

PLATFORM

optic

III • 11/12 • 2017

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

Speciale Tools
Dualismi Materici
Elogio della diversità
Esserci. Anche On Line!
Rigore Esecutivo
Cracker's Art




PubliComm

www.platform-optic.it



18-25
ANNI

CAMPAGNA MEDIA INDIRIZZATA
AD UN **TARGET GIOVANE**



3 SETTIMANE



9 SETTIMANE



34,7 MILIONI DI
CONTATTI

DAILIES® PLUS® TORIC,
le lenti a contatto giornaliere
che uniscono una visione
chiara e nitida ad
un comfort ottimale!



CREDICI!

DAILIES® PLUS® TORIC
TORNA A COMUNICARE CON UNA
NUOVA CAMPAGNA RADIO E DIGITAL



Alcon A Novartis
Division

È un dispositivo medico CE 0086. Leggere attentamente le avvertenze e le istruzioni d'uso. Accertare l'assenza di controindicazioni dal medico oculista. MP460.11.17



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

IL MIO
OTTICO

IL FILO DIRETTO CON I TUOI CLIENTI.

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

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

Aspettando il 2018

PAOLA FERRARIO
p.ferrario@publicomm.it

Siamo quasi alle fine dell'anno ed è tempo di bilanci ma anche di **guardare avanti**. Le principali fiere di settore di questa ultima parte dell'anno ci fanno ben sperare:

Silmo ha festeggiato il mezzo secolo con un +10,5% rispetto all'edizione 2016; la **25a edizione della HKTDC Hong Kong Optical Fair** ha chiuso i battenti accogliendo oltre 16.000 visitatori professionisti provenienti da 103 paesi e regioni registrando un +7% rispetto all'anno precedente; **IOFT** (che **ha spento 30 candeline**) ha visto la presenza di 14.013 visitatori professionisti durante i tre giorni della kermesse. Finalmente arrivano **risultati positivi dai principali saloni**, che rappresentano la cartina tornasole di tutto il settore, anche se il mercato italiano non sta andando proprio a gonfie vele, come ha dichiarato Giovanni Vitaloni, Presidente di Mido e Anfao: "I dati del primo semestre testimoniano quanto ci aspettavamo: paradossalmente in un momento economico generale che pare aver superato definitivamente la crisi, l'occhialeria cresce meno rispetto ad altri settori. In realtà ciò è spiegabile col fatto che noi abbiamo reagito meglio e prima alla crisi. Abbiamo alle spalle anni positivi, con tassi di crescita delle esportazioni davvero importanti (a doppia cifra), tassi che ora chiaramente sono più difficili da sostenere".

Superata la paura di un segno negativo, è quindi ora di pensare al **2018 che si aprirà con Opti di Monaco**, in

calendario dal 12 al 14 gennaio. La fiera ha annunciato di aver aggiunto un nuovo padiglione, il BA, che ospiterà nuovi espositori di lenti per occhiali, fabbricanti di macchine e fornitori del settore, le collettive internazionali (fra cui Francia, Cina, Giappone e Corea) e tutta l'area di "trasferimento di tecnologie".

Nel frattempo **Mido non sta certamente a guardare** e ha già comunicato una serie di novità. Innanzitutto il padiglione More! accoglierà al suo interno - oltre al Lab Academy - Mido Tech, l'area dedicata all'innovazione dove esporranno le aziende che producono strumenti e macchinari utilizzati nell'industria ottica.

Ulteriore novità riguarderà il Bestore, il concorso che seleziona i migliori punti vendita internazionali, che raddoppierà con due categorie di premi: il Bestore Design, dedicato ai centri ottici che si distinguono per generare una shopping experience senza paragoni attraverso il lay-out, i materiali, il design, gli arredi e l'atmosfera generale e il Bestore Innovation che si focalizzerà sull'**evoluzione del servizio al cliente a 360°**, sull'interazione con clienti e fornitori, sulla gestione della comunicazione, sulla storia del punto vendita e ai suoi aspetti professionali, umani ed emozionali.

In attesa di "toccare con mano" cosa ci prospetta il settore per il 2018, cogliamo l'occasione per augurarvi **un prospero 2018**.

sommario

PLATFORM OPTIC
ANNO III
NUMERO 11/12
2017



Aspettando il 2018 **EDITORIAL**

3

Dualismi materici **FASHION**

8

Elogio della diversità **MARKETING**

14

Esserci. Anche on line! **#BESOCIAL**

16

Rigore esecutivo **ID DESIGN**

18

Cracker's Art **ART**

20

Scatole cinesi **RETAIL**

22

BEST REPORT

26

Il rapporto AC/A prima e dopo l'insorgenza della miopia **PROFESSIONAL**

30

EVENTS

34

SPECIALE TOOLS

47

INTERIOR DESIGN

76

TRENDS

80

REVIEW

86

OPTOSOFTI

98



Glasses
DE RIGO VISION
Collezione
POLICE
Modello
UOMO SPL577 COL. 8FFV
DONNA SPL618 COL. 300

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.

PLATFORM

optic

PLATFORM OPTIC
Mensile_numero 11/12_anno III_2017

EDITORE | PUBLICOMM
Sede Legale

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

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

DIRETTORE RESPONSABILE
Simona Finessi
s.finessi@publicomm.it

DIRETTORE EDITORIALE
Paola Ferrario
p.ferrario@publicomm.it

DIRETTORE CREATIVO
Angelo Dadda
a.dadda@publicomm.it

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

REDAZIONE
Cristina Bigliatti
c.bigliatti@publicomm.it
Daniela Garbillo
d.garbillo@publicomm.it

WEB E SOCIAL MEDIA
Lara Castagnino
l.castagnino@publicomm.it
Annalisa Guerisoli
a.guerisoli@publicomm.it

ADVERTISING MANAGER
Gloria Della Ciana
g.dellaciana@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
Erredi Grafiche Editoriali
Via Trensasco, 11, 16138 Genova
info@erredigrafiche.it



lifecircus.it

Milano Eyewear Show
24, 25, 26 febbraio | 2018

mido.com



MIDO
LIVE THE WONDER



di Paola Ferrario

Giornalista appassionata di viaggi,
lettura e nuoto.

I grandi protagonisti dell'autunno/inverno 2017/2018 sono gli occhiali combinati.

Di classe, con un design mai gridato e
indossabili in ogni occasione.

Gli occhiali combinati rivendicano
il loro posto di diritto sulla scena.
Spazio così agli acetati nelle diverse
colorazioni e ai metalli declinati
per l'occasione in un'unica esclusiva
tonalità: l'oro.

C'è un forte richiamo al passato e
spuntano le riedizioni di modelli storici.
Ed ecco che alcune collezioni sfoggiano
un gusto vintage, che sapientemente si
unisce all'unisono a linee e dettagli più
moderni, in un crescendo di nostalgia
e magia.

In un perfetto e calibrato mix materico,
i nuovi combinati conquistano
sia la vista che il sole,
sia le proposte per il pubblico femminile
sia per quello maschile.



PHILOSOPHEYES

Una struttura solida in acciaio,
impreziosita e colorata da applicazioni
in acetato fa da cornice alla forma a gatto.

Dualismi materici



BALMAIN

Il cerchio acquista una nuova identità grazie alla particolare lavorazione laterale del metallo.

EBLOCK

Modello da vista ampio e dalle linee morbide. Un sobrio mix di metallo e acetato.



JF REY

Gatsby 5592 fa parte della linea François Rey 1985, nata per celebrare i 30 anni dell'azienda attraverso la riedizione dei modelli iconici.

KALEOS

Il ciliare con inserto in acetato nero e l'effetto specchiato della lente enfatizzano lo stile.





LOOK OCCHIALI

Combi è il restyling di un modello di grido delle primissime produzioni della maison degli anni '80: Sparviero.

MAUI JIM

Le grandi dimensioni contribuiscono ad esaltare la femminilità Melika. Il modello è disponibile in tre vivaci colori, ciascuno abbinato ad aste piatte dorate.



NOS

L'elemento portante della nuova collezione da vista Nos è l'essenzialità: l'occhiale spogliato da tutto l'eccesso diventa senza tempo.



OMAS DESIGN

La collezione si caratterizza per l'utilizzo della diamantatura che, abbinata all'incastonatura di strass, gioca su un effetto liscio/rilievo molto materico, piacevole alla vista e al tatto.





GUY LAROCHE

La vista si colora con inserti maculati in acetato nelle due estremità del ciliare.



KOMOMO

La geometria esagonali sono esaltate dalla combinazione metallo/acetato.



RAY BAN

Il modello Clubround si illumina grazie a trasparenze moderne.

ULTRALIMITED

La personalizzazione dell'acetato incontra il metallo color oro di aste e ponte.



VANNI

Grazie a un'innovativa tecnica costruttiva, i cerchi in acetato sono uniti al sottile montante in acciaio da un sottilissimo cavo invisibile, mentre le placchette sono realizzate a partire dal cerchio in acetato.

VUARNET

Il modello Edge unisce uno stile "sportivo elegante" con richiami vintage ad una costruzione architettonica moderna.



I CENTRI OTTICI OXO TI OFFRONO UN VENTAGLIO DI SERVIZI PER GARANTIRE AI TUOI CLIENTI IL MASSIMO BENESSERE VISIVO

Servizio dedicato
a chi indossa
occhiali da vista.

Garantisce:

- Assistenza
- Manutenzione periodica
- Consulenza specializzata



OXO CONTACT



Servizio dedicato
ai portatori di lenti
a contatto.

Garantisce:

- Assistenza
- Prezzo bloccato
- Sostituzione agevolata
- Controlli periodici

Servizio dedicato
a tutta la famiglia.

Garantisce:

- Assistenza tecnica
- Archivio dei dati visivi della famiglia
- Raccolta punti



OXO GIFT CARD



Regala
il benessere visivo.

Card regalo
prepagata valida nel
tuo Centro Ottico OXO
di fiducia.

Servizio dedicato
ai bambini
fino ai 12 anni.

Da OXO gli occhiali
di tuo figlio crescono
con lui a condizioni
agevolate.



FINANZIAMENTI AGEVOLATI



Possibilità
di pagamenti rateali:

- Facili
- Sicuri
- Con partner garantiti

Esame
della vista.
Prevenzione
e mantenimento
del benessere visivo.



CHECK-UP VISIVO
A DOMICILIO



Controllo optometrico
dell'efficienza visiva
direttamente
a casa tua.

Servizio disponibile
su richiesta a discrezione
del Centro Ottico.

Per maggiori informazioni e fissare un appuntamento con il tuo referente di zona
chiama: tel 030 313561. Oppure scrivi a info@oxoitalia.com

I TUOI OCCHI, IL NOSTRO OBIETTIVO.

SEGUICI     | WWW.OXOITALIA.COM



In questo numero di PLATFORM Optic, cari amici, allargheremo l'orizzonte delle nostre riflessioni e cercherò di darvi qualche spunto un po' meno legato alla vendita o al marketing stretto, ma occasionalmente un po' più sociologico.

Mi auguro possa interessarvi.

Lo spunto nasce da una constatazione alquanto banale, che porta con sé, però, una grande verità: l'organizzazione della propria vita lavorativa o personale.

Tecnicamente abbiamo tutti a disposizione la stessa quantità di ore durante la nostra giornata professionale. Chi lavora "poco" arriva alle 8 o 9 ore. Chi si "ammazza" di lavoro tocca anche le 13 o 14 ore di impegno costanti.

Al di là dei facili commenti relativi alla nostra salute, legata allo stile di vita, vorrei che vi concentrate un attimo su questo aspetto, di norma decisamente sottovalutato: se una persona qualsiasi tende ad avere per scelta o per destino una vita regolare, tenderà a entrare in negozio più o meno alla stessa ora, a fare la pausa negli stessi momenti e a chiudere la propria giornata lavorativa nella stessa maniera degli altri giorni. Non c'è niente di male in tutto questo, anzi.

Da sempre ci hanno insegnato che la regolarità premia la nostra vita. E che chi è costante arriva più lontano. Il problema grosso è che sempre di più sento queste persone che si lamentano per la noia che le attanaglia. A sentirle parlare (lamentarsi in realtà), pare che nella loro vita "non succeda



di Roberto Rasia dal Polo
Giornalista, scrittore, presentatore
e formatore aziendale.

ELOGIO DELLA DIVERSITÀ

nulla di esaltante". Dicono proprio così e difficilmente si riesce a farli ragionare. Vorrebbero una scossa, una novità, in definitiva un cambiamento. Salvo che, molto spesso, di fronte a un potenziale cambiamento, sono proprio loro i primi che si chiudono e lo evitano con tutte le proprie forze. Bene, facciamo adesso un salto mentale. Entriamo nella vita di coloro che sono sempre un po' stressati. Tendono a prendere sempre più impegni di quanto tempo abbiano a disposizione, non sono abituarini, non li trovi mai in negozio quando credi, mentre te li trovi alle spalle quando meno te lo aspetti.

Sono pieni di stimoli e novità e anche decisamente stressati.

E qui mettiamo un punto. Fermiamoci un attimo di fronte a questi due profili all'interno dei quali penso che, elasticamente, possiamo tutti riconoscerci. Non mi interessa, almeno oggi in questo articolo, fare riflessioni più o meno sagge sui loro stili di vita. Non vi sto parlando del loro stress e di come ci si possa organizzare meglio nella propria giornata professionale.

Niente di tutto questo.

Vorrei ragionare sul tempo che passa tra una novità e l'altra della propria giornata/settimana. Penso di aver capito da dove nasca la noia che tanta demotivazione porta nel lavoro di numerose persone. Quanto più tempo passa fra un momento di alta emozione (un imprevisto, una gioia, una buona vendita, un appuntamento diverso, una sfida professionale, ecc.) e l'altro, tanto più si ripetono i momenti uguali a se stessi. Ciò significa che il tempo che passa si riflette su se stesso senza intoppi, ma anche senza emozioni particolari. Nell'unità di tempo (per esempio la mezza giornata) succedono pochissime cose degne di nota. La successiva mezza

giornata assomiglierà tantissimo a quella precedente e così via. In poche parole, non c'è nulla di diverso.

Ed ecco la parola chiave a cui volevo giungere: la diversità. Se nella medesima unità di tempo nella mia vita succedono (o io faccio sì che succedano) alcune cose più o meno diverse da quelle precedenti, il mio cervello tenderà a sentirsi molto più impegnato, dovendo affrontare stimoli appunto diversi dal solito. Il risultato sarà che nel momento in cui mi si dovesse riproporre nuovamente lo stimolo 'noioso', nel frattempo saranno accadute cose che hanno distratto il mio cervello e che lo hanno messo in condizione di subire al meglio quella noia.

Si tende a credere che la noia sul lavoro affligga coloro a cui "non succede mai nulla". In realtà, c'è una piccola imprecisione in questa credenza: nel loro lavoro non è che non succeda mai nulla, è che invece succedono sempre le stesse cose. Ed è molto diverso. Il cervello è come se si svegliasse dal suo torpore nel momento in cui deve affrontare qualche stimolo diverso dal normale. Se in mezza giornata ho un solo stimolo, a fine giornata avrò avuto solo due stimoli. Un po' poco per motivarsi e quando la mattina dopo la mancanza di stimoli "diversi" mi affiggerà, a quel punto la noia si affaccerà sulla mia vita professionale e sarò prontissimo a dare la colpa a un lavoro appunto noioso.

Invece, se riesco ad andare incontro alla novità con grande curiosità, se prendo il bivio in cui c'è scritto "diverso dal solito", se non mi accontento del solito punto di vista, a quel punto bombarderò il mio cervello di stimoli, uno, due, tre, magari anche quattro in mezza giornata. Saranno passati quattro momenti "di vita" che mi avranno sfamato. E quando il quinto stimolo sarà lo stesso del mattino, a quel

punto mi sembrerà meno grigio, meno demotivante, in un solo aggettivo meno noioso.

La diversità, nella vita come nel lavoro, tiene svegli.

Non significa non essere costanti, né essere incoerenti. Significa dare retta alla propria curiosità, non credere che cambiando si peggiori, anzi. Diversificare rende più forte il mio cervello, perché crea al suo interno più zone di comfort.

Nel lavoro, se ci pensate bene, non è poi così difficile. Fermatevi un attimo in negozio o in ufficio: guardatevi attorno. Quali sono le mosse sempre uguali a se stesse che fate ogni giorno alla stessa ora? Si chiama routine. Un po' va bene, troppa ci annoia e ci demotiva. E se fosse giunta l'ora di cambiare qualche piccola nostra abitudine senza stravolgere la nostra vita?

Mal che vada, rischierete di affrontare qualche nuovo stimolo: c'è solo da guadagnarci. Comuniciamo Amici, non è mai abbastanza!

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



di Annalisa Guerisoli

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

ESSERCI. Anche On line!

L'importanza di Google My Business per la tua attività.



QUATTRO CONSUMATORI SU CINQUE UTILIZZANO GOOGLE PER EFFETTUARE UNA RICERCA LOCALE.

Le persone cercano e chiedono informazioni sui negozi della loro città attraverso lo smartphone, interrogando Google prima di fare qualsiasi scelta, come per trovare la pizzeria per una cena con amici oppure la farmacia di turno notturna.

Pensiamo solo che il 56% delle ricerche da mobile ha una specificità local, ovvero ha una connotazione geografica (es. "ottico a Carrara"). Secondo un interessante studio di Google il 50% degli utenti che fanno questo tipo di ricerche visita il negozio il giorno stesso della ricerca.

Sono informazioni importanti che dovrebbero attirare l'attenzione di molti imprenditori a spingerli ad avviare progetti di local marketing. Essere presenti online con un sito internet o sui social media è ormai un passaggio fondamentale per ogni attività.

In questo momento non c'è più bisogno di comunicare ma è necessario "comunicare di esser vicini". Uno strumento indispensabile per esser visibili online è Google My Business ovvero una mini-vetrina per la tua attività commerciale su Google e su Google Maps.

Google My Business è uno strumento gratuito che ti consente di gestire la presenza online della tua attività locale su Google, compresi Ricerca e Maps. Se gestisci un'attività che serve i clienti presso una determinata località oppure offri i tuoi servizi presso una determinata area, Google My Business può aiutare le persone a trovarti. Mettiti nei panni di un potenziale cliente. Si trova a tre isolati dal

tuo negozio e sta cercando all'interno del quartiere proprio i prodotti e i servizi che offri. Magari ha visto l'insegna o ha sentito parlare di te da un amico. Se cerca i tuoi servizi su Google, che cosa troverà?

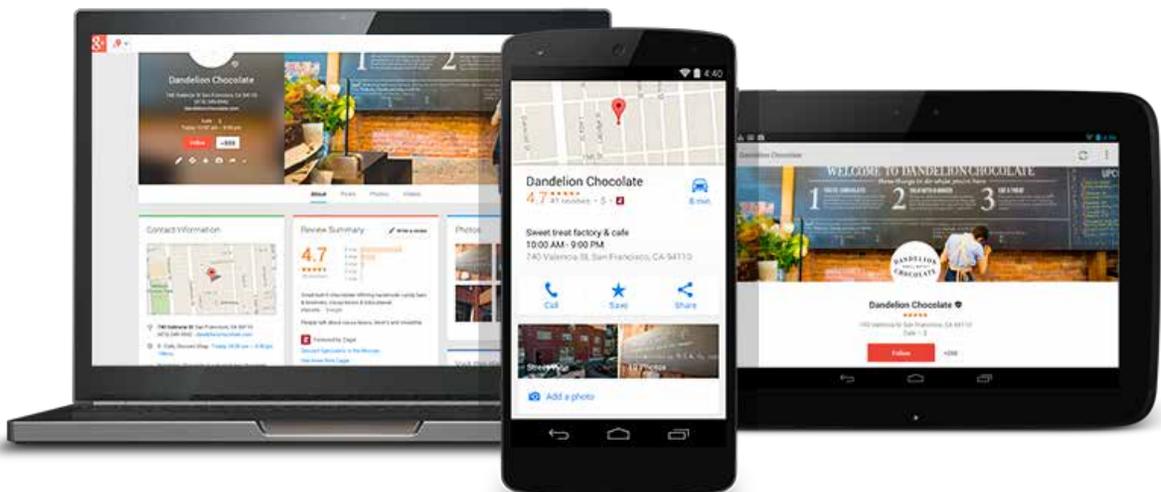
Google My Business permette di creare la scheda del tuo negozio, indicando gli orari di apertura, il numero di telefono, le indicazioni stradali, le foto e molto altro. Gli utenti potranno trovare il tuo negozio attraverso una semplice ricerca su Google e Google Maps e con un semplice clic potranno contattarti o trovare la via più veloce per raggiungere il tuo negozio.

COSA POTRAI INSERIRE E VISUALIZZARE SU GOOGLE MY BUSINESS:

- **LE INFORMAZIONI PRINCIPALI DELLA NOSTRA AZIENDA** (indirizzo, telefono, orari del negozio, ecc..) che verranno visualizzate sul lato destro del motore di ricerca ogni volta che un utente richiede informazioni su di te o attività simili alla tua nella tua città (es. ottico Livorno). L'indirizzo dell'attività commerciale sarà visibile anche su Google Maps per fornire le indicazioni stradali corrette a tutti le persone che cercano la tua attività online. Il numero di telefono potrà incrementare le telefonate in negozio da parte dei potenziali clienti che con un semplice clic potranno chiamarti per richiedere informazioni sui tuoi prodotti o servizi offerti. Senza informazioni precise ed esatte, però, potrebbe essere difficile.
- **FOTO DELL'ATTIVITÀ COMMERCIALE** suddivise in macro categorie come foto esterne, interne, del team, ecc.. Le attività che aggiungono foto alle loro schede ricevono il 42% in più di richieste di indicazioni stradali su Google Maps e il 35% in più di clic sul sito web rispetto alle attività senza foto.
- **INSERIRE IL LINK AL TUO SITO INTERNET.** Non hai un sito web? Con Google My Business puoi creare un sito semplice e dall'aspetto professionale in meno di dieci minuti. È una procedura completamente gratuita e il sito potrà essere creato e modificato facilmente dal tuo computer o cellulare. Il sito è completamente personalizzabile sia nella grafica sia con testi e foto e si adatta automaticamente per essere visualizzato in modo ottimale su computer, tablet o cellulari.
- **GOOGLE MY BUSINESS RACCOGLIE LE RECENSIONI ONLINE** da parte dei clienti. Sulla scheda gli utenti possono lasciare una recensione con un voto da 0 a 5 stelle ed un commento testuale, tutte le recensioni ottenute realizzeranno la valutazione globale dell'attività in una scala da 0 a 5 stelle.
- **PUBBLICARE EVENTI, OFFERTE SPECIALI, PRODOTTI E SERVIZI** che verranno visualizzati direttamente sui risultati di ricerca Google e su Maps.
- **VISUALIZZARE LE STATISTICHE.** Ottieni informazioni sui tuoi clienti e su come interagiscono con la tua attività. Come ti hanno trovato? Da dove vengono? Puoi anche vedere altre informazioni, ad esempio quante persone hanno chiamato la tua attività direttamente dal numero di telefono visualizzato nei risultati di ricerca locali su Maps e nella Ricerca. Con Google My Business le risposte sono a portata di mano grazie alla pagina statistiche.

Quando si possiede un negozio o un franchising si ha sempre la necessità di far trovare la propria azienda su Google. Lo strumento Google My Business è assolutamente importante per acquisire nuovi potenziali visitatori, clienti e persone interessate ai nostri prodotti o servizi.

INFO BUSINESS.GOOGLE.COM



Rigore ESECUATIVO

Il minimalismo rivive nel nostro secolo attraverso una nuova interpretazione in cui geometrie elementari e strutture semplici riducono il linguaggio del design alle sue condizioni primarie. L'intervento di righe lineari sugli occhiali Blackfin e sul tessuto Eriko di Nya Nordiska impone messaggi ottico-percettivi in cui è evidente un dialogo tra le forme, la luce e lo spazio.

NYA NORDISKA

Il purismo del lino incontra gli intrecci sofisticati dei tessuti d'arredo per dar vita all'esclusiva materialità di Eriko.

Le semitrasparenze della stoffa si affermano con simboli di chiarezza e calore; l'aspetto minimalista, di ispirazione giapponese, è ulteriormente accentuato da due non-colori delicati.

Infine, grafismi puliti e lineari si fondono con la piacevolezza al tatto e al lieve fruscio del movimento.

di Pauline R.
Giornalista
appassionata di occhiali.



Linee e grafismi come codice di stile per gli occhiali Blackfin e i tessuti Nya Nordiska.

BLACKFIN

Con Pleasant Bay BF797 il marchio introduce, per la prima volta, una particolare suddivisione del colore a 45° sul frontale.

Qui il design spigoloso e rigoroso si accosta e si unisce all'unisono con i grafismi proposti sulle aste e le ampie porzioni lucide sui cerchi vengono evidenziate dalla originale colorazione bianco nuvola con dettagli in titanio brillante.

Il risultato è un elogio alla linearità.



Autoscatto di Giuliano Grittini

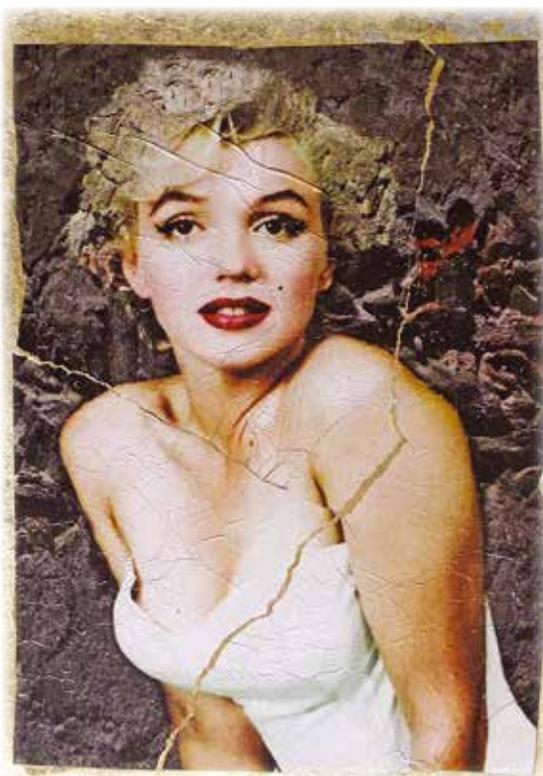


di Riccardo Nicoletti

Da molti anni interessato
all'arte contemporanea
per pura passione personale.

Cracker'Art

GIULIANO GRITTINI: FOTOGRAFO, STAMPATORE E ARTISTA



"Marilyn", opera originale
Cracker'Art, 2017

Giuliano Grittini (Corbetta, 1951) è una figura molto nota al pubblico e agli addetti ai lavori nel panorama dell'arte contemporanea italiana.

Di professione fotografo, per vent'anni biografo per immagini della poetessa Alda Merini, crea nel 1974 il suo laboratorio Incisione Arte a Corbetta, e poi diviene fondatore di correnti artistiche ed artista stesso.

Presso la sua Stamperia sono transitati i più grandi artisti internazionali dei nostri tempi, per creare insieme a Giuliano opere grafiche facenti ora parte delle più prestigiose collezioni.

Grittini ha sempre saputo coniugare con sapienza la sua creatività, la sensibilità degli artisti e le avanzate tecnologie delle sue macchine; da questa armoniosa unione sono uscite opere grafiche meravigliose realizzate sempre con standard di elevatissima qualità.

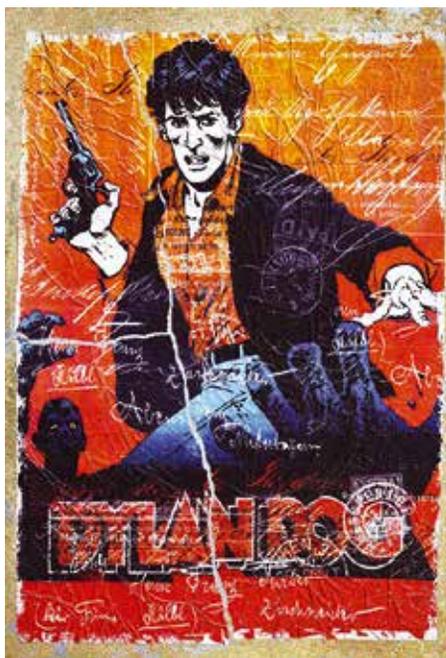
Dopo trascorsi artistici di importante livello, Giuliano ha dato vita ad una nuova corrente e l'ha chiamata Cracker'Art.

Se pensiamo alla Funk Art statunitense degli anni Sessanta, che ebbe in Edward Kienholz (1927- 1994) il suo precursore, all'epoca venivano riutilizzati rottami, detriti e scarti che si trovavano per la strada per realizzarne sculture e installazioni.

Il concetto della Cracker'Art è più elegante ed elevato, perché tende a mettere in cornice un'immagine nuova, rielaborata attraverso la procedura tecnica e stilistica creata da Grittini.

La Cracker'Art *"nobilita il perduto, l'abbandonato, il desueto, il passato di moda. Le parole e le immagini, le scritte e i caratteri di stampa registrati da secoli, lettere, manoscritti, parole che sanno di terra e di cielo, la carta patinata, i volti, i personaggi, i miti, le bellezze che, catturate, raccolte, individuate, catalogate, sondate nella loro esaltante leggibilità, trovano nuova e mirata fortuna"*. [Carlo Franza]

Attraverso un'intensa attività di ricerca, Grittini attinge dalla fotografia, dal cinema, dalla musica, dai fumetti,



"Dylan Dog", opera originale Cracker'Art, 2017



"Spiderman", opera originale Cracker'Art, 2017

dalla storia, ricercando miti e volti per scomporli e ricomporli con la sua sensibilità; si crea così un gioco artistico esplosivo, utilizzando il colore e talvolta la foglia d'oro, al termine del quale le immagini appaiono di nuovo vive, pronte nuovamente a comunicare emozioni.

Grittini descrive così la Cracker'Art: *"La meraviglia è che immagini rubate e clonate vengono riproposte nuove e rivoluzionare, come se fossero state lasciate in un cassetto per poi essere scarabocchiate. Magari trovo a casa o in studio una pagina di un vecchio giornale, rivista oppure dei vecchi appunti, ci lavoro e così nasce una nuova forma."*

La carta poi viene stropicciata, messa su un altro supporto, poi un altro, viene ridipinta, con colla trasparente, brillantini, foglia oro, carte antiche, manoscritti o pagine di giornale, tutto stropicciato nelle mie mani (distrutto e poi riposizionato) acquista nuova vita; in questo modo si attua un "Riciclo" che dona alle immagini nuova adrenalina e tale da rendere ogni opera unica e irripetibile. Rotella strappava e toglieva io, al contrario, incollo, aggiungo, stropiccio, donando una nuova forma ed una nuova esistenza".

Giuliano Grittini, da diversi anni, sta anche lavorando ad un importante progetto, denominato "Genio e Poesia", dedicato a Leonardo da Vinci; una particolare scultura in ardesia del cavallo di Leonardo (denominata "Genio e Poesia n. 4") è stata installata nel 2015 a Vinci; ci saranno nuove realizzazioni artistiche, in vista del 500esimo anniversario della morte del Genio toscano che ricorrerà nel 2019.

Le opere originali Cracker'Art sono presenti nella gallerie d'arte italiane più importanti.

Chiunque desideri ulteriori informazioni sulle opere di Giuliano Grittini può visitare www.incisionearte.it, oppure può scrivermi a info@riccardoarte.it, attendo come sempre i vostri commenti.

SCATOLE CINESI



di Giulia Gerosa
Ricamatore in design degli interni
Politecnico di Milano



**A SHANGHAI
I COREANI
NIZ DESIGN LAB
REALIZZANO
IL CONCEPT STORE
MOS EDITION
IN CUI CONVIVONO
ANIME DIFFERENTI
ACCOMUNATE
DA UN MEDESIMO
STILE DI VITA.**



Il concept store Mos Edition, realizzato nel 2016 dallo studio coreano Niiz Design Lab, rappresenta in modo esemplare la poliedricità del concept store che racchiude al suo interno anime diverse accomunate da un unico stile di vita.

Lo spazio, a ferro di cavallo, si articola attraverso quattro diversi ambienti che ospitano, a loro volta, microarchitetture fortemente caratterizzate.

All'esterno la facciata neoclassica si caratterizza per le grandi vetrate, incorniciate da colonne a tutta altezza che formano una sorta di filtro leggermente sopraelevato tramite due gradini di accesso rivestito nella pavimentazione da una passatoia rossa che sottolinea la zona di ingresso.

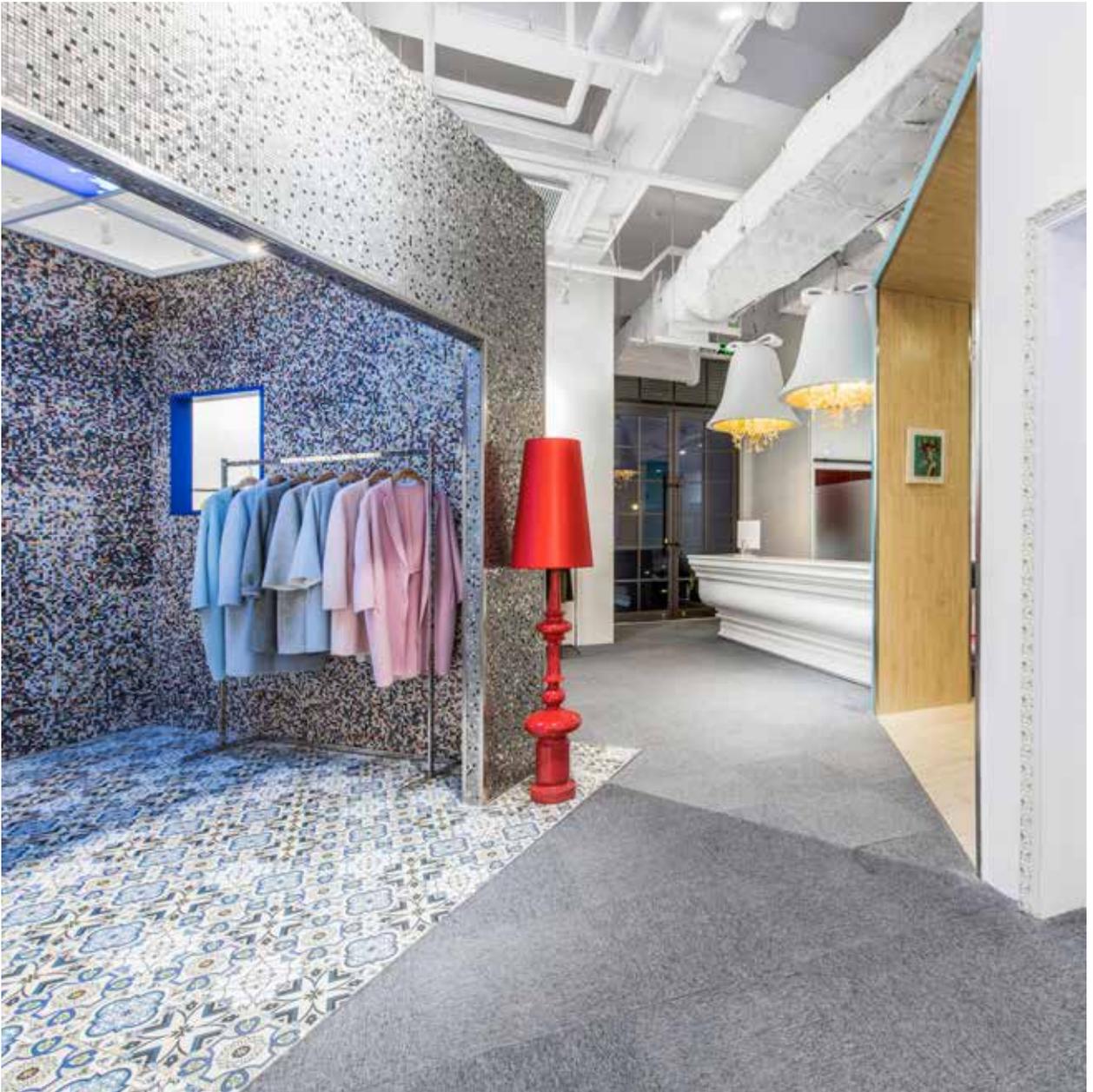


Entrando, l'allestimento rimanda immediatamente al concetto di unione tra le parti che caratterizzerà l'intero spazio. I materiali di finitura identificano un preciso ambiente senza il bisogno di inserire partizioni verticali. Il pavimento richiama il legno posato a lisca di pesce, mentre sulla parete di fondo mattoni dipinti di bianco fanno da fondale ad una composizione creata con sei specchi decomposti che riflettono, grazie alla loro finitura antichizzata, la vetrata di accesso in modo onirico.

Sotto gli specchi una consolle, anch'essa frammentata in tre diversi moduli su cui sono posati busti bianchi che raffigurano il medesimo personaggio. Alzando lo sguardo la nuvola creata da palloni bianchi di diverse dimensioni, ancorati ad una griglia metallica in acciaio zincato.

Sulla destra si apre il primo ambiente dedicato alla messa in mostra dei prodotti. Qui l'involucro, come nel resto dello spazio, diventa un elemento neutro che fa da sfondo a microarchitetture fortemente caratterizzate. Il contenitore presenta pareti bianche e pavimento grigio, mentre il soffitto, dipinto di bianco, non nasconde in alcun modo gli impianti. Tre elementi principali catturano immediatamente lo sguardo: sulla destra una casetta grigia cela all'interno pareti mosaicate nelle sfumature del blu, sulla sinistra, la medesima forma iconica è rivestita in legno con finitura interna in giallo lucido. Tra le due un elemento divisorio in policarbonato giallo accoglie prodotti ancorati al soffitto tramite tubolari in acciaio lucido, accompagnando l'utente lungo il percorso di esplorazione





dello spazio. Alle pareti edicole sempre in legno, riprendono ancora una volta la linea iconica della casa, completando la caratterizzazione dell'ambiente.

Dall'altro lato quattro elementi compongono lo spazio. Muovendosi dalla zona di ingresso è infatti possibile incontrare un piano espositore bianco per la presentazione degli occhiali sovrastato da un elemento ancorato a soffitto tramite cavi di acciaio che rimanda alle linee di una copertura. Avanzando, un grande parallelepipedo rivestito in mosaico grigio caratterizza lo spazio, definendo un interno nell'interno anche a pavimento grazie all'uso di gres porcellanato decorato e a parete con una serie di

aperture modulari dai profili blu, che rendono permeabile la parete in mosaico. Sopra ad un grande bancone bianco, dalle forme tradizionali, campane in gesso bianco che accolgono lampadari barocchi che si rifanno alla tradizione veneziana. Portali grigi incorniciano i capi di abbigliamento esposti, mentre, spostandosi verso la zona ad uffici, un ultimo portale in legno caratterizza la scenografia dell'allestimento.

Un insieme di interni, quindi, contenuti a loro volta in un interno a rappresentare come lo spazio Mos si ponga come obiettivo la messa a sistema di realtà diverse per comunicare una medesima, poliedrica identità.

Roberto Pregliasco - Business Retail Coach

Il coach per l'ottico

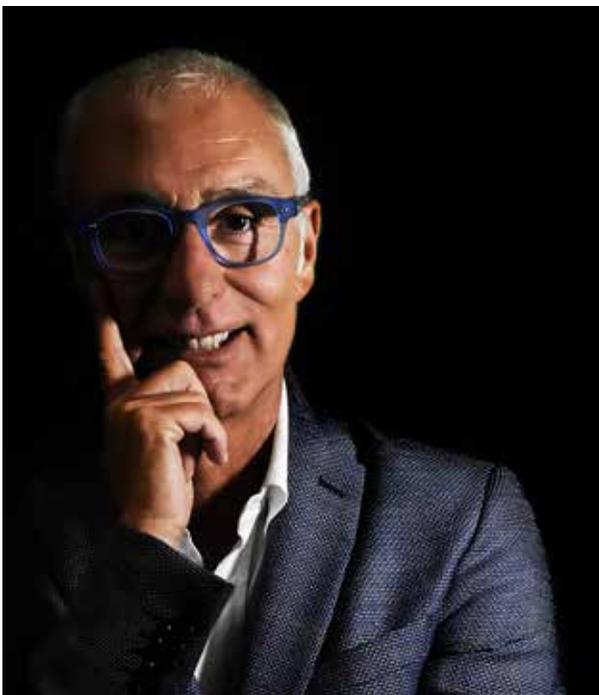
DAL PROSSIMO NUMERO IL BUSINESS RETAIL COACH ROBERTO PREGLIASCO TERRÀ LA RUBRICA “IL MIO COACH”, IN CUI AFFRONTERÀ, NUMERO DOPO NUMERO, DIVERSI TEMI LEGATI ALLA VENDITA AL DETTAGLIO CON FOCUS SULL'APPROCCIO AL CLIENTE.

A CURA DELLA REDAZIONE

La mission di ogni attività è la crescita in termini di fatturato. Per ottenerla bisogna, soprattutto nel retail, in cui c'è un approccio diretto con il cliente, sapere creare interlocutori competenti sotto ogni punto di vista. In questa intervista al business retail coach Roberto Pregliasco, iniziamo ad affrontare insieme i primi step per la creazione di un business di valore. Nei numeri successivi sarà lo stesso Pregliasco ad offrirvi direttamente i suoi consigli attraverso la rubrica “Il mio coach”.

Si presenterebbe ai nostri lettori?

Sono un ottico optometrista specializzato in formazione da 30 anni. Ho iniziato a insegnare alla Scuola di ottica e



di optometria di Genova. Durante questi anni ho ricercato metodologie e approcci efficaci per lo crescita delle persone e dei Centri Ottici. In questa ricerca ho “incontrato”, dapprima, la programmazione neurolinguistica e poi il coaching, diventando un business retail coach. Ciò che faccio è il risultato di tanto impegno, studio e qualche scelta difficile. Sono fortunato, lavoro a tanti livelli, incontro i miei clienti, conosco persone diverse ogni giorno da cui imparo tantissimo.

Ci spiegherebbe il coaching?

Il coaching (dal termine inglese coach che significa allenatore) consiste in un'azione nella quale il coach garantisce la crescita di chi lavora in un'azienda, allenando, spingendo, insegnando metodi efficaci alla ricerca di un costante miglioramento. I miei compiti sono di individuare i punti di debolezza e di agire con un programma cadenzato nel tempo, finalizzato a migliorare l'efficacia del soggetto. Dedico attenzione ad accompagnare i clienti (sostenendone le scelte e l'autonomia) verso la loro migliore realizzazione professionale e imprenditoriale spesso aiutandoli a ricercare nuovi modelli di business.

Cosa intende per “nuovi modelli” di business?

Credo che i paradigmi classici che hanno sorretto il centro ottico fino ad ora siano inadeguati ed è giunto il momento che gli ottici indipendenti dimostrino il loro “vero” valore. In natura gli animali che sopravvivono sono i più veloci, non sono né i più grandi né i più piccoli ed alcuni negozi del nostro settore sono meglio posizionati in questa sfida. Siamo di fronte ad un mercato liquido, dove le cose accadono e cambiano in maniera repentina e i trend sono diversi per area geografica, cliente e formato. Esiste una sola certezza: oggi non si può costruire un

business di successo unicamente intorno al prezzo. Il tentativo delle grandi catene commerciali di scalare la piramide della credibilità, fidelizzando con tecniche tradizionali del marketing, appare destinato al fallimento per l'ottico indipendente. Le catene si muovono con coerenza e hanno una chiara strategia di posizionamento in linea con la logica della visibilità, nella quale contano il prezzo e l'offerta. Il successo di un centro ottico è legato alla capacità di riproporsi e riattualizzarsi in modo lineare e credibile, dove ogni imprenditore deve lavorare sul nuovo posizionamento senza perdere di vista i valori storici. Vedo i retail di ottica ricchi di dati, ma poveri di informazioni. Il mio consiglio è "aprire gli occhi" e "chiudere le orecchie", per capire con la propria testa quello che il consumatore desidera. È necessario avere un solido modello di business e una chiara strategia di crescita, essere motivati a confrontarsi con cambiamenti culturali, organizzativi e manageriali. Osservare, studiare e sperimentare per orientarsi al cambiamento nella direzione della concentrazione.

Si sente parlare spesso di "differenziazione", cosa ne pensa?

L'imprenditore deve rivedere non solo l'offerta ma l'organizzazione del suo spazio fisico che deve acquistare una valenza diversa, cessando di essere soltanto il luogo dove comprare il prodotto e trasformandolo in uno spazio anche di incontro e di intrattenimento ed esperienza. Ogni ConsumAutore è sempre più consapevole di incarnare una diversità esistenziale, che riguarda età, genere, etnia, caratteristiche genetiche, fisiche e scelta dell'abbigliamento.

Di fronte a tale singolarità, i centri ottici devono essere aperti all'accoglienza della diversità, pronti a personalizzare l'offerta.

È questo il paradigma su cui investire energie, partendo dalla propria inimitabile unicità, da un sapere fare incomparabile, da una passione che, pure rispettando la tradizione, guardi al futuro innovando e sperimentando nella logica del cambiamento e della formazione.

Senza un posizionamento coerente e senza formazione e professionalità i negozi indipendenti diventeranno cataloghi per Amazon. C'è solo una soluzione: i negozi devono fare cose diverse, specializzarsi, offrire qualcosa che non può essere venduto online, che abbia una qualità unica.

E l'industria cosa deve fare?

Deve eliminare la concorrenza senza limiti per allargare la torta dei consumi. La torta può crescere, infatti, solo se concorriamo tutti a cucinarla e a cucinarla bene.

Quali sono le sue impressioni nei suoi momenti formativi in giro per l'Italia?

I centri ottici funzionano bene dove le persone sorridono e sono serene, dove si nota grande disponibilità e gentilezza verso i clienti da parte di tutti i collaboratori.

In questi negozi i titolari hanno investito sulla cultura del valore e del rispetto per la persona. Ogni collaboratore è seguito nella sua crescita professionale da un programma formativo studiato e personalizzato. Sono professionisti dall'accoglienza alla conclusione del percorso della vendita attraverso tutti i "momenti della verità". In questi centri si comportano come giardinieri: hanno capito che l'importante non è tanto la qualità dei semi, quanto quella del terreno, perché se prima non prepari bene il terreno, allora quel seme non pianta le sue radici e non produce i suoi frutti. Bisogna prima coltivare l'ambiente, la terra, insomma il rapporto, il cliente. Considero la formazione come un investimento sicuro per il futuro. Il mercato è competitivo, ma i centri ottici indipendenti saranno scelti e apprezzati per la qualità e l'affidabilità della prestazione e del servizio tecnico. Un artigiano e un'industria sono eccellenti quando producono qualcosa meglio di chiunque altro. La mia lunga esperienza mi ha insegnato a studiare modelli formativi che personalizzo a seconda del cliente.

Cosa serve all'imprenditore in ottica per affrontare il mercato nel futuro?

La sfida più difficile è muoversi in un mondo che va verso il futuro. A quei professionisti che cercano spunti per migliorare aspetti della propria professionalità, vorrei suggerire quattro semplici aree che utilizzo nella mia attività di supporto:

- **Consapevolezza:** intesa come la capacità di osservare e comprendere la realtà per come è davvero, al di là dei nostri schemi mentali, dei pregiudizi e dei nostri punti di vista guardando se stessi e il mondo circostante con occhi "più aperti", da molteplici prospettive.
- **Importanza di definire obiettivi:** implica una buona comprensione di ciò che si desidera ottenere. Gli obiettivi rappresentano la fase fondamentale di ogni impegno di crescita e cambiamento.
- **Responsabilità e decisione:** identificato un obiettivo, è necessario mettere in pista con impegno e lasciare indietro qualche schema che non funziona cercando nuove soluzioni.
- **Piani d'azione (allenamento e sperimentazione):** significa agire, per mettere a fuoco azioni e strategie per arrivare agli obiettivi e poi allenarsi. Sperimentare azioni e nuovi metodi, per fare passi quali la resilienza, la creatività o il coraggio, che le scuole e le università non insegnano.

Sono destinati a crescere quei centri ottici che si sono dati un obiettivo strategico, dai 2 ai 5 anni, con una visione globale del cambiamento dei bisogni dei nuovi clienti. Chi cresce sta dando le risposte giuste al consumatore, mentre chi non incrementa dovrebbe porsi qualche domanda e verificare i correttivi da adottare. 'imprenditore deve capire che deve "rottamare" chi culturalmente non è preparato al cambiamento.

Occorre agire, ora, adesso, subito.

Paolo Cassinari - Nikon Business Unit Director

Differenziazione come STRATEGIA

PAOLO CASSINARI, NIKON BUSINESS UNIT DIRECTOR, CI SPIEGA PERCHÉ LA SUA AZIENDA PUNTA SUGLI OTTICI CHE DESIDERANO DIFFERENZIARSI.

PAOLA FERRARIO

Abbiamo incontrato Paolo Cassinari - da qualche mese alla guida di Nikon Italia - ad ottobre, poco dopo il Date di Firenze. Ovviamente abbiamo subito voluto capire perché avesse voluto partecipare alla manifestazione di Firenze. Leggete cosa ha risposto in merito.



Partiamo con una curiosità: perché la sua società ha deciso di esporre alla Leopolda?

Anche se ovviamente eravamo una voce fuori dal coro, ho vivamente sostenuto la nostra presenza alla fiera perché coerente con il nostro posizionamento: al Date espongono produttori di occhiali di avanguardia, quindi di nicchia e, di conseguenza, i visitatori sono gli ottici che desiderano differenziarsi sul mercato, cioè quelli a cui ci rivolgiamo. La manifestazione rientrava quindi perfettamente nella nostra strategia di sviluppo volta a consolidare un modello di business che punta a una distribuzione non massificata ma esclusiva.

L'ottico ha percepito questo vostro obiettivo al Date? Siete soddisfatti?

Sì, quelli che sono venuti nel nostro spazio espositivo hanno compreso il nostro progetto.

La fiera ci ha permesso di creare molti contatti e incontrare acquisiti e potenziali clienti provenienti da tutta l'Italia.

Anche il mercato autoctono ha capito il vostro posizionamento?

Abbiamo una forza vendita che sta facendo un lavoro capillare partendo dal Nord Italia e posso affermare che le zone fino ad ora raggiunte hanno compreso il nostro lavoro. Ci stiamo spostando anche verso il Sud e il Date era un'occasione per venire in contatto con gli ottici provenienti da questa parte d'Italia.

Il brand Nikon fa cento anni: come avete celebrato questo traguardo?

Abbiamo realizzato un'attività commerciale rivolta ai nostri clienti, una promo dedicata e creato una sezione sul nostro sito internet.



Crisafulli Eyewear - Milano

Quali saranno le strategie di marketing per il 2018?

Da un lato continueremo questa strategia di differenziazione mirata a creare “exclusive dealer”, dall’altro lanceremo molti prodotti che andranno a coprire a 360° il segmento. Stiamo anche aprendo uno stock di lenti a Milano per velocizzare il servizio al cliente. Infine, creeremo un portale per l’ottico dove potrà trovare tutti gli strumenti utili al suo lavoro: da quelli per il marketing (potrà ad esempio scaricare materiali e creare le sue pagine pubblicitarie) all’informazione sui prodotti e ci sarà una chat diretta con l’azienda.

E il customer service?

Vogliamo usarlo un po’ più in outbound: per seguire di più i clienti sarà proattivo e si occuperà di chiamare i clienti per spiegare le promozioni, nuovi prodotti...

Quando avverrà il lancio?

I prodotti verranno lanciati verso la fine di marzo e nel primo trimestre del 2018 partirà il customer service.

Quando prevedete di finire la copertura del territorio?

Nel 2018 vogliamo essere presenti in tutte le province, l’idea è avere un ottico ogni 400mila abitanti.

Come sarà sviluppata la presenza del vostro brand nel punto vendita?

Vogliamo dare al marchio Nikon grande visibilità all’interno del centro ottico. Ad esempio, abbiamo “vestito” tre negozi con vetrine o spazi interni fornendo agli ottici gli strumenti per proporre il valore aggiunto delle nostre lenti, creando cioè una proposta tailor made. Abbiamo strumenti molto tradizionali e diretti per il consumatore: forniamo ad esempio Trial Lenses, occhiali di prova su cui l’ottico monta in diretta le lenti, facendo testare la lente progressiva. Abbiamo tassi di redemption molto positivi.



A sinistra: Vetrina Ottica Scotti - S. Angelo Lodigiano (Lo)
Sopra: Vetrina Ottica Bresolin - Bassano Del Grappa (Vi)

A CURA DI SOPTI SOCIETÀ OPTOMETRICA ITALIANA

II RAPPORTO AC/A

prima e dopo

l'INSORGENZA

della MIOPIA

DONALD O. MUTTI¹, G. LYNN MITCHELL¹, LISA A. JONES-JORDAN¹, SUSAN A. COTTER², ROBERT N. KLEINSTEIN³, RUTH E. MANNY⁴, J. DANIEL TWELKER⁵, AND KARLA ZADNIK⁵; for the CLEERE Study Group

1. The Ohio State University College of Optometry, Columbus, Ohio, United States
2. Southern California College of Optometry at Marshall B. Ketchum University, Fullerton, California, United States
3. School of Optometry, University of Alabama, Birmingham, Birmingham, Alabama, United States
4. University of Houston College of Optometry, Houston, Texas, United States
5. University of Arizona Department of Ophthalmology and Vision Science, Tucson, Arizona, United States

Invest Ophthalmol Vis Sci. 2017;58:1594–1602. DOI:10.1167/ iovs.16-19093

L'obiettivo di questo lavoro, pubblicato su *Investigative Ophthalmology&Visual Science* nel 2017, è quello di valutare il rapporto di convergenza accomodativa indotta da una quantità di diottrie di accomodazione (rapporto AC/A) prima, durante e dopo l'insorgenza della miopia.

La quantità di accomodazione che viene chiamata in gioco per una determinata quantità di convergenza accomodativa definisce il rapporto AC/A. Squilibri nel legame tra questi due elementi chiave della visione bioculare singola e nitida possono causare forie o tropie¹. Nonostante il rapporto AC/A maturi nei primi anni di vita e rimanga stabile nella maggior parte della sua durata esistono alcuni fattori che possono influenzarla: visual training, presbiopia, cicloplegia ed errore refrattivo. Di questi, i cambiamenti neurologici o oculomotori a seguito di un trattamento di training sembra inducano l'effetto minore.

L'età più avanzata sembra invece, avere un effetto maggiore che probabilmente è dovuto allo sforzo accomodativo richiesto dopo i 30 anni quando l'ampiezza accomodativa inizia a ridursi². L'incremento del rapporto AC/A sembra sia legato ad un maggior sforzo richiesto al muscolo ciliare per produrre la stessa risposta accomodativa rispetto a prima. Il rapporto AC/A, inoltre, può variare a causa dell'errore refrattivo con valori AC/A alti in bambini miopici rispetto agli emmetropi. Un alto valore di AC/A si rileva almeno 2 anni prima e 1 anno dopo l'insorgenza della miopia nei bambini dai 6 agli 11 anni. Un'altra ipotesi è che l'aumento dello sforzo necessario per diottria di accomodazione si manifesti come un rapporto AC/A più alto pur rimanendo relativamente costante. L'incremento del lag accomodativo, un chiaro segnale di un'alterata accomodazione in presbiopia e cicloplegia, è ben

documentato nei bambini con miopia rispetto a non miopi. L'obiettivo di questa analisi è di valutare il legame AC/A e lo sviluppo miopico in un arco temporale che va dai 5 anni precedenti ai 5 successivi all'insorgenza della miopia. Questo studio, di notevoli dimensioni, si è svolto tra il 1989 e il 2010 ed ha coinvolto 698 bambini dai 6 ai 14 anni che erano già diventati miopi e 430 bambini emmetropi. Ad un primo studio denominato *Orinda Longitudinal Study of Myopia* (OLMS) si è aggiunto il *Collaborative Longitudinal Evaluation of Ethnicity and Refractive Error* (CLEERE) in modo da ampliare il panel dei soggetti esaminati nel rispetto delle diversità etniche. Lo studio OLMS prendeva in considerazione la comunità di Orinda, in California a predominanza etnica di origine caucasica. Il CLEERE reclutava invece bambini afro-americani della comunità di Eutaw, in Alabama, bambini di etnia asiatica di Irvine in California e bambini di etnia ispanica provenienti da Houston in Texas. Il panel comprendeva il 52% di genere femminile. I bambini classificati come emmetropi riportavano un valore compreso fra -0,25 e +1,00 D su ogni meridiano e ad ogni controllo effettuato in cicloplegia. I bambini classificati nel gruppo *Became myopic* riportavano, dopo una prima visita in cui risultavano non miopi, una variazione di almeno -0,75 D su entrambi i meridiani dopo controllo in cicloplegia. Nella tabella 1 sono riportati i bambini del gruppo *Became myopic* a cui è stato rilevato il valore di AC/A ad ogni visita di controllo. Esaminatori preparati e certificati hanno misurato il rapporto AC/A e l'errore refrattivo dei bambini ogni anno. Il protocollo seguito per le misure è descritto in modo dettagliato in un altro studio³ e qui brevemente riassunto: la strumentazione utilizzata veniva regolarmente calibrata e le variazioni rilevate erano inferiori a 0.10 D. La visione monoculare è stata rilevata con l'utilizzo del sistema Badal poiché aveva il valore aggiunto di mantenere costante la distanza e limitare il potenziale effetto dell'avvicinamento, in particolare sulla vergenza. Si suppone, tuttavia, che il legame AC/A sia indipendente dal lag accomodativo individuale dal momento che il legame tra accomodazione e convergenza ha dimostrato di essere lineare attraverso una vasta gamma di risposte accomodative⁴. La fusione è stata interrotta con un filtro rosso nell'occhio sinistro e le variazioni di convergenza monitorate con una videocamera: la vergenza era quindi asimmetrica quando l'occhio destro rimaneva fissante durante tutta l'esecuzione del test. La correzione veniva lasciata nell'occhio destro nei bimbi che la portavano, mentre il sinistro era lasciato senza correzione per evitare indesiderati riflessi risultanti dagli occhiali o dalle lenti a contatto. Tutti i dati di accomodazione e convergenza sono stati registrati simultaneamente utilizzando un multiplexer per

l'analisi delle immagini in ritardo. Il rapporto AC/A è stato calcolato tra le 0,00 e le 4,00 D e sono state escluse risposte accomodative inferiori a 1, AC/A negative o maggiori di 20 Δ/D, in casi di istruzioni non ben comprese dai bambini o bambini non collaborativi o aventi una miopia non corretta sufficiente a neutralizzare la risposta accomodativa. Il cover test è stato eseguito sia per vicino che per lontano con la correzione in uso e la foria rilevata in Diottrie Prismatiche necessarie al riallineamento. L'errore refrattivo è stato rilevato dopo midriatico e cicloplegia, di diversa concentrazione e tempo di assimilazione in base al colore dell'iride^{5,6}. Ai genitori dei bambini era stato consegnato un questionario per l'anno inerente alle attività del figlio all'aria aperta, le ore di studio, di pc, di tv e il risultato è stato che l'impegno visivo era di circa 3 ore per lettura e 3 ore per studio + 2 per pc alle quali aggiungere le ore di tv. Curve di crescita separate sono state fatte per i bambini emmetropi soltanto in base alla variazione AC/A riguardo l'età e per gruppo etnico in quanto non poteva fungere da spartiacque il "prima" e "dopo" l'insorgenza della miopia⁷. L'anno di insorgenza della miopia (almeno -0.75 in ciascun meridiano principale valutato in cicloplegia e autorefrattometro) è definito anno 0, l'anno precedente -1, 2 anni prima -2 e così fino ai 5 anni prima. Allo stesso modo ciascun anno dopo l'insorgenza è definito con +1+2... fino al +5 (Tab. 1).

Risultati

Il rapporto AC/A nei bambini emmetropi era, grosso modo, di 4,00 Δ/D con un leggero incremento di circa il 10% nell'arco dei 10 anni previsti dai controlli. Il valore non ha riportato differenze significative nei 5 anni precedenti all'insorgenza della miopia nei bambini che sono rimasti emmetropi e i bambini che sono diventati miopi. Al contrario, nei 4 anni prima dell'insorgenza della miopia, il valore di AC/A è aumentato in modo significativo nei bambini che sono diventati miopi rispetto a quelli che sono rimasti emmetropi (Grafico 1).

Visit	Total	Tested With Correction, n (%)	Tested Without Correction, n (%)
-5	88	1 (1.1)	87 (98.9)
-4	195	6 (3.1)	189 (96.9)
-3	326	12 (3.7)	314 (96.3)
-2	435	31 (7.1)	404 (92.9)
-1	533	64 (12.0)	469 (88.0)
0	537	193 (35.9)	344 (64.1)
+1	370	217 (58.6)	153 (41.4)
+2	261	190 (72.8)	71 (27.2)
+3	160	133 (83.1)	27 (16.9)
+4	92	76 (82.6)	16 (17.4)
+5	41	38 (92.7)	3 (7.3)

Tabella 1

L'incremento è degno di nota in quanto la crescita del valore è uniforme in ogni anno dall'insorgenza della miopia e negli anni successivi fino a raggiungere, nell'anno zero il valore di $6,92 \Delta / D$, cioè di 1,6 volte superiore al valore di $4,27 \Delta / D$ riscontrato nei bambini emmetropi.

Il rapporto AC/A è stato inoltre analizzato nel rispetto della foria per vicino, del lag accomodativo e del valore di progressione miopica. L'incremento del legame AC/A prima dell'insorgenza della miopia si è verificato contemporaneamente ad un incremento proporzionale di bambini con una esoforia per vicino $\geq 2 \Delta$. Secondo quanto riportato, la percentuale di bambini con una esoforia per vicino $\geq 2 \Delta$ rilevata con cover test durante il controllo per l'insorgenza della miopia, si attestava attorno al 7,2% nell'anno -5, diventando 18,7% nell'anno 0 (anno dell'insorgenza). Successivamente, con la sopraggiunta stabilizzazione dell'elevato rapporto AC/A negli anni successivi, la percentuale di bambini miopi con esoforia per vicino tendeva a decrescere: da 11% a 14% negli anni da +3 a +5 (Grafico 2). Di contro, i bambini emmetropi avevano una bassa percentuale di esoforia per vicino che è rimasta relativamente stabile negli anni di durata degli studi (3,8% a 6 anni e 2,6% a 14 anni). La presenza di una esoforia da vicino $\geq 2 \Delta$ era molto probabile in presenza di un rapporto AC/A più alto (valore probabilità = 1,15, $p < 0,0001$) ma non era associata in modo significativo con un lag accomodativo in una regressione logistica univariata (valore probabilità = 0,90, $p = 0,21$). Quando il rapporto AC/A e il lag accomodativo si compensavano fra di loro in un modello logistico multivariato, la presenza di una esoforia da vicino $\geq 2 \Delta$ era molto più probabile in presenza di un rapporto AC/A elevato (valore probabilità = 1,17, $p < 0,0001$). Meno probabile con un lag accomodativo più alto (valore probabilità = 0,72, $p = 0,0001$).

Discussione

Da quello che si è potuto osservare, il valore di AC/A era molto alto nei bambini che diventavano miopi rispetto a quelli che rimanevano emmetropi. Questo almeno 4 anni prima dell'insorgenza della miopia e in ogni anno successivo dopo la comparsa. L'elevato valore di AC/A nei miopi risulta essere coerente con i valori rilevati in report precedenti^{8,9-12} ma, in questo studio, si è rilevato il comportamento del valore di AC/A negli anni precedenti e successivi la comparsa della miopia. Variazioni del valore di AC/A nei 4 anni precedenti l'insorgenza della miopia appare molto prima rispetto ad altri fattori di rischio¹³. Uno degli aspetti più interessanti di questo studio è la presenza di due fasi relative all'insorgenza: pre-insorgenza, il valore di AC/A aumenta uniformemente raggiungendo il suo picco massimo nell'anno dell'insorgenza della miopia. Nella fase post-insorgenza, il valore rimane stabile. Per concludere, gli autori osservano che i 4 anni prima dell'insorgenza della miopia sono critici per quando riguarda l'incremento del legame AC/A. Il suo valore raggiunge il massimo picco nell'anno di insorgenza della miopia e rimane elevato e stabile fino ai 5 anni successivi. Un elevato legame AC/A è, probabilmente, responsabile dell'incremento percentuale del valore di foria per vicino nei bambini che diventano miopi. Un elevato rapporto AC/A era associato ad un incremento del lag accomodativo ma non associato ad un incremento del valore di progressione miopica dipendente dall'ammontare del lavoro da vicino. L'associazione con l'incremento del lag accomodativo suggerisce che la causa più probabile dell'aumento del valore di AC/A sia una compromissione dell'accomodazione tale da richiedere un aumento della richiesta di diottrie accomodative piuttosto che un incremento della relazione con la convergenza accomodativa.

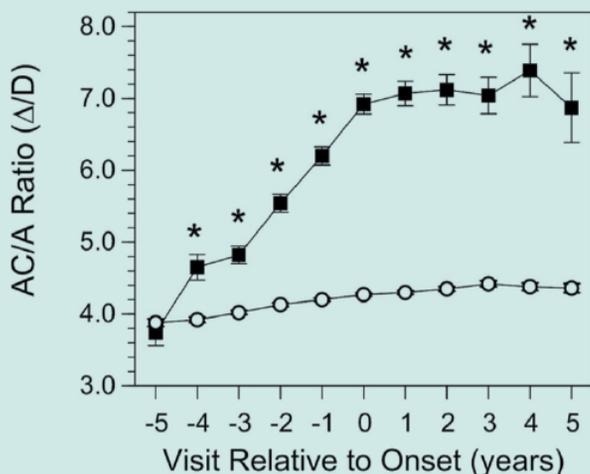


Grafico 1

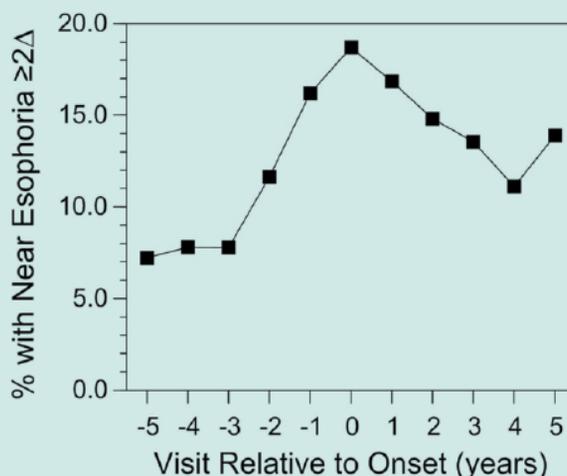


Grafico 2

Bibliografia

1. Schor CM, Glenn A. The Fry award lecture: adaptive regulation of accommodative vergence and vergence accom- modation. *Am J Optom Physiol Opt* 1986;63:587-609
2. Tiagarajan P, Lakshminara V, Bobier WR. Effect of vergence adaption and positive fusional vergence training on oculomotor parameters. *Optom Vis Sci* 2010;87:487-93
3. Mutti DO, Jones LA, Moeschberger ML, Zadnik K. AC/A ratio, age, and refractive error in children. *Invest Ophthalmol Vis Sci* 2000;41:2469-78
4. Flom M. On the relationship between accommodation and accommodative convergence. Part I. Linearity. *Am J Optom Arch Am Acad Optom* 1960;37:474-82
5. Seddon JM, Sahagian CR, Glynn RJ, et al. Evaluation of an iris color classification system. *Invest Ophthalmol Vis Sci* 1990;31:1592-98
6. Kleinstein RN, Mutti DO, Manny RE, Shin JA, Zadnik K. Cycloplegia in African-American children. *Optom Vis Sci* 1999;76:102-07
7. Bozdogan H. Model selection and Akaike's Information Criterion (AIC): the general theory and its analytical extensions. *Psychometrika* 1987;52:345-70
8. Turner JE, Horwood AM, Houston SM, Riddell PM. Development of response AC/A ratio over the first year of life. *Vision Res* 2002;42:2521-32
9. Gwiazda J, Grice K, Thorn F. Response AC/A ratios are elevated in myopic children. *Ophthal Physiol Opt* 1999;19:173-79
10. Jiang BC. Parameters of accommodative and vergence systems and the development of late-onset myopia. *Invest Ophthalmol Vis Sci* 1995;36:1737-42
11. Rosenfield M, Gilmartin B. Effect of a near-vision task on the response AC/A of a myopic population. *Ophthal Physiol Opt* 1987;7:225-33
12. Gwiazda J, Thorn F, Held R. Accommodation, accommodative convergence, and response AC/A ratios before and at the onset of myopia in children. *Optom Vis Sci* 2005;82:273-78
13. Mutti DO, Hayes JR, Mitchell GL, et al. Refractive error, axial length, and relative peripheral refractive error before and after the onset of myopia. *Invest Ophthalmol Vis Sci* 2007;48:2510-19

Traduzione e adattamento

Nicole Roggero,
svolge la propria attività di consulenza
come libero professionista, SOPTI

Editor e revisore

Oscar De Bona, svolge la propria attività di consulenza
come libero professionista.
Membro CD SOPTI



IOFT HA SPENTO 30 CANDELINE

Dall'11 al 13 ottobre scorsi si è svolta a Tokio la 30^a edizione di IOFT - International Optical Fair Tokyo.

Quest'anno IOFT ha compiuto 30 anni e i dati hanno "voluto premiarla" grazie alla presenza di 14.013 visitatori professionisti durante i tre giorni della kermesse.

Il salone ha visto anche la partecipazione di 370 espositori provenienti da 21 Paesi - alcuni dei quali hanno aderito all'evento per la prima volta - e di 74.000 prodotti appartenenti sia ai brand internazionali più famosi, sia a quelli del distretto giapponese di Fukui. Molti momenti significativi hanno caratterizzato la kermesse. In primis la cerimonia inaugurale con relativo taglio del nastro a cui hanno aderito 48 leader in rappresentanza dei più importanti venditori al dettaglio, distributori, nonché membri delle associazioni e buyers. Grande adesione anche per il party per celebrare i 30 anni della fiera dove sono saliti sul palco anche i rappresentanti delle 11 aziende che hanno supportato l'evento fin dalla sua prima edizione con la loro presenza. Sempre durante la cerimonia, proprio per sottolineare il crescente interesse del consumatore verso l'occhiale, sono state premiate alcune celebrità locali (politici, attori, modelli,

comici e figure di alto profilo) a cui sono stati regalati dalle aziende espositrici le loro ultime proposte.

Tra i momenti clou c'è stata anche la 21esima edizione del Japan Eyewear Award che ha visto la consegna di sei premi divisi in altrettante categorie. Il premio ogni anno sancisce gli occhiali di design più di tendenza sul mercato.

Ma IOFT è stato anche sinonimo di formazione grazie ai diversi seminari sulle tendenze, sui metodi per avere successo nel business, social media, tecnologia delle lenti, etc. Quest'anno, proprio per celebrare i 30 anni del salone, si è svolto un seminario ad hoc. E sempre per festeggiare questo importante traguardo, è stata allestita la galleria "IOFT 30th anniversary memorial model gallery" in cui erano esposti i prodotti realizzati dagli espositori per i 30 anni della fiera. Infine, c'è stato un grande ritorno: la galleria "Sunglasses collection 2017-2018". Lanciato per la prima volta nel 2014, questo spazio è stato dedicato a 160 marchi che hanno mostrato le loro ultime novità di tendenza.

La prossima edizione di IOFT si terrà sempre al Tokio Big Sight dal 22 al 24 ottobre 2018.

Soft Care

POWERED BY **DAI**



AIO
all in one

Sistema Aplanatico Classico 2X

SPESSORE BORDO:
5 mm



IperAPLANAT F.F. AIO 2X

SPESSORE BORDO:
1,2 mm



Prismatica Standard 2X - Ø50

SPESSORE BORDO:
9 mm



IperBINO AIO F.F. 2X - Ø50

SPESSORE BORDO:
3,8 mm



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

daioptical.com



DAI
OPTICAL INDUSTRIES



BENVENUTI NEL FUTURO!

Il nuovo FUTURESHOP a opti 2018.

Alla prossima edizione di opti, ottici e oculisti potranno gettare uno sguardo sul futuro del loro settore. Il nuovo FUTURESHOP nel padiglione B4 proporrà le ultime novità tecnologiche per diversi ambiti, dalla diagnostica alla consulenza per i clienti. Inoltre, nel centro fieristico di Monaco di Baviera, gli operatori potranno scoprire soluzioni promettenti per il successo della loro attività, opportunità di digitalizzazione e allestimenti esclusivi con cui stupire i clienti che entrano in negozio. Specchi virtuali, sistemi interattivi e display per vetrine e negozi, stampanti 3D, soluzioni software, tecnologie avanzate per consulenza, diagnostica, rifrazione e regolazione, apparecchiature di misura e screening, allestimenti di grande impatto: nel FUTURESHOP di opti, dal 12 al 14 gennaio 2018 nel centro fieristico di Monaco di Baviera, i visitatori troveranno tutto ciò che serve per affascinare i loro clienti anche in futuro. “I clienti hanno esigenze e richieste sempre più evolute,” sottolinea Bettina Reiter, project manager di opti. “Quando entrano in un negozio di ottica, non solo si aspettano competenze avanzate, consulenza di alto livello e tecnologie moderne, ma vogliono anche essere a proprio agio e vivere un’esperienza unica. E questo è esattamente ciò che vogliamo offrire con FUTURESHOP.”

Suddiviso nelle tre aree di accoglienza, esperienza e ricerca, FUTURESHOP è stato sviluppato in collaborazione con ottici, espositori del settore, esperti dell’associazione di ottici e

optometristi tedeschi ZVA e la scuola superiore di Aalen.

La dotazione tecnica delle sale di rifrazione e screening è stata fornita da aziende espositrici quali Topcon, ZEISS e OCULUS, che presenteranno numerose novità.

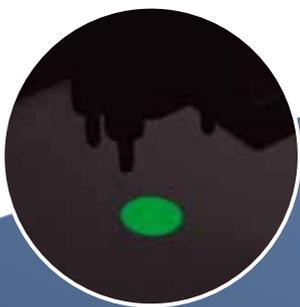
Gli allestimenti sono stati affidati all’azienda di arredi Heikaus Concept GmbH, che fra i propri clienti conta, oltre a negozi di ottica e acustica, anche etichette e catene di moda, gioielleria, wellness e salute. FUTURESHOP mostrerà agli ottici ciò che è possibile realizzare oggi in termini di funzionalità, atmosfera e comfort, per essere pronti per il futuro, fornendo spunti e ispirazioni per realizzare l’allestimento più idoneo per ogni operatore. Gli studenti della scuola superiore di Aalen accompagneranno i visitatori in tour guidati del FUTURESHOP ogni 30 minuti, illustrando in tedesco e in inglese particolarità, nuove tecnologie e apparecchiature. Gli operatori potranno visitare il FUTURESHOP anche da soli, senza bisogno di registrazione.

OPTIC 4.0 ancora centrale a opti

Anche quest’anno gli operatori potranno scoprire le principali novità proposte dagli espositori sul tema OPTIC 4.0.

Più info sul catalogo online e nel visitor guide.

La digitalizzazione dell’ottica è un tema centrale anche all’opti-forum. Il programma dell’opti-forum sarà pubblicato da fine novembre su www.opti.de/programm.



DL-800, DL-900 & DL-1000

SHIN-NIPPON
by **Rexxam**

- Frontofometri computerizzati con monitor touch screen
- Tecnologia a LED verde per misure precise e veloci
- Modello con stampante DL-900
- Modello con stampante, lettura assorbimento raggi UV delle lenti e distanza interpupillare DL-1000



L'intervento di Giulia Gerosa

SEGNO + PER HONG KONG OPTICAL FAIR

Oltre 16.000 visitatori professionisti hanno partecipato all'evento in calendario dall'8 al 10 novembre scorsi.

La 25ª edizione della HKTDC Hong Kong Optical Fair - organizzata dall'Hong Kong Trade Development Council (HKTDC) e co-organizzata dalla Hong Kong Optical Manufacturers Association - ha chiuso i battenti lo scorso 10 novembre. La fiera ha accolto oltre 16.000 visitatori professionisti provenienti da 103 paesi e regioni registrando un +7% rispetto all'anno precedente. Nel dettaglio, sono cresciuti i buyers dei mercati emergenti, tra cui la Cina continentale, l'India, l'Indonesia, le Filippine e la Thailandia; significativo è stato anche l'aumento di quelli provenienti dai cosiddetti mercati maturi come Singapore, Taiwan, Francia, Regno Unito e Canada, anche il numero di acquirenti da Hong Kong ha segnato un segno "+". Benjamin Chau, vicedirettore esecutivo dell'HKTDC, ha così commentato l'evento: "I risultati evidenziano il ruolo della fiera come una tra le principali piattaforme di promozione e approvvigionamento per l'industria internazionale dell'occhialeria. Con un numero record di 800 espositori e quello crescente dei buyers, ha anche dimostrato che l'industria mondiale dell'occhialeria è fiorente". "La domanda globale di occhiali continua a salire. Per i professionisti del settore, la fiera ottica internazionale rimane una delle principali piattaforme di promozione e sourcing", ha continuato Chau. "Il salone ha proposto un'ampia gamma di prodotti e molti espositori hanno presentato i loro nuovi e prestigiosi occhiali di design per soddisfare la forte domanda del mercato. C'era una vivace atmosfera commerciale", ha concluso il vicedirettore.

I seminari

Durante l'HKOF si è svolta una serie di seminari per esaminare le ultime tendenze del mercato e le novità di prodotto. Secondo Euromonitor International, quest'anno le vendite globali di occhiali raggiungeranno quasi 1 trilione di HK\$ e nel 2016 le vendite al dettaglio di occhiali nel continente cinese sono aumentate di circa il 6%.

I rappresentanti del noto istituto di ricerca tedesco GfK hanno tenuto un seminario durante il quale hanno dichiarato che il mercato cinese del consumo continentale è in pieno boom e che le vendite al dettaglio di occhiali sono positive.

Con un forte interesse per i marchi di lusso, i consumatori sono alla ricerca di brand fashion.

I relatori hanno anticipato che l'e-tailing sarà il principale fattore di vendita al dettaglio. "Prevediamo che entro il 2020 circa il 40% dei consumatori negli Stati Uniti, in Europa e nelle quattro regioni BRIC saranno consumatori digitali", ha dichiarato Gianni Cossar, Global Director Optics & Eyewear di GfK.

La nostra collaboratrice Giulia Gerosa ha illustrato le tendenze dei punti vendita all'interno del Seminario "European Focus: Retail and Consumer".

Un altro momento saliente della fiera è stata la 15ª Conferenza Optometrica di Hong Kong.

L'edizione 2018 si terrà dal 7 al 9 novembre.



EXPO OTTICA SUD CONVINCE

Nuovo successo per la fiera catanese ancora più ricca di espositori: una grande affluenza di ottici optometristi arrivati da diverse province della Sicilia, dalla Calabria e da Malta, per visionare prodotti e servizi esposti da oltre 70 brand e assistere a interessanti meeting tecnico-aziendali.

Si è conclusa lunedì 24 ottobre la quarta edizione del salone di Catania, che si è confermato un evento importante per buona parte degli ottici del Sud e per le realtà in mostra, alcune delle quali al loro debutto.

Il salone è stato quindi un luogo di incontro, confronto e business per l'area mediterranea del Centro-Sud, con presenze di qualità di professionisti della visione interessati, che hanno colto l'occasione di questo evento anche per fare diversi ordini.

“L'afflusso dei visitatori in fiera è stato più o meno in linea con il 2016”, ha dichiarato Massimo Pennisi, responsabile marketing di Asso Fiere Sicilia, la società organizzatrice dell'evento. “Per quanto riguarda le aziende partecipanti, ho colto un buon livello di soddisfazione soprattutto per la giornata di domenica e in parte di lunedì, mentre il sabato l'affluenza è stata più lenta ma continua”, ha concluso Pennisi.

Anche gli espositori hanno espresso pareri positivi, sia in merito alla qualità dei visitatori, sia per il livello della manifestazione, che si sta affermando come una vera e propria fiera, con gli spazi adatti, stand curati e un'organizzazione attenta alle esigenze di chi espone.

“Expo Ottica si è riconfermata un'ottima occasione di incontro per gli ottici del Sud; la dedizione e la cura del Dott. Pennisi nei confronti di espositori e partecipanti ha permesso di creare un'atmosfera favorevole alle

contrattazioni. La crescita degli espositori dimostra come la fiera sia un'occasione interessante per incontrare l'ottico e i distributori”, ha dichiarato il Direttore Commerciale della nostra rivista.

La Sicilia sta vivendo un'evoluzione importante grazie all'affermarsi di professionisti che gestiscono centri ottici moderni, dotati di servizi e strumenti avanzati con un'offerta sempre più ricercata di prodotti alla moda e personalizzati per il pubblico. È in questa realtà che si inserisce Expo Ottica Sud, che si pone l'obiettivo di portare agli ottici optometristi siciliani un bagaglio di tecnologia, formazione e relazioni.

Per l'edizione 2018, ci saranno due novità: “La sede non sarà più il Centro Fieristico Etnapolis, anche se manterremo la location a Catania”, ha dichiarato Pennisi. “Contestualmente prenderemo in considerazione l'opportunità di ampliare gli spazi per gestire eventuali nuove richieste già previste. Abbiamo già avvisato gli espositori, molti dei quali hanno espresso da subito la volontà di tornare l'anno prossimo: stiamo valutando la scelta che comunicheremo quanto prima. Inoltre, l'anno prossimo con buona probabilità sposteremo l'orario di apertura del primo giorno di manifestazione alle 14, per consentire, in tal modo, agli espositori di giungere in fiera anche il sabato mattina”, ha concluso Pennisi.



