

PO.

platform optic

Contiene I.P. - ISSN 2420-8795

INTERVIEW

Chiara Lamperti
Andrea Pacini
Marcella Vaccari
Alessandro Zanardo

COVERSTORY

Giuseppe Basile

SPECIALE

Sport



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: giornaliere - mensili
quindicinali - toriche - cosmetiche
SOLUZIONI: 500ml - 360ml - 100ml - 15ml



Angelo Dadda

#sport #design #lac #performance #protection

Sport. Protezione, look e prestazione!

Non molto tempo fa, gli atleti raramente indossavano occhiali o lenti a contatto specifiche durante l'attività sportiva. Oggi, le protesi oculari sportive sono indossate da chiunque maneggi una pallina, una mazza, una racchetta, un bastone o da chiunque guidi una bicicletta o governi una barca a vela o a motore, sia che sia un professionista o un comune dilettante. Fortunatamente, gli allenatori, i genitori e i giocatori ora si rendono conto che indossare occhiali protettivi oppure Lac appositamente progettate e realizzate per fare sport, ripaga in molti modi. Il rischio di danno oculare è molto ridotto e le prestazioni degli utenti atleti/giocatori/praticanti vengono potenziate da una migliore capacità visiva. Molti club sportivi e di fitness oggi non permettono ai loro soci di fare attività senza indossare un'adeguata protezione per gli occhi. In passato vi era resistenza a indossare gli occhiali sportivi protettivi soprattutto da parte dei bambini che pensavano di apparire "ridicoli". Oggi - grazie agli occhiali sportivi indossati regolarmente dagli atleti professionisti - gli occhialini protettivi, le maschere e le visiere e altre tipologie di occhiali sportivi sono diventati un elemento imprescindibile, proprio come i caschi per le bici. Inoltre, sia i bambini che gli adulti amano indossarli perché il look che gli occhiali sportivi dimostrano che "fanno sul serio". Tutti gli sport in cui sono presenti elementi come palle, palline, racchette, o corpi estranei come rami d'albero, insetti volanti sono un potenziale rischio di lesione oculare. Nelle corse in bicicletta, per la

maratona o per il semplice running gli occhiali sono diventati un accessorio di primaria importanza. Nel padel ad esempio, la pallina può viaggiare fino a 140 miglia all'ora (62,6 metri al secondo) o perfino più velocemente. Lo stesso vale per il tennis. Un altro potenziale pericolo è rappresentato dalle racchette e le mazze che si muovono ad alta velocità in uno spazio ristretto e che potrebbero colpire il giocatore o il proprio compagno. I normali occhiali con lenti correttive, gli occhiali da sole, e anche gli occhiali protettivi da lavoro, non forniscono una protezione adeguata per l'attività sportiva. Queste informazioni e considerazioni generali, apparentemente banali sono la "dotazione base" per tutte le vostre argomentazioni durante le trattative di vendita di occhiali sportivi specifici o di lenti a contatto ad alte prestazioni per utilizzo in ambito sportivo. All'interno di questo numero di P.O. trovate infatti lo speciale Sport con tutte le più importanti novità in fatto di design delle montature, di materiali, lenti oftalmiche e lenti a contatto appositamente pensati e prodotti per l'uso in campo sportivo. Protezione, look e prestazione sono i must anche per gli sportivi della domenica. Ricordo invece che per le rubriche giornalistiche le interviste pubblicate questo mese sono: Giuseppe Basile, di Ottica Basile per la Coverstory; Chiara Lamperti, di ZEISS Vision Care; Alessandro Zanardo, di Thélios, Andrea Pacini, paracadutista per lo speciale Sport e Marcella Vaccari, di Nessun1 Escluso. Non mi resta che augurare la consueta *Buona Lettura.*

Resta in
contatto
con i tuoi
clienti
-
Oggi con
FOCUS CRM
puoi farlo
facilmente

FOCUS 10 CRM

**Crea e gestisci
in modo semplice
le attività cicliche**

Segui la **vita dell'occhiale**
dall'acquisto al rinnovo.

Invia richiami e
comunicazioni a tutti
i clienti che hanno
acquistato occhiali
e lenti a contatto.



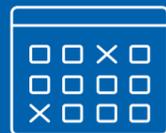
Integrato con FOCUS

Piattaforma web integrata
con il software gestionale
FOCUS 10.



Desktop o Web

Gestisci le relazioni
con i tuoi clienti dal tuo
centro ottico o da casa.



Pianifica e controlla

Programmi con anticipo
le azioni, analizzi i
risultati in tempo reale.

001 EDITORIAL Sport. Protezione, look e prestazione!	006 COVER STORY La curiosità intellettuale di Giuseppe	010 FASHION Repetita iuvant
022 OVERVIEW Do ut des	026 OVERVIEW Quando la comunicazione diventa versatile	028 EVENTS Save the date
031 SPECIALE Sport	056 INTERIOR DESIGN The best of	058 TRENDS Fashion
070 REVIEW Focus	086 ELENCO Inserzionisti	

on the cover



GIUSEPPE BASILE
OTTICA BASILE, GIARRE (CT)

Foto by
ROBERTO DE RICCARDIS

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

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

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

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

P.O. PLATFORM OPTIC
Mensile_numero 6_anno X_2024

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

DIRETTORE RESPONSABILE
Angelo Dadda

DIRETTORE MARKETING
Simona Finessi

DIRETTORE EDITORIALE
Paola Ferrario
ferrario@platformnetwork.it

DIRETTORE CREATIVO
Angelo Dadda
dadda@platformnetwork.it

RESPONSABILE DI REDAZIONE
Sara Brero
brero@platformnetwork.it

REDAZIONE
Cristina Bigliatti

WEB | DIGITAL | SOCIALMEDIA
Sara Brero, Angelo Dadda, Alessia Dondolini

ADVERTISING
Sara Brero

PROGETTO GRAFICO
Angelo Dadda

GRAFICA | POST PRODUZIONE
Paolo Veirana

IMPAGINAZIONE
Sara Piccardo

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

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



LA GAMMA DI LENTI PER GLI SPORTIVI



+35%
VOLUME DEI COLORI
PERCEPITI

CRF FINO A
137%
UNALENTE DA SOLE STANDARD
HA UN CRF 100%

**IMMERSI IN
UN'ESPERIENZA VISIVA
STRAORDINARIA**

daioptical.com

La curiosità intellettuale di Giuseppe

IL MONDO DELL'OTTICA È MOLTO ARTICOLATO E COMPLESSO, COSTELLATO DA STORIE DI SUCCESSO E PROFESSIONALITÀ. IN QUESTA INTERVISTA PORTIAMO ALLA LUCE QUELLA DI **GIUSEPPE BASILE**, TITOLARE DI **OTTICA BASILE** A GIARRE (CATANIA), PERMEATA DA UNA VISIONE ALL'INSEGNA DELL'INNOVAZIONE.

Paola Ferrario

Competenza, umiltà e curiosità intellettuale caratterizzano **Giuseppe Basile**, ottico optometrista che vanta una solida tradizione familiare. Non a caso, il motto che accompagna la sua società, **Ottica Basile**, è "Tra tradizione e spirito innovativo". A dare il via all'impresa di Giarre nel lontano 1980 è Angelo Basile, padre di Giuseppe, che è riuscito a far confluire tutta la sua expertise nel centro ottico, affermandolo come punto di riferimento per la città e la provincia di Catania. Il potenziamento del ruolo di 'esperti del benessere visivo' ha portato il padre di Giuseppe negli anni Novanta a cercare una nuova sede più ampia, a pochi passi da quella storica. Proprio in questo periodo, nel 1998 per la precisione, è nata la partnership tra Basile e il gruppo di ottici-optometristi OXO, che ha generato una crescita costante, consolidando l'offerta di lenti a contatto e prodotti oftalmici. Il nuovo millennio si è aperto con una struttura commerciale ormai cementata con Angelo Basile saldamente al timone di comando, affiancato dai due figli Giuseppe e Federica, che nel frattempo hanno completato il loro percorso di studi, proseguendo "l'avventura" con lo stesso entusiasmo e la stessa umiltà degli anni precedenti. È proprio in questi anni che è nata una nuova collaborazione di lavoro, Ottica Basile diventa Centro specializzato DNEye Rodenstock, Hoya Center e centro per Ipvisione Fonda. Socio del consorzio di ottici e optometristi "OptoProject", Ottica Basile presta anche attenzione alla moda

e alla tecnologia. Approfondiamo l'evoluzione di questa realtà attraverso le parole del suo attuale timoniere, Giuseppe Basile.

FACCIAMO UN SALTO INDIETRO NEL TEMPO: COME SEI ARRIVATO A FARE L'OTTICO? HAI UNA TRADIZIONE FAMILIARE ALLE SPALLE O, COME TANTI TUOI COLLEGHI, SEI APPRODATO PER CASO ALLA PROFESSIONE?

Rientro tra gli ottici che hanno alle spalle un'esperienza familiare perché rappresento la seconda generazione di professionisti della visione. Ottica Basile è uno store storico, presente sul territorio dal 1980, quando mio papà lo aprì. Per oltre 50 anni si è occupato di ottica e non è l'unico in famiglia! Abbiamo altri parenti che vengono da questo settore, sempre nella provincia di Catania. Ognuno di noi è caratterizzato da un percorso soggettivo, dove non è tutto sempre tracciato in maniera lineare: ad esempio, nel mio caso, ho anche avuto la possibilità di conseguire una Laurea in Politiche e Relazioni Internazionali all'Università di Catania e un Master a Bruxelles in europrogettazione e appalti europei. Prima della laurea, sono anche diventato ottico e, successivamente, ho concluso il corso di optometria.

ALLA FINE, A FRONTE DI STUDI IMPORTANTI, CHE SICURAMENTE SONO UTILI PER LA TUA ATTUALE PROFESSIONE, SEI TORNATO A FARE QUELLO CHE





Lo staff di Ottica Basile



Giuseppe Basile e Federica Basile

PROBABILMENTE HAI 'RESPIRATO' FIN DA PICCOLO: È STATO UN DISCORSO PIÙ DI OPPORTUNITÀ OPPURE HAI VOLUTO PROVARE AD AVERE UNA FORMAZIONE DIVERSA ANCHE PER CAPIRE QUALE FOSSE VERAMENTE LA TUA VOCAZIONE?

Penso che la curiosità sia fondamentale in certi casi, per cui, per quanto mi riguarda, è stata la curiosità di voler approfondire alcuni argomenti e ampliare lo spazio delle competenze e delle conoscenze che mi ha portato un po' fuori dal mondo dell'ottica per un periodo. Ovviamente, come tutte le seconde generazioni, anche io sono cresciuto a 'pane e occhiali'. A volte racconto un aneddoto molto simpatico: da piccolini i miei genitori ci scaldavano il latte nel fornellino elettrico delle colorazioni. Il mondo dell'ottica è sempre stato all'interno della mia quotidianità; quindi, non poteva che essere la mia strada.

QUANDO SEI TORNATO NELL'AZIENDA FAMILIARE, COM'È STATO IL RAPPORTO E LA SUDDIVISIONE DELLE COMPETENZE CON LA PRIMA GENERAZIONE, CHE IMMAGINO SIA ANCORA IN NEGOZIO OPPURE NO?

No, mio papà è in pensione, poi, come puoi immaginare, nella nostra professione è impossibile staccarsi dalla propria quotidianità. Nel mio caso, sono stato fortunato perché mio padre ha sempre mostrato molta attenzione e apertura alle novità e altrettanta intelligenza per capire che il nostro è un mondo che ha subito un'evoluzione molto importante negli ultimi anni. Non bisogna dimenticare assolutamente la matrice da cui nasce il nostro settore, noi siamo artigiani, nasciamo artigiani e "bottegai" e quell'anima non deve essere dimenticata; però, come racconta anche il motto della nostra famiglia, 'tra tradizione e spirito innovativo', unire in maniera non dicotomica questa capacità di mantenere la tradizione di "bottegaio" alla crescita professionale del nostro settore nell'ambito sanitario (quindi con l'introduzione dell'optometria e di tutto quello che concerne

l'Eye Care), rappresenta la strategia vincente. Probabilmente il mio percorso mi ha aiutato ad avere una visione della gestione del negozio come una vera e propria azienda, per cui ritengo fondamentale l'attenzione ai KPI, piuttosto che a tutta la parte del pre e post-vendita, alla comunicazione non soltanto nella parte della vendita, ma anche nella sala refrazione. L'attenzione a tutti questi particolari rappresenta un po' l'evoluzione che, dal mio punto di vista, devono avere oggi gli ottici optometristi perché, se da un lato gli ottici italiani sono sempre stati molto valorizzati anche a livello internazionale, la storia oggi però ci sta proiettando in una direzione diversa e dobbiamo essere bravi a cavalcare questo cambiamento ed essere reattivi al momento giusto.

CI SONO STATI ALMENO 20 ANNI - GLI ANNI 80 E 90 E, FORSE, ANCHE L'INIZIO DEGLI ANNI 2000 - IN CUI IL MERCATO ERA PARTICOLARMENTE PROIETTATO AI CONSUMI. POI C'È STATA LA CRISI E SONO SUBENTRATE DIVERSE TRASFORMAZIONI, CHE SONO ANCORA TUTTORA IN CORSO... IN BASE ALLA TUA ESPERIENZA COME È CAMBIATO IL MODO DI FARE OGGI L'OTTICO E, SOPRATTUTTO, COME È CAMBIATO IL CONSUMATORE? IN CHE MODO QUESTA TRASFORMAZIONE IMPATTA SULLA VOSTRA PROFESSIONE?

I consumatori, come un po' capita in tutti i settori, sono molto più informati rispetto al passato e non è più sufficiente il 'passaparola' per conquistarli; i clienti arrivano in negozio con qualche informazione in più perché 'dottor Google' spesso fornisce informazioni che comunque, in qualche maniera, ci permettono perlomeno di non parlare con una persona del tutto incompetente. È chiaro che spesso queste informazioni sono forvianti quindi, è fondamentale da parte nostra essere in grado di comunicare correttamente il messaggio, magari non usando necessariamente un linguaggio troppo tecnico.



Da questo punto di vista, per esempio, ritengo fondamentale il lavoro che abbiamo fatto grazie a mia sorella nella comunicazione digitale: essere presenti su tutti i canali social ci permette di coprire tutte le fasce di età. Parallelamente, lo sviluppo del sito internet ha rappresentato un tassello imprescindibile della nostra strategia di comunicazione; si tratta di una vetrina importante perché quasi quotidianamente, abbiamo clienti che vengono in negozio perché hanno visto un determinato prodotto sui social, si sono incuriositi dalla comunicazione digitale...

SPOSTIAMOCI ORA SUL RUOLO ISTITUZIONALE CHE RICOPRI COME PRESIDENTE DI OXO PERCHÉ QUESTE TEMATICHE CHE ABBIAMO INTRODOTTI HANNO MOLTO A CHE FARE CON IL GRUPPO, PRESENTE DA MOLTI ANNI E CHE ATTUALMENTE RACCOGLIE CIRCA 400 PUNTI VENDITA INDIPENDENTI. CI RACCONTERESTI COME FAR PARTE DI UN GRUPPO COME OXO POSSA AIUTARE L'ATTIVITÀ DEL SINGOLO PUNTO VENDITA, PUR MANTENENDO LA PROPRIA IDENTITÀ?

Optocoop Italia è stata fondata 1993 e noi ne facciamo parte dal 1998, ritengo che i fondatori di questo importante gruppo siano stati grandissimi pionieri, basti pensare all'inserimento all'interno del nostro simbolo della dicitura 'ottici-optometristi'; se ci pensi è molto avveniristica per quei tempi e ritengo che oggi debba essere altrettanto pionieristico da parte nostra sia in qualità di amministratori di OXO e sia da parte dei nostri ottici capire l'evoluzione in atto. Abbiamo accolto questo cambiamento trasformandoci da gruppo di acquisto a una vera e propria società di servizi. E sono i servizi a fare la differenza, quindi, tutto quello che noi riusciamo a proporre ai nostri associati deve essere un valore aggiunto all'interno del centro ottico; deve essere chiaramente 'a cascata', ossia rappresentare un valore che possa portare chiaramente un upgrade all'interno

del centro ottico. Penso all'offerta nel comparto assicurativo, in cui siamo leader di mercato senza dubbio. Tra gli altri servizi abbiamo introdotto anche il concetto di 'personal branding' attraverso la nostra campagna istituzionale degli ultimi due anni 'Eye am unique', in cui i protagonisti degli shooting sono i visi dei nostri ottici optometristi. Per noi OXO deve essere sì un gruppo di riferimento ma con una finalità sempre più ottico centrica. Anche la formazione per noi è un asset fondamentale e negli anni si è evoluta. Non possiamo sostituirci alle università e alle scuole, però crediamo che rispolverare certi concetti di carattere professionale sia importante. Tutto ciò è possibile anche grazie a tanti nostri associati che sono professori universitari. Ciò ci permette di accrescere il servizio che noi diamo ai nostri clienti e, mi ripeto, deve accompagnare non in maniera dicotomica ma assolutamente parallela la parte imprenditoriale. La capacità di crescere anche da quel punto di vista è fondamentale; quindi, anche la formazione manageriale, sulla quale negli ultimi anni stiamo battendo tanto, deve includere anche la capacità di capire l'andamento del proprio negozio, dobbiamo capire qual è il comparto dove dobbiamo lavorare di più... Il tutto offrendo chiaramente dei prodotti di alto livello ai nostri clienti.

ANALIZZANDO LA PROFESSIONE DELL'OTTICO QUAL È L'ERRORE O QUANTOMENO LA DISATTENZIONE CHE PER AFFRONTARE UN MERCATO COSÌ COMPETITIVO NON SI PUÒ PIÙ PERMETTERE?

È una bella domanda! Il più grande errore è rimanere all'interno della propria zona di comfort, bisogna allargare le proprie visioni, anche solo per capire anche come funzionano le altre realtà. La quotidianità ci tiene all'interno delle nostre quattro mura però far parte di un gruppo, poter confrontarci con i nostri colleghi e sfruttare la comunicazione dei canali social è fondamentale.

Paola Ferrario

Repetita *iuvant*

**RISCENDONO IN
CAMPO GLI OCCHIALI
CHE SINCRONIZZANO
ELEGANZA, COMFORT
E PERFORMANCE.**

Lo **stile sporty chic** ha origini lontanissime e insospettabili. Tra le antesignane ci sono **Coco Chanel**, la stilista che ha rivoluzionato il concetto di femminilità, ed **Elsa Schiaparelli**, colei che ha lanciato capi dalla forte componente sportiva. Negli anni Sessanta si è rafforzato il **legame tra moda e sport**. In particolare, in Francia, **Courrèges** ha lanciato un segnale forte in questa direzione, abbinando l'**atletica al fashion**. Anzi, possiamo affermare che fu il vero inventore dello stile sporty chic. Negli anni a venire, soprattutto negli anni Ottanta, il boom del jogging e dell'aerobica chiude il cerchio, e sono sempre più le donne e gli uomini alla ricerca di un abbigliamento comodo e funzionale, abbinato a un'estetica elegante. Rinnovato negli ultimi anni, questo look sta tornando a godere di una forte popolarità anche nell'eyewear.

TAG HEUER

IN COLLABORAZIONE CON
THÉLIOS, TAG HEUER RIPROPONE
LA SUA COLLEZIONE DI OCCHIALI
NEL 2024, SEGNANDONE
L'ATTESISSIMO RITORNO.

fashion

ALAÏA

ALLURE FUTURISTA PER QUESTA MASCHERA NATA SOTTO L'EGIDA DEL LESSI IS MORE. UNICO 'VEZZO' I DECORI AI LATI DELLALENTE A FORMA DI BULLONE E IL LOGO PROPOSTO SULL'ASTA.



ALESSIA ALIZÉ

MASCHERINA GENDERLESS, SFOGGIA UN'ESTETICA AUDACE E CREATIVA, TIPICA DEL BRAND.



BULGARI

LA MAISON TRADUCE LA SUA CIFRA STILISTICA IN UN MODELLO ALTAMENTE LINEARE. MODERNA RIVISITAZIONE DELLA FORMA PILOT, BV40019U_17V_01 RAPPRESENTA LA SUMMA DELL'ELEGANZA.



CELINE

CL40279U È UN OCCHIALE IPER FASCIANTE, IDEALE SIA PER LA CITTÀ CHE PER IL TEMPO LIBERO. IL LOGO SULL'ASTA ENFATIZZA IL DNA CHIC DEL BRAND.



COMMON GROUND

BION, ACRONIMO DI "BELIEVE IT OR NOT", È UNA PROPOSTA GIOVANE E FRESCA DALLE LINEE AFFASCINANTI.



SAVILE ROW®

HANDMADE LUXURY



DIOR

LA LOGOMANIA È LA PROTAGONISTA DELLA MASCHERINA CD40152U, SIA SULLE LENTI CHE SULL'ASTA. IL TERMINALE IN METALLO CONFERISCE STILE A UNA PROPOSTA DESTINATA A NON PASSARE INOSSERVATA.



DSQUARED2

LA LINEA ICON PROPONE UN OCCHIALE DA SOLE UNISEX DAL TAGLIO RETTANGOLARE E AVVOLGENTE IN ACETATO.

ETRO

OCCHIALE DA SOLE DALLA FORMA RETTANGOLARE FLAT-TOP CON ANGOLO PANTOSCOPICO AUMENTATO E VOLUMI IMPORTANTI.



FENDI

PROTAGONISTA ASSOLUTO È IL LOGO DELLA MAISON, PROPOSTO SU TUTTO L'OCCHIALE, INCLUSE LE LENTI. FE40128I È UN MODELLO DAL CARATTERE FORTE.

ISABEL MARANT

OCCHIALE DA SOLE DAL DESIGN RETTANGOLARE FLAT-TOP NETTO IN ACETATO BOLD, CARATTERIZZATO DA LENTI ALL-OVER SOVRAPPOSTE AL FRONTALE CHE CREANO L'INASPETTATA ILLUSIONE DI UNA DOPPIA MONTATURA.



2024 COLLECTION

PROHIBITION

EXPLORE

KREUZBERGKINDER

IL MODELLO ESPRESSO MARTYNY DELLA COLLEZIONE PROHIBITION MOSTRA LINEE FORTI E AUDACI CONFERMANDO L'ORIGINILITÀ DEL BRAND BERLINSE.



LACOSTE EYEWEAR

PARTE DELLA FAMIGLIA L.12.12, QUESTO OCCHIALE DA SOLE È IN MATERIALE BIO-INIETTATO. IL RICONOSCIBILE MOTIVO PETIT PIQUÉ APPARE SUL FILO CENTRALE PERSONALIZZATO VISIBILE ATTRAVERSO LE ASTE. L'ICONICO COCCODRILLO È POSIZIONATO SU ENTRAMBE LE ASTE PER COMPLETARE IL LOOK.



LOEWE

LW40131I STUPISCE CON LE SUE LINEE SINUOSE, BOLD E I DETTAGLI COLOR ORO SULLA MAXI LENTE E SULLE ASTE.



MISSONI

MASCHERINA AVVOLGENTE E OVERSIZE RIECHeggia UN DESIGN ISPIRATO AI PRIMI ANNI 2000 NELLA SUA ARCHITETTURA OVERSIZE MA LEGGERA, CON UN CIGLIARE COLORATO IN RESINA INIETTATA.



PLEIN SPORT

MASCHERA DA SOLE SPORTIVA IN SPECIAL EDITION CHROME TIGER HA IL FRONTALE, CON LOGO LETTERING LATERALE E CENTRALE, REALIZZATO IN ACETATO INIETTATO MENTRE LE ASTE IN TITANIO SI CARATTERIZZANO PER IL PREZIOSO DETTAGLIO DELL'ANGOLO PANTOSCOPICO REGOLABILE, DECORATO CON IL SIMBOLO DELLA TIGRE TRIDIMENSIONALE. IL MODELLO PRESENTA DIVERSE LENTI ZEISS MULTISTRATO.



KARL LAGERFELD

POLICE

MASCHERA DA SOLE ISPIRATA AGLI ICONICI MODELLI POLICE DEGLI ANNI 2000. LA MONTATURA IMPORTANTE È RESA LEGGERA GRAZIE AL MATERIALE INIETTATO E CARATTERIZZATA DA UN DESIGN DISTINTIVO GRAZIE AL SIMBOLO DELL'AQUILA APPLICATO TRA IL FRONTALE E LE ASTE.



ROBERTO CAVALLI

MASCHERA DA SOLE IN ACETATO DALLO STILE ATHLEISURE CHIC. LE ASTE RIPORTANO IL DISTINTIVO LOGO MIRROR SNAKE, MENTRE LA LENTE È DECORATA DALL'ICONICA STAMPA "RAY OF GOLD" DI ROBERTO CAVALLI, RIPRODOTTA DA UN EFFETTO SPECCHIATO DORATO.

SNOB

LA SORDELLI FRANCO, PRODUTTORE DI SNOB, HA NEL DNA LA PROPENSIONE VERSO LA CREAZIONE DI PRODOTTI SPORTIVI. IL MODELLO SN207C001Z CONIUGA IL LATO LEISURE CON QUELLO SPORTY UNENDO UN DESIGN MODERNO ALLA QUALITÀ DELLE LENTI ZEISS.



STELLA MCCARTNEY

DALLA STILISTA PALADINA DELLA SOSTENIBILITÀ, UN MODELLO LINEARE DALLA FORMA RETTANGOLARE ALLUNGATA. SC400791 È L'APOTEOSI DELLA SEMPLICITÀ.



LONGCHAMP
PARIS

PER AVERE MAGGIORI INFORMAZIONI SULLA COLLEZIONE
CONTATTA IL NOSTRO CUSTOMER SERVICE AL NUMERO 800 700 600.

TBD EYEWEAR

FRESCHEZZA ED ELEGANZA CON QUESTI OCCHIALI DA SOLE RETTANGOLARI. IL DESIGN MODERNO E LA COSTRUZIONE SOSTENIBILE DEL MODELLO SILK NE FANNO UN ACCESSORIO DISTINTIVO PER CHI È ATTENTO ALL'AMBIENTE.



CREA · RINNOVA · EVOLVI



DS team
Design Style

Da oltre 30 anni specialisti in design e forniture per negozi di ottica.

Via De Canal, Canneto sull'Oglio (MN) · info@dsteam.it · 0376 18 16 144 · dsteam.it

THÉLIOS

Do ut Des

Paola Ferrario

DA SEMPRE UNO DEI PRINCIPALI OBIETTIVI DELLA ITALO-FRANCESE **THÉLIOS** È **CRESCERE INSIEME AL TERRITORIO**. VEDIAMO COME ATTRAVERSO LE PAROLE DEL SUO CEO, **ALESSANDRO ZANARDO**.

Realizzare l'eccellenza attraverso prodotti in linea con il DNA delle Maison è la mission di **Thélios** fin dalla nascita, risalente ormai al 2017. Per poter mettere in atto questo processo, è stato realizzato un modello produttivo sviluppato intorno a cardini precisi, che vedono come punto di partenza il territorio Bellunese e la sua expertise. Non è un caso che la Manifattura Thélios sia situata a Longarone. Tra gli elementi di questo modello, il capitale umano e la sua valorizzazione sono tasselli imprescindibili nell'ottica di creare un passaggio di consegne tra le figure professionali senior, nate e cresciute nell'occhialeria, e le giovani generazioni. La visione produttiva realizzata si è dimostrata vincente ed è stata potenziata con l'acquisizione di due marchi indipendenti: la californiana Barton Perreira e la francese Vuarnet. Una mossa indubbiamente strategica che da un lato va a completare il portfolio dell'eyewear expert di LVMH, dall'altro dà il via a una nuova strategia che allarga i confini al di là dei marchi della moda del Gruppo e approda a quelli appartenenti in senso stretto all'universo occhiale.

CI CONOSCIAMO DA ANNI E ABBIAMO SPESSO PARLATO DELLA SOCIETÀ E DELLE SUE COLLEZIONI SULLE NOSTRE PAGINE MA NON ABBIAMO MAI PUBBLICATO UNA SUA



Alessandro Zanardo, CEO Thélios ©Stefanie Rex

INTERVISTA! CI TRACCEREBBE UNA SORTA DI LINEA DEL TEMPO DI THÉLIOS FINO A QUEST'ANNO?

La fase iniziale, sette anni fa ormai, è stata la parte manifatturiera con la creazione dello stabilimento produttivo, la nostra Manifattura, a Longarone e il lancio dei primi marchi, dove Celine rappresentava il brand di punta. Un altro passo importante è stato l'avvio della partnership con Dior nel 2021. A livello societario, all'inizio del 2022 Thélios è entrato in toto in LVMH. Questo passaggio ci ha permesso di proseguire nel nostro percorso con un obiettivo preciso: elevare la qualità delle collezioni di occhiali delle sue Maison, allineando le collezioni alla loro idea di lusso. Il mio ingresso è avvenuto nel 2022 e durante il mio percorso ci siamo concentrati su diversi asset, quali lo sviluppo industriale (continuando il sourcing di processi di know-how e di tecnologie) e lo sviluppo commerciale



©Giovanni Samarini

con l'apertura di mercati diretti. I brand con cui lavoriamo sono i principali del Gruppo LVMH: Dior, Fendi, Celine, Loewe, Givenchy, Stella McCartney, Bulgari, Tag Heuer, Kenzo, Berluti e Fred. Tornando alla parte industriale, nel 2022 abbiamo acquisito Metallart nell'ottica, appunto, di integrare ma anche sviluppare ulteriore know-how, conferendogli un futuro. Da quando questa eccellenza è entrata in Thélios abbiamo più che raddoppiato gli addetti alla produzione, che originariamente erano 20. Nel corso del 2023 abbiamo acquisito lo stabilimento di Safilo a Longarone, che è diventato il nostro sito produttivo del metallo incentrato sulla galvanica. Grazie a questa operazione abbiamo portato nel nostro team circa 250 persone con grandi skill; per noi ha ovviamente rappresentato una mossa strategica, ma abbiamo dato anche respiro al futuro del Distretto. Nel 2023, per la prima volta, abbiamo accolto nel nostro portfolio due marchi indipendenti espandendoci fuori dall'universo fashion di LVMH: Vuarnet e Barton Perreira. Il primo è un brand con una storia magnifica, il cui fondatore era simbolo di

eleganza, sport e sostenibilità. L'azienda è nota per la qualità delle sue lenti minerali e negli ultimi tempi era un po' scomparsa dalla scena. Anche in questo caso, vogliamo investire e sviluppare la loro tecnologia nella produzione di queste lenti ampliandone la conoscenza, a oggi in mano a solo un paio di persone. Il brand californiano Barton Perreira è relativamente nuovo (è nato nel 2007) e si basa su principi di altissima qualità (gli occhiali sono Made in Japan) e un design timeless con un grande focus sull'ottica. Per loro rappresentiamo una piattaforma di sviluppo e i suoi due founder rimangono onboard. Il marchio è molto forte negli USA e noi gli daremo una grande cassa di risonanza in Europa e in Asia.

A LIVELLO DI DIMENSIONI DEL CAPITALE UMANO A CHE PUNTO SIETE?

Nel 2022 eravamo in 700, ora circa 1500.

SI DEDUCE DALLE SUE PAROLE CHE È IN ATTO UNA 'RECIPROCIÀ' TRA VOI E IL TERRITORIO, INSOMMA,

UNA SORTA DI "DO UT DES"... È D'ACCORDO?

Sì, assolutamente. Thélios è nata proprio partendo dalla parte produttiva e dalle competenze che fanno parte del territorio della valle bellunese. Credo che questo fenomeno sia insito e ben evidente nelle acquisizioni realizzate: è vero che noi stiamo dando qualcosa al territorio, ma è vero che è anche il territorio stesso a darci molto. Ad esempio, la realtà che abbiamo recentemente acquisito, il profilo dei lavoratori è diverso dalla forza lavoro che abbiamo assunto all'inizio direttamente dalle scuole formandola nel nostro interno; qui abbiamo trovato delle esperienze molto consolidate e si sta creando un connubio interessantissimo tra loro e i nostri profili più junior, che si trovano a lavorare a fianco a fianco. È nata una collaborazione veramente interessante: uno mette l'esperienza e l'altro l'entusiasmo. Lo stesso progetto è in atto sul territorio francese con Vuarnet; qui gli investimenti sono mancati negli ultimi anni e credo che per loro sia un messaggio molto importante perché andremo a espandere



©Giovanni Samarini

questa realtà. Queste fabbriche rappresentano indubbiamente dei poli di eccellenza che puntiamo a sviluppare.

QUINDI IL CAPITALE UMANO RAPPRESENTA UNO DEI CARDINI DEL VOSTRO SVILUPPO. A PARTE QUESTI 'SCAMBI DI ESPERIENZE', COME LO VALORIZZATE?

Nel settore del lusso, e in particolare nel nostro business, non ci troviamo di fronte a una produzione totalmente automatizzabile; la componente umana è fondamentale e realizziamo programmi di training, iniziative interne, collaborazioni con enti esterni per certificare il lavoro dei nostri collaboratori. Anche la narrativa che diamo alle persone è la valorizzazione di quello che sanno fare. Comuniciamo sia internamente che esternamente il loro valore.

SE DA UN LATO C'È IL 'CAPITALE UMANO', DALL'ALTRO C'È UNA TEMATICA MOLTO ATTUALE: L'INTELLIGENZA ARTIFICIALE. COME VI PONETE NEI SUOI CONFRONTI? LA IMPIEGATE, LA USERETE IN FUTURO?

In questo momento la guardiamo e non

è strategica per noi. Stiamo osservando i vari scenari in essere che sono comunque tutti a supporto parallelo a quello che già esiste. Sicuramente ci può aiutare, ad esempio a determinare possibili conseguenze dei materiali e del processo produttivo. Abbiamo fatto degli esperimenti da cui è emerso che l'AI non batte quella umana! Sicuramente in futuro svolgerà un ruolo più ampio ma siamo solo agli inizi.

UN ALTRO TEMA, CHE PARE NON ESSERE PIÙ UNA TEMATICA MA UN ELEMENTO CHE FARÀ PARTE NATURALE DELL'INDUSTRIA, È LA SOSTENIBILITÀ. CI DESCRIVEREBBE IL RAPPORTO DI THÉLIOS NEI SUOI CONFRONTI?

La ritengo molto importante ed è un progetto su cui stiamo lavorando ma non è ancora un piano organico. Ormai è diventato un argomento di moda e se ne parla per parlare e lo comunicheremo quando il nostro progetto sarà perfezionato.

PRIMA ACCENNAVA AI DUE BRAND ACQUISITI, QUALI STRATEGIE DI SVILUPPO SEGUIRETE?

LE STESSE DEI MARCHI DELLE MAISON LVMH?

Si tratta di due unità di business diverse e le guardiamo come tali. Siamo arrivati in una fase che definirei di maturità e guardandoci intorno ci siamo accorti che ci sono marchi dalle caratteristiche eccezionali, per storia, per prodotto e noi rappresentiamo una piattaforma per svilupparli.

PER IL FUTURO POTENZIERETE QUESTA UNITÀ DI BUSINESS?

Non abbiamo necessità di correre e comunque dipenderà molto anche dai brand che troveremo che devono avere caratteristiche di eccezionalità ed essere complementari al nostro portfolio e noi per loro.

C'È ANCORA UNA PARTE DI PORTFOLIO SCOPERTA?

Per natura delle Maison che rappresentiamo abbiamo sviluppato molto il segmento sole. Oggi abbiamo la possibilità di essere più presentati nella parte ottica e tecnica, sia per Barton Perreira che per Tag Heuer.

Menicon
BLOOM™

IL SISTEMA COMPLETO
per la gestione della miopia
nei bambini



APPROVATE CE

LENTI
ORTHO-K

LENTI
GIORNALIERE

SOFTWARE PER L'APPLICAZIONE
E LA CONSULTAZIONE

APP PER COMUNICARE
E MONITORARE I PROGRESSI

Per maggiori informazioni su
Menicon Bloom™ visita il sito
www.menicon.it

TUTTO IL NECESSARIO PER GESTIRE LA MIOPIA

ZEISS VISION CARE

Quando la comunicazione diventa versatile

Paola Ferrario

ZEISS HA REALIZZATO UNA CAMPAGNA DI COMUNICAZIONE SVILUPPATA INTORNO AL CONCETTO DI COMPLEMENTARIETÀ FRA LENTI A CONTATTO E LENTI OFTALMICHE. SCOPRIAMOLA ATTRAVERSO LE PAROLE DI CHIARA LAMPERTI, TRADE INCENTIVE & PROMOTIONS COORDINATOR PER L'ITALIA.

“Esprimere il meglio di sé in ogni situazione” è il claim della campagna 2024 che l'azienda di Castiglione Olona ha voluto sviluppare per rafforzare la propria proposta di lenti a contatto. Per la prima volta è stato sviluppato un progetto di comunicazione che va al di là del prodotto, ma abbraccia anche l'offerta delle lenti oftalmiche di **ZEISS**. Questa iniziativa è possibile grazie a due fattori: in primis, ZEISS è una delle poche aziende ad avere nel proprio portafoglio entrambi i prodotti, in secondo luogo il marchio ZEISS è molto conosciuto dai consumatori ed è sinonimo di elevata qualità e affidabilità. Questi due elementi insieme rappresentano il mix vincente per supportare i centri ottici partner ZEISS che desiderano differenziarsi e incrementare il loro business. Scopriamo come dalle parole di **Chiara Lamperti**.

PERCHÉ AVETE REALIZZATO UNA CAMPAGNA IN CUI SONO PRESENTI SIA LE LENTI OFTALMICHE CHE LE LENTI A CONTATTO? QUALE MESSAGGIO VOLETE VEICOLARE?

Dopo un'attenta analisi delle



potenzialità del mercato, abbiamo lavorato per realizzare una campagna che potesse comunicare i vantaggi e i benefici delle lenti a contatto ZEISS. Il concetto che abbiamo sviluppato è “Esprimere il meglio di sé in ogni situazione”. Attualmente ZEISS è l'unico brand in grado di offrire al portatore sia una soluzione per le lenti oftalmiche sia per le lenti a contatto: si tratta di una proposta complementare di valore per il professionista della visione perché ha la possibilità di raccontare queste due opzioni, ponendosi non solo come figura autorevole in grado di risolvere il

problema visivo, ma anche come l'interlocutore a 360° in grado di trovare insieme al cliente la soluzione ottimale per le sue esigenze. La campagna mira a sottolineare il concetto di complementarietà e versatilità delle due soluzioni, esprimendo il meglio di sé in ogni situazione. Il messaggio, quindi, è: qualsiasi sia l'esigenza visiva, il centro ottico e ZEISS sono al fianco del cliente per offrire la soluzione più consona. Ciò è ovviamente possibile perché il progetto nasce sotto il cappello del brand ZEISS, sinonimo di eccellenza ottica, tecnologie avanzate e massimo comfort visivo.

A CHI È DESTINATA LA CAMPAGNA?

La campagna è pensata per i nostri migliori partner, Centri Ottici che condividono con ZEISS la convinzione che una proposta complementare di questo tipo abbia un elevato valore aggiunto.

POSSONO ADERIRE ANCHE GLI ALTRI VOSTRI CLIENTI?

Certamente: basterà rivolgersi al responsabile commerciale di riferimento il quale si occuperà di fornire il materiale legato alla comunicazione.

A PROPOSITO DI MATERIALI PER IL PUNTO VENDITA, QUALI CONTEMPLA LA CAMPAGNA?

La comunicazione della campagna si divide in materiale fisico per il centro ottico e in materiale digitale. Il primo include un cartello vetrina formato 40X55 cm per raccontare la complementarietà tra lenti e occhiali a cui accennavo prima e una vetrofania per le lenti a contatto per rafforzare l'immagine professionale del centro ottico specializzato in questa tipologia di prodotto. Realizziamo molte campagne dedicate alle lenti oftalmiche e crediamo sia giusto focalizzare l'attenzione anche su quelle a contatto. Inoltre, abbiamo tre stopper mensola in cartone che possono essere posizionati in punti strategici del centro ottico con lo scopo di informare il portatore dell'offerta complementare

Esprimi il meglio di te in ogni situazione



del brand ZEISS. Al fine di amplificare questo concetto di complementarietà, abbiamo creato dei voucher che offrono al cliente che ha acquistato un paio di lenti oftalmiche ZEISS, la possibilità di provare presso lo stesso Centro Ottico un'esperienza con le lenti a contatto ZEISS. Per quanto riguarda la parte digitale della campagna, abbiamo realizzato dei post social per arricchire la presenza del centro ottico su Instagram e Facebook, ma anche su Google My Business. I post hanno formato di stories, caroselli e sono diversi perché abbiamo racchiuso tutte le possibilità che si trovano di fronte il cliente: ci sono post dedicati alle lenti a contatto, altri alle lenti oftalmiche e altri ancora lavorano proprio sul concetto di "perché scegliere, quando puoi averle entrambe?".

PERCHÉ, SECONDO TE, QUESTA CAMPAGNA CONTRIBUIRÀ A GENERARE FATTURATO PER IL CENTRO OTTICO?

Perché spesso chi porta gli occhiali non ha mai provato le lenti a contatto, o viceversa. Questa campagna punta a sfruttare il potenziale inespresso da ogni portatore, mettendo sullo stesso piano, quello della qualità, entrambe le proposte, dimostrando come esse siano intercambiabili a seconda dell'attività che il portatore deve svolgere: lavoro, sport, feste, mare... ogni momento della giornata ha la sua soluzione. Il ruolo, centrale, del Professionista del Centro Ottico è proprio quello di far comprendere che lenti da vista e a contatto sono più simili di quanto si creda e assicurino entrambi comfort e visione ottimale.

“La Visione,”

L'Intelligenza Artificiale incontra l'Intelligenza Artigianale



La seconda edizione dell'evento "La Visione" si è tenuta domenica 26 maggio presso il suggestivo Picciolo Golf Resort di Castiglione di Sicilia (CT). Organizzato dall'ottico-optometrista **Salvatore Marchi**, presidente della **Cooperativa OptoProject** del **Consorzio Optocoop Italia**, in collaborazione con **OXO Italia**, il convegno ha avuto come tema principale l'incontro tra **Intelligenza Artificiale** e **Intelligenza Artigianale**. Numerosi professionisti del settore hanno partecipato, discutendo l'impatto dell'AI nel campo dell'ottica sia dal punto di vista imprenditoriale che dal lato del consumatore. Durante l'evento, il relatore **Davide Bennato**, docente di **Sociologia dei media digitali** presso il **Dipartimento di Scienze Umanistiche** dell'**Università di Catania**, ha spiegato in dettaglio cos'è l'Intelligenza Artificiale, esplorandone le radici storiche

e gli sviluppi contemporanei. **Simona Finessi**, fondatrice di **Platform Network**, ha illustrato le numerose opportunità offerte dall'integrazione dell'Intelligenza Artificiale nel settore dell'ottica, sottolineando come queste tecnologie possano migliorare l'efficienza e la precisione delle pratiche ottiche e offrire nuove strade per l'innovazione. L'incontro ha rappresentato un'opportunità per analizzare e affrontare i cambiamenti che interessano il mercato dell'ottica, grazie all'evoluzione tecnologica. I relatori hanno mostrato i vantaggi offerti dall'AI e i supporti concreti che l'innovazione tecnologica può fornire ai professionisti della visione, senza dimenticare l'importanza dell'aspetto emotivo. Salvatore Marchi ha espresso grande soddisfazione per la partecipazione attiva degli ottici siciliani e dei colleghi provenienti da altre regioni d'Italia, membri del **Consorzio Optocoop Italia**. Ha sottolineato l'importanza della coesione e della passione comune che unisce i professionisti del settore. Il weekend è stato all'insegna della formazione e della condivisione, includendo momenti di divertimento e cultura come la visita alla cantina "La Contea" e una serata di musica presso il resort. **Giuseppe Basile**, Presidente di **OXO Italia**, ha dichiarato che l'evento ha rafforzato un dialogo costruttivo e concreto con le aziende presenti, testimonianza del rapporto sempre più consolidato tra OXO e i principali protagonisti della filiera. L'evento ha riscosso grande successo e soddisfazione tra i partecipanti, e già si pensa alla prossima edizione.

**OPTO
PROJECT**
OTTICI OPTOMETRISTI

26 MAGGIO 2024
CASTIGLIONE DI SICILIA (CT)



Giuseppe Basile e Salvatore Marchi

EYEFIT SMART

ITAL·LENTI

LENTI DA VISTA ITALIANE

Scopri il rivoluzionario videocentratore di Ital-lenti

Tecnologia avanzata per una
centratura delle lenti impeccabile.
Precisione, velocità e facilità d'uso
in un unico strumento.



EYEFIT SMART DESK PRO ITAL-LENTI

EyeFit Smart Desk PRO è un videocentratore di ultima generazione progettato per assistere Ottici e Optometristi nel processo di centratura delle lenti oftalmiche. Utilizza un sistema di rilevazione video per acquisire immagini precise degli occhi del cliente e dei parametri necessari per la centratura delle lenti, in funzione della montatura prescelta e della morfologia del volto.

Precisione e affidabilità

EyeFit Smart Desk PRO utilizza due videocamere per la centratura e per la presa dei parametri in posizione d'uso e una terza videocamera per la centratura da vicino.

Videocamere ad alta risoluzione

Permettono di rilevare con estrema precisione la posizione delle pupille rendendo i colori nella foto naturali.

Software avanzato

Per l'elaborazione dei dati, **EyeFit Smart Desk PRO** incorpora un software progettato per essere intuitