

PLATFORM

optic

III • 1 • 2017

Aqua Rio
Allure Eteera
Melania nel Paese delle Meraviglie
Heritage dal Sapore Contemporaneo
Il Mondo di Donnavventura
Si riparte da Pitti Uomo
Self Control

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



PubliComm

www.platform-optic.it

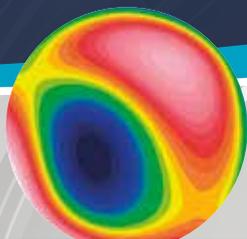
VISIONIX VX130

VISIONIX
The Vision of the Future

Il futuro è già il presente!

Wavefront/Scheimpflug

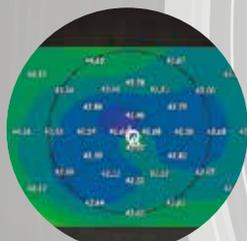
Approfondita analisi computerizzata del segmento anteriore



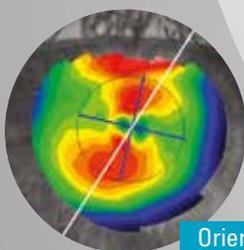
Aberrometria Oculare Corneale



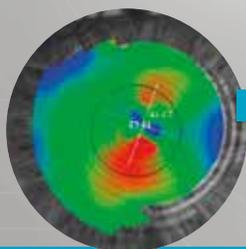
Misurazione Camera Anteriore



Mappe Corneali Posteriori



Orientamento IOL Toriche



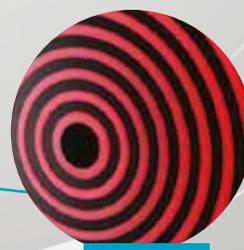
Topografia Corneale



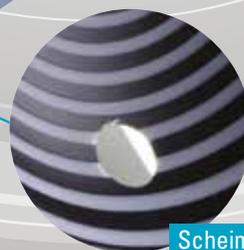
Retroilluminazione



Tonometro



Topografo



Scheimpflug camera

Ci troverete a MIDO 2017
Pad. 03 Stand K34-K36-K27-L36

Richiedeteci il Nuovo Maxi
Catalogo Generale

Per informazioni

Briot Weco Italia s.r.l./Divisione Visionix
tel. 0255413271/fax 0255413243

web: www.wecoitalia.it-www.briotitalia.it
e-mail : commerciale@briotweco.it



Briot Attitude

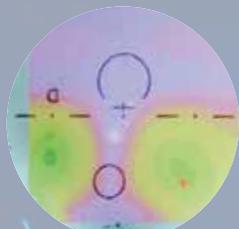
briot

The Vision of Innovation

L'UNICO SISTEMA DI MOLATURA CON WAVEFRONT E SMART DESIGN



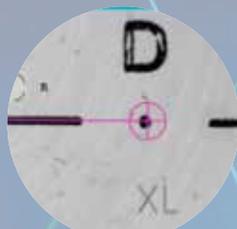
Visualizza l'invisibile



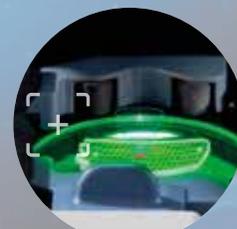
Mappatura della lente



Tecnologia smart design 2.0



Microincisioni



Tracciatura ottica con GraviTech®



Personalizza la tua montatura sportiva



Tracciatore dedicato alle alte curvature



Fotocopia la tua forma



Il vero step bevel

Siamo presenti a MIDO 2017
Pad. 03 - Stand K34-K36-K27-L36

Richiedeteci il Nuovo Maxi
Catalogo Generale

Per informazioni

Briot Weco Italia s.r.l. / Divisione BW

tel. 0255413251/fax 0255413243

web: www.briotitalia.it

e-mail commerciale@briotweco.it



WECO C.4

IL CENTRATORE / TRACCIATORE CON GRAVITECH®

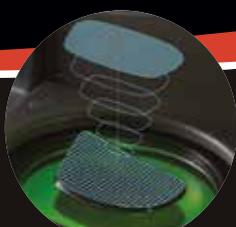
La vera precisione nelle vostre mani

WECO

The Vision of Progress



Tracciatura ottica della montatura



GraviTech®



Modifica e correzione forme



Elevata risoluzione



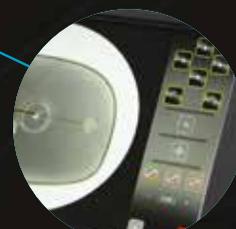
Sistema di bloccaggio rapido e sicuro



Forme Sd



Perfetta fedeltà di forma



Massima precisione

Venite a trovarci a MIDO 2017
Pad. 03 - Stand K34-K36-K27-L36

Richiedeteci il Nuovo Maxi
Catalogo Generale

Per informazioni

Briot Weco Italia s.r.l. / Divisione BW
tel. 0255413251/fax 0255413243
web: www.wecoitalia.it
e-mail: commerciale@briotweco.it



briot

The Vision of Innovation

VISIONIX

The Vision of the Future

WECO

The Vision of Progress

EyeRefract

La sintesi di tre esperienze immense...
da sempre al servizio dell'Ottico-Optometrista

briot
1934



1978 - BRIOT 2000S

Il primo sistema di molatura con tracciatura della forma digitale

VISIONIX
1994



2005 - VISIONIX L 80

Il primo ARK-Topografo
Aberrometro, Autofocus

2016 VISIONIX EyeRefract

L'unica unità refrattiva binoculare a fronte d'onda (WF) con soggettivo in modalità expert o automatica



WECO
1914



1999 - WECO 450 Drill-Verifier

Il primo sistema di molatura con foratura Glasant integrata e centratura automatica

mido.com

LIFECIRCUS.IT



Milano Eyewear Show
25, 26, 27 febbraio | 2017

MIDO
LIVE THE WONDER

Si riparte da Pitti Uomo

PAOLA FERRARIO
p.ferrario@publicomm.it

L'inizio dell'anno è caratterizzato per il nostro settore da una serie di appuntamenti che rappresentano la cartina tornasole per l'intero comparto.

Si parte con **Eye Pop**, la sezione dedicata all'occhiale d'avanguardia organizzata da Pitti Uomo in collaborazione con Mido ospitata dal salone fiorentino.

Un'occasione per confrontarsi con un settore pretenzioso (la moda, ovviamente) che non perdona errori che però può aprire un canale importante e alternativo per il sole: i fashion store.

A fine mese, per l'esattezza dal 28 al 30, Monaco accoglie la **community dell'eyewear a Opti**.

La fiera, che brilla per un lay-out ordinato, sta lanciando segnali positivi che preannunciano una crescita: sono sempre più le aziende che presentano nella capitale della Baviera in preview parte delle loro nuove collezioni, che poi lanceranno a Mido.

Perché scegliere di mostrare in anteprima uno o più modelli a Monaco? Semplice, per **testare il mercato non solo a livello di acquisti ma anche per captare cosa chiede**. Anche se il lasso temporale tra la fiera tedesca e quella milanese quest'anno si è ridotto e i giochi a livello di creatività sono già stati fatti, è opportuno che un'azienda si confronti con i suoi sempre più pretenziosi interlocutori. Sì, perché se il consumatore, come ho più volte ribadito, grazie all'infinità di informazioni che gli arrivano per lo più dal web, è più attento alla qualità, al design e, quindi, seleziona ciò che acquista, anche l'ottico

non è da meno. Il mix crisi economica e informazioni sempre a portata di un click hanno infatti coinvolto e rivoluzionato la filiera a 360°.

Superato anche l'assioma brand sinonimo di qualità, ormai tutti i produttori indistintamente non possono prescindere dall'offerta di un prodotto valido e non confrontarsi con l'evoluzione in atto.

Però, se da un lato **si alza la "lancetta" della qualità**, dall'altro si inseriscono elementi difficili da prevedere, in grado di influire sugli acquisti. Vi faccio un esempio, ci sono marchi che devono la loro notorietà ad alcuni blogger che li scelgono in base al loro gusto personale e creano un **tam tam mediatico impressionante**.

Ovviamente, i blogger più famosi meriterebbero un discorso a sé visto che non è prassi che indossino accessori o capi gratis e le aziende non possono basare le loro strategie marketing su questo tipo di eventualità, ma sono un'ipotesi da prendere in considerazione. Vorrei chiarire che non voglio fare un'elogio al modus operandi dei blogger ma sono un elemento esistente e pulsante.

Quindi, quali saranno gli elementi che permetteranno alle aziende di tenere saldo il timone per il 2017?

Sicuramente la qualità del prodotto abbinata al design, alla tecnologia e ad una strategia marketing integrata.

I centri ottici di conseguenza dovranno saper scegliere e tenersi sempre aggiornati per essere pronti a

un consumer che non ammette errore.

sommario

PLATFORM OPTIC
ANNO III
NUMERO 1
2017



Si riparte da Pitti Uomo **EDITORIAL**

3

Il mondo di Donnavventura **COVERBLOG**

6

Heritage dal sapore contemporaneo **FASHION**

10

Aqua Rio **RETAIL**

18

Self control **MARKETING**

24

Allure eterea **ID DESIGN**

26

Melania nel Paese delle Meraviglie **ART**

28

BEST REPORT

32

INTERIODESIGN

36

REVIEW

38

PROFESSIONAL

62

OPTOSOFTI

78





Model
SAVERIA
Glasses
DONNAVENTURA BY OXO

PLATFORM

optic

PLATFORM OPTIC

Mensile_numero 1_anno III_2017

EDITORE | PUBLICOMM

Sede Legale

20154 Milano - Via Quadrio, 20 Int. 40
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
Daniela Garbillo
d.garbillo@publicomm.it

WEB E SOCIAL MEDIA

Lara Castagnino
l.castagnino@publicomm.it
Annalisa Guerisoli
a.guerisoli@publicomm.it

ADVERTISING MANAGER

Simona Finessi
s.finessi@publicomm.it
Domenico Tassone
d.tassone@publicomm.it
Barbara Hartwig
b.hartwig_ext@publicomm.it

GRAFICA E IMPAGINAZIONE

Sara Pizzorno
s.pizzorno@publicomm.it
Paolo Veirana
p.veirana@publicomm.it

PROGETTO GRAFICO

Angelo Dadda, Sara Pizzorno, Paolo Veirana

BRAND E IMMAGINE COORDINATA PLATFORM

Looping
info@looping-italy.com

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

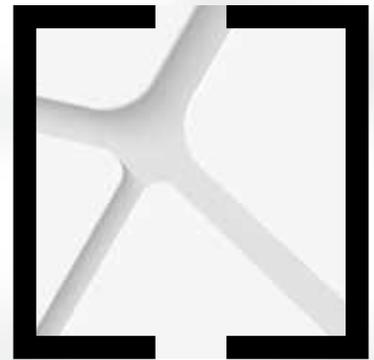
STAMPA

Grafiche Ambert Via per Chivasso, 27
10038 Verolengo TO
alessandro@graficheambert.com

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 Milano, Via Quadrio 20. 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.



La grande fiera dell'ottica è tornata: **avvincente, originale, sensazionale!** E, per una volta sola, la **opti 2017** inizierà di sabato: partecipate alla **opti**, il principale evento dell'industria, con tutta la sua varietà di tendenze e tecnologie, innovazioni e idee, informazioni e spunti!

opti THE INTERNATIONAL TRADE SHOW FOR OPTICS & DESIGN

SABATO – LUNEDÌ
28. – 30.01.2017

FAIRGROUND MESSE MÜNCHEN
www.opti.de



di Paola Ferrario

Giornalista appassionata di viaggi, lettura e nuoto.



II MONDO di *Donnavventura*

Le neo-reporter alle prese con un vero e proprio giro del mondo,
tra terre estreme a metropoli di charme.





On air sulle reti Mediaset da ben 27 anni, il programma Donnavventura ha messo **alla prova più di 200 ragazze** che hanno viaggiato attraverso tutti i continenti. Quest'anno la spedizione, che ha visto protagoniste cinque neo reporter, ha avuto un formula un po' diversa realizzando **un vero e proprio giro del mondo**, che ha toccato non solo terre più estreme e inospitali ma anche metropoli di charme.

Le neo reporter hanno avuto in questa edizione **un partner d'eccezione: la collezione di occhiali Oxo** realizzata ad hoc per il programma.



IL MONDO di
Donnavventura



HERITAGE DAL SAPORE CONTEMPORANEO



di Paola Ferrario

Giornalista appassionata di viaggi, lettura e nuoto.

Un trittico domina l'eyewear: il ritorno dei clip-on, i paraocchi laterali e la valorizzazione dei cerchi.

Un flusso continuo di rimandi al passato pervade ancora una volta l'occhiale. Tra gli ultimi "ripescaggi" ci sono i paraocchi laterali, tanto amati sulle piste da sci del passato. Un altro elemento vintage sono i clip-on che riescono a proiettarsi nel contemporaneo e a liberarsi di quella allure agée che fino a poco tempo li faceva risultare obsoleti nell'immaginario contemporaneo. E poi ci sono loro, i cerchi, che attraverso una serie di rifiniture e accorgimenti particolari dominano la scena.

Attraverso gli elementi del suo heritage l'occhiale riesce a scrivere nuovamente la sua storia ed evocare la sua essenza.

GIORGIO ARMANI

Re Giorgio cede al fascino dei paraocchi e declina un modello tutto al maschile che è stato protagonista delle sfilate A/I 2016/17.



DRAGON EYEWEAR

Split boarding, arrampicata, sci fuoripista, alpinismo: il modello Mountaineerx di Dragon nasce per chi ama spingersi oltre ogni limite.

INVU

Arriva dalla Svizzera il modello Pantos T1701 con ponte a chiave e doppia montatura in metallo.



JIMMY CHOO

Locchiale Montie interpreta in maniera inedita il tessuto crystal, che viene inserito tra diversi strati di acetato trasparente.

KOMONO

La collezione Core PE17 si ispira al paesaggio di Marrakech assorbendone i colori, i tessuti, l'architettura, i paesaggi e la cultura della "città rossa".





JF REY

Il frontale è dominato da un sapiente contrasto di forme e di colori.



Greener

Vivi green, vedi greener!

G

82% MATERIALE BIO

r

RIDUCE LE EMISSIONI
DI CO₂

e

PRESERVA I
COMBUSTIBILI FOSSILI

e

DESIGN SOTTILE E
CURATO

n

VISIONE CHIARA

e

PROTEGGE DAI RAGGI UV

r

LEGGERA MA RESISTENTE
AGLI IMPATTI

GREENER: la lente bio che rispetta l'ambiente!
Ecologica, Resistente, Funzionale

Greener è la **lente ecologica** DAI OPTICAL INDUSTRIES che rispetta l'ambiente grazie all'impiego di materie prime di origine vegetale ed al processo produttivo a bassa emissione di CO₂





LOZZA

Il clip-on dalle lenti scure crea un piacevole contrasto con la montatura trasparente.

MOSCOT

Il brand abbina al modello in metallo e acetato tartarugato Zev T un clip-on.



JEREMY TARIAN + HEAD GENÈVE

Il modello Eva, proposto in edizione limitata (solo 100 pezzi), nasce dalla collaborazione tra il brand e l'Università di Arte e Design di Ginevra.

RES REI

Massimo è il risultato di un inedito processo di realizzazione: è il primo occhiale con paraluce forati realizzato per asportazione da un unico pezzo di acetato spesso ben 2 cm.



Il Mio Ottico non è solo un'App, è una **soluzione perfettamente integrata con FOCUS 10** per gestire le relazioni con i tuoi clienti via smartphone.

Il Mio Ottico include:

- **App** per iOS (iPhone) e Android per i clienti;
- **App** per iOS (iPhone) e Android per l'ottico;
- **Console online** per gestire i servizi e le comunicazioni con i consumatori via App ed SMS 2.0;
- **Servizi di integrazione** con FOCUS 10.

Alcune funzioni:



Prenota

I tuoi clienti possono richiedere un **appuntamento** e tu puoi confermarlo direttamente da FOCUS, dalla Console o dalla tua App. I clienti visualizzano i **promemoria** degli appuntamenti e possono **annullarli** via App.



Chat

Invia e ricevi messaggi di testo dall'App e dalla Console online.



LAC

I clienti possono **prenotare le lenti a contatto** in base ai dati delle forniture già inserite in FOCUS, per poi ritirarle nel centro ottico (click & collect).



Ottico

I clienti trovano i dati del centro ottico, gli orari di apertura e le istruzioni per raggiungerlo.



Timer

I tuoi clienti tengono sotto controllo il ricambio delle lenti a contatto con il **Timer-calendario**.

1

Notifiche

I clienti ricevono notifiche quando gli occhiali ordinati sono pronti o quando le LAC vengono caricate in magazzino.



Occhiali

I clienti visualizzano gli ultimi occhiali acquistati.

Loyalty card, Messaggi promozionali, Cruscotto con analisi dei dati: contattaci oggi stesso per scoprire tutte le potenzialità del progetto **Il Mio Ottico**, *il presente e futuro prossimo delle relazioni con i tuoi clienti!*

MIDO
PADIGLIONE 3
STAND M27

Bludata Informatica S.r.l. - Via delle Industrie, 10 - 31030 Breda di Piave (TV)
Tel. 0422.445442 Customer care: 0422.398419 - www.bludata.com - info@bludata.com

 Segui su Facebook per scoprire tutte le nostre novità: www.facebook.com/Bludatainformatica



SIENS EYECODE

Look visionario e concettuale dal forte impatto e con un peculiare DNA. L'ispirazione arriva da modelli di architettura contemporanea con un mix di geometrie e volumi spezzati.

X-IDE

Questo modello appartiene alla gamma Diamond di X-Ide e si rivolge ad un pubblico femminile più adulto e maturo ma sempre dall'identità stilistica ben definita.



TOMMY HILFIGER

L'occhiale TH 1471/C è versatile e la particolare forma pantos conferisce un'allure vintage.



VUARNET

Il modello Glacier è stato scelto nell'ultimo film di James Bond - "Spectre" - dal più famoso agente segreto della storia.





DALL'INVENTORE DELLE LENTI PROGRESSIVE

VARILUX® series

**VISIONE
SEMPRE NITIDA**

LONTANO



INTERMEDIO



VICINO



DAL 1° MARZO AL 31 DICEMBRE 2017

**RADDOPPI
LE TUE
LENTI**

AD UN PREZZO DAVVERO SPECIALE
SCEGLI IL TUO 2° PAIO DI LENTI



SOLE



SPORT



UFFICIO



GUIDA

SCOPRI DI PIÙ PRESSO IL CENTRO SPECIALISTA VARILUX - LO TROVI SU VARILUX.IT

AQUA RIO



di Giulia Gerosa

Architetto e dottore di ricerca in disegno industriale e comunicazione multimediale.

A RIO DE JANEIRO LO STORE DEL NUOVO ACQUARIO, INAUGURATO IN OCCASIONE DEI GIOCHI OLIMPICI, RICHIAMA NELLE FORME E NEI MATERIALI IL MONDO MARINO, OFFRENDO AL VISITATORE UN'ESPERIENZA IMMERSIVA E TOTALIZZANTE.

IL 9 DI NOVEMBRE È STATO INAUGURATO A RIO DE JANEIRO IL PIÙ GRANDE ACQUARIO DEL SUD AMERICA, CHE SI SVILUPPA LUNGO 22 MILA METRI QUADRATI IN UNO DEI QUARTIERI DELLA CITTÀ RECENTEMENTE RIQUALIFICATI IN OCCASIONE DEI GIOCHI OLIMPICI.

Realizzato negli spazi di un ex edificio di stoccaggio a freddo, l'acquario si sviluppa su cinque piani, contenendo 4,5 milioni di litri di acqua salata, l'equivalente di due piscine



olimpioniche, e vuole offrire al pubblico la sensazione di immergersi completamente nel mondo sottomarino. Inizialmente l'acquario ospiterà 350 diverse specie di pesci, tra cui una quarantina di squali, ma la sua capacità massima è di ottomila possibili ospiti.

Scopo dell'acquario è triplice: istruzione, ricerca e protezione degli oceani, offrendo anche nuotate con gli squali ed eventi notturni per i bambini.





All'interno dell'acquario è stato progettato dallo studio brasiliano Kube Arquitetura un negozio di souvenir di 420 metri quadrati. Lo spazio è di tipo walkthrough e tutti i 4000 visitatori che giornalmente visitano l'acquario passeranno attraverso lo store avviandosi verso l'uscita.

