttori di qualità come occhiali da sole e da vista e di calzature bambina.

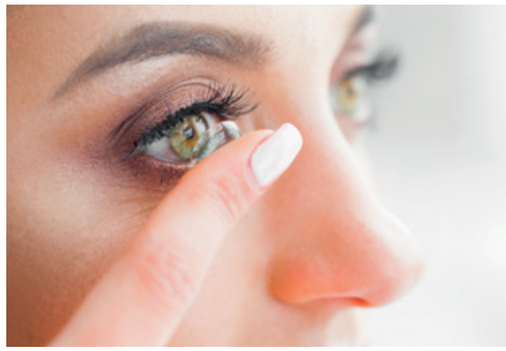
LA NASCITA DELLA LINEA EYEWEAR

Nel 2016 l'azienda decide di ampliare al massimo l'offerta introducendo la prima linea di eyewear per la S/S.
Sin dal lancio, la collezione riscuote un forte successo grazie alla sua ecletticità che la rende adatta ai gusti di un pubblico molto vasto. 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 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.

EASYLAC a brand of FE-GROUP

Una lente adatta per ogni occhio

EASYLAC, BRAND DI **FE-GROUP**, **DISTRIBUIRÀ** SU TUTTO IL **TERRITORIO ITALIANO** L'INTERO PORTFOLIO DI **PROCORNEA COOPERVISION SEC**.



Eccellente comfort e visione in qualsiasi applicazione: ecco è ciò che rende le lenti a contatto CooperVision Specialty EyeCare così uniche. L'azienda, che ha scelto EASYLAC come distributore per il Bel Paese, offre una gamma di prodotti completa ed è specializzata nella produzione di lenti personalizzate: **lenti a contatto rigide (GP)** e **morbide**.

LE LENTI NOTTURNE

Dreamlite

Dreamlite è una lente a contatto gas permeabile per ortocheratologia che permette di rimodellare la cornea durante la notte. Questo graduale cambiamento rende la cornea più piatta e più sferica, riducendo la miopia fino all'emmetropizzazione e al risveglio la visione è perfetta tutto il giorno. Proposta in in versione sferica, torica, multifocale e multifocale torica.

LENTI A CONTATTO GAS PERMEABILI

Senso Select

Senso Select è la lente gas permeabile asferica ideale per chiunque abbia esigenze di avere una buona visione unita al massimo comfort. Con un design personalizzato e l'utilizzo di materiali di alta qualità, è proposta in versione sferica, torica, multifocale e multifocale torica.

CONTROLLO DELLA PROGRESSIONE MIOPICA

Con la lenti a contatto personalizzate, la progressione miopica nei giovani può essere inibita il più possibile.

Dreamlite MC

Lente gas permeabile per il controllo della miopia in versione sferica e torica. Il processo avviene grazie alla lenta modifica del profilo corneale, il quale crea un defocus miopico periferico che permette ai raggi di finire davanti al piano retinico anziché dietro. Questo potrebbe avere un effetto inibitorio sulla progressione miopica.

BYO Premium MC and MCT

Lente su misura morbida per il controllo della miopia, compatibile con alti poteri e astigmatismi, ampio range di parametri disponibili. Dotata di alta qualità visiva, offre comfort e portabilità ottimi.

LENTI A CONTATTO MEDICHE

Le lenti a contatto di questa linea di prodotti hanno proprietà specifiche e sono state appositamente progettate per cornee irregolari e patologiche.

Senso KC

Senso KC è una lente RGP adatta a diversi stadi del cheratocono. Grazie al suo design progressivo e al Comfort Edge Design offre comfort eccellente. La parte anteriore della lente è realizzata con la tecnologia AB, che crea un'ottica perfetta.

Senso E-MIN

La lente Senso E-Min è progettata per cornea post-chirurgia. Può essere personalizzata offrendo un'ottima vestibilità ed è perfetta come prima scelta per l'ametropia residua (difetto oculare residuo, miope o presbite).

Easylens Soft-Med-KC

È una lente in silicone-idrogel e GM3 per cheratocono, progettata per applicazioni su cheratocono. Gli spessori ottimizzati garantiscono una visione nitida e allo stesso tempo un comfort ottimale. Il materiale in silicone-idrogel garantisce un'ottima permeabilità all'ossigeno. Proposta in versione sferica e torica.

LENTI A CONTATTO MORBIDE

Adatto a tutti gli occhi! Non puoi cambiare i tuoi occhi, ma puoi cambiare le tue lenti.

BYO Premium

Lente morbida su misura personalizzata in versione sferica, torica, multifocale e multifocale torica. Garantiscono comfort eccezionale e adattamento rapido. Disponibile praticamente in tutti i punti di forza.

ALCON

La soluzione ideale per l'astigmatismo

LE LENTI A CONTATTO **TOTAL™ TORICHE** GARANTISCONO **COMFORT ELEVATO[1,2]** ED **ELEVATA STABILITÀ[1,4]**.

