

ANNO QUARTO NUMERO DUE DUEMILADICIOTTO · IV 02 18

PLATFORM

optic



MATERIKA

www.platform-optic.it

In caso di mancato recapito rinviare all'ufficio postale di Savona cpo per la restituzione al mittente che si impegnerà a pagare la relativa tassa - contiene I.P. - ISSN 2420-8795



Tecnologia, semplicità nell'utilizzo e sicurezza dei dati anche in Cloud

IPosVision Air per iPhone e iPad

Compatibile con stampanti fiscali e non fiscali

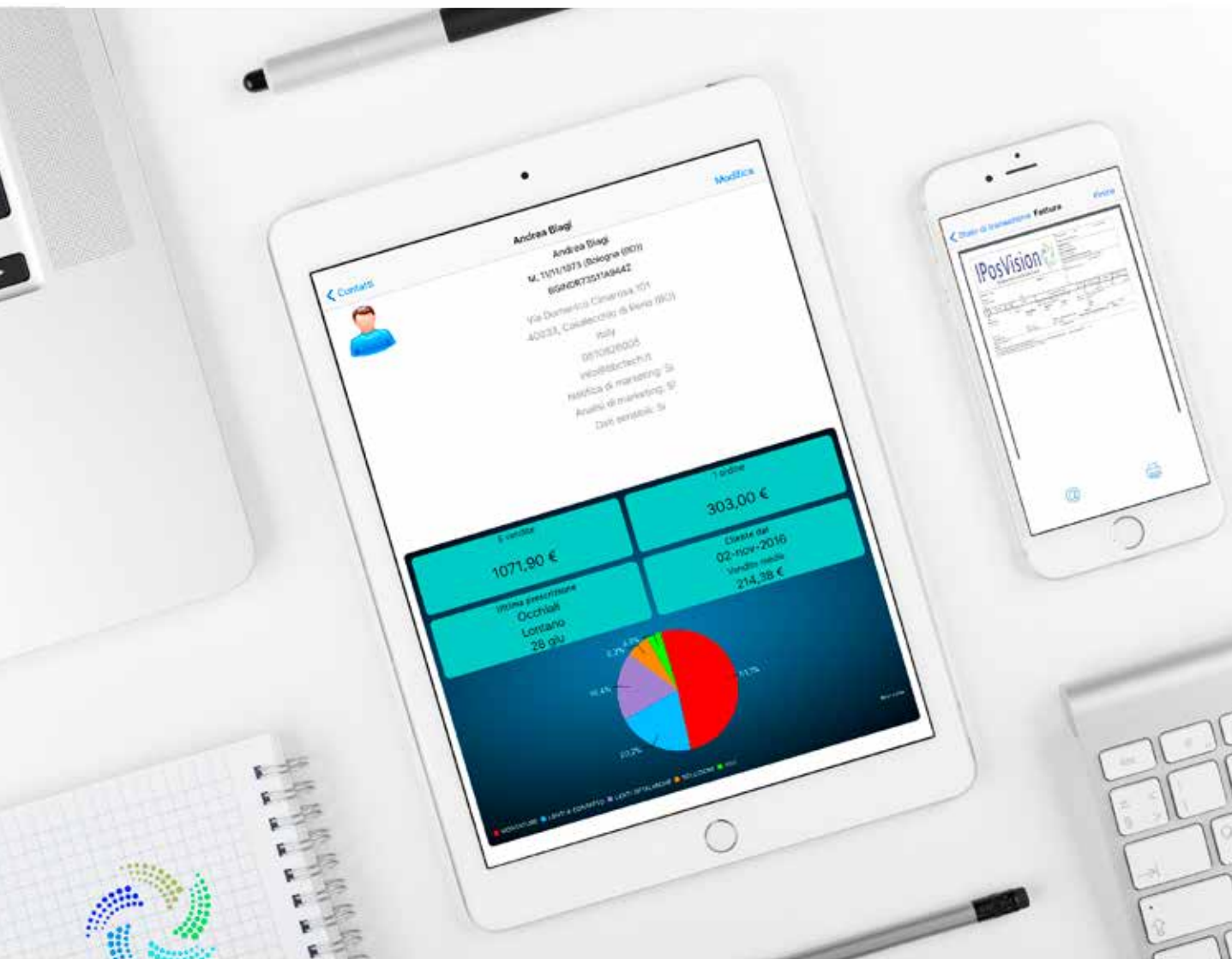
IPosVision Pro per Windows

Gestione completa clienti, prodotti, configuratore occhiali e LAC, invio diretto al Sistema Tessera Sanitaria

IPosVision Enterprise

Gestione completa negozi diretti e in franchising

Scegli La Soluzione Migliore per il tuo Business



Il Software gestionale di vendita per negozi e catene di ottica

Il mondo è cambiato e

IPos Vision

lo segue

Tutta l'operatività del negozio, compresa la vendita, a tua disposizione anche con iPhone, iPad e iPod

www.iposvision.com
info@bbctech.it
051 0826005

Disponibile su
App Store



MIDO 2018
Pad. 3 Stand P08

#MIDOMEANS CULTURE

Mido. Sinonimo di cultura.

LA FIERA POTENZIA LA SUA VOCAZIONE CULTURALE CON L'EYE HEALTH AWARENESS DAY.



PAOLA FERRARIO
p.ferrario@publicomm.it



www.platform-optic.it
www.platform-blog.com

Siamo giunti a febbraio e l'appuntamento clou del mese è **Mido**, in calendario a Milano dal 24 al 26. Le novità di quest'anno sono tante e, a parte quelle strutturali, credo sia importante soffermarsi sul ruolo della fiera come **generatore di cultura**. Mido ha infatti deciso di potenziare questa sua attitudine attraverso seminari, conferenze, corsi, presentazioni di prodotto e incontri di formazione. Il momento clou sarà senza dubbio la prima giornata internazionale dedicata alla prevenzione visiva - l'**Eye Health Awareness Day** - che si terrà domenica all'Otticlub.

Sono molte le associazioni a livello mondiale che si occupano di questo importante tema ma non c'è mai stata una linea comune perché tutte fino ad ora hanno operato in maniera autonoma, come ha dichiarato **Giovanni Vitaloni**, Presidente di Mido: "Sfortunatamente non c'è abbastanza coordinamento e scambio di informazioni tra le diverse associazioni, istituzioni, fondazioni e organizzazioni che si prendono cura dei nostri occhi. Mido vorrebbe quindi riunire le diverse entità che operano a livello internazionale nel campo della prevenzione della vista per condividere esperienze, progetti e best practice, in modo da massimizzare l'efficacia delle azioni e dei messaggi, anche attraverso nuove forme di collaborazione tra gli attori del settore". Trovo che l'idea di riunirle e di farle interagire sia lodevole anche perché lo scopo è

nobile: trovare messaggi comuni ed incisivi, in grado di sensibilizzare il grande pubblico e le istituzioni preposte alla normazione. La giornata dei lavori è stata strutturata in tal senso: dopo la presentazione di ogni singola associazione, ci sarà una tavola rotonda per evidenziare i punti chiave della discussione ed arrivare a redarre un vero e proprio "manifesto congiunto" in cui emergeranno gli obiettivi condivisi e i messaggi chiave. Alle associazioni si affiancheranno i rappresentanti dell'Organizzazione Mondiale della Sanità, del Ministero della Salute italiano e della Commissione Europea. Un altro momento culturale sarà la nuova edizione di **OMO-Optical Monitor**, la ricerca realizzata da GFK che indaga le abitudini di acquisto e utilizzo di occhiali dei consumatori nelle economie più importanti. Sarà anche dato spazio all'analisi dei consumi a livello sociologico e culturale grazie all'intervento di **Francesco Morace** di Future Concept Lab che delinea le tipologie di consumatori futuri e i riferimenti prevalenti concettuali e valoriali per aiutare i creativi e le aziende ad intercettare il loro immaginario e i loro desideri.

Tutte queste iniziative sono un toccasana per l'intero comparto e per la categoria. Attendiamo con curiosità il manifesto sulla prevenzione e speriamo che questa iniziativa riesca veramente a massimizzare l'efficacia dei messaggi e a creare sinergie tra i vari attori.

Mido. Sinonimo di cultura	1	EDITORIAL
Product experience	6	COVER STORY
Avanguardia creativa	8	FASHION
Ethos glam chic	20	STYLE
Black power	22	ID DESIGN
ErgonoTua	24	MARKETING
Comunicazione efficace	26	#BE SOCIAL
Trends	28	RETAIL
Monet Experience	38	ART
Un nuovo modello di business	40	BEST REPORT
Dossier	42	PROFESSIONAL
Best of	60	INTERIOR DESIGN
What's on	64	TRENDS
Focus	76	REVIEW
Point of view	94	OPTOSOFTI

cover



Glasses
MATERIKA
 Modello
MOD. 70522 TITANIUM

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 D.Lgs. 196/2003, la informiamo che l'utilizzo dei suoi dati, trattati in forma scritta e/o con l'ausilio di strumenti informatici, è esclusivamente finalizzato all'invio della presente rivista. Titolare e responsabile del trattamento dei dati è Publicomm con sede a Milano, piazzetta Brera 24/2.

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

PLATFORM OPTIC
 Mensile_numero 2_anno IV_2018

EDITORE | PUBLICOMM
Sede Legale

20121 Milano - Piazzetta Brera 24/2
 Autorizzazione Tribunale di Milano n. 304 del 18/09/2014
 Iscrizione al R.O.C. n. 21349

Sede operativa
 17100 Savona - Piazza Guido Rossa 8R
 Tel. +39 019 838411
 Fax + 39 019 8384141

DIRETTORE RESPONSABILE
 Simona Finessi
 s.finessi@publicomm.it

DIRETTORE EDITORIALE
 Paola Ferrario
 p.ferrario@publicomm.it

DIRETTORE CREATIVO
 Angelo Dadda
 a.dadda@publicomm.it

RESPONSABILE DI REDAZIONE
 Liviana Enrile
 l.enrile@publicomm.it

REDAZIONE
 Cristina Bigliatti
 c.bigliatti@publicomm.it
 Annalisa Guerisoli
 a.guerisoli@publicomm.it

WEB E SOCIAL MEDIA
 Lara Castagnino
 l.castagnino@publicomm.it

ADVERTISING
 Gloria Della Ciana
 g.dellaciana@publicomm.it
 Barbara Hartwig
 b.hartwig_ext@publicomm.it

PROGETTO GRAFICO
 Angelo Dadda, Paolo Veirana

IMPAGINAZIONE
 Sara Pizzorno
 s.pizzorno@publicomm.it

ABBONAMENTO ANNUALE
 Italia euro 50,00 - Estero: euro 140,00

SERVIZIO ABBONAMENTI
 Tel. +39.019.838411 abbonamenti@publicomm.it
 Per informazioni e segnalazioni info@publicomm.it

STAMPA
 Erredi Grafiche Editoriali
 Via Trensasco, 11, 16138 Genova
 info@erredigrafiche.it





MADE IN ITALIA[®]



Discover more on www.lamyitalia.it

LOOK THE CONCEPT FACTORY

Mido2018 - Design Lab Padiglione 4,
Stand M15.17 P16.18

**LOOK
The Concept
Factory**

In 40 anni di attività LOOK ha saputo distinguersi per ricerca e sviluppo di nuove tecnologie e materiali con l'obiettivo di migliorare la vita delle persone. Il pensiero di questa realtà autenticamente italiana è dedicato al 100% a chi indosserà i suoi prodotti. Le sue linee sono studiate e plasmate sui consumatori: LOOKKINO è dedicata al bambino, per gli adulti LOOK e l'ultima nata MATERIKA, una collezione interamente votata alla ricerca e alla sperimentazione del design più avanguardista.

Infine, con HELIOS tocca il segmento SUN attraverso una selezione di montature dalle altissime performance visive grazie alle lenti HHG sviluppate in collaborazione con i migliori produttori italiani sul mercato. Per citare alcune di queste innovazioni nel settore ottico troviamo il sistema COMBI, che prevede l'unione naturale di due materiali diversi tra loro per proprietà meccaniche (lo XINOX o il titanio con l'acetato di cellulosa) che riescono a legarsi creando, senza l'ausilio di viti o collanti, un prodotto unico e alternativo, leggero ed esteticamente accattivante.

Product experience



La parola LEGGEREZZA dunque è un MUST per LOOK, che considera questo un asset al quale non rinunciare per lo sviluppo di ogni prodotto. Tutti i prodotti di LOOK The Concept Factory inoltre sono ipoallergenici seguendo e rispettando i massimi standard qualitativi. Realizzati al 100% nei propri stabilimenti, considerano sicurezza e rispetto della persona come due valori imprescindibili. Anche nei materiali la ricerca dell'azienda italiana procede a vele spiegate con un'innovativa lega di alluminio e magnesio: ALUMIX. Il nuovo materiale è rispettoso dell'ambiente, riutilizzabile, affidabile e ha elevate proprietà meccaniche. I prodotti di questa serie risultano incredibilmente leggeri e uniscono artigianalità, estetica e funzione.

Gli occhiali della serie NIL-TITANIUM, sia per il bambino che per l'adulto, utilizzano il NIL per il frontale - un esclusivo polimero sviluppato da LOOK dalle proprietà meccaniche incredibili per leggerezza e memoria di forma - e il titanio giapponese per le aste, garantendo una calzata eccellente ed una grande elasticità e leggerezza proprio in funzione dell'uso prolungato dell'occhiale sin dalla tenera età. Sempre in ambito KIDS, il NIL è stato utilizzato per realizzare le aste della serie ACETATE. In questo modo si è rivisitato il concetto di montatura in acetato da bambino offrendo un prodotto dalla calzata morbida e confortevole dell'acetato con la leggerezza e la flessibilità del NIL per le aste.



LOOK The Concept Factory sarà a Mido al Design Lab Padiglione 4, Stand M15.17 P16.18. Tutte le info su questa bellissima realtà direttamente su lookocchiali.it



PAOLA FERRARIOGiornalista, viaggiatrice
appassionata di lettura e nuoto.

Panta Rei. Tutto scorre nell'eyewear.

Non c'è tempo per fermarsi perché ci vogliono sempre nuove idee, nuovi stimoli, nuovi virtuosismi tecnici. Acetati e metalli si alternano nelle diverse proposte e si incontrano ritagliandosi un loro spazio ben definito; alcune volte addirittura si accoppiano a materiali inusuali e a forme dall'anima vintage ma frutto delle ultime ricerche tecnologiche. Pur delineandosi alcune macro tendenze, c'è però sempre la volontà di superare gli schemi prefissi ed andare oltre i propri limiti, anche con risultati esagerati. Perché ormai tutti vogliono essere inseriti nel filone dell'avanguardia. Riusciranno ad essere in grado di farlo? A Mido l'ardua sentenza.

BORBONESE

Il marchio sbarca a Mido con un modello da sole in acetato e titanio abbinato a lenti fotocromatiche adatte alla visione diurna e notturna.

Avanguardia creativa

Le mutazioni
dell'occhiale si mettono
in mostra a Mido seguendo
un unico diktat: la creatività.



AIRDP BY AIREYEWEAR

Il design va oltre la forma e invade la materia nella nuova collezione sole Texture creando un effetto tridimensionale sulla superficie.

BARBERINI EYEWEAR

Fil rouge di questa proposta è il colore rosa, dalle lenti in vetro ottico Platinum Glass™ polarizzate e specchiate, alla montatura in acetato Mazzucchelli 1849.



BLACKFIN

Le spigolature di una architettura modernista prendono forma nella particolare lavorazione tridimensionale dei cerchi a sezione triangolare enfatizzati da tonalità bicolore.

EBLOCK

Partendo dalle stesso DNA delle precedenti collezioni, le nuove proposte sono in titanio, totalmente lavorato in Italia.



CANALI

La maison italiana, famosa per i suoi abiti da uomo su misura, debutta a Mido con una collezione lavorata artigianalmente all'insegna del Made in Italy.



FURLA BY DE RIGO VISION

La forma a farfalla del frontale di Furla Like è caratterizzata da micro borchie in metallo color rose gold, palladio e gun metal applicate sulla lente.

INVU

Debutta a Mido l'Unicorn Edition che si ispira ai colori vibranti di queste creature mitiche. Realizzata in lega, è abbinata a lenti dai colori pastello vivaci con finiture in galvanica opaca e oro rosa.



mido.com

LIFECIRCUS.IT



Milano Eyewear Show
24, 25, 26 febbraio | 2018

MIDO
LIVE THE WONDER



LIÒ

L'originalità scorre nelle montature dell'italianissima Liò, "fresca" di Silmo D'Or.

LOOK OCCHIALI

Combi è frutto dell'unione di due materiali: l'acetato di cellulosa per la parte frontale e l'esclusivo Xinox per la struttura e le aste.



ESSEDUE

Pensato rielaborando modelli vintage dalle forme a farfalla oversize, i colori di John sono un gioco di abbinamenti innovativi e originali.

Soft Care

POWERED BY **DAI**



MIDO

24 - 26 Febbraio 2018
Stand F11/G12 - Pad. 03

AIO
all in one

Sistema Aplanatico Classico 2X

SPESSORE BORDO:
5 mm



IperAPLANAT F.F. AIO 2X

SPESSORE BORDO:
1,2 mm



Prismatica Standard 2X - Ø50

SPESSORE BORDO:
9 mm



IperBINO AIO F.F. 2X - Ø50

SPESSORE BORDO:
3,8 mm



DAI OPTICAL SOFT CARE è la nuovissima divisione aziendale specializzata nello studio, nella progettazione e nella produzione di ausili ottici per ipovisione.

daioptical.com



DAI
OPTICAL INDUSTRIES



PHILIPPE V

La capsule collection Black Shadow raccoglie i best seller dell'azienda ed è realizzata con una nuova tecnologia che utilizza l'acetato nero mat di Mazzucchelli e il titanio giapponese.

PUGNALE

Le paillettes, che accendono di luce il raffinato modello Cattivissima, sono meticolosamente cucite sulla montatura in acciaio dalle sapienti mani di sarte italiane.



PARADIS COLLECTION

La collezione nasce dal genio creativo di Larry Sands. Realizzata in Giappone, è arricchita di dettagli in oro 24kt e monta lenti Zeiss.



OPTO *prolens*®

... *per le tue lenti a contatto*



OPTO^x



il benessere degli occhi

L'INNOVAZIONE IN OPTOMETRIA



Benessere degli occhi

www.optox.it

assistenzaclienti@optox.it
02 36 63 58 82





LUXOL

In linea con le ultime tendenze dell'eyewear, il brand propone un combinato dalle linee classiche e al contempo moderne.

MIC-MADE IN CADORE

Le Dolomiti rappresentano il tratto distintivo del nuovo brand, sia nelle scelte cromatiche sia nelle linee, ben riconoscibili fin dal logo, i cui spessori irregolari e le sagome delle lettere riprendono il profilo delle montagne.



NEUBAU EYEWEAR

La special edition Sigmud & Carl si ispira agli occhiali indossati dagli psicanalisti Sigmund Freud e Carl Gustav Jung. Il modello combina titanio, acciaio inossidabile e natural PX, materiale ottenuto in gran parte dalle piante di ricino.

RODENSTOCK

Con più di 9 milioni di pezzi venduti, P'8478 è uno dei pochi occhiali rimasti invariati nel corso degli anni. A Mido celebrerà i suoi 40 anni con una speciale edizione limitata.





CON FOCUS 10
ED IL MIO OTTICO
CREI UN FILO DIRETTO
CON I TUOI CLIENTI,
PRENDENDOTI CURA
DEL LORO BENESSERE VISIVO
IN UN MODO
MAI VISTO PRIMA.



IL FILO DIRETTO CON I TUOI CLIENTI.

Con Il Mio Ottico i tuoi clienti possono **farti domande** via Chat, chiedere o disdire un **appuntamento**, prenotare velocemente le **lenti a contatto in uso** per ritirarle nel tuo centro ottico, visualizzare il **timer** per la sostituzione delle LAC, controllare i **punti della fidelity** e la loro **scadenza**, ricevere promozioni personalizzate anche via SMS con link ad un mini-sito HTML5, ottimizzato per essere visto dal telefonino. Il Mio Ottico ti offre tante funzioni ed automatismi per fidelizzare i tuoi clienti con ottimi **servizi post-vendita**.

I tuoi clienti si stupiscono, ti ringraziano e ...tornano da te!

MIDO
MIDOCENTRO
Vieni a scoprire le novità di FOCUS 10
e del sistema Il Mio Ottico
Mido 2018, Padiglione 3, Stand M27



RUDY PROJECT

Le forme di FiftyOne si fondono con l'anima sportiva del brand dando vita a una proposta attuale abbinata alle nuove lenti polarizzate Project Polar 3FX HDR.

SARAGHINA EYEWEAR

“Light color” è una mini collezione in metallo abbinata a lenti colorate cosmetiche proposte in rosa e blu su montature color oro e argento.



SILHOUETTE

Stile fatto di raffinati intagli, ardite cromie a contrasto e inedite geometrie caratterizzano l'esclusiva nuova gamma di occhiali da sole in tiratura limitata realizzata dal duo designer di Perret Schaad e Silhouette.

TRUSSARDI BY DE RIGO VISION

Il design è lineare e pulito ma al tempo stesso d'impatto grazie alla preziosa barra “shining” composta da righe in metallo.



UN' OCCASIONE DA NON
PERDERE PER RINNOVARE IL
TUO LABORATORIO E IL TUO
STUDIO OPTOMETRICO

NESSUNA
AUTOCERTIFICAZIONE
A CARICO TUO

SIAMO NOI A FORNIRTI UNA
PERIZIA TECNICA **GIURATA** ATTESTANTE

- LA COERENZA DELL'ACQUISTO CON LA LEGGE DI BILANCIO
- LA CONNETTIVITÀ AD INTERNET VIA LAN
 - L'INTERAZIONE DA REMOTO
- L'ELABORAZIONE ED IL FEEDBACK IN TEMPO REALE

SOLO PER QUEST'ANNO!

IPER AMMORTAMENTO DEL **250%** SUPERAMMORTAMENTO DEL **130%**

CONTATTACI PER SAPERNE DI PIÙ



Luneau Technology

Italia

VISIONIX briot WECCO

Luneau Technology Italia S.R.L.

Via Zante 14 - 20138 MILANO - Tel 02.55413251/271 - Fax 02.55413243

www.luneautech.it • info.LTI@luneautech.com



ANDREA SOMMAVILLA

ETHOS GLAM CHIC.

DALL'EXPERTISE PRODUTTIVA E DALL'ESTETICA CREATIVA DI SOM EYEWEAR NASCE UN NUOVO BRAND: EBK. RESPONSABILE DEL TEAM CREATIVO È ANDREA SOMMAVILLA, GIÀ CEO DELL'AZIENDA.

PAOLA FERRARIO

È ARRIVATO COME IL PRIMO VENTO DI PRIMAVERA. FRESCO, UP-TO-DATE E GIOVANE. IL NUOVO BRAND EBK È DEDICATO AI CITTADINI DEL MONDO, A TUTTI COLORO CHE HANNO UN IMPULSO IRREFRENABILE PER VIAGGIARE, A QUELLI CON LA "VALIGIA IN MANO". A SOTTOLINEARE QUEST'ANIMA ITINERANTE I NOMI SCELTI PER LE SETTE FAMIGLIE DI PRODOTTO: I PIÙ FAMOSI QUARTIERI DI TUTTO IL MONDO. CI RACCONTA QUESTA NUOVA AVVENTURA ANDREA SOMMAVILLA, RESPONSABILE DEL TEAM CREATIVO.



Se dovessi descrivere la vostra nuova collezione, quali aggettivi useresti?

Trovo sempre difficile descrivere una collezione, “imbrigliandola” in poche parole. Ma se proprio dovessi scegliere alcuni aggettivi per definirne l'estetica direi estrosi, eleganti e moderni. Queste parole raccontano perfettamente l'ethos del nuovo brand: colore, leggerezza, ma anche stile. EBK è la nostra linea vista e sole easy glam, una collezione ispirata al viaggio che lancia il concetto di “eyesperience”, un'esperienza visiva unica nel suo genere che porta con sé il concetto esperienziale del viaggio.

Qual è l'esegesi del nome EBK?

È la versione short del marchio più tecnico Eblock, da cui prende in prestito tre lettere, proprio a confermare la sua natura easy glam; una collezione per un pubblico che condivide uno stile di vita, un insieme di valori, lo stesso approccio alla vita.

Come è nata l'idea di crearlo e quali sono le sue peculiarità?

Forti dell'esperienza maturata con Eblock, i cui ingredienti cardine sono coerenza, ricerca e serietà, abbiamo sentito la necessità di dare vita a una linea che attingesse comunque alla nostra expertise produttiva, ma fosse più immediata, più in linea con le tendenze moda ma sempre dalla forte personalità. Quindi non pensata per un target di età, ma per una tipologia di consumatore che condividesse uno stile di vita, un insieme di valori, lo stesso approccio alla vita. Il fil rouge? La passione per il viaggio, uno strumento attraverso il quale si sentono cittadini del mondo, parte di qualcosa di più grande. Non a caso la collezione conta sette famiglie di prodotto che portano il nome di famosi quartieri sparsi per l'Europa e per il mondo, sette modi per raccontarsi. Penso che il vero lusso oggi sia quello di poter indossare qualcosa che sappia esprimere la nostra personalità.

Qual è il rapporto tra il progetto EBK e il territorio?

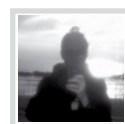
EBK è la new entry in una realtà che in questi anni, ha gettato le basi per un importante percorso di crescita. Alle spalle dei nostri brand infatti, c'è il grande know how della nostra azienda produttrice – Som Eyewear – che vanta oltre 40 anni di attività nel settore occhialeria, in un territorio – il bellunese – da sempre patria dell'occhialeria. Da tutto ciò, accompagnato dall'entusiasmo e dalla voglia di proporre sempre qualcosa di nuovo, è nato EBK, punto di incontro tra innovazione e gusto contemporaneo.

Quali saranno gli sviluppi futuri di EBK?

È un brand appena nato ma ha radici forti per questo stiamo già guardando al futuro con l'idea di arricchire la collezione, allineandoci sempre di più al gusto di chi ama osare e scegliere un prodotto di carattere.



Il minimalismo contemporaneo attraversa l'eyewear firmato Barberini e i capi di Sartorial Monk declinandoli nell'intramontabile nero.



PAULINE R.

Giornalista, fotografa
appassionata di occhiali.

**Assoluto.
Eterno.
Imprescindibile.**

Le diverse sfaccettature del nero permettono di disegnare esercizi di stile che si inchinano di fronte al minimalismo con una naturalezza senza eguali.

Le forme sono rigorose e lineari, profonde e complesse nel significato. Barberini Eyewear e Sartorial Monk scoprono attraverso il nero in un'originale sintesi di materiali e di forme la grandezza della semplicità, anche se solo apparente.



Black POWER.



Barberini Eyewear

Il modello BR160509 ripropone in chiave moderna la rivisitazione di un classico intramontabile: la forma a pilot.

Il design incontra l'eccellenza tecnica attraverso le lenti Platinum Glass™ Photopolar, che coniuga polarizzazione e fotocromatismo.

Proposte nella categoria 2-3, nei toni del grigio sfumato argento, sono incastonate come un gioiello in una montatura in metallo e acetato nero opaco.

Sartorial Monk

La maestria e l'artigianalità del Made in Italy si combinano con l'Oriente, trasformandosi in capi fluidi e sofisticati. Tessuti italiani di alta qualità uniscono volumi misurati all'ultimo centimetro di tessuto, per un equilibrio percepito, percepibile. Tra il minimalismo neocontemporaneo e la tradizione giapponese, i capi Sartorial Monk avvolgono e coinvolgono il corpo senza costrizione, senza mai negarlo.





ROBERTO RASIA DAL POLO
Giornalista, scrittore,
presentatore e formatore aziendale.



Qualche anno fa mi sono imbattuto nella parola ergonomia e sono andato a spulciare la definizione: secondo la IEA (International Ergonomics Association) si tratta di quella scienza che si occupa dell'interazione tra gli elementi di un sistema (umani e d'altro tipo) e la funzione per cui vengono progettati (nonché la teoria, i principi, i dati e i metodi che vengono applicati nella progettazione), allo scopo di migliorare la soddisfazione dell'utente e l'insieme delle prestazioni del sistema. In pratica è quella scienza che si occupa dello studio dell'interazione tra individui e tecnologie.

Ero abbastanza insoddisfatto della definizione perché avevo l'impressione che il termine fosse ormai in uso corrente con un'accezione ben più vasta. Poi, scoprii che nel 1949 lo psicologo K. F. H. Murrell diede al termine ergonomia il significato attuale.

Una disciplina scientifica che si occupa dei problemi del lavoro umano in relazione alla progettazione delle macchine e agli ambienti di lavoro di riferimento. Ragionando sulla difficoltà di spiegare concetti con parole semplici mi resi conto quanto la definizione di ergonomia fosse poco ergonomica!

Così, iniziai a covare il sogno di creare una parola per definire tutte quelle pratiche di mala-comunicazione o mala-funzione così frequenti nella nostra vita, finché coniai ergonoTua!

Se l'ergonomia tratta la capacità di interazione uomo-macchine-ambiente in modalità positiva e arricchente, l'ergonoTua, al contrario, è quell'insieme di pratiche che rendono la vita più difficile, sia nell'uso quotidiano sia nella comunicazione. Iniziamo con un esempio: pensate a quando al ristorante andate a lavarvi le mani e tornate al tavolo con tutti gli schizzi d'acqua sul vestito". È molto irritante e mi domando quale progettista abbia ideato quel sistema lavabo-rubinetto! Si potrebbe proseguire citando esempi di sedie scomode, maniglie

ErgonoTua

improbabili, auto con comandi introvabili, uffici troppo bui o troppo luminosi e così via, ma questo non è il nostro campo. Proviamo a prendere lo stesso concetto e applicarlo alla comunicazione per le vendite. L'intelligenza del messaggio e la funzionalità della sua forma possono essere definiti come comunicativamente ergonomici mentre, al contrario, quando il messaggio non è chiaro, la grafica orribile, la forma linguistica incomprensibile (o sbagliata) sono decisamente ergonoTua! Non appartengono al mondo del buon senso, ma a una comunicazione superficiale che non approfondisce, che perde occasioni d'oro per attrarre clienti, per farsi capire, sedurre o vendere. Ho raccolto per voi un paio di esempi utili per comprendere al meglio questo concetto.

Si tratta di esercitarsi nell'osservazione del nostro ambiente, ricco di occasioni spesso non sfruttate. Portare avanti questo esercizio con costanza aiuta tantissimo a migliorare anche la propria comunicazione e performance, grazie anche agli errori degli altri.

Sulla vetrina ordinata di un negozio di ottica di Bologna ho trovato un biglietto che, con bella grafia, riportava:

"Ci rivediamo martedì mattina!".

Un messaggio 'ergonomico' che ha sostituito l'inflazionatissimo messaggio di ergonoTua: "Chiuso fino a martedì mattina". Capite che c'è una bella differenza! Nel primo caso, innanzitutto, il messaggio è positivo e punta sul fatto che martedì il negozio sarà aperto e pronto ad accoglierli. Nel secondo l'accento viene posto sulla chiusura (messaggio negativo) e la forma è decisamente ingessata.

Il 19 dicembre scorso ho scritto un'email a un amico anticipando una novità importante e chiedendo in modo gentile se avesse voglia di dedicarci un pranzo che mancava da un po' nelle nostre agende. La risposta è stata: "Ciao, sono già al 14 di gennaio con l'agenda degli appuntamenti. Chiamami dopo il 15". Ora, a parte la maleducazione straordinaria nel rispondere con questo tono a un amico di vecchia data, concentriamoci sul linguaggio. "Sono già al 14 con l'agenda..". Significa la tua richiesta mi scivola addosso, anzi forse mi dà pure fastidio. Che tu abbia una bella novità da condividere con me non mi tange minimamente. Invidia? Può essere. Poi, la chicca finale "Chiamami...". Mai usare l'imperativo con gli altri: pare una sfumatura, ma è tutto! Ultimo esempio tratto dalla realtà: Giorgia, una

mia amica, è entrata in un negozio di arredamenti di Parma, per un preventivo per la sua cabina armadio di Milano. La signora che l'ha accolta è stata abbastanza gentile, ma di fronte all'ipotesi di dover arredare "solo" una cabina armadio a Milano ha messo le mani avanti sui costi. Senza sapere chi fosse la mia amica, la sua capacità di spesa o di risparmio. Giorgia ha dovuto insistere per farsi mandare un preventivo che, non essendo mai arrivato, ha richiesto una (gentile) email di sollecito. La risposta clamorosa: "Buongiorno Signora Giorgia, come le avevo detto non penso che le convenga acquistare a Parma per Milano. In questo particolare momento non riesco a fare consegne fuori città ed essendo sola in negozio non ho tempo per farle un'offerta, che come mi ha già detto farà fare da un falegname. Mi scuso per non avere risposto alla sua mail. Penso comunque che in qualsiasi negozio di mobili milanese potrà trovare quello che cerca. Auguro comunque un sereno Natale e un felice 2018 a lei e alla sua famiglia. Tiziana". Quando ho letto lo scambio di email non ci volevo credere! È proprio indicativo di una fetta di lavoratori che non si accorgono che il mondo è cambiato, che ha una velocità doppia rispetto a prima e che chi rimane indietro si estinguerà senza alcun dubbio. Serve aggiungere altro? Questa non è ergonomia, ma ergonoTua, cara signora Tiziana e con il suo negozio di arredamenti non voglio avere niente a che fare. Peccato, tra l'altro, perché vendete cose molto belle. Comuniciamo Amici, non è mai abbastanza!



**"Occhio,
ti manipolo!"
è in vendita su
www.RobertoRasia.it**



ANNALISA GUERISOLI

Social media specialist con una valigia ed uno smartphone sempre in mano.

Vendere online grazie ai social network.

Comunicazione efficace.



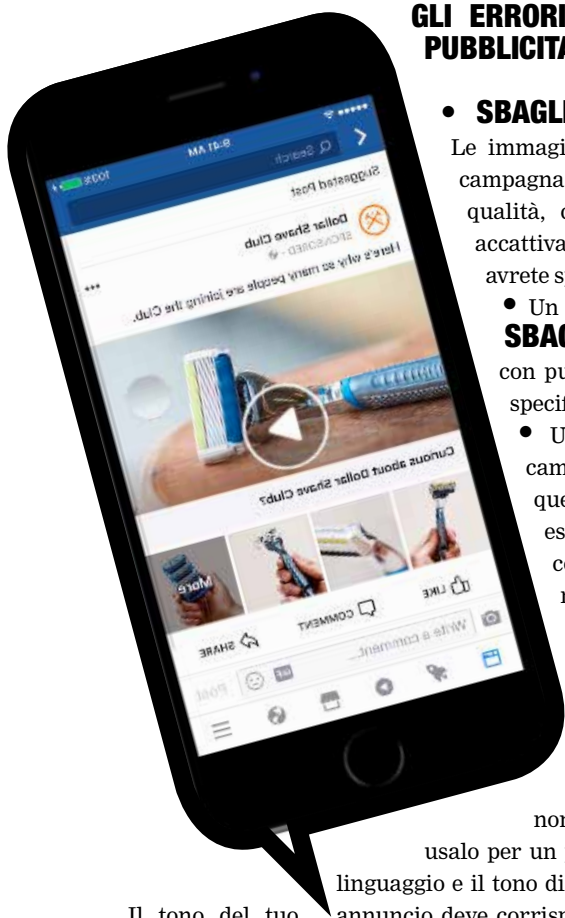
I social media servono per vendere? Non esiste una risposta definitiva, sono poche le aziende che in maniera diretta vendono sui social. I social vengono più sfruttati come elemento intermedio per generare autorevolezza, costruire relazioni, supporto alle attività offline e customer care, ecc.

Il mondo dell'online è molto simile a quello offline. Se apriamo un negozio in una via con poco passaggio, dopo l'inaugurazione con parenti e amici, vedremo che pochi clienti entreranno nel nostro negozio. Per motivare le persone abbiamo bisogno di contenuti,

promozioni e motivi che spingano potenziali clienti a venirci a trovare. Questi sono i compiti naturali con un'attività fisica, ma sono attività che dobbiamo fare anche online. Nel nostro spazio virtuale dobbiamo garantire promozioni realmente interessanti per le persone, imparare a trasmettere la nostra professionalità e la nostra affidabilità per attivare il passaparola. Accogliere virtualmente il cliente in maniera sorridente e a braccia aperte, tramette subito positività e fa breccia nella memoria delle persone! La relazione, i contenuti, la facilità di acquisto sono al pari livello di avere un buon prodotto ad un buon prezzo. Per vendere devi esser capace di trasmettere il tuo valore e quello dei tuoi prodotti in maniera chiara e semplice a prova di "casalinga di Voghera". I social offrono sempre più strumenti semplici per chi ha l'esigenza di vendere ma il vero valore non è utilizzare bene la piattaforma facebook ma creare il giusto contenuto che faccia vendere e soprattutto mostrarlo nella maniera più efficace.

Non ci sono trucchi, bisogna lavorare sulla comunicazione e sulle relazioni senza dimenticare le promozioni online. Nessuno strumento può fare da solo se non abbiamo una base da cui partire.

GLI ERRORI DA NON FARE SULLE NOSTRE CAMPAGNE PUBBLICITARIE SOCIAL.



- **SBAGLIARE LE IMMAGINI** sulle pubblicità a pagamento. Le immagini possono decretare il successo e l'insuccesso di una campagna. Il consiglio è quello di usare belle immagini di buona qualità, colorate e con persone sorridenti. Se la didascalia è accattivante ma l'immagine è sbagliata la campagna sarà inutile e avrete speso tempo e soldi per nulla.

- Un ulteriore errore è quello di **IMPOSTARE UN TARGET SBAGLIATO**, non pensate che il risultato migliore si ottenga con pubblici ad ampio raggio, meglio pubblici più ristretti. La specificità è la chiave per aver annunci vincenti.

- Un terzo errore è la **MANCANZA DI FIDUCIA**, se la campagna pubblicitaria che vuoi promuovere ha come obiettivo quello di portare le persone al tuo negozio fisico è necessario esser sicuri di avere tutti gli elementi che danno fiducia al consumatore, come il numero di telefono, l'indirizzo per raggiungere il negozio, ecc.

- Non usare un senso di urgenza: create campagne con un limite nella disponibilità quantitativa e nel tempo (oggi e domani, entro il...). Questo vale anche sulle campagne nelle newsletter, ecc..

- Il quinto errore è **USARE UN LINGUAGGIO DA SPECIALISTA**, bisogna avvicinare le persone, non allontanarle. Devi farti capire da tutti, se lo devi usare,

usalo per un pubblico che ti comprenda. La corretta formulazione del linguaggio e il tono di voce sono elementi importanti per ottenere dei risultati.

Il tono del tuo annuncio deve corrispondere al tuo pubblico, ogni pubblico ha il suo modo di esprimersi con termini specifici.

- **NON PRESENTARE I VANTAGGI.** La nostra decisione d'acquisto è molto emotiva, il soddisfacimento di un nostro interesse supera il "distaccamento" al denaro. Concentriamoci sui benefici emotivi e cerchiamo di far leva sulle emozioni (paura, felicità, ecc..) invece di inserire testi sulle caratteristiche tecniche.

- **NON ESAMINARE LA CONCORRENZA.** La concorrenza esiste, guardiamo chi ha successo e lasciamoci ispirare da chi si sta affermando in rete. Analizzate ciò che fanno gli altri, annotatevi i testi e le immagini e lavorate su quello per far funzionare le vostre campagne.

- **USARE** l'ironia e la simpatia, **NON ESSERE AGGRESSIVI** mentre conversate con il vostro pubblico soprattutto se qualcuno critica il prodotto/l'offerta.

- Se dovete pubblicare dei link dal vostro sito è meglio **NON USARE TITOLI CHE NON TRASMETTONO NIENTE.** Essere precisi con l'offerta, non utilizzare inganni. Il titolo è la prima cosa che una persona vede. Cercate di avere la capacità di agganciare le persone.

- **PROVATE FACENDO DIVERSE CAMPAGNE PUBBLICITARIE CON FOTO DIVERSE, TESTI DIVERSI E PUBBLICI DIVERSI.** Annotatevi i risultati e miglioratevi usando quei risultati. Fate delle prove anche con pochi euro. Solo provando riuscirete a capire cosa funziona e cosa no.

- **SCRIVERE MALE.** Usare mille punti di sospensione o tutto in maiuscolo, controllate la punteggiatura e le regole di scrittura.

L'IMPEGNO E LA PASSIONE PORTANO SEMPRE RISULTATI NEL TEMPO, L'IMPORTANTE È NON CREDERE DI POTER SBARCARRE IL LUNARIO NON INVESTENDO IN TERMINI DI IMPEGNO E DI BUDGET PER LE PROMOZIONI ONLINE.

I TREND DEL RETAIL

TECNOLOGIA E RISORSE UMANE,
FOOD E LEISURE: ECCO ALCUNI DEI TREND
CHE DEFINIRANNO IL MERCATO RETAIL NEL 2018
EMERSI NEL CORSO DEL CONVEGNO RIGCS*



“Ci sono tutte le condizioni per un ulteriore sviluppo del retail in Italia. Il cambiamento delle abitudini di consumo, l'avvento del digitale e i nuovi format stanno infatti imprimendo una profonda trasformazione che interessa sia l'out-of-town sia i centri storici delle principali città, dove la riconversione di spazi prima occupati da uffici sta generando nuove opportunità di investimento nell'High Street. Proprio per questo RICS promuove anche in questo settore l'adozione di elevati standard di qualità e trasparenza e la diffusione di best practice internazionali che costituiscono un ulteriore fattore di attrazione degli investimenti nel nostro paese”, ha commentato Daniele Levi Formiggini, MRICS e Presidente di RICS, a margine del convegno organizzato da RICS, presso la sede della law firm Dentons a Milano, in cui esperti e player del settore hanno dibattuto sui trend del mercato retail.

In particolare, il convegno è stato un momento di confronto sulle prospettive e sulle opportunità di crescita del mercato retail, in cui sono stati evidenziati i prossimi trend del settore, sia lato investitori sia lato retailer.

In un mercato che sta subendo importanti trasformazioni sarà fondamentale per investitori e operatori definire una strategia che segua e, al contempo, indirizzi la domanda dei consumatori.

Come emerge dal report di JLL “Italy Retail. Trends Belpaese, Shopping and Real Estate”, il retail assume così nuove connotazioni in grado di offrire un'esperienza che va oltre la vendita di prodotti, creando per l'utente momenti di svago e intrattenimento, ad esempio con spazi dedicati al gioco per i bambini. In quest'ottica, anche il food assume un ruolo strategico per avvicinare un consumatore sempre più attento e consapevole.

Saranno sempre più frequenti gli store che vedranno al loro interno spazi dedicati al bio, alla cucina etnica, ai cibi gourmet e a chilometro zero.

Un giusto bilanciamento tra tecnologia e tocco umano: i servizi tecnologici come la realtà aumentata avranno un impatto crescente sulle vendite e sulle scelte dei consumatori. Ma chi utilizza il canale fisico per fare i propri acquisti riconosce ancora l'importanza della relazione umana.



I commessi così sono destinati a diventare veri e propri brand ambassador in grado non solo di trasferire al cliente informazioni ma di comunicare i valori del marchio.

Ciò si lega alla necessità da parte del canale fisico di fare fronte a un consumatore evoluto, che può acquisire informazioni sul web in tempo reale, leggere recensioni e feedback sui prodotti e riflettere, quindi, su un acquisto che diventa più ponderato (**webrooming**). Quindi, lo store dovrà migliorare i propri servizi di pre e post vendita dando anche l'opportunità al consumatore di negoziare il prezzo finale più conveniente.

Ancora il report di JLL, lato investitori, conferma alcuni trend.

Flessibilità - Un layout flessibile è un potenziale vantaggio per il futuro: diversità crea interesse, aumenta il passaggio e migliora le revenue.

Dimensioni - I grandi investimenti offrono l'opportunità di creare un vantaggio nella riqualificazione o nello sviluppo di nuovi spazi in grado di offrire esperienze coinvolgenti per il consumatore e i brand più evoluti. La size è fondamentale anche dal punto di vista dell'investimento, per ragioni di economia di scala, sia per singole operazioni sia per un intero portfolio.

Exit Strategy - Un centro commerciale che svolge il ruolo di epicentro in un'area di riferimento deve poter essere un investimento liquido, monetizzabile in qualsiasi momento. Per questo è necessario scegliere i consulenti giusti che garantiscano trasparenza, credibilità e un'irreprensibile struttura fiscale, in modo da rendere il profilo di rischio sostenibile.

* RICS è un'organizzazione professionale a livello globale che promuove e applica i più elevati standard e le massime qualifiche professionali per lo sviluppo e la gestione di terreni, immobili, costruzioni e infrastrutture.





Disponibile in RX.

MODELLO MOSTRATO: SWEPT AWAY

Adesso la vista è perfetta.

Le nostre lenti **PolarizedPlus2®** sono leggere e flessibili come voi, si adattano a diverse condizioni di luce, eliminando la luce abbagliante e aumentando il colore. Scegliene un paio e prova tu stesso.

Colore. Nitidezza. Dettaglio.