Per questo progetto lo studio Kube si è ispirato allo scheletro della megattera che troneggia appeso nella hall d'ingresso dell'acquario, disegnando una serie di display che riprendono le curve organiche delle costole delle balene, dando allo spazio un movimento fluido e leggero e consentendo un alto livello di

flessibilità espositiva. I display a costola permettono ai prodotti di essere rilevati a poco a poco, creando un livello di intimità che si protrae per tutto lo store.

Tre sono le principali aree del negozio: all'ingresso le costole si presentano di un blu scuro che sfuma verso tonalità più chiare, mentre a pavimento la resina a ciottoli incornicia un elemento organico azzurro, che rimanda al tema del mare; il secondo ambiente si configura come un tunnel, più stretto e lungo rispetto al primo, in cui il pavimento in ciottoli, che permangono nella superficie più propriamente espositiva,



DE RIGO Numero Verde 800 866000 | Mod. VST012 - 888 VST012 - AN9

ST!NG

PLAYFUL FASHION



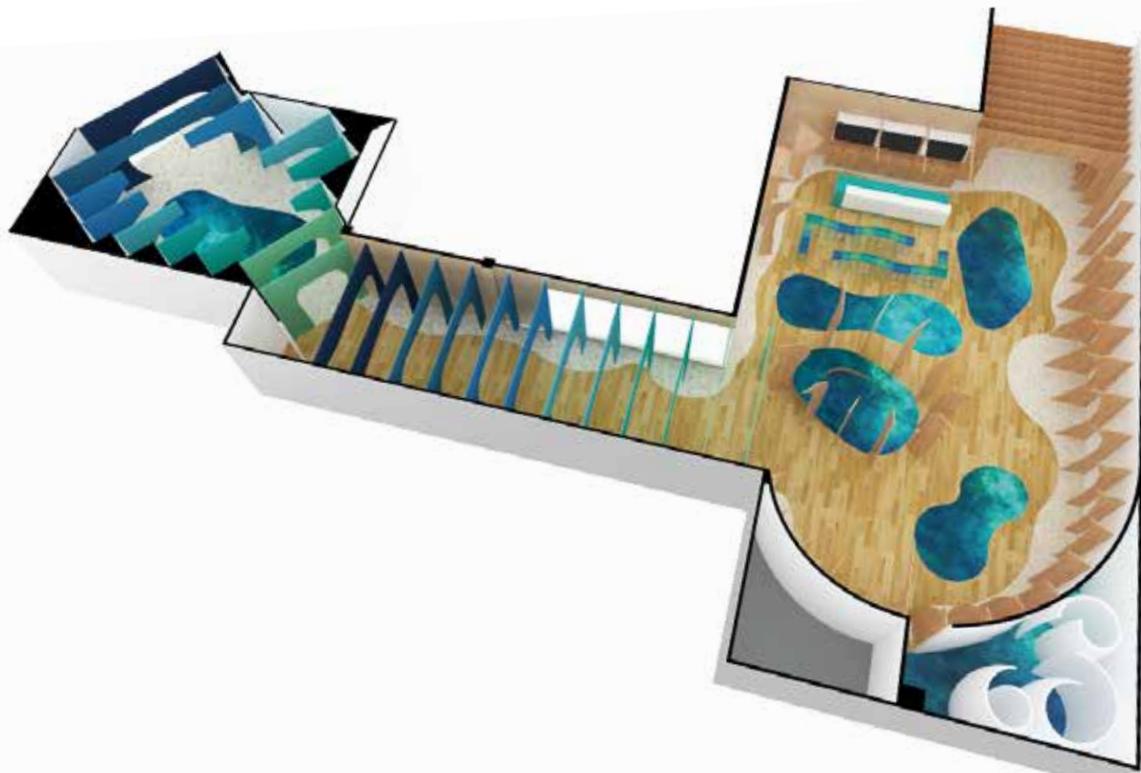
www.stingocchiali.com



lascia spazio ad una pavimentazione in legno dal disegno fluido posata in senso perpendicolare rispetto al passaggio degli utenti; in ultimo lo spazio si apre diventando più organico e fluido, monocromatico ed aperto, articolandosi attraverso una zona centrale dedicata ai bambini filtrata tramite elementi verticali in legno, un'area dedicata alle offerte, sempre contraddistinta dalla pavimentazione azzurra, e la zona cassa a cui si accede attraverso un percorso delimitato da elementi in metallo di diverse gradazioni di azzurro e diverse altezze, costituiti da lunghe gambe regolari ed espositori quadrati chiusi da teche,

che richiamano ancora una volta l'idea del mare. Completano lo spazio, dietro agli espositori di questo ultimo ambiente, una zona stoccaggio e i camerini ispirati nella forma a spirale al Nautilus e che, nel materiale di rivestimento, riprendono la tessitura della sabbia delle spiagge brasiliane.

Lo spazio viene così costruito attraverso la messa in scena di una metafora legata al mare in cui i camerini sono conchiglie, le pareti rimandano alla sabbia, il pavimento ai ciottoli e al mare, creando un ambiente pieno di stimoli che coinvolgano in modo immersivo il visitatore.



140
YEARS
PERFECT
MOMENTS OF
VISION

140 ANNI DI PRECISIONE.

Le lenti e le montature Rodenstock sono capolavori di funzionalità, qualità e design – dal 1877.

See better. Look perfect.

 **RODENSTOCK**

Amici di Platform Optic, insieme non abbiamo ancora affrontato un tema di grande attualità: il potere del controllo. È un argomento davvero affascinante e molto vasto. Occorre subito distinguere fra la capacità di controllarsi in una determinata situazione e il potere di controllo che si può avere sugli altri.

Sono due mondi separati e noi, oggi, ci occuperemo del primo di questi due. Anche se, al termine di questo articolo capirete che le due cose sono strettamente connesse.

Qualcuno potrebbe pensare che l'uomo, in quanto animale evoluto, abbia nei secoli - anzi nei millenni - sviluppato una notevole capacità di auto-controllo.

SELF-CONTROL

Niente di più sbagliato.

Come se fossimo agli albori della nostra civiltà, il 95% degli uomini reagisce a uno stimolo in modo istintivo o, come si usa dire, di pancia. Questa modalità è quasi sempre la peggiore, perché basata appunto sull'istinto del momento e non su un'analisi profonda che tenga conto delle reazioni a catena che una data azione può sviluppare. Almeno se parliamo di rapporti fra persone, di vendita e di relazione.

Non si può dire lo stesso delle reazioni di fronte al pericolo, per le quali l'uomo ha invece sviluppato un'abilità notevole.



di Roberto Rasia Dal Polo

Giornalista, presentatore e formatore aziendale.

Se pensiamo a una relazione familiare o anche a una negoziazione nel mondo del lavoro, oppure se ricordate un episodio in cui un vostro cliente si è imbestialito, perdendo il controllo, vi renderete subito conto che la reazione è stata quanto mai impulsiva e azzardata.

Se solo quella persona o quel cliente avesse atteso qualche minuto, se solo fosse riuscito appunto a controllarsi, tutto sarebbe cambiato.

Bene, ho una notizia buona e una cattiva.

La cattiva è che questa attitudine nelle persone che ci troveremo di fronte nella vita non riusciremo a cambiarla.

La notizia buona è che possiamo prenderne atto e usarla a nostro vantaggio. Come? Con l'intelligenza predittiva. Per spiegarla mi rifaccio alla studiosa americana Leil Lowndes che, non senza una certa ambizione intellettuale, ha voluto teorizzare un passo avanti rispetto all'intelligenza emotiva sviluppata da Daniel Goleman nel 1995 sugli iniziali studi a questo proposito del 1990 dei professori Peter Salovey e John D. Mayer.

Andiamo per ordine: per Goleman la capacità di riconoscere, analizzare e gestire le proprie emozioni e quelle degli altri si definisce "intelligenza emotiva" e può essere utilizzata per migliorare le proprie performance relazionali e aziendali.

Ed è assolutamente vero.

La dottoressa Lowndes, invece, sostiene che oltre all'intelligenza emotiva, l'uomo possa spingersi con il proprio comportamento e il proprio linguaggio addirittura oltre e possa riuscire a prevedere le emozioni degli altri, delineando così la teoria dell'"intelligenza predittiva".

Il concetto è affascinante, ma come tutti gli studiosi meramente intellettuali, mancano poi gli esempi pratici, quelli concreti e veri della nostra vita quotidiana. Proviamoci noi, ma senza alcuna ambizione intellettuale, sebbene armati di tutta la nostra capacità di concretezza.

Riuscire a prevenire le emozioni degli

altri vuol dire innanzitutto avere il perfetto controllo delle proprie. Perché sono proprio le nostre emozioni e le nostre azioni che possono determinare nell'altro una reazione.

E siccome abbiamo visto prima che la reazione delle persone di solito è istintiva, impulsiva e di pancia, se siamo furbi, possiamo determinare noi (almeno in parte) le loro reazioni.

Se io riesco a controllare, gestire e magari a impostare strategicamente una mia parola, una mia azione o una mia emozione, riuscendo nel contempo a immaginare quale possa essere la reazione dell'altro, ecco che il gioco è fatto. Sembra facile, ma sappiamo tutti che non lo è.

Anche se ho in serbo per voi un esempio che vi chiarirà il concetto in un batter d'occhio. Purtroppo per noi, però, è un esempio negativo ovvero un esempio che ci insegna cosa non fare.

Tornate con la vostra mente a un periodo sentimentalmente infelice, in cui non riuscivate ad andare d'accordo con il vostro partner. Litigi frequenti e brutali. Discussioni inevitabili e ben poca soddisfazione sentimentale. Visualizzate nei dettagli una di quelle scene.

Bene, vi siete coperti di negatività a sufficienza? Ok, adesso immaginate di essere di fronte a quel partner e intuire che sta per scoppiare l'ennesima sfiancante discussione. State per parlare, state per rispondere a una sua domanda. State per usare l'impulso e la pancia. Fermatevi un attimo e fate due ipotesi: la prima in cui direte una cosa che lo farà imbestialire. Toccherete il tasto che sapete vi scatenerà addosso tutto l'odio del vostro partner.

La seconda in cui vi controllate, pensate e provate a dialogare cercando un punto di contatto, in modo da calmare l'altro e portarlo dalla vostra

parte. Ok, onestamente ora rispondete a questa domanda:

è o non è vero che la prima ipotesi è di gran lunga la più facile da realizzare?

Se, in questo caso, conoscete bene una persona, è facilissimo farla arrabbiare. Vero? Ne conoscete i punti di forza e i punti deboli. Sapete che una cosa detta in un modo o nell'altro scatenerà l'inferno. Ecco, avete appena capito cosa sia l'intelligenza predittiva.

Peccato che sia necessario utilizzarla al contrario ovvero non per creare barriere, ma per abatterle.

E, questa è la seconda notizia negativa, è molto più difficile. Ma non impossibile. Per riuscirci occorrono due abilità:

l'auto-controllo, spesso basato su una serenità di base (immaginate come possa rispondere un commerciante sereno a un cliente maleducato e come invece risponda un commerciante già frustrato di suo...) e la seconda abilità l'ascolto assoluto dell'altro.

Per conoscerlo, analizzarlo e dunque prevederlo. Abbiamo parlato tanto di Ascolto da queste pagine, recuperate un paio di numeri arretrati e vi potrete rinfrescare la memoria.

La capacità di influenzare gli altri passa anche per l'auto-controllo, una pratica da covare giorno dopo giorno.

E per coltivare un buon auto-controllo nulla è più efficace della volontà, la capacità di porci dei limiti, di attendere a dire una cosa, di modificare un'azione e di non lasciare troppo spazio all'impulsività.

È possibile tutto questo, a patto di volerlo fare. Siamo sempre lì, voi ne avete voglia? Perché la posta in gioco è alta, si tratta di saper influenzare gli altri per migliorare la loro vita e la nostra. Mica poco!

Comunichiamo Amici, non è mai abbastanza!

www.RobertoRasia.it



Tratto dal libro:
"Conduci la tua vita!"
 in vendita a prezzo scontato
 su www.robertorasia.it

**Un aspetto magico
avvolge il tavolo Shimmer
e la Bubble Collection.**

ALLURE



di Pauline R.

Giornalista appassionata di occhiali.

L'AVANGUARDIA DEL DESIGN PASSA ATTRAVERSO DUE OGGETTI,
UN TAVOLO E UN OCCHIALE,
IN CUI LA TRASPARENZA INCONTRA IL COLORE CREANDO UN EFFETTO QUASI SURREALE.

ETEREA

SHIMMER

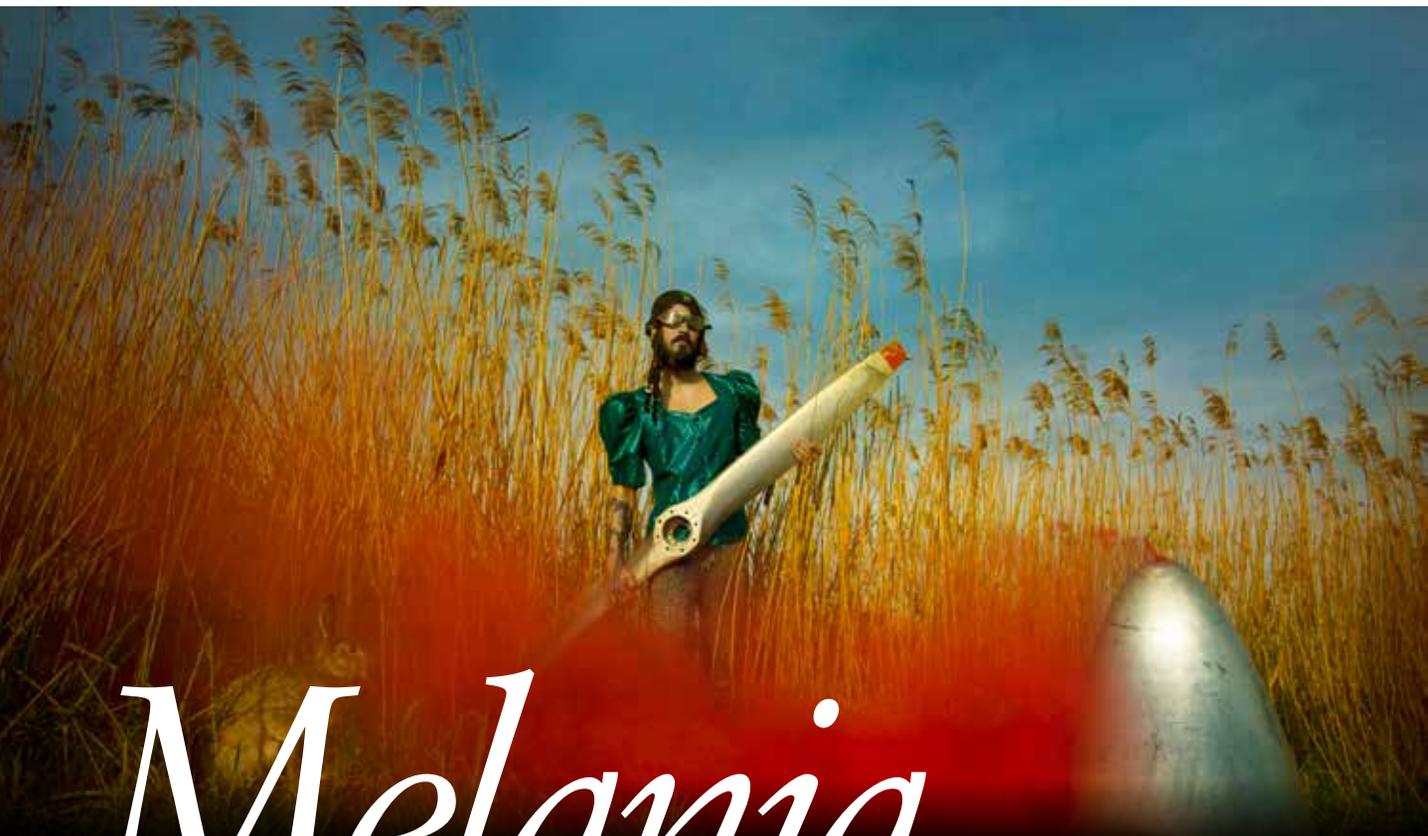
Questo tavolo di Glas Italia porta la firma della nota designer Patricia Urquiola. Realizzato in cristallo stratificato, è incollato con una speciale finitura multicromatica cangiante.

La colorazione varia in funzione dell'angolo di incidenza della luce e del punto di osservazione.

BUBBLES COLLECTION

I nuovi modelli a mascherina di Saraghina montano una lente che cambia sfumatura ad ogni movimento. La mascherina Prince è formata da una lente unica attraversata da una barra in nylon che dona resistenza all'occhiale e ne alleggerisce la forma.





Melania

nel PAESE

delle MERAVIGLIE

Melania de Leyva è una giovane e promettente artista italiana. Gli ambiti che indaga sono molteplici, ma la sua specializzazione è senza alcun dubbio la fotografia. Irriverente, estrosa ed ironica, l'artista disorienta il pubblico col suo anticonformismo. Tutte le immagini, che siano artistiche o di moda, sono caratterizzate da uno stile fresco, colorato e surreale. I suoi ambienti onirici ci catapultano in un mondo magico e senza tempo. L'abbiamo incontrata per scoprire quali siano gli ingredienti necessari a creare il suo mondo fatato.

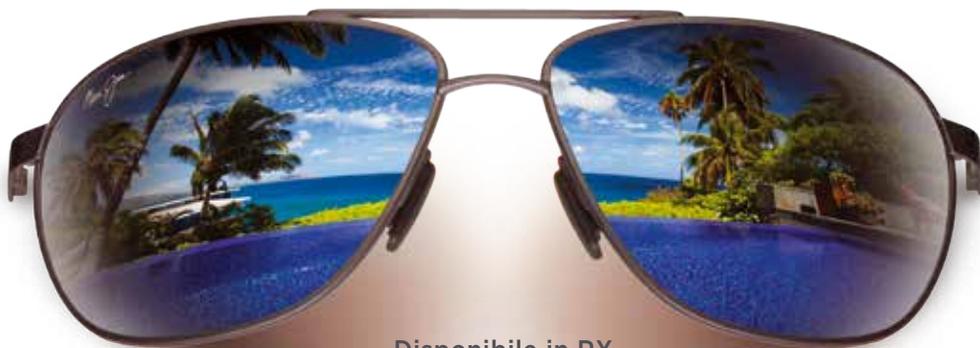


di Cristina Bigliatti

Redattrice in continua ricerca di nuove forme d'arte da condividere con i lettori.



Maui Jim® 



Disponibile in RX.
MODELLO MOSTRATO: CASTLES

Colore. Nitidezza. Dettaglio.

In Maui Jim, siamo impegnati a portare più colore alla tua vita con lenti che aumentano la nitidezza riducono il riflesso e mettono in evidenza la profondità e la dimensione. Gli occhiali da sole Maui Jim non cambieranno il mondo, ma il modo in cui lo vedrete.

Occhiali raccomandati per proteggere dai raggi UV gli occhi e il contorno occhi.





Com'è nata la tua passione per l'arte?

Ho iniziato a disegnare, dipingere e ad interessarmi all'arte fin da piccola. Inizialmente scattavo fotografie durante i viaggi: le persone bizzarre che incrociavo erano i miei soggetti preferiti. Da lì la cosa mi ha appassionato sempre più, ci sono stati vari passaggi, ma ho iniziato a prendere seriamente la fotografia nel 2009. In quel periodo soffrivo di disturbi alimentari, ho quindi iniziato a lavorare su me stessa realizzando degli autoscatti di nudo in bianco e nero: il mio primo vero progetto.

Qual è il segreto che si nasconde dietro il tuo stile?

Sono molto severa con me stessa.

Un giorno - per raccontare un aneddoto - mi sono svegliata e ho cancellato la maggior parte delle foto fatte negli anni precedenti, perché avevo la convinzione che se non l'avessi fatto non sarei mai migliorata.

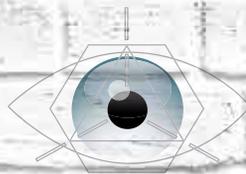
Punto molto sui particolari.

Tante volte parto da un'idea poco chiara, disegno quello che ho in mente e poi ci costruisco attorno una storia.

Ti ispiri a qualcuno in particolare?

Potrei fare un elenco dei miei fotografi preferiti, ma in verità traggio ispirazione da diverse fonti: dalla fotografia alla musica, alla pittura e quant'altro.





FRASTEMA
OPHTHALMICS

TRUE INNOVATIVE SOLUTIONS

MILANO, 25-26-27 FEB | 2017



PAD.3 STAND B17



FRASTEMA
OPHTHALMICS

TRUE INNOVATIVE SOLUTIONS

FRASTEMA OPTHALMICS srl

Viale dell'industria, 42 - 21052 Busto Arsizio (va) - Italy - Tel. +39 0331 342 008 - Fax +39 0331 353 258

www.frastema.it - info@frastema.it



www.spaziocreativo.it

BARBARA DE RIGO

Direttore Marketing House Brands De Rigo Vision

Trasversalità multicolor

IL MODELLO DI BUSINESS DI DE RIGO VISION VEDE L'AZIENDA CONCENTRATA SUL RAFFORZAMENTO DEGLI HOUSE BRANDS: ST!NG, POLICE E LOZZA. BARBARA DE RIGO CI ILLUSTRA IL PROGETTO ST!NG, IN CUI COLORE E TRASVERSALITÀ SI FONDONO ALL'UNISONO.

PAOLA FERRARIO

Il gruppo di Longarone scommette sui propri in house brands sviluppando una strategia che vede il potenziamento della loro identità abbinata ad una strategia di marketing mirata e ad una vision ben definita.

Se ne fa portavoce il Direttore Marketing House Brands Barbara De Rigo in questa intervista dove ci parla del più giovane dei loro marchi: ST!NG.

QUAL È IL PLUS APPORTATO DAL NUOVO DIRETTORE CREATIVO HOUSE BRANDS ENRICO FURLAN?

Il valore aggiunto di Furlan è stato l'essere riuscito a definire il perimetro di ciascun brand, rafforzando così le singole identità. A ciò si aggiunge chiaramente il plus valore generato dalla sua creatività.

È la prima volta che ci avvaliamo di una figura che sovrintende i nostri house brands e, proprio grazie a questo nuovo ruolo, credo che siamo riusciti a rappresentare al meglio il loro DNA.

QUAL È L'ATTUALE TARGET DI RIFERIMENTO DI ST!NG?

Il marchio si rivolge ad un consumatore molto giovane e si articola in due label, ST!NG e ST!NG Xs. Il primo è pensato per un consumatore dai 18 ai 35, quindi un giovane-adulto, principalmente uomo ma con una buona presenza di un target femminile. Questa peculiarità lo rende sicuramente il più trasversale dei nostri tre house brands. ST!NG Xs è invece destinato a un pubblico più giovane, dagli 8/10 anni ai 15, ma anche a un pubblico 'petite', cioè tutti coloro con visi minuti. A livello stilistico è molto influenzato dal segmento destinato all'adulto. Anche in questo caso l'offerta è trasversale, quindi ci sono modelli destinati sia al ragazzo e che alla ragazza.

La trasversalità infatti è una delle peculiarità di ST!NG ed è proprio questo il messaggio che abbiamo cercato di comunicare anche nella campagna advertising. ST!NG inoltre rappresenta una sfida molto impegnativa



proprio per il tipo di consumatore a cui si rivolge: i giovani di oggi sono molto informati, si documentano sul web e sono sempre aggiornati sulle ultime tendenze.

Per questo è molto difficile seguire i loro desiderata.

COME SI È EVOLUTA LA COMUNICAZIONE DI ST!NG NEGLI ULTIMI ANNI?

Abbiamo lavorato molto per renderla sempre più accattivante e sempre più targetizzata verso i giovani. Ci siamo concentrati sul colore delle immagini e sul tema dell'unisex. Essendo il brand sinonimo di playful fashion, abbiamo scelto di proporre una comunicazione insolita rispetto al mercato tradizionale, sfidando anche i canoni e provocando il consumatore. Ad esempio, abbiamo utilizzato il packaging del food o pattern grafici molto particolari da cui emerge il viso dei modelli con gli occhiali, quasi fossero una carta da parati.

Abbiamo effettuato un importante progetto anche sul materiale per il punto vendita: abbiamo inserito nei centri ottici i track dove esponevamo il nostro prodotto e installato vere e proprie aree creative per i bambini. Quest'anno abbiamo realizzato anche una app che, attraverso la lettura di un Qr code posto sull'occhiale, lo racconta nella sua totalità rivolgendosi sia all'ottico che al consumatore. Ogni prodotto è stato codificato e ha una sua anima.

INTORNO A QUALI VALORI SI SVILUPPA L'ATTUALE CAMPAGNA ADV?

Come le campagne precedenti, ci siamo focalizzati sui valori del divertimento, del colore, del gioco, dell'unisex creando atmosfere suggestive in grado di trasmettere i valori del brand. All'inizio di marzo sarà on air una campagna di comunicazione rivolta al consumer legata al progetto ST!NG Music: coloro che acquisteranno un occhiale ST!NG potranno partecipare al concorso per essere selezionati a partecipare ai backstage di video musicali dove sarà loro permesso girare piccoli corti che verranno usati sia da noi che dalle band.

A breve comunicheremo gli artisti.

ST!NG È UN BRAND GIOVANE: QUANTO SONO IMPORTANTI I SOCIAL NETWORK PER VOI?

Si tratta di un canale strategico perchè ci permette di comunicare, ma anche di ascoltare, i nostri clienti.

QUALI SONO I MERCATI IN CUI AVETE UNA MAGGIORE PENETRAZIONE?

Siamo molto presenti in Europa: i paesi di riferimento sono Italia, Germania, Spagna e Inghilterra.

Fuori dal Vecchio Continente un'area di eccellenza è rappresentata dal Brasile, la cui natura giocosa ben si sposa con gli occhiali ST!NG e il loro DNA colorato e divertente.

COSA PRESENTERÀ ST!NG A MIDO?

Stiamo lavorando a una capsule che sarà protagonista del progetto ST!NG Music e... ovviamente avrà come tema la musica!



PAOLO MARCHESI
Product Marketing Manager di Ital-lenti

Le strategie Ital-lenti per un 2017 vincente

IN QUESTA INTERVISTA PAOLO MARCHESI STILA UN BILANCIO SULL'ANNO APPENA CONCLUSO E CI FORNISCE ALCUNE ANTICIPAZIONI SULLE ATTIVITÀ CHE CARATTERIZZERANNO L'AZIENDA NEL PROSSIMO FUTURO.

PAOLA FERRARIO

Un 2016 andato a gonfie vele non può che essere il preludio per un anno che rappresenterà la continuità delle strategie passate che hanno visto Ital-lenti puntare su innovazione e servizio. Paolo Marchesi, Product Marketing Manager dell'azienda, ci illustra il passato, il presente e il futuro di questa realtà che sta registrando una crescita a due cifre.

COME È STATO IL 2016 PER ITAL-LENTI?

Un anno eccezionale sia in termini di produzione (abbiamo presentato oltre 50 nuovi prodotti), sia in termini di crescita di mercato (abbiamo registrato una crescita a due cifre).



Credo che siamo riusciti ad eccellere per performance di servizio, tempi di consegna e soprattutto l'alto livello qualitativo e tecnologico dei nuovi prodotti.

QUALI SONO STATI I VOSTRI PRODOTTI DI PUNTA?

Sicuramente le lenti UV Tech, la famiglia realizzata con il nuovo polimero che assorbe le lunghezze d'onda dell'UV e della luce blu. Anche le lenti Easy Drive, dotate del trattamento specifico Iron Drive, realizzate ad hoc per i problemi legati alla guida notturna, hanno riscosso un grande successo.

QUALI SONO STATE LE STRATEGIE DI COMUNICAZIONE CHE SECONDO LEI HANNO CONTRIBUITO AL SUCCESSO DI QUESTI PRODOTTI?

Fondamentalmente abbiamo continuato anche per il 2016 il road show che avevamo iniziato nel 2015, toccando le principali città della nostra penisola. A ciò si aggiungono i numerosi incontri di presentazione rivolti sia agli ottici optometristi sia ai medici oftalmologi. Inoltre, abbiamo organizzato parecchie visite al nostro impianto produttivo di Belluno: è stata un'occasione unica per far "vivere" ai nostri clienti il know how, la filosofia produttiva e l'alto livello di automazione della nostra produzione. La clientela di Ital-lenti ha così potuto constatare l'alto livello di tecnologia che ci permette di avere tempi di produzione molto veloci associati ad un continuo controllo in tutte le fasi di lavorazione.

COME INIZIA IL 2017?

Manca pochissimo a Mido dove sicuramente avremo il piacere di incontrare i nostri partner commerciali e presentare le ulteriori novità in termini di prodotti e servizi.

INVECE, TORNANDO AL DISCORSO RELATIVO ALLA COMUNICAZIONE, PORTERETE ANCORA AVANTI LE STRATEGIE CHE SI SONO DIMOSTRATE VINCENTI O AVETE IN SERBO QUALCHE NOVITÀ?

Absolutamente: comunicazione e formazione rimangono la base delle attività di comunicazione anche per il 2017. La nostra mission è trasmettere ai nostri partner la nostra tecnologia affinché possano capire e, di conseguenza, proporre al consumatore finale, i nostri prodotti. L'ottico rappresenta per noi il trait d'union con il consumer e quindi il nostro migliore ambasciatore. Solo attraverso un rapporto di trasparenza abbinato ad un supporto a 360° possiamo raggiungere il nostro obiettivo.

AVETE CREATO STRUMENTI AD HOC IN QUESTO SENSO?

Sì, avremo un nuovo strumento di consulenza per la vendita per l'ottico che gli permetterà di determinare i parametri di centratura in maniera molto semplice e veloce. Inoltre, attraverso questo strumento multimediale, potrà illustrare al consumatore le caratteristiche tecniche e le funzioni dei nostri prodotti, anche quelli con il livello tecnologico più alto.





TECNITALIA

TUTTI AL MIDO!

UNA VISITA ALLO STAND TECNITALIA (PAD 3 P01, S01) È QUEST'ANNO DAVVERO IMPERDIBILE...

Tante novità, come sempre, e tanti spunti, idee e soluzioni per gli ottici che vogliono pensare ad un nuovo punto vendita o magari ad una ristrutturazione parziale. Sentire la Technitalia, chiamando direttamente prima del Mido lo 0773 621126 o il 3471683024 (info@tecnitaliaopty.com), significa avere senza alcun impegno una concreta serie di vantaggi ed opportunità dirette. Avere a disposizione tutto il know how Technitalia e soprattutto soluzioni concrete e mirate per l'arredamento di un negozio. Un negozio di design, completo di tutte le strategie di ultima generazione e che possa competere ed essere protagonista del proprio mercato. Technitalia coniuga un design di tendenza, sempre diverso, sempre accattivante e personalizzato ad una operatività proverbiale che ha reso Technitalia partner ideale di tantissimi clienti ottici che si sono affidati negli anni a questa azienda leader.

Ogni giorno l'architetto Claudio Viglierchio, comproprietario e "mente" Technitalia, affronta tutte le tematiche relative al mondo del retail ottico, forte delle esperienze nazionali ed

Scopri le nostre ultime novità

MIDO

Fiera Milano RHO
- Pad. Q3 -
Stand P01 S02 S01 S03



internazionali che lo hanno visto protagonista dell'innovazione del mercato degli ultimi trent'anni. Sentiamolo: "Devo dire che da sempre il mio personale approccio alla progettazione di un negozio di ottica, anche con piccolo budget, parte dalla assoluta esigenza di realizzare un punto vendita che aumenti i fatturati ed ottimizzi i costi generali. Il mio design, che proprio per questo è davvero sempre diversificato, è solo uno strumento che mi permette di veicolare nuove strategie, e nuovi strumenti di induzione all'acquisto al cliente finale, con tutta soddisfazione dell'ottico. Esaltarne poi la professionalità e metterne in evidenza l'eccellenza ed i punti di forza dell'ottico

è un aspetto a cui tengo moltissimo. Oggi più che mai la strada vincente passa attraverso una progettazione che esalti le differenze. Una comunicazione mirata ed un rapporto prezzo qualità interessante del punto vendita, sono aspetti ovviamente imprescindibili e la soddisfazione dei clienti è sotto l'occhio di tutti...".

Anche per i clienti che non hanno programmato una visita al Mido, chiamando direttamente il numero dedicato 0773 621126 o il 3471683024, è possibile avere tutti i vantaggi riservati in questo periodo Fiera.



DAI OPTICAL INDUSTRIES

Green job e tanti nuovi prodotti



L'AZIENDA LANCIA GREENER LA NUOVALENTE BIO CHE RISPETTA L'AMBIENTE.

Secondo il rapporto Eurostat (Istituto di Statistica UE) presentato a maggio 2016, in Europa lo scorso anno c'è stato un aumento delle emissioni di Co₂ del +0,7% rispetto al 2014**. Ogni Km² di mare ospita oltre 30.000 rifiuti plastici, con dimensioni anche inferiori al centimetro. Alla plastica dispersa in mare si aggiungono circa 14, 6 milioni di tonnellate di rifiuti plastici urbani da imballaggio di cui solo il 34% oggetto di processo di riciclo***.

L'avvelenamento di aria, acqua e ambiente ha un impatto devastante sulle nostre vite: secondo l'OMS esso è causa di 12 milioni di morti l'anno, di cui 400.000 solo in Europa (fonte EEA 2012 - European Environment Agency) e 11.000 morti premature annue in Italia (fonte salute.gov.it). DAI Optical Industries è da sempre impegnata nella salvaguardia dell'ambiente grazie alla politica del riciclo-smaltimento e allo sviluppo sostenibile e ha deciso di intraprendere una nuova avventura "green" con lente bio GREENER. GREENER è la lente biologica che rispetta l'ambiente grazie all'impiego di materie prime di origine naturale e al processo produttivo a bassa emissione di Co₂. GREENER garantisce una riduzione del flusso di scarto di anidride carbonica durante il processo produttivo, pari a 326 kg per ogni 100 kg di resina impiegati. Questo è possibile grazie al ciclo di produzione a basso impatto ambientale, alimentato ad energia solare in ausilio ad apparati elettronici inverter. La lente è composta dall'82% di materiale di origine naturale, un monomero ottenuto dalla lavorazione di olio biologico anziché dall'uso del petrolio.

Le lenti GREENER sono adatte a qualsiasi tipo di prescrizione, garantiscono resistenza e chiarezza visiva e sono consigliate per montature glasant e prescrizioni estreme. Leggere e dal design sottile offrono un filtro protettivo UV sino a 400nm. GREENER è attualmente disponibile con indice 1.74 in tutte le geometrie: monofocali (asferiche - multiasferiche), bifocali, antifatica, progressive. DAI Optical sarà presente con la lente GREENER e con tantissime altre novità all'edizione 2017 del Mido Eyewear Show. Un appuntamento irrinunciabile per poter conoscere tutte le proposte della green company. Tra le novità:

- **Ifast Cut:** la nuova sezione integrata all'interno dell'Ifast (applicativo web per invio ordini) per la tele-sagomatura delle lenti. Da oggi on line, pronto per l'uso senza alcuna installazione su PC. Tantissime le novità proposte per l'Ifast Cut, tra cui, nuova sezione traccia e sagomatura, accesso

diretto all'IselNav, visualizzazione in real 3D delle lenti, calcolo degli spessori ad altissima precisione (anche su lenti free form), controllo avanzamento lavori, ecc.

- **Fast shop:** il nuovissimo e-commerce dedicato esclusivamente ai professionisti della visione, per effettuare ordini e acquisti con pochi click. È lo strumento facile e immediato che consente agli ottici di acquistare prodotti al miglior prezzo garantito, con un ventaglio di scelta aggiornatissimo e disponibile 24 ore su 24.
- **Safer alto indice (1.67), White Safer 1.56 e Safer 1.6:** Safer è la lente "scudo" che, pur essendo bianca, garantisce una elevata protezione tra i 410 e i 420nm, filtrando il 28% dell'intera luce blu ed il 55% della luce blu dannosa. La lente agisce come un vero e proprio schermo proteggendo completamente l'occhio. È disponibile in tutte le geometrie e garantisce massima chiarezza visiva e immagini dettagliate. New Entry 2017: White Safer 1.56 unica per le sue caratteristiche di trasparenza. La lente pur garantendo caratteristiche e protezione assicurate dagli altri indici di rifrazione della stessa serie, si presenta completamente bianca, senza alcun disturbo cromatico dovuto al monomero scudo. White Safer è speciale anche in fatto di prezzo! Funzionale e particolarmente economica, è la soluzione ideale per chi desidera il top di protezione ed estetica, salvaguardando la spesa.
- **Isel Custom:** la novità dedicata alle lenti super personalizzate Isel, da oggi customizzabili oltre i 101 design già proposti dall'azienda, per un risultato unico ed esclusivo in base al singolo cliente.
- **Cromolite alto indice,** le fotocromatiche prodotte con tecnologia "Hybrid Technology VI". Sono caratterizzate dall'applicazione di un film sottilissimo di materiale fotocromatico sulla superficie esterna della lente bianca (spessore < 1 mm) assicurano velocità di scurimento e schiarimento, colorazione omogenea e sono disponibili in tutte le geometrie.

Tanto altro ancora vi aspetta al Mido Eyewear Show!

*Fonte Commissione Europea Azione Clima

** Rapporto dell'Intergovernmental Panel on Climate Change (IPCC).

***Rapporto rifiuti URBANI 2014 UE - Ispra

Felicità è...



*sentirsi
a casa*

CI VEDIAMO A



PAD. 3 STAND N.07

 **CECOP**
INTERNATIONAL INDEPENDENT OPTICIANS.

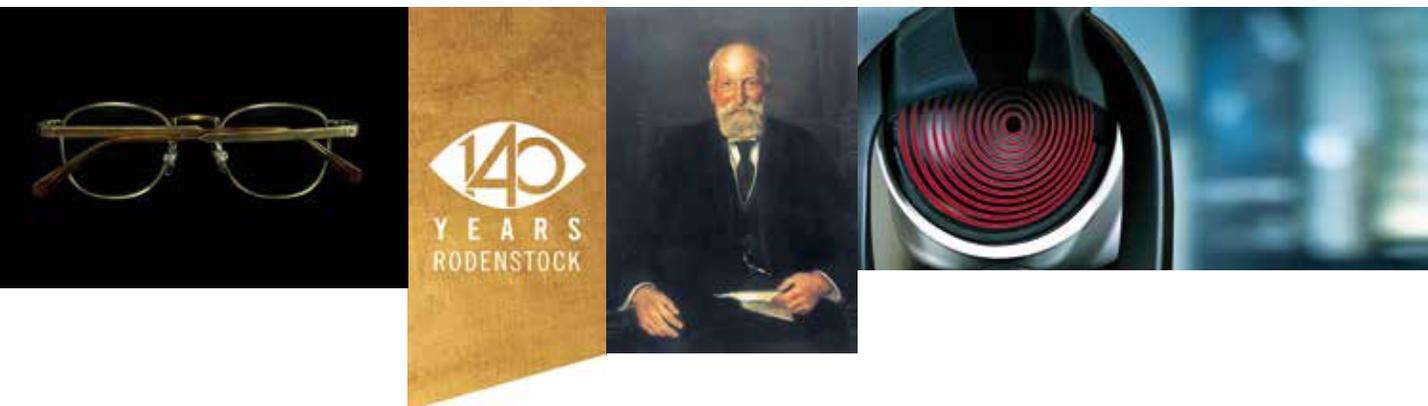
CECOP sostiene gli ottici indipendenti che scelgono ogni giorno il gruppo.

www.cecopitalia.it

RODENSTOCK

Anniversario Rodenstock: un nuovo punto di partenza

BEN 140 ANNI DI FELICE STORIA IMPRENDITORIALE
COSTELLANO IL MARCHIO RODENSTOCK.



Sviluppo tecnologico, cambiamento culturale, situazioni interne ed esterne sono gli elementi che si sono congiunti a vicissitudini di uomini e donne che hanno tracciato nel tempo il cammino dell'azienda, sia come collaboratori che come partner di business. Rodenstock ha sempre saputo crescere con loro e non è un fatto riferito solo ed esclusivamente a numeri e cifre. Crescere è anche saper cambiare modo di pensare e di essere, trovando il migliore adattamento a situazioni nuove e mutevoli. Crescere è anche diffondere e difendere una voce fuori dal coro, come accadde per la prima volta nel 1877 a Würzburg in Germania, quando Josef Rodenstock, fondatore dell'azienda, affermò con grande lungimiranza che c'era bisogno di "capire il sistema di visione nella sua interezza". L'aver brevettato poi i primi occhiali moderni cerchiati, non ha solo reso il signor Rodenstock un pioniere nel mondo della visione, ma ha anche gettato le basi per una straordinaria storia di successo. Negli anni, il pensiero di un miglioramento globale della prestazione visiva ha preso forma e si è poi affinato col tempo sino a giungere a soluzioni tecnologiche di altissimo profilo come le lenti progressive personalizzate al 100%, grazie all'ausilio della tecnologia DNEye®. Rispondendo alle esigenze sempre più evolute dei portatori di occhiali, il brand Rodenstock ha saputo creare un solido feeling con gli ottici partner,

asset fondamentale con cui il rapporto fiduciario si perfeziona giorno dopo giorno grazie alla costante qualità della proposta e alla serietà dell'azienda. Così tanti anni di storia non sono facili da raccontare: si tratta di un susseguirsi di innovazioni e di attività che hanno caratterizzato il mercato internazionale dell'ottica. A Monaco di Baviera, a partire dal mese di gennaio si svolgono le celebrazioni, a partire dai riflettori puntati sulla la punta di diamante della mostra opti, ossia l'occhiale in edizione limitata che prende il nome di "Masterpiece" e l'esaltazione dei "Perfect Moments of Vision" grazie alla mostra "How We See the World", proposta al Museo di Arte Urbana e Contemporanea (MUCA) che, nel periodo di opti e sino al 5 febbraio ospita la storia e le "visioni" di Rodenstock, attraverso ispirazioni artistiche e suggestive ambientazioni che creano il palcoscenico ideale per la messa in scena dell'azienda.

Ritornando a noi, consideriamo questa ricorrenza come una tappa del viaggio intrapreso e viviamo il nostro anniversario come un'ulteriore occasione per portare avanti scelte nello spirito della condivisione, perché abbiamo voglia di fare ancora tanta strada insieme ai nostri amici professionali. Infatti, il 2017 sarà foriero di operazioni promosse durante l'intero anno con proposte convincenti e convincenti. Speciali azioni di marketing, originali iniziative di comunicazione on-line e off-line, nuovi supporti di vendita dedicati alla presentazione di prodotti Rodenstock nel punto vendita saranno protagonisti e testimoni dei 140 anni di attività su tutto il territorio nazionale, valorizzando il logo dell'anniversario. Naturalmente, in questa speciale "annata" non mancheranno occasioni di festeggiamento per valorizzare il legame tra passato e presente. Primo appuntamento fra tutti, la mostra Mido; venite a brindare con noi!



Integrazione alimentare è benessere degli occhi



il benessere degli occhi

TUTORNET

Ma diamo i numeri?

IL CONTROLLO DI GESTIONE COME STRUMENTO DI SOPRAVVIVENZA.

SIAMO ALLE SOLITE!

Con l'inizio dell'anno si rispolverano i buoni propositi: "Quest'anno voglio diminuire il magazzino", "Devo stare 'attento' per pagare meno tasse", "Voglio aumentare la redditività del mio punto vendita..."

Tutte buone intenzioni che hanno lo stesso effetto del: "dopo le feste mi devo mettere a dieta".

Senza un progetto efficace coadiuvato da un supporto adeguato il tutto finisce, nel migliore dei casi, già il mese dopo. Se per caso capitano sotto mano alcuni dati "macroeconomici" come quelli riportati di seguito monta pure "la carogna" ed incominciamo a cercare boia e carnefici di questo che "era ancora un bel settore", dimenticando che spesso i primi affossatori della nostra azienda siamo noi stessi.

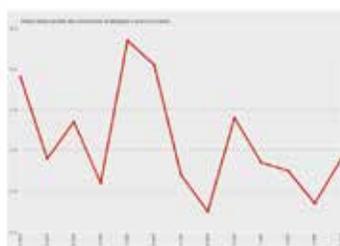
REGALATI 10 MINUTI

Parti con il piede giusto, prendi una penna e siediti comodo. Come primo passo, andando a memoria, nella prima riga della tabella, prova a scrivere quante montature da vista e quanti occhiali da sole hai nel tuo negozio:

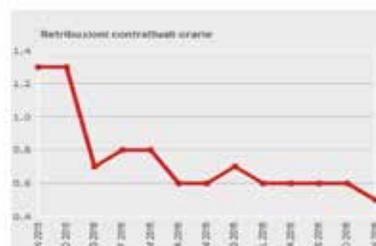
QUINDI CONTROLLIAMO I DATI REALI...

Adesso scrivi nella seconda riga i dati reali delle esistenze di occhiali da vista e occhiali da sole, rilevati dal tuo gestionale o da una verifica di magazzino. La differenza tra il magazzino "ricordato" e quello reale è maggiore del 20%?

Se hai risposto "NO" complimenti, fai



Indice vendite al dettaglio 2016
fonte ISTAT



Indice retribuzioni orarie 2016
fonte ISTAT

parte di quel 10% di ottici italiani che ha piena coscienza del proprio magazzino e di quale patrimonio ha investito in esso.

ORA INDIVIDUA UN OBIETTIVO

Adesso, con questi pochi dati, sei già in grado di definire un obiettivo per questo 2017. Ricordati che per essere attuabile, devi rispettare queste caratteristiche e deve essere:

- **Specifico:** non va bene "ridurre un po'", ma è corretto pensare a "5% occhiali sole lusso in meno"
- **Misurabile:** devi gestire il magazzino caricando e scaricando puntualmente gli articoli
- **Attuabile:** se mi pongo come obiettivo di vendere il 40% in più di sole, devo anche poterlo fare
- **Realistico:** se un obiettivo è fuori portata, è solo frustrante
- **Time related:** gli obiettivi devono

avere una finestra temporale: 6 mesi, 1 anno.

In pratica ora prova a definire qual è il tuo obiettivo di magazzino da raggiungere a fine 2017!

Scrivi quali sono i tuoi "numeri" nella terza riga della tabella e conservali da parte.

Bene... dopo questi minuti forse riparti con una piccola guida che ti aiuterà a controllare le tue giacenze.

- Ma quanti occhiali puoi comperare?
- Di quali aziende?
- Quali sono le linee più adatte al tuo centro ottico?
- Quali sono gli indicatori (KPI per dirla in maniera erudita) che ti possono aiutare?

Per trovare risposte a queste domande e per MIGLIORARE la tua Azienda

	Occhiali Vista	Occhiali Sole
A 'memoria'		
Dati Reali		
Obiettivo		

TutorNET ti propone un programma di CONTROLLO DI GESTIONE fatto di strumenti specifici e incontri nel tuo punto vendita con persone che da anni si dedicano a queste attività.

L'offerta TutorNET per soddisfare le molteplici necessità della vostra attività è a 360°: il gestionale TutorNET e le sue estensioni per il supporto marketing, i videocentrotori per iPad o per sistemi Windows, i totem multimediali, le applicazioni visuali per il supporto marketing.

L'ultimo pacchetto creato da TutorNET è quello più richiesto negli ultimi mesi: l'aggiornamento TutorNET per la gestione invio dati a Tessera Sanitaria.

QUAL È LA SOLUZIONE TUTORNET PER INVIARE I DATI DEGLI SCONTRINI A TESSERA SANITARIA?

La filosofia TutorNET nel creare strumenti efficaci ma allo stesso tempo semplici da utilizzare si esprime al meglio nella soluzione di invio dati scontrini.

TutorNET è interfacciabile ormai da anni con praticamente tutti i vostri registratori di cassa.

Quindi utilizzando direttamente il gestionale stampate lo scontrino fiscale sulla vostra cassa e TutorNET lo memorizza, allo stesso modo in cui vengono memorizzati i dati delle fatture o ricevute. Inoltre, in maniera rapida TutorNET vi permette di:

- gestire la richiesta di opposizione all'invio dei dati da parte del cliente
- gestire le fatture e gli scontrini emessi in funzione dell'invio al portale Tessera Sanitaria
- preparare e codificare periodicamente i dati e inviarli al portale Tessera Sanitaria

In alternativa è possibile non inviare i dati dal gestionale TutorNET ma esportare il file XML e comunicarlo al proprio commercialista.

I dati da inviare a Tessera Sanitaria vengono preparati (viene creato il file XML, codificato e compresso) e inviati direttamente dal gestionale dopo averli adeguatamente verificati. Non avete bisogno di altri pacchetti o strumenti per adeguarvi all'invio degli scontrini.

Il tutto è COMPRESO nel canone annuale di locazione di TutorNET. L'unico 'accessorio' eventualmente da acquistare è il driver di collegamento alla vostra cassa.

Inoltre potrete utilizzare lo stesso lettore BarCode utilizzato per caricare e scaricare gli articoli di magazzino dal PC anche per leggere il barcode della tessera sanitaria del cliente. In tal modo inserite il codice fiscale nel gestionale ed emettete lo scontrino utilizzando il gestionale.

Se non emettete scontrini "parlanti", ma solo fatture e ricevute, con TutorNET non avete bisogno di null'altro.

www.tutornet.it



ESAVISION

Topografia e cornea irregolare

TOPOGRAFO CORNEALE O LAMPADA A FESSURA AD ACQUISIZIONE DIGITALE: STRUMENTI INDISPENSABILI IN CONTATTOLOGIA SPECIALISTICA.

LE ECTASIE CORNEALI, UNA VOLTA DIAGNOSTICATE, RICHIEDONO UN ADEGUATO APPROCCIO OPTOMETRICO E CONTATTOLOGICO.

Infatti la soluzione ottica deve poter garantire al paziente una adeguata qualità della visione e questo avviene non per via chirurgica ma attraverso l'applicazione dell'ausilio correttivo adeguato.

Nei primi stadi, ad esempio di un cheratocono, la correzione visiva può avvenire anche con l'occhiale. In condizioni critiche l'unica opzione utilizzabile è la lente a contatto.

Oggi occuparsi di contattologia specialistica senza l'ausilio di un topografo corneale o una lampada a fessura ad acquisizione digitale, risulta impensabile.

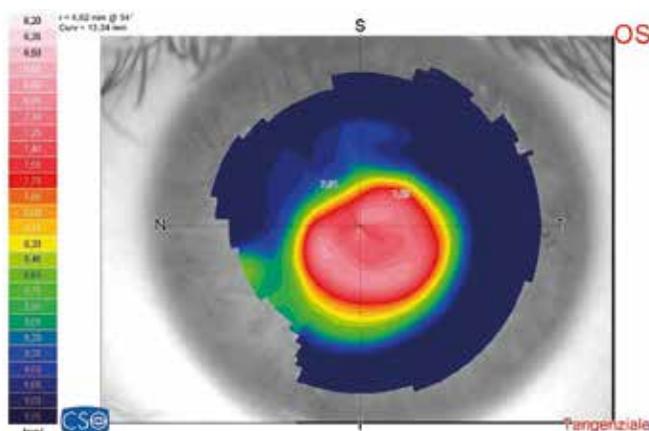
La distribuzione delle curvature e la morfologia stessa del cono richiede un approccio applicativo particolare che può essere eseguito solo attraverso il costante monitoraggio di una topografia corneale. Foto-cheratoscopia sta alla fotografia come alla topografia corneale computerizzata sta l'avvento dei personal computer. Infatti, solo l'avvento dei computer ha permesso la digitalizzazione delle immagini acquisite attraverso un sistema fotografico e ha permesso la creazione, attraverso particolari algoritmi di calcolo delle mappe corneali che oggi noi conosciamo.

L'algoritmo di calcolo più conosciuto è quello assiale. Determina la distribuzione dei poteri e delle curvature sulla cornea considerando l'asse visivo come valore di riferimento. È il primo algoritmo utilizzato lo stesso utilizzato dall'oftalmometro.

Se vogliamo valutare però la forma della cornea l'algoritmo da utilizzare è quello tangenziale o istantaneo.

Questo tipo di algoritmo ci permette di valutare la forma reale della cornea e considerare la scelta correttiva più adeguata per il paziente. Esavision Technology si occupa da molti anni di distribuzione e di assistenza in ambito oftalmologico e optometrico. Distributore di strumenti

che da un lato permettono la diagnostica precoce di ectasie corneali come il cheratocono e dall'altro la possibilità di selezionare, valutare il miglior ausilio visivo per il paziente. Naturalmente l'immagine che elabora il topografo non è la cornea reale ma una sua rappresentazione grafica, rappresentazione che può essere alterata dalla presenza di artefatti. Sta alla bravura del professionista riconoscere artefatti e non confonderli con alterazioni di curvatura reali. Esavision Technology si occupa anche di corsi di formazione. Corsi che si propongono di aiutare il professionista a trarre il meglio dalla propria strumentazione. Conoscere e saper usare il topografo corneale e la lampada a fessura è condizione estremamente importante per poter svolgere il proprio lavoro con coscienza e professionalità. Scaricate il programma dei corsi e seguiteci attraverso il nostro sito www.esavision.it e i nostri profili Facebook e Twitter.



Cheratocono: mappa tangenziale

HERE WE ARE



Eyes Experience in tutti i negozi OXO

OXO È VICINO AL TUO STILE DI VITA CON UNA **PROFESSIONALITÀ** CHE GUARDA AL FUTURO PER DARE **VALORE AI TUOI OCCHI.**

I TUOI OCCHI, IL NOSTRO OBIETTIVO.

SEGUICI     | WWW.OXOITALIA.COM



100% OTTICI
OPTOMETRISTI

HOYA

Importanti iniziative per valorizzare i Centri Ottici

IN ANTEPRIMA A MIDO ALCUNE DELLE GRANDI NOVITÀ: YUNIKU E LA CAMPAGNA DI COMUNICAZIONE 2017.

Hoya è sempre a fianco dell'ottico per creare e sostenere il valore e conferma la propria strategia di operare a stretto contatto con il professionista, unico e indiscusso interlocutore e referente del consumatore finale. "Crediamo fermamente nella centralità dell'ottico, per questo dedichiamo tempo e risorse a valorizzare il suo ruolo, attraverso campagne di comunicazione dove l'ottico è al centro, attraverso sistemi all'avanguardia, prodotti innovativi e un supporto continuo di consulenza e formazione" spiega Maurizio Veroli. "È in questa direzione che si pongono i lanci come la nuova campagna Hoya Center 2017, **Yuniku** e **EyeGenius**". **Yuniku** il primo "3D tailored eyewear" al mondo mette al centro la visione con il rivoluzionario approccio "Vision-Centric" assicurando maggior valore al ruolo dell'ottico-optometrista. Fino a oggi le lenti sono state costruite partendo dai dati della montatura e dai

parametri in posizione d'uso (Frame-Centric), per offrire la miglior esperienza visiva possibile, ma non sempre coincide con l'ottimale. **Yuniku** parte dalla valutazione della prescrizione e delle caratteristiche anatomiche del viso con un software innovativo che calcola l'ideale posizione delle lenti rispetto agli occhi e disegna la montatura in base alla scansione dei parametri del viso, unici per ogni persona. La montatura viene realizzata in 3D, per permetterne la personalizzazione proprio sulla base di esigenze visive, di comfort ed estetiche di ciascuno, per la più elevata precisione, senza compromessi tra prestazioni, comfort e stile. Con **Yuniku** l'ottico-optometrista propone e realizza soluzioni personalizzate in contrapposizione a soluzioni standard.

Domenica 26 febbraio verrà presentata ai Partner Hoya Center la nuova **Campagna 2017** che prevede maggiore centralità

dell'ottico professionista e sarà ricca di novità: la nuova Ambasciatrice del benessere visivo di grandissima notorietà, argomentazioni di nuove soluzioni e opportunità esclusive per il successo dei centri ottici. Con le lenti Hoya e la capacità dell'ottico professionista di suggerire la soluzione visiva ideale sarà possibile cogliere al meglio ogni opportunità di business. Allo stand Hoya a Mido: relazioni, aggiornamenti e vera formazione.

Dopo il successo dello scorso anno, saranno organizzate sessioni formative per presentare **Yuniku** e interventi su **EyeGenius**, il sistema per individuare e correggere la disparità di fissazione in modo semplice e veloce. Allo stand anteprima prodotti, presentazioni e informazioni sulla gamma di sistemi e App, che soddisfano le esigenze e differenziano il Centro Ottico attraverso un'immagine innovativa e professionale.



Yuniku.

OPD-Scan III



- ⌋ topografo
- ⌋ autoref
- ⌋ keratometro
- ⌋ pupillometro
- ⌋ aberrometro

new

5 IN 1

NIDEK

THE ART OF EYE CARE

MIDO 2017
25, 26, 27, FEBBRAIO

STAND E02 E12 PAD. 3



R.O.M. s.p.a. Ricerca Ottico Meccanica

Distributore esclusivo per l'Italia e RSM dei sistemi di molatura NIDEK CO. Ltd - Japan
Distributore di strumenti per la refrazione NIDEK CO. Ltd per uffici e laboratori.



Numero Verde
800-47 39 99



R.O.M.

Novità ed “ever green” NIDEK per R.O.M.

ESSENZIALITÀ E SPAZI APERTI OSPITANO A MIDO I PRODOTTI NIDEK, STRAORDINARI IN QUALITÀ E PERFORMANCE.

UN’ALTRA EDIZIONE MIDO È ALLE PORTE, PER L’OTTICA ATTESA VETRINA E MEETING POINT NAZIONALE E INTERNAZIONALE.

MIDO 2017_PAD 3_STAND E02-E12

Lo stand NIDEK/R.O.M. si distingue sempre per l’essenzialità, gli spazi aperti e luminosi e il primo piano sui prodotti NIDEK, non solo belli da vedere ma anche straordinari nella qualità e nelle performance.

230 mq di stand in cui è esposta e funzionante tutta la strumentazione NIDEK, per il laboratorio e la sala refrattiva, un catalogo di grande pregio che R.O.M. rappresenta e distribuisce direttamente, senza intermediari, occupandosi anche del post vendita, in tutta Italia e isole.

Gli agenti R.O.M. infatti sono esclusivi NIDEK e non sono solo agenti venditori, si occupano in prima persona anche dell’assistenza tecnica, provvedendo a tutto, dall’installazione, al training, fino alla risoluzione di qualsiasi complessità, in collaborazione con il team R.O.M. di assistenza tecnica, esclusivamente NIDEK, che si occupa ogni giorno del collaudo e del service dalla nostra sede. In Mido avranno ampio spazio tutti gli “ever green” NIDEK e le novità 2017 e, in tre giorni di esposizione, ci sarà anche l’opportunità di provarne con mano la tecnologia e la semplicità d’uso.

Tra gli strumenti di refrazione, giusto per fare alcuni esempi, si conferma l’eccellente apprezzamento fra gli ottici italiani di TONOREF™ III, tra gli strumenti da laboratorio del nuovo centratore automatico NIDEK ICE-1200 e il Mido è una perfetta occasione per testarli, assieme alle altre soluzioni per la molatura e il montaggio e per la sala refrattiva.

La novità 2017 NIDEK sarà OPD-Scan III VS, il super efficiente 5 in 1 con topografo, autoref, autocher, pupillometro e aberrometro, pensato proprio per le esigenze dell’ottico optometrista, per misurazioni approfondite e precise in pochi semplici passaggi.



NIDEK OPD-Scan III VS



EASY DRIVE

La correzione visiva ideale per la guida senza stress

EASYDRIVE è la nuova lente studiata per una guida senza stress, anche di notte.

Le lenti **EASYDRIVE**, monofocale e progressiva, sono caratterizzate da un design freeform realizzato soprattutto in funzione delle dimensioni delle pupille in condizioni di scarsa illuminazione, condizioni che sono causa di stress psicofisico, affaticamento e riduzione dei tempi di reazione.

Le performance delle lenti **EASYDRIVE** sono completate dal nuovo trattamento antiriflesso **IRON DRIVE**, ottimizzato per le condizioni di abbagliamento alla guida. Questo trattamento riflette gran parte delle lunghezze d'onda della luce blu che caratterizzano le moderne fonti luminose a LED o allo xeno: il risultato è la riduzione di oltre il 70% del disagio provocato dall'abbagliamento.

ITAL-LENTI
LENTI DA VISTA ITALIANE

www.itallenti.com    

BBC TECHNOLOGIES

Un software gestionale completo

IPOSVISION INCONTRA L'ESIGENZE DELL'OTTICO UNENDO L'ASPETTO MEDICO CON QUELLO FISCALE E LOGISTICO.

IPosVision

Intelligent point of sale for optical stores



IPOSVISION È IL SOFTWARE GESTIONALE PENSATO PER ESSERE SEMPLICE E A PORTATA DI CLICK.

Grazie all'interfaccia intuitiva e gradevole avrai tutte le funzioni sotto controllo, senza essere in possesso di particolari conoscenze informatiche.

IPosVision gestisce tutte le attività quotidiane in ogni aspetto: anagrafica clienti, ordini di lavorazione, configuratore occhiali, prescrizioni occhiali e LAC, moduli privacy e conformità. Inoltre è integrato il sistema TS (Tessera Sanitaria) per l'invio veloce e semplice direttamente da **IPosVision** con un click con risposta immediata, oppure tramite l'estrazione del file xml da inviare in modo autonomo.

Disponibile in tre versioni: **IPosVision Air** è l'app disponibile per iPad e iPhone.

Le principali attività potranno essere gestite con un semplice tocco ed in totale mobilità. Questa app può lavorare in modalità standalone oppure interfacciarsi con la versione **IPosVision Pro** per Windows per aumentare l'esperienza di utilizzo.

IPosVision Pro è studiato per soddisfare le esigenze del singolo centro ottico.

Semplice da utilizzare ma allo stesso tempo

completo, il tutto perfettamente collegato al registratore di cassa per la stampa automatica dello scontrino e della chiusura di cassa. **IPosVision Enterprise** si rivolge alle catene che necessitano della gestione tra sede e filiali tramite lo scambio automatico dei dati. Semplifica e velocizza le operatività, i processi e gli obiettivi di vendita. **IPosVision Enterprise** è il concentrato di innovazione e di esperienza maturata negli anni nel mondo retail applicato nel settore dell'ottica.

Assistenza e Supporto

Il nostro Helpdesk qualificato è a disposizione da lunedì al sabato dalle 9 alle 21 per qualsiasi necessità possa presentarsi. Insieme al software e all'hardware forniamo un costante servizio di supporto e assistenza ai nostri clienti in tempo reale tramite collegamento remoto.

Assistenza Misuratori Fiscali.

Il nostro staff tecnico è in grado di diagnosticare ed intervenire su qualsiasi problema legato al vostro registratore di cassa.

La comprovata esperienza e preparazione, maturata nel corso degli anni, ci permette di operare su qualsiasi marca e modello garantendo sempre il miglior servizio.

La nostra azienda è abilitata dall'Agenzia delle Entrate ad operare come laboratorio per la verifica periodica.

Info: www.iposvision.com info@bbctech.it +390510826008.



Only One



KONTAKT LENS
V.A.O. Srl

ACCESSOREYES
M I L A N O

OCCHIO AL TUO BUSINESS
IL TUO NOME, IL TUO LOGO, IL TUO PRODOTTO



15 ml 100 ml 360 ml 500 ml



Toriche

Cosmetiche

Quindicinali

Mensili



Giornaliere

**soluzioni e lenti a contatto
personalizzate per ottici e gruppi**

Kontakt Lens V.A.O. srl - viale E. Caldara, 24 - 20122 (MI) Italy - www.kontakt-lens.eu

ZEISS ACADEMY

Nel 2017 la formazione è permanente

GIUNTO ALLA SESTA EDIZIONE, IL PROGRAMMA FORMATIVO RIPARTE E SI ARRICCHISCE DI NUOVI CONTENUTI.

INTRODOTTO NEL 2011, IL PERCORSO DI FORMAZIONE ZEISS ACADEMY HA NEGLI ANNI ASSUNTO UN RUOLO SEMPRE PIÙ RILEVANTE PER L'AZIENDA TEDESCA, TANTO DA ESSERE CONSIDERATO OGGI UNO DEI PILASTRI DELLA STRATEGIA.

Non solo dunque innovazione di prodotto e attività di comunicazione multicanale all'utente finale per incrementare il traffico nei centri ottici partner, **ZEISS mette al centro la valorizzazione della professionalità dell'ottico** proponendo corsi tecnici e manageriali di alto livello, dedicati ai titolari e agli addetti alla vendita, aggiungendo un focus particolare sulla digitalizzazione. Oltre a moduli presentati nell'edizione precedente, risultati essere molto apprezzati dai partecipanti, per il 2017 sono stati inseriti a programma due nuovi corsi tecnici, arrivando ad un totale programmato ad oggi di 49 corsi residenziali.

La prima novità si chiama **"Lens fit"** ed è a cura di Gian Andrea Ianese.

Attraverso l'indagine sulle abilità visive, sulle abitudini individuali consolidate e sulle esigenze personali di ogni consumatore, si arrivano a individuare e/o risolvere eventuali problematiche emerse con la consegna del dispositivo compensativo che portano o hanno portato a

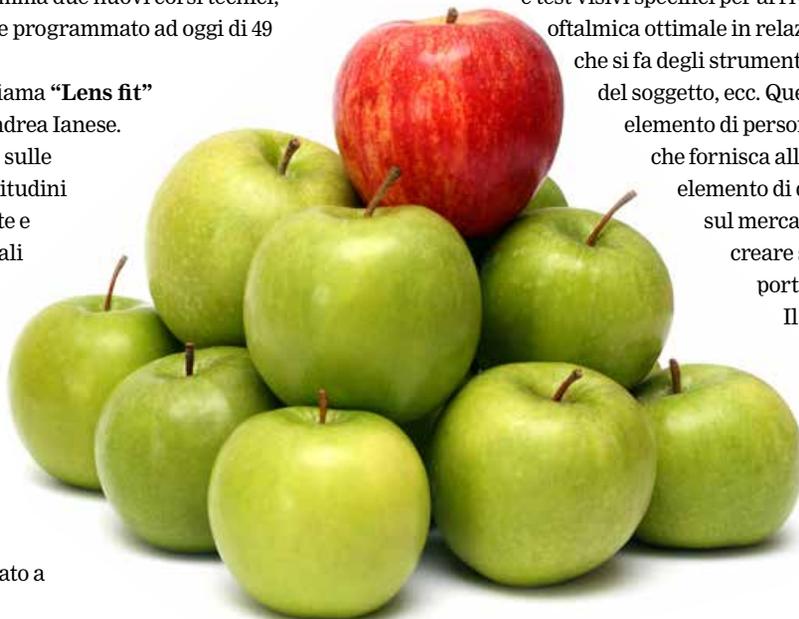
una situazione comunemente identificata come 'mancato adattamento'.

Il secondo corso rappresenta un segno di continuità con il percorso legato alla nostra campagna "Digital" per il 2017 e si chiama **ZEISS Digital Specialist**. La digitalizzazione è un aspetto che interessa ormai tutti, è talmente entrato nelle abitudini delle persone che non è quasi più un elemento da evidenziare, quasi fosse la normalità. Invece, andare a fondo dell'utilizzo dei dispositivi digitali, può avere conseguenze diverse nella scelta della soluzione visiva più coerente con le abitudini di ciascuna persona.

L'obiettivo del corso è creare un protocollo di lavoro per condurre un'analisi visiva specifica e personalizzata sugli utilizzatori dei dispositivi digitali. Ciò significa: anamnesi e test visivi specifici per arrivare alla soluzione oftalmica ottimale in relazione all'utilizzo che si fa degli strumenti digitali, dell'età del soggetto, ecc. Questo per creare un elemento di personalizzazione dell'offerta che fornisca all'Ottico Partner un elemento di differenziazione in più sul mercato, con l'obiettivo di creare sempre valore per il portatore.

Il corso è patrocinato dall'Università del Salento e rientra in un percorso di certificazione.

Con la 7° edizione di Zeiss Academy, chi vorrà, potrà concludere il percorso e





avere una certificazione da parte dell'Università stessa. Sempre nel segno della continuità con il tema Digital proposto, continua la formazione degli ottici anche sul tema dei **social network**, ampliando l'orizzonte non solo verso il canale Facebook, ma introducendo anche Instagram. I temi che verranno affrontati spaziano, dalla creatività digitale, in generale, alla scelta di una fotografia e a come abbinarla a un messaggio di testo, alla lettura degli insight, alla promozione. Le novità in ambito ZEISS Academy continuano sia in termini di copertura territoriale sia temporale. Nonostante la buona disponibilità di date e di aree raggiunte con i corsi residenziali, nel 2017 l'Azienda tedesca introduce la modalità dei **webinar** ovvero sessioni di training online nei quali i partecipanti accedono da un proprio computer/dispositivo mobile e sono connessi con tutti gli altri partecipanti tramite internet. Questa modalità consente il raggiungimento contemporaneo di un maggior numero di ottici, un minor impegno in termini di tempo - hanno una durata di 45 minuti con 15 minuti di domande al termine - e una focalizzazione su un argomento puntuale, nonché un aggiornamento rapido su innovazioni di servizi all'interno dell'azienda. Al momento sono stati previsti 36 webinar, a cui nel tempo potrebbero aggiungersi altre sessioni. Ogni Centro Ottico Partner avrà, inoltre, a disposizione una licenza annuale per l'accesso alla **piattaforma e-learning ZEISS**, che gli consentirà - attraverso l'autoapprendimento - di fare diversi percorsi formativi (scienza dell'ottica, prodotto, comunicazione e vendite) con i tempi e i modi che riterrà più opportuni. Questo sempre con la possibilità di collegarsi 7/7giorni, 24/24 ore. Al termine di ogni modulo è previsto un questionario di valutazione che, una volta superato, dà il diritto a un certificato di superamento del modulo stesso. Da un punto di vista temporale il calendario dei corsi

residenziali, inoltre, non sarà più concentrato nei mesi gennaio - luglio, ma sarà permanente lungo i 12 mesi, così come il supporto online.

«La formazione è uno strumento che porta, come positiva conseguenza, una ancor maggiore vicinanza dell'Ottico Partner a ZEISS» afferma Chiara Mordente, responsabile del progetto. «Questo è un aspetto che sta a latere del prodotto, ma che permette una migliore proposizione e un'ulteriore crescita sotto l'aspetto professionale. Siamo sicuri che chi partecipa ai nostri corsi vede in ZEISS il partner con il quale crescere e creare valore. In termini numerici, ci aspettiamo un ulteriore incremento di partecipanti rispetto allo scorso anno, grazie anche all'elemento di continuità che andremo a imprimere all'Academy. Siamo già alla sesta edizione, possiamo dire che, anche sotto il profilo formativo, ZEISS abbia percorso i tempi».



BLUDATA

Il Mio Ottico

DIFFERENZIARSI E INNOVARSI PER MANTENERE I CLIENTI.

di *Veronica Gentili*

In un mercato che cambia alla velocità della luce, in un mondo in cui nascono e muoiono servizi dall'oggi al domani e c'è sempre qualcuno pronto ad offrire ciò che offriamo noi a prezzi più bassi, diventano sempre più centrali 3 concetti:

1. differenziazione,
2. ritenzione del cliente
3. innovazione.

Di cosa si tratta?

DIVENTARE SPECIALI PER I NOSTRI CLIENTI

La differenziazione sta, appunto, nel fatto di distaccarsi dai propri concorrenti, offrendo qualcosa di unico; mentre prima eravamo abituati a confrontarci su base territoriale (il Centro Ottico del nostro quartiere o, al massimo, della nostra città), adesso i nostri concorrenti sono ovunque, sparsi per il mondo. Sì perché il nostro cliente potenziale può trovare ciò che vendiamo noi anche online, magari a prezzo più basso, ma quello che non può comprare online è il servizio che noi e solo noi possiamo dargli:

il consiglio per scegliere le lenti più adatte, una visita o consulenza gratuita, una telefonata per il giorno del compleanno e un buono regalo proprio per l'occasione o anche semplicemente il rapporto di fiducia che si instaura tra chi ha bisogno di un servizio (il cliente) e chi dimostra di avere a cuore i suoi interessi oltre che il proprio business (l'ottico), quelle sono cose che aiutano a differenziarsi, a toglierci dal piano del mero "compro lì perché costa meno" e dalla guerra dei prezzi.

Tutto questo ci permette di porci su di un piano completamente diverso, dove chi ci sceglie continuerà a farlo grazie ai servizi non monetari o comunque differenti dagli altri, unici che riusciamo a dare.

RIUSCIRE A MANTENERE I CLIENTI DEL NOSTRO CENTRO OTTICO

Abbiamo parlato spesso in questo blog di quanto sia importante e conveniente lavorare per mantenere i propri clienti anziché concentrarsi esclusivamente sull'acquisizione di nuovi, ma vale la pena ripeterlo; mettere in atto strategie specifiche per coccolare e quindi ritenere chi già ci ha scelto è uno degli investimenti migliori che possiamo fare. Chi ha già acquistato da noi evidentemente già ci conosce, sa cosa offriamo e quindi ci risparmia la fatica (e la spesa) di farci conoscere e prendere in considerazione (conditio sine qua non nessuno arriverebbe ad acquistare da noi!), tanto che, si stima, acquisire un nuovo cliente costa 6/7 volte di più che fidelizzare uno acquisito. Insomma, lavorare per mantenere i clienti è un ottimo investimento!

CORRERE IN UN MONDO CHE CAMBIA

Come dicevamo, il mondo lì fuori sta cambiando ad una velocità incredibile ed insieme a lui sta cambiando il modo in cui le persone si informano e comprano, stanno cambiando i mezzi che usano e cavalcare il cambiamento è fondamentale per sopravvivere e crescere; non funzionano più i messaggi promozionali di 10 anni fa e non funzionano più allo stesso modo i

mezzi di comunicazione e promozione che reputavamo validissimi anche solo fino a 5 anni fa. Senza andare a scomodare i Millennials, basta guardarsi intorno per capire che i nostri clienti comunicano quasi totalmente tramite i dispositivi mobili, si informano sempre più tramite il Web e sono sempre più assordati da un costante diluvio di informazioni che rende difficilissimo catturarne l'attenzione. Come differenziarsi ed innovarsi per mantenere i nostri clienti?

IL MIO OTTICO: NON SOLO UN'APP

È proprio per rispondere a questa domanda che è nato Il Mio Ottico, un sistema che ti permette di creare e mantenere una relazione con i tuoi clienti in un modo mai visto prima. Attraverso questa app, perfettamente integrata con FOCUS, i clienti potranno prenotare gli appuntamenti, ricevere promemoria per l'acquisto delle lenti e notifiche quando gli occhiali sono pronti, visualizzare promo speciali e chattare con il tuo centro ottico in modo semplice ed intuitivo, direttamente con il proprio smartphone. Il grande cambiamento che ci ha investiti negli ultimi anni ha portato anche opportunità che possono permetterci di crescere e generare business in modi completamente nuovi; non perdiamo l'occasione di coglierle!



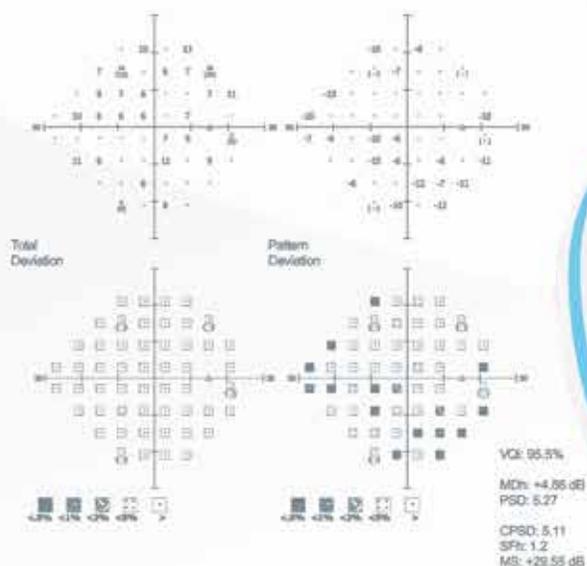
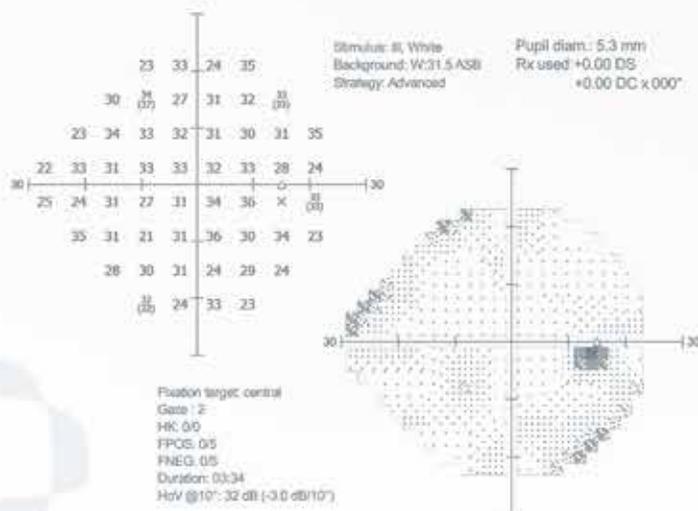


Polyoftalmica

strumenti per l'oftalmologia

PTS925

- Perimetro computerizzato con campi 24-2, 30-2 e 10-2
- Esami di Estermann per la patente e Test di Gandolfo
- Esami di soglia completa in 3-4 minuti



NIKON LENSWEAR ITALY

Visione senza stress

PRESIO MASTER INFINITE LA NUOVA LENTE PROGRESSIVA TOP DI GAMMA.

COS'È LO STRESS VISIVO?

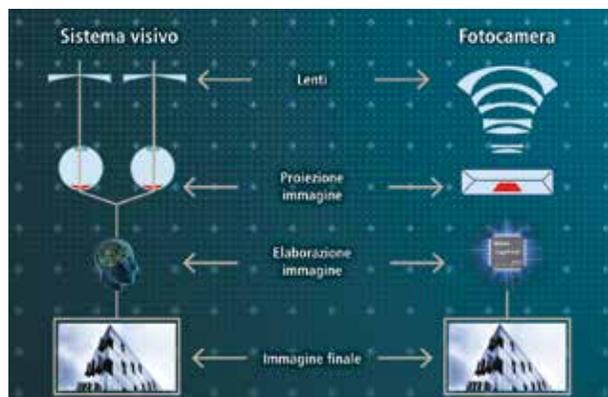
Le lenti progressive contengono aberrazioni che generano immagini sfocate e distorsioni nelle zone periferiche.

Queste aberrazioni:

- Limitano il campo di visione nitida
- Deformano la percezione dello spazio
- Disturbano la visione binoculare

Il sistema visivo ha la capacità di compensare una parte degli effetti di queste aberrazioni con uno sforzo di adattamento.

Lo stress visivo si avverte quando il sistema visivo impiega troppe energie per compensare gli effetti di queste aberrazioni.



LO STRESS VISIVO SI AVVERTE SPESSO NELLA VITA DI UN PORTATORE DI PROGRESSIVE

- Durante le situazioni di visione dinamica in cui il portatore o il mondo circostante si muovono (scendere le scale o viaggiare, attività per le quali l'efficienza visiva è necessaria per percepire i movimenti circostanti).
- Nella visione di oggetti a differenti distanze o posizioni. Esempi: nella guida, in cui è richiesta una particolare attenzione verso numerosi angoli di visione (strada, specchietti...), oppure quando si alterna la visione tra monitor e tablet.



COME FUNZIONA IL NOSTRO SISTEMA VISIVO?

Il nostro sistema visivo si comporta come una macchina fotografica.

Nikon, grazie al suo know-how unico nell'ottica di alta precisione, fornisce nuove prospettive nell'ottica-oftalmica per una qualità dell'immagine precisa e realistica.



PRESIO MASTER INFINITE - 3 TECNOLOGIE NIKON PER IMPLEMENTARE LA VISIONE NELLE AREE PERIFERICHE

BLUR CONTROL

È la combinazione dei migliori filtri di aberrazione della gamma Infinite, nati dalla sinergia con le macchine fotografiche e sviluppati dalla Ricerca&Sviluppo Nikon. Blur Control ottimizza il design della lente tenendo in considerazione la forma della montatura e, grazie agli ultra sofisticati filtri di aberrazione Nikon, le aberrazioni vengono ridotte e localizzate nelle aree più periferiche della lente.



DEFORMATION TUNER

L'effetto prismatico delle lenti progressive crea una percezione distorta dello spazio e una deformazione delle immagini. Deformation Tuner di Nikon controlla le distorsioni introdotte dagli effetti prismatici, nelle aree di visione laterali, riducendo l'effetto "onda" ed offrendo una visione senza stress per ogni direzione di sguardo.



BINOCULAR TUNER

Quando lo sguardo è rivolto lateralmente, gli occhi non osservano attraverso la stessa porzione di lente. Le immagini percepite dall'occhio destro e dall'occhio sinistro, quindi, sono differenti e devono essere ricongiunte per facilitare la fusione da parte del sistema visivo. Binocular Tuner ottimizza il design non solo nell'area centrale della lente ma, soprattutto, nell'area periferica.



DESIGN OTTIMIZZATO GRAZIE AL POTERE DI NODE

Nikon Optical Design Engine è un sistema sviluppato da Nikon specializzato nel calcolo delle superfici ottiche.

È impiegato da Nikon per 2 specifici scopi: la ricerca e sviluppo di fotocamere, e delle altre attrezzature di precisione, e per il calcolo real-time delle lenti oftalmiche.

NODE prende in considerazione i parametri del portatore, valuta le aberrazioni e gli effetti prismatici ad ogni giro di calcolo ripetendo calcoli in loop fino ad ottenere il design ottimizzato per ciascuna prescrizione. Obiettivo: ridurre le aberrazioni ed ottenere il design ottimale, definito inizialmente dagli ingegneri Nikon attraverso le 3 tecnologie di Presio Master Infinite.

Per maggiori informazioni: Numero Verde 800.194.321 - servizioclienti@nikonlenswear.it - www.nikon-lenswear.it

IO VEDO OPPORTUNITÀ



INNOVAZIONE & TECNOLOGIA



PRODOTTI & BENEFICI



VALORE DEL BRAND



DISTRIBUZIONE SELETTIVA

OPTOX

Integrazione alimentare è benessere degli occhi

IL BENESSERE DEGLI OCCHI ENTRA A PIENO TITOLO NELLE COMPETENZE DELL'OTTICO OPTOMETRISTA.



Allestimento negozio per l'evento



Fortunato De Gaetano titolare Ottica Vasari

Quando nel 2006 OPTOX fece il suo ingresso nel mercato ottico-optometrico, proponendo esclusivamente prodotti mirati al benessere degli occhi, senza parlare di occhiali, lenti oftalmiche o lenti a contatto, ci fu un iniziale scetticismo generale. Questo perché fino a quel momento, nel mercato ottico, nessuno aveva ancora affrontato il tema del benessere degli occhi, della prevenzione e del trattamento dei fastidi legati agli occhi, ma solamente quelli legati alla visione.

La gamma di prodotti OPTOX, già vasta nel 2006, è andata man mano crescendo con il passare degli anni e attualmente offre ben 13 referenze, tra integratori del film lacrimale, integratori per l'igiene perioculare e integratori del metabolismo oculare, ognuna specifica per determinate situazioni.

Gli integratori del film lacrimale hanno riscosso un elevato successo sin da subito, questo perché gli ottici erano già abituati a consigliare lacrime artificiali ai propri clienti e con gli integratori OPTOX ha trovato una gamma completa e specifica, altamente qualitativa, per soddisfare tutte le esigenze dei propri clienti. Discorso un po' differente va fatto per gli integratori alimentari. Nel mercato ottico erano una novità assoluta e soprattutto all'inizio gli ottici, anche se interessati al discorso di prevenire e trattare il discomfort oculare tramite la dieta, erano un po' scettici. Ad oggi gli integratori alimentari in ottica sono molto più diffusi e

gli ottici sono sempre più preparati sulle tematiche di prevenzione e trattamento attraverso questi prodotti, ma ancora non abbiamo lontanamente avvicinato il numero di integratori specifici per gli occhi che si vendono in farmacia.

Il sogno di OPTOX è che un giorno tutti gli ottici siano specializzati nel benessere degli occhi e possano offrire ai propri clienti il giusto trattamento, per risolvere fastidi e discomfort che quotidianamente possono colpire i loro occhi. Per arrivare a questo traguardo, la strada giusta è sensibilizzare il cliente finale, che dovrà abituarsi a rivolgersi all'ottico per i fastidi correlati agli occhi e allo stesso tempo, sensibilizzare gli ottici ad approfondire sempre di più queste tematiche, compreso il discorso della prevenzione legato alla dieta e agli integratori alimentari specifici. Per questo vogliamo riportare in questo articolo un'intervista rilasciata da Marco Giannetti, il responsabile del reparto di Contattologia dell'Optica Vasari di Roma; cliente storico di OPTOX e uno dei primi a credere nell'opportunità professionale e di business che gli integratori alimentari possono rappresentare per un centro ottico. Ogni anno Ottica Vasari propone una o più giornate del benessere oculare, in cui cercano di sensibilizzare i propri clienti sui vantaggi che una dieta corretta e un'integrazione alimentare specifica, possono portare ai nostri occhi. "Quando nel 2009, dice il responsabile contattologia Marco Giannetti, noi



Staff Ottica Vasari con special guest Giancarlo Fisichella e titolare Fortunato De Gaetano e Figli.



VIII EDIZIONE Giornata: Dott. Stefano Pellegrino (Consulente Tecnico Commerciale OPTOX) - Dott. Marco Giannetti (Contattologo Ottica Vasari), Barman (addetto catering della giornata)

di Ottica Vasari, abbiamo inserito gli integratori alimentari, abbiamo pensato che potesse trattarsi di una buona opportunità professionale e di business, ma al contempo ci ponevamo il problema su come proporre questi prodotti al pubblico che, almeno allora, non era ancora così avvezzo al loro utilizzo, e soprattutto non pensava (ma forse è ancora così) di poterli trovare nei negozi di ottica.

Da qui l'idea delle giornate (anzi inizialmente la giornata) del benessere oculare con l'intento di informare il cliente sull'importanza di alcuni alimenti e sulla necessità di integrarli se non sufficienti con la normale alimentazione. Essendo pertanto la maggior parte dei nutrienti di natura vegetale, la realizzazione di un banco ortofruitticolo ci sembrava il modo migliore per rafforzare il principio, rappresentando l'integratore e i suoi componenti, o almeno la maggior parte di essi, al naturale. L'azienda OPTOX, che non è solo integrazione alimentare ma anche integrazione lacrimale, ci ha supportato da subito (e continua a farlo) con lo stesso entusiasmo che avevamo noi nel promuovere un evento allora unico nel suo genere e il cui successo è andato sempre più crescendo, suscitando interesse e curiosità tra la clientela e, perché no, tra i colleghi.

Si è creato così un rapporto che non vede semplicemente una collaborazione tra fornitore e cliente, ma una partnership con lo stesso obiettivo: sensibilizzare l'utente finale rispetto ad un concetto più completo di benessere degli occhi, che non arriva solo attraverso lenti e occhiali. Ci è venuta quindi la voglia di fare sempre meglio, di curare sempre più l'organizzazione e di aggiungere un elemento ulteriormente rappresentativo del benessere oculare che avevamo trascurato, ovvero la protezione solare. Da qui l'attuale struttura della manifestazione:

IL BENESSERE OCULARE ATTRAVERSO L'ALIMENTAZIONE, L'INTEGRAZIONE ALIMENTARE E LA PROTEZIONE SOLARE. Abbiamo raddoppiato l'evento con due giornate consecutive e con edizioni stagionali: quella autunnale, da poco conclusa, e quella

primaverile già in programmazione, con nuove idee.

La ricetta tutto sommato è semplice:

- Un lavoro preventivo di documentazione sui nutrienti e la loro provenienza
- L'acquisto di frutta e verdura rispettando il più possibile la stagionalità
- L'allestimento, come già detto, di un vero banco ortofruitticolo avendo però cura di dare un garbo, si passi il termine, "vetrinistico", così da ottenere un mix di colori che richiama l'attenzione
- L'esposizione di confezioni di integratori, insieme alla frutta e alla verdura, in base ai nutrienti specifici
- Un corner con l'intero campionario di occhiali da sole di un'azienda che riteniamo leader per la qualità ottica delle lenti
- Un angolo dedicato alla degustazione con un barman che prepara frullati di frutta fresca, e ancora degustazione con dolcetti a base di marmellata ai frutti di bosco e di zucca, torte alle carote, e poi ancora frutta secca e cioccolato fondente
- E poi la voglia di fare qualcosa di diverso, parlare di cose serie divertendosi, lanciare un messaggio importante: se veramente teniamo alla nostra salute e nello specifico a quella dei nostri occhi, l'Alimentazione, l'Integrazione alimentare e la Protezione solare devono far parte del nostro stile di vita.

L'obiettivo di OPTOX è di esportare il modello "Vasari" anche su altri centri ottici in modo da contribuire a sensibilizzare maggiormente la propria clientela.

Il benessere degli occhi entra a pieno titolo nelle competenze dell'ottico optometrista.



ESSILOR

VARILUX SERIES IN TV DAL 26 FEBBRAIO

AL VIA UN IMPORTANTE PIANO MEDIA CON +50%
DI INVESTIMENTO RISPETTO AL 2016.

Un 2017 tutto in accelerazione per Varilux, con tante novità di prodotto e una campagna media dai grandi numeri. Con un incremento del 50% dell'investimento rispetto al 2016: on air dal 26 febbraio per 4 mesi con 550 milioni di contatti previsti tra TV, DIGITAL e RADIO. Obiettivo? Attirare sempre più presbiteri nei Centri Ottici continuando ad aumentare la notorietà del brand, generare traffico nel punto vendita grazie al programma "Raddoppi le tue lenti" nella nuova edizione semplificata, nonché favorire la fidelizzazione dei consumatori, promuovendo l'unicità di Varilux Series.

Varilux Series e l'unicità della tecnologia Nanoptics sono quindi nuovamente protagoniste di una Campagna Media ancora più imponente. Più incisiva anche la call to action della "Raddoppi le tue lenti" attiva dal 1° marzo e fino al 31 dicembre che offre al consumatore la possibilità di acquistare un secondo

equipaggiamento di lenti specializzate per il sole, lo sport, l'ufficio o la guida, "ad un prezzo davvero speciale". Oltre 1.000 gli spot RADIO previsti per promuovere la Raddoppi. E per i Centri Ottici partner un ingaggio particolarmente interessante: il concorso "Con Raddoppi Vedi

se Vinci" dedicato a tutti coloro i quali proporranno il secondo equipaggiamento con Raddoppi, e che prevede la vincita di moltissimi premi.

Sette le settimane programmate in TV sulle principali emittenti nazionali, oltre 3.000 passaggi sul digitale e sul satellitare, con una concentrazione importante di passaggi nel prime time (40%) e un'alta copertura del target. Novità premium, i mini-spot dedicati a Varilux Transitions con alta visibilità nei programmi in target, capaci di combinare l'unicità tecnologica di Varilux Transitions, per una visione ottimale in ogni condizione di luce. Ma non solo. Il nuovo spot sarà supportato da una pianificazione diversificata e volta a potenziare l'efficacia dello spot TV e catturare l'attenzione dei nuovi presbiteri - digitali e non. Una vera e propria campagna digital oriented - oltre 30 milioni di contatti coinvolti - con una massimizzazione della presenza online sul canale YouTube e sui siti ad alta affinità (news, intrattenimento). A rafforzare ulteriormente la pressione pubblicitaria, una forte campagna Display con formati impattanti come SKIN e Banner animati per promuovere la call to action al consumatore finale e spingere il programma "Raddoppi le tue lenti". Sinergia ulteriore, una Campagna Facebook con Page post e Video post per raccontare spot e call to action.

A tutto ciò si aggiunge anche una campagna consumer su testate cartacee in target con il prodotto, per sostenere il posizionamento del brand.

Ultima, ma non meno importante, una campagna in-store d'effetto a supporto del Centro Ottico per:

- Potenziare la riconoscibilità attraverso Nuove VETROFANIE e MATERIALI IN-STORE
- Generare traffico nel Centro Ottico grazie al programma RADDOPPI LE TUE LENTI nella nuova edizione semplificata
- Amplificare localmente la campagna grazie ad una consulenza marketing che supporta il Centro ottico nel progettare le campagne di MARKETING LOCALE
- Personalizzare il messaggio grazie agli strumenti di comunicazione scaricabili da www.myessilor.it: BANNER, NEWSLETTER, AFFISSIONI, ecc.



Il software gestionale di
vendita per i professionisti
ottici e optometristi

IPosVision

Intelligent point of sale for optical stores

Software completo

Gestione sicura del
cliente con Privacy e
Conformità

Prescrizioni
occhiali e LAC

Ordini di lavorazione con
Configuratore
occhiale e Motore
promozionale

Gestione completa caparra

Listini dei principali
produttori sempre
aggiornati



App per Iphone/Ipad

Gestione, inserimento
clienti e prescrizioni

Articoli con foto e stock

Vendita e stampa scontrino
diretta su stampanti
intelligent



Gestione indipendente Tessera Sanitaria

IPosVision è integrato
con il sistema TS
(Tessera Sanitaria)
per l'invio telematico
sicuro dei dati relativi
alle spese sanitarie
nelle modalità
previste dai D.M. del 31
luglio 2015 e D.M. del 16
settembre 2016.

Invio diretto da IPosVision
con un click con risposta
immediata

oppure

Estrazione file xml da
inviare

Sicuro e versatile

Dati protetti da
crittografia garantita
da DataBase SQL



Interfacciato con i più
diffusi Misuratori fiscali e
pos bancari



Funzionalità di tipo en-
terprise

Illimitato numero di
punti vendita e gestione
franchising

Reports comparativi

**SICURO VELOCE SEMPLICE
FLESSIBILE AFFIDABILE
DESIGN INTUITIVO
ULTIMA TECNOLOGIA**

Acquista la tua licenza entro il 31 gennaio 2017
Avrai in omaggio la **verificazione periodica** sul tuo
misuratore fiscale per tutto il periodo contrattuale.
Contattaci subito: 051.0826005 - info@bbctech.it

scopri di più su www.iposvision.it

BBC
TECHNOLOGIES
dal 1987 al vostro fianco

Via D. Cimarosa 101
40033 Casalecchio di Reno (BO)
Tel. +39 051 0826005 - Fax +39 051 6135552
info@bbctech.it - www.iposvision.it

Certified Service Partner

FUJITSU



C. ISO 9001:2008
C. ISO 14001:2004

A CURA DI SOPTI SOCIETÀ OPTOMETRICA ITALIANA

La visione guida del movimento corporeo: dall'organizzazione neurale all'allenamento visuo-motorio con metodo S.V.T.A.

Analisi di un allenamento visuo-motorio con valutazione dei dati raccolti.

di VALENTINA RUGOLOTTO

ABSTRACT

Scopo: allenamento visuo-motorio condotto con finalità di allenare specifiche abilità visive, utilizzate nello sport della pallavolo, in modo tale da incrementare l'efficienza e la performance visiva per ricavarne, infine, benefici visivi utili alla performance sportiva.

Metodi: metodo di confronto tra gruppo sperimentale (trained) e gruppo controllo (untrained).

Metodo S.V.T.A.: vision training effettuato attraverso circuiti di esercizi costituiti da pannelli/banner di varie dimensioni forniti dal kit S.V.T.A.

Risultati: Effetti generali riscontrati sui tempi di reazione e sull'acutezza di rilevazione visiva degli atleti.

Effetti specifici riscontrati sulla flessibilità accomodativa e di vergenza, sulla capacità di focalizzazione a due distanze, sulla coordinazione occhio-piede e sulla qualità e rapidità dei movimenti saccadici.

Discussione: il gruppo sperimentale, sottoposto al training visuo-motorio, ha riportato miglioramenti visivi e motori maggiori rispetto al gruppo controllo, in tutti i test base al quale entrambi i gruppi sono stati sottoposti, prima e dopo il programma di training. Tali miglioramenti sono stati inoltre confermati soggettivamente dalle atlete le quali sono state sottoposte ad un questionario anamnestico finale.

Conclusione: la visione è una funzione appresa nel tempo e quindi, plasmabile. Essa è una funzione allenabile, potenziabile, migliorabile nel tempo, attraverso l'utilizzo di specifici e adeguati training visuo-motori.

KEYWORD

Sport vision training - Metodo S.V.T.A. - Tempi di reazione - Miglioramento efficienza visiva.

INTRODUZIONE

La visione è il senso primario responsabile di una buona prestazione sportiva in quanto, essa è il segnale che dirige il corpo. Il cervello acquisisce l'80% delle informazioni e degli stimoli dal sistema visivo (Kandel, 2015) i quali, subiscono una profonda elaborazione a livello cerebrale. Più questa lavorazione è rapida ed efficiente, più i comandi saranno trasmessi velocemente e precisamente al sistema motorio. L'atleta deve compiere velocemente e in modo coordinato diverse e complesse azioni motorie, adeguandole continuamente al mutare delle situazioni di gioco. Perfezionando le abilità visive si migliora e velocizza l'elaborazione dei dati in entrata ottimizzando infine, anche la risposta neuro-motoria. Ogni specifico sport richiede l'utilizzo di un insieme di abilità visive e proprio dal loro potenziamento ne scaturisce il miglioramento delle prestazioni sportive.

Considerando tale affermazione e i risultati di numerose ricerche, le quali sostengono la possibilità di allenare e migliorare varie capacità visive attraverso il Vision Training, è stata condotta una sperimentazione per indagare sull'efficacia dei programmi di allenamento visuo-motorio svolti con metodo Science Vision Training Academy (S.V.T.A.).

SCEGLI LA TUA CARTA!



- **LENTI ESA:** Contattologia specialistica, Ortho-k, ipermetropia, toriche, cheratocono, post lasik.
- **FORMAZIONE:** Posturologia e visione, contattologia pediatrica, film lacrimale ...
- **TETRA:** Dislessia e visione: un nuovo approccio.
- **STRUMENTAZIONE:** Topografi, LaF, Tonometri, Fundus Camera, Fotorefrattometri ...

VENITE A TROVARCI AL MIDO!
MILANO 25 - 27 FEBBRAIO • STAND E27 PAD 3



La sperimentazione ha coinvolto due squadre di pallavolo. Metà di ogni squadra ha preso parte al programma di training visuo-motorio, costituendo il gruppo sperimentale, l'altra metà invece, ha formato il gruppo controllo. È stato ipotizzato che i soggetti allenati avrebbero incrementato le loro abilità visive e l'efficienza visiva nel complesso, maggiormente rispetto al gruppo non allenato. Inoltre da tali miglioramenti, il gruppo sperimentale avrebbero ricavato benefici utili per la performance sportiva.

METODO

Il metodo S.V.T.A. nasce e si sviluppa come training sia visivo che motorio, con lo scopo di allenare gli stimoli visivi, ma anche di collegarli direttamente agli stimoli motori. Il metodo consiste nell'esecuzione di un programma di allenamenti visuo-motori svolto con un kit di lavoro, composto da diversi pannelli/banner, di varie dimensioni, ognuno specifico per ciascuna delle capacità visive da perfezionare (Cagno A; 2013):

I partecipanti: la sperimentazione ha coinvolto 26 atlete di sesso femminile facenti parte di due squadre di pallavolo, una di seconda divisione e una under 16.

I soggetti sono stati divisi in due gruppi. Il gruppo sperimentale costituito da 13 atlete (età media $18,7 \pm 1,5$ anni) e il gruppo controllo formato dalle rimanenti 13 ragazze (età media $18 \pm 1,2$ anni).

I partecipanti non hanno preso parte ad alcuna attività che potrebbe influenzare i risultati di questo studio e non sono affetti da alcuna patologia oculare.

Prima della sperimentazione, i soggetti sono stati sottoposti ad un'accurata analisi optometrica, in modo da poter avere un quadro generale sulla condizione visiva di ogni atleta e creare così, due gruppi omogenei e privi di significative differenze visive.

Si informa che, tali pre test sono stati effettuati nel mese di agosto e quindi, dopo un periodo di latenza dall'attività sportiva per tutte le ragazze.

I test hanno incluso:

- ANAMNESI
- DOMINANZA OCULARE (motoria e sensoriale)
- MOTILITÀ OCULARE (nelle sei posizioni di sguardo)
- ACUITÀ VISIVA (con lettere di Sloan)
- SOGGETTIVO (metodo OEP)
- STEREOSPEED (locale e globale).

Le misure: tutte le 26 atlete hanno inoltre preso parte ad alcuni test controllo base all'inizio e alla fine del training visuo-motorio, così da poter confrontare, alla fine delle settimane di allenamento, i due gruppi (sperimentale e controllo) l'uno con l'altro ed eventuali cambiamenti insiti in ciascun gruppo.

Test base:

- **Flessibilità accomodativa e di vergenza:** cicli al minuto con Flipper accomodativi +/- 2.00D e di vergenza 8BI/12BE con test da lettura 1,00 M/J 7, a 40 cm di distanza e in condizione visiva abituale.
- **Facchin Card:** misurazione delle eteroforie nelle sei posizioni di sguardo, a 40 cm di distanza.
- **Velocità occhio-mano proattiva con Sanet Vision Integrator (SVI):** attraverso uno monitor touch screen 50" è stata misurata la velocità di discriminazione di uno stimolo e la velocità di coordinazione occhio-mano (Sanet, Boret; 2012).
- **Tempo complessivo:** completamento del programma di 50 stimoli;
- **Tempo di reazione:** media del tempo necessaria all'atleta per toccare il target dopo che esso è comparso sul monitor;
- **Acutezza:** Percentuale di colpi esatti eseguiti.

Test controllo 1 con kit S.V.T.A.: misurazione della flessibilità accomodativa e di vergenza, capacità di focalizzazione a due distanze, coordinazione occhio-piede. Uso di un pannello grande a 2 metri di distanza dall'atleta e di un pannello piccolo in mano; riferimenti colorati a terra.

- Cambi al minuto (lettura di 3 riferimenti lontano e coordinazione con i piedi e lettura di 3 riferimenti vicino e coordinazione con i piedi corrispondono ad un ciclo);
- Acutezza dei movimenti omolaterali dei piedi (ottimo/buono/scarso/insufficiente);
- Qualità dell'esercizio (media tra cicli ed errori).

Test controllo 2 con kit S.V.T.A.: valutazione della rapidità dei movimenti saccadici in condizione di stress controllato. Uso di pannelli a strisce posti ad un metro e mezzo l'uno dall'altro e a 2 metri dall'atleta che, effettua il passaggio continuo della palla tra le mani, ad una distanza maggiore di quella delle spalle.

- Tempo complessivo per completare l'esercizio saccadico
- Errori e perdite di segno
- Fluidità movimento oculare (buono/scarso)
- Qualità dell'esercizio (media tra il tempo complessivo ed errori).

Modalità di training, si basa su due regole fondamentali:

1. **GRADUALITÀ:** si inizia da livelli base, elementari e privi di elementi accessori e con il progredire delle abilità dell'atleta, si aumenta la difficoltà dell'esercizio attraverso l'incremento di compiti motori, uditivi o cinestetici e l'uso di vari elementi ausiliari.
2. **DIFFERENZIAZIONE:** si intende la variabilità con cui ogni allenamento deve essere svolto. L'utilizzo di pannelli differenti in ogni sessione permette un

Grande
concorso **Occhio**
allo
Scatto DAILIES®



Acquistando **3 confezioni da 30 o 90 lenti a contatto DAILIES® PLUS®** i consumatori riceveranno in omaggio **1 o 2 Voucher PHOTOBOX** per la stampa di **1 Fotolibro Prestige** o di **25 Foto Vintage** personalizzate.

Ogni Voucher darà la possibilità di partecipare all'estrazione di 5 Polaroid SnapTouch al giorno

Chiedi maggiori informazioni al tuo responsabile Alcon® di riferimento!



maggior sviluppo della base cognitiva.

Dal punto di vista delle condizioni di somministrazione degli esercizi invece, le modalità di svolgimento del programma sono sempre rimaste invariate. Gli esercizi sono stati svolti tutti nella stessa palestra perciò, nelle



Fig. 1
Sessione di training per le fissazioni.

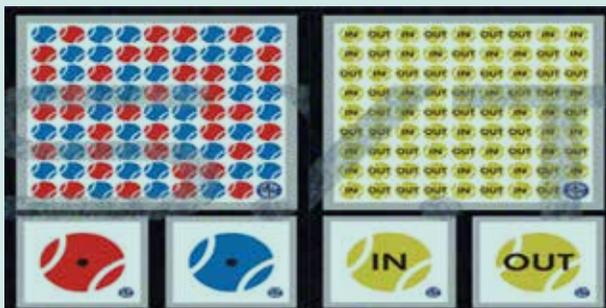


Fig. 2



Fig. 3



Fig. 4

medesime condizioni di illuminazione

Il programma di training comprende un totale di 10 sessioni, svolte due volte alla settimana per un totale di 5 settimane. Ogni sessione è composta da 5 esercizi svolti in condizione di visione abituale, per 2 minuti con 15 secondi di recupero tra un esercizio e l'altro. Ogni sessione di allenamento comprende il training di cinque abilità visive:

1. FISSAZIONI

Utili per ricavare dall'ambiente solo informazioni rilevanti al fine di scegliere la miglior tattica di gioco e permettere una corretta conformazione dei muscoli corporei al cambiamento degli stimoli visivi.

- **Apparato:** pannelli per velocità di riconoscimento a due o quattro stimoli
- **Stimolo:** palline a due impulsi ROSSO/BLU oppure IN/OUT, palline a quattro impulsi/posizioni: 1, 2,3,4 oppure GIALLO, ROSSO, BLU, VERDE oppure con sfondo di un colore e scritta di un altro
- **Compito:** fissazione e lettura degli impulsi eseguendo contemporaneamente il gesto motorio coordinato alla visione
- **Variazioni:**
 - Pannelli bassa difficoltà a due impulsi (Fig. 2);
 - Pannelli media difficoltà a quattro impulsi (Fig. 3);
 - Pannelli elevata difficoltà a quattro impulsi (Fig. 4), uso del metronomo.

2. MOVIMENTI OCULARI SACCADICI

Utili per una rapida scansione dello spazio circostante e per una continua e veloce intercettazione della palla; l'allenamento permette maggior precisione nell'azione e riduzione del tempo di latenza provocato dalla "soppressione saccadica".

- **Apparato:** pannelli a strisce per movimenti veloci "a salto degli occhi", con attenzione visiva
- **Stimolo:** palline a due impulsi ROSSO/BLU oppure IN/OUT, palline a quattro impulsi/posizioni: 1, 2,3,4 o GIALLO, ROSSO, BLU, VERDE
- **Compito:** movimenti degli occhi da una striscia all'altra leggendo lo stimolo ed eseguendo contemporaneamente il gesto motorio



Fig. 5
Sessione di training per i movimenti oculari saccadici.



YOU'RE UNIQUE. YOUR YUNIKU.

**IN ANTEPRIMA
A MIDO**

Un volto racconta più delle parole.

Scopri l'innovazione rivoluzionaria Yuniku: il primo
occhiale "vision-centric" al mondo realizzato su
misura in 3D. Perfetto per ogni esigenza visiva,
look e stile di vita.

Per info www.yuniku.com

Yuniku.

3D TAILORED EYEWEAR

HOYA

• **Variazioni**

- Pannelli bassa difficoltà a due impulsi (Fig. 6) posti alla stessa altezza e alla distanza di 2 metri, a 2 metri dal soggetto;
- Pannelli media difficoltà a quattro impulsi (Fig. 7) posti alla stessa altezza, distanza di 1 metro e mezzo tra i pannelli e ad un metro dal soggetto;
- Pannelli elevata difficoltà a quattro impulsi (Fig. 8), strisce ad altezza diversa e a distanza uguale o minore di un metro. Utilizzo del metronomo per velocizzare l'esercizio.

3. MOVIMENTI DI INSEGUIMENTO

Utili per mantenere la fissazione su un oggetto in movimento nell'area di campo visivo centrale. Maggior fluidità dei muscoli oculomotori, migliori movimenti oculari, maggior controllo sulla palla.

- **Apparato:** pannelli con simbolo infinito
- **Stimolo:** simbolo dell'infinito, orizzontale o verticale, costituito da palline numerate sfondo ROSSO/BLU
- **Compito:** in piedi di fronte al pannello, lettura rapida numeri o movimento veloce degli occhi da una pallina all'altra lungo il percorso, in senso orario e antiorario
- **Variazioni:**
 - Bassa difficoltà posizionati a 2-3 metri di distanza dal soggetto;
 - Media difficoltà a 75 cm di distanza;
 - Elevata difficoltà a 50 cm dal soggetto e uso di occhiali anaglifici per dissociare la visione simultanea.

4. VISIONE PERIFERICA

Possedere una maggior consapevolezza periferica permette una miglior valutazione dell'oggetto in movimento e una maggior velocità di reazione, con conseguente scelta di tattiche di gioco diverse.

- **Apparato:** pannello per allenamento percezione periferica
- **Stimolo:** simboli in bianco e nero oppure con lettere ROSSE/BLU
- **Compito:** di fronte al pannello, mantenere la fissazione centrale ed elencare le lettere in periferia, eseguendo il gesto motorio
- **Variazioni:**
 - Bassa difficoltà: pannello piccolo con simboli a 50/75 cm dal soggetto, pannello grande con lettere posto a 150 cm;
 - Media difficoltà: pannello grande con lettere posto a 75 cm;
 - Elevata difficoltà: pannello grande con lettere a 50 cm e utilizzo di occhiali anaglifici.

5. FLESSIBILITÀ ACCOMODATIVA e DI VERGENZA

Utile per eseguire rapidi cambi di focalizzazione e minimizzare rallentamenti ed esitazioni nell'esecuzione dell'azione.

- **Apparato:** Pannello per allenamento flessibilità accomodativa - vergenza; grande lontano, piccolo vicino



Fig. 6



Fig. 7



Fig. 8



Fig. 9
Sessione di training per i movimenti di inseguimento.

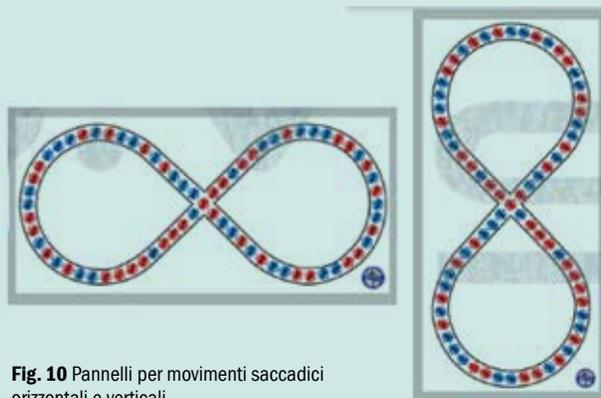


Fig. 10 Pannelli per movimenti saccadici orizzontali e verticali.

CODE
10.550.00



THINK ALIKE!

3 STRUMENTI
3 INSTRUMENTS



4 STRUMENTI
4 INSTRUMENTS



5 STRUMENTI
5 INSTRUMENTS



MeccanotticaMazza^{sr1}
ambienti oftalmici



Fig. 11
Sessione di training per la visione periferica.

- **Stimolo:** Simboli di oggetti in bianco e nero
- **Compito:** Spostamento dello sguardo dal pannello grande (lontano) a quello piccolo (vicino) e viceversa elencando gli oggetti ed eseguendo il gesto motorio
- **Variazioni:**
 - Bassa difficoltà: distanza di lavoro 3 metri e lettura di UN simbolo lontano e UNO vicino;
 - Media difficoltà: distanza di lavoro 4/5 metri e lettura di UN simbolo lontano e UNO vicino;
 - Elevata difficoltà: distanza di lavoro 5 metri e lettura di PIÙ simboli lontano e PIÙ simboli vicino.

RISULTATI

Concluso il programma di training visuo – motorio, sono stati ripetuti i test base - somministrati all’inizio della sperimentazione - alle 26 atlete appartenenti ai gruppi sperimentale e controllo.

I risultati di questi test ci suggeriscono che l’allenamento visuo-motorio, svolto con metodo S.V.T.A., ha prodotto degli effetti positivi e generali sulla prestazione visuo-motoria dell’atleta, i quali sono stati il prodotto di un intenso lavoro e miglioramento di aspetti primari e specifici.

Nei grafici sotto riportati, il gruppo sperimentale sarà nominato GRUPPO A o Trained, il gruppo controllo invece, GRUPPO B o Untrained.

Gli effetti generali ottenuti nella prestazione complessiva dell’atleta, sono conseguenza indiretta dell’allenamento specifico di alcune aree visive. Essi sono stati misurati e calcolati sperimentalmente attraverso la funzione di rilevazione della velocità occhio – mano proattiva del Sanet Vision Integrator (SVI). I dati finali sono stati elaborati e confrontati con quelli iniziali e da essi ne sono scaturiti due principali effetti:

1. Effetti sui tempi di reazione
2. Effetti sull’acutezza di rilevazione visiva.

1. Effetti sui tempi di reazione

L’allenamento visuo-motorio, e in questo particolare



Fig. 12
Pannello con simboli in bianco e nero.



Fig. 13
Pannello con lettere rosse e blu.



Fig. 14
Sessione di training relativo alla flessibilità di vergenza.



Fig. 15 Pannello grande posizionato lontano, pannello piccolo in mano.

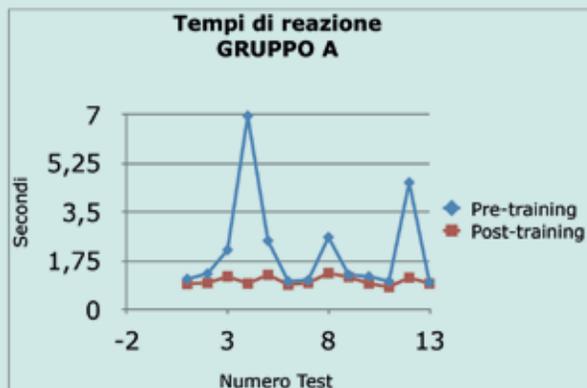


Grafico 1 Tempi di reazione del GRUPPO A.

DA
ASSUMERSI
PER
VIA OCULARE



Revisa
Vitamin

The logo for Revisa Vitamin features a stylized blue and white graphic above the brand name. 'Revisa' is in blue and 'Vitamin' is in a multi-colored font (green, yellow, orange, pink).

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

Vita Research

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

ordini@vitaresearch.com



VitaResearch

RESEARCH
THAT BECOMES CARE

caso, il lavoro svolto attraverso gli esercizi di fissazione e coordinazione visuo-motoria (occhio - mano/piede) sembrerebbe aver prodotto i risultati positivi, qui sotto riportati.

Il tempo di reazione è la media del tempo necessario all'atleta per toccare i target dopo che essi sono apparsi sul monitor.

Il grafico 1 riporta in BLU la media dei secondi necessari alle atlete del gruppo sperimentale, per localizzare e toccare i target prima che prendessero parte al training; in ROSSO i tempi di reazione delle stesse atlete dopo aver seguito gli allenamenti. Come è possibile constatare, nella fase pre-training il tempo di reazione utile era molto diversificato all'interno del gruppo e la media di esso si aggirava attorno ai $2,13 \pm 0,5$ secondi. Nella fase finale invece, la disposizione dei dati assume un aspetto decisamente più omogeneo e, riducendosi il tempo medio di reazione ($1,04 \pm 0,0$ secondi), la configurazione subisce un notevole abbassamento.

Tutto ciò sembrerebbe confermare la diminuzione dei tempi di reazione del gruppo sperimentale, dopo aver seguito e concluso le settimane di training.

2. Effetti sull'acutezza di rilevazione visiva

Per acutezza di rivelazione visiva, in questo specifico caso, si intende la percentuale dei colpi esatti eseguiti durante il

test. Si osserva dal grafico che la percentuale dell'acutezza, nella fase anticipatoria del training, ha un livello minore rispetto alla percentuale post training. Ciò significa che tale abilità, dopo il programma, ha subito un incremento nella maggior parte dei casi; mediamente il miglioramento è stato del $14,61 \pm 0,7$ %.

È possibile quindi pensare che, le atlete percepiscono e localizzano i target in modo più veloce e più accurato rispetto alla fase pre-training (Grafico 2).

In entrambi i casi - sia per i tempi di reazione che per l'acutezza di rilevazione - anche nel gruppo controllo (B) si assiste ad un leggero miglioramento, sicuramente provocato dai benefici dell'allenamento motorio della pallavolo a cui le ragazze sono settimanalmente sottoposte. Si ricorda infatti, che i pre test sono stati somministrati alle atlete, prima dell'inizio della preparazione sportiva e quindi, dopo un periodo consistente di stallo fisico. Nel corso del training visuo-motorio si è lavorato per settimane su alcune abilità visive che, in questo caso saranno chiamate aspetti primari o specifici.

Effetti sulla flessibilità accomodativa e di vergenza, sulla capacità di focalizzazione a due distanze e sulla coordinazione occhio-piede.

Queste abilità sono state valutate nel loro insieme, attraverso il Primo Test Controllo (Grafici 3 e 4). Osservando i grafici e confrontando attentamente le distribuzioni più scure (pre training) con quelle più chiare (post training), è possibile notare che nel grafico rappresentante il gruppo A, in quasi tutti i casi tranne in due, la qualità dell'esercizio è migliorata. Le atlete svolgono il test più rapidamente e commettendo minor numero di errori. Tutto ciò è prodotto da un'insieme di contributi: miglior coordinazione occhio-piede, maggior fluidità e velocità nel passaggio della visione da vicino a lontano e viceversa, miglior capacità mnemonica.

Il grafico sottostante raffigura le tendenze del gruppo B. Nella maggioranza dei casi le due distribuzioni si sovrappongono, ciò è sinonimo di mancanza di sostanziali differenze con il passare del tempo.

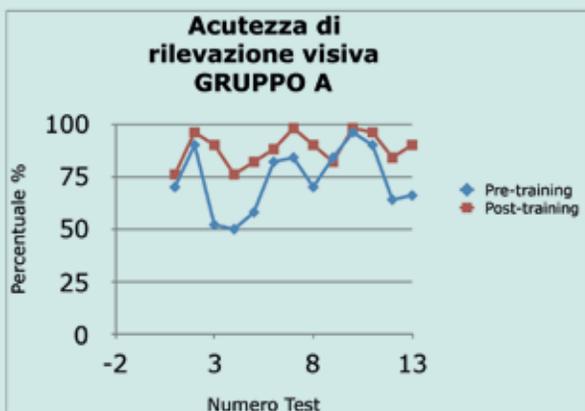


Grafico 2 Acutezza di rilevazione visiva, espressa in percentuale, del GRUPPO A.

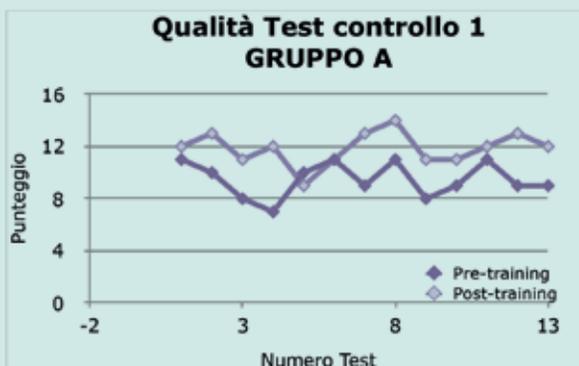


Grafico 3 Qualità Test controllo 1 del Gruppo sperimentale.

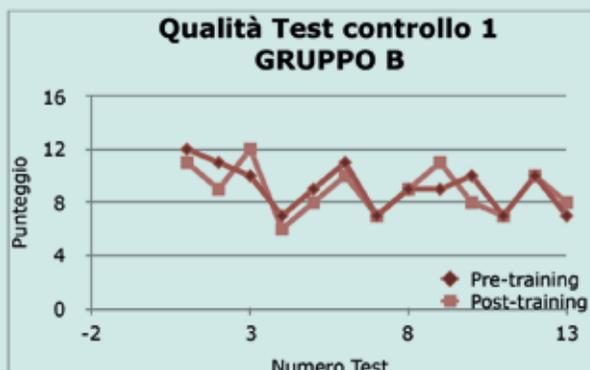


Grafico 4 Qualità Test controllo 1 del Gruppo controllo.

Il modo di vedere il mondo è cambiato.

Soluzioni visive ZEISS per il mondo digitale.

ON AIR
grande campagna
comunicazione
multicanale

// INNOVATION
MADE BY ZEISS

- Un portafoglio completo di soluzioni per rispondere al meglio ai bisogni visivi odierni
- Visione confortevole e rilassata per tutto il giorno
- Protezione dagli effetti dannosi della luce blu

Seguici su

www.zeiss.it/vision

ZEISS Migliore Visione



Effetti sulla qualità dei movimenti saccadici

Il Test controllo numero 2 ha valutato la rapidità, fluidità e accuratezza dei movimenti saccadici. I dati sono riportati nei grafici 5 e 6. A prima vista ciò che si nota è una profonda diversità tra i due grafici per alcuni aspetti; essi riportano le misure prese prima e dopo il training.

L'aspetto primario che si osserva è la differenza sostanziale tra le due distribuzioni, nel primo caso le distribuzioni si sovrappongono solamente in un punto, nel secondo invece, sono sovrapposte per quasi tutta la loro lunghezza.

Un ulteriore aspetto evidente è la diversità dei dati misurati nella fase pre training (colore scuro). Nel gruppo A quest'ultimi sono maggiormente concentrati tra gli 8 e i 12 punti, hanno valore massimo di 13 e minimo addirittura di 1 punto. I dati del gruppo B invece, sono più omogenei e si aggirano con maggiore frequenza tra i 14 e i 10 punti, non scendendo mai al di sotto dei 7 punti.

Questa situazione suggerisce un livello base più elevato delle atlete Untrained rispetto alle Trained. Dopo le settimane di training però, il livello delle prime è rimasto costante, mentre il livello del gruppo sperimentale si è fortemente modificato, conformandosi e innalzandosi in media di 4 punti.

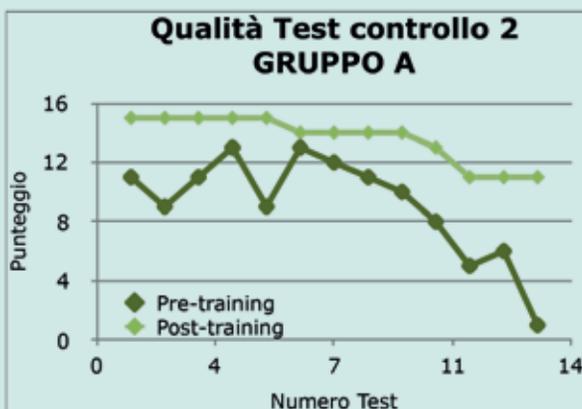


Grafico 5 Qualità Test controllo 2 del Gruppo Sperimentale

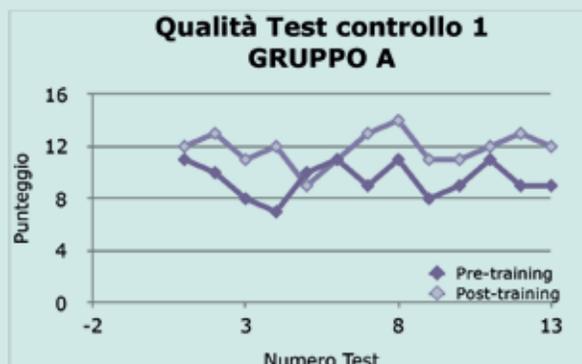


Grafico 6 Qualità Test controllo 2 del Gruppo controllo.

DISCUSSIONE

Finora sono stati riportati i grafici rappresentanti le distribuzioni dei dati misurati prima e dopo il training visuo-motorio, ora verranno rivelati i miglioramenti avvenuti per questi specifici aspetti, in una tabella.

In base ai dati riportati nella tabella 1, è possibile pensare che:

- nel primo Test controllo, il gruppo A è migliorato di ben due punti rispetto al gruppo B, eseguendo l'esercizio con una qualità molto maggiore rispetto alla fase pre training;
- nel secondo Test controllo, la qualità e la fluidità dei movimenti saccadici è stata nettamente maggiore nel gruppo sperimentale (A), il quale, ha subito un incremento di ben quattro punti totali. Inoltre concentrandosi sulla rapidità di esecuzione di questo Test, si nota una riduzione del tempo complessivo di ben otto secondi circa;
- i risultati dei Flipper, sia di accomodazione che di vergenza, sono di supporto al miglioramento avvenuto nel Test controllo 1 il quale, valuta anche la flessibilità accomodativa e di vergenza. Le atlete del gruppo A, al test dei Flipper eseguono mediamente circa tre cicli al minuto in più, rispetto al periodo che ha preceduto l'allenamento (Tab. 1).

Tutti i Test base sopra descritti e somministrati prima e dopo il training, hanno riportato rilevanti variazioni, soprattutto per quanto riguarda il gruppo sperimentale. I progressi finora riportati sperimentalmente sono stati ulteriormente confermati dalle testimonianze dalle atlete. Fondamentale infatti, per la ricerca sono le sensazioni che le ragazze hanno provato nel corso del training, durante i loro allenamenti e le loro partite.

Le atlete hanno riportato le loro testimonianze e i loro pareri in un questionario finale, dichiarando: maggior fluidità nei movimenti oculari, maggior concentrazione

	GRUPPO A			GRUPPO B		
	MEDIA PRE TEST	MEDIA POST TEST	MIGLIOR. MEDIO *	MEDIA PRE TEST	MEDIA POST TEST	MIGLIOR. MEDIO *
TEST CONTROLLO 1 (punteggio)	9,46±0,4	11,85±0,3	2,38±0,1	9,15±0,5	8,92±0,5	0,23±0,0
TEST CONTROLLO 2 (punteggio)	9,15±0,9	13,62±0,4	4,46±0,5	11,54±0,6	12,15±0,5	0,61±0,1
TEST CONTROLLO 2 (secondi)	28,65±2,4	20,61±0,1	8,04±0,2	24,59±1,6	21,84±1	2,74±0,6
FLIPPER ±2 (Cicli/min)	7,15±1,3	10,77±1,5	3,61±0,2	10,08±1,1	11,31±1	1,23±0,1
FLIPPER 8BI/12BE (Cicli/min)	9,46±1,2	12,15±1,4	2,7±0,2	10,77±0,9	11,92±0,9	1,15±0,0

Tabella 1 Confronto dei miglioramenti avvenuti nel GRUPPO A (sperimentale) e B (controllo).



Istituto di Ricerca
e di Studi in Ottica
e Optometria

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

La popolazione invecchia, gli anziani saranno in futuro i tuoi principali clienti. Ottico e optometrista devono conoscere i quadri clinici e le specificità dell'esame visivo per gli anziani.

Optometria geriatrica

Vinci, Febbraio - Maggio 2017

Un progetto innovativo per ottici e optometristi. Quattro incontri a cadenza mensile per saper attuare, con consapevolezza, competenza e maestria, un servizio esperto alla popolazione in età avanzata.



Un corso sulle basi solide dell'optometria. Diventa un esperto dell'esame della refrazione oculare e della prescrizione ottica.



Correzione ottica, efficienza visiva e comfort

Vinci, Marzo - Maggio 2017

Quattro incontri mensili nei quali l'esame refrattivo viene analizzato a fondo, nei suoi punti essenziali e sostanziali, alla ricerca della miglior visione, ma con l'attenzione rivolta anche al perfetto comfort visivo.

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, Febbraio - Aprile 2017

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.



CSQA
SISTEMA QUALITÀ CERTIFICATO
UNI EN ISO 9001 - CERT. n° 2676

ASEV
obiettivo sviluppo

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

e attenzione selettiva, aumento della capacità di svolgere con precisione più compiti contemporaneamente, minor distrazione provocata dai rumori esterni, incremento della memoria visiva, aumento della consapevolezza periferica con conseguente maggior coscienza della posizione delle compagne in campo, ed infine, maggior coordinazione e controllo del loro corpo nel complesso.

CONCLUSIONI

Nel corso dell'intera programmazione le atlete che hanno preso parte al training visuo-motorio sono state scrupolosamente seguite, osservate, stimolate, spronate e corrette.

Dopo accurate osservazioni è possibile affermare che, le ragazze, durante queste cinque settimane, hanno svolto un percorso progressivo e diversificato l'una dall'altra, ma nel complesso comunque, assolutamente migliorativo.

Ogni individuo è diverso dall'altro, ha proprie caratteristiche, capacità e propri tempi. Lavorando con 13 ragazze, diverse, ci si rende veramente conto di quanto valore abbia tutto questo.

I progressi, con lo svolgimento e la ripetizione di un esercizio erano subito evidenti, ma era anche palese notare le differenze tra un'atleta e l'altra.

Alcune erano più predisposte all'esecuzione di un esercizio e già alla seconda ripetizione non commettevano errori, altre dovevano lavorare molto più duramente per ottenere lo stesso risultato.

Basandoci solo su osservazioni, tralasciando calcoli di tempi ed errori, giunti alla metà degli allenamenti, si rileva che le atlete sono notevolmente più coordinate nei movimenti, più sicure e precise negli spostamenti corporei svolti durante gli esercizi e più rapide nella loro esecuzione. Dal punto di vista visivo, eseguono gli esercizi più velocemente, con meno numero di errori e con minor fatica. Giunti agli ultimi allenamenti, le ragazze sono attente e concentrate sull'obiettivo dell'esercizio, si rendono conto da sole di eventuali errori, riuscendo immediatamente ad auto correggersi.

Sulla base dei risultati, delle osservazioni e delle testimonianze è possibile supporre che il programma di training visuo-motorio svolto con metodo S.V.T.A. ha prodotto importanti modifiche e miglioramenti sia nel sistema visivo che motorio delle atlete, sottoposte ad esso. Per ora, non è possibile affermare che il training abbia incrementato la prestazione sportiva delle ragazze poiché, per osservare oggettivamente un miglioramento sportivo il programma avrebbe dovuto avere una durata complessiva molto più lunga ed essere integrato nell'allenamento tecnico e specifico per tutta la durata della stagione sportiva.

È importante però, sottolineare i benefici visivi ottenuti dalle ragazze partecipanti, che si sono inevitabilmente riversati anche nella loro vita sportiva e privata. Giorgia infatti, sostiene di essere più rapida ed avere maggiore memoria nella trascrizione dei numeri al lavoro e Anna afferma di ricopiare dalla lavagna al quaderno più velocemente a scuola.

BIBLIOGRAFIA

- Cagno A, Rinaudo M; "Si può rispondere anche ai servizi bomba" in Supertennis.it; 18 luglio 2016.
- Cagno A; Svta.it; 2013.
- Kandel ER et al. "Principi di neuroscienze"; 4ª edizione 2015.
- Sanet RB, Bortel RK; Svision.com.; 2012.
- Rossetti A, Gheller P; "Manuale di Optometria e Contattologia"; 2003.

AUTORE

Valentina Rugolotto

Laurea in Ottica ed Optometria

Dipartimento di Fisica ed Astronomia "Galileo Galilei"

Università degli studi di Padova.

EDITOR PER LA REVISIONE

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).



**SAREMO PRESENTI
AL MIDO PAD. 4 STAND G22**



Optik Mariner
Brunico - BZ



G&P Arredamenti Srl

Via Newton, 29/1 41015

Nonantola MODENA

ITALIA

Tel +39 059 548659

Fax +39 059 546832

info@gparredamenti.it

www.gparredamenti.it



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

Degenerazione corneale marginale Pellucida: review

Pellucid corneal marginal degeneration: A review

Amit Jinabhai, Hema Radhakrishnan, Clare O'Donnell *Contact Lens & Anterior Eye* 34 (2011) 56–63

La Degenerazione corneale marginale pellucida (PMD) è una rara anomalia dello spessore corneale che si assottiglia progressivamente. Osservabile nella porzione periferica, localizzata spesso nel quadrante inferiore, si presenta a forma di falce o mezzaluna. Il termine Pellucida, sinonimo di trasparente o traslucido, si deve ad Schlaepfi che per primo interpretò l'assenza di opacità solitamente indotta dalla presenza di un'ectasia. La PDM è inoltre riportata in diversi lavori come Degenerazione Margina Pellucida o Distrofia Marginale Pellucida. La review descrive le caratteristiche cliniche della PMD, la differenza diagnostica rispetto ad altre ectasie a carico della cornea e le opzioni utilizzate per la gestione. Ad oggi, l'esatta eziologia della PMD non è conosciuta. Non è ancora chiaro se PMD, Cheratocono e Cheratoglobus siano patologie distinte, o variazioni dello stesso disordine corneale. Tuttavia, molti autori ritengono che la PMD non sia altro che un Cheratocono periferico. Non è stata rilevata una ragione genetica ereditaria legata alla sua insorgenza. Dal punto di vista epidemiologico, la PMD è considerata una condizione più rara del Cheratocono, con una maggior incidenza maschile. Rispetto al cheratocono, la PDM ha un andamento degenerativo piuttosto lento e si manifesta, indicativamente, fra la seconda e la quinta decade di vita. La PMD è caratterizzata da una fascia corneale assottigliata, trasparente, di circa 1 o 2 mm, che si estende da ore 4 a ore 8, con una perdita di tessuto stromale solitamente attorno al 80%. Fra la fascia sottile e il limbus si osserva un'area trasparente di 1 o 2 mm non coinvolta dall'assottigliamento. Nella PMD, l'area di maggior protrusione corneale è più marcata appena sopra la zona di assottigliamento. Lo spessore corneale in quest'area è solitamente normale. L'utilizzo combinato di topografo e tomografo, quindi le anomalie di curvatura associate alla misurata dello spessore, ne permette il riconoscimento anche quando l'ectasia è subclinica, scongiurando, ad esempio, il ricorso alla chirurgia refrattiva, che potrebbe esacerbare la progressione di questa condizione. Le caratteristiche che favoriscono una diagnosi differenziata della PMD sono le anomalie corneali rilevate al topografo nella fascia più sottile, che mostrano un chiaro appiattimento della cornea lungo il meridiano verticale, inducendo un astigmatismo

contro regola. L'osservazione laterale in lampada a fessura evidenzia un profilo panciuto. L'osservazione del profilo, la topografia corneale e la misura dello spessore possono favorire la differenziazione clinica della PMD, rispetto al cheratocono o al cheratoglobulo. Nei casi avanzati, si osserva un brusco incurvamento della zona ectasica (dal centro verso la periferia) con incrementi di curvatura fino a 20D. L'analisi topografica mostra come l'incurvamento si estenda verso la zona periferica lungo il semi-meridiano corneale inferiore obliquo, mostrando differenzialmente l'immagine di una chela di granchio, una farfalla o due colombe che si baciano.

Diagnosi differenziale

È molto importante effettuare una diagnosi differenziata per poter gestire al meglio la PMD, rispetto ad altre forme di ectasia corneale come cheratoglobulo, ulcera di Mooren, degenerazione marginale di Terrien e, naturalmente il cheratocono. Molto spesso, infatti, la PMD viene scambiata e gestita come un cheratocono, anche se i segni clinici, specialmente nelle fasi iniziali, sono molto diversi. Come spesso accade nella gestione ottica delle ectasie corneali, l'opzione chirurgica viene presa in considerazione solo se la gestione con occhiali o lenti a contatto non garantisce efficacia visiva e di comfort per il paziente. Nel caso delle PMD, questa regola è ulteriormente suffragata a causa della difficoltà di effettuare un cheratoplastica perforante (PK) utilizzando una porzione di cornea molto periferica e sottile. Dal punto di vista chirurgico sembrano garantire un buon risultato l'utilizzo di INTACS. Per quanto riguarda la gestione non chirurgica, occhiali e lenti a contatto morbide toriche possono sopperire alle problematiche visive in maniera adeguata, nella fase iniziale dell'ectasia. Negli stadi avanzati, secondo gli autori, l'utilizzo di lenti GP a grande diametro, permette di gestire le alterazioni ottiche indotte dalla degenerazione corneale che interessa proprio la zona periferica della cornea, zona solitamente dedicata all'appoggio di una lente GP. L'articolo del 2012 prende in considerazione in maniera marginale l'utilizzo di lenti a sollevamento corneale e ad appoggio sclerale (sclerali o minisclerali). Lenti che oggi, considerato il nuovo rinascimento di questa modalità applicativa, sempre più frequentemente sono utilizzate come prima scelta nella gestione ottica delle PMD.

<https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/21185225>

Bibliografia completa su www.sopti.it Traduzione e sintesi a cura del comitato scientifico SOPTI

Il cilindro crociato in giro per il mondo. Invia la tua foto

Sostieni Optometria, adotta un cilindro crociato

ASSOCIATI A SOPTI - www.sopti.it - segreteria@sopti.it



35 anni di Sicanett

antiappannante
detergente

new
TOP
clean

speciale per lenti
organiche minerali
trattate antiriflesso
e in policarbonato



Personalizziamo
le bombolette
in omaggio
con il vostro logo
e indirizzo



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

E C O L O G I C O

PLATFORM

optic

Alcon Italia S.p.A.
20143 Milano MI
Viale Giulio Richard 1/b
Tel. 02.818031

B&W Italia S.p.A.
20138 Milano MI
Via Zante 14
Tel. 02.55413271

BBC Technologies
35129 Padova PD
Via Prima Strada 35
Tel. 049.6982111

Bludata Informatica S.r.l.
31030 Breda di Piave TV
Via delle Industrie 10
Tel. 0422.445442

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

D.A.I. Optical Industries S.r.l.
70056 Molfetta BA
Via dei Calzaturieri 9 z.i.
Tel. 080.3974278

DeRigo S.p.A.
32013 Longarone BL
Zona Industriale Villanova
Tel. 0437.7777

Esavision Technology Srl
37138 - Verona
Corso Milano 110 A
Tel. 045.8352451

Essilor Italia S.p.A.
20141 Milano MI
Via Noto 10
Tel. 02.535791

Frastema Ophtalmics S.r.l.
21052 Busto Arsizio VA
Viale dell'Industria 42
Tel. 0331.342008

G&P Arredamenti S.r.l.
41015 Nonantola MO
Via Newton 29/1
Tel. 059.548659

GHM Gesellschaft für Handwerksmessen mbH
81829 Munich
Willy-Brandt-Allee 1
Tel. +49.089949550

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

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

Kontakt Lens V.A.O. S.r.l.
80128 Napoli NA
Vico Acitiollo 106
Tel. 081.5605288

Maui Jim Italy S.r.l. - Zeal
37057 San Giovanni Lupatoto VR
Via Giuseppe Garibaldi 3
Tel. 045.8778279

Meccanottica Mazza
20048 Carate Brianza MI
Via Tiziano 9
Tel. 0362.902185

Mido
20149 Milano MI
Via Petitti 16
Tel. 02.32673673

Optox
Assistenza Clienti
assistenzaclienti@optox.it
Tel. 02.36635882

Polyoftalmica
43123 Parma
Località Pilastrello
Tel. 0521.642126

Rodenstock Italia S.p.A.
20154 Milano
Via Monviso 41
Tel. 02.31041

R.O.M. S.p.A
47894 Chiesanuova RSM
Strada delle Seriole 14
Tel. 0549.999558

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

Vita Research S.r.l.
00040 Ariccia RM
Via Variante di Cancelliera 4
Tel. 06.934980

Zeiss VISION ITALIA S.P.A.
21043 Castiglione Olona VA
Via S. e P. Mazzucchelli 17
Tel. 0331.851352

Un'opera d'arte si riconosce dai dettagli

ASTIGMATISMO

OPERA D'ARTE

DAILIES® AquaComfort PLUS® TORIC e **AIR OPTIX® for ASTIGMATISM** con le loro esclusive tecnologie sono progettate per una applicazione semplice e una visione stabile.^{1,2}

Offri ai tuoi portatori un nuovo livello di visione e cogli nuove opportunità di business.



CHIEDI MAGGIORI INFORMAZIONI AL RESPONSABILE DI ZONA!

Riferimenti: 1. In a randomized, subject-masked, multisite clinical study with over 150 subjects; significance demonstrated at the 0.05 level; Alcon data on file, disponibili su richiesta, 2005. 2. In a randomized, subject-masked-to-sponsor clinical study at 19 sites with 233 patients; significance demonstrated at 0.05 level; Alcon data on file, disponibili su richiesta, 2011.
AIR OPTIX®, DAILIES® AquaComfort PLUS® e il logo Alcon® sono marchi registrati di Novartis AG.
Sono dispositivi medici CE0086. Leggere attentamente le avvertenze e le istruzioni d'uso.
©2016 Novartis AG. MP450.11.16



Scopri le tantissime novità Tecnitalia al Mido!

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*



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

Scopri le tantissime novità MIDO