Alcune stime mostrano che le lenti toriche sono il segmento di lenti in più rapida crescita del mercato delle lenti a contatto*. Questo rappresenta una grande opportunità in quanto il **47% dei consumatori totali che necessitano di correzione visiva è astigmatico[5]*** e solo il 10% indossa lenti toriche[6]. Le lenti toriche potrebbero essere una soluzione per oltre il 90% di potenziali portatori astigmatici. I professionisti dovrebbero assicurarsi che anche i portatori di occhiali soddisfatti sappiano che le lenti a contatto possono essere un'ottima opzione di correzione della vista, in relazione alle diverse esigenze dei portatori. L'uso diffuso di dispositivi digitali rende la correzione dell'astigmatismo ancora più rilevante in quanto gli schermi possono peggiorare i disturbi dovuti dall'astigmatismo e creare maggior bisogno di comfort oculare[7-12]. Garantire che un portatore di lenti a contatto raggiunga un comfort per tutto il giorno è un obiettivo importante: gli studi evidenziano che il comfort gioca un ruolo fondamentale nell'esperienza e nella fedeltà ai brand dei portatori di lenti a contatto[13]. È inoltre importante ricordare che i portatori di lenti a contatto toriche hanno maggiori probabilità di lamentare secchezza e discomfort[6].
Per questa ragione le lenti **TOTAL™**, grazie alla tecnologia Water Gradient, possono offrire un'ottima soluzione per i portatori astigmatici.

Le lenti a contatto **TOTAL™** toriche sono progettate per offrire soluzioni alle differenti esigenze dei portatori astigmatici. **TOTAL1™ for Astigmatism** e **TOTAL30™ for Astigmatism**, sono lenti in silicone Idrogel che permettono una elevata trasmissibilità all'ossigeno, e grazie alla tecnologia con Water Gradient forniscono un elevato contenuto d'acqua sul punto più esterno della superficie, così che l'occhio sarà a contatto solo con un morbido cuscinetto umettante[14-17]. Entrambe le lenti sono dotate di geometria **PRECISION BALANCE 8|4™** che consente alle lenti di stabilizzarsi in media in 60 secondi[1,3,4]. Nel ~100% dei portatori valutati, la lente ha mostrato una oscillazione all'ammiccamento minore o uguale a 5[1,3,4]. Le lenti TOTAL1™ forniscono una visione di 10/10 con una stabilità eccellente**[2] e permettono un comfort ottimale[2] grazie a una zona più sottile a ore 6 che minimizza l'interazione con la palpebra inferiore. Le lenti sono facili da applicare, mostrando un successo del >95% in prima applicazione[1,3,4]***.
TOTAL1™ for Astigmatism integrano la tecnologia **SmarTears™** progettata per aiutare a stabilizzare lo strato lipidico e ridurre l'evaporazione acquosa[18] e favorire l'idratazione anche nelle giornate più lunghe[19] per occhi bianchi e dall'aspetto sano.
TOTAL30™ for Astigmatism uniscono al Water Gradient, la tecnologia biomimetica **CELLIGENT™** per ottimizzare le prestazioni per ben 30 giorni[20,21].
Le nanofibre polimeriche biomimetiche di questa tecnologia imitano la struttura delle cellule corneali[21-23]. La tecnologia CELLIGENT™ inoltre contribuisce a ridurre l'adesione di batteri e lipidi per una lente pulita per tutto il mese[24-27].

Le lenti giornaliere **DAILIES 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.

*OPTI-FREE Repleanish utilizzato per pulire, disinfettare e conservare come indicato dalle istruzioni d'uso all'interno della scatola.
*Stime interne Alcon.
**>0.75D in almeno un occhio.
***In base al movimento, alla centratura e alla rotazione della lente alla prima applicazione.

LENTI A CONTATTO **GIORNALIERE** | LENTI A CONTATTO **MENSILI**

2 TECNOLOGIE UNICHE

TECNOLOGIA **SMARTEARS™** SmarTears™

TECNOLOGIA **CELLIGENT™**

2 CARATTERISTICHE IN COMUNE

MATERIALE CON **GRADIENTE ACQUEO™**

GEOMETRIA **PRECISION BALANCE 8|4™**

INQUADRA IL QR CODE PER LE REFERENZE

Sono dispositivi medici CE0123. Per l'utilizzo, la manutenzione, le precauzioni, le avvertenze, le controindicazioni e gli effetti indesiderati, consultare le istruzioni d'uso.
Visitate il sito Alcon ifu.alcon.com per importanti informazioni di prodotto. IT-DTA-2300014

BAUSCH+LOMB

Vedere senza l'utilizzo degli occhiali

COME **CONSIGLIARE** LE LENTI A CONTATTO AI **NUOVI PORTATORI.**

SILVIA ZANARELLA, PROFESSIONAL RELATIONS SPECIALIST VISION CARE BAUSCH+LOMB

Nel tempo, l'utilizzo delle lenti a contatto può migliorare la qualità della vita, la soddisfazione visiva e la percezione di sé, consentendo ai portatori di avere un campo visivo più ampio e permettendo loro di praticare diverse attività senza l'uso di occhiali, come fare sport[1,2]. Essere proattivi nel consigliare le lenti a contatto più adatte alle esigenze di ciascun portatore, prestando attenzione alle motivazioni per cui i neofiti tendono a interromperne l'uso, può aiutare a trarne i benefici che derivano dal loro utilizzo.