INNOVATIVI NEL DNA

La comunità globale Zeiss Vision Care si è incontrata a Berlino in un contesto straordinario, all'insegna di innovazione e tecnologia.

di **Simona Finessi**

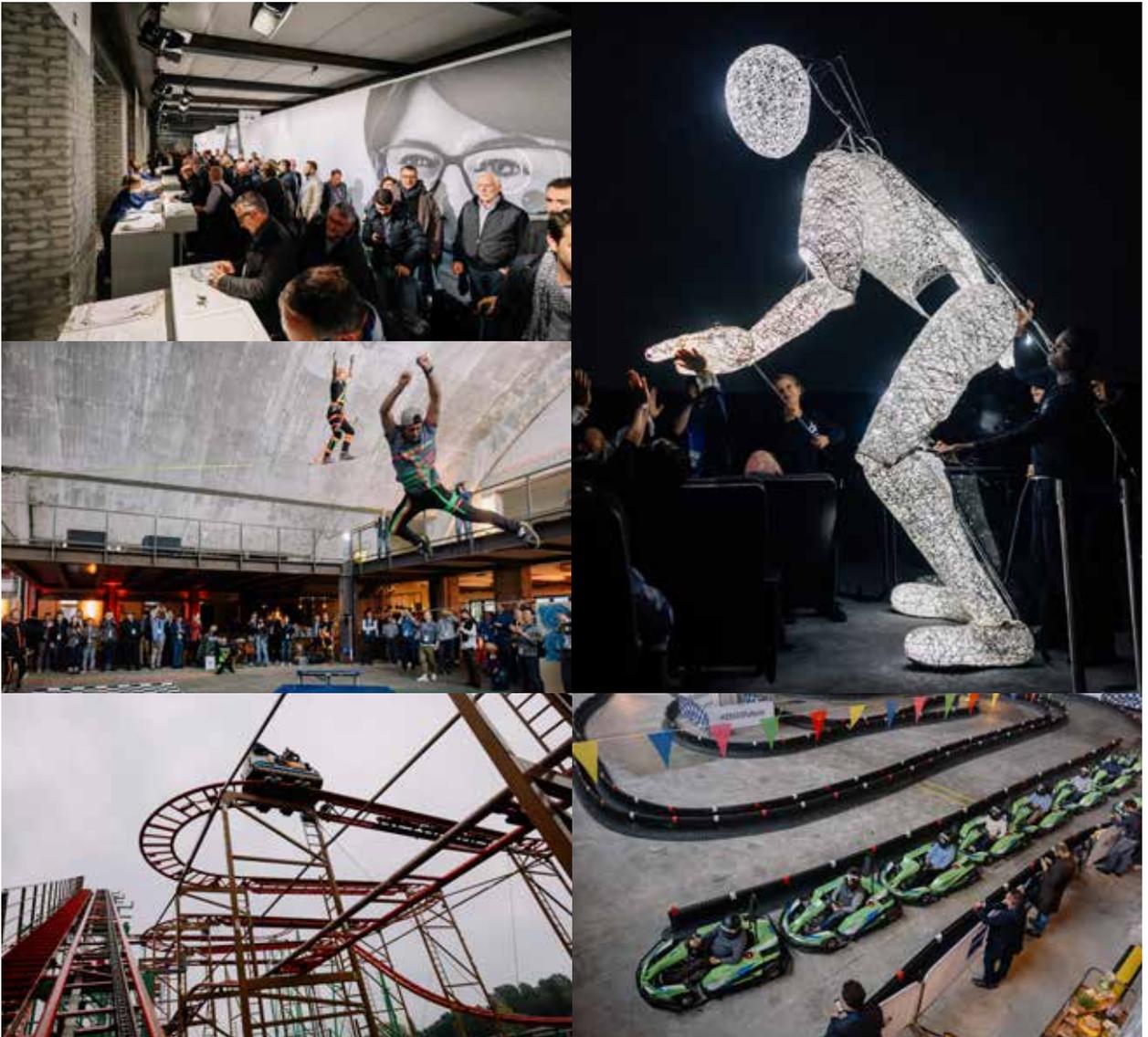
Zeiss non è solo sinonimo di “lente” ma anche di tecnologia e innovazione. Il gruppo opera infatti a livello mondiale nei settori dell’ottica e dell’optoelettronica sviluppando, producendo e commercializzando soluzioni per metrologia, microscopia, tecnologia medicale, lenti per occhiali e obiettivi per fotografia e cinematografia, binocoli e attrezzature per la tecnologia dei semiconduttori. Ed è proprio grazie a questi innumerevoli prodotti che si è imposto come leader mondiale nello sviluppo dell’ottica e contribuisce ancora oggi a forgiare il progresso tecnologico. L’innovazione fa quindi parte del suo DNA ed è stata il criterio intorno a cui si è sviluppata l’azienda dal lontano 1846, anno della sua fondazione, ed il fulcro dell’appuntamento di Berlino a cui siamo stati invitati. La convention della comunità globale - generalmente

dedicata ai clienti e per la prima volta aperta anche alla stampa internazionale di settore e consumer - è stata un momento per illustrare i trend futuri e le ultime novità di prodotto.

Quest’anno è stata ospitata presso gli studi di registrazione della Funkhaus Nalepastraße, che grazie all’altissima qualità del suono continua ad attirare artisti internazionali, orchestre e produttori musicali.

Il futuro non deve fare paura

Il nostro stile di vita è cambiato così come le nostre abitudini agli acquisti. Ma come sarà la nostra vita quotidiana nel futuro? Con quali tecnologie lavoreremo? Quali opportunità potranno essere create con il processo tecnologico? Cosa significano per noi “smart life” e “connettività”?



Quali sviluppi semplificheranno le nostre vite?

Le risposte sono state fornite durante la convention da Nick Sohnemann, uno dei più rinomati esperti nell'analisi dei trend e delle innovazioni di mercato.

Secondo Sohnemann, le esperienze dei consumatori sono sempre più interattive e il risultato è una shopping experience più complessa. Il consumer entra nel negozio come atto finale di una ricerca digitale e anche il centro ottico subirà significative variazioni.

Gli occhiali non saranno più un semplice ausilio visivo ma lo strumento per antonomasia che farà da supporto in tutti i momenti della nostra vita, dalla telefonata all'atto puro dello shopping.

Zeiss propone già molto da questo punto di vista.

Durante la convention abbiamo infatti potuto testare

da vicino le performance della tecnologia che possiede l'azienda guidati da una sequenza di presentazioni, animazioni e dimostrazioni sulla luce, l'occhio e la visione. Un esempio su tutti è la tecnologia VR, in grado di mostrare gli effetti dei cambiamenti nella performance visiva dovuti a degenerazioni del cristallino (cataratta) o a danni retinici (degenerazione maculare), aiutando a capire come questi disagi impattino sulla visione.

Comprendendo meglio gli effetti della luce e delle fonti luminose sulla visione, Zeiss sostiene che si possano continuare a creare soluzioni che proteggano e preservino la visione e garantire sempre la migliore performance e comfort.

L'Expert Area Zeiss ha infatti anche dimostrato come gli insegnamenti sulla luce e la visione possono essere trasferiti



ai professionisti della visione per migliorare il loro processo di consulenza ai propri clienti.

Questa sezione si è focalizzata anche sulle bande spettrali, gli UV (ultravioletti) e la lunghezza d'onda HEV (alta energia visibile), per mostrare i loro effetti e come le lenti per occhiali moderne possano fare la differenza nel preservare e proteggere la vista.

Il centro ottico è destinato a cambiare e anche il ruolo dell'ottico il quale dovrà vedere nella tecnologia non un ostacolo ma un'opportunità di crescita.

Le lenti Zeiss EnergizeMe

L'incontro ha rappresentato anche l'occasione per la ripresa delle recenti, e prime sul mercato, lenti per occhiali per portatori di lenti a contatto: le lenti Zeiss EnergizeME.

Create in modo specifico proprio per soddisfare le esigenze visive di chi utilizza lenti a contatto e sente la necessità di dare sollievo agli occhi dopo il loro uso, soprattutto in caso di intenso utilizzo di dispositivi digitali, offrono un comfort e una naturalezza eccellente.

Le nuove lenti combinano un design innovativo e specifico che rispecchia il comportamento visivo del portatore

di lenti a contatto: non essendo abituato all'orbita di un occhiale da vista che limita i campi di visione, chi indossa le lenti a contatto compie una serie di movimenti del capo più dinamici rispetto a chi possiede lenti oftalmiche - la tecnologia Digital Inside - che ottimizza le aree di visione integrando la distanza di lettura di stampati con quella di dispositivi digitali, contribuendo così a diminuire l'affaticamento visivo.

Il risultato sono lenti perfettamente equilibrate in tutte le aree di visione, ma con una performance aggiuntiva nel vicino. Il trattamento antiriflesso DuraVision BlueProtect, ideale per chi passa la maggior parte del tempo in interni esposto alla luce blu generata dagli schermi dei dispositivi a LED quali TV, computer o tablet, riflette la parte di luce blu nociva proveniente da queste sorgenti, garantendo comunque una corretta percezione dei contrasti e salvaguardando la sua preziosa funzione di regolatore dei cicli sonno-veglia.

Zeiss Visuconsult

Durante la convention, abbiamo potuto anche apprezzare la funzionalità innovativa di Zeiss Visuconsult, la piattaforma



per il centro ottico già proiettato nel futuro in grado di semplificare i flussi di lavoro e trasformare la consulenza in un'esperienza d'acquisto memorabile.

Zeiss Visuconsult è un'applicazione che nei prossimi mesi verrà introdotta come standard nell'attività operativa dei centri ottici partner e che consente con pochi semplici e intuitivi click di guidare il percorso d'acquisto del cliente finale dall'anamnesi fino alla conferma del prodotto scelto. Zeiss Visuconsult è integrato con tutta la strumentazione ottica Zeiss presente in negozio, fungendo da hub per tutte le informazioni rilevanti, che poi potranno essere trasmesse, senza ulteriore sforzo, al software d'ordine Visustore.

Nel prossimo futuro grazie a Visuconsult sarà possibile registrare, tramite lettura di QR code, anche il profilo delle abitudini visive precedentemente e comodamente effettuato dal cliente a casa sua. L'esperienza "out of store" e "in store" sarà così completa e integrata.

La full immersion nel mondo Zeiss a Berlino è stata supportata da un'organizzazione impeccabile e si è conclusa con lo spettacolo al Planetario Zeiss e la cena al Wintergarten Varieté.

GRANDE ANTICIPAZIONE Il futuro in 45 milioni di punti

Il conseguimento della migliore visione possibile va oltre una prescrizione corretta e, se fino ad oggi i parametri individuali di montaggio venivano ottenuti digitalmente attraverso la rilevazione di soli 12 punti con il centratore i.terminal, Zeiss commercializzerà sul mercato a partire da aprile 2018, un innovativo strumento di centratura avanzato in grado di realizzare l'avatar del portatore utilizzando come punto di riferimento 45 milioni di punti ripresi da 9 telecamere che effettuano contemporaneamente uno scatto a 180°. Automaticamente rileverà la pupilla, la cornea e la montatura, incluse le aste. Questo nuovo sistema di rilevamento offrirà al centro ottico la possibilità di creare un occhiale super personalizzato per una qualità visiva impeccabile. Con 14 brevetti depositati e ben 9 tecnologie incluse, ancora una volta Zeiss si dimostra pioniere in campo di innovazione e tecnologia.



IL FUTURO È OGGI

12° Convegno Assottica #CONTATTOLOGIA IL FUTURO È OGGI: un'edizione all'insegna dell'innovazione digitale.

Si è conclusa lunedì 27 novembre la 12ª edizione del Convegno Assottica #CONTATTOLOGIA IL FUTURO È OGGI, patrocinata dal Ministero della Salute, che quest'anno, con oltre 700 partecipanti, ha segnato un nuovo record di affluenza.

La plenaria di domenica 26 novembre, per la prima volta nella storia dell'evento, è stata trasmessa in diretta streaming, dando così la possibilità di seguire i lavori collegandosi dal computer o dai dispositivi mobili, a chi non è potuto essere presente di persona. Circa 200 gli accessi al sistema, a beneficiare di questa opportunità sono stati soprattutto i giovani.

“Il programma congressuale è stato messo a punto grazie agli input giunti dall'indagine condotta da Assottica nel 2016 “Contattologia: comunicazione e prospettive di business” - afferma Paola Rizzetto Presidente di Assottica Gruppo Contattologia - che ha avuto come obiettivo primario quello di raccogliere suggerimenti per sviluppare iniziative concrete ed efficaci che rispondano alle esigenze di contattologi e ametropi. Il tema dell'innovazione digitale, sia dal punto di vista tecnico-scientifico che degli strumenti di comunicazione, è emerso fortemente dalle risposte ricevute”.

Su una base di 700 questionari, l'indagine ha dimostrato che circa il 70% dei contattologi desidera aggiornamenti sulle nuove tecnologie delle lenti a contatto, il 56% approfondimenti sugli studi scientifici relativi ai nuovi materiali e quasi il 60% su

tecniche e strumenti innovativi di comunicazione per migliorare la relazione con i portatori e potenziali tali.

Dopo il discorso della Presidente di Assottica Gruppo Contattologia, il moderatore **Roberto Rasia dal Polo** ha chiamato sul palco il noto giornalista **Nicola Porro** che ha condiviso con i partecipanti la sua esperienza professionale, i cambiamenti che ha dovuto affrontare nell'ultimo decennio, segnato dalla crescita esponenziale della comunicazione online e sui social network, e ha sottolineato quanto sia importante saper cavalcare l'onda della rivoluzione digitale in corso.

I lavori congressuali sono quindi proseguiti con interventi di relatori e ricercatori provenienti dal mondo della contattologia ed esperti delle nuove strategie di marketing e di personal branding.

- **Brian Tompkins**, Past president della British Contact Lens Association (BCLA), nel suo intervento “Il futuro è nelle vostre mani”, ha riportato la sua esperienza sul campo sottolineando l'importanza di dedicarsi al proprio aggiornamento professionale e di saper trasmettere e valorizzare le proprie competenze. Nel suo secondo intervento, anch'esso dagli “effetti speciali” come ama fare lui fuori dagli schemi, Tompkins ha presentato la sua personale ricetta per il successo in contattologia, attraverso una panoramica degli strumenti a disposizione.



- **Veronica Gentili**, esperta in Facebook marketing, ha illustrato come rendere il social network importante alleato del business per il centro ottico nella relazione “Sono sui social ... e adesso cosa scrivo?”.
- Nella presentazione “Come mescolare olio e acqua ... le ghiandole di Meibomio” **Eric Papas**, Professore alla School of Optometry and Vision Science University of New South Wales, Sydney, Australia si è occupato del funzionamento delle Ghiandole di Meibomio e di come l’uso delle lenti a contatto influisca su di esso. Nella seconda relazione, a chiusura del convegno, Eric Papas ha proiettato i presenti verso il futuro ormai prossimo della contattologia parlando degli utilizzi che potranno avere le lenti a contatto anche al di fuori della loro funzione correttiva.
- **Patrick J. Caroline**, Professore presso il Pacific University College of Optometry in Oregon, USA ha presentato 10 anni di studi relativi alle lenti a contatto morbide multifocali nel suo intervento “Studi sull’ottica delle lenti a contatto morbide multifocali”.
- Con la relazione “Il cross selling è un’arte” **Elena García Rubio**, optometrista con un master in lenti a contatto e vision therapy al Centro de Optometría Internacional di Madrid, ha condiviso la propria esperienza quotidiana nella gestione efficace della vendita combinata e nella personalizzazione del servizio offerto alla propria clientela.
- **Paolo Fasan** e **Andrea Cappellini** hanno aperto le porte dei loro centri ottici per offrire la propria testimonianza

sul campo nella gestione dei dati della clientela, illustrando iniziative e strategie di fidelizzazione risultate vincenti.

Altra novità di questa 12ª edizione del Convegno Assottica è stata la possibilità di interagire con i relatori attraverso l’invio di domande e di partecipare a sondaggi in tempo reale, attraverso i propri smartphone, animando così le sessioni di talk show dedicate alla discussione.

Molto apprezzati anche gli interventi in plenaria dedicati alle **News dalle Aziende**.

Decisamente numerosa la partecipazione ai corsi di approfondimento programmati nella mattinata di lunedì 27:

- “Ghiandole di Meibomio: Tips&Tricks” a cura di Eric Papas
- “Cross selling: dalla teoria alla pratica” a cura di Elena García Rubio
- “La tecnologia a supporto della contattologia” a cura di Brian Tompkins
- “ABC di Facebook per il centro ottico” a cura di Veronica Gentili
- “Perché applicare con successo le lenti a contatto multifocali è una sfida” a cura di Patrick J. Caroline.

Come ha sottolineato nel suo discorso la Presidente Paola Rizzetto rivolgendosi ai partecipanti “*Il centro ottico, supportato dalla tecnologia e dall’innovazione, è il luogo di riferimento per l’ametropo dove trovare assistenza, servizi personalizzati, prodotti sicuri e innovativi. Al di là degli strumenti che si possono mettere in campo, la vostra professionalità, la vostra autorevolezza, la vostra identità faranno sempre la differenza*”.

21
22
GENNAIO
2018
FIRENZE



Grand Hotel Mediterraneo
Lungarno del Tempio, 44

XXIII EDIZIONE

LA MIOPIA. GESTIONE INTERDISCIPLINARE E PROCEDURE DI BUONA PRATICA IN OPTOMETRIA

DOMENICA 21/01

9.30 - 18.30

- Attenzione primaria e prevenzione in optometria e ottica: opportunità e strategie in Italia e UE. *Anto Rossetti*
- Raccomandazioni di buona pratica: cosa sono e quale utilità. *Laura Boccardo*
- Pseudomiopia: come riconoscerla. *Luigi Lupelli*
- Storia del controllo miopico: una rassegna della letteratura scientifica. *Gianluca De Lillo*
- Progetto Imola: un'indagine visiva. Quando la scuola fa prevenzione. *Angie Minichiello*
- Lectio Magistralis: miopia e lettura. *Simone Gori*
- Legge 24/2017. La Responsabilità Professionale. *On.Federico Gelli*
- La responsabilità della prevenzione visiva. *Luigi Marino*
- Incidenti avversi nei dispositivi medici. *Rosaria Boldrini*
- La gestione del rischio in oculistica. *David Ciacci*
- Miopia e chirurgia della cataratta. *Rita Mencucci*
- Miopia e chirurgia refrattiva. *Alessandro Mularoni*
- Miopia e ipovisione. *Giovanni Giacomelli*
- Utilizzo dell'atropina nel controllo della miopia. *Roberto Caputo*
- Esami diagnostici nella gestione della miopia. *Francesca Jonsson*

- Tutela del paziente e responsabilità del professionista: consigli concreti di Buona pratica optometrica. *M.Marcianò, P.Gheller*
- Lac morbide per il controllo della miopia: qual è il design più efficace? *Alessandro Fossetti*
- Ortocheratologia e miopia. *Antonio Calossi*
- Casi complessi in ortocheratologia. *Mirko Chinellato*
- Miopia in pediatria: come e quando correggere. *S.Lorè, F.Lorè, A.Rotondi, D.Pietroni*
- Lenti a contatto nel post chirurgia refrattiva, il ruolo dell'optometrista. *Davide Brambilla* Incidenza
- dei difetti visivi in età scolare: il risultato di un'indagine visiva. *Carlo Falleni*
- Ortocheratologia e visione binoculare. *Oscar De Bona e Daniela Comuzzi*
- Un caso di antiemetropia: equilibri e compromessi visivi. *Paolo Facchin*
- Sessione Free Paper
- Workshop: Casi Irrisolti. *Mirko Chinellato, Mauro Frisani, Paolo Soragni, Giuseppe Toffoli*

INTERVENTI AZIENDALI

LUNEDÌ 22/01

9.00 - 18.00

TOOLS 2017

Briot Weco - B&W Italia SpA

20138 Milano • Via Zante 14 • Tel. 02 55413251

BBC Technologies

40033 Casalecchio di Reno BO • Via D. Cimarosa 101 • Tel. 051.0826005

Bludata Informatica Srl

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

C.S.O. Srl

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

Esavision Technology Srl

37138 Verona • Corso Milano 110 A • Tel. 045.8352451

Essilor Italia SpA

20141 Milano • Via Noto 10 • Tel. 02.535791

Frastema Ophthalmics Srl

21052 Busto Arsizio VA • Viale dell'Industria 42 • Tel. 0331.342008

Nava Servizi

31021 Mogliano Veneto TV • Via Marignana 40 • Tel. 348.3121333

Polyoftalmica Srl

43123 Parma • Via A. B. Sabin 5/C • Tel. 0521.642126

Rodenstock Italia SpA

20154 Milano • Via Monviso 41 • Tel. 02.31041

R.O.M. SpA

47894 Chiesanuova RSM • Strada delle Seriole 14 • Tel. 0549.999558

Tutornet Srl

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

Visionix - B&W Italia SpA

20138 Milano • Via Zante 14 • Tel. 02.02 55413251

Bbc Technologies

IPosVision: SOLUZIONI SOFTWARE INNOVATIVE PER IL CENTRO OTTICO

Innovazione e semplificazione sono le parole chiave al centro della mission di Bbc Technologies, azienda specializzata in soluzioni informatiche da 30 anni e che, nel settore dell'ottica, è presente con il sistema di gestione IPosVision.

IPosVision gestisce le attività del centro ottico: anagrafica clienti, ordini di lavorazione, configuratore occhiali, prescrizioni occhiali e LAC, moduli privacy e conformità. È integrato con il sistema Tessera Sanitaria per l'invio veloce e semplice dei dati, con un click con risposta immediata o tramite l'estrazione del file xml da inviare in modo autonomo.

IPosVision è disponibile in tre differenti versioni. IPosVision Air È l'app per iPad e iPhone e può lavorare in modalità stand-alone in cloud, avendo già disponibili articoli e listini dei principali produttori e interfacciandosi direttamente con le stampanti Intelliget di Epson (fiscali e non), o completandosi con la versione IPosVision Pro per Windows.

Nel palmo della mano è sempre possibile aggiungere o modificare i dati dei propri utenti, inserire e consultare le prescrizioni, visualizzare le foto, le informazioni e lo stock degli articoli, fino a ritirare occhiali da ordini di lavorazione pronti.



IPosVision Pro Semplice da utilizzare e completo, è perfettamente collegato al registratore di cassa per la stampa automatica dello scontrino e della chiusura di cassa.

IPosVision Enterprise Semplifica e velocizza i processi e gli obiettivi di vendita per le insegne con più centri ottici, che necessitano della gestione tra sede e filiali tramite scambio automatico dei dati, modulo connessione sito E-commerce; attività di marketing.

L'assistenza è offerta da un help-desk qualificato (da lunedì a sabato, ore 9-21) e da un costante servizio di supporto in tempo reale con collegamento remoto. Lo staff tecnico può diagnosticare e intervenire su qualsiasi problema del registratore di cassa, operando su ogni marca e modello. Bbc Technologies è abilitata dall'Agenzia delle Entrate ad operare anche come laboratorio per la verifica periodica.



Bludata

OTTICI E SISTEMA TESSERA SANITARIA: domande, risposte e... soluzioni

Perché gli ottici devono trasmettere i dati al Sistema Tessera Sanitaria?

Per consentire all'Agenzia delle Entrate di inserire nel 730 precompilato le spese sanitarie detraibili sostenute dai contribuenti nei centri ottici.

Questi dati vengono trasmessi dagli ottici al portale Sistema Tessera Sanitaria (www.sistemats.it), che li «consolida» e li comunica all'Agenzia delle Entrate, che successivamente mette il 730 precompilato a disposizione dei contribuenti.

Quali dati devono essere trasmessi e quando?

Devono essere comunicati i dati delle spese detraibili (Dispositivi medici e prestazioni professionali) documentate con fattura, scontrino «parlante» (ovvero integrato con il codice fiscale del contribuente) e ricevute.

Non c'è un obbligo sulla periodicità di invio dei dati; occorre però rispettare il termine ultimo, ovvero il 31/01 dell'anno successivo a quello in cui è stato emesso il documento che attesta la spesa detraibile sostenuta dal contribuente.

Ad esempio, per i documenti contenenti spese detraibili emessi nell'anno 2017, il termine ultimo per la trasmissione, in assenza di proroghe, è il 31/01/2018.

Ovviamente non è consigliabile attendere gli ultimi giorni del mese di gennaio 2018 per inviare i dati.

Cosa sono i Codici spesa e quali sono per gli ottici?

I Codici Spesa identificano il tipo di spesa detraibile trasmessa al Sistema TS.

Per gli ottici, i Codici spesa sono:

- **AD** - Dispositivi medici con marcatura CE (occhiali da vista, lenti oftalmiche, lenti a contatto graduate, liquidi per lenti a contatto, pile acustiche,...).
- **AA** - Altre spese sanitarie (prestazioni professionali).

Come vi aiuta FOCUS nella gestione dei Codici spesa?

FOCUS importa da Bludata QUICK più di 100 listini di fornitori di montature, lenti oftalmiche, LAC ed accessori e, quando possibile, associa il Codice spesa a ciascun articolo. In ogni caso, il Codice Spesa viene definito automaticamente in base alla procedura usata dall'ottico. Ad esempio, quando l'ottico inserisce una Busta Occhiali o una Fornitura di lenti a contatto, il programma assegna automaticamente agli articoli il codice «AD».

Cos'è l'opposizione?

Per tutelare la propria privacy, ogni consumatore può esercitare verbalmente la propria opposizione a rendere disponibili all'Agenzia delle Entrate i dati delle spese sanitarie per il 730 precompilato.

Come si gestisce l'opposizione?

In base al dettato normativo, l'opposizione deve essere gestita in modo diverso a seconda del tipo di documento emesso:

- **Scontrino**: non viene stampato il Codice Fiscale del cliente, per cui non è più «parlante» e la spesa non è detraibile.
- **Fattura**: viene stampata nel documento un'annotazione che attesta l'opposizione del cliente alla trasmissione dei dati

La normativa specifica che l'opposizione è verbale, per cui, come chiarito anche nelle FAQ del portale www.sistemats.it «non si deve né si può chiedere [al contribuente] di firmare dichiarazioni, comunicazioni o altro».

Come si comunicano i dati al Sistema TS?

I dati possono essere inseriti manualmente dagli ottici nel portale www.sistemats.it, esportati dal gestionale in uso ed inviati da un delegato (tipicamente il commercialista o l'associazione di categoria) oppure trasmessi direttamente tramite il gestionale in modo sincrono e asincrono.

Cosa significa "invio in modo sincrono"?

Il gestionale invia i dati in modo sincrono quando trasmette una spesa alla volta non appena viene registrata. Ad esempio, se è attiva questa modalità, quando l'ottico emette un documento contenente spese detraibili, FOCUS si collega automaticamente al Sistema TS e comunica i dati. In caso di invio sincrono, generalmente il Sistema TS risponde in pochi secondi, per cui l'esito della trasmissione è immediato. In corrispondenza di ciascun documento, il programma memorizza il numero di protocollo univoco che attesta la ricezione dei dati da parte del Sistema TS e la ricevuta con l'esito della corretta trasmissione.

Invio asincrono

Il gestionale invia i dati in modo asincrono quando trasmette **molte spese accumulate nel tempo con un unico invio**. Se è attiva questa modalità, i dati di fatture, ricevute e scontrini vengono registrati in FOCUS e trasmessi periodicamente dall'ottico con pochi click del mouse. Per conoscere l'esito dell'invio è necessario attendere il termine dell'elaborazione da parte del Sistema TS.

FOCUS memorizza nella Console telematica il numero di protocollo di ogni comunicazione e permette di scaricare con un click le ricevute in PDF con gli eventuali errori/warning.

FOCUS come vi aiuta a raccogliere i dati e trasmetterli al Sistema TS?

FOCUS 10 include una serie di funzionalità per automatizzare la raccolta e la trasmissione telematica dei dati delle spese detraibili al Sistema TS.