GIULIA GEROSA
Ricercatore in design degli interni
Politecnico di Milano

SHANGHAI

ICONA INTANGIBILE

A SHANGHAI, NEL DISTRETTO DI HUANG PU, LO STUDIO DONGQI ARCHITECTS HA REALIZZATO DALL' 8 NOVEMBRE 2017 AL 28 GENNAIO 2018 ALL'INTERNO DEL MODERN EYE UN BOOKSHOP POP-UP IN CUI DEFINITO E INDEFINITO TANGIBILE ED INTANGIBILE SI INTRECCIANO NELLA DEFINIZIONE DI UNO SPAZIO ICONICO.



In occasione della settimana dell'arte di Shanghai, Hauser & Wirth Publishers ha presentato un bookshop pop-up situato all'interno di Modern Eye, la principale libreria gestita da Modern Media Group nel distretto di Huang Pu nel centro di Shanghai.

Lo spazio ha accolto 25 titoli iconici che rappresentano la backlist della Hauser & Wirth Publishers, che nella sua interezza comprende oltre cento pubblicazioni create dal 1992, tra cui monografie, libri di artisti e cataloghi di mostre. Lo spazio, progettato dallo studio Dongqi Architects è stato delimitato da una struttura con tetto spiovente ispirata al Granary Shed, la tipologia tradizionale di granaio inglese, che

qui è stata reinterpretata e denominata "Yi Cang", traducibile approssimativamente come "il negozio di Arte".

La struttura determina così una "casa nella casa", andando a delimitare percettivamente un ambiente separato dal resto del negozio sottolineando l'eccellenza dell'allestimento. L'archetipo del granaio riprende la forma spiovente del tetto a falde, definendo lo spazio attraverso l'uso di elementi verticali che si intersecano perpendicolarmente nel colmo.

La struttura è costituita da due metà: una prima in cui i montanti sono posati di taglio e rivestiti in rovere e nella seconda in cui sono posati di piatto e realizzati in acciaio inossidabile con finitura a specchio. L'acciaio inossidabile rivestito a specchio viene utilizzato anche per i moduli orizzontali da 3 mm di spessore distanti 400 mm, che fungono da piani da appoggio nello spazio interposto tra le colonne.



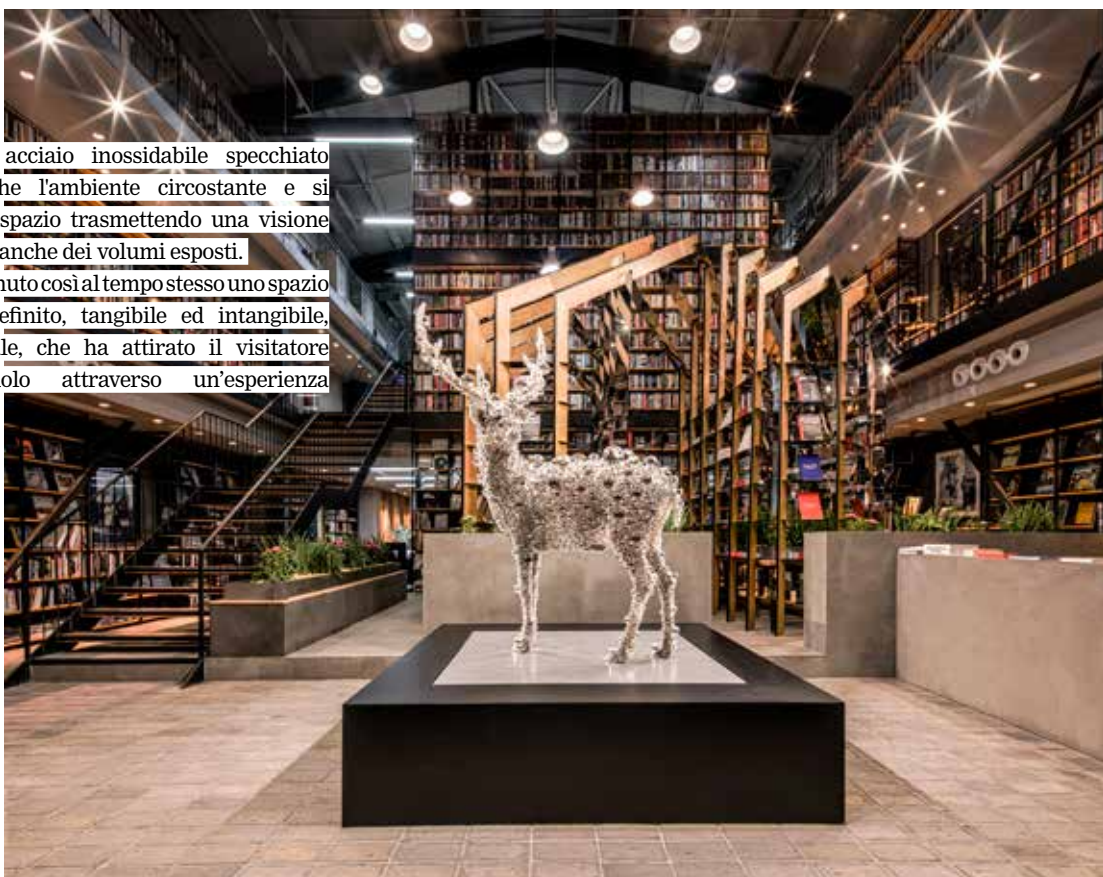
La struttura si eleva per un'altezza di 35 metri andando a definire un profilo altamente iconico, così come iconiche sono le 25 pubblicazioni selezionate per essere esposte.

Hanno completato la scenografia una serie di gradini in rovere dalla pedata molto profonda che permettevano di entrare all'interno della struttura attraverso una lenta promenade che aiutasse ad assaporare ancora di più i prodotti esposti. Due grandi fioriere delimitate da lamiera in acciaio si intersecavano ad angolo retto contenendo piante verdi e fiorite in un insieme dato dall'utilizzo della ghiaia, elementi naturali che, grazie all'utilizzo di superfici specchianti sembrano ritornare in tutto il perimetro.



Le lastre in acciaio inossidabile specchiato riflettono anche l'ambiente circostante e si fondono nello spazio trasmettendo una visione caleidoscopica anche dei volumi esposti.

Il pop-up è divenuto così al tempo stesso uno spazio definito e indefinito, tangibile ed intangibile, reale e virtuale, che ha attirato il visitatore accompagnandolo attraverso un'esperienza unica.



barberiniwear.it



Glass, I see.

Barberini
High Performance Class Eyewear



RICCARDO NICOLETTI
Da diversi anni interessato
all'arte contemporanea
per pura passione personale

Monet Experience.

UN'ESPERIENZA
DIGITALE A FIRENZE.

Nel cuore di Firenze, a due passi dal Ponte Vecchio e da Piazza della Signoria, si trova la chiesa di Santo Stefano al Ponte, sorta in un bellissimo edificio risalente al 1100 ed oggi sconsacrata, riaperta dal febbraio 2015 per essere adibita ad auditorium multifunzionale e spazio espositivo multimediale. In questi anni ha ospitato numerosi eventi di rilievo; esposizioni su Leonardo da Vinci, Gustav Klimt, Van Gogh, nonché esposizioni fotografiche, spettacoli e concerti. Il 18 novembre 2017 è stata inaugurata una mostra su Claude Monet, denominata "Monet experience". Il termine "experience" ci riconduce ad un evento dove non sono esposte opere, ma i lavori vengono proposti allo spettatore in forma multimediale. L'evento è una produzione della società Crossmedia Group di Firenze. Non voglio qui esibire una biografia di Claude Monet, è un personaggio troppo famoso per doverne parlare. Ricordiamo solo che Monet (1840-1926), pittore francese, è stato il fondatore del movimento impressionista.



Chi non conosce le sue famosissime “Ninfee”? Non mi dilungo sulla vita e sulle opere.

I suoi lavori realizzati nel decennio 1860-1870 dettero propriamente vita a quello che sarà poi per sempre identificata come la corrente degli impressionisti, alla quale poi aderirono Maestri del calibro di Degas, Pissarro, Renoir, solo per dirne alcuni.

Entrando nella mostra, si viene subito avvolti dal lavoro di Monet: su grandi schermi sono proiettate immagini di opere accompagnate da una colonna sonora.

Le immagini, più di ottocento e ad altissima definizione, scorrono e si muovono e permettono al visitatore di apprezzare

dettagli dei dipinti che probabilmente - osservando la tela reale - andrebbero perduti. Durante la mostra si ammirano i più famosi capolavori dei maestri dell'impressionismo, e la particolarità di questo allestimento è la presenza di immagini “su ogni lato”, per un coinvolgimento totale dello spettatore.

Una parte della Mostra è riservata alla “Oculus VR Experience” nella quale, tramite dei visori di realtà virtuale, si può vivere l'esperienza della visita nelle tre dimensioni. La mostra si protrarrà fino al 18 maggio 2018, e rappresenta senza dubbio un appuntamento da non perdere se avete l'occasione di recarvi a Firenze.



Credits: gentile concessione Crossmedia Group.

EYE FRAME

UN NUOVO MODELLO DI BUSINESS.

IL PROGETTO EYE FRAME MIRA A FARE RIACQUISIRE ALL'OTTICO LA PROPRIA INDIPENDENZA E A RIPORTARLO ALLE ORIGINI, TRASFORMANDOLO IN UN VERO 'ARTISAN LUNETIER'. LO FIRMANO LUCA MARIOTTI E I SUOI DUE FIGLI, CHIARA E LORENZO.

PAOLA FERRARIO

Luca Mariotti titolare di Ottica Mori e creatore di Eye Frame.



QUANTE VOLTE ABBIAMO SENTITO PRONUNCIARE LA PAROLA 'OTTICO INDIPENDENTE' O 'OTTICO ARTIGIANO'? TANTE, TANTISSIME. MA COME È POSSIBILE ESSERLO REALMENTE? LUCA MARIOTTI - TITOLARE DI OTTICA MORI DI PISA - E I SUOI DUE FIGLI, CHIARA E LORENZO HANNO TROVATO LA RISPOSTA CREANDO EYE FRAME. LUCA MARIOTTI CI SPIEGA L'INNOVATIVO MODELLO DI BUSINESS CHE HANNO CREATO.

Da dove è partita l'idea di creare Eye Frame?

Da un semplice riflessione: è ora che la figura dell'ottico riacquisti la sua individualità che si è persa negli anni. Per spiegarle il progetto devo però 'riavvolgere il nastro' sulla mia storia. Mi occupo da trent'anni di droni e da hobby è diventato quasi un secondo lavoro portandomi a organizzare un laboratorio. Un giorno mia figlia Chiara che, oltre a essere ottico, è laureata in Design di Moda, mi ha proposto di provare a fresare un paio di montature in acetato. Siamo partiti con una fresa ma ci voleva un pantografo CNC ad hoc. Abbiamo fatto una ricerca sul mercato e scelto la Ronchini Massimo di Parma che però all'inizio ci ha fornito una macchina specifica per questo lavoro ma troppo grossa, quindi non adatta a un laboratorio. Un giorno insieme a Filippo Ronchini, il titolare dell'azienda, abbiamo deciso di creare un



laboratorio specifico per costruire montature di un livello pari o anche superiore a quello industriale ed insieme abbiamo progettato la piccola CNC RM3/69.

Così è nato il progetto Eye Frames: l'ottico, grazie a questa macchina, può realizzare le sue montature partendo da un laboratorio di 4/8 mq. È piccola, sta tranquillamente su un tavolo.

Mi permetta però di aggiungere un altro tassello importante: Eye Frame è il frutto della collaborazione tra me ed i miei due figli, Chiara e Lorenzo, studente di ottica a Firenze che è un fabbricante di chitarre che ha imparato a usare la fresa CNC di babbo quando aveva 14 anni ed è specializzato in CAD.

In più, la mia passione per i droni è sfociata nell'associazione benefica Aeroworks, che si occupa di creare e realizzare ad esempio dissalatori d'acqua per l'Africa. Anche alcuni volontari dell'associazione, che provengono da settori differenti, hanno dato il loro contributo.

Concretamente cosa offrite all'ottico?

La possibilità di diventare totalmente indipendente. E non è poco. Ad esempio, nel mio punto vendita ho creato un laboratorio a vista e ciò ha attirato molta clientela interessata che ha apprezzato il fatto che portassimo 'in vetrina' l'artigianalità. Per rispondere nello specifico alla sua domanda, sostanzialmente forniamo un laboratorio completo per la realizzazione di occhiali sia sartoriali che prodotti di serie. Le attrezzature non sono un cespite e vengono pagate in comode rate mensili. Alla fine dei 60 mesi, l'ottico, con il 3% del valore, può acquisire il sistema o ricominciare da capo. Inoltre abbiamo il supporto del SIO di Firenze che si occuperà di curare la formazione per il progetto.

Nel futuro ci saranno anche altri materiali oltre l'acetato?

Sì, ci stiamo già lavorando.

Come si fa per saperne di più del progetto?

Contattandomi direttamente nel mio negozio di Pisa o scrivendomi una mail a info@otticamori.it, poi durante Mido sarò presente tutti i tre giorni.



A CURA DI **SOPTI SOCIETÀ OPTOMETRICA ITALIANA**

Anomalie della visione binoculare in età pediatrica e processo di emmetropizzazione.

A CURA DI **MASSIMO FIORI**

ABSTRACT

L'evoluzione dei difetti refrattivi in età pediatrica è da sempre oggetto di studio scientifico, alla ricerca di fattori di protezione in grado di prevenire adattamenti anatomici e funzionali, in particolare la miopia, in grado di vincolare la qualità visiva in età adulta all'uso di una compensazione ottica. I fattori ipoteticamente messi in gioco sono numerosi, nessuno di questi ha finora dimostrato una significatività statistica tale da permettere di dare risposte definitive sull'origine delle ametropie, tuttavia alcune tendenze interessanti sono ad oggi considerate come indicatori validi, al punto di influenzare le scelte di trattamento. Tra gli argomenti storicamente più dibattuti vi è l'influenza dell'accomodazione; solitamente quest'ultima viene presa in considerazione riguardo alla visione a distanza prossimale, ma il suo ruolo non si esaurisce solo a questa funzione. Il sistema accomodativo ha infatti un ruolo cruciale nell'eziologia, nella diagnosi e nel trattamento di numerose forme di anomalie della visione binoculare, quali ad esempio alcune forme di strabismo manifesto in età pediatrica.

L'articolo si focalizza proprio sulle deviazioni, sia eso che exo, più frequenti nella fascia evolutiva, per le quali è stata negli anni prodotta una notevole quantità di materiale scientifico; verranno messi a confronto le produzioni più recenti cercando di filtrare le informazioni più utili, che si rivelano talvolta a sostegno, talvolta a contrasto delle più diffuse scuole di pensiero, tra concretezza e falsi miti!

DATI SULL'EMMETROPIZZAZIONE GENERALE

Per avere un quadro specifico, anche se puramente ipotetico, dell'influenza che certe anomalie binoculari e il loro trattamento possono avere sull'evoluzione dei difetti refrattivi, è necessario utilizzare dei termini di paragone. Questi elementi ci vengono forniti dalla bibliografia scientifica che si è occupata largamente della questione, anche se con criteri di inclusione, di metodologia di raccolta dei dati e di calcolo disomogenei che non rendono agevoli i confronti.

Atkinson e coll (UK - 2000) studiano con retinoscopia il tasso di variazione refrattiva nel periodo che va dai 9 ai 36 mesi, mettendo a confronto i dati di 148 bambini

divisi tra: ipermetropi (con almeno un meridiano $>3,50$ D) parzialmente corretti, non corretti, e non ipermetropi. Dai dati non emergono differenze nel tasso di emmetropizzazione dei soggetti ipermetropi corretti con occhiali, rispetto a quelli non corretti, con valori approssimabili a $0,50$ D / anno; mentre i non ipermetropi mostravano variazioni notevolmente più contenute (Atkinson et al. 2000).

In netto contrasto e praticamente in contemporanea con i dati precedenti, Ingram e coll (UK - 2000) confrontano i dati di 289 bambini seguiti dall'età di 6 fino a 44 mesi (media dei follow up), sia strabici che non strabici, ai quali veniva assegnata in modo randomizzato una correzione oftalmica. Nei soggetti non strabici il tasso di diminuzione del difetto refrattivo è più evidente tra quelli che non avevano portato la correzione, al contrario quelli che l'avevano portata in modo costante mostravano una maggior tendenza al mantenimento dei valori ipermetropici. Nei soggetti strabici vi è una generale minor tendenza all'emmetropizzazione, che non appare inoltre così influenzata dall'uso della correzione (Ingram et al. 2000).

Pennie e coll. (UK, USA - 2001) studiano la variazione refrattiva in cicloplegia e la variazione biometrica della lunghezza assiale nel primo anno di vita in 20 bambini nati a termine. I valori refrattivi medi riportati decrescono da circa $+2,80$ D alla 4ª settimana, fino a $+1,50$ D alla 53ª. (Pennie et al. 2001). Mutti e coll (USA - 2005) studiano il processo di emmetropizzazione tra i 3 e i 9 mesi in 222 bambini nati a termine. Il difetto refrattivo medio tende a scendere da $+2,16$ D a 3 mesi, a $+1,36$ D a 9 mesi, senza differenze tra i due sessi. Gli autori evidenziano un dato interessante che riguarda l'andamento di emmetropizzazione nei soggetti che all'inizio si trovavano agli estremi delle curve di distribuzione del difetto: le variazioni refrattive sono più contenute sia nei soggetti in partenza più prossimi all'emmetropia, sia paradossalmente, nei soggetti con difetti più importanti (oltre $+5,00$ D) (Mutti et al. 2005), come se questi ultimi fossero in qualche modo "predestinati" a rimanere ipermetropi, rappresentando inoltre la fascia all'interno della quale sarà successivamente più probabile trovare soggetti strabici.

EPIDEMIOLOGIA DEGLI STRABISMI INFANTILI

Le forme di strabismo manifesto prese in esame in questo articolo sono quelle statisticamente più diffuse in età pediatrica: esotropie accomodative ed esotropie intermittenti. In entrambi i casi la produzione scientifica e clinica considera il ruolo del legame tra accomodazione e vergenze, analizzandolo sia da un punto di vista

eziologico (l'interessamento diretto in questo aspetto è più evidente per le deviazioni eso) che di trattamento. Un primo aspetto che appare evidente analizzando la bibliografia è una distribuzione non omogenea delle deviazioni eso ed exo tra le diverse aree geografiche. Mentre la prevalenza generale dello strabismo riportata nei vari studi è pressappoco sempre la stessa, con valori quasi sempre compresi tra il 2 e il 3% della popolazione totale, il rapporto tra distribuzione di eso ed exodeviazioni varia notevolmente: studi epidemiologici prodotti negli Stati Uniti riportano una situazione di sostanziale parità tra eso ed exo in una popolazione di età < 6 anni (Friedman DS; Repka MX et al. 2009; Cotter et al. 2011; Varma 2008), in Europa (Svezia) pare esservi una prevalenza di deviazioni eso in una popolazione pediatrica di età < 10 anni (Kvarnström et al. 2001), in Asia (Hong Kong) emerge invece una marcata prevalenza di deviazioni exo, anche se il confronto non può essere così diretto, perché il campione prende in esame una fascia di età molto più estesa verso l'alto (< 19 anni) (Yu et al. 2002) (Fig. 1).

Già da questi dati emerge un'associazione statistica: una maggior prevalenza di esotropie in età infantile e adolescenziale è presente nelle regioni asiatiche, nelle quali notoriamente la prevalenza di miopia in età adulta è di molto più alta rispetto alle altre zone.

Se questo legame sia in qualche modo presente sottoforma di un "pacchetto genetico" che comprende la predisposizione a sviluppare sia exo che miopia, oppure l'una sia conseguenza dell'altra secondo schemi di sviluppo attualmente solo teorici, non è ancora chiaro. Alcuni aspetti clinici più indicativi verranno discussi nel dettaglio in seguito.



Fig. 1 - Dai dati bibliografici più recenti appare evidente una notevole differenza nel rapporto di prevalenza tra le deviazioni manifeste eso (ET) ed exo (XT). Negli studi americani (media dei dati raccolti da Friedman - 2009; Cotter - 2011; Varma - 2008) vi è un sostanziale equilibrio. In Europa (Svezia, Kvarnström - 2001) una maggior prevalenza di eso. In Asia (Hong Kong, Yu - 2002) una netta prevalenza di deviazioni exo, anche se in questo studio la fascia di età compresa nel campione è molto più allargata verso l'alto.

ESOTROPIE ACCOMODATIVE

La fisiologica sincinesia tra accomodazione e convergenza rappresenta il fattore eziologico fondamentale per lo sviluppo dello strabismo infantile eso più frequente, ovvero l'Esotropia Accomodativa (ET ACC). Tale quadro clinico può presentarsi con due forme principali che si differenziano in particolare per la costanza, oppure per la differenza di valore dell'angolo nella visione da vicino rispetto a quella da lontano.

Sommariamente possiamo definire:

- **Esotropia Accomodativa Refrattiva (ET ACC R):** caratterizzata da un angolo di deviazione per vicino di valore simile a quello per lontano. La deviazione è generata dalla risposta fisiologica (rapporto AC/A entro i limiti della norma) ad uno stimolo accomodativo elevato (ipermetropia elevata non corretta). La convergenza accomodativa esercitata in risposta allo stimolo accomodativo necessario alla corretta messa a fuoco degli oggetti posti in lontananza eccede le ampiezze delle vergenze fusionali negative, portando quindi ad una deviazione eso non compensata, che si manifesta con l'interruzione della visione binoculare.
- **Esotropia Accomodativa NON Refrattiva (ET ACC N):** caratterizzata da un angolo di deviazione per vicino significativamente maggiore rispetto a quello per lontano. La deviazione trova anche qui origine nello stimolo di convergenza che accompagna lo sforzo accomodativo; in questo caso però la risposta motoria sarà sproporzionata (AC/A elevato) rispetto allo stimolo accomodativo fisiologico, ovvero quello normalmente necessario per la visione a distanza ravvicinata, anche in assenza di significativi difetti ipermetropici.

Per una descrizione più dettagliata dei quadri clinici si rimanda il lettore alle numerose pubblicazioni esistenti; in questo lavoro si vuole invece porre l'attenzione sull'evoluzione del difetto refrattivo che segue il trattamento considerato il "gold standard" in queste situazioni, ovvero la correzione ottica (American Academy of Ophthalmology 2012; American Optometric Association 2011). Nei casi di ET ACC R il trattamento di primo approccio è la piena correzione del difetto ipermetropico, necessaria per annullare lo stimolo accomodativo presente anche nella visione in lontananza e con esso la risposta di convergenza che genera lo strabismo. Data la condizione di AC/A normale che caratterizza queste forme, la risposta di convergenza nella visione da vicino non richiederà un trattamento dedicato e quindi sarà normalmente sufficiente un approccio con lenti monofocali.

Parte del dibattito scientifico più recente si è concentrato sulla prognosi di durata del trattamento, in quanto si considera in linea teorica nel tempo una riduzione del potere delle lenti, che segua la naturale tendenza dell'ipermetropia infantile a ridursi, finanche alla completa emmetropizzazione, quando non miopizzazione, del bulbo. Una previsione precisa sulla durata del trattamento nelle ET ACC a tutt'oggi non è realistica; è tuttavia possibile che in un numero significativo di casi si raggiunga nel tempo una indipendenza dall'uso dell'occhiale, con mantenimento della VB singola e nitida. Cho e coll. (2009) hanno pubblicato un dato statistico di interruzione d'uso della correzione ad un'età media di circa 13 anni in una popolazione di bambini coreani (Cho et al. 2009); come detto sopra tuttavia la maggior incidenza di miopia nelle popolazioni asiatiche impone una certa prudenza nel traslare questo dato previsionale ad altre etnie.

L'elemento determinante per questa maturazione è il naturale processo di emmetropizzazione cui l'occhio in fase di crescita è soggetto, che viene tuttavia influenzato da moltissimi fattori, gran parte dei quali non ancora descritti con adeguata significatività scientifica.

In quest'ottica alcuni elementi giocano un ruolo favorevole, i principali descritti in bibliografia sono riassunti in tabella 1.

Nelle forme di ET ACC R una eventuale riduzione della correzione oftalmica andrà opportunamente graduata nel tempo, ed eventualmente sospesa completamente solo quando il soggetto presenterà una condizione di ortoforia o esoforia sostenibile entro le 8 Dp sia per lontano che per vicino, con buon visus in entrambi gli occhi e assenza di sintomi astenopici (Liang & Fricke 2006; Cho et al. 2009; Hutcheson et al. 2003).

Nei casi di ET ACC N il gold standard del trattamento si ha nell'uso di correzioni bi-multifocali, in grado di ridurre o annullare (?) la risposta accomodativa anche nella visione prossimale, che a causa dell'elevato AC/A presente esita in un angolo di deviazione per vicino maggiore rispetto al lontano. Hutcheson e coll descrivono la possibilità che nel tempo vi sia una tendenza alla riduzione del rapporto AC/A (Hutcheson et al. 2003), che può consentire il passaggio a soluzioni correttive più semplici ed economiche.

PROCESSO DI EMMETROPIZZAZIONE NELL' ET ACC

Alcuni studi hanno posto l'attenzione sulla possibilità che proprio la correzione ad uso costante di occhiali nei bambini con ET ACC sia in grado di influenzare il processo di emmetropizzazione. Pare infatti che in molti casi i valori di ipermetropia in questi gruppi tendano a

Hey! Sai chi compie
25 anni? 🎉🎉

Chi?

OXO! La festa è il 24, 25 e 26
Febbraio al MIDO con un sacco
di sorprese. 🎁🎁🎁

Ci sarò! 😊



I TUOI OCCHI, IL NOSTRO OBIETTIVO.

SEGUICI     | WWW.OXOTALIA.COM

• Area **MORE** Pad. **6** – Stand **G23** •

rimanere stabili nel tempo, se confrontati con i dati di evoluzione della refrazione nella popolazione pediatrica generale, nella quale invece i valori positivi tendono a calare con maggiore evidenza. La comparazione dei dati non è semplice, in quanto i criteri di inclusione dei soggetti negli studi non sono uniformi, e gli aspetti posti in evidenza variano.

Tra le variabili in gioco, alcune sono proprie al soggetto, come l'età, il valore di refrazione e la condizione binoculare.

Ipoteticamente un valore baseline di ipermetropia più elevato genera una condizione nella quale è meno probabile una miopizzazione in età adulta.

Tra i gruppi di pazienti in esame i valori più frequentemente elevati vengono trovati nei soggetti in cui l'insorgenza dell'ET ACC è più precoce, *ma il mantenimento di valori ipermetropici in età adulta è solamente legato al fatto che il percorso da fare è più lungo, oppure altri fattori influiscono sul ritmo di variazione refrattiva?*

Wang e coll (USA) studiano l'evoluzione della refrazione in 108 bambini con ET ACC, differenziandoli in due gruppi in base all'epoca di insorgenza della deviazione, se entro o successivamente il primo anno di età.

In entrambi i gruppi c'è una tendenza al mantenimento dei valori ipermetropici fino all'età di 7 anni; successivamente la curva varia con una tendenza allo shift miopico sensibilmente più marcata nel gruppo

ad insorgenza più precoce, che manifesta inoltre una maggior tendenza all'aumento dell'anisometropia (Wang et al. 2016).

Analogamente Park et al. (Korea) studiano 111 pazienti con follow up di almeno 2 anni, suddividendoli per fasce d'età all'inizio del trattamento (<2 anni; tra 2 e 4 anni; e superiore a 4 anni), per valore di ipermetropia presente (tra 1,50 e 4,00 D; tra 4,00 e 6,00 D; e > 6,00 D), e per valore di astigmatismo presente (< a 0,75 D; tra 0,75 e 1,25 D; >1,25 D). Anche in questi gruppi la tendenza alla riduzione dell'ipermetropia è più evidente per i soggetti che hanno iniziato il trattamento in età più precoce, e in quelli che presentavano il difetto refrattivo maggiore. Gli autori pongono tuttavia opportunamente in evidenza il contesto nel quale lo studio si svolge, la popolazione asiatica, la regione densamente popolata e un sistema scolastico fortemente competitivo sono tutte caratteristiche ritenute favorevoli ad uno shift miopico, anche se i soggetti presi in esame sono probabilmente ancora troppo giovani per risentirne a pieno (Park et al. 2010). Questi due studi si pongono in opposizione ai già citati dati di Mutti sulla popolazione generale, che invece trova una tendenza alla variazione inferiore nei soggetti che presentano inizialmente ipermetropie più elevate. (Mutti et al. 2005) A queste stesse conclusioni nei casi di ET ACC giungono invece Lambert e Lynn (USA), che hanno studiato il tasso di miopizzazione nel tempo in 126 bambini con un follow-up medio di 4,4 anni; i dati

Presenza di ipermetropie meno elevate sia come valore baseline alla diagnosi, che come valore al termine del trattamento	(Mohney et al. 2011; Cho et al. 2009; Hutcheson et al. 2003; Black 2006)
Angolo di deviazione ridotto	(Mohney et al. 2011; Cho et al. 2009; Hutcheson et al. 2003; Black 2006)
Intervallo di tempo con VB e stereopsi precedente allo sviluppo della deviazione	(Cho et al. 2009; Birch & Wang 2009; Black 2006)
Assenza di ambliopia	(Liang & Fricke 2006)
Assenza di anisometropia	(Liang & Fricke 2006)
Assenza di disfunzioni del piccolo obliquo	(Black 2006)
Possibilità di intervenire nel tempo con trattamenti rieducativi in grado di aumentare le riserve fusionali negative, che talvolta hanno invece la tendenza ad aumentare spontaneamente	(Hutcheson et al. 2003)
Storia di gravidanza a termine	(Mohney et al. 2011)

Tab. 1 - Caratteristiche cliniche che favoriscono l'interruzione d'uso dell'occhiale nei casi di ET ACC, secondo la bibliografia più recente.

Nuove lenti progressive

VARILUX series™



VISIONE NITIDA A TUTTE LE DISTANZE



GUIDA SENZA PENSIERI

Il tuo secondo paio di lenti per la guida è incluso nel prezzo



*Fonte: Euromonitor, dati: 2018, valore di mercato vendite al dettaglio nella categoria di lenti per occhiali, marche di lenti progressive



VISIONE NITIDA A TUTTE LE DISTANZE
PER LA TUA SICUREZZA STRADALE
Partner of the FIA Action for Road Safety

VARILUX®

#1 PRIMA MARCA DI LENTI
PROGRESSIVE AL MONDO*

retrospettivi sono stati suddivisi in 3 fasce di età (<2 anni; 2<4 anni; 4<8 anni) rispetto all'inizio della terapia con lenti oftalmiche positive (massimo valore sferico prescritto in cicloplegia), trovando una tendenza al mantenimento dei valori ipermetropici decrescente in funzione dell'età alla quale l'occhiale è stato prescritto. In questo caso il gruppo che mostra il ritmo di miopizzazione minore è quello dei soggetti più giovani, che è anche quello con il difetto positivo medio più elevato. Anche questi autori descrivono le limitazioni statistiche dello studio, ovvero l'assenza di un gruppo di controllo, difficile da ottenere in quanto dovrebbe essere composto da gruppi di bambini con ET ACC non sottoposti al trattamento, condizione ritenuta "non etica"; o in alternativa da bambini non strabici con difetti refrattivi simili, ma non è semplice ottenere un campione omogeneo (Lambert & Lynn 2006).

Gli strabismi infantili sono notoriamente tra le principali cause di ambliopia, *può una differenza di visione tra i due occhi avere un'influenza sulla reciproca evoluzione refrattiva?*

Oh, Lee et al. (Korea) studiano 68 bambini con ET parzialmente accomodativa, già trattati chirurgicamente, e successivamente corretti con occhiale con la minor correzione ipermetropica sufficiente a mantenere fusione e BCVA, seguendone l'evoluzione refrattiva (follow up fino a 5 anni). Lo studio segmenta il campione in due gruppi, bambini che hanno nel tempo interrotto l'uso dell'occhiale e quelli che invece l'hanno continuato, analizzandone separatamente gli aspetti clinici. Circa 1/3 del campione ha interrotto l'uso dell'occhiale ad un'età media oltre i 9 anni (ma con un intervallo molto ampio che va da 4 ½ a 16 anni), in questo gruppo il valore ipermetropico baseline è sensibilmente minore rispetto al gruppo che ha invece mantenuto l'uso dell'occhiale per tutta la durata dello studio (2,90 D contro 4,50 D rispettivamente). Gli autori trovano inoltre differenze significative con valori ipermetropici più elevati, nei casi di ambliopia, che però mantengono un trend di variazione nel tempo molto simile a quello degli occhi normali; pare quindi che l'ambliopia sia correlabile al valore di ipermetropia presente, ma non alla sua risoluzione nel tempo (Oh et al. 2016).

Il già citato studio di Park et al. si occupa, tra gli altri, anche di questo aspetto, trovando all'inverso che la tendenza alla diminuzione del difetto è più evidente negli occhi ambliopi rispetto ai non ambliopi (Park et al. 2010). Altre variabili vengono introdotte con la scelta del trattamento e la sua gestione nel follow up. Come detto

sopra l'approccio terapeutico più frequentemente raccomandato inizia con la piena correzione del difetto refrattivo, che verrà poi rivalutata nel tempo; tuttavia nella pratica facilmente si troveranno criteri clinici difformi, come ad es. la gestione della cicloplegia in fase di valutazione iniziale, e la scelta della tempistica e delle modalità di revisione della correzione. *Può la scelta di una correzione completa o parziale avere influenza sulla progressione del difetto?*

Interessante lo studio di Yang e coll (Korea) che mette a confronto i dati di 150 bambini (< 12 anni) ipermetropi che portano correzione con occhiali, suddividendoli in 4 gruppi in base alla presenza e al tipo di alterazione binoculare presente:

- gruppo 1 - 40 soggetti con ET ACC che portano piena correzione sferica +;
- gruppo 2 - 40 soggetti con Exotropia che vengono sottocorretti;
- gruppo 3 - 35 soggetti ortotropici che portano piena correzione sferica +;
- gruppo 4 - 35 soggetti ortotropici sottocorretti.

I gruppi che portano la piena correzione sferica + mostrano uno shift miopico evidentemente più basso (in particolare quelli con ET ACC), rispetto ai bambini sottocorretti; inoltre l'entità della sottocorrezione è significativamente correlata all'entità dello shift refrattivo (Yang et al. 2014).

Altri studi all'inverso negano questo legame, in quanto i tassi di variazione refrattiva non mostrano significative differenze legate al tipo di trattamento ricevuto: Birch (USA) pubblica uno studio prospettico su 143 bambini consecutivi con ET infantile (non solo accomodativa). I dati separati per tipologia di ET non mostrano significative differenze tra i vari gruppi, con un andamento in crescita dei valori ipermetropici fino all'età di 5 anni, e successivamente nella fascia di età tra gli 8 e i 12 anni un decremento con un tasso medio di 0,50 D /anno, anche se le forme accomodative hanno valori di ipermetropia iniziale significativamente maggiori (range +3,00 / +7,00 D) rispetto alle forme infantili non accomodative (range -0,75 / +3,00 D). Il tasso di miopizzazione non pare influenzato dall'uso costante della piena correzione ipermetropica, oppure da un progressivo "svezzamento" nei casi maggiormente stabili (Birch et al. 2010).

Black (USA) studia 285 pazienti con follow up medio di 8,5 anni, dividendo in gruppi secondo chi ha sempre utilizzato la piena correzione cicloplegica, e bambini che mostravano miglior controllo e per questo hanno ricevuto una ipocorrezione di almeno 1,00 D. Alla revisione retrospettiva dei dati non si trovano

Ti aspettiamo
a casa CECOP

 **MIDO**

Pad. 3 stand N07



significative differenze nel tasso di diminuzione dell'ipermetropia, l'autore invita quindi alla cautela nel sottocorreggere l'ipermetropia nei soggetti ET ACC senza controllare attentamente gli effetti sulla VB, i potenziali rischi possono superare i benefici. Nel 13% dei casi l'uso dell'occhiale è stato interrotto mantenendo l'allineamento ad un'età media di 11,6 anni, circa 1/3 di questi tornerà negli anni seguenti all'uso della correzione ottica per miopia, astigmatismo, o anisometropia. Dopo correzione statistica (analisi di Kaplan – Meier) analizzando i dati dei soli soggetti con età superiore ai 12 anni, lo stesso autore fornisce un valore proiettato nel tempo del 30% di sospensione dell'uso dell'occhiale a distanza di 15 anni dall'inizio dell'uso. Nella fascia di età <7 anni vi è tendenzialmente un incremento dei valori ipermetropici, successivamente la tendenza si inverte con un tasso calcolato di decrescita media di 0,17 D / anno, insufficiente a raggiungere il livello di emmetropia in età adulta se il valore dell'ametropia iniziale si attesta mediamente a 4,33 D con un'età media alla diagnosi di 41 mesi (Black 2006).

EXOTROPIE INTERMITTENTI (XT)

Caratteristiche cliniche

Le deviazioni in exo (XT) sono frequenti, anche se, rispetto alle forme convergenti, rimangono molto più spesso latenti (exoforie - XF), oppure intermittenti (XT INT), a causa del confronto che devono sostenere con le riserve fusionali positive, notoriamente maggiori delle negative. La forma manifesta più frequente è proprio la forma intermittente, per la cui corretta analisi clinica sono necessarie tutte le accortezze utili a ridurre gli effetti dissocianti dei test, che devono essere precedute da una approfondita anamnesi e una fase di osservazione utili ad inquadrare la frequenza di comparsa della deviazione, e quindi rapportare le capacità di controllo di cui il bambino può disporre. A tal proposito sono presenti in bibliografia delle apposite scale normate sia sottoforma di questionari per i genitori (Haggerty et al. 2004; Leske DA Holmes 2015), sia per l'osservazione del professionista in studio (Mohny 2006).

La deviazione si manifesta più frequentemente nella visione in lontananza, utile accorgimento in fase di valutazione è, ove possibile, far fissare il soggetto un target posto ben oltre i canonici 6 metri normalmente disponibili negli ambienti clinici, ma ad es. in un punto preciso tra quelli visibili guardando fuori dalla finestra.

PROCESSO DI EMMETROPIZZAZIONE NELL'XT INT

A differenza di quanto accade nelle esotropie, in particolare quelle accomodative, nelle quali

l'associazione tra la deviazione e un difetto ipermetropico è chiara, nelle deviazioni exo l'associazione con un particolare difetto refrattivo è meno evidente. Ovviamente non ci si attende di trovare un elevato numero di miopi in età pediatrica, anche all'interno di una popolazione di bambini exo si trova normalmente una distribuzione delle ametropie paragonabile a quella della popolazione normale; tuttavia sono stati pubblicati dati che stimano una elevata incidenza di miopia in età adulta nei soggetti con XT INT. Ekdawi e coll (USA) analizzano retrospettivamente i dati di 135 soggetti con XT INT raccolti in un arco di 20 anni: quasi metà hanno ricevuto un trattamento chirurgico, i restanti solo un regime di osservazione. Sottoponendoli a un'analisi statistica (rapporto di Kaplan-Meier) in grado di proiettare su tempi lunghi anche i dati di soggetti con follow up più brevi, gli autori stimano una incidenza di miopia che arriva a superare il 90% a 20 anni di età, senza differenze significative legate al tipo di trattamento che questi possano nel frattempo aver ricevuto (Ekdawi, Nusz, Diehl 2010). Non è chiaro se questo trend di progressione miopica sia in qualche modo legato alla risposta accomodativa messa in gioco per avere maggiore facilità di vergenza positiva, utile a compensare binocularmente la deviazione; tale risposta è stata messa in evidenza dagli studi di Ha e coll, che hanno verificato sperimentalmente un incremento dello stimolo accomodativo prossimale in condizioni binoculari, rispetto a quello presente in fissazione monoculare, a detta degli stessi autori tuttavia il campione preso in esame è troppo ridotto per trarre conclusioni definitive (Ha et al. 2016).

L'accomodazione nei soggetti con XT INT pare quindi essere particolarmente stimolata, con potenziali benefici a breve termine nel controllo fusionale, talmente probabili da venir considerata come metodo di scelta in alcuni protocolli di trattamento, di seguito discussi. *Può questa stimolazione accomodativa determinare un aumento del rischio di comparsa della miopia nei soggetti con XT INT?*

Trattamento

Correzione ottica: non vi è necessariamente un rapporto lineare tra l'entità / il segno della correzione diottrica, e le possibilità di compensazione della deviazione. In linea teorica le correzioni positive, riducendo l'esercizio dell'accomodazione, dovrebbero tendere ad aumentare l'angolo in misura proporzionale al valore AC/A del soggetto; nella pratica non sempre ciò si verifica, quantomeno nella misura prevista. Si pensa che questa variabilità sia legata all'influenza

NOVITÀ NEL CAMPO DELLE LENTI A CONTATTO

Vi aspettiamo al



Pad. 3 - Stand C27

DA ASSUMERSI PER VIA OCULARE



Revisa
Vitamin

LENTI A CONTATTO MORBIDE GIORNALIERE
CON VITAMINA E/B6/B12
E ACIDO IALURONICO



VitaResearch

RESEARCH
THAT BECOMES CARE

Vita Research

Via Variante di Cancelliera, 4 - 00072 Ariccia RM
tel. 06 934980 • Fax 06 9345037

ordini@vitaresearch.com

della fusione sensoriale, che viene favorita da una miglior percezione visiva in seguito alla correzione del difetto refrattivo, di qualsiasi segno esso sia (Kim et al. 2015).

L'ipercorezione negativa ("overminus") all'inverso dovrebbe lavorare con il concetto di aumentare la richiesta accomodativa, e conseguentemente di convergenza accomodativa, in modo da sostenere le vergenze fusionali; non è chiaro se tale approccio comporti un maggior rischio di progressione miopica nel tempo, secondo alcuni studi in realtà questa complicanza non si verifica.

In particolare Paula et al. (Brasile) studiano gli effetti dell'overminus in 21 soggetti di età inferiore agli 11 anni, suddivisi in gruppi che avevano, e che non avevano, ricevuto trattamento con ipercorezione negativa, di valore compreso tra 0,50 e 3,50 D (media 2,46 D). Durante un follow up di oltre 4 anni non vi sono differenze tra i due gruppi nella tendenza allo shift miopico.

Il campione ridotto e l'età media ancora relativamente giovane impongono tuttavia una certa prudenza nell'interpretazione dei dati (Paula et al. 2009).

Rowe e coll (UK) pubblicano uno studio prospettico non randomizzato di 21 pazienti con XT INT di età media di 5 anni all'inizio del trattamento. Anche in questo caso è stata applicata ipercorezione negativa, nella misura minima che consentiva recupero fusionale al cover test per lontano e per vicino, senza determinare variazioni dell'acuità (valori da -1,00 a -3,00 D, media -2,00 D). Il valore di ipercorezione veniva rivalutato ad ogni controllo di follow up (durata media del follow up: 30 mesi) e se le condizioni fusionali lo consentivano, ridotto in step di 0,50 D fino alla completa eliminazione dell'overminus nei casi che mostravano la presenza di foria ben controllata a tutte le distanze. La variazione refrattiva media in 3 anni è di -0,62 D (+/- 0,87), tendenza non indicativa di un maggior rischio di progressione miopica dovuto all'uso dell'ipercorezione negativa (Rowe et al. 2009).

Più datato, ma con un campione più significativo, lo studio di Kushner (USA) che paragona i dati di 74 pazienti trattati con overminus, 34 dei quali hanno portato la correzione per oltre 5 anni (ipercorezione compresa tra -1,00 e -2,00 D, in alcuni casi combinata con una correzione prismatica BI di 4-6 Dp a discrezione del prescrittore), con altri 45 pazienti con XT INT che non hanno ricevuto questo trattamento perché in fase di valutazione non evidenziavano un miglioramento del controllo fusionale, oppure per rifiuto da parte genitori. Nei gruppi considerati la tendenza alla progressione miopica è stata praticamente identica, anche per follow

up di 10 anni (Kushner 1999).

Storicamente la scelta di tale approccio di trattamento fa riferimento alle indicazioni che dà la misura del rapporto AC/A, in presenza di valori di AC/A bassi la variazione delle vergenze indotte dalla correzione sferica sarà contenuta; al contrario con un AC/A elevato è ipotizzabile avere significative variazioni dell'allineamento anche con l'utilizzo di piccole ipercorezioni sferiche. Come detto sopra comunque non si può fare affidamento su una linearità della risposta, e gli effetti andranno verificati caso per caso. Per questo motivo alcuni autori (Horwood & Riddell 2012; Scheiman, Wick 2015) hanno proposto come indice clinico maggiormente verosimile non il rapporto AC/A, bensì il rapporto accomodazione di convergenza su convergenza (CA/C). Il razionale di tale approccio viene da dati raccolti su soggetti con XT INT, che paragonati al gruppo di controllo mostravano sia una risposta accomodativa maggiore (lead), sia una maggior dipendenza dallo stimolo di disparità binoculare anziché dallo sfuocamento. Gli autori propongono un modello secondo il quale nella sincinesia è la vergenza (in questo caso quella positiva) a comandare, e l'allineamento porti ad una maggior risposta accomodativa. Tale variazione diottrica per alcuni soggetti è penalizzante in termini di acuità, per altri invece rimane all'interno delle tolleranze della profondità di fuoco; i primi godrebbero quindi di una ipercorezione negativa, non tanto per favorire l'allineamento da un punto di vista motorio, quanto per una miglior percezione e per ristabilire un corretto rapporto tra piano di focalizzazione e di centratura (lag). Nel secondo gruppo invece il trattamento non risulterebbe efficace (Horwood & Riddell 2012; Chen et al. 2016). Gli autori riportano una vecchia idea di Burian (1945) secondo cui le lenti negative non inducono accomodazione, ma convergenza. Tale approccio è interessante, anche se la precisa misura del CA/C non è clinicamente agevole, si può comunque facilmente ottenere una stima in schiascopia dinamica eseguita con mire "blur free", di modo che lo stimolo accomodativo sia esercitato solo sulla base delle variazioni di vergenza che verranno indotte con opportune introduzioni prismatiche durante l'esecuzione del test, per indicazioni più precise sull'esecuzione del test si veda (Scheiman, Wick 2015). Riguardo all'entità efficace dell'overminus non vi è accordo tra gli autori, alcuni propongono un valore di addizione negativa fisso, altri lo determinano in maniera incrementale cercando il minor valore che offre qualche certezza di un controllo fusionale stabile, e rivalutandolo nel tempo con l'obiettivo di ridurlo il più possibile (Chen et al. 2016; Rowe et al. 2009).



Scopri le tantissime novità Tecnitalia al Mido!

24 - 25 - 26 FEBBRAIO 2018

Fiera Milano RHO - Pad. 03 - Stand P01 S02 S01 S03

Chiama direttamente lo 0773.621126 (info@tecnitaliaopty.com) per avere a disposizione i vantaggi, le opportunità concrete Fiera e gratuitamente tutto il Know How e la progettazione Tecnitalia



Scopri le tantissime novità MIDO

Ed anche se non vieni al MIDO, puoi chiamare direttamente lo 0773.621126 per usufruire dei vantaggi ed opportunità Fiera

Altro spunto di riflessione si trova in merito a ciò che è realmente “overminus”, ovvero: certamente lo sarà nel caso di soggetti già miopi cui è stata prescritta una ipercorrezione miopica, ma come deve essere considerata nel caso di soggetti ipermetropi sottocorretti, oppure non corretti affatto? Da un teorico punto di vista puramente accomodativo non vi dovrebbero essere significative differenze, che pure nella clinica facilmente si registrano; per ipotesi ciò potrebbe essere secondario ad un quadro aberrometrico completamente diverso nell’uso di lenti negative in alcuni casi, positive in altri, e nel non uso di correzione in altri ancora, che comporti una stimolazione differente a livello della periferica retinica, con potenziali effetti sia sulla fusione motoria, che sulla progressione del difetto refrattivo.

Possibilità rieducative: andrebbero valutate preliminarmente le possibilità di buon esito del trattamento, in tal senso gli indicatori più favorevoli sono la presenza di un valore fine di stereopsi (Holmes et al. 2007), una tendenza alla compensazione spontanea per periodi ampi, sostenuta da vergenze fusionali positive sufficienti (ma evidentemente implementabili al bisogno), e la comparsa della deviazione in età più tardiva, che abbia consentito la maturazione più raffinata della collaborazione binoculare (Koç & Sefi-Yurdakul 2016). L’occlusione viene proposta come metodo antisoppressivo, ma applicata solo per poche ore al giorno al fine di non intaccare le abilità fusionali presenti (Cotter SA, Mohny BG 2014). Secondo le necessità può rivelarsi utile integrare anche le sopradescritte addizioni negative a supporto delle prime fase del training, con la prospettiva, man mano che i risultati rieducativi diventano più apprezzabili, di ridurne nel tempo l’utilizzo. (Scheiman, Wick 2015)

RIFLESSIONI FINALI

Gli studi clinici presi in esame in questo articolo purtroppo non forniscono un quadro univoco di interpretazione dei dati, tuttavia “lanciano il sasso” sulla necessità di studiare in futuro più approfonditamente gli effetti refrattivi a lungo termine del trattamento delle deviazioni oculari pediatriche. Lo studio dell’emmetropizzazione nei soggetti strabici amplifica il valore dei dati in quanto: 1) costituisce uno dei più frequenti motivi di correzione refrattiva in età pediatrica, 2) viene spesso effettuata con poteri diottrici elevati, che inducono variazioni accomodative e binoculari più grossolane ed evidenti. L’interpretazione dei dati disponibili non può comunque prescindere da numerose variabili, non sempre facili da decodificare:

- **Etnia e distribuzione geografica:** come noto ormai in tutta la bibliografia riguardante lo sviluppo della miopia le probabilità sono differenti nelle macro aree geografiche, con una incidenza notevolmente maggiore nelle popolazioni asiatiche rispetto a quelle occidentali. Alcuni studi hanno ulteriormente raffinato il dato ponendo dei distinguo anche tra micro aree a seconda dell’urbanizzazione più densa, oppure rurale. Da queste differenze potrebbero nascere anche protocolli di studio e di trattamento diversificati a seconda del fattore di rischio ambientale presente.
- **Validità statistica:** la maggior parte degli studi basa i propri risultati su campioni medio – piccoli, e senza gruppo di controllo. Le difficoltà nella raccolta dei dati sono evidentemente legate ai numeri disponibili, come detto l’incidenza “lorda” di strabismo si aggira mediamente sul 2% della popolazione generale, questo dato deve poi essere frammentato per tipologie uniformi e suddiviso per fasce d’età coerenti ed omogenee. La difficoltà nel creare gruppi di controllo vengono ben descritte nel lavoro di Lambert e Lynn sull’ET ACC: questi gruppi dovrebbero essere composti da gruppi di bambini con ET ACC non sottoposti al trattamento, condizione ritenuta “non etica”, o in alternativa da bambini non strabici con difetti refrattivi simili, ma non è semplice ottenere un campione omogeneo (Lambert & Lynn 2006).

È possibile trarre delle indicazioni cliniche spendibili nella pratica quotidiana? La bibliografia offre alcuni punti più significativi sui quali concentrare l’analisi in maniera più opportuna:

- **Tipologia della deviazione:** abbiamo visto che nelle ET pediatriche, in particolare di tipo accomodativo, il rischio maggiore sia rappresentato dal non riuscire a ridurre nel tempo la dipendenza dalla correzione ottica. Ciò accade perché il difetto ipermetropico spesso alla base della deviazione tende a mantenersi nel tempo e non è ancora chiarito se questa tendenza risponda solamente a basi genetiche, o venga in qualche modo influenzato dalle scelte terapeutiche adottate. Inoltre raramente in questi studi vengono considerate le potenzialità della combinazione di più approcci, oltre a quello refrattivo. Nei casi in cui interventi di altro tipo: rieducativi oppure chirurgici, consentano di migliorare il controllo fusionale, può essere valutata l’opportunità di ridurre l’impegno correttivo ottico sia in termini di valori diottrici in gioco lasciando una componente accomodativa attiva, sia in



CANALI

1934



termini di costanza nell'uso. Nei casi di XT INT il rischio maggiore pare essere quello invece della progressione miopica. Questo pone problematiche differenti rispetto alla situazione dell'ET ACC, nella quale il problema dell'uso dell'occhiale è "istantaneo", le famiglie lo vivono sul momento. Quello di sviluppo della miopia è invece un rischio che deve essere proiettato nel tempo, del quale i famigliari del bimbo (in particolare quelli non a loro volta miopi) possono quindi essere meno coscienti.

- **Ruolo dell'accomodazione:** un maggior uso dell'accomodazione porta ad una maggiore tendenza allo shift miopico? I dati relativi all'ET ACC non portano a conclusioni certe, in alcuni casi l'uso della piena correzione + ottenuta in cicloplegia ha portato a tendenze di evoluzione refrattiva differenti rispetto a correzioni parziali (Yang et al. 2014), altri studi hanno negato questo legame, mostrando tassi di variazione refrattiva simili tra gruppi che avevano ricevuto correzioni differenti (Birch et al. 2010; Black 2006). I dati sulla XT INT portano verso un elevato rischio di sviluppo della miopia. Una delle prime ipotesi considerate risiede nell'uso probabilmente più intenso dell'accomodazione quale elemento in grado di favorire la fusione, tramite la vergenza accomodativa. L'efficacia in tal senso è tale che il principio viene applicato in un frequentemente approccio di trattamento, quale l'iper-correzione negativa, che induce volutamente un ulteriore carico accomodativo. Qualora quindi l'indice di progressione miopica fosse realmente determinato dall'intenso coinvolgimento accomodativo, l'overminus dovrebbe aumentare il rischio; eventualità che i dati attualmente disponibili paiono contraddire. In un verosimile rapporto rischi / benefici tale correzione ottica rappresenta una valida opzione, notevolmente meno invasiva di un approccio chirurgico, e abbinabile al bisogno con correzioni prismatiche e opzioni rieducative di rinforzo delle vergenze fusionali; pare altresì opportuno richiamare alla necessità di una scrupolosa valutazione preliminare che tenga conto delle attività presenti e future nelle quali il bambino (o il futuro adulto se si vuole) sarà impegnato, della predisposizione familiare (genitori miopi), e di un costante monitoraggio sugli effetti.
- **Ruolo della fusione:** oltre all'accomodazione, che come detto non mostra un coinvolgimento chiaro nell'evoluzione refrattiva, nei casi di strabismo entra in gioco il fattore critico della fusione. È opportuno sottolineare che le forme di strabismo

prese in esame in questo articolo (ET ACC e XT INT) al contrario di altre forme di tropia, permettono con una certa facilità il ripristino della visione binoculare, in maniera oltretutto spontanea seppur non stabile nel caso della XT INT. Ci troviamo quindi di fronte a delle condizioni di VB fortemente critica, ma evidentemente matura e con un meccanismo di fusione attivo; *può la facilità con cui quest'ultimo viene messo in campo avere una influenza anche sull'evoluzione refrattiva?* Alcune considerazioni indirette le possiamo trarre dai dati degli studi che hanno considerato anche l'evoluzione negli occhi ambliopi (Oh et al. 2016; Park et al. 2010), nei quali aumenta la probabilità di trovarsi in una condizione di anisometropia, che potrebbe a sua volta però anche essere causa dell'ambliopia stessa, in un reciproco rapporto di causa / effetto che richiede ulteriori chiarimenti. È opinione di chi scrive, e non solo (vedi Park et al. 2010) tuttavia, che in ambito clinico la ricerca costante delle condizioni più stabili e il miglior bilanciamento binoculare offra ad un sistema visivo ancora in maturazione dei feedback aggiuntivi utili.

- **Tipo di correzione ottica applicata:** un aspetto che rimane ancora da esplorare riguarda il tipo di correzione ottica messo in gioco. Da anni si discute sull'efficacia del controllo della progressione miopica nella popolazione generale ottenuto con profili di aberrazione differenti rispetto a quelli creati dalle lenti oftalmiche. La ricerca in tal senso si è maggiormente concentrata sulle correzioni ottenute mediante l'uso di lenti a contatto, sia come metodi di correzione diretta (lenti multifocali), sia come strumenti che inducono variazioni controllate della diottrica oculare (ortocheratologia). Ad accomunare tutti i soggetti ametropi: ipermetropi o miopi che siano, è la criticità del gioco di bilanciamento tra la diottrica e la lunghezza assiale del bulbo. In tal senso ogni aspetto in grado di influenzare la crescita della lunghezza assiale offre una teorica opportunità di controllo. Interessanti i dati offerti da Mutti et al. 2005 sulla popolazione pediatrica generale e da Park et al. 2010 in una popolazione di bambini esotropici che mostrano una tendenza di evoluzione dell'ipermetropia differente nei soggetti con valori positivi più elevati, che potrebbe essere legata ad una predisposizione genetica, ma anche ad una aberrazione sferica più marcata creata da lenti oftalmiche positive di potere più elevato. Gli studi si esprimono in tal senso in maniera contraddittoria: Hutcheson,

nel suo studio sui soggetti esotropici, propone che quando la situazione binoculare lo consente, la correzione andrebbe gradualmente ridotta, lasciando quella parte di defocus ipermetropico che stimolerebbe l'allungamento assiale (Hutcheson et al. 2003); Mulvihill e coll considerano invece anche la possibilità che la tendenza al mantenimento del difetto refrattivo faccia parte dello stesso "pacchetto" di predisposizione genetica che ha portato allo strabismo e quindi non sia influenzabile dalle modalità di trattamento (Mulvihill et al. 2000). La questione, ben lungi dall'essere chiarita, apre tuttavia una prospettiva interessante circa i metodi di correzione; da tempo infatti negli studi sull'evoluzione miopica si pone l'accento sull'importanza della refrazione extra-assiale quale stimolo all'allungamento del bulbo, una futura miglior comprensione di tali meccanismi renderebbe ipoteticamente applicabili le medesime strategie messe in campo per il controllo della progressione miopica anche nel più generale controllo dell'emmetropizzazione. La fascia di età pediatrica alla quale tale futuribile procedura andrebbe applicata richiede comunque tutte le cautele del caso: sicurezza, efficacia, controllabilità degli effetti diretti e collaterali sono tutti argomenti ad oggi non sufficientemente esplorati.

BIBLIOGRAFIA

- American Academy of Ophthalmology, 2012. Preferred Practice Pattern - Esotropia and Exotropia. American Academy of Ophthalmology.
- American Optometric Association. Optometric Clinical Practice Guideline Care of the Patient with Strabismus: Esotropia and Exotropia. American Optometric Association 2011;1-72. Available at: <http://www.aoa.org/documents/optometrists/CPG-12.pdf>
- Atkinson J, et al. Normal emetropization in infants with expectacle correction for hyperopia. Invest Ophthalmol Vis Sci 2000;41(12):3726-31.
- Birch EE, et al. Longitudinal changes in refractive error of children with infantile esotropia. Eye 2010;24(12):1814-21. Available at: <http://www.nature.com/doi/10.1038/eye.2010.129>
- Black BC. The influence of refractive error management on the natural history and treatment outcome of accommodative esotropia (an American Ophthalmological Society thesis). Transactions of the American Ophthalmological Society 2006;104:303-21. Available at: <http://www.pubmedcentral.nih.gov/articlerender.fcgi?artid=1809913&tool=pmcentrez&rendertype=abstract>
- Chen AM, et al. A Randomized Trial Evaluating Short-term Effectiveness of Overminus Lenses in Children 3 to 6 Years of Age with Intermittent Exotropia. Ophthalmology 2016;123(10):2127-36. Available at: <http://dx.doi.org/10.1016/j.ophtha.2016.06.042>
- Cho YA, Yi S, Kim SW. Clinical evaluation of cessation of hyperopia in 123 children with accommodative esotropia treated with glasses for best corrected vision. Acta Ophthalmologica 2009;87(5):532-37.
- Cotter S, Varma R, et al. Risk Factors Associated with Childhood Strabismus: The Multi- Ethnic Pediatric Eye Disease and Baltimore Pediatric Eye Disease Studies. Ophthalmology 2011;118(11):2251-61.
- Cotter SA, Mohny BG, et al. A Randomized Trial Comparing Part-time Patching with Observation for Children 3–10 Years Old with Intermittent Exotropia. Ophthalmology 2014;121(12):2299-2310.
- Ekdawi NS, Nusz KJ, et al. The Development of Myopia Among Children With Intermittent Exotropia. Am J Ophthalmol 2010;149(3):503-07.
- Friedman DS, Repka MX, et al. Prevalence of Amblyopia and Strabismus in White and African- American Children Aged 6 through 71 Months: The Baltimore Pediatric Eye Disease Study. Ophthalmology 2009;116(11):2128-34.
- Ha SG, et al. Clinical exhibition of increased accommodative loads for binocular fusion in patients with basic intermittent exotropia. BMC Ophthalmology 2016;16(1):77. Available at: <http://bmcophthalmol.biomedcentral.com/articles/10.1186/s12886-016-0260-y>
- Haggerty H, et al. The Newcastle Control Score: a new method of grading the severity of intermittent distance exotropia. The British journal of ophthalmology 2004;88(2):233-35. Available at: <http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/14736781%5Cnhttp://www.pubmedcentral.nih.gov/articlerender.fcgi?artid=PMC1772020>
- Holmes J, et al. New tests of distance stereoacuity and their role in evaluating intermittent exotropia. Ophthalmology 2007;114(6):1215-20.
- Horwood AM, Riddell PM. Evidence that convergence rather than accommodation controls intermittent distance exotropia. Acta Ophthalmologica 2012;90:109-17.
- Hutcheson KA, Elish NJ, Lambert SR. Weaning children with accommodative esotropia out of spectacles: a pilot study. The British journal of ophthalmology 2003;87(1):4-7. Available at: <http://www.pubmedcentral.nih.gov/articlerender.fcgi?artid=1771457&tool=pmcentrez&rendertype=abstract>
- Ingram RM, Gill LE, Lambert TW. Effect of spectacles on changes of spherical hypermetropia in infants who did, and did not, have strabismus. The British journal of ophthalmology 2000;84(3):324-26. Available at:

- <http://www.pubmedcentral.nih.gov/articlerender.fcgi?artid=1723400&tool=pmcentrez&rendertype=abstract>
- Kim MK, et al. Hyperopic refractive errors as a prognostic factor in intermittent exotropia surgery. *Eye* (London, England) 2015;29(12):1555-60. Available at: <http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/26293140>
 - Koç F, Sefi-Yurdakul N. Predictors of stereoacuity outcome in visually mature subjects with exotropia. *Eye* 2016;30(8):1154-54. Available at: <http://www.nature.com/doi/10.1038/eye.2016.151>
 - Kushner BJ. Does overcorrecting minus lens therapy for intermittent exotropia cause myopia? *Archives of ophthalmology* 1999;117(5):638-42. Available at: <http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/10326961>
 - Kvarnström G, Jakobsson P, Lennerstrand G. Visual screening of Swedish children: an ophthalmological evaluation. *Acta ophthalmologica Scandinavica* 2001;79(3):240-44.
 - Lambert SR, Lynn M. Longitudinal changes in the spherical equivalent refractive error of children with accommodative esotropia. *Br J Ophthalmol* 2006;90:357-61.
 - Leske DA, Holmes JM, et al. Evaluation of the Intermittent Exotropia Questionnaire Using Rasch Analysis. *JAMA Ophthalmol* 2015;133(4):461-65.
 - Liang SLH, Fricke TR. Diagnosis and management of accommodative esotropia. *Clinical and Experimental Optometry* 2006;89(5):325-31.
 - Mohney BG, Holmes JM. An Office-based Scale for Assessing Control in Intermittent Exotropia. *Strabismus* 2006;14(3):147-50.
 - Mulvihill A, et al. Outcome in refractive accommodative esotropia. *The British journal of ophthalmology* 2000;84(7):746-49.
 - Mutti DO, et al. Axial growth and changes in lenticular and corneal power during emmetropization in infants. *Investigative Ophthalmology and Visual Science* 2005;46(9):3074-80.
 - Oh SY, et al. Long-term changes in refractive error and clinical evaluation in partially accommodative esotropia after surgery. *PLoS ONE* 2016;11(12):1-11.
 - Park KA, Kim SA, Oh SY. Long-term changes in refractive error in patients with accommodative esotropia. *Ophthalmology* 2010;117(11):2196-2207.e1. Available at: <http://dx.doi.org/10.1016/j.ophtha.2010.02.019>
 - Paula JS, et al. Refractive error changes in children with intermittent exotropia under overminus lens therapy. *Arquivos brasileiros de oftalmologia* 2009;72(6):751-54. Available at: <http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/20098893>
 - Pennie FC, et al. A longitudinal study of the biometric and refractive changes in full-term infants during the first year of life. *Vision Res* 2001;41:2799-10.
 - Rowe FJ, et al. Intervention for intermittent distance exotropia with overcorrecting minus lenses. *Eye* (London, England) 2009;23(2):320-25. Available at: <http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/18064054>.
 - Scheiman M, Wick B. *Clinical Management of Binocular Vision - Heterophoric, Accommodative, and Eye Movement Disorder*, fourth Ed. - Wolters Kluwer / Lippincott Williams & Wilkins, 2015
 - Varma R. Prevalence of Amblyopia and Strabismus in African American and Hispanic Children Ages 6 to 72 Months. *The Multi-ethnic Pediatric Eye Disease Study. Ophthalmology* 2008;115(7):1229-36.
 - Wang J, et al. Longitudinal development of refractive error in children with accommodative esotropia: Onset, amblyopia, and anisometropia. *Investigative Ophthalmology and Visual Science* 2016;57(4):2203-12.
 - Yang HK, et al. Changes in refractive errors related to spectacle correction of hyperopia. *PLoS ONE* 2014;9(11).
 - Yu CBO, et al. Changing patterns of strabismus: a decade of experience in Hong Kong. *Br J Ophthalmol* 2002;86(8):854-56. Available at: <http://www.pubmedcentral.nih.gov/articlerender.fcgi?artid=1771235&tool=pmcentrez&rendertype=abstract>

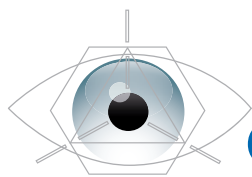
Autore**MASSIMO FIORI**

Optometrista, Ottico Ortottista ed Ass. Oftalmologia
 Diploma di ottico nel 1992, maturità nel 1994 presso
 l'IPISIA di Pieve di Cadore. Diploma Universitario
 di Ortottista Ass. in Oftalmologia nel 1999 presso la
 Facoltà di Medicina dell'Università di Padova.
 Corso triennale di Optometria nel 2002
 presso l'IPISIA di Pieve di Cadore.
 Dal 2002 al 2006 docente di Anatomia e Fisiopatologia
 Oculare presso l'IPISIA di Pieve di Cadore.
 Dal 2006 è docente di Anomalie della Visione Binoculare,
 Ipvisione e Fisiologia Oculare in varie sedi per
 l'Istituto Benigno Zaccagnini di Bologna.
 Relatore in congressi e seminari

Editor e revisore**PAOLO FACCHIN**

Optometrista, docente DDS di "tecniche fisiche per l'optometria I" presso
 UNIPD e docente di "esercitazioni di contattologia"
 presso Istituto Buonarroti di VR

TRUE INNOVATIVE
SOLUTIONS



FRASTEMA
OPHTHALMICS

TRUE INNOVATIVE SOLUTIONS



Milano Eyewear Show
24,25,26 febbraio | 2018

Canon

TAKAGI

Huvitz

ACCUTOME[®]
A HALMA COMPANY

Reichert[™]
TECHNOLOGIES

OPTIKON[™]
Man and Technology

WelchAllyn[®]
Advancing Frontline Care[™]

EasyOpht

MIDO 2018
#LIVETHEWONDER

PAD.3
STAND
B17

**AL TUO SERVIZIO
PER MOSTRARTI
TUTTE LE NOVITÀ.**



TECNITALIA

**STRATEGIE
DI SUCCESSO**

Optica Esposito parete sherwood

**TECNITALIA A MIDO: STRATEGIE DI SUCCESSO,
PRODUZIONE DIRETTA.**

Mido è oramai alle porte. L'incontro più significativo dell'anno nel mondo dell'ottica rappresenta un momento di approfondimento e di riflessione per gli sviluppi futuri dell'ottica. Ecco perché è importante visitare uno stand come quello Tecnitalia (Pad 3, stand P01, S01, S02 S03), l'azienda leader nel campo degli arredamenti e delle strategie per il punto vendita.