COME PROPORRE LE LENTI A CONTATTO

I soggetti più idonei all'uso delle lenti a contatto potrebbero non chiederlo in modo diretto; alcuni studi dimostrano che, quando il loro professionista della visione di fiducia le consiglia in modo proattivo aumenta la probabilità che le provino e continuino a usarle[3]. Oltre a presentare abitualmente ai portatori di occhiali idonei la possibilità di utilizzare le lenti a contatto, la ricerca dimostra che offrire ai clienti una prova di lenti a contatto mentre provano le montature può portare a un maggiore interesse nell'uso delle lenti a contatto, anche da parte di coloro che non ne avevano mai espresso alcuno[4]. Una volta stabilito un certo livello di interesse per le lenti a contatto, la ricerca si è concentrata sui fattori che portano all'abbandono delle lenti a contatto da parte dei nuovi portatori: capire le motivazioni del drop out può aiutare a chiarire i loro dubbi e ad avere il giusto approccio affinché accettino l'applicazione e la prova.

CONTROLLI TEMPESTIVI E FREQUENTI

Un'accurata valutazione della superficie oculare prima dell'applicazione delle lenti a contatto è necessaria per identificare e risolvere eventuali problemi che potrebbero influire sull'esperienza di utilizzo[2]. Anche le regolari visite di controllo possono aiutare a individuare i sintomi, sia con un questionario standardizzato sia con alcune domande mirate sulla qualità della visione durante la giornata, sulla manipolazione e sull'inserimento/rimozione, sulle ore di utilizzo confortevole e sulla sensazione delle lenti alla fine e all'inizio della giornata[2]. Mentre il discomfort e la secchezza sono spesso citati come motivi di drop-out tra i portatori di lenti a contatto consolidati, la visione e la manipolazione sono in cima alla lista per i nuovi portatori[2,5]. Uno studio sui tassi di abbandono nei nuovi portatori di lenti a contatto ha rilevato che quasi la metà le abbandona entro i primi due mesi di utilizzo, sottolineando l'importanza delle prime visite di controllo come opportunità per rendersi conto di eventuali problemi intervenendo tempestivamente[6]. La ricerca suggerisce anche che molti portatori che interrompono l'uso delle lenti a contatto possono poi riprenderne l'utilizzo con successo[5].

SELEZIONE DELLA LENTE A CONTATTO

La modalità giornaliera può essere una scelta eccellente per i nuovi portatori, in particolare per i giovani, in quanto elimina la necessità di pulire/disinfettare le lenti a contatto ed è associata a un rischio ridotto di cheratite infettiva e di infiltrati corneali[5]. Sono inoltre ideali anche per i portatori di occhiali interessati principalmente a un uso saltuario. La nuova lente a contatto giornaliera in silicone idrogel Bausch+Lomb ULTRA® ONE DAY può essere una scelta adatta per molti nuovi portatori grazie alle proprietà del materiale e della soluzione presente nel blister, nonché alla modalità di sostituzione[7,8].
Il materiale di queste nuove lenti a contatto, il kalifilcon A, è prodotto con un processo di polimerizzazione a due fasi, durante il quale gli agenti umettanti polivinilpirrolidone (PVP) e dimetilacrilammide (DMA) sono incorporati nella matrice di siliconi a catena lunga e corta. La lente a contatto risultante ha un'elevata trasmissibilità all'ossigeno, un basso modulo, per consentire una manipolazione semplice, e un elevato contenuto d'acqua. La soluzione presente nel blister della lente a contatto contiene ingredienti selezionati per supportare il film lacrimale che vengono rilasciati dalla lente grazie alla diffusione passiva[7,8].

Agente umettante PVP che avvolge la matrice in silicone

I PRIMI STEP

Sebbene le istruzioni per l'uso e la manutenzione delle lenti a contatto risultino familiari ai professionisti della visione, i nuovi portatori potrebbero essere confusi dalle tante nuove informazioni. Per alcuni, inoltre, l'ansia potrebbe interferire con la loro capacità di seguire e ricordare le istruzioni. Ulteriori incontri, come controlli post-applicazione o fornire materiali scritti aggiuntivi, possono contribuire a consolidare le informazioni e a insegnare ai portatori ad avere buone abitudini[9]. Per quanto riguarda la prova delle lenti a contatto, recenti studi suggeriscono che un periodo di adattamento graduale non è necessario con le moderne lenti a contatto sferiche morbide, il che può rendere il processo più semplice per i portatori[10]. Anche l'uso saltuario delle lenti a contatto può offrire ai portatori una certa libertà, facilitando lo svolgimento di tante attività quotidiane. Offrire regolarmente la possibilità di utilizzare le lenti a contatto ai portatori di occhiali idonei, soprattutto quando la loro vista e le loro abitudini cambiano, può aiutare a promuovere una solida relazione cliente-professionista della visione. Per i clienti interessati a iniziare o a riprendere l'uso di lenti a contatto, un'attenta valutazione della superficie oculare, l'attenzione alla scelta delle lenti a contatto e la programmazione di visite di controllo, possono contribuire a garantire il successo.

REFERENZE

1. Kandel H. Quality-of-life outcomes of long-term contact lens wear: A systematic review. Cont Lens Anterior Eye. 2022;45(1):101521.
2. Pucker AD, Tichenor AA. A review of contact lens dropout. Clin Optom (Auckl). 2020;12:85-94.
3. Jones L, Jones D, Langley C, Houlford M. Reactive or proactive contact lens fitting—does it make a difference?. Cont Lens Anterior Eye. 1996;19(2):41-3.
4. Mayers M, Jansen Bishop M, Walerius D, et al. Improving your spectacle patients' in-practice experience with contact lenses during frame selection. Cont Lens Anterior Eye. 2019;42(4):406-410.
5. Walsh K, Jones L, Moody K. Addressing common myths and misconceptions in soft contact lens practice. Clin Exp Optom. 2022;105(5):459-473.
6. Sulley A, Young G, Hunt C. Factors in the success of new contact lens wearers. Cont Lens Anterior Eye. 2017;40(1):15-24.
7. Rah M. Ocular Surface Homeostasis & Contact Lens Design. Unpublished Data. Bausch & Lomb Incorporated. Rochester, NY; 2021.
8. Smith R. ComfortFeel Technology: A Unique Combination of Comfort & Eye Health Ingredients. Unpublished Data. Bausch & Lomb Incorporated. Rochester, NY; 2021.
9. McMonnies CW. Improving patient education and attitudes toward compliance with instructions for contact lens use. Cont Lens Anterior Eye. 2011;34(5):241-8.
10. Pucker AD, Steele K, Rueff E, et al. Contact lens adaption in neophytes. Optom Vis Sci. 2021;98(3):266-271.

Materiale ad uso esclusivo dei Sigg. Ottici.
ULTRA® ONE DAY è un dispositivo medico CE0050.
Bausch+Lomb ULTRA® OneDay è un marchio registrato di Bausch+Lomb Inc. e sue affiliate. ©2023 Bausch&Lomb Incorporated
VC-IT-2207-2325

ESSILOR®

Torna “Guardiamo Lontano”

FORTE DEL SUCCESSO DELL’EDIZIONE 2022, **ESSILOR®** RIPROPONE IL PROGETTO EDUCATIVO **“GUARDIAMO LONTANO”**, CONCEPITO PER PORTARE A **SCUOLA** E IN **FAMIGLIA** UN PERCORSO DEDICATO AL **BENESSERE VISIVO** E ALLA **PREVENZIONE DELLA MIOPIA**.

Sono **4000** le classi primarie e secondarie di tutto il territorio nazionale coinvolte in *Guardiamo Lontano!*, il progetto formativo - che si inserisce nel più ampio “**Progetto Miopia**”, lanciato poco più di un anno fa - dedicato alla progressione miopica. Un percorso educativo strutturato, con risorse informative e attività pratiche, che attiva sinergicamente docenti, studenti e famiglie per approfondire la tematica della **salute visiva**, sensibilizzando al riconoscimento dei **primi sintomi della miopia** nei bambini e nei ragazzi.

“*Per noi di Essilor, la gestione della progressione miopica è stata da sempre caratterizzata dalla volontà di* **creare cultura, occasioni di formazione e divulgazione di informazioni**”, dicono dal team marketing dell’azienda. “*Guardiamo Lontano! è un’iniziativa che vuole portare valore all’interna filiera dell’ottica, classe medica compresa, permettendo a tutti i soggetti coinvolti di beneficiare di varie attività e opportunità*”.

LA STRUTTURA DEL PROGETTO

Per gli **studenti**, tra gli 8 e i 13 anni, è stato infatti progettato un **KIT educativo e formativo** da utilizzare in classe, composto da poster, brochure e cartoline, con l’obiettivo di educare sull’importanza dell’individuazione e della prevenzione dei difetti visivi e sui comportamenti adeguati alla salute degli occhi. Per gli **insegnanti**, invece, è previsto un **corso online di 25 ore**, **diviso in 6 moduli** e accreditato dal **Ministero dell’Istruzione**, volto a implementare le loro conoscenze e competenze sul tema e a fornire indicazioni su come individuare gli eventuali segnali della miopia che possono condizionare lo studio dei propri alunni, condividendoli poi con i genitori.
Infine, per le **famiglie** e i **bambini** è stato realizzato un **sito web dedicato** (www.guardiamolontano.it) per imparare preziose informazioni sulla vista attraverso test e giochi. Questo, però, si rivela uno strumento utile anche per il corpo docenti, a cui è stata riservata una sezione per scaricare tutti i materiali didattici del progetto.
Per tutti gli **ottici partner** Essilor, come lo scorso anno, è a disposizione un **KIT**, appositamente studiato per facilitare il collegamento con le scuole del proprio territorio.

I COMPAGNI DEL VIAGGIO NEL BENESSERE VISIVO

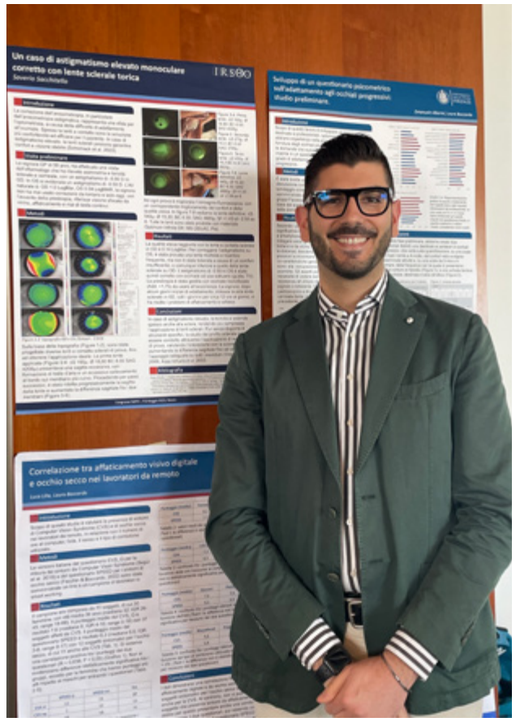
Per dialogare con tutti i soggetti coinvolti in questo progetto sono stati creati 4 personaggi: **Cosmo** e **Margherita** di 8 e 13 anni, compagni di viaggio ed esploratori del mondo; l’**Essilor Expert**, specialista della visione che offre suggerimenti e consigli per prendersi cura degli occhi; e il **Professor R&D**, lo scienziato che ha creato le lenti del futuro.