Per agevolare la raccolta dei dati, FOCUS inserisce automaticamente i Codici spesa per i dispositivi medici e le prestazioni professionali, gestisce le opposizioni dei consumatori, memorizza i dati degli scontrini emessi dai registratori di cassa collegati e segnala i Codici Fiscali dei clienti già inseriti nel database affinché ne venga controllata la correttezza con la semplice lettura del codice a barre stampato sul retro della Tessera Sanitaria.

Grazie ad un modulo aggiuntivo, FOCUS **interscambia i dati con il Sistema Tessera Sanitaria** sia in modo sincrono che asincrono, memorizzando in una Console telematica tutte le ricevute delle transazioni.



Briot Weco

I PRODOTTI PER L'IPER AMMORTAMENTO.

L'innovazione tecnologica al servizio dell'Ottico Optometrista

Il 2017 è stato un anno di grandi soddisfazioni per i due marchi più antichi tra i produttori di sistemi di molatura: **Weco** (fondata nel 1914) e **Briot** (nata nel 1934) hanno infatti realizzato un exploit inimmaginabile, il successo si è basato su due pilastri fondamentali: la notevole capacità innovativa di entrambi i marchi e il Super Ammortamento che consentiva un consistente recupero fiscale per l'Ottico Optometrista in caso di acquisto di macchinari per il Laboratorio Ottico o di strumentazione diagnostica.

Quest'anno la vera sorpresa è stato l'Iper Ammortamento ancora più vantaggioso del Super Ammortamento. Come nasce questa opportunità? Il Governo italiano ha varato la Legge Finanziaria per l'anno in corso, inserendo il Piano Nazionale Industry 4.0, che ovviamente non riguardava il nostro settore,

ma la pubblicazione della "Circolare numero 4/E del 30/03/2017" emanata del Ministero dello Sviluppo Economico congiuntamente all'Agenzia delle Entrate, ha esteso la possibilità di usufruire delle facilitazioni in esso contenute a diverse categorie tra le quali anche quella degli Ottici Optometristi.

Un sussulto ha attraversato il management di **Luneau Technology Italia (LTI)**: nuova denominazione della filiale, già **Briot Weco Italia**, del gruppo che detiene i due prestigiosi marchi oltre a **Visionix**), in quanto si presentava una nuova occasione sia per gli Ottici Optometristi, che per **LTI**.

Ma come andava affrontata la situazione?

La legge prevede l'autocertificazione per gli importi relativi all'acquisto di molatrici e sistemi di molatura. Dopo una prima riflessione **LTI** ha realizzato che non si potevano abbandonare i propri Clienti a se stessi, quindi si è attivata immediatamente per trovare un Ente competente che potesse fornire una documentazione puntuale e precisa, che supportasse l'acquisto eseguito in regime di Iper Ammortamento, il connubio è stato immediato e un Ingegnere Civile ed Ambientale Industriale dell'Informazione, regolarmente iscritto all'Albo, si è messo a disposizione per analizzare la situazione ed esprimere un parere in merito. Dopo aver visionato i macchinari ed il flusso del lavoro in cui si inseriscono, il parere è stato positivo. **LTI** si è quindi attivata per fornire tutta la documentazione tecnica che ha consentito di ritenere idonee le attrezzature, inoltre l'Ingegnere ha potuto verificare come queste potessero inserirsi nel ciclo produttivo, a questo punto il parere è stato positivo e si è potuto mettere in movimento la macchina organizzativa e l'azione di informazione del mercato. Tutto ciò ha fatto ritardare la divulgazione di questa importante possibilità rispetto ad altre Aziende concorrenti, ma così si è potuto dare la garanzia ai Clienti **Briot** e **Weco** di poter accedere all'Iper Ammortamento con il supporto di una perizia firmata da un consulente autorizzato, che viene rilasciata ogni qualvolta si effettua l'installazione dei beni previsti dalla legge.



MOLATRICE COMPUTERIZZATA WECO E.6

Grazie all'innovazione tecnologica degli ultimi anni tutta la gamma dei sistemi di molatura **Briot** e **Weco** rientra nelle facilitazioni fiscali previste dalla normativa, senza distinzione di prezzo o prestazioni. Altro elemento fondamentale è che l'Ottico Optometrista non deve affrontare nessun tipo di burocrazia, non deve intraprendere alcuna attività ai fini del beneficio fiscale: a tutto questo provvede **LTI**.

Facciamo ora una breve carrellata dei prodotti da Laboratorio Ottico iniziando da **Briot Attitude** composto da una Stazione Diagnosi (Blocker) e da una Molatrice Computerizzata (Edger), il Blocker si può considerare l'elemento "principe" per il suo contenuto tecnologico fortemente innovativo, infatti è dotato di supporti esclusivi e brevettati. L'Edger è un vero e proprio assieme di tecnologia, informatica e meccanica.

Tutto questo permette un utilizzo molto semplice: è questa la vera chiave, una tecnologia complessa per assicurare un utilizzo facilitato e personalizzabile. Ovviamente **Briot** non produce solo sistemi di molatura equipaggiati in questo modo, ma proprio per l'attenzione di cui si parlava in precedenza,

il dipartimento Ricerca e Sviluppo ha realizzato macchinari con caratteristiche diverse, che assicurano alte prestazioni e minimi ingombri, la serie **Briot Emoion/Perception** si rivolge a coloro che hanno abbracciato la filosofia lavorativa della telesagomatura. Si tratta di soluzioni ad alta tecnologia estremamente adatti a supportare un'attività di laboratorio in sinergia e complementarità con la telebisellatura. Dedicato a quest'ultima è **Briot ScanFormNet** un tracciatore a quattro dimensioni che può essere collegato a qualsiasi software dedicato al montaggio in remoto.

Anche **Weco**, oltre ad avere i sistemi di molatura ad alte prestazioni, ha messo a punto una linea di prodotti moderni, che rispondono alle attuali necessità del laboratorio ottico oggetto di attenzione e professionalità da parte dell'Ottico Optometrista, stiamo accennando ai nuovi sistemi di molatura della serie "E.", grande il successo di **Weco E.3**, che ormai da qualche anno è uno dei prodotti più venduti, un vero e proprio contenitore di soluzioni tecnologiche che, per un sistema compatto, sono state a lungo esclusive, anzi alcune lo sono tuttora, ad esempio la telecamera per la centratura delle lenti che presenta

una definizione delle immagini notevole, il posizionamento dei fori risulta molto affidabile, la lente da centrare non può fare sistema ottico per cui sono annullati falsi ingrandimenti (o rimpicciolimenti) e l'errore di parallasse; di grande utilità è la possibilità di modificare la forma con almeno sette opzioni per realizzarla. Eccellente anche il tracciatore 4D adatto anche all'invio delle forme per il telemontaggio con qualsiasi Azienda costruttrice di lenti. Il bloccaggio è preciso e sicuro. La molatrice incorporata ha



SISTEMA DI MOLATURA BRIOT ATTITUDE II-ATTITUDE BLOCKER

un'infinità di soluzioni per tutti i materiali esistenti attualmente, la lucidatura è assicurata anche per il bisello.

Il diametro ridotto dei dischi diamantati assicura la fedeltà di forma e la realizzazione del bisello con qualsiasi curva. Il gruppo CBRF consente la realizzazione della controbisellatura, sia interna, che esterna ed è anche personalizzabile; la fresatura nylon e rim inclinata; la foratura inclinata senza limite di numero di fori, asole e mezzifori.

Della stessa famiglia è **Weco E.1**, molto adatto in caso non si vogliono realizzare occhiali Glasant, questo sistema, ultimo realizzato da **Weco**, incorpora una telecamera ad altissima definizione che consente l'eliminazione del tracciatore per via della sua precisione nel rilevare la forma anche da lenti molto curve.

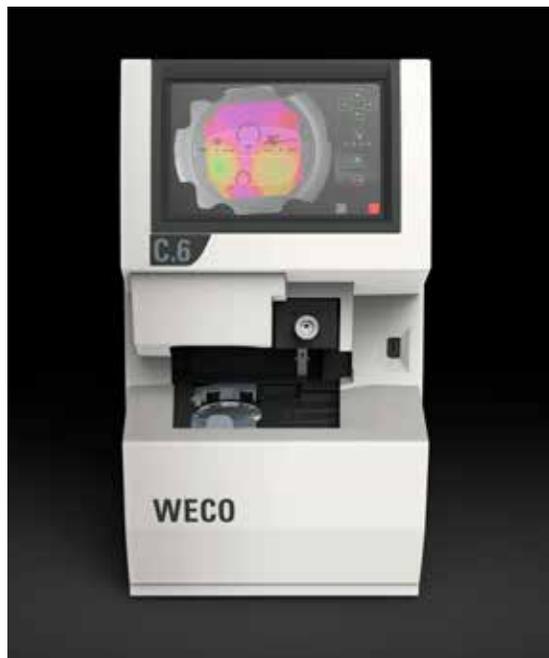
Weco E.1 ha eliminato il tracciatore e, altro elemento interessante, ha il dispositivo per la realizzazione del controbisello e della fresatura nylon/rim.

Ovviamente la gamma non si esaurisce qui, sono sempre più completi i sistemi modulari che hanno caratterizzato la produzione **Weco** dal lontano 1988, quando uscì il primo sistema di molatura completamente a controllo numerico.

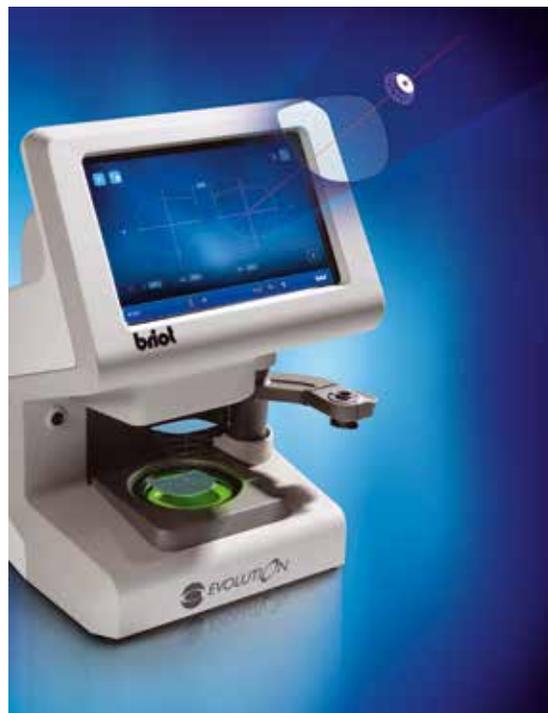
Tuttora la grande tradizione **Weco** è ben rappresentata con il tracciatore a quattro dimensioni (**WecoTrace3**) e con centratori computerizzati di alta gamma (**Weco Cad4 e Weco C.5**) cui si è aggiunto ultimamente **Weco C.6** che, avvalendosi di una serie di brevetti innovativi, consente di eseguire con estrema facilità qualsiasi lavorazione anche di estrema difficoltà, il **C.6** è il primo approccio alla tracciatura ottica.

Tornando alle molatrici la serie "E.5" sta riscontrando grande successo per precisione ed efficienza, ma è soprattutto "E.6" ad imporsi sul mercato non avendo limiti di prestazioni, comprese la finitura a gradino per occhiali sportivi con meniscatura estrema e la speciale fresatura per forme personalizzate.

Per via della affermata modularità **Weco**, si possono scegliere svariate composizioni personalizzate ottenendo il sistema più aderente alle proprie esigenze, inoltre è sempre possibile affiancare macchinari di nuova generazione a quelli più datati. Anche il 2018 riserverà qualche piacevole sorpresa all'attento pubblico degli Ottici Optometristi.



CENTRATORE WECO C.6



CENTRATORE-TRACCIATORE OTTICO BRIOT EVOLUTION

Visionix

ANCHE QUEST'ANNO SI PUÒ USUFRUIRE DEL SUPER AMMORTAMENTO
SU TUTTA LA GAMMA DI STRUMENTI VISIONIX

Nel 2017 gli Ottici Optometristi possono ancora usufruire delle agevolazioni fiscali relative al "Super Ammortamento", con il 31 dicembre dell'anno in corso finirà la possibilità di mettere in ammortamento il 140% del valore dell'acquisto al posto del consueto 100%, se raffrontato con l'"Iper Ammortamento", dedicato solo ai sistemi di molatura, può sembrare poco, in realtà si tratta ancora di una notevole opportunità da non perdere, quindi chi non ne ha usufruito nel 2016 avrà questa ultima, ed imperdibile, occasione. Tutta la gamma di prodotti che andremo a descrivere qui di seguito rientra a pieno titolo nelle norme previste dalla Legge Finanziaria relativa al 2017. Intanto approfittiamo per evidenziare che la prestigiosa filiale Briot Weco Italia è diventata **Luneau Technology Italia (LTI)** per volere di Casa Madre, che ha voluto uniformare le ragioni sociali in tutto il Mondo.

La strumentazione, dal notevole contenuto tecnologico è sicuramente l'artefice principale della significativa affermazione di **Visionix**, che negli ultimi sette anni è divenuta protagonista anche nel mercato italiano, proponendo strumentazione dalle prestazioni uniche, che non trovano riscontro in altri prodotti della concorrenza. In aggiunta va considerata l'attenzione alla formazione degli Ottici Optometristi, è ormai anni che vengono organizzati corsi, con oggetto i più svariati ed attuali argomenti professionali, che hanno visto circa 200 ospiti durante il Mido 2017 e oltre 450 professionisti nei numerosi trainings organizzati su tutto il territorio nazionale tenuti da professionisti della vista, che hanno raccolto un consenso unanime presso i partecipanti. Queste le basi di un indiscutibile successo, che avrà sicuramente un riscontro anche negli anni a venire. Per quanto riguarda gli interessantissimi strumenti possiamo iniziare dall'esclusivo **Visionix EyeRefract**, uno strumento veramente unico che, al momento, non trova rivali. In meno di due minuti esegue la refrazione binoculare, posizionando le lenti in tempo reale in corrispondenza delle reazioni celebrali.

Tutto ciò avviene utilizzando due sensori di Shack-Hartmann che intervengono in simultanea, garantendo la refrazione binoculare in tempo reale. In combinazione con un forottero computerizzato viene eseguita la correzione del difetto visivo automaticamente. Tutto questo è possibile grazie alla miniaturizzazione realizzata da **Visionix**, l'esecuzione è stata resa possibile grazie all'incorporazione del doppio aberrometro. Ovviamente è stata prevista anche la misurazione del vicino. Il comando di **EyeRefract** avviene attraverso un tablet WiFi, che rende rapida e facile qualsiasi manovra.



VISIONIX VX40
L'ANALIZZATORE MAPPATORE ALL'AVANGUARDIA

A seguire nella catena innovativa troviamo **Visionix VX130** che fornisce i dati relativi a refrazione, cheratometria, topografia, aberrometria, tonometria, pachimetria e pupillometria, la novità consiste nella nuova applicazione per acquisire tutta la superficie interna ed esterna tramite la Scheimpflug Camera, che consente anche di acquisire la mappa pachimetrica dell'intera cornea.

Anche il **VX120** utilizza il supporto WaveFront, che consente di ricavare informazioni anche in condizioni particolarmente difficili, i 1.500 raggi emessi riescono ad essere particolarmente efficaci dove i normali strumenti computerizzati non riescono.

In meno di 120 secondi si ottiene una quadro generale di entrambi gli occhi preciso ed affidabile, il pannello comandi touchscreen consente di richiedere operazioni diverse in modo molto semplice ed immediato, al termine dei rilevamenti riassume in una



VISIONIX VX130
L'UNICO STRUMENTO 8 IN 1



VISIONIX EYEREFRACT
L'UNITÀ REFRAITTIVA INDIPENDENTE

sola schermata tutti i dati ed evidenzia le criticità, in modo che l'Ottico Optometrista possa consigliare al proprio Cliente di rivolgersi ad un medico oculista. L'analisi del Fronte d'Onda, dove necessario, avviene per mezzo del sensore di Shack-Hartmann, niente di più avanzato tra le applicazioni possibili nella diagnostica. L'identificazione della cataratta e del glaucoma, lo studio della cornea sono supportati da un'ingente quantità di dati, che consentono una valutazione oggettiva delle eventuali problematiche. Decisamente utili la valutazione in midriasi e miosi, oltre all'analisi delle aberrazioni di basso e alto ordine. Da questo strumento deriva una serie di altri, basati sugli stessi principi ed applicazioni, ma progettati per soddisfare le differenti necessità dell'Ottico Optometrista, infatti con il **Visionix VX100** è possibile



TOPOGRAFIA VISIONIX VX130

eseguire refrazione, cheratometria e topografia; se si considera il **VX118** si aggiungono l'aberrometria e la pachimetria; con il **VX220** si possono eseguire la topografia, la tonometria e la pachimetria, questo strumento è particolarmente adatto nel caso si abbia già il supporto di un buon autorefrattometro/cheratometro.

Un'interessantissima evoluzione è il **VX230**, che esegue un'analisi completa della cornea.

L'offerta su i frontofocometri è decisamente originale infatti Visionix **VX40** è un analizzatore-mappatore di lenti oftalmiche, altra esclusiva **Visionix**, che ha completamente ribaltato il concetto di frontofocometro utilizzando il Fronte d'Onda (WaveFront) come tecnologia basilare per controllo e verifica. Il WaveFront fornisce una mappa dettagliata delle aberrazioni di tutti gli ordini (sferica, cilindrica, prismatica) che individua eventuali anomalie costruttive, consentendo all'Ottico-Optometrista di trasferire al proprio Cliente, in modo molto semplice, perché suggerisce una soluzione di qualità diversa, che consentirà un sicuro comfort visivo. Il tutto supportato dal poter offrire anche una comparazione tra lenti di diversa qualità a parità di esigenze tecniche. Queste operazioni vengono svolte in completo automatismo e con il riconoscimento automatico della tipologia della lente, infatti una volta alloggiata la montatura tutto viene svolto in piena autonomia dal **VX40**, alla fine dell'analisi l'Operatore avrà

a disposizione tutti gli elementi di un normale frontofocometro elettronico, più la mappatura delle aberrazioni e il controllo delle centrate.

Proseguiamo con il **Visionix VX55**, si tratta di un forottero computerizzato che ha portato una ventata innovativa di alto profilo.

Uno studio meticoloso commissionato da **Visionix** ha evidenziato la difficoltà di approccio, da parte di una considerevole parte degli Ottici Optometristi, all'utilizzo di strumentazione a controllo numerico o computerizzata, il Dipartimento R&D ha quindi messo a punto uno strumento il cui comando avviene attraverso un tablet, che riproduce un forottero tradizionale e che, ai comandi manuali, fa corrispondere i movimenti automatici della testa del forottero **VX55**.

Un altro vantaggio è che l'Operatore può agire senza stazionare davanti al proprio Cliente, dandogli maggiore respiro e meno carico emotivo durante questo esame. Inoltre il tablet consente di comandare l'ottotipo digitale anche senza doverlo controllare visivamente. Anche questo strumento presenta caratteristiche innovative ed originali.

La versione **VX60** ripropone lo stesso strumento, ma con il comando tramite consolle anche di pannello touchscreen oltre che di joystick.

La gamma, tra le più attraenti attualmente proponibili, si completa con strumentazione più "normale" come le nuove lampade a fessura con illuminazione a LED, i moderni ottotipi digitali polarizzati e no, la nuova linea di riuniti sui quali si possono montare da 2 a 4 strumenti.

Da non sottovalutare l'imponente presenza sul mercato nazionale ed internazionale, i marchi più famosi hanno abbracciato la filosofia fortemente innovativa di **Visionix**, infatti potrete trovare questi strumenti sotto brands prestigiosi e molto conosciuti, che hanno compreso l'originalità e l'efficacia delle novità lanciate negli ultimi anni.

Ecco spiegata la vertiginosa ascesa di questa giovane azienda, che in pochissimo tempo ha raggiunto mete di grande prestigio sia sotto l'aspetto qualitativo, sia sotto quello quantitativo.

CSO

MS-39 AS-OCT CSO LO STRUMENTO PIÙ AVANZATO PER L'ANALISI DEL SEGMENTO ANTERIORE DELL'OCCHIO

MS-39 AS-OCT CSO è il dispositivo più avanzato per l'analisi del segmento anteriore dell'occhio. Combina OCT e disco di Placido, esegue la misurazione del diametro pupillare in condizioni mesoniche, scotopiche, fotopiche e in modo dinamico.

Tali caratteristiche avanzate si rivelano molto utili per la pianificazione e la previsione della chirurgia refrattiva.

MS39 AS-OCT include anche la misura avanzata della mappa epiteliale. MS-39 AS-OCT è assoluto leader per il segmento anteriore.

La nitidezza dell'immagine della cornea e le sue peculiarità biometriche, sono le caratteristiche più attraenti e straordinarie per gli specialisti del segmento anteriore.

OCT, placido disk, mappa epiteliale e pupillografia sono le quattro caratteristiche esclusive combinate del dispositivo, il quale fornisce straordinarie immagini ad elevata nitidezza e ricche di molti dettagli della struttura e degli strati corneali.

L'acquisizione copre una larghezza di immagine di 16 mm in base al meridiano selezionato.

La dimensione della pupilla in condizioni scotopiche, mesoniche, fotopiche e dinamiche viene acquisita molto velocemente.

Tali caratteristiche avanzate si rivelano molto utili per la pianificazione e la previsione della chirurgia refrattiva.

Grazie all'alta qualità delle immagini, l'analisi della cornea inizia già in fase di acquisizione, consentendo all'Oftalmologo di osservare tutti gli strati corneali, la misura dell'angolo corneale Irido, la profondità e il volume della camera anteriore dell'occhio.



Con un semplice click l'immagine viene acquisita e automaticamente elaborata. Successivamente il dispositivo mostrerà le mappe topografiche della cornea in base alle preferenze del cliente.

Gli accurati dettagli dell'immagine, strati corneali, sclera, per la chirurgia refrattiva (Epitelio, Bowman, Stroma, endotelio) sono particolari essenziali per gli specialisti del segmento anteriore.

La mappa epiteliale si rivela estremamente utile per la pianificazione e il followup nella chirurgia refrattiva o dopo la chirurgia refrattiva PRK, LASIK, Smile nelle Ecstasie della cornea, keratocono, per il followup post intervento e nella Keratoplastica lamellare.

Nel trapianto di endotelio queste sono solo poche delle molteplici applicazioni di MS-39 AS-OCT che lo pongono come strumento leader nella pratica quotidiana dell'oculista.

Ulteriori misurazioni fornite dallo strumento sono il volume della camera anteriore

dell'occhio e la dimensione e la forma del cristallino per la pianificazione dell'impianto IOL.

Un'altra caratteristica avanzata di MS-39 AS-OCT è la misura dello spessore epiteliale e della relativa mappa. Ne risulta utile per la pianificazione della chirurgia refrattiva e l'applicazione dell'obiettivo Orto-K.

Per gli specialisti glaucoma invece la misura dell'angolo Irido corneale e la dinamica pupillare (misura biometrica) sono caratteristiche uniche di MS-39 AS-OCT. Ancora una volta MS39 AS-OCT si rivela estremamente utile per l'applicazione di lenti sclerali e lenti Orto-K grazie a 16 mm di larghezza dell'area misurata.



Esavision

PROFESSIONALITÀ, COMPETENZA, ASSISTENZA



KALEIDOS



TETRA

Esavision Technology è leader in Italia nella distribuzione, vendita ed assistenza di strumentazione oftalmica. Rappresenta infatti i marchi più prestigiosi del settore C.S.O., Adaptica, Eyenext, Real Vision e Huvitz e vanta un solido know-how per garantire installazione e assistenza tecnica in maniera puntuale e precisa. Siamo inoltre i distributori unici in Italia per le lenti Esa® Ortho-6 per uso ortocheratologico.

FORMAZIONE

La formazione è uno dei cardini del nostro lavoro.

L'apprendimento è un tesoro che seguirà il suo proprietario ovunque.

Proverbio cinese

Interdisciplinarietà, professionalità, competenza, strumentazione all'avanguardia sono alcuni degli ingredienti che abbiamo dosato per offrirvi un programma valido e di sicura utilità per la vostra pratica quotidiana. Sul nostro sito www.esavision.it troverete un calendario lungo un anno con l'offerta formativa che da anni ha fatto di Esavision un riferimento importante per tutti i professionisti della visione che considerano la conoscenza un processo in continua evoluzione.

VISIONFIT

Il VisionFit è un'innovativa unità refrattiva elettronica con lenti adattive, portatile ed indossabile. Eseguе un esame soggettivo della vista unendo e integrando le funzionalità sia

dell'occhiale di prova che dei forotteri elettronici e manuali. VisionFit è uno strumento ad alto contenuto tecnologico. Il sistema di lenti, sviluppato da Adaptica, è costituito da una serie di membrane deformabili contenenti una soluzione, in grado di modificare il proprio potere con step estremamente ridotti. Un'ulteriore funzione, permette di introdurre nel sistema ottico, la compensazione delle aberrazioni in modo da favorire la miglior esperienza visiva possibile. Innovazione e precisione fanno di VisionFit, lo strumento adatto per un'analisi visiva completa. Il connubio fra occhiale di prova e forottero, permette di utilizzare VisionFit presso il proprio studio oppure in altri ambienti e occasioni. Molto spesso, le dimensioni, la difficoltà di allineare lo strumento agli occhi del paziente e la postura che quest'ultimo deve mantenere, possono rendere l'analisi visiva un vero problema a causa delle difficoltà da parte del paziente di accettare il forottero. Con VisionFit, è possibile indossare il forottero come se fosse un occhiale di prova. Comfort, velocità di esecuzione e collegamento con il refrattometro portatile 2WIn, sono i punti di forza di questo innovativo strumento.

2WIN

Il fotorefrattometro 2WIN è un vero e proprio Vision analyzer. La necessità di identificare in maniera precoce i fattori ambiogenici fanno di 2WIN lo strumento ideale per le attività di screening con neonati e bambini. Inoltre, l'estrema velocità, maneggevolezza e portabilità permettono di affrontare con il minor disagio possibile, l'acquisizione di anomalie visive in soggetti disabili o pazienti poco

collaborativi. Il fotoretrattometro portatile 2WIN misura, ad 1 metro di distanza, simultaneamente in entrambi gli occhi, Miopia, Ipermetropia, Astigmatismo, diametro pupillare, distanza interpupillare, creando un report completo in .pdf dei dati acquisiti. Inoltre evidenzia anisocoria e strabismo. Oggi si avvale inoltre dell'aiuto di Kaleidos, uno strumento estremamente utile per poter utilizzare 2WIN anche in condizioni limite. Con Kaleidos è possibile annullare le interferenze date, ad esempio, dalla radiazione infrarossa, in modo da poter acquisire in pochi secondi e nelle migliori condizioni possibili. Inoltre, permette un'accurata misurazione con diversi diametri pupillari e una precisa pupillografia dinamica senza interferenze esterne, cosa che può accadere utilizzando i normali pupillografi; 2WIN inoltre offre ora ulteriori applicazioni: software per i riflessi corneali. Questa applicazione fornisce le informazioni relative alla posizione dei riflessi corneali in diverse condizioni. Le misure sono espresse in diottrie prismatiche o in gradi. È incluso un occlusore che permette ai raggi infrarossi provenienti dal 2WIN di passare, bloccando tutta la luce visibile: è possibile perciò effettuare un cover test affidabile. Naturalmente è possibile attivare una connessione wi-fi per trasferire velocemente i dati acquisiti su VisionFi, dispositivi mobili, oltre che il pc.

TETRA

Con la sigla DSA si intendono i Disturbi Specifici di Apprendimento. Questi disturbi riguardano l'apprendimento di alcune abilità specifiche come la lettura, la scrittura o il far di conto. In una porzione della popolazione con DSA è stata documentata la presenza di **fini alterazioni visuo percettive**. Tra queste anomalie è annoverata un'alterazione della sensibilità al contrasto alle basse frequenze spaziali, il rinforzo del mascheramento laterale tra le lettere che compongono le parole, una dominanza oculare, sia motoria che sensoriale instabile. La piattaforma TETRA è una sintesi di test sviluppati per offrire un quadro mirato ed esaustivo sulla situazione visuo percettiva del paziente con DSA in modo da favorirlo nella diagnosi ed aiutarlo nell'impostazione del protocollo riabilitativo.



MOBILE-WIRELESS-REFRACTION-SYSTEM



2WIN

TETRA è ad oggi l'unico strumento in grado di fornire un'indicazione sulla situazione visuo percettiva del paziente dislessico.

REAL VISION

Real Vision è un'eccellenza italiana nata nel 2014. Il progetto parte dalla consapevolezza che, oggi, i monitor che visualizzano gli ottotipi, adattano le immagini in modo approssimativo ai pixel, soprattutto quando vengono modificate le distanze di esecuzione. Questo può provocare un'alterazione nella dimensione del carattere. Questa differenza aumenta notevolmente durante la somministrazione dei test stereoscopici. Da qui l'esigenza di sviluppare un sistema innovativo per rendere l'esperienza visiva più naturale possibile. Senza l'ostacolo di una barriera polarizzata e di filtri polarizzati, il sistema 3D di Real Vision garantisce una visione "naturale proprio perché la pupilla non si dilata e di conseguenza la profondità focale e relativa convergenza non vengono alterate. Il sistema è composto da un Tablet controller da 10.1" 2D che gestisce i 71 test per eseguire un'analisi optometrica e un Tablet receiver da 9.7" 3D senza occhiali polarizzati che consente al paziente di eseguire i test visivi indirizzati dal Controller, Il Tablet controller, inoltre, permette di eseguire statistiche e report per ogni paziente esaminato.

www.esavision.it



ESSILOR

COGLI AL VOLO L'OPPORTUNITÀ DI INNOVARE IL TUO CENTRO OTTICO!

Scegli Strumenti Essilor per ottenere l'iper ammortamento 250% previsto dal Piano nazionale Industria 4.0.

Requisito fondamentale: interconnessione al gestionale del negozio



Con la grande ambizione di supportare i Centri Ottici a 360° e allo stesso tempo renderli sempre più competitivi sul mercato favorendone l'upgrade tecnologico e organizzativo nel punto vendita, la **Divisione Strumenti Essilor** che già dal 2009 con il progetto Organising Vision offre un servizio di interconnessione tra tutti gli strumenti all'interno del Centro Ottico, si è affidata a un organismo di ricerca in tecnologie innovative, *Warrant Innovation Lab*, per **certificare** che i propri strumenti fossero conformi alla normativa Industria 4.0.

Il Piano nazionale Industria 4.0 messo in atto dal Governo prevede l'opportunità di beneficiare di un **iper ammortamento del 250%** per alcuni beni digitali o di alto valore tecnologico e per investimenti effettuati entro il 31 dicembre 2017.

Per poter accedere a questa importante agevolazione, sono però richiesti **requisiti molto stringenti**: beni materiali e strumentali nuovi, con determinate caratteristiche tecniche e, **fondamentale, l'interconnessione con il gestionale del negozio**. Solo la presenza di tutti questi elementi - e l'effettiva interconnessione - permette all'ottico di accedere all'agevolazione fiscale.

Warrant Innovation Lab ha verificato la sussistenza e la perfetta corrispondenza ai requisiti richiesti dalla normativa dei beni strumentali e rilasciato una "dichiarazione di conformità" per ognuno di essi.

Nel Piano Industria 4.0 rientrano

- il video centratore **Visiooffice 2** interconnesso al gestionale.
- le mole top di gamma **Mr Blue 2.0, Mr Orange, ProE600 e Neksia** collegate a **Essibox** il software che permette la connessione con il gestionale del negozio e ottimizza il lavoro di laboratorio.
-



Visiooffice 2
powered by *Activisu*

Visiooffice 2 il video centratore interconnesso al gestionale.

Rileva i parametri fisiologici unici di ciascun portatore che, integrati ai parametri comportamentali e posturali NVB, sono utili alla prescrizione delle nuove lenti Varilux® Xclusive™ 4D, il livello di personalizzazione più alto dell'intera gamma Varilux.



PRO E 600



PRO E 600

La mola compatta ideale per i grandi volumi, combina massima produttività a elevati livelli di precisione, versatilità, robustezza e velocità. Si integra perfettamente con il flusso in laboratorio. È la soluzione smart ed esclusiva che soddisfa le ambizioni dei laboratori più all'avanguardia. Collegata a Essibox

Mr Orange®



Mr Orange

La mola che dalla lettura alla finitura, **innalza lo standard della funzionalità**. Grazie alla tecnologia Fit-4-frame, brevetto Essilor, si possono realizzare montaggi estremi. Permette di lavorare un'ampia gamma di lenti, in particolare in caso di lavorazioni su lenti con curvature estreme, e rispondere in modo innovativo e con tecnologie dalle elevate performance alle esigenze di un mercato in continua evoluzione. Collegata a Essibox

Mr Blue® 2.0



Mr Blue 2.0

La mola con l'esclusiva funzione M'eye Sign, offre un servizio unico di altissimo livello: la micro-incisione sulla superficie della lente per rendere originale ed unico l'occhiale. La mola consente ai Centri Ottici di rispondere a tutte le richieste dei clienti con un livello di precisione, comfort ed efficienza ineguagliabili, facilita l'integrazione delle attività di sagomatura e montaggio all'interno del punto vendita ottimizzando i tempi, valorizzando il proprio lavoro e l'expertise del personale. Collegata a Essibox

NEKSIQ



New! Validata e conforme al Piano Industria 4.0 NeKsia

La mola affidabile per gestire il flusso quotidiano. Moderna, con touch-screen e contenuti hardware aggiornati che permettono di leggere qualunque tipo di montatura, software rinnovato e capace di interagire con tutti gli altri strumenti del laboratorio. Collegata a Essibox

Per agevolare i Centri Ottici partner Essilor che decideranno di usufruire del Piano Industria 4.0 e facilitare l'accesso all'agevolazione, la Divisione Strumenti consegnerà all'atto dell'acquisto la **certificazione di conformità** rilasciata da Warrant Innovation Lab.

Per ogni informazione contattare l'Agente Strumenti di zona o la Divisione Essilor Strumenti Sede di Milano Tel. 02. 53579245.

Frastema Ophthalmics

HUVITZ SERIE 1: LA NUOVA LINEA ENTRY LEVEL DI STRUMENTI ALTAMENTE PERFORMANTI

Huvitz
Re:define, Re+create

Huvitz, azienda Coreana da sempre attenta alle nuove tecnologie e pronta a sviluppare nuovi prodotti al passo con le esigenze di tutti i clienti, quest'anno ha presentato sul mercato una nuova linea entry level di strumenti altamente performanti: si tratta della serie 1, completa di autoref/ker, tonopachimetro e frontofocometro.

L'Autoref/Ker **HRK-1** è proprio l'ultimo strumento ad essere stato introdotto sul mercato, ricevendo feedback più che positivi. Si tratta di uno strumento dotato di un nuovo sistema ottico con **prisma rotante**. Esegue la misurazione in pochi secondi con alta precisione. È in grado di acquisire **immagini a colori** ed ha la funzione di **retroilluminazione** e pupillometria. Dotato di autotracking sull'asse verticale e mentoniera manuale.

Il tonometro a soffio completo di pachimetro ottico (**HNT-1P**) è un altro componente fondamentale della nuova gamma di strumenti Huvitz.

Questo strumento unisce un ottimo rapporto qualità/prezzo a funzioni di ultima generazione.

È dotato di un ampio monitor touch screen a colori ed ha un soffio leggero e veloce grazie alla funzione **Smart Puffing**, in grado di autoregolarsi in base all'occhio del soggetto.

Altre caratteristiche sono:

- autotracking 3D con indicazioni sul display;
- visualizzazione grafica dello spessore corneale;
- calcolo automatico della CIOP (tonometria compensata dalla pachimetria);
- possibilità di visualizzare l'angolo della camera anteriore tramite la funzione ACA;
- trasmissione delle misure tramite porta RS232c.

Altro strumento della serie 1 è il frontofocometro computerizzato **HLM-1**: è uno strumento compatto e veloce che presenta diversi punti di forza ed è riconosciuto come **dispositivo medico di classe I secondo la direttiva 93/42/EEC**.

Primo punto di forza è la presenza del **sensore di Hartmann con tecnologia Wavefront Analysis** per misurazioni più veloci e accurate (81 punti).

HRK-1



HNT-1





HLM-1 PROGRESSIVE NEAR

È dotato di un ampio range di misurazione dei prismi (0-20) e offre la possibilità di leggere con facilità il potere anche delle lenti da sole e a specchio. Inoltre, offre il **riconoscimento automatico delle lenti progressive**. Importante da ricordare anche la vasta offerta di molatrici prodotte da Huvitz: ultima novità è la molatrice **HPE-410** compatta con design futuristico. Il **tracciatore incorporato** è in grado di leggere montature e filtri di presentazione con la massima velocità ed accuratezza. La gestione dei lavori è facilitata da un ampio schermo touch screen e da un software altamente personalizzabile. Il supporto di bloccaggio lenti adattativo e la **funzione specifica per i trattamenti idrofobici** permettono di evitare, durante la lavorazione, la rotazione dell'asse oftalmico e la rottura delle lenti più difficili da molare. Questa molatrice permette di lavorare tutti i materiali utilizzati nella produzione di lenti oftalmiche: plastica, alto indice, policarbonato, trivex e vetro.

Per maggiori informazioni:

Stefano Balbo - Product Specialist Huvitz. T. 3282993883
 stefano.balbo@frastema.it
 Frastema Ophthalmics Srl
 T. 0331342008 info@frastema.it

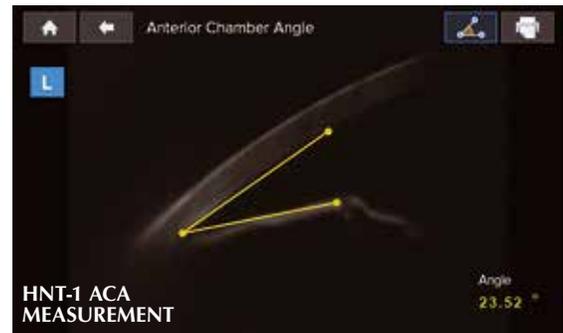
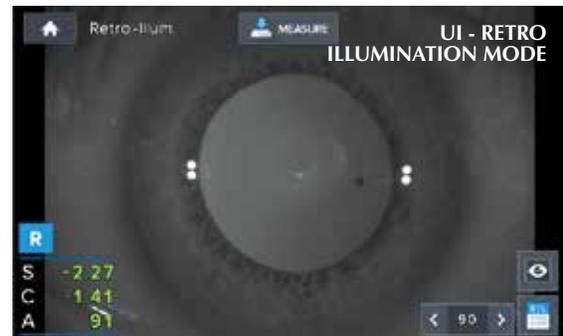


HPE-410

HLM-1

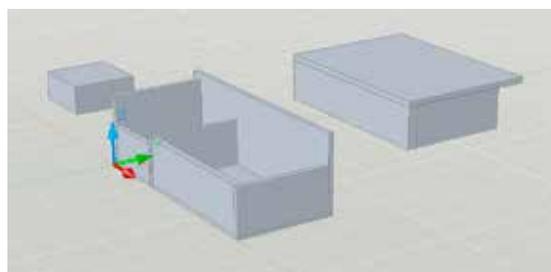
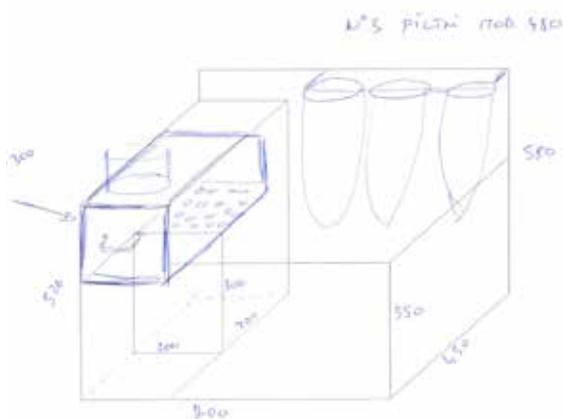


UI-COLOR VIEW MODE



Nava Servizi

BLUNAVA: GARANZIA DI QUALITÀ



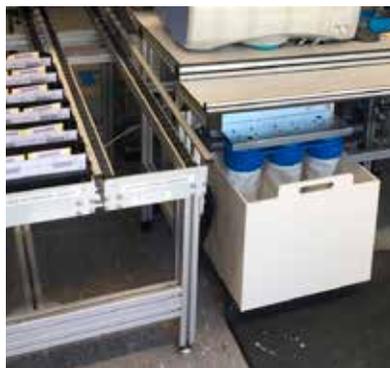
Nava Servizi cresce e fa un nuovo passo avanti proponendo Blunava.

Grazie alle esperienze acquisite in questi anni e all'utilizzo di tecnologie all'avanguardia nella progettazione e realizzazione dei sistemi di filtraggio dell'acqua di molatura, Nava Servizi è oggi in grado di proporre all'ottico un unico prodotto configurabile secondo necessità.

Tutti i passaggi di ideazione, progettazione, costruzione, realizzazione ed installazione dei nostri sistemi di filtraggio sono curati da validi professionisti e abili artigiani con lo scopo ultimo di ottenere un prodotto made in Italy dall'indiscussa qualità e manifattura.

Pur mantenendo una continuità e compatibilità con i prodotti finora sviluppati, con Blunava il sistema di filtraggio sarà nella sua massima espressione per quanto concerne la qualità e la customizzazione: l'ottico non deve più scegliere tra diversi prodotti ma semplicemente comunicare le sue necessità; il sistema di filtraggio sarà progettato e costruito su misura a costi contenuti e concorrenziali.

Inoltre Blunava diventerà ben presto una nuova realtà per cogliere al meglio le sfide che il mercato richiede. Ci proponiamo come punto di riferimento per i sistemi di filtraggio dell'acqua di molatura, in quanto la nostra produzione ci permette di soddisfare tanto il piccolo negozio di ottica quanto il grande laboratorio industriale, in più possiamo seguire i nostri clienti nel post-vendita tramite i contratti di manutenzione e, grazie ai nostri esperti, aiutare l'ottico a fare la scelta giusta per la gestione e lo smaltimento dei residui da molatura.



I nostri sistemi si adattano a tutte le molatrici presenti nel mercato e sono aggiornabili per meglio rispondere alle prossime generazioni, e tramite i contratti di manutenzione risultano essere sempre nelle condizioni di lavoro ottimali per garantire la massima efficienza.



Tramite Blunava possiamo proporre anche sistemi integrati di chiller: unità per il raffreddamento dell'acqua di molatura; quindi acqua fresca e pulita ad ogni taglio della lente. Blunava è:

- sistemi di filtraggio per l'acqua di molatura con la possibilità di integrazione di chiller per il raffreddamento e di sistemi per l'abbattimento degli odori prodotti dal taglio dell'alto indice;
- servizio di manutenzione e recupero dei filtri esausti;
- assistenza e consulenza per la gestione dei rifiuti di molatura e l'analisi delle acque per l'autorizzazione allo scarico in fogna;
- produzione di prodotti specifici per l'ottico: antischiama, antibatterici e protettivi per i dischi e le lenti;
- studio, progettazione e realizzazione di postazioni di lavoro e banchi integrati per il laboratorio ottico.



Polyoftalmica

L'UNIONE FA LA FORZA

Polyoftalmica è importatore di importanti marchi internazionali quali: Shin Nippon by Rexxam, Heine, Keeler, Volk, Optopol Technology, Optotek, Diaton, HS John Weiss, ecc. Si avvale di una gamma completa di strumenti optometrici e di riuniti per refrazione. Forte di 50 anni di esperienza nel settore e costante presenza sul mercato, l'offerta di Polyoftalmica si è da sempre caratterizzata per un ottimo rapporto qualità-prezzo dei prodotti offerti e per la grande esperienza nell'assistenza tecnica post-vendita. Grazie alla competenza degli esperti specialisti di prodotto e alla vicinanza al cliente finale, è da sempre una delle aziende di riferimento del settore. Con Polyoftalmica si ha la certezza di un acquisto sicuro e di qualità.



AUTOREFRATTOMETRI R-800 & K-900

Con i modelli R-800 e K-900 la casa giapponese Shin Nippon by Rexxam è alla quinta generazione di Autorefrattometri. I nuovi Autoref R-800 ed Autoref/ker K-900 si caratterizzano per:

- un monitor ultrapiatto che si inclina anche orizzontalmente, per permettere all'operatore una perfetta visuale sul paziente nelle visite più difficili.
- Un indice di attendibilità dell'esame.
- La misura della pupilla in condizione Scotopica e Fotopica.
- Misure velocissime in 0,07 secondi.



FRONTIFOCOMETRI AUTOMATICI DL-800/DL-900 & DL-1000

La linea Shin Nippon by Rexxam è stata rivista sia nel design che nella tecnologia.

Il LED di misurazione verde consente qualità e precisione nella lettura delle lenti, soprattutto progressive.

- DL-900 modello con stampante termica.
- DL-1000 modello con stampante, lettura dell'assorbimento raggi UV delle lenti e misura della distanza interpupillare.



TOPOREF RET-700

Polyoftalmica, durante il congresso SOI di Roma, ha presentato sul mercato il nuovo RET-700 Shin Nippon by Rexxam.

Uno strumento tutto in uno Autoref/ker/Topografo:

- computer integrato con monitor touch screen orientabile.
- Acquisizione automatico fino a 6 topografie.
- Simulazione in fluorescina dell'applicazione lenti a contatto.

LAMPADA A FESSURA DIGITALE SL-95:

- ottiche convergenti di altissima qualità giapponese.
- 5 Ingrandimenti con sistema galileiano.
- Filtro giallo incluso.
- Sistema di acquisizione di immagini in digitale come accessorio.

Polyoftalmica ha un ampio range di Lampade a Fessura Shin Nippon by Rexxam per ogni esigenza. Tre modelli (SL-40; SL-45; SL-95) con sistema di illuminazione dal basso e 3 modelli (SL-102; SL-203; SL-500) con sistema di illuminazione dall'alto.



FOROTTERO COMPUTERIZZATO DR-900

Il forottero computerizzato Shin Nippon by Rexxam permette visite più veloci e precise.

- Campo visivo di 40%.
- Pannello comandi touch screen da 10".
- Interfaccia con tutti gli strumenti Shin Nippon by Rexxam.

RIUNITO PER REFRAZIONE DELTA Q

Nuovo modello di riunito della linea Polyoftalmica: Delta Q si caratterizza per avere integrato il vano per lenti di prova. Un riunito molto funzionale, dai materiali di qualità e lunga durata nel tempo.

In più con particolari innovazioni nella categoria:

- è possibile averlo con un'opzione che regola automaticamente l'altezza del pianale cambiando lo strumento di visita.
- Tantissime opzioni (Kit cavi USB e Firewire, Versione disabili con poltrona rimovibile e pianale ad elevazione elettrica, ecc).



TONOMETRO A SOFFIO NCT-200

L'NCT-200 Shin Nippon by Rexxam, è stato progettato con un rivoluzionario sistema di controllo del soffio per essere gentile e leggero sul paziente. Monitor reclinabile orizzontalmente e verticalmente.

- Monitor reclinabile orizzontalmente e verticalmente.
- Correzione dei dati in base alla pachimetria.
- Misurazione in automatico.
- Indici di attendibilità dell'esame.

Rodenstock

DNEYE SCANNER 2+: LA SECONDA GENERAZIONE BY RODENSTOCK

Grazie alla rivoluzionaria tecnologia Eye Lens Technology (EyeLT), Rodenstock è in grado di realizzare la lente perfetta per ogni portatore in tre passi.

La tecnologia brevettata EyeModel, il primo step di EyeLT, implementa l'ampiezza dei campi visivi e l'acuità visiva da vicino attraverso opportuni ricalcoli della refrazione cilindrica da vicino.

Personal EyeModel, il secondo step di EyeLT, include in una lente progressiva valori cilindrici diversi in potere e/o asse tra il lontano e il vicino, determinati dalla refrazione soggettiva personalizzata.

DNEye, il terzo step di EyeLT, riduce i disturbi indotti dalle aberrazioni oculari di alto ordine (HOA) offrendo colori più saturi e brillanti e una visione più nitida e contrastata anche in presenza di scarsa illuminazione.

I due passaggi chiave di EyeLT diventano vantaggio concreto per il portatore grazie all'ottimizzazione DNEye permettendo ad ogni utente di esprimere il 100% del proprio potenziale visivo.

DNEye Scanner 2+, prima tappa fondamentale verso l'occhiale perfetto è un aberrometro, autorefrattometro, cheratometro, topografo corneale,

pupillometro, opacimetro, pachimetro e tonometro. Il processo di misurazione è automatico e presenta movimenti di eye-tracking (3D) di altissima precisione con passaggio automatico da un occhio all'altro.

Le misurazioni refrattometriche wavefront (in condizioni mesopiche e fotopiche per lontano e fotopiche per vicino), alquanto precise e ripetibili, forniscono inoltre una prima indicazione sulla presenza di differenze cilindriche tra il lontano e il vicino, da verificare poi soggettivamente.

La misurazione completa inoltre, si esegue in circa 90 secondi. Per l'utente, tutto questo significa avere le migliori lenti Rodenstock mai realizzate prima. Dopo quattro anni di continui successi e innumerevoli utenti soddisfatti, Rodenstock, grazie a DNEye, ha stabilito nuovi standard nella visione.

Le analisi aberrometriche di DNEye 2+ includono:

- le mappe delle aberrazioni totali, sia delle aberrazioni di basso ordine (LOA) che di alto ordine (HOA)
- il grafico MTF (funzione di trasferimento modulare)



DNEYE SCANNER 2+: VISTA DAL LATO ESAMINATO.



DNEYE SCANNER 2+: VISTA DAL LATO ESAMINATORE.

- Point Spread Function, ovvero l'intensità di distribuzione di un punto luminoso in campo foveale
- il valore Strehl Ratio, definito come il rapporto tra il PSF in un sistema ottico esente da aberrazioni e quello del sistema analizzato
- le simulazioni dell'acuità visiva, senza e con la migliore compensazione ottica
- le misurazioni cheratometriche in diottrie e mm
- la pupillometria fotopica e mesopica e il decentramento dell'apice rispetto al centro geometrico
- il controllo delle opacità dei mezzi diottrici mediante retroilluminazione
- la pachimetria
- la tonometria.

La nuova interfaccia utente di DNEye Scanner 2+ inoltre, permette una lettura dei dati ancora più facile e veloce. È possibile infatti, utilizzare DNEye Scanner 2+ già subito dopo la sua installazione.

I risultati delle misurazioni possono essere visualizzati direttamente anche su iPad o su altri dispositivi esterni. La gestione e l'invio dei dati per l'ordinazione delle lenti DNEye viene effettuata attraverso il software WinFit Reference.

Il programma ricalcola i nuovi parametri diottrici ottenuti dall'ottimizzazione DNEye prima che vengano trasmessi nell'ordinazione. Nell'ottimizzazione DNEye, tutte le misurazioni effettuate da DNEye

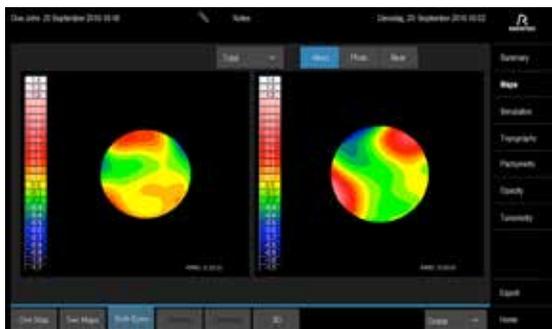
Scanner 2+ vengono inviate al centro Ricerca e Sviluppo Rodenstock per essere integrate ai parametri diottrici della refrazione soggettiva binoculare e ai parametri individuali richiesti dalla tipologia prodotto. Rodenstock calcolerà "punto a punto" la lente ideale per ogni utente realizzando un design unico per ogni portatore.

Le nuove caratteristiche del software permettono:

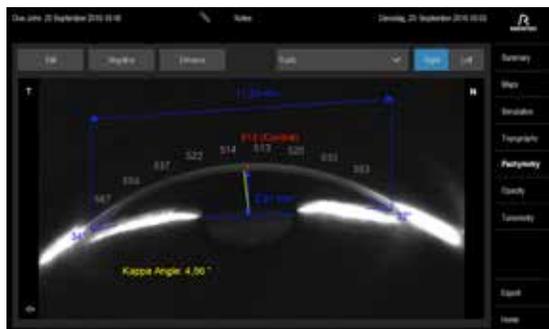
- il confronto tra differenti misurazioni nello stesso tempo
- DNEye Scanner 2+ può importare i dati del cliente da sistemi di gestione compatibili
- i report possono essere generati direttamente da DNEye Scanner 2+, esportati, spediti via e-mail o stampati
- i dati di backup possono essere salvati in diverse fasi di utilizzo
- gli aggiornamenti possono essere scaricati direttamente online, mantenendo il software al top del funzionamento.

DNEye Scanner 2+ rappresenta per l'ottico optometrista il compagno ideale per fare un importante salto di qualità nei servizi professionali offerti ai clienti.

Le innovazioni tecnologiche fanno di DNEye Scanner 2+ un utile complemento nella pratica professionale quotidiana migliorando l'efficienza dei servizi optometrici erogati.



**DNEYE SCANNER 2+:
MAPPE ABERROMETRICHE OD/OS.**



**DNEYE SCANNER 2+:
PACHIMETRIA.**

R.O.M.

NIDEK per sala refrattiva e laboratorio - esclusiva R.O.M. S.p.A.

Rinnovare è sempre di grande stimolo, per qualsiasi attività o professione.

Quest'anno, con l'iper-ammortamento al 250% gli ottici italiani sono stati incoraggiati a innovare i sistemi di molatura nel proprio laboratorio. Osservando il catalogo NIDEK non manca di certo la varietà, per qualsiasi esigenza si possono trovare le soluzioni migliori per ottimizzare il lavoro di laboratorio e montaggio, dal top di gamma NIDEK Me-1200 alla "all-in-one" NIDEK Le-700.

NIDEK ha sempre investito sull'innovazione e la ricerca, tanti sono stati i riconoscimenti nel corso degli anni.

Lo scorso mese è stata premiata a Parigi col Silmo d'Or 2017 per TS- 310 nuovo forottero compatto ed avveniristico che consente di eseguire un'analisi visiva in circa un metro quadro, l'ideale per negozi con problemi di spazio.



NIDEK ME_1200

Tra le novità NIDEK 2017 il nuovo focometro LM-7P, evoluzione di LM-600, con nuovo software e design grafico rinnovato, per un utilizzo davvero intuitivo in uno strumento indispensabile in ogni negozio.

NIDEK LM-7P



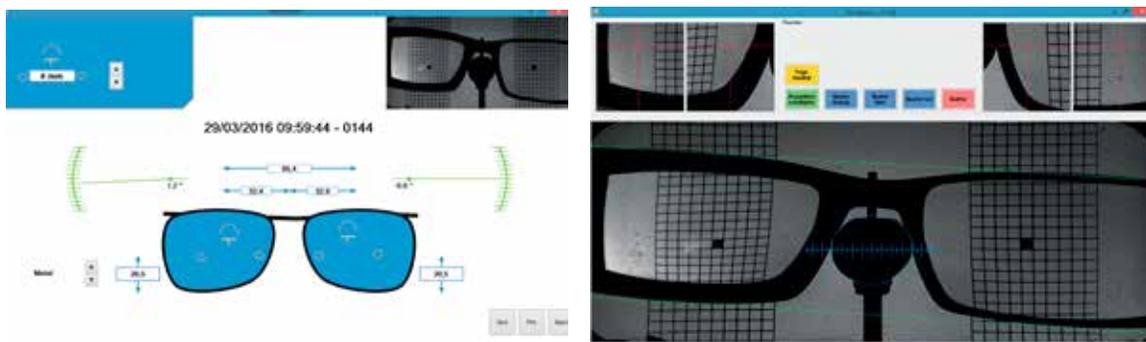
NIDEK TS-310



Il 2017 è stato un anno importante per R.O.M.S.p.A., che ha ottenuto la distribuzione in esclusiva per l'Italia di tutti i prodotti NIDEK per gli ottici e i laboratori. Dal 1 settembre è il solo distributore autorizzato alla vendita dei prodotti NIDEK in Italia, l'unica azienda che possa fornire assistenza tecnica certificata e garanzia, sia sui sistemi di molatura che sugli strumenti refrattivi e diagnostici per il centro ottico.

Tutornet

EYESYPRO STRUMENTO DIGITALE DI CERTIFICAZIONE DEL MONTAGGIO



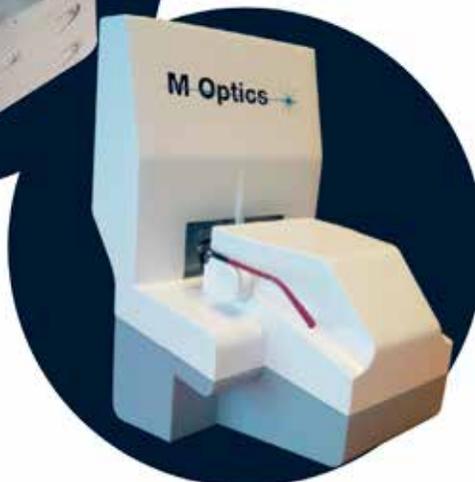
TUTORNET EYESYPRO



Strumento digitale di certificazione del montaggio
Certifica 100% occhiali consegnati
Confermi la tua immagine di professionista
Dai un nuovo servizio al tuo cliente



TUTORNET EYESYPRO



RILEVA DALL'OCCHIALE FINITO:

- distanze interpupillari, altezze di montaggio, allineamento delle lenti, inclinazione delle lenti.
- Determina i parametri degli occhiali in uso.
- Verifica il lavoro del tuo laboratorio prima di consegnare l'occhiale.

TUTORVISION 2018

Dalla sola foto frontale riconoscimento in automatico del viso e dei riferimenti di misura con cui TutorVISION calcola i parametri essenziali:

semidistanze e altezze di montaggio, angolo pantoscopico, diametri ottimali delle lenti e misura boxing della lente, decentramento della lente progressiva.

Inoltre TutorVISION rileva:

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

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

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

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

Con TutorVISION 2018 per smartphone.

Scatta le foto con qualsiasi smartphone o tablet e sfrutta tutta la potenza di TutorVISION 2018 senza avere il totem.

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

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

PER INFORMAZIONI:

TutorNET srl
 Strada Statale 24 Alpignano(TO)
 Tel 0110465430
 commerciale@tutornet.it
 www.tutornet.it



G&P ARREDAMENTI

ROSSO FUOCO

**G&P ARREDAMENTI HA VINTO
UNA GRANDE SFIDA CON OPTIK MARINER
RIUSCENDO A SUPERARE CON SUCCESSO
PROBLEMI STRUTTURALI E BUROCRATICI.**



NEL BELLISSIMO CENTRO DI BRUNICO SORGE DAL 1890 IL PUNTO OTTICO DI OPTIK MARINER.

Da tre anni il titolare, Andreas Mariner, era alla ricerca di un partner per rinnovare il proprio negozio che fosse in grado di superare le problematiche legate alla struttura allungata del locale e quelle tipiche delle ristrutturazioni in un contesto storico. Tra le differenti realtà contattate, l'unico interlocutore in grado di risolverle è stato G&P Arredamenti. "Durante Mido ho conosciuto la G&P Arredamenti e subito si è instaurato una sintonia immediata" ha dichiarato Mariner. "Ho spiegato le due grandi difficoltà che avrebbe dovuto affrontare:

il nostro negozio si trova nella parte più antica della città ed è difficile ottenere i permessi e, in più, si sviluppa longitudinalmente in un ambiente stretto, quindi difficile da approcciare.

Hanno subito trovato la soluzione!", ha concluso Mariner. Il nuovo layout ha superato le criticità strutturali e ha annullato il rischio di un'esposizione continua e troppo monotona attraverso una divisione per categorie merceologiche: nella prima parte propone una zona espositiva dedicata agli occhiali da sole, alle maschere, ai caschi da sci e agli occhiali sportivi, mentre la seconda è dedicata alle montature da vista con vendita assistita.



G&P Arredamenti è riuscita anche a riflettere a livello architettonico i colori aziendali che vedono da sempre il rosso dominare. A tal proposito, il titolare ha spiegato a PLATFORM Optic: “il rosso, il nostro colore sociale, è stato ripreso in alcuni particolari dell’arredamento per sottolineare le varie zone espositive; l’illuminazione ha giocato un ruolo fondamentale ed è stata concepita e realizzata per dare grande risalto agli occhiali”. Grande soddisfazione ha espresso Mariner in merito all’esecuzione concreta dei lavori: in sole tre settimane il mio negozio era pronto! Non ci sono stati intoppi o problematiche. Avevo paura che la nostra storica clientela,

rappresentata in gran parte da persone anziane, non accogliesse il cambiamento positivamente: siamo passati da un ambiente - salotto molto tradizionale ad una location moderna. Ovviamente i giovani hanno apprezzato il nuovo layout. In più, da quando abbiamo riaperto, la clientela è aumentata e abbiamo attirato anche un target importante: i turisti. Sono aumentati anche i giovani e ciò che mi rende orgoglioso, è che i fornitori più difficili con marchi di alto livello hanno cambiato atteggiamento e posso finalmente avere i loro occhiali! Sinceramente non avrei potuto chiedere di più”. Ha concluso Mariner.



TECNITALIA

**ELEGANZA E CHIAREZZA
NEL DESIGN**



L'eleganza è un valore importantissimo nel comunicare la propria unicità. Un ottico professionalmente e 'aziendalmente' evoluto può distinguersi anche attraverso l'eleganza e la chiarezza della propria comunicazione. Comunicazione che non vuol dire solo mezzi di comunicazione, ma anche eleganze e chiarezza del proprio punto vendita, del proprio muoversi all'interno di questo. Sentiamo l'architetto Claudio Viglierchio, contitolare e anima Tecnitalia. "Un'eleganza e chiarezza espositiva vuol dire a mio

avviso uno studio a monte dei percorsi che il cliente è subliminalmente portato a seguire, ad alle sequenze del tutto 'naturali' in cui il cliente che entra vivrà all'interno della propria esperienza di acquisto.

Il mio lavoro ha da sempre come obiettivo l'aumento del profitto dell'ottico.

E proprio all'interno di questa logica, fra le tante armi a mia disposizione è utile a volte usare il tema dell'eleganza e della chiarezza compositiva e di offerta. Tutto parte da un'analisi del modo di proporsi dell'ottico e delle possibilità di ottimizzazione di alcuni target, da un progetto che faccia esprimere al meglio la professionalità e le potenzialità magari non espresse del tutto.

Dotare il negozio di strumenti di induzione all'acquisto vincenti, pone l'ottica in una condizione di posizionamento e di chiarezza che è fondamentale per migliorare in un mercato così difficile ed in mutamento continuo.

Penso sempre di più che chi pensa ad un rinnovo di un punto vendita partendo solo da cassetiere,



espositori e qualche colore o rendering, solo arredo insomma, può rischiare di vanificare il risultato finale e spendere inutilmente le proprie risorse.

Il successo Tecnitalia si può spiegare intanto da una innovazione vera, continua, da oltre vent'anni. E poi da un approccio veramente diverso, frutto di un'esperienza, nel mio caso, di oltre 1400 negozi realizzati e di novità continue, sempre all'interno di un design avanzato e mai fine a se stesso, perché, ripeto, finalizzato all'aumento della redditività.

Il fatto di essere produttori diretti (fra i pochi) e di fornire un'analisi ed una progettazione di qualità assolutamente gratuita, è un invito imperdibile a contattare Tecnitalia allo 0773621126 o visitare il sito www.tenitaliaopty.com".



SILHOUETTE

LUSSO raffinato

IL LINGUAGGIO
PULITO
DI DESIGN
DELLA
COLLEZIONE
ATELIER
DI SILHOUETTE
È ESPRESSIONE
DI PASSIONE.

L'art nouveau austriaca e lo Jugendstil aspiravano a una fusione tra arte e vita. Il desiderio era quello di essere circondati da opere d'arte di grande eleganza dove gli elementi decorativi trasformavano gli oggetti in opere d'arte.

Le linee erano pulite e armoniose, mai esagerate o eccessive.

L'idioma stilistico della collezione Atelier di Silhouette si fonde con il linguaggio di design di quest'epoca interpretandola con un'estetica contemporanea. Armoniose linee fluttuanti caratterizzano le aste, i musetti e i terminali. La pulizia del design trova espressione nella perfezione della cerniera integrata, disegnata con minuziosità ed eleganza fin nel più piccolo dettaglio. Ogni montatura arriva ad avere fino a 280 passaggi per essere realizzata, 250 dei quali fatti a mano. L'originalità del prodotto è certificata dal numero seriale e dal logo di famiglia inciso sull'asta di ogni occhiale.

La collezione "Haute Joaillerie" in oro 18 carati giallo, bianco e rosa, diamanti e pietre preziose (rubini, zaffiri blu e rosa) taglio cabochon, è pensata per le donne e fa chiaramente eco alle decorazioni floreali dello Jugendstil.

Le superfici sono lucidate o spazzolate a mano.

La collezione da uomo "Titanium meets Gold" vede protagonista la raffinata fusione di oro e titanio. "Solid Gold" da uomo e da donna conquista per le sue linee pulite, per l'aura dell'oro, e per le delicate decorazioni in ebano o per i diamanti selezionati a mano.

DA
ASSUMERSI
PER
VIA OCULARE




Revisa
Vitamin

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

ULTRA LIMITED

CUSTOMIZZAZIONE senza limiti

ULTRA LIMITED PORTA IL PROCESSO DI PERSONALIZZAZIONE ANCHE SULLE LENTI SIA VISTA SIA SOLE.



Mod. Ultra_BOLZANO

Sono molte le novità che caratterizzano l'autunno di 450, realtà nota per il marchio Ultra Limited. L'ultima è il nuovo importante upgrade del suo marchio di punta, Ultra Limited. Il CDA ha raccontato in esclusiva a PLATFORM Optic con queste parole il nuovo progetto, che parte dal DNA del brand: "Tutti i prodotti firmati Ultra Limited oltrepassano le barriere produttive e danno vita ad un prodotto non ripetibile. L'unicità è la condizione sine qua non: non è possibile trovare una seconda copia di un nostro occhiale. Attraverso l'assemblaggio di 12 tonalità ogni montatura è l'espressione massima di colore, dal tono su tono alla esagerazione dei contrasti, ed è frutto della maestria artigianale assolutamente Made in Italy. Avevamo deciso di dare al consumatore anche quello che sembrava essere l'ultimo tocco in tema di customizzazione: la personalizzazione con il proprio nome o firma o simbolo. Visto il successo ottenuto, abbiamo oltrepassato l'attuale

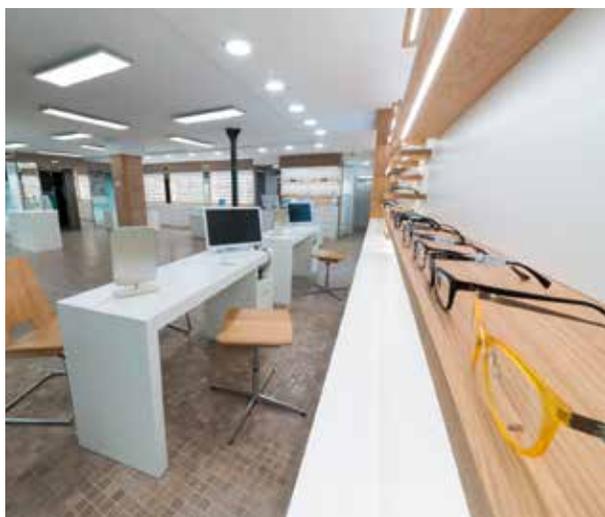
livello di unicità. Come? Offrendo anche la personalizzazione delle lenti, la stessa che può avere sull'occhiale".

Il nuovo processo produttivo è possibile grazie ad un accordo siglato con un laboratorio ottico. Ma come funziona concretamente questo servizio? "La customizzazione sulle lenti da sole viene fatta insieme a quella dell'occhiale. Per la vista è fondamentale che l'ottico acquisti le nostre lenti ed è già inclusa nel nostro listino prezzi. È possibile realizzarla su qualsiasi tipo di lente: progressiva, monofocale..." ha proseguito il CDA. "All'inizio eravamo un po' scettici sul processo di personalizzazione ma il tempo ha dimostrato che i clienti apprezzano molto questo plus che offriamo e siamo convinti che la possibilità di avere il proprio nome o un disegno o la propria firma anche sulle lenti rappresenterà un ulteriore elemento di successo per il nostro marchio," ha concluso il CDA.



Mod. Ultra_MATERA

Ottica Capello
Treviso



G&P Arredamenti Srl

Via Newton, 29/1 41015

Nonantola MO - ITALIA

Tel +39 059 548659 - Fax +39 059 546832

info@gparredamenti.it - www.gparredamenti.it



VUARNET

Savoir-faire artigianale

**CAMBIO DI MARCIA DEL BRAND:
VERSO UN PRODOTTO SOFISTICATO ED ELEGANTE.**



Nato nel 1957, Vuarnet si caratterizza per la qualità delle sue lenti in vetro minerale made in France, che garantiscono il massimo della protezione, una visibilità senza paragoni e un'elevata resistenza. Una competenza unica e la maestria artigianale hanno garantito di recente al brand, un importante segno di riconoscimento per le imprese che si distinguono per l'eccellenza del savoir-faire artigianale: il premio "Entreprise du Patrimoine Vivant", ricevuto da solo 1500 aziende francesi.

Lo storico marchio ha lanciato all'ultimo Silmo le nuove collezioni ideate per un pubblico sportivo ed elegante e dal design raffinato, contemporaneo e innovativo: Vuarnet Ice e Vuarnet Nightlynx.

Da circa un anno la Maison, partecipata dal fondo Neo Capital, si è affidata per il rilancio sul mercato italiano all'esperienza dell'agenzia commerciale Dido, fondata da Umberto Valentini e i suoi soci Filippo Valentini e Stefano Frescura. "Il primo anno di collaborazione con Vuarnet è stato più che positivo e il team francese supporta con puntualità ed entusiasmo le nostre richieste." afferma Umberto Valentini, responsabile commerciale per l'Italia. "Abbiamo centrato in pieno il nostro target aprendo a clienti di alta gamma, che hanno apprezzato il cambio di marcia del brand verso un prodotto sofisticato ed elegante e una clientela capace di apprezzare la qualità delle nostre lenti e il design delle nostre montature. Vogliamo che Vuarnet - continua Umberto - diventi nel giro di 3 anni l'occhiale lifestyle di qualità riconosciuto come oggetto di pregio. Concentreremo i nostri sforzi sul posizionamento solo presso negozi di ottica indipendenti che trattano prodotti di media e alto livello". Lucio Lozza, direttore Italia del marchio e amministratore delegato Vuarnet

Usa, conferma: "Il mercato italiano è articolato e molto competitivo, ma Vuarnet sta avendo risultati straordinari grazie a un prodotto innovativo e integralmente rinnovato nel design. La distribuzione è molto curata e ci rivolgiamo a un numero limitato di ottici che propongono perciò ai propri clienti un occhiale da sole esclusivo. Offriamo la possibilità di differenziarsi con un prodotto al massimo della tecnologia che unisce il vetro minerale all'acetato, al titanio, alla pelle e all'acciaio.

Le nuove proposte Ice e Nightlynx vanno in questa direzione".

Risultato di due anni di ricerca e sviluppo, Vuarnet ha presentato una delle sue ultime creazioni: Vuarnet Ice, ideale per coloro che cercano un occhiale da sole adatto ad esplorare ogni giorno tutte le condizioni di luce, anche le più intense. In un perfetto incontro tra sport e stile, la collezione Ice presenta otto modelli che mescolano le caratteristiche tecniche del modello iconico Glacier con un design decisamente più urbano.

La montatura in nylon ad alta resistenza e flessibilità, le protezioni laterali e il ponte removibile, le cerniere flessibili e non visibili in acciaio inossidabile sono alcune delle caratteristiche che rendono Ice una collezione unica ed irripetibile.

Per amplificare la luce quando si fa più timida e arriva il buio Vuarnet ha creato le nuove lenti Nightlynx. Perfette in condizioni di pioggia, nebbia e foschia per i piloti di tutto ciò che si muove su ruote, vola e naviga, per gli amanti della notte e per coloro che la animano come i dj, queste nuove lenti migliorano nettamente i contrasti e la percezione delle distanze. La collezione Nightlynx è composta da 5 montature nere opache, che staccano con eleganza dal giallo intenso delle lenti.



LifeStyle 3
semplice
come contare
fino a 3!



LIFESTYLE

3

Lenti progressive semplicemente straordinarie

Le nuove lenti LifeStyle 3, grazie all'esclusiva Tecnologia di Armonizzazione Binoculare™ e a tre differenti design, soddisfano ogni stile di vita assicurando ai tuoi clienti il comfort e la qualità di visione che desiderano.

LifeStyle 3: semplice da prescrivere, semplice da proporre, semplice adattarsi!

Per ulteriori informazioni www.hoya.it

OPTOX

R-innovarsi... con il BENESSERE degli OCCHI!

Siamo da "Optica Leonardo" nella bellissima Castellaneta, in provincia di Taranto, a due passi dalla Basilicata. Ci accoglie il titolare Leonardo Gasparre, ottico optometrista che vanta un'esperienza ormai "maggiorrenne" nel settore.

CIAO LEONARDO! FACCI UNA FOTOGRAFIA DELLA TUA PROFESSIONE E DELLA TUA ATTIVITÀ.

Sono un ottico classe '80 e come hai già anticipato svolgo questo lavoro da circa diciotto anni, nel 2017 la mia attività a Castellaneta compie 10 anni, un altro importantissimo traguardo. Lo festeggiamo con una bella ristrutturazione, investiamo in professionalità, tecnologia e... immagine!

DOPO TUTTI QUESTI ANNI, CI DICI LA TUA IDEA SUL MONDO DELL'OTTICA?

Il mondo dell'ottica è in continua metamorfosi, è difficile indicare e identificare una strada maestra, sicura e priva

di insidie. Ho cercato, nei vari anni da collaboratore dipendente in un negozio di Roma, di carpire tutti i segreti del mestiere, ma mi sono reso conto che il motore di tutto è la voglia di imparare sempre qualcosa di nuovo e metterla al servizio dei clienti, ogni giorno. È importante comunicare con i clienti, sono il nostro patrimonio. Va continuamente rimarcata l'affidabilità e la preparazione, anche attraverso l'immagine e l'esplorazione di nuovi mondi.

COSA FAI CONCRETAMENTE PER TRASMETTERE QUESTA TUA FILOSOFIA AI TUOI CLIENTI?

1. **La preparazione.** Provo, impegni permettendo, a partecipare a tutti i corsi formativi sia a livello nazionale sia ai vari workshop di aggiornamento e confronto organizzati dalle Aziende. Inoltre, continuo a pretendere e trasmettere la formazione anche ai miei collaboratori, per assicurare un servizio a 360 gradi al cliente e al suo benessere visivo.



Da sinistra: Leonardo Gasparre ottico titolare, Lucrezia Giura ortottista, Rosalba Clemente collaboratrice, Mario Sansevrino operatore ottico.



Il titolare Leonardo Gasparre e la collaboratrice Rosalba Clemente curano l'esposizione dei prodotti OPTOX in negozio.

2. La comunicazione. Molti clienti si affidano a noi per risolvere i problemi legati alla vista, perché non esaudire il desiderio di vedere meglio e trasmettere con parole semplici la nostra competenza? Perché non dare un servizio completo interessandoci anche del Benessere dei loro Occhi?

COSA INTENDI PER BENESSERE DEGLI OCCHI?

Fin dai miei primi anni di lavoro, ho intuito di dover concretizzare e trasmettere ai clienti tutta la mia preparazione, tutte le mie ore spese sui libri, tutte quelle domeniche passate lontano da casa per frequentare i corsi ECM. Il Benessere degli Occhi è diventato un punto cardine della mia professione e grazie a OPTOX posso farlo ogni giorno, con prodotti specifici per ogni esigenza. Intraprendendo questa strada, riscontro un feedback positivo da parte dei miei clienti che mi affidano completamente i loro occhi.

COME SI SPOSA QUOTIDIANAMENTE QUESTA MISSION CON LA TUA ATTIVITÀ?

Prendersi cura non solo del benessere visivo, ma, in particolare, di quello degli occhi dei miei clienti significa interfacciarmi in modo diverso con loro. Mi piace dialogare e discutere dei loro fastidi oculari: voglio conoscere vita, morte e miracoli dei loro occhi! Solo così posso offrire quel “qualcosa” in più e propormi realmente

come “Ottico di Fiducia”. Grazie al lavoro con OPTOX, ho a disposizione una gamma completa di prodotti specifici per le diverse esigenze dei miei utenti: con OPTOidro+ A, aiutiamo gli occhi a reintegrare la componente acquosa evaporata a causa dell’uso sconsiderato di PC, Smartphone e Tablet; con OPTOyal A e OPTOgel A, ad attenuare fastidi correlati alla secchezza oculare; con OPTOred, a ridurre il rossore oculare, in particolare nei clienti a diretto contatto con polveri o sostanze irritanti esterne; con OPTOsol, do una soluzione concreta a chi ha gli occhi sensibili; mentre a chi lamenta il fastidio delle “mosche volanti” suggerisco il supporto integrativo di OPTOvitreo. Senza parlare della nuova chicca OPTOprolens... riesco a migliorare l’utilizzo delle lenti a contatto, rendendolo più confortevole e duraturo nel tempo!

AVETE SVOLTO INIZIATIVE PARTICOLARI CON OPTOX?

In collaborazione con l’Agente di Zona, abbiamo proposto delle giornate informative in negozio, suscitando l’interesse di numerosi curiosi. Abbiamo indicato il negozio di ottica come punto di riferimento per il Benessere degli Occhi e ci siamo confrontati con i clienti, facendoli parlare dei loro fastidi oculari e suggerendo le adeguate contromisure tramite l’alimentazione, lo stile di vita e, sempre più spesso, attraverso l’integrazione OPTOX.

Siamo riusciti a trasmettere un messaggio chiaro e sensibile: “Prenditi Cura dei Tuoi Occhi!”

GRAZIE LEONARDO, AD MAIORA!



Vista esterna dell’Ottica Leonardo appena rinnovata

DAI OPTICAL INDUSTRIES

SOFT CARE

LOW VISION: CRESCE IL NUMERO DEI SOGGETTI IPOVEDENTI. DAI OPTICAL SOFT CARE PROPONE UNA GAMMA DI PRODOTTI SIGLATI AIO TECHNOLOGY.

L'aumento importante del numero di soggetti ipovedenti ha suscitato l'interesse scientifico e istituzionale riguardo alle problematiche legate all'argomento.

Al primo posto tra le cause c'è l'aumento della popolazione anziana con le relative malattie oculari legate all'età. Grandi progressi scientifici e tecnologici nel campo dell'oftalmologia, hanno portato a una drastica riduzione dei pazienti destinati alla cecità, incrementando il numero dei soggetti definiti "ipovedenti", quindi, con residuo visivo insufficiente. L'avanzata assistenza neonatologica e l'aumento delle speranze di sopravvivenza alla nascita hanno inoltre portato all'incremento delle patologie visive legate alla prematurità.

Tra le altre cause: cataratta congenita, opacità corneale, disturbo visivo di origine cerebrale (CVI - Cerebral Visual Impairment), malformazioni congenite del nervo ottico e malattie retiniche ereditarie.

In Italia, quest'anno, la giornata mondiale della vista (12 ottobre 2017) è stata dedicata alla prevenzione delle malattie oculari causa di cecità e ipovisione. Pur essendo, l'ipovisione, una condizione di marcata e permanente riduzione della funzione visiva, il soggetto ipovedente può utilizzare ausili ottici, ed eventualmente seguire percorsi riabilitativi, che gli consentano di sfruttare al meglio il proprio residuo visivo. Da questa premessa e grazie alla collaborazione di una équipe specializzata, DAI OPTICAL, con la divisione dedicata alla low vision SOFT CARE, è in grado di fornire strumenti ottici che permettono, all'ipovedente, di sfruttare la propria visione (seppur problematica e limitata) nella totalità. Fulcro del progetto è il nuovo brevetto AIO All In One, una speciale tecnologia che permette di raggiungere massimi livelli di estetica nella produzione delle lenti, grazie alla netta riduzione degli spessori, che da sempre hanno caratterizzato le lenti per ipovisione, garantendo al paziente una maggiore libertà nella scelta della montatura da indossare.

Il brevetto AIO All In One è l'evoluzione dei classici sistemi per ipovisione ed è il risultato dell'unione di:

- sistema di calcolo e progettazione WFRT - Wave Front Ray Tracing Technology - algoritmo di ottimizzazione che simula il sistema visivo e la lente e ottimizza la sua superficie in ogni punto garantendo la massima qualità visiva per ogni direzione di sguardo.
- Lavorazioni EXTREME, con la tecnica di costruzione NOVAE (che permette di ottenere lenti ultrasottili mediante l'utilizzo di spline cubiche).

AIO trova applicazioni in tutti i dispositivi medici per ipovedenti come i sistemi aplanatici, ipercorrettivi prismatici, lenti ingrandenti per vista fragile e per fissazione eccentrica. Nel primo caso (lente aplanatica) con IperAPLANAT AIO il doppietto di lenti sferiche è sostituito dall'accoppiamento di due lenti

multiasferiche (quindi più sottili, piatte e leggere) che sono letteralmente fuse all'anello di supporto neutro esterno, con la conseguente totale eliminazione della zona di raccordatura/bowl.

IperAPLANAT AIO inaugura una nuova era nel campo dell'ipovisione con la realizzazione di una "lente all in one". Tutte le lenti proposte sono 100% Made in Italy, certificate ITPI e registrate presso il Ministero della Salute.

La divisione SOFT CARE è stata presentata al convegno "Soft Care in pillole. L'ottica specialistica nel terzo millennio", in occasione del XVIII Congresso Nazionale di Ipovisione (Roma 29-30 settembre) e le sono stati dedicati eventi di presentazione sia presso Expo Ottica Sud a Catania sia in occasione del congresso internazionale su contattologia e ottica oftalmica di Monopoli.

Sarà disponibile a breve anche il calendario per i tantissimi eventi programmati per il 2018.

 **Soft Care**





Maui Jim 



Disponibile in RX.

MODELLO MOSTRATO: CLIFF HOUSE

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.



HOYA

LIFESTYLE

LA NUOVA GENERAZIONE DI PROGRESSIVE CHE SODDISFA SEMPRE DI PIÙ LE ESIGENZE DEI PORTATORI MODERNI.

Un design nuovo e perfezionato che risponde ottimamente alle sfide visive della vita moderna. LifeStyle 3 offre varianti di design personalizzate sullo stile di vita attivo dei presbiteri di oggi. I presbiteri moderni conducono uno stile di vita attivo nonostante le crescenti esigenze visive. Sono viaggiatori e sportivi tenaci, hanno una vita lavorativa intensa, amano leggere, anche sull'ebook, e trascorrono molto tempo sui dispositivi digitali, sia tablet che smartphone. Queste attività possono mettere a dura prova i loro occhi. Hoya ha investito in ricerca e sviluppo per creare i design migliori e assicurare la giusta lente a ogni stile di vita.

DISTINZIONE CHIARA E SEMPLICE

LifeStyle 3 offre 3 varianti di design (Indoor, Urban e Outdoor) per personalizzare le lenti alle esigenze visive di ognuno in modo semplice ed efficace. Sono necessarie solo poche domande sullo stile di vita per determinare il design più adatto. Inoltre, Hoya ha migliorato il design di LifeStyle 3 introducendo la Tecnologia di Armonizzazione Binoculare e il Modello Binoculare dell'occhio.

TECNOLOGIA DI ARMONIZZAZIONE BINOCULARE

Anche in caso di minima differenza di prescrizione, la posizione in cui i raggi passano attraverso la lente cambia tra occhio destro e sinistro. Questo disequilibrio può causare disturbi astenopici, come occhi stanchi, bruciore e mal di testa. Grazie alla Tecnologia di Armonizzazione Binoculare™, LifeStyle 3 considera la prescrizione dell'occhio destro e dell'occhio sinistro come componenti individuali, definisce il design binoculare della lente e calcola la distribuzione del potere progressivo per ogni occhio. Tutto questo offre una messa a fuoco perfetta e senza sforzo, miglior stabilità nei movimenti e profondità di visione.

MODELLO BINOCULARE DELL'OCCHIO

Le geometrie progressive top di Hoya sono verificate e calcolate grazie al Modello Binoculare dell'occhio. Questo modello si rifà a un programma brevettato per la misurazione delle performance binoculari che verifica ogni design in condizioni di vista reale prima che venga prodotto. Ciò assicura una performance binoculare senza precedenti: immagini stabili e miglior profondità di visione in tutte le situazioni quotidiane.

TECNOLOGIA, EFFICACIA, SEMPLICITÀ: LENTI PROGRESSIVE SEMPLICEMENTE STRAORDINARIE

Con l'introduzione di LifeStyle 3, la nuova gamma di lenti progressive Hoya diventa più semplice da prescrivere e da proporre, assicurando un adattamento facile e veloce. La gamma comprende 4 geometrie, Amplitude, la nuova Balansis, LifeStyle 3 e la top di gamma MyStyle V+, ognuna delle quali offre benefici distinti.

LifeStyle 3 è personalizzata per soddisfare le esigenze quotidiane di ogni portatore in base allo stile di vita e alle preferenze d'uso. LifeStyle 3 sostituirà le lenti Hoyalux iD LifeStyle V+.



NEWLINE 66R

HI-TECH OPHTHALMIC EQUIPMENT

*the
solution
with
style*



TECNOLOGIA
E COMFORT

COMFORT
AND TECHNOLOGY



POLYVISUS®



CERTIFICATE no. 1213/4

 **FRASTEMA**
ophthalmic equipments

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

RODENSTOCK

Lifestyle: vita & vista

LE LENTI CHE MEGLIO SI ADATTANO ALLE ESIGENZE QUOTIDIANE DI OGNI PORTATORE.

RODENSTOCK PRESENTA UN NUOVO APPROCCIO NELL'OTTIMIZZAZIONE DEL DESIGN, IN ARMONIA CON IL CONCETTO LIFESTYLE: LE LENTI CHE MEGLIO SI ADATTANO ALLE ESIGENZE QUOTIDIANE DI OGNI PORTATORE.

La richiesta di soluzioni individualizzate è sempre più alta e, allo stesso tempo, le abitudini visive stanno cambiando come conseguenza della digitalizzazione. Chiediamo sempre di più ai nostri occhi per via dei rapidi spostamenti tra diversi campi visivi.

Con il nuovo concetto lifestyle by Rodenstock, i nostri partner ottici possono offrire soluzioni individualizzate secondo due tipologie di differenziazione:

- INDIVIDUAL DESIGN
- DESIGN PREDEFINITI - distribuiti tra ALLROUND, EXPERT, ACTIVE secondo il gruppo in cui si identifica il portatore. Nelle lenti sono presenti zone visive di grandezze diverse in base alle attività svolte.

L'INDIVIDUAL DESIGN rappresenta la totale individualizzazione per ciascun tipo di lifestyle ed è la risposta per i portatori che semplicemente ricercano sempre il meglio. Si tratta di una costruzione progettata totalmente "su misura"

dove le zone visive di maggior utilizzo sono realizzate con la massima ampiezza e posizionate in modo ideale. L'INDIVIDUAL DESIGN è realizzabile solo con le lenti Impression FreeSign 3. Nel segmento dei predefiniti, ALLROUND è la risposta per coloro i quali utilizzano indifferentemente le tre aree visive e che svolgono attività diverse nell'arco della giornata. Il risultato è un significativo miglioramento della stabilità delle immagini, perfettamente bilanciate: le zone di visione sono ampie per tutte le distanze di utilizzo.

Il design EXPERT è progettato per le persone professionalmente molto attive, che stimolano la visione "ufficio", che sono coinvolte in riunioni di lavoro, video-presentazioni, ecc. È una

soluzione caratterizzata da campi visivi extra-large per l'area intermedia e da vicino, con un'elevata stabilità delle immagini e una buona visione periferica.

All'insegna del profilo ACTIVE troviamo la lente per i portatori che prediligono una vita dinamica e che vivono parte della loro giornata all'aperto.

Queste persone potranno contare sulla massima ampiezza dei campi visivi per lontano e intermedio, un'eccellente stabilità delle immagini e la miglior visione periferica.

I DESIGN PREDEFINITI ALLROUND, EXPERT E ACTIVE sono disponibili nei prodotti appartenenti ai segmenti PERFECTION (Impression FreeSign 3) ed EXCELLENCE (Multigressiv MyLife 2).

UNA CONSULENZA PROFESSIONALE

Si vuole promuovere la più esaustiva consulenza unita alla soluzione più "calibrata" per ciascun portatore? In questo caso, è opportuno utilizzare il software dedicato per PC -Rodenstock Consulting- e suggerire una lente progressiva lifestyle by Rodenstock con INDIVIDUAL DESIGN, cioè individualizzata al 100%. L'utente ideale è quello che intende ottenere una risposta concreta ad esigenze visive molto personali.

Si vuole offrire un prodotto top di gamma, attraverso una consulenza più rapida e al tempo stesso convincente? Basta utilizzare la app per iPad -Rodenstock Virtual Consulting scaricabile gratuitamente dallo Store e consigliare una lente progressiva lifestyle con un DESIGN PREDEFINITO in grado di soddisfare la maggior parte delle situazioni d'uso quotidiane.

In conclusione, la parola d'ordine è: tenere conto del cliente e della sua tendenza a richiedere prodotti tarati sulle proprie esigenze.

Quali sono le sue preferenze visive all'interno dei diversi stili di vita? Il professionista della visione possiede ora gli strumenti per selezionare, in alternativa ai design tradizionali, i nuovi design progressivi lifestyle, per una buona qualità di vista e non solo!



R7066a

VUARNET ice



Montatura ad **alta resistenza**
e memoria di forma

Inserto
rimovibile

Cerniere flex
integrali in
acciaio inossidabile

Marchio Vuarnet
inciso



Vetro minerale Vuarnet®
Blue Polarlynx, categoria 3
Trattamento **anti-shock**

Terminali in gomma
regolabili
soft touch rubber

Protezioni laterali
rimovibili

#ITSA**VUARNET**DAY

BAUSCH + LOMB

TRAINING&FITTING DAY a sostegno della CONTATTOLOGIA

B+L HA LANCIATO SUL MERCATO LA NUOVALENTE MULTIFOCALE ULTRA® FOR PRESBYOPIA.



di Fabio Carta

Professional Relationship Consultant
Vision Care Bausch + Lomb

Nel corso del secondo trimestre 2017 B+L ha lanciato sul mercato la nuova lente multifocale ULTRA® for Presbyopia. Questa lente racchiude le caratteristiche innovative della MoistureSeal™ Technology, in cui tre monomeri di silicone si legano al PVP presente in elevata concentrazione¹, e il consolidato design 3-Zone Progressive™. Grazie alla doppia polimerizzazione questo materiale garantisce al portatore un'elevata trasmissibilità all'ossigeno (163 dk/t) e, contestualmente, un basso modulo di elasticità (70)¹. Queste due caratteristiche conferiscono alla lente un'elevata capacità di mantenere un'idratazione costante durante tutta la durata del porto².

La geometria, all'interno della zona ottica, è costituita da 3 zone ben distinte: la parte centrale è deputata alla visione da vicino, le distanze intermedie vengono coperte da un'ampia zona paracentrale, mentre la zona periferica è deputata alla visione da lontano. Il risultato è una lente dal design in grado di supportare i pazienti presbiteri per una visione chiara a distanze brevi, intermedie e lontane³.



semplificare l'applicazione ed agevolare il lavoro del contattologo, la lente viene proposta con 2 addizioni: Bassa (Addizione Low) fino a +1.75 e Alta (Addizione High) da +1.75 a +2.50.

Per presentare al meglio questa nuova ed innovativa lente sono stati selezionati 14 centri ottici su tutto il territorio nazionale attraverso il progetto Training&Fitting day. Questo progetto prevedeva una



presentazione della lente agli applicatori e successivamente l'applicazione ai portatori selezionati dal centro ottico. Per arrivare alla determinazione corretta del potere rifrattivo è stato eseguito un protocollo standardizzato. Oltre ad una sintetica ma accurata anamnesi, la procedura prevedeva un esame oggettivo (auto-refrattometria / retinoscopia) e un esame soggettivo monoculare. La valutazione della dominanza sensoriale veniva effettuata mediante l'utilizzo di una lente positiva di +1.50 che, alternativamente, veniva anteposta per qualche secondo, prima sull'occhio destro e poi sul sinistro, al fine di identificare l'occhio che avvertiva maggior disagio. Particolare importanza ha rivestito il bilanciamento in condizioni di visione binoculare effettuato mediante il test di Humphris del contrasto immediato (HIC test) o test della sospensione foveale. L'obiettivo era, per l'appunto, quello di ottenere il massimo positivo e/o il minimo o negativo mediante il test bicromatico. Per quanto riguarda la scelta dell'addizione, la valutazione è stata effettuata in funzione delle esigenze visive del portatore e in relazione all'ampiezza accomodativa. I risultati sono stati estremamente positivi e degni di nota: da maggio ad ottobre sono state effettuate 105 applicazioni, con una percentuale di successo del 95% (100 portatori).

Il 65% dei portatori erano già utilizzatori di lenti multifocali mentre il 35% neofiti. Il 77% delle applicazioni sono andate a buon fine con la prima coppia di lenti e il 23% con la seconda. I portatori hanno riferito di avere avuto una visione superiore alle aspettative a tutte le distanze, oltre ad un comfort eccellente.

Visto il successo ottenuto, l'obiettivo dell'azienda è di portare avanti il progetto Training&Fitting day al fine di accrescere le competenze degli applicatori e di consolidare le loro conoscenze in merito alla contattologia.

BIBLIOGRAFIA

1. Wygladacz K. et al. Advanced contact lens materials and manufacturing process deliver exceptional comfort. *Contact Lens Spectrum*. 2014. p. 23-28.
2. Schafer J. et al., 16-Hour, Bilateral, Dispensing Clinical Evaluation of Methacrylamide Lenses as Compared to Air Optix Aqua, Acuvue Oasys and Biofinity. Lenses. 2013.
3. The 3-Zone Progressive™ Design: Meeting the Dynamic Needs of Today's Presbyopic Patient. *Review of Optometric Business*, 2016. p. 8-9

KONTAKT LENS V.A.O.

La giusta strategia

FRONTEGGIARE I PROBLEMI DEL MERCATO ATTRAVERSO UNA STRATEGIA COMMERCIALE DEFINITIVA!

Kontakt Lens V.A.O., società operante nel settore della contattologia da oltre 30 anni, sempre attenta alle esigenze ed ai problemi che questo mercato si trova ad affrontare, è lieta di presentare uno stratagemma che possa garantire, a coloro che sono stufo di combattere la concorrenza sempre più agguerrita, una strategia commerciale definitiva!

PARLIAMO DI PRODOTTI A BRAND PERSONALIZZATI!

Oggi, tutti i centri ottici, oltre alla concorrenza dei centri commerciali, hanno un concorrente per niente leale che si insinua dovunque e arriva ovunque.

Questi ha la capacità non solo di portar via la clientela, ma può far sì che sempre meno potenziali portatori entrino nel centro ottico... ebbene questo concorrente è internet.

Alla velocità con cui si vive oggi, certo questo fenomeno non può essere fermato, ma esistono però alcuni escamotage per quantomeno arginarlo...

Da qui la necessità di fidelizzare il proprio cliente con un prodotto esclusivo che garantisca nel tempo una certa redditività.

Che senso ha attivare un portatore in prima applicazione, con un prodotto di marca quando lo stesso portatore lo può poi trovare sul web a prezzi nettamente inferiori?

Chiunque abbia un'attività commerciale, si è trovato almeno una volta nella vita a fronteggiare un cliente irritato per aver trovato lo stesso prodotto ad un prezzo inferiore in un altro negozio; con

conseguenti discussioni per poter recuperare il cliente. Oggi il problema è molto più grave... Il nostro cliente che acquisterà sul web, non verrà mai al negozio a lamentarsi, l'abbiamo perso definitivamente. Di fronte ad un simile problema, l'alternativa possibile è quella di fidelizzare il cliente con un prodotto esclusivo che mai troverà su internet.

La Kontakt Lens V.A.O. offre la possibilità di una personalizzazione completa di tutta la gamma dei prodotti di contattologia (tutti i tipi di lenti a contatto e tutti i tipi di soluzione) affinché non ci potrà essere mai più un termine di paragone tra Voi ed i vostri concorrenti.

La nostra idea di personalizzazione, non si limita ad una semplice etichettatura di una confezione di lenti a contatto ma, su vostra specifica richiesta, abbiamo la possibilità di creare un packaging ad hoc per Voi.

AD ESEMPIO, POTREMMO REALIZZARE UN PACK DI:

- lenti giornaliere in confezioni da 10 o più lenti;
- lenti toriche in confezioni singole o più;
- confezioni di lenti singole a ricambio mensile.

Anche nei materiali di ultima generazione quali Siliconi Hydrogel con il vostro marchio.

AVRETE IN QUESTO MODO:

- una esclusiva assoluta;
- renderete accessibile ai vostri clienti un prodotto che oggi è visto ancora come "troppo caro";
- assesterete un duro colpo alla concorrenza, proponendo prodotti innovativi e qualitativamente superiori.

MA C'È DELL'ALTRO...

L'importanza di distinguersi dalla massa con un prodotto a marchio proprio, non è solo un escamotage per combattere la concorrenza, è soprattutto un plus per guadagnare in immagine nei confronti di tutti coloro che lavorano con "i prodotti di massa".





Silhouette®

AUTHENTIC EYEWEAR. SINCE 1964.

BECAUSE YOU ARE UNIQUE

www.silhouette.com



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

L'ERRORE REFRAATTIVO, ATTRAVERSO LALENTE DEL PAZIENTE

Refractive error, through the lens of the patient

Joshua Foreman BSc(Hons), Mohamed Dirani PhD and Hugh Taylor MD

Clinical and Experimental Ophthalmology 2017 45: 673–674 doi: 10.1111/ceo.13036

Più di 150 milioni di persone soffrono a causa della mancata correzione del difetto refrattivo per lontano, e oltre 500 milioni hanno una presbiopia non corretta^{1,2}. L'errore refrattivo rimane, in generale, la principale causa di perdita della vista, che conta circa il 53% di tutte le alterazioni visive e il 21% di cecità¹. Secondo l'organizzazione Mondiale della Sanità (OMS), la perdita economica annuale derivante dalle limitazioni visive può essere stimata in circa 427 miliardi di dollari³. Dal momento che si prevede che approssimativamente la metà della popolazione diventerà miope entro il 2050, l'impatto economico, sociale e personale legato all'errore refrattivo è plausibile crescerà in maniera drammatica⁴. Nonostante la dimensione globale di questo problema, al difetto refrattivo, rispetto agli altri disordini della visione, non è data la stessa urgenza e priorità, in parte perché è una anomalia comune e, in teoria, prontamente corretto⁵. Tuttavia, l'errore refrattivo può avere un profondo impatto nella qualità della vita (QdV) e sul senso di benessere⁶⁻⁸. È importante per i clinici capire l'impatto che l'errore refrattivo ha nella QdV dei loro pazienti. È altresì importante che lo capiscano i politici, in modo tale da assegnare adeguate risorse per le attività legate alla refrazione, così da ridurre l'inevitabile perdita della vista, migliorando la qualità della vita. L'impatto dell'errore refrattivo non corretto sulla QdV è stato chiaramente definito. Gravi alterazioni della visione e cecità, dovuti all'errore refrattivo non corretto, hanno un peso di invalidità paragonabile a gravi insufficienze cardiache⁹. Molti studi hanno mostrato come le persone con refrazione non corretta abbiano una QdV sconcertante rispetto ai soggetti ai quali la visione è stata adeguatamente corretta¹⁰⁻¹². Gli effetti osservati includono: scarsa percezione della propria salute visiva, mentale e fisica in generale, nonché fiducia, felicità, capacità professionali e sociali. Nel numero corrente di questa rivista, uno studio di *Kandel et al.*¹³ fornisce una nuova visione degli effetti che può avere l'errore refrattivo sulla QdV. Questo studio australiano lavora su un terreno nuovo, in quanto studia l'impatto sulle persone alle quali l'errore refrattivo è già stato corretto; tutti i partecipanti

avevano una acuità visiva corretta $\geq 6/12$. Inoltre, gli autori, utilizzano un approccio qualitativo piuttosto che quantitativo. Gli autori sottolineano la frequente e netta disparità tra la percezione, da parte dei clinici, di un accettabile esito della visione corretta di 6/6 e la percezione di un buon risultato da parte del paziente.

Il benessere del paziente deve essere l'obiettivo finale in qualsiasi ambiente medico. È importante andare oltre la prescrizione dell'occhiale, delle lenti a contatto, o della chirurgia refrattiva e capire le conseguenze sul paziente, considerando nel complesso l'impatto personale, esperienziale e psicosociale. Anzi, comprensione e orientamento verso questi fattori personali probabilmente migliorano l'accettazione del servizio reso dal professionista e la compliance del paziente.

I valori di QdV individuati da *Kandel et al* includono: le preoccupazioni in merito alla condizione stessa, problemi estetici associati all'uso di occhiali, la paura per la propria sicurezza, i continui problemi di visione e non visione, come lo sfuocamento, visione distorta, o le difficoltà nella visione periferica. Mancanza di sicurezza nella lettura e alla guida, dolore e rossore degli occhi dopo la chirurgia laser, o le lenti a contatto. Altri problemi riportati sono relativi all'uso di occhiali, o lenti a contatto, in certi ambienti lavorativi e nelle attività durante il tempo libero, come ad esempio nuotare, o lo sport in generale. Sono frequentemente riportate difficoltà nel manipolare e pulire occhiali e lenti a contatto.

Molti indicano anche il peso economico dato dal costo di occhiali e lenti a contatto e della chirurgia refrattiva. Studi qualitativi come questo sono importanti dal momento che evidenziano l'esperienza del paziente, piuttosto che inserire questi problemi e l'esperienza umana in aride statistiche. Hanno anche messo in luce il motivo per cui gli errori refrattivi non corretti rimangono la causa principale dei problemi visivi. Tra l'altro lo studio di *Kandel et al* introduce la questione considerando il punto di vista degli adulti con errore refrattivo debitamente corretto. Un'ulteriore ricerca è necessaria, considerando l'esperienza dei bambini.

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

Bibliografia disponibile sul sito www.sopti.it



ALCON: un'attenzione da Nobel

Alcon fa crescere professionalmente il personale dei negozi di ottica con le tecniche di Nudging e si prende cura dei bisogni dei clienti.

Lunedì 9 Ottobre 2017 Richard Thaler vince il Premio Nobel per l'economia per l'enorme contributo nella ricerca sull'economia comportamentale. Quest'ultima è infatti una scoperta rivoluzionaria che cambia la prospettiva tradizionale di economia che considerava ogni individuo come un ottimizzatore perfetto. Al contrario, **l'incidenza di fattori emotivi e limiti cognitivi in ogni tipo di scelta individuale e collettiva si rivela una determinante fondamentale nel guidare il comportamento delle persone**. Thaler, mediante teoria e dati, pone al centro la conoscenza dell'individuo e fornisce uno strumento per guidare in modo efficace e concreto i suoi comportamenti: il nudge la "spinta gentile" che, se applicata a un contesto di riferimento, guida le decisioni delle persone senza limitarle o imporre una strada definita.

Un'assoluta innovazione se applicata a contesti commerciali e nella comunicazione. Alcon, leader mondiale nel settore della cura dell'occhio e azienda di riferimento nel mercato delle lenti a contatto, ha capito fin da subito le potenzialità di questo approccio e già da 3 anni lo applica come strumento di innovazione nei negozi di ottica che rifornisce.

Nel 2015 infatti nasce **"100% Customer Experience" per gli ottici italiani**: un innovativo programma di formazione per gli staff di vendita sviluppato grazie al contributo di Ogilvy Change e alla collaborazione con Geometry Global. Attraverso questo lavoro sinergico è stato messo a punto un programma didattico che pone al centro la **riscoperta dell'individuo** nascosto dietro la generica e asettica etichetta di cliente e l'importanza dell'**ascolto per una proposta più efficace**.

L'attenzione e la cura che Alcon riserva ai negozi di ottica con cui collabora ha reso **"100% Customer Experience"** uno strumento di crescita professionale e personale per gli addetti vendita, i quali non sono tenuti soltanto a vendere, **ma anche a comprendere e soddisfare un cliente**, ovvero una persona che si reca nel punto vendita mosso non solo dall'obiettivo di acquistare, ma anche e soprattutto dal **bisogno di essere compreso e soddisfatto**.

"L'approccio innovativo di Ogilvy Change permette di affrontare un tradizionale processo di vendita, come quello all'interno dei negozi di ottica, con un approccio nuovo: il percorso parte da una profonda analisi e da una definizione dei diversi profili di clienti per poter individuare le migliori tecniche di nudging da impiegare. Dopo questa fase di osservazione e sperimentazione sul campo, si condividono e si trasferiscono queste tecniche agli ottici e al personale dei punti vendita coinvolti. Il risultato è un loro maggior coinvolgimento, una accresciuta consapevolezza delle esigenze dei clienti e un rafforzamento delle capacità di vendita grazie alle tecniche di nudging apprese" - ha precisato **Francesco Pozzi, Behavioural Analyst** del team di **Ogilvy Change**.

*"Non abbiamo fatto altro che osservare, parlare e raccogliere i feedback degli ottici con cui collaboriamo e creare a quattro mani con l'agenzia Geometry Global un progetto che ha l'obiettivo di lavorare sull'approccio di relazione tra le persone di staff e loro potenziali clienti. Oggi si tende a vendere prima di comprendere e, in un settore in cui la concorrenza per gli ottici è alta, il rischio di perdere un potenziale consumatore è dietro l'angolo - ha sottolineato **Antonio Gadaleta, Brand Manager ALCON**.*

L'obiettivo finale del percorso di formazione proposto da Alcon e Ogilvy Change è quello di trasformare un rapporto unicamente commerciale in una **relazione più umana ed empatica**. Lo staff di vendita, infatti, viene messo in condizioni di interpretare i segnali verbali e non-verbali che il cliente invia e, in questo modo, di soddisfare le sue richieste fornendo il prodotto più adatto alle sue esigenze.

Dall'anno 2017 ALCON ha inserito una lezione dell'approccio tipico dell'economia comportamentale nel suo programma dell'**Academy for Eyecare Excellence**. I corsi hanno quindi un duplice obiettivo: informare i professionisti del settore sulle ultime tecnologie in campo contattologico e gestire con tecniche innovative la relazione professionista/consumatore.

"I nostri corsi, tenuti da accademici e clinici esperti del settore, hanno sempre avuto la finalità di offrire ai professionisti un servizio eccellente ecco perchè, per dare continuità alla nostra mission, abbiamo inserito all'interno del nostro programma formativo un training di economia comportamentale che consentirà di lavorare e approfondire l'approccio relazionale tra applicatore/cliente". - ha precisato **Daniele Giglioli, Professional Affairs Manager** di **ALCON**

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

Bludata Informatica S.r.l.

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

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

Frastema S.r.l.

21052 Cassano M. VA
Via Bonicalza 138
Tel. 0331.201009

GHM Gesellschaft für Handwerksmessen mbH

81829 Munich
Willy-Brandt-Allee 1
Tel. +49.089949550

G&P Arredamenti S.r.l.

41015 Nonantola MO
Via Newton 29/1
Tel. 059.548659

Hoya Lens Italia S.p.A.

20024 Garbagnate Milanese
MI
Via Bernardino Zenale 27
Tel. 02.990711

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

Mido

20149 Milano MI
Vioa Petitti 16
Tel. 02.32673673

Sica S.n.c.

17051 Andora SV
Via Argine Sinistro 34
Tel. 0182.86165

Silhouette Italia S.r.l.

22100 Como
Via del Lavoro 8
Tel. 031.525656

SOPTI - Società

Optometrica Italiana
40026 Imola BO
Via Emilia, 27
Tel. 0542.012544

Sporoptic Poilloux S.p.A

Vuarnet
75009 Paris FR
+33 0146852820

Tecnitalia S.r.l.

04100 Latina LT
Strada Sandolara 201
Tel. 0773.621126

Tutornet

10124 Torino TO
Via R. Sineo 7/4
Tel. 011.8141229

Vita Research S.r.l.

00040 Ariccia RM
Via Variante di Cancelliera 4
Tel. 06.934980

Only One



KONTAKT LENS
V.A.O. Srl

ACCESSOREYES
M I L A N O

FAI
DECOLLARE
LA TUA
ATTIVITÀ



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

** offerta rivolta
ad ottici e gruppi*



LENTI A CONTATTO: giornaliera - mensili
quindicinali - toriche - cosmetiche
SOLUZIONI: 500ml - 360ml - 100ml - 15ml

Tecnitalia, Sempre un po' più avanti...

*Scegliere Tecnitalia
significa scegliere
l'originale e non
una copia...*

*Significa essere sempre
in prima linea
nelle strategie
di vendita e di
induzione all'acquisto.*

*Scegliere Tecnitalia non
è solo scegliere un
design accattivante ed
avanzato, ad un prezzo
interessante,*

*significa capire che un
negozio non è fatto
solo di arredi o cassettiere.*

*Un negozio vincente è
qualcosa di più complesso,
e Tecnitalia è il tuo
partner ideale.*



T
Tecnitalia

+39.0773.621126 r.a.
www.tecnitaliaopt.com
info@tecnitaliaopt.com

**Chiama lo 0773.621126 o visita il nostro sito per avere
a disposizione gratuitamente tutto il Know-how Tecnitalia**