Oggi come non mai non si può pensare ad un nuovo arredamento solo in funzione di una estetica personale, o di cassettiere, o di espositori, etc. Bisogna invece pensare in termini di strategia, posizionamento, chiarezza dell'offerta

commerciale, valorizzazione della professionalità e dell'unicità dell'ottico, o meglio dell'azienda ottico. E tutto questo lo trovate a Mido.

Sentiamo l'architetto Viglierchio, contitolare e responsabile progetti Tecnitalia: "Il successo Tecnitalia è fondato sulla costante innovazione che ci ha visto protagonisti da sempre. E proprio questa capacità innovativa ci ha permesso di diventare partner ideale dell'ottico.

La mia progettazione strategica, un design d'avanguardia sempre finalizzato all'aumento della redditività del punto vendita, hanno contribuito al successo dei tanti clienti che ci hanno sempre rinnovato la loro fiducia.

Tecnitalia, è poi un'azienda di produzione, interamente.



Ottica Esposito dettaglio sherwood



Ottica Esposito sherwood



Abbiamo un parco macchinari particolari e di ultima generazione, macchine a controllo numerico, laser, presse, forni lavorazioni alluminio che non hanno eguali nel campo dell'arredo per ottica. Noi non compriamo e rivendiamo, come fanno quasi tutte le aziende di settore. E la differenza è sotto gli occhi di tutti. Ecco perché, ribadisco, una visita a Mido consente di vedere in anteprima le ultime novità e di entrare in contatto con tutto il know how e la progettazione assolutamente gratuita Tecnitalia.

Anche per i clienti che non hanno programmato una visita a Mido, chiamando direttamente il numero dedicato 0773 621126, info@tecnitaliaopty.com www.tecnitaliaopty.com è possibile avere tutti i vantaggi dedicati in questo periodo di fiera e tutte le novità.



EDI ARREDAMENTI

QUANDO L'UNIONE
FA LA FORZA

LA STORIA SIAMO NOI... E TUTTI VOI.

Ci siamo incontrati ai tempi della scuola e ora siamo qui, vita insieme h 24. Lui “arredo e design” io “moda e costume”. Da subito iniziamo a fare progetti sulla nostra vita, ma anche sul nostro futuro professionale...

In mezzo c'è stata la laurea, le fondamentali esperienze di lavoro nello studio di importanti architetti di Milano, io in una famosa seteria comasca. Finalmente arriva il momento di unire le nostre forze e creare un'azienda ed esprimere le nostre potenzialità e l'entusiasmo di lavorare insieme ognuno con un compito preciso ma complementare all'altro. EDI Arredamenti dopo 35 anni si è fatta ben conoscere dal mondo degli ottici. Dagli anni '80 i nostri progetti su misura sono diventati decine di negozi in tutta Italia e oltre. Siamo grati a tutti quei preziosi clienti che affiancandoci hanno reso importante il nostro lavoro e col passare del tempo ci hanno più volte confermato la fiducia e, col passaparola, trasmessa ad amici e colleghi. Abbiamo risposto a tutte le loro richieste di professionisti con passione e competenza aiutandoli a potenziare il loro successo.





Ora con l'entusiasmo di sempre siamo pronti ad affrontare i futuri progetti, tra cui speriamo il tuo, prova a raccontarci "la tua storia di ottico"... per ognuno avremo in serbo nuove idee. Sappiamo che sono le aziende familiari come le nostre la forza dell'economia italiana.

ULTRA LIMITED

NEL SEGNO DELL'EVOLUZIONE.

PUR RIMANENDO FEDELE AL SUO DNA, PROPONE UN NUOVO PROGETTO REALIZZATO CON INEDITI INCOLLAGGI.

Artigianalità, unicità e personalizzazione continuano a scorrere negli occhiali Ultra Limited. Il nuovo concept, che debutterà a Mido, "alleggerisce" i colori dei frontali creando un inedito ed originale contrasto: la parte centrale è proposta in versione monocolore, mentre i lati si "vestono" delle cromie a righe multicolor che hanno reso famoso in tutto il mondo il brand.

Anche le nuove proposte - Laggio, Carpi, Marsala - sono realizzate grazie all'innovativo sistema di lavorazione brevettato che richiede 41 giorni di lavorazione per lo sviluppo di ogni singolo occhiale.

Il primo step è la selezione di 196 colori di acetato di cellulosa, un polimero a base biologica, che permettono di dare vita a ben tre trilioni di combinazioni diverse, con montature che abbinano dagli 8 ai 12 colori.

Da questo momento parte il vero e proprio processo di lavorazione con il taglio delle lastre in acetato di cellulosa, dello spessore di 0.5/1 cm, che vengono poi incollate tra loro utilizzando tre diverse tipologie di colla. Il semilavorato così ottenuto viene lasciato per 12 giorni sotto presse da 300 chili e, in seguito, posto per 14 giorni in appositi forni, a diverse temperature, per evitare la formazione di bolle ed eliminare i punti critici. Le montature, realizzate dalle sapienti mani di artigiani cadorini, sono ora pronte per seguire il metodo produttivo classico.

Leggere variazioni di tono o eventuali lievi difformità sulla superficie decorata costituiscono la garanzia di un prodotto unico e inimitabile, che restituisce tutto il fascino ed il calore dei manufatti artigianali.

Il nuovo progetto, come del resto tutti gli occhiali di Ultra Limited, può oltrepassare il livello di unicità attraverso non solo la personalizzazione dell'asta, dove è possibile incidere il nome o la firma del piccolo portatore, ma anche delle lenti. Ma le novità non finiscono qui perché 450, l'azienda che produce il brand, ha comunicato che stanno realizzando nuovi incollaggi che andranno ad arricchire ulteriormente la collezione.

Mido 2018 Padiglione 2 stand T52.



NAVA

FILE A PARTE

BLACKFIN

LOOKING BEYOND. ALWAYS.

LA COLLEZIONE P/E 2018 TRACCIA, CON EQUILIBRIO CONTEMPORANEO, UN NUOVO SOLCO NELLA PERSONALITÀ DEL BRAND.

Anno due della Fase terza (II – III): è proiettato sempre oltre lo sguardo di Blackfin che per la primavera/estate 2018 presenta una collezione eyewear in cui i concept retro futuristici si fondono in un equilibrio contemporaneo di forme che tracciano un nuovo solco nella personalità del brand.

Le montature da vista anticipano il rinnovato percorso stilistico del marchio che troverà completa espressione nelle proposte da sole per l'estate 2018.

Accanto a nuovi modelli che ricalcano l'identità originale di Blackfin, un'influenza contemporanea, ispirata alle più attuali strutture urbane, emerge nelle due montature Bonita Bay BF830 e Ocean Ridge BF831: le spigolature di una architettura modernista prendono forma nella particolare lavorazione tridimensionale dei cerchi a sezione triangolare enfatizzati da tonalità bicolore. La versione donna Bonita Bay, dalla silhouette morbida e leggermente allungata, è definita da gradazioni delicate e femminili come il bianco oro, il rosa lampone o il rosso borgogna, mentre quella maschile Ocean Ridge, ampia e squadrata, si esprime nei toni caldi del nero, blu, grigio canna di fucile o marrone sempre abbinati a colorazioni in contrasto.

Un perfetto bilanciamento tra passato e futuro si legge nei

due modelli Elliott Key BF833 e Marrowstone BF832, dove una iconica forma retrò, simbolo di uno stile intellettuale e borghese che ha segnato un'epoca, viene ora ridisegnata grazie a una sofisticata lavorazione del titanio: il blocco di materiale fresato a due livelli produce un volume bidimensionale nel frontale che crea un originale effetto in bassorilievo sul ciliare. Il risultato è una coppia di montature che fondono sapientemente un design di ispirazione anni '50 con una tecnica costruttiva d'avanguardia in grado di trasferire all'occhiale una connotazione futuristica: il perfetto mix dell'essenza di Blackfin.

Nella proposta da donna Elliott Key il ciliare e le aste sono sottolineati da colorazioni pastello, come l'Ultra Violet – colore Pantone 2018 – il celeste carta da zucchero, il giallo ocra, il rosa cipria o il rosso rubino tutti abbinati al frontale in argento, grigio scuro o marrone fango.

Nel modello Marrowstone da uomo prevale una gamma di colori new military, dal nero al giallo opaco, dal verde militare al marrone fango, sempre con frontali in argento lucido o opaco e grigio.

Gli occhiali Blackfin sono interamente concepiti, disegnati e prodotti in Italia da Blackfin.

Blackfin / Looking Beyond. Always.



BF832-blackfin-MARROWSTONE-col863



**Vi aspettiamo
a MIDO
Pad 2 Stand D51**

Ottica Bergamini
Saronno (Va)



In collaborazione con
l'architetto Elena Masoero



G&P Arredamenti Srl

Via Newton, 29/1 41015

Nonantola MO - ITALIA

Tel +39 059 548659 - Fax +39 059 546832

info@gparredamenti.it - www.gparredamenti.it



LUXOL

NOS: NEAR OUR SOUL.

L'ELEMENTO PORTANTE DELLA COLLEZIONE DA VISTA NOS È L'ESSENZIALITÀ.



S503-lampone

Il patrimonio di abilità, competenze e conoscenze maturate da LUXOL in quasi cinquant'anni di attività nell'occhialeria è stato condensato in NOS, il neonato brand eyewear presentato ufficialmente dall'azienda di Lozzo di Cadore a Mido 2018.

L'elemento portante della collezione da vista NOS è l'Essenzialità.

La liberazione concettuale del superfluo si traduce concretamente nella ricerca di una pulizia stilistica, l'occhiale spogliato da tutto l'eccesso diventa senza tempo. Da un'altra prospettiva ciò che il nuovo brand esprime si riassume nel desiderio di vicinanza con il consumatore,

senza filtri, senza maschere, paragonabile al rapporto uomo-natura in alta quota; schietto, spogliato di tutto ciò che non è indispensabile, un rapporto tanto intimo con l'ambiente da essere vicino all'anima. Vicino alla nostra anima: Near Our Soul, in un acronimo NOS.

La Collezione NOS si compone di occhiali da vista sia in metallo sia combinati (acetato/metallo).

La maggior parte dei modelli NOS si presta a un utilizzo trasversale tra i generi, prediligendo forme e abbinamenti di colore di gusto unisex.

Tutti i modelli della Collezione NOS sono visionabili al sito web: luxol.it



S506-fumo

Ottitaly

Centri Ottici di Eccellenza

ENTRA A FAR PARTE DELLA FAMIGLIA OTTITALY!

Ti aspettiamo al

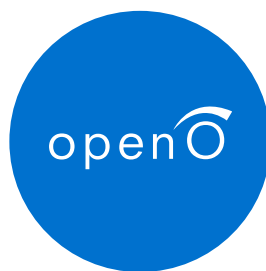
MIDO 2018

24, 25, 26 febbraio

PAD.03 - STAND G27



Per te e i tuoi clienti un mondo di offerte e promozioni.



La famiglia Ottitaly raccoglie **centri ottici italiani altamente qualificati e specializzati** offrendo un'ampia gamma di **vantaggi e servizi**.

Un'attenzione dedicata a preservare le caratteristiche di ciascun centro ottico, il focus sul benessere visivo dei clienti e un forte legame con il territorio sono le nostre peculiarità. Una spiccata propensione al **mondo digitale e social** ci permette di supportare i nostri associati a consolidare la propria reputazione sul web.

Scopri tutti i vantaggi di cui puoi usufruire ed entra a far parte del mondo Ottitaly.

netcity

Via Rimini, 49 - 59100 - Prato (PO)
Tel: +39 0574 21460

Seguici su
www.ottitaly.com



ELEGANZA A PRIMA VISTA.

CANALI EYEWEAR COLLECTION: UNA COMBINAZIONE DI LUSO E COMFORT IN OGNI SINGOLO STILE. L'ACCESSORIO PERFETTO PER L'UOMO MODERNO.

Canali è specialista in capi sartoriali di lusso e testimone di un'eleganza maschile tipicamente italiana. Dal 1934, promuove la tradizione artigianale e il Made in Italy mescolando cultura e storia con eleganza e stile per creare ogni volta veri e propri capolavori. Perfezione estetica da indossare, qualità superiore dei materiali, cura infinita dei dettagli, costante aggiornamento delle silhouette, innovazione e creatività sono gli ingredienti chiave della tradizione del brand. Valori che si ritrovano nell'esclusiva collezione di occhiali da sole e montature da vista, distribuita da L'Amy, che sarà in vendita in tutto il mondo a partire da marzo 2018 in selezionate boutique Canali, online su Canali.com e presso negozi di ottica specializzati. Stefano Canali, General Manager di Canali S.p.A, spiega: "Siamo da sempre alla ricerca di nuovi progetti, che siano in linea con il nostro DNA, il nostro mercato e la nostra passione per la qualità Made in Italy.



Per noi è fondamentale che i partner comprendano e condividano i nostri valori.

In questo senso, L'Amy rappresenta un'eccellenza nella produzione di accessori di lusso e sono certo che con la nuova collezione di occhiali offriremo ai nostri clienti un modo ulteriore di vivere ed indossare lo stile, la qualità e l'eleganza firmata Canali".

Per maggiori informazioni, visita il sito www.lamyitalia.it

NEWLINE 66R

HI-TECH OPHTHALMIC EQUIPMENT

*the
solution
with
style*



TECNOLOGIA
E COMFORT

COMFORT
AND TECHNOLOGY



POLYVISUS®



 **FRASTEMA**
ophthalmic equipments

FRASTEMA srl
Via Bonicalza, 138
21012 Cassano Magnago (VA) Italy
Tel. +39.0331.201009
Fax +39.0331.281285
e-mail: info@frastema.com
<http://www.frastema.com>

CERTIFICATE no. 1213/4

L'AMY

UNA NUOVA IDEA DI STILE.

LA RIVOLUZIONE DI MADE IN ITALIA STA PRENDENDO FORMA TRASFORMANDO IL CONCETTO DEL MADE IN ITALY NEL MONDO.



Per tutti coloro che amano le stravaganze e vogliono sfoggiare un look eccentrico, ma allo stesso tempo essenziale, a rispondere è Made In Italia con una collezione dal forte legame con la tradizione.

Made in Italia è stato creato con una visione diversa: non solo per proteggere le radici della moda italiana, ma per innovarla.

Passato e presente si incontrano e, facendo tesoro dell'amore per il vintage, nascono modelli dal fascino contemporaneo. Le forme? Si spazia da occhiali butterfly a cat eye, pantos e round eye. Dalla sapiente unione tra il tartarugato ed il blu mare del nostro Bel Paese prende forma il modello Favignana.

Passare inosservati? Escluso.

Discover more on www.lamyitalia.it

I nostri occhi
non sono nati
per gli schermi



SYNC

III

Relax per i nostri occhi nel mondo digitale

La nostra visione del mondo è cambiata. Trascorriamo in media 8-10 ore al giorno guardando gli schermi digitali. Ciò può causare affaticamento visivo come occhi irritati, visione offuscata e mal di testa - anche solo dopo due ore.

Le nuove lenti Sync III hanno una zona potenziata per la visione da vicino, che consente ai muscoli oculari di rilassarsi, alleviando l'affaticamento degli occhi e offrendo il massimo comfort visivo nel mondo digitale.

I nostri occhi non sono nati per gli schermi. Le lenti Sync III sì!

CECOP

CASA CECOP

A MIDO.

IL CONCETTO DI CASA? UN'ESPERIENZA COSTRUITA UN MATTRONE DOPO L'ALTRO ASSIEME AI PROPRI ASSOCIATI.

CECOP torna al Mido nel 2018 con il suo concetto di casa: un'esperienza costruita un mattone dopo l'altro assieme ai suoi associati. La CECOP House che vi aspetta in fiera sarà arredata dai progetti presenti e futuri, in modo da riflettere il clima familiare che si respira in tutti gli eventi del gruppo. Si potrà scoprire in anteprima la prossima destinazione dell'ExpoCECOP 2018, che si terrà quest'anno a maggio, e del ViviCECOP, il viaggio che farà volare gli associati in una delle più belle capitali d'Europa ad ottobre.

Mido sarà anche l'occasione per dare risalto alle iniziative speciali per i clienti Selecta, gli associati più attivi del gruppo, e per presentare ufficialmente il nuovo Piano Marketing

2018, uno strumento a disposizione dell'ottico indipendente, che nasce dall'esperienza di questi anni, con un occhio al futuro. L'obiettivo è quello di aiutare gli associati a competere nel mercato, attraverso un'immagine ben definita, un posizionamento chiaro e iniziative coerenti. Inoltre, sabato e domenica pomeriggio alle 16.30 ci sarà la possibilità di sperimentare il nuovo formato di evento **The FAB Cocktail Party**, replicabile anche nell'ottica.

Ciò che più conta in una casa sono le persone che la riempiono, per questo CECOP dà appuntamento agli associati e a tutti gli ottici indipendenti al **Pad. 3 stand N07**. Non ci sarà nemmeno bisogno di bussare alla porta.



GLI OCCHIALI A MISURA DELLE MIE ESIGENZE.

Nuova collezione vista Rodenstock:
capolavori in stile retrò, in titanio,
rifiniti a mano con i più alti standard qualitativi.
See better. Look perfect.

 **RODENSTOCK**

BARBERINI EYEWEAR

GLASS, I SEE.

LA RISCOPERTA DELLE ORIGINI: IL VETRO, IL MATERIALE CHE HA INVENTATO L'OCCHIALE.



Mai come in questo periodo storico stiamo riscoprendo quelli che sono gli oggetti originali, capostipiti di una determinata categoria merceologica e che, dopo essere stati "abbandonati", ora vengono riscoperti, non solo per moda, ma per l'elevata qualità che li contraddistingue e, spesso, per l'innovazione tecnologica a cui sono riusciti ad andare incontro. Un esempio di questo trend lo si trova nel panorama musicale, dove nonostante l'incredibile progresso tecnologico, con l'avvento di piattaforme digitali che hanno quasi smaterializzato la musica, ora vi è un ritorno all'utilizzo dei dischi in vinile, con quel fascino tangibile che li caratterizza e soprattutto con la loro qualità inarrivata.

Lo stesso trend lo sta avendo il vetro. Stiamo infatti assistendo ad una sua vera e propria rinascita, non solo per amarcord o per il tanto decantato vintage, di moda oggi, ma proprio per le sue impareggiabili caratteristiche, unite all'eliminazione dei suoi difetti primordiali, il peso e la fragilità.

Il vetro infatti è un materiale assolutamente straordinario e poliedrico, è tanto antico, quanto moderno, grazie ad avanzate tecnologie ed innovative tecniche con cui può essere lavorato. Materiale nobile e raffinato, non si lascia

scalfire dall'inesorabilità del tempo ed è dotato di un charme che di certo la plastica non possiede.

Tutte queste caratteristiche trovano l'apice nell'occhiale da sole, ed infatti i primi occhiali, gli originali, erano realizzati proprio con lenti in vetro.

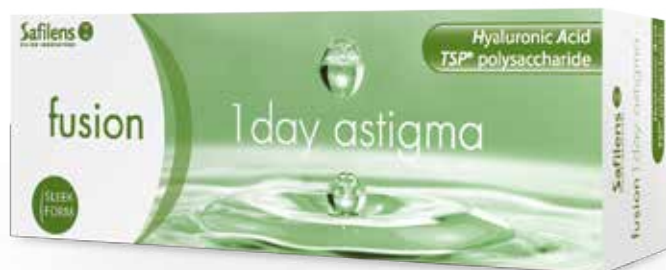
Nel corso degli anni, l'occhiale da sole è diventato un vero e proprio accessorio, lasciandosi sopraffare dall'aspetto modaiole a discapito di quello qualitativo e protettivo. Oggi è tempo di celebrare questo materiale ridandogli il primato che gli spetta, perché il vetro è il materiale in grado di garantire la migliore visione e la migliore protezione per i nostri occhi. Barberini, azienda leader mondiale nella produzione di lenti da sole in vetro ottico, lo sa ed ha deciso di presentare direttamente all'utilizzatore finale il frutto delle ricerche e delle sue più avanzate tecnologie: le lenti in vetro ottico Platinum Glass™.

I limiti di pesantezza e fragilità sono oramai superati ed il Platinum Glass™, assoluto protagonista della collezione Barberini Eyewear, garantisce il massimo della qualità di visione e della protezione, per qualsiasi occasione d'uso, il tutto in una veste seducente e preziosa.

Perché alla domanda del mercato l'unica risposta Barberini è: Glass, I see. Provatela la differenza.

fusion 1 day astigma

La nuova lente a contatto per astigmatismo



Da Safilens
il benessere e i vantaggi della
fusiontechnology™
anche in una lente torica
giornaliera

Una stabilizzazione precisa, rapida e costante
grazie al nuovissimo design SleekForm



www.safilens.com

Safilens 
VISION INNOVATORS

DAI OPTICAL INDUSTRIES

LOOK FORWARD.

MIDO, EDIZIONE 2018: CONTINUA EVOLUZIONE CON NUOVE PROPOSTE E TANTISSIME SOLUZIONI PER MIGLIORARE LA VISTA.

Si rinnova l'appuntamento a Mido per presentare le novità aziendali a cominciare da Safer che allarga la propria famiglia con le neonate della categoria UV&Blue Light Protection: Safer Game e Safer Contrast 589.

SAFER GAME è una speciale lente dedicata a bambini e Under 18, progettata con la particolare geometria MULTIFORM che massimizza la visione periferica e migliora la qualità visiva in tutte le direzioni, anche a distanze ravvicinate e studiata per filtrare la luce blu e schermare al 100% i raggi UV, sia in interno sia in esterno. La lente è potenziata grazie a "Game Over" trattamento indurente, antistatico, idrofobico con antiriflesso blu riposante, che massimizza le prestazioni protettive. Oggi bambini e ragazzi trascorrono oltre 3 ore al giorno davanti a schermi di tablet, cellulari e PC per svago, studio e gioco e questo arco temporale è in continuo incremento. Safer Game è il giusto "scudo" che oltre a garantire protezione nei confronti di luce blu e raggi UV è in grado di filtrare esclusivamente la luce blu nociva, causa della diminuzione di produzione della melatonina con conseguente spostamento del cronotipo dei bambini/ragazzi e dello sfasamento del ciclo sonno/veglia.

La normativa IEC 62471 sulla Sicurezza Fotobiologica inserisce tra i rischi per la salute della radiazione ottica, i danni alla retina conseguenti all'esposizione

di luce blu, tanto più che l'occhio di bambini e adolescenti è maggiormente esposto ai raggi UVB (cit.).

Primo passo verso la prevenzione è l'utilizzo di lenti specifiche come Safer Game da associare a un atteggiamento corretto nell'utilizzo dei devices che ne limiti la frequenza e il tempo d'uso. Una buona alimentazione inoltre concorre all'abbattimento degli effetti da sovraesposizione a luce blu: alimenti antiossidanti e prodotti ricchi di pigmenti retinici sono alleati che aumentano il carico idrico del film lacrimale.

SAFER CONTRAST 589 è dedicata invece agli Over 40 ed è efficace per ridurre drasticamente l'abbagliamento in misura pari o superiore a quella ottenuta con normali occhiali da sole. La lente, infatti, ha una doppia funzione: protegge gli occhi dalla luce blu visibile ad alta energia (HEV) con una protezione tra i 410 e i 420 nm ed effettua un taglio selettivo a

589 nm (luce gialla, la più abbagliante per gli over 40) con un aumento della sensibilità al contrasto in ambienti in grado di generare abbagliamento. Safer Contrast 589 è realizzata con una miscela speciale basata sulla fusione di ioni di neodimio (neodymium ion melting for technology) al materiale organico delle lenti in plastica, col fine di incrementare il contrasto visivo ed eliminare l'effetto abbagliamento durante tutto l'arco della giornata (abbagliamento diurno e notturno). Safer Contrast 589 è completamente trasparente, con una leggerissima e impercettibile nuance color cielo e garantisce elevata estetica, chiarezza visiva, pulizia e comfort. Mido sarà anche una vetrina speciale per DAI Optical Soft Care, nuovissima divisione aziendale specializzata in progettazione, studio e produzione di ausili ottici per vista fragile e ipovisione: saranno presentate infatti alcune soluzioni progettate con tecnologia AIO. Risultato dell'unione del sistema di calcolo e progettazione WFRT ("Wave Front Ray Tracing Technology" - innovativo algoritmo che simula sistema visivo e lente, ottimizza la superficie in ogni punto garantendo massima qualità visiva per ogni direzione), delle lavorazioni EXTREME e della tecnica di costruzione NOVAE (per lenti ultrasottili), AIO trova applicazioni in tutti i dispositivi medici per ipovedenti. **DAI Optical vi aspetta dal 24 al 26 febbraio presso lo stand F11-G12 Pad. 3.**





Istituto di Ricerca
e di Studi in Ottica
e Optometria

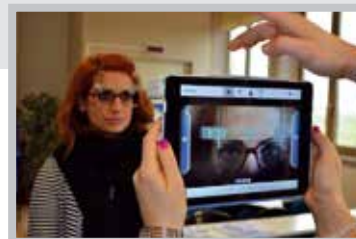
A Vinci nuove opportunità di aggiornamento PRENOTA ORA IL TUO PROSSIMO CORSO

Avere l'attrezzatura tecnologicamente più avanzata non basta: la preparazione e la competenza determinano il tuo successo clinico!

Lenti progressive e comfort visivo

Vinci, 18-19 Marzo 2018

Prevenire, comprendere, risolvere i più comuni problemi di comfort con gli occhiali progressivi. Obiettivo: ottenere il massimo successo con le lenti disponibili sul mercato.



La visione nei processi di apprendimento del bambino. Il ruolo dell'optometria pediatrica alla luce delle Linee Guida della Consensus Conference sui DSA.



La valutazione delle abilità visive del bambino

Vinci, Aprile - Luglio 2018

Quattro incontri per studiare l'esame refrattivo, l'analisi delle abilità accomodative, oculomotorie e binoculari. Ogni partecipante sperimenterà le tecniche presentate, sotto il controllo dei docenti.

Le lenti rigide gas permeabili (RGP) stanno tornando con vigore all'attenzione della clinica contattologica. Se non sei esperto, comincia a guardare più a fondo nel mondo delle lac RGP.

I nuovi fondamenti delle lenti a contatto RGP

Vinci, Aprile - Giugno 2018

Le competenze e le tecniche di base, aggiornate alle nuove conoscenze scientifiche, ai nuovi metodi di indagine e ai risultati della ricerca clinica. In tre incontri a cadenza mensile.



www.irsoo.it

Per informazioni ed iscrizioni:

Segreteria I.R.S.O.O.

P.zza della Libertà, 18 - 50059 Vinci (FI)

Tel. 0571 567923 - Fax 0571 56520 - irsoo@irsoo.it



Visita il nostro sito
dal tuo cellulare

OPTOX

UN COMFORT MAI PROVATO PRIMA!

OPTOPROLENS®: L'ALLEATO EFFICACE PER AUMENTARE IL COMFORT DELLE LENTI A CONTATTO DURANTE IL PORTO.

Portare le lenti a contatto è una scelta per una qualità di vita migliore, più libera, con una performance visiva apprezzabile. Fino a qualche anno fa le lenti a contatto erano una prerogativa degli individui più giovani, che le sceglievano per esigenze sia pratiche che estetiche, per poi abbandonarle in età adulta principalmente a causa di due fastidi:

- insorgenza della presbiopia;
- comparsa di secchezza oculare, con conseguente disagio durante il porto.

Con uno stile di vita sempre più "smart", l'esigenza di una buona visione da vicino è aumentata notevolmente e la richiesta di soluzioni alternative alle lenti oftalmiche multifocali è decisamente in aumento. In seguito all'invenzione delle LAC multifocali, l'insorgenza della presbiopia non costituisce più una limitazione per i portatori, tuttavia, la comparsa di secchezza oculare rappresenta ancora la maggiore causa di drop-out (abbandono) delle lenti a contatto. In questo caso, l'unico rimedio efficace consiste nell'utilizzare soluzioni oftalmiche umettanti, per migliorare il comfort e ridurre i fastidi causati dalla secchezza oculare.

Questa soluzione non va adottata come extrema ratio, quando il disagio è così "insopportabile" da non consentire di indossare le LAC, ma bisogna abituarsi ad utilizzare questi prodotti già dalla prima applicazione, in modo da mantenere la superficie oculare sempre idratata e protetta, e limitare al minimo i danni che la lente a contatto può causare, soprattutto se il porto avviene in condizioni particolarmente sfavorevoli (ambienti secchi, polvere, fumo, smog, uso di pc, smartphone, tablet, ecc.).

Pertanto, il ruolo dell'Ottico-Optometrista risulta fondamentale per far capire ai propri clienti l'importanza di utilizzare un prodotto specifico, che mantenga idratata e protetta non solo la superficie oculare, ma anche la lente a contatto.

IL CASO

A tale proposito, illustriamo il caso che desideriamo portare alla vostra attenzione. Luigia, anni 68, affetta da cataratta cortico-nucleare bilaterale, si sottopone nel mese di maggio ad intervento di femto-facoemulsificazione + impianto di IOL prima in OD, poi in OS. A seguito dell'intervento, decide di scegliere il porto di lenti a contatto morbide multifocali per la correzione del residuo pl e pv, OO 0.00 ADD HIGH, con le quali vede per lontano 10/10 e legge da vicino 2 DW. Il porto delle lenti a contatto avviene quotidianamente, la signora lavora presso uno studio medico (Medicina di Base) e riesce agevolmente ad adempiere alle sue mansioni. Riferisce, tuttavia, secchezza oculare durante il lavoro al computer. Per migliorare il porto, abbiamo consigliato alla paziente l'utilizzo di OPTOprolens® ed abbiamo osservato i risultati in lampada a fessura.

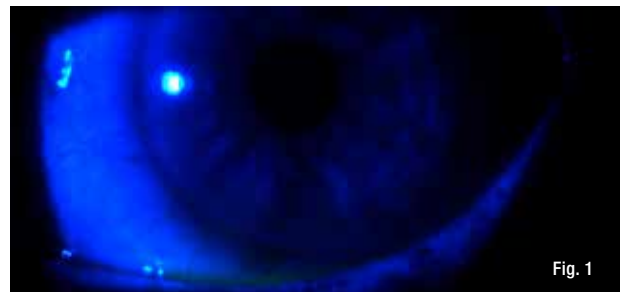


Fig. 1

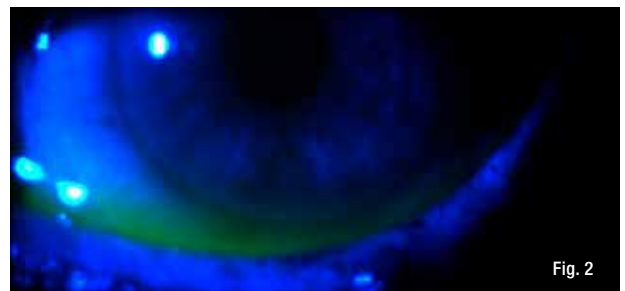


Fig. 2

OPTOprolens® è una soluzione idratante e riequilibrante dello strato mucinico del film lacrimale. Grazie alla sua elevata igroscopicità, migliora l'idratazione delle lenti a contatto morbide, mantenendo un buon bilanciamento idrico durante il porto delle lenti e ritardandone la disidratazione.



Fig. 3 Immagine al biomicroscopio, LAC Morbida Multifocale applicata da 4 ore, instillazione di OPTOprolens, instillazione di verde di lissamina e ripresa fotografica dopo 10 minuti.

L'immagine in lampada a fessura, mostra una omogenea distribuzione di OPTOprolens® sulla superficie della lente a contatto morbida e sulla superficie oculare, in assenza di depositi viscosi. Questa immagine dimostra che OPTOprolens® svolge una elevata azione umettante pur non essendo in alcun modo viscoso e consente quindi un agevole porto delle lenti a contatto, senza bruciore, fenomeni disidratativi o aberrazione visiva.

OPTOprolens® è una soluzione idratante e lubrificante per il trattamento dei disturbi oculari causati da insufficienza lacrimale, da stress ambientale, in particolare nei portatori di lenti a contatto.

Il Lipidure, un polimero innovativo contenuto all'interno della soluzione, ha la capacità di legarsi al materiale delle LAC, siano esse morbide o RGP, per cui l'effetto umettante è garantito per molto tempo.

Fig. 1 Immagine ripresa con LAC Morbida Multifocale applicata, in fluoresceina, notare lo scarso menisco lacrimale.

Fig. 2 Immagine ripresa con LAC Morbida Multifocale applicata, in fluoresceina, dopo 10 minuti da instillazione di OPTOprolens®, notare il notevole incremento del volume del menisco lacrimale e la distribuzione omogenea del liquido sulla superficie della lente e sulla superficie oculare, senza addensamenti in alcuna zona.

Inoltre, OPTOprolens®, contribuisce a ridurre la disidratazione delle lenti a contatto, quindi migliora il comfort anche in caso di porto prolungato o in condizioni particolarmente sfavorevoli (ambienti secchi, vento, uso di videoterminali, ecc.).

IL CONSIGLIO DI OPTOX

Per aumentare il comfort delle lenti a contatto durante il porto, è possibile inumidire o risciacquare le lenti a contatto con OPTOprolens®, prima dell'applicazione.

DR. CLAUDIO SAVARESI

Responsabile U.O.C. Oculistica, Milano

DOTT.SSA CRISTINA GIORDANO

Optometrista, Milano



IRSOO

ATTIVITÀ CLINICA A SUPPORTO DELLA FORMAZIONE.

A VINCI I NOSTRI ALLIEVI POSSONO ESERCITARE ATTIVITÀ CLINICA DI OPTOMETRIA CON LE INDAGINI VISIVE SUL TERRITORIO E CON VISITE OPTOMETRICHE A PAZIENTI REALI.

All'ultimo congresso Sopti, tenutosi a Firenze il 21 e 22 gennaio scorsi, Carlo Falleni ha presentato un primo report sulle indagini optometriche effettuate dagli studenti del terzo anno del corso IRSOO, quello che porta al rilascio di un diploma di optometria, presso le scuole primarie dei comuni di Vinci (FI) e Cerreto Guidi (FI). Gli studenti del terzo anno sono tutti ottici già in possesso dell'abilitazione, accuratamente addestrati per espletare questa attività sotto il controllo dei docenti. Nel suo intervento, Falleni ha presentato i risultati dei primi tre anni di attività nelle scuole, sia relativamente all'indagine refrattiva, indirizzata ad individuare la presenza di fattori di rischio per una ambliopia di tipo refrattivo, sia per quella indirizzata alla misura delle dimensioni oculari e al loro sviluppo durante gli anni della scuola primaria. I risultati ancora parziali di quest'ultima indagine sono stati rapportati alle curve percentili delle lunghezze assiali presentate in un lavoro pubblicato recentemente su *Acta Ophthalmologica*, come si fa per le curve percentili dell'altezza o del peso

corporeo. Questo metodo di controllo potrebbe permettere di individuare quei bambini che sono più a rischio di sviluppare una miopia.

“Se indirizzate all'ambito clinico, le attività extracurricolari possono giocare un ruolo importante nella formazione degli studenti”, dice il direttore Alessandro Fossetti, “che solo in questo modo possono avere un contatto con la realtà clinica che si troveranno ad affrontare nel loro lavoro”. Le attività pratiche, esercitate nelle cliniche optometriche, ma anche in ospedali e studi oculistici, fanno parte del curriculum di qualsiasi corso di optometria europeo, e sono anzi considerate indispensabile premessa per poter avere la certificazione all'esercizio della professione. Nei corsi italiani sono per lo più neglette, anche per motivi organizzativi e di convenienza. “A Vinci cerchiamo di far compiere attività clinica di optometria ai nostri allievi”, continua Fossetti, “oltre che con le indagini sulla vista e sulla refrazione svolte gratuitamente sul territorio, anche con visite optometriche presso i nostri laboratori di ottica e optometria”.



Queste attività entrano a far parte del curriculum dei futuri optometristi e sono la naturale continuazione della pratica optometrica che viene svolta nel secondo e nel terzo anno di corso. Agli studenti dell'IRSOO viene data la possibilità di trarre il massimo profitto dal grande numero di ambulatori ben attrezzati e dall'ampia disponibilità di docenti, che consentono di fare pratica di ambulatorio optometrico a gruppi di poche unità, ognuno seguito da un insegnante.



BLACKFIN

#blackfinewear

BLUDATA

FORMAZIONE GRATUITA E DI QUALITÀ.

SISTEMA TESSERA SANITARIA, GESTIONE DEI LABORATORI
E IL MIO OTTICO: I CORSI GRATUITI DI BLUDATA A MIDO 2018.

Allo stand M27 del Padiglione 3 di Mido 2018, Bludata Informatica organizza una serie di **corsi di formazione** gratuiti di circa 50 minuti per illustrare le nuove funzionalità del gestionale per ottici FOCUS 10.

I corsi di formazione si concentrano sulle funzioni di FOCUS 10 che consentono di raccogliere i dati delle **spese sanitarie detraibili** sostenute dai contribuenti nei centri ottici e trasmetterli al **Sistema Tessera Sanitaria** per il 730 precompilato.

Con il **modulo aggiuntivo Sistema TS**, FOCUS 10 interscambia direttamente i dati con il portale Sistema TS in modo **sincrono** (una spesa alla volta) e **asincrono** (molte spese accumulate nel tempo con un unico invio), memorizza in una Console telematica il numero di protocollo di ogni comunicazione e scarica le ricevute in PDF con gli eventuali errori/warning.

Tra le altre novità, spiccano la nuova **gestione dei Laboratori**, che completa ed ottimizza la “busta lavoro” di FOCUS e l’innovativa pagina **Home**, completamente web based, che visualizza nuovi indicatori sulle performance del centro ottico in base all’area funzionale.

Un altro ciclo di corsi si concentra su **Il Mio Ottico**, l’App completamente integrata con FOCUS che permette agli ottici di offrire servizi innovativi ai consumatori con il loro dispositivo preferito, lo smartphone.

Tramite Il Mio Ottico gli ottici possono trasmettere e ricevere **messaggi** di testo via App o SMS 2.0, accettare **appuntamenti**, avvisare automaticamente i clienti che gli **occhiali sono pronti** o che sono arrivate le lenti a contatto che aspettavano.

I consumatori possono **fare domande** all’ottico via Chat, chiedere o disdire un appuntamento, prenotare velocemente le **lenti a contatto in uso** per ritirarle nel centro ottico (Click&collect), visualizzare il timer per la sostituzione delle LAC, controllare i **punti della fidelity** e la loro **scadenza**.

I clienti che non usano l’App possono essere contattati via **SMS 2.0**, ovvero messaggi che contengono il link ad un mini-sito HTML5, ottimizzato per essere visto dal telefonino.



TutorVISION

by TutorNET

Versione rinnovata con collegamento WiFi
ed un prezzo **INCREDIBILE**

Novità videocentratore TutorVISION 6.1 per il 2018:

Dalla sola foto frontale riconoscimento in automatico del viso e dei riferimenti di
misura con cui TutorVISION calcola i parametri essenziali:
semidistanze e altezze di montaggio
angolo pantoscopico
diametri ottimali delle lenti e misura boxing della lente
decentramento della lente progressiva.

Inoltre TutorVISION rileva:

distanza apice corneale-lente e distanza CRO/lente
angolo di avvolgimento della montatura.

La stampa della centratura è completa di prescrizione e di foto del cliente in scala 1:1

Il totem è collegato al software **tramite WiFi** e rete ethernet: grazie a questo collegamento è **possibile utilizzare il totem da più postazioni** o da computer **tablet**.
E' possibile installarlo nella versione classica a pavimento, sul banco oppure a parete

Tutti i dati rilevati sono trasmessi al tuo gestionale o al tuo sistema di ordine lenti.

NOVITA' ASSOLUTA

TutorVISION 2018 per SMARTPHONE

Scatta le foto con qualsiasi smartphone o tablet

e sfrutta tutta la potenza di TutorVISION 2018 senza avere il totem.

Le foto vengono trasmesse in maniera totalmente automatica al tuo computer.

Da oggi non hai più nessuna scusa per non utilizzare TutorVISION.

Scopri tutte le soluzioni TutorNET sul sito www.tutornet.it

Tutornet Srl - Industrial Park, strada statale 24 - km 16,2
10091 Alpignano (TO)
Infonline: +39.011.0465430 r.a.
www.tutornet.it - commerciale@tutornet.it

Seguici sulla pagina Facebook "TutorNET Srl"

 TutorNET
ENTRA NEL NOSTRO MONDO

OTTITALY

UN'INAUGURAZIONE IMPORTANTE.

HA APERTO A GALLARATE, IN PROVINCIA DI VARESE,
LA PRIMA MAISON ACUITIS.

Acuitis è stata fondata nel 2010 da Daniel e Jonathan Abittan e oggi conta 65 negozi distribuiti tra Francia, Svizzera, Lussemburgo, Inghilterra, Canada e Italia, tutti con l'obiettivo di rinforzare i valori dell'ottica e dell'udito. A fine gennaio è stato inaugurato il primo spazio in Italia, a Gallarate. Persona chiave all'interno dell'organizzazione è Frédéric Beausoleil, noto designer nell'occhialeria internazionale, che immagina e disegna tutte le collezioni di occhiali da vista, da sole e la linea specifica per gli ausili uditivi.

Il format

Il format dei negozi segna senza dubbio una vera e propria rivoluzione architettuale nel settore dell'ottica e dell'udito grazie ad un'esposizione di occhiali sui tavoli che favorisce la scoperta e la scelta del cliente in modo più veloce e consapevole. Una particolare cura è dedicata all'approccio con i clienti poiché tutto il personale è stato formato e motivato affinché ogni visitatore si senta realmente ospite di una casa in cui le sue necessità siano sempre al centro dell'attenzione.

Le collezioni

La maison Acuitis crea occhiali moderni, retrò e di design per adulti e bambini, utilizzando materiali naturali e nobili come bambù, corno, fiore di cotone, legno e titanio; le



lavorazioni artigianali di tutte le linee sono realizzate su misura nell'atelier di Nantes. Le diverse fasce di prezzo soddisfano ogni esigenza economica grazie anche ad un concetto molto apprezzato: la montatura abbinata a due lenti correttive proposta ad un prezzo delicato. Attraverso la collezione Cultissimi Frédéric Beausoleil ha deciso di proporre una riedizione di occhiali iconici con la vocazione di mettere in risalto la personalità e il carattere di chi li sceglie.

Al servizio del benessere visivo

Gli spazi dei centri ottici sono valorizzati da una sala di refrazione dotata dei più moderni strumenti per il controllo della vista e per l'applicazione di lenti a contatto. Una ricca gamma di prodotti e soluzioni nell'ambito della contattologia unita all'esclusivo programma di abbonamento "openO" garantisce al portatore una gestione semplice e moderna delle sue lenti a contatto. Inoltre, la stretta collaborazione con le principali industrie del settore permette di garantire ad ogni cliente lenti oftalmiche e lenti a contatto di qualità.

Uno spazio dedicato al benessere acustico

I punti vendita sono dotati di un osservatorio acustico dedicato per vivere un'esperienza e un percorso alla scoperta dell'udito, completo di strumentazioni di altissima tecnologia. Un audioprotesista professionale propone una gamma completa di soluzioni uditive Acuitis, fabbricate da uno dei leader mondiali del settore, a partire dagli apparecchi acustici sino alla scelta di accessori che permettono di collegarli con tv, telefono, computer, ecc.

L'occhiale uditivo: un'esclusività Acuitis

L'unione tra una montatura scelta nella collezione Acuitis, un apparecchio acustico e due terminali adattabili permettono di creare un esclusivo occhiale uditivo personalizzato.

NOS

NEAR OUR SOUL EYEWEAR

FOLLOW US     WWW.LUXOL.IT

LUXOL • LOZZO DI CADORE (BL) - ITALY • INFO@LUXOL.IT

EVIDENZIAIT

RODENSTOCK

DESIGN E FUNZIONALITÀ.

IL MITICO MODELLO P'8478 CELEBRA I SUOI PRIMI 40 ANNI
A MIDO 2018: SI RINNOVA UNA GRANDE LEGGENDA DEL DESIGN.

Si rinnova una grande leggenda del design: il primo occhiale disegnato da Ferdinand Alexander Porsche nel 1978, il mitico modello P'8478, ritorna nella sua inconfondibile forma originale per celebrare i suoi primi 40 anni a Mido 2018. "Se pensi alla funzione che deve assolvere un oggetto, la sua 'forma' diventa ovvia".

Queste le parole di Ferdinand Alexander Porsche, fondatore del marchio Porsche Design, che nelle sue creazioni si è sempre lasciato ispirare dall'indimenticabile modello 911 dell'auto Porsche, non perdendo mai di vista design e funzionalità.

Considerato rivoluzionario, e che ancora oggi sorprende, è il meccanismo di sostituzione delle lenti di questo modello vera e propria icona di stile, che offre la possibilità di adattarsi alle più diverse esigenze e a ogni condizione di illuminazione, grazie alla possibilità di sostituzione delle lenti data dall'innovativo meccanismo di apertura.

Queste caratteristiche lo rendono riconoscibile in tutto il mondo, facendo sì che venga scelto ed indossato da più di 9 milioni di persone.

L'occhiale P'8478 regala look da tappeto rosso, e per questo è amato dalle fashion victims e da molte celebrità di Hollywood, e non solo. Per il 40° anniversario dell'occhiale P'8478, Porsche Design Eyewear presenta un'edizione limitata "40Y", caratterizzata da una montatura in titanio ultraleggero black matt e nasello oro. Si propone come pezzo per collezionisti, con 4 paia di lenti intercambiabili nelle gradazioni blu, marrone e specchiate verde/argento e mercurio. 911 pezzi limitati disponibili in due calibri. L'edizione, dedicata all'anniversario, si presenta in una confezione speciale: un pratico box da viaggio con rifiniture di alta qualità. La filosofia del brand, che si fonda su nuovi concetti di design, si "respira" in tutta la collezione Porsche Design Eyewear presentata in fiera. Ed è proprio in questa occasione, che il Brand proporrà un altro occhiale ICONIC style: Porsche Design Laser Cut P'8663, che combina in modo singolare innovazione tecnologica e design funzionale. Con una montatura 100% in titanio, il modello rappresentativo ha infatti un'eleganza unica. Grazie all'innovativa lavorazione, le lenti sembrano fluttuare nel titanio che le avvolge, pur rimanendo ben salde alla montatura di materiale volutamente grezzo e non laccato. Queste ed altre novità saranno presentate durante la fiera Mido, importante momento d'incontro e scoperta di innovazione e design. **Vieni a trovarci: PAD 3 / K02 L09.**



Mod. 40Y P'8478

2018 NYC

VISION EXPO

EDUCATION MARCH 15-18 EXHIBIT HALL MARCH 16-18
JAVITS CENTER NEW YORK CITY



EVERYTHING
VISION.
BECAUSE
VISION IS
EVERYTHING.

REGISTER TODAY!

Bring your vision to New York—the city where things change in the blink of an eye—for the event of the year, where eyecare meets eyewear, and education, fashion and innovation mingle.

YOUR VISION. YOUR WORLD—VISION EXPO.

BROUGHT TO YOU BY



PROUD SUPPORTER OF

think
about
youreyes.com

Member of and for the AOA
AMERICAN OPTOMETRIC ASSOCIATION

PRODUCED BY



VISIONEXPONY.COM
#VISIONEXPO

ESSILOR

“GUIDA SENZA PENSIERI”.

VARILUX X SERIES “GUIDA SENZA PENSIERI” UNA CAMPAGNA MEDIA D’IMPATTO CON UNA CALL TO ACTION EDUCATIONAL.

Dal 4 marzo, per otto settimane una pianificazione Tv Premium avrà come protagonista Varilux X Series, la nuova lente progressiva che rivoluziona la visione “nel volume tra le braccia”. Una Campagna di grande impatto e trasversale B2B e B2C con declinazione su tutti i mezzi: TV, digital, Social, WEB&Search oltre ad attività in-store pensate per i Centri Ottici partner Essilor, per il lancio della nuova call to action educational “Guida Senza Pensieri”. Una campagna multicanale a copertura nazionale con una pianificazione strategica su media classici, ma anche più innovativi, che si rivolge a un target alto spendente over 45, sempre più esigenti, selettivi nella visione della TV e molto attivi sui social. La nuova Campagna Media arriva al grande pubblico con una nuova call to action e una nuova promo dedicata ai presbinti moderni. “Guida Senza Pensieri” è infatti la nuova promo attiva dal 1 marzo al 31 maggio che prevede per il consumatore una coppia di lenti specializzate per la guida incluse nel prezzo, a fronte dell’acquisto di una prima coppia di lenti Varilux X Series. Una promo che ha l’ambizione di sensibilizzare il consumatore e che punta a valorizzare l’importanza di avere sempre con sé un secondo equipaggiamento specifico per la guida. Una call to action che pone l’accento sulla sicurezza alla guida, tema di particolare importanza per Essilor e

FIA, protagoniste di una partnership esclusiva di tre anni, siglata nel settembre 2017 e che le vedrà impegnate a promuovere e diffondere l’importanza di una vista corretta alla guida. Tutto ciò sarà raccontato in TV con un nuovo spot di 30” e 20” per una programmazione ad alta frequenza pianificata su canali a target quali ad esempio Sky, La7, Mediaset, RAI, TgCom24, TV8, Discovery, Focus, Realtime, Dmax, Fox, ecc. Un passaggio di oltre 15.000 spot, per una visibilità media di 12 volte e con una copertura del target oltre il 70%. Alla pianificazione televisiva si affiancherà un’intesa Campagna Digital – B2B e B2C - con pianificazione di video pre-roll e formati display per aumentare la notorietà del Brand e raccontare la nuova call to action. Inoltre, attraverso l’innovativa tecnica di retargeting, la campagna andrà a sovraesporre gli utenti che hanno mostrato interesse per Varilux raccontandone in maniera più approfondita i benefici. Non mancherà l’attività Social che prevede il lancio della nuova pagina

Facebook consumer per catturare l’attenzione dei presbinti moderni sempre più social oriented attraverso una forte attività di post e contenuti interessanti. Altri strumenti fondamentali a sostegno del Media Plan Varilux X saranno una Campagna Search attiva tutto l’anno e che vedrà un presidio ancora più efficace delle parole chiave legate a Varilux e che rimanderà allo store locator del sito Varilux.it che si rinnova con un vero e proprio restyling, per una navigazione più smart e immediata e con contenuti rinnovati. Per amplificare il messaggio e rendere riconducibile ai consumatori la call to action “accompagnandoli” in store, Essilor mette a disposizione dei Centri Ottici partner specifico materiale di comunicazione funzionale al raggiungimento di questo obiettivo e contestualmente utile ad animare il business dei Centri Ottici. In esclusiva per i Centri Specialisti Varilux sono previsti servizi davvero unici: “Varilux Premium store” che prevede l’allestimento del centro ottico a cura di allestitori esperti e qualificati; “MyVarilux X” che mette a disposizione 8 campagne di marketing “chiavi in mano” per animare il business a livello locale. Un servizio che prevede la consulenza a 360° da parte di un’agenzia di comunicazione specializzata che seguirà il cliente dalla fase di progettazione iniziale alle fasi di monitoraggio quotidiano e report finale. Tutti i dettagli su myessilor.it





Nuova sede
nel cuore della città.

EXPO OTTICA SUD

5° Salone mediterraneo specializzato per il Settore professionale dell'Ottica e Optometria

L'appuntamento con il Sud Italia e Malta



CATANIA - CENTRO FIERISTICO "LE CIMINIERE" (Piazzale Asia - Viale Africa)

Sabato 10 - Domenica 11 - Lunedì 12 Novembre 2018



10 minuti



10 minuti



5 minuti



Ampio piazzale antistante

Ingresso libero riservato solo agli Operatori del Settore

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

www.expotticasud.it

TUTORNET

UN SUPPORTO COMPLETO.

IN OCCASIONE DI MIDO 2018 TUTORNET PRESENTA
NUOVI STRUMENTI PER LE VOSTRE ATTIVITÀ QUOTIDIANE.

TutorNET offre un insieme di strumenti sempre più completo per ottimizzare il lavoro nel punto vendita ed è utilizzato da ormai 15 anni e da oltre 1000 punti vendita che quotidianamente gestiscono e analizzano dati di ogni genere.

Ogni azione quotidiana passa infatti dall'utilizzo di almeno un computer: ricerca dati, emissione scontrino, gestione Tessera Sanitaria, modulo obbligatorio Tax Free, ricerca prezzi, gestione stock e magazzino.

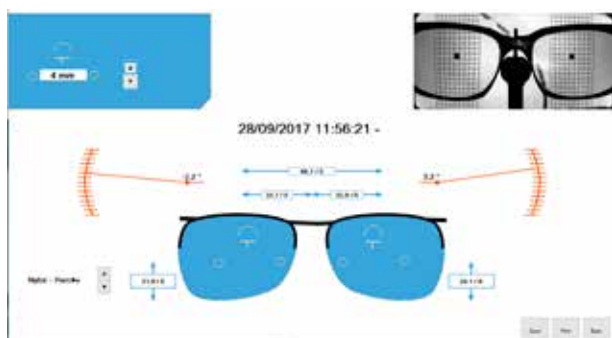
Operazioni che con TutorNET sono facili e intuitive. Dal 2018 inoltre il collegamento tra TutorNET ed Essibox consente la centralizzazione degli strumenti Essilor. Anche inserire delle immagini all'interno del gestionale è banale con QRTutor, la nuova app che trasforma il vostro smartphone in uno scanner portatile. Un altro degli strumenti è il video centratore TutorVISION che nella sua ultima versione per sistemi Windows è

giunto alla sua massima espressione, sfruttando esperienza decennale e tecnologia. La sua totale riprogettazione e la connessione alla rete locale ha consentito di proporlo a un prezzo imbattibile e iperammortizzabile con il piano Industria 4.0. Per una centratura più 'smart' il top è il centratore TutorVISION per iPad o per smartphone presentati a MIDO 2018. In un attimo si rilevano i dati e si trasmette la centratura al gestionale per l'archiviazione e per procedere con le lavorazioni. Per capire invece quale lente sia montata e sapere cosa proporre al vostro cliente TutorNET offre EYESy e Mark. EYESy è il nuovo strumento che mediante telecamera legge le microincisioni laser sulle lenti progressive con una lettura assolutamente precisa della centratura. È inoltre possibile effettuare la verifica dell'occhiale montato prima della consegna evitando potenziali errori.

La certezza dei valori di montaggio dell'occhiale in oggetto è infatti il valore aggiunto. MARK e la sua vasta biblioteca di microincisioni in pochi passaggi identifica l'esatta lente montata e il canale relativo. Un'informazione che rende la consulenza molto più facile e professionale, proponendo la miglior soluzione. L'intellocutore seguendo le spiegazioni coadiuvate dai supporti multimediali EYETutor e TutorLENS, è più consapevole e informato su quanto ha appena acquistato. Da questo momento iniziano i servizi post-vendita che organizzerete sia con i tradizionali canali cartacei, sia con i più attuali e-mail, SMS o piattaforme social.

Il gestionale vi affianca con una serie di servizi automatici, che a breve verranno potenziati da una novità che TutorNET vi presenterà nei prossimi mesi e di cui non potrete fare a meno.

Rimanete sintonizzati con TutorNET...
www.tutornet.it Stand B.11 Pad. 3





DISPONIBILI
ANCHE
MULTIFOCALI

DAILIES TOTAL1®

TI PREMIA SEMPRE!

DA MARZO LA NUOVA PROMOZIONE DEDICATA AI CONSUMATORI DI DAILIES TOTAL1® SFERICA E MULTIFOCALE



PIQUADRO

Parrot
LIFE. ELEVATED

APPLE

DA MARZO 2 MESI DI COMUNICAZIONE SUL WEB:

facebook

YouTube



Google

la Repubblica

CORRIERE DELLA SERA

VANITY FAIR.it

ELLE

È un dispositivo medico CE 0086. Leggere attentamente le avvertenze e le istruzioni d'uso.
Accertare l'assenza di controindicazioni dal medico oculista: MPO6.0118 Il logo Dailies Total1® e il logo Alcon sono marchi registrati di Novartis AG.

Alcon A Novartis
Division



IN COLLABORAZIONE CON **SOPTI SOCIETÀ OPTOMETRICA ITALIANA**
E A CURA DEL SUO COMITATO SCIENTIFICO

Sopti, buona pratica in optometria: focus sulla responsabilità professionale.

Il 21 e 22 gennaio, presso l'Hotel Mediterraneo di Firenze, si è svolto il XIII convegno annuale della Società Optometrica Italiana: *Miopia: la gestione interdisciplinare e procedure di buona pratica in optometria*; due giornate suddivise in 6 sessioni, con 35 relatori e 16 aziende presenti e la partecipazione di 300 convenuti.

Tra le numerose relazioni, Laura Boccardo ha introdotto l'argomento delle raccomandazioni di buona pratica in optometria.

Queste, insieme alle informative, costituiscono un compendio professionale per modalità di gestione più appropriate. L'argomento è stato poi ripreso da Marcella Marciandò, che ha riportato il lavoro di Sopti degli ultimi anni nel redigere le procedure per ogni singola attività di responsabilità optometrica. L'intervento dell'onorevole Federico Gelli, padre della legge sulla responsabilità professionale, ha sottolineato l'importanza della sicurezza delle cure e ha precisato che

essa si realizza anche mediante quelle attività di prevenzione e gestione del rischio, connesso all'erogazione di prestazioni in ambito sanitario. Rosaria Boldrini, del Ministero della Salute, ha quindi aggiornato su attualità e futuro della regolamentazione sui dispositivi medici, occhiali e lenti a contatto.

Come da tradizione, l'evento Sopti proponeva il premio Poster Scientifici, che in questa edizione è stato assegnato al lavoro di Roberta Daini, Alessio Facchin, Cristian Galati e Silvio Maffioletti. È stato un convegno molto partecipato in tutti i sensi, per significatività, attenzione, serietà e anche leggerezza.

Le sessioni optometrica e oftalmologica, insieme a quella sulla responsabilità, hanno definito ruoli, competenze e responsabilità appunto, specifiche per una professione non regolamentata e non sanitaria, per una cogestione efficace della persona, secondo modelli di riferimento condivisi.



Da sinistra: Onorevole Federico Gelli, Laura Livi Presidente Sopti e Mauro Frisani Vice Presidente Sopti.

A cura di Oscar De Bona
Ottico, libero professionista.
Svolge attività di consulenza
per aziende del settore.

LE ASSOCIAZIONI DI OTTICA E OPTOMETRIA RIUNITE PER UN REGISTRO COMUNE

15 dicembre 2017 - Da qualche mese, presso l'Università degli Studi di Milano Bicocca, si è costituito il Tavolo Interassociativo (**TIOptO**) composto dalle seguenti associazioni: Albo degli Ottici Optometristi (AdOO), Associazione Laureati in Ottica e Optometria (ALOeO), Assogruppi Ottica, Federottica e Società Optometrica Italiana (SOptI).

L'obiettivo che si prefigge il tavolo è di risolvere e definire chiaramente la buona pratica professionale, tramite l'istituzione del **Registro in Optometria e Ottica**, comune a tutte le associazioni coinvolte nel progetto e diretto ai rispettivi associati.

Si tratta di una piattaforma aggiornata di raccolta e selezione delle professionalità, allo scopo di definirne le *competenze a tutela degli operatori registrati e delle persone assistite*.

Lo scopo primario del Registro è di **condividere un codice di condotta per tutti i colleghi coinvolti**, oltre ad aver programmato ulteriori attività a sostegno dei registrati, che verranno comunicate in seguito attraverso un'unica e sola voce.

Questo **Registro** non vuole essere una esclusiva dei promotori, ma è **aperto a tutte le associazioni** che ne condividano il programma e gli scopi e che vorranno aggregarsi con pari diritti e doveri.

Potranno accedervi tutti gli operatori del settore optometrico e ottico iscritti ad almeno una delle associazioni del TIOptO. E chi non lo fosse, potrà aderire a una delle associazioni per iscriversi.

L'iscrizione al Registro **non prevede costi**, perché rientra nei servizi offerti dalle Associazioni che partecipano al Tavolo.

Il **Registro sarà pubblico e aperto** e risponderà ai **requisiti di Qualità**, necessari per le attività di rilevanza sociale che svolgono i soggetti coinvolti.

Coloro che saranno **registrati**, vedranno definita ed identificata la propria professionalità secondo **modelli di riferimento** e potranno disporre di **strumenti operativi comuni e condivisi**. Questo primo passo ha l'obiettivo di definire le professionalità degli operatori del settore in previsione di una futura regolamentazione.

Il **primo incontro pubblico** per dettagliare ulteriormente le attività del Tavolo Interassociativo è programmato a Milano, durante il prossimo **MIDO**.

L'invito ad iscrivervi e registrarvi è rivolto a voi colleghi. Lo potrete fare presso le segreterie di ALOeO, AdOO, Federottica, SOptI; tutte saranno disponibili per ulteriori dettagli.

*Pulisce
perfettamente
le lenti
trattate
antiriflesso*

Con Sicanett antiriflesso è già futuro!


PRODOTTI CHIMICI PER L'OTTICA
 VIA ARGINE SINISTRO, 30/A
 ITALY - 17051 ANDORA (SV)
 TEL. 0182 86165 Fax 0182 684499
www.sicanett.com - info@sicanett.com

#02 | 2018 advertisers

PLATFORM

optic

Alcon Italia S.p.A.

20143 Milano MI
 Viale Giulio Richard 1/b
 Tel. 02.818031

Barberini S.p.A.

64029 Silvi TE
 Via Statale Sud 92
 Tel. 085.936731

BBC Technologies

40033 Casalecchio di Reno BO
 Via Domenico Cimarosa 101
 Tel. 051.0826005

Bludata Informatica S.r.l.

31030 Breda di Piave TV
 Via delle Industrie 10
 Tel. 0422.445442

BLUNAVA S.r.l.

30037 Scorzé Loc. Gardigiano VE
 Via Campocroce 14
 Tel. 041 8877833

Cecop Italia

Centrale Acquisti Ottici
italia@cecop.es
 Tel. 0331.462339

Consorzio Optocoop Italia

S.c.ar.l.
 25064 Gussago BS
 Via C. Golgi 31
 Tel. 030.3732856

C.S.O. S.r.l.

50018 Scandicci FI
 Via degli Stagnacci 12/E
 Tel. 055.722191

DAI Optical Industries S.r.l.

70056 Molfetta BA
 Via dei Calzaturieri 9 z.i.
 Tel. 080.3974278

Essilor Italia S.p.A.

20141 Milano MI
 Via Noto 10
 Tel. 02.535791

Expo Ottica Sud

CT Etna Fiere
 Tel. 320.0437522
marketing@expootticasud.it
www.expootticasud.it

Frastema S.r.l.

21052 Cassano M. VA
 Via Bonicalza 138
 Tel. 0331.201009

Frastema Ophthalmics S.r.l.

21052 Cassano M. VA
 Viale dell'Industria 42
 Tel. 0331.342008

G&P Arredamenti S.r.l.

41015 Nonantola MO
 Via Newton 29/1
 Tel. 059.548659

Hoya Lens Italia S.p.A.

20024 Garbagnate Milanese MI
 Via Bernardino Zenale 27
 Tel. 02.990711

I.R.S.O.O.

50059 Vinci FI
 Piazza della Libertà 18
 Tel. 0571.567923

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

80128 Napoli NA
 Vico Acitillo 106
 Tel. 081.5605288

L'Amy Groupe

39 401 Morez - France
 216 Rue de la République
 Tel. +33.(0)3.84337700

Look Occhiali S.r.l.

32013 Longarone BL
 Zona Industriale Villanova 19
 Tel. 0437.573060

L.T.I. S.r.l.

Div. Briot Weco VisionX
 20138 Milano MI
 Via Zante 14
 Tel. 02.55413271

Luxol S.r.l.

32040 Località S. Anna BL
 SS 51 bis
 Tel. 0435 76123

Maui Jim Italy S.r.l. - Zeal

37057 San Giovanni Lupatoto VR
 Via Giuseppe Garibaldi 3
 Tel. 045.8778279

Mido

20145 Milano
 Via A. Riva Villasanta 3
 Tel. 02.32673673

Necity S.r.l.

59100 Prato PO
 Via Rimini 49
 Tel. 0574.21460

Optox

Assistenza Clienti
assistenzaclienti@optox.it
 Tel. 02.36635882

Pramoar S.r.l.

32027 Taibon Agordino BL
 Via Nogarola, 17
 Tel. 0437.660523

Rodenstock Italia S.p.A.

20154 Milano
 Busto Arsizio VA
 Via Monviso 41
 Tel. 02.31041

Safilens S.r.l.

34079 Staranzano GO
 Via Grazia Deledda 5
 Tel. 0481.712399

Sica S.n.c.

17051 Andora SV
 Via Argine Sinistro 34
 Tel. 0182.86165

**SOPTI - Società
 Optometrica Italiana**

40026 Imola BO
 Via Emilia, 27
 Tel. 0542.012544

Tecnitalia S.r.l.

04100 Latina LT
 Strada Sandolara 201
 Tel. 0773.621126

Tutornet

10091 Alpignano TO
 Industrial Park, SS 24 Km 16,2
 Tel. 011.0465430

Vita Research S.r.l.

00040 Ariccia RM
 Via Variante di Cancelliera 4
 Tel. 06.934980

antares

Topografia Corneale | screening occhio-secco
eye-dry screening | Corneal Topography

2018
MIDO
milano

24, 25, 26 FEBBRAIO 2017

Il più grande evento internazionale
dedicato all'eyewear!

PAD3-booth B36

#LIVETHEWONDER



LENTI A CONTATTO CONFORTEVOLI FINO A FINE GIORNATA¹

Le lenti a contatto AIR OPTIX® plus HydraGlyde® possono essere indossate comodamente per tutto il giorno.¹

PIÙ DI
8^{SU} 10 Offici sono d'accordo che le lenti a contatto AIR OPTIX® plus HydraGlyde® offrono un comfort duraturo fino a fine giornata¹

4^{SU} 5 Portatori di lenti a contatto riportano che le lenti AIR OPTIX® plus HydraGlyde® danno una sensazione di comfort rispetto alle loro precedenti lenti a contatto¹

Riferimenti: 1. Merchea M, Mathew J, Mack C. Assessing Satisfaction with Lotrafilcon B Packaged with an EOBO Wetting Agent Combined with EOBO-Based Lens Care Solutions. AAO poster abstract. Chicago, Ottobre 2017. 2. Lemp J, Guillon M, Wang C-H, Patel K, Gupta R, Patel A. Fitting Success of Lotrafilcon B Lenses With Different Packaging Solutions. BCLA poster abstract, Giugno 2017. 3. Lemp J, Kern J. On-eye performance of lotrafilcon B lenses packaged with a substantive wetting agent. Poster presented at Optometry's Meeting, the Annual Meeting of the American Optometric Association; Giugno 21-25, 2017; Washington, D.C.

Sono dispositivi medici CE0086. Leggere attentamente le avvertenze e le istruzioni d'uso.
AIR OPTIX®, AIR OPTIX® plus HydraGlyde® e il logo Alcon® sono marchi registrati di Novartis AG.
© 2017 Novartis AG MP535.11.17



Comfort per tutto il giorno, tutti i giorni³

Soddisfa i tuoi portatori
applicando le lenti
a contatto AIR OPTIX®
plus HydraGlyde®

Alcon A Novartis
Division