Formazione, collaborazione, sensibilizzazione ed educazione sono il cuore pulsante di *Guardiamo Lontano!,* il programma formativo nato dalla volontà di Essilor di aiutare insegnanti, studenti, genitori e ottici a combattere insieme la miopia.

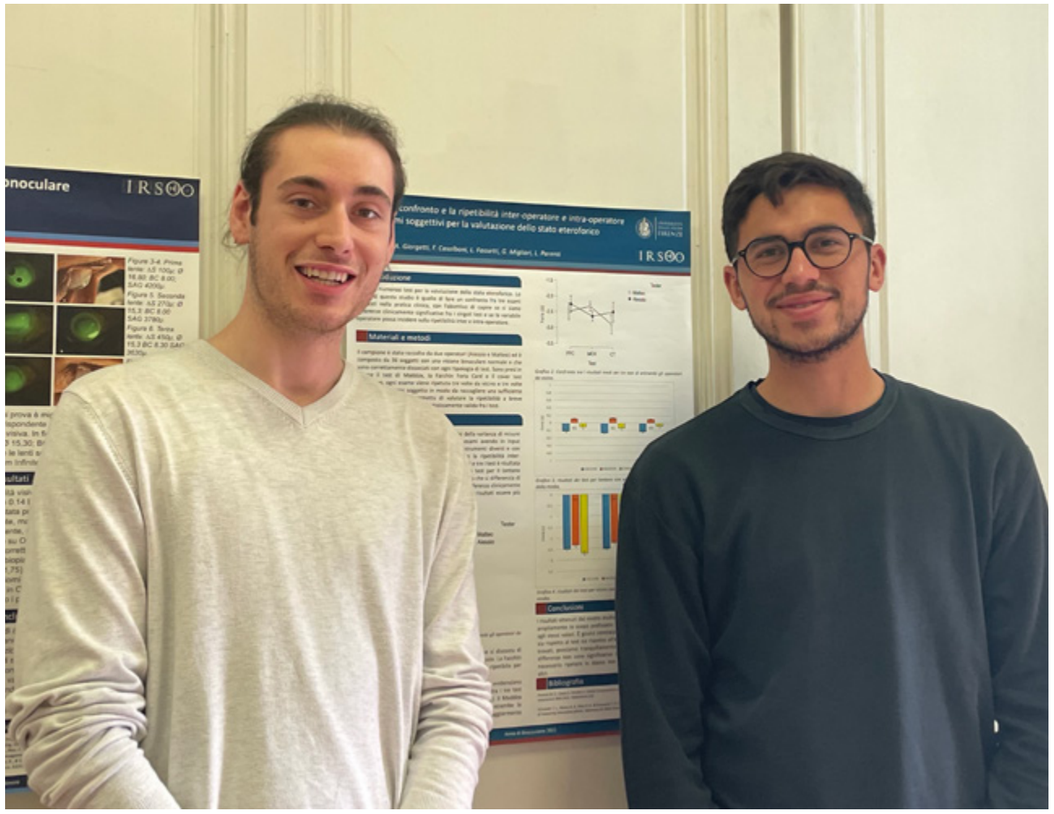
IRSOO

Connubio imprescindibile

IL METODO DI **IRSOO** SOSTIENE FORTEMENTE LA **RICERCA A SUPPORTO DELLA DIDATTICA**.



Stagione ricca di impegni congressuali per i docenti e gli studenti **IRSOO**, sia in ambito nazionale che internazionale. L'istituto mantiene alto il suo impegno nella ricerca, sostiene i docenti in un costante aggiornamento delle loro competenze e offre ai propri studenti la possibilità di condividere con la comunità optometrica i risultati dei loro lavori di tesi.
IRSOO era presente con un poster scientifico, tratto dalla tesi di Diploma in Optometria di **Giulia Cenini**, al 5° Congresso di Optometria dell'Europa Centrale e Sud-Orientale, tenutosi dal 21 al 23 aprile a Spalato, in Croazia. Il poster ha condotto a una revisione sistematica della letteratura sull'efficacia degli integratori omega-3 nel trattamento dell'occhio secco.
Altri due poster sono stati presentati a Rimini al convegno della Società Optometrica Italiana SOPTI tenutosi il 7 e 8 maggio scorsi. **Saverio Sacchitello**, che in qualità di studente lavoratore può già applicare nella sua attività quotidiana le competenze acquisite a scuola, ha presentato un case report di anisometropia astigmatica



corretta con lenti sclerali, argomento che discuterà come tesi di Diploma in Optometria.
Matteo Baglioni e **Alessio Giorgetti**, invece, studenti IRSOO del Corso Integrativo di Ottica per Laureati, hanno presentato i risultati del loro lavoro di tesi di Laurea, conseguita presso l'Università di Firenze. La loro ricerca ha avuto lo scopo di verificare la concordanza fra diversi metodi di misura delle forie. La raccolta dati è avvenuta durante il tirocinio universitario, che si è svolto presso IRSOO, nell'ambito della costante collaborazione fra UNIFI e l'istituto di Vinci.
Sempre a Rimini, **Laura Boccardo**, **direttrice IRSOO**, ha tenuto una relazione sulle nuove tecnologie nella misura della refrazione, gettando uno sguardo sul futuro, non solo della strumentazione optometrica, ma anche del ruolo dell'optometrista e dell'ottico in un mondo in continua evoluzione. Il metodo didattico IRSOO prevede che gli studenti vengano guidati in un percorso che parte dalle tecniche più tradizionali, con refrazioni condotte con schiascopia, occhialino di prova e ottotipi a proiezione, e poi, una volta acquisita consapevolezza della tecnica, li avvicina alle nuove tecnologie digitali e automatizzate. Queste ultime prevedono modalità di refrazione da remoto e, potenzialmente, anche l'impiego di sistemi esperti, guidati dall'intelligenza artificiale. La sfida della scuola è quella di mantenere la solidità delle basi, che affondano nelle tecniche optometriche più consolidate e validate dall'evidenza scientifica, e contemporaneamente aprirsi al futuro, mostrandosi in grado di soddisfare le esigenze dei professionisti di domani.

ITAL-LENTI

Sfida internazionale

ATTRAVERSO L'ACQUISIZIONE DELLA RUMENA **NOVA LENTI**, **ITAL-LENTI** MIRA A POTENZIARE LA SUA DISTRIBUZIONE SUI MERCATI ESTERI.

Ital-Lenti da quasi settant'anni è l'azienda italiana per eccellenza produttrice di lenti oftalmiche, nel corso degli anni oltre a consolidare la propria presenza su tutto il territorio nazionale italiano ha avuto un grandissimo riscontro nei mercati esteri, riscontrando una grossa crescita nella richiesta di prodotti da parte di molti paesi. A conferma di questo trend recentemente l'azienda ha acquisito il 100% delle quote di **Nova Lenti**, azienda leader in Romania nella distribuzione di lenti oftalmiche e servizi correlati, consolidando così la sua posizione in questo paese. Le due aziende collaborano già da parecchi anni, maturando obiettivi e ambizioni comuni che hanno gradualmente portato Ital-Lenti a voler investire in un'azienda e in un territorio che ha grandissime potenzialità. Nova Lenti è stata prima cliente, poi partner con l'acquisizione da parte di Ital-Lenti del 50% delle sue quote e ora è diventata a tutti gli effetti la filiale Ital-Lenti in Romania con sede a Bucarest.
"*La società Nova Lenti è stata fondata nel 2002 a Bucarest, avendo come principale oggetto di attività la distribuzione di lenti oftalmiche e servizi in tutta la Romania. Nel dicembre 2009 è iniziata la collaborazione con il produttore italiano di lenti Ital-Lenti, collaborazione che è cresciuta di anno in anno e ha portato all'inserimento di un prestigioso brand nel mercato rumeno, affrontando con successo l'agguerrita concorrenza di questo settore. Nel dicembre 2018 Ital-Lenti è diventata azionista di Nova Lenti, e nel marzo 2023 ha acquisito la maggioranza delle quote societarie di Ital-Lenti Romania. Oggi Ital-Lenti Romania è una delle primarie aziende di distribuzione di lenti in tutta la Romania, con ottimi risultati grazie a uno staff di collaboratori estremamente preparati sia commercialmente che tecnicamente*",
dichiarano le due aziende.
Ora l'azienda conta di espandere la rete distributiva e commerciale in Romania puntando su qualità e ampiezza di servizi offerti, trasferendo anche in questo paese il proprio know-how di conoscenze e tecnologie, espandendo la struttura commerciale già ben concepita.
Abbiamo chiesto a **Paolo Polzotto titolare** e

Staff tecnico commerciale di Ital-Lenti Romania

Amministratore Delegato dell'azienda di raccontare qualcosa in più sulla storia di **Ital-Lenti**.
"*Nata nel 1955 la Ital-Lenti ha sempre orientato i suoi sforzi a mantenere uno standard tecnologico di produzione e servizio ai massimi livelli con tecnologia e know-how applicati ai processi e prodotti che offrono la più alta performance visiva, spesso anticipando il mercato con nuove soluzioni Hi-tech. L'azienda nasce con mio nonno, poi portata avanti dai miei genitori e quindi ora da me e mia sorella Nadia. Lo spirito è sempre stato fin dall'inizio quello di cercare l'innovazione, il miglioramento e il costante investimento in nuovi prodotti e tecnologie.*

Nel 2004 Ital-Lenti è stata tra le prime aziende in Italia a introdurre linee di produzione free-form, con un controllo computerizzato di ogni singola fase di lavorazione, attraverso lo sviluppo di propri software che consentono di realizzare lenti con la massima personalizzazione, in tutte le tipologie di prodotti dalle monofocali alle progressive.
Uno dei punti di riferimento dell'azienda è stata l'automazione produttiva, introducendo in tutto il processo flussi di prodotto completamente automatizzati, che consentono il controllo di ogni fase della produzione, minimizzando l'errore umano e controllando in ogni momento la qualità di ogni singola lente, garantendo ai Centri Ottici partner il miglior servizio in termini sia qualitativi che nei tempi di consegna.
Questo ci ha permesso di consolidare la nostra presenza su tutto il territorio nazionale italiano e un grandissimo riscontro anche nei mercati esteri, in Europa e fuori, riscontrando una grossa crescita nella richiesta di prodotti da parte di molti paesi. I prodotti Made in Italy sono l'espressione di una lunga e antica tradizione artistica e artigianale, rappresentano l'eccellenza industriale e il grande amore verso i prodotti tipici del territorio: il Made in Italy è un orgoglio nazionale, sinonimo in tutto il mondo di storia, eleganza, qualità e prestigio, con una serie di caratteristiche peculiari, riscontrabili a esempio nell'altissimo livello qualitativo dei prodotti, nella ricerca costante di tecnologia e innovazione, nella cura per i dettagli e nella garanzia di durata nel tempo.
Nel 2019 ho ritirato con orgoglio il premio MIKE AWARD riconosciuto a Ital-Lenti, ulteriore dimostrazione di come in azienda si punti sempre all'eccellenza e al futuro fondendo tecnica e creatività. Eravamo tra le 20 aziende italiane che si sono distinte per la loro capacità di convertire la conoscenza in innovazione. Strategy Innovation Forum dell'Università Ca' Foscari Venezia, ci ha così assegnato il prestigioso MIKE Award Italy (Most Innovative Knowledge Enterprise). Questa nuova sfida vuole portare anche fuori dall'Italia la nostra identità e lo spirito innovativo che ha sempre caratterizzato la nostra famiglia".

OMISAN FARMACEUTICI | SCHALCON

Come migliorare la visione del presbite

SKY® AIRA MULTIFOCAL SONO LE NUOVE **LENTI A CONTATTO GIORNALIERE MULTIFOCALI** DI **SCHALCON** STUDIATE PER LA **PRESBIOPIA**.

Le **lenti a contatto multifocali** correggono il difetto refrattivo sia per lontano che per vicino, intervengono sulle ametropie principali come ipermetropia e miopia. Rappresentano una valida soluzione per la correzione della presbiopia, ovvero il difetto visivo legato al progressivo invecchiamento del cristallino che si traduce nella difficoltà di mettere correttamente a fuoco oggetti da vicino, intermedio e lontano. Queste Lac sono utilizzabili da una vasta cerchia di persone, a partire dai giovani presbiti fino ai presbiti consolidati.

SKY® AIRA MULTIFOCAL

Nuovo prodotto di punta della linea di lenti a contatto **Schalcon**, **Sky® Aira Multifocal** è la multifocale in Hydrogel di ultima generazione realizzata da un team di professionisti, chimici, biologi e tecnici, con l'obiettivo di ottenere una qualità di visione naturale e di mantenere inalterato l'equilibrio fisiologico e idrico dell'occhio. L'innovativa tecnologia adottata, il sistema **E.C.S.** (Eccentric Control System), permette alla lente di focalizzare sia i punti prossimi che quelli remoti sullo stesso piano. La superficie della zona ottica centrale è disegnata in modo da convergere i raggi luminosi in un unico punto e di eliminare le aberrazioni nella zona del cerchio di minima confusione ampliando e ottimizzando la visione complessiva.
Sky® Aira Multifocal è costituita da **Filcon IV-GMA** e **Hydractive System** (mucomimetico), quest'ultimo è un complesso polimerico che svolge un'attività simile alle mucine del film lacrimale che incrementa notevolmente la resistenza alla disidratazione della lente a contatto.
Le proprietà fisiche del polimero in sinergia con il PEG (glicole polietilenico) hanno la caratteristica di incrementare la viscosità riducendo drasticamente il coefficiente di frizione che si genera tra gli elementi cornea-lente a contatto-palpebra. La struttura biomimetica del polimero associato all'Hydractive System permette, oltre a una maggiore idratazione della lente a contatto, di avere un coefficiente di permeabilità all'ossigeno incrementato dalla presenza dell'acqua adesa sulle superfici. Il risultato ottenuto permette al portatore di indossare le lenti a contatto con un maggior comfort. Il polimero che costituisce la Sky® Aira Multifocal contiene un agente inibitore ai raggi UVA che aiuta a proteggere gli occhi dagli effetti potenzialmente dannosi. Il sistema di applicazione delle Sky® Aira Multifocal è stato semplificato con il metodo **EASY ADJUST ™** che facilita lo specialista nella scelta, rapida e immediata, della lente idonea per l'utilizzatore finale garantendo un risultato immediato sulla visione complessiva, migliorandone la qualità di vita. L'EASY ADJUST SYSTEM ™, l'alta idratazione e trasmissibilità all'ossigeno, assicurata dai componenti del Filcon IV-GMA e l'Hydractive System unito alla tecnologia all'avanguardia del sistema E.C.S., rendono questa lente unica. Le nuove lenti a contatto giornaliere Sky® Aira Multifocal sono la soluzione ideale per un miglioramento della qualità della visione complessiva del presbite.

EXPO OTTICA SUD

8° Salone mediterraneo specializzato per il Settore professionale dell'Ottica e Optometria

L'appuntamento con il Sud Italia e Malta

TAORMINA - CENTRO "PALALUMBI" (via Mario e Nicolò Garipoli)

Sabato 21 - Domenica 22 - Lunedì 23 Ottobre 2023

Catania 30 minuti
Catania 30 minuti
Taormina 10 minuti
Interno PalaLumbi

Ingresso libero riservato solo agli Operatori del Settore

Condizioni generali di partecipazione, consultabili all'interno del sito, alla voce ESPORRE Info : 320 0437522 marketing@expootticasud.it

www.expootticasud.it

POLYOFTALMICA

Veloci e precisi

GLI **ACCUREF REXXAM** RAPPRESENTANO L'AVANGUARDIA IN TERMINI DI **TECNOLOGIA** E **DESIGN**.

Gli **Accuref R-800** e **K-900** sono i modelli di **Autorefrattometri** e **Autoref/Ker** del marchio giapponese **Rexxam**, brand che ha rilevato lo storico marchio **Shin Nippon**.

IL GOOD DESIGN AWARD
Un design innovativo e futuristico è quello che risalta al primo impatto, infatti Rexxam è stata insignita del "Good Design Award" in Giappone, premio assegnato dalla Organizzazione Industriale Giapponese per la Promozione del Design. Parte di tale apprezzamento estetico è sicuramente dovuto al nuovo sottilissimo monitor da 5.7" dotato di pulsanti "touch-screen" progettato su misura per facilitare l'operatore durante gli esami più difficili. Oltre ad avere un'inclinazione verticale, che permette un'ottima visibilità sia da seduti che in piedi, il monitor si inclina anche orizzontalmente, permettendo all'operatore di avere accesso al paziente senza perdere la visuale sul monitor LCD, per supportare o semplicemente controllare l'esaminato durante l'esame.

TECNOLOGIA ALL'AVANGUARDIA
Questi modelli introducono anche altre importanti novità, come un indice di attendibilità delle misurazioni effettuate, la peculiarità unica di misurare il diametro pupillare sia in condizione mesopica che fotopica, una nuova modalità IOL con nuovi sensori, che controllano la distanza ottimale dall'apice corneale permettendo di misurare correttamente pazienti portatori di lenti intraoculari oppure con anomalie ai mezzi diottrici, esempio piccole ulcere corneali.
Il diametro pupillare minimo per l'esame è di soli 2mm, grazie alla possibilità di diminuire la luminosità del target.
La riconosciuta precisione degli Autoref Rexxam è stata ulteriormente migliorata risultando incredibilmente vicina alla refrazione soggettiva.
L'**Autoref R-800** e l'**Autoref/Ker K-900** rispecchiano quindi quella che è la filosofia della Rexxam di offrire sempre uno strumento semplice e intuitivo nell'uso con la caratteristica principale di un incredibile affidabilità e precisione nel tempo.
Grazie al nuovissimo software è ora possibile anche misurare il diametro corneale, mediante una funzionalità di misurazione che sfrutta l'immagine della telecamera.
Tutta la linea di autorefrattometri Rexxam, può essere interfacciata al **forottero computerizzato DR-900**, fornendo all'operatore una stazione di refrazione completa e automatizzata.

PER INFORMAZIONI CONTATTARE IL NUMERO 0521.642126 OPPURE VISITARE IL SITO WWW.POLYOFTALMICA.IT PER CONOSCERE I DETTAGLI E LA SCHEDA TECNICA DEL PRODOTTO.

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".

platform optic

#05 | 2023

ELENCO INSERZIONISTI

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 dellaLiberazione 2
Tel. 02.49604670

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

Equipe Project S.r.l.
21018 Sesto Calende VA
Via del Mercato 4
Tel. 0331.920260

Expo Ottica Sud
Per maggiori informazioni:
marketing@expootticasud.it
Tel. 320.0437522

Hoya Lens Italia S.p.A.
20024 Garbagnate Milanese MI
Via Bernardino Zenale 27
Tel. 02.990711

Ital-Lenti S.r.l.
32015 Puos d'Alpago BL
Viale Alpago 222
Tel. 0437.454422

Key Optical Europe S.r.l.
50038 Scarperia e San Piero FI
Località la Torre 14H
Tel. 055.8479512

Marchon Eyewear, Inc.
32015 Alpago BL
Viale Alpago 151
Tel. 800.700.600

Meccanottica Mazza S.r.l.
20841 Carate Brianza MB
Via Tiziano 9
Tel. 0362.902185

Omisan farmaceutici
00012 Guidonia Montecelio RM
Via Galileo Galilei
Tel. 06.4130370

Optox
Assistenza Clienti
assistenzaclienti@optox.it
Tel. 02.36635882

SOPTI
00153 Roma RM
Via Alessandro Volta 15
Tel. 339.1298771

Tecnitalia S.r.l.
04100 Latina LT
Strada Sandolara 201
Tel. 0773.621126

Tecnitalia,
innovazione continua.
Entra nel sito

Telefono : 0773.621126 mail : info@tecnitaliaopty.com sito : www.tecnitaliaopty.com

LE NUOVE LENTI A CONTATTO GIORNALIERE CON SISTEMA *EASY ADJUST*™ AD APPLICAZIONE SEMPLIFICATA PER LA CORREZIONE DELLA PRESBIOPIA

schalcon®

Omisan® GROUP

SKY® Aira *Multifocal*

COMFORT, INNOVAZIONE e **NITIDEZZA** a tutte le distanze

+39 06 5231331 +39 342 615 1983 info@schalcon.com - www.schalcon.com

Dispositivi Medici CE 0477

Materiale riservato agli operatori del settore. Rev. 08/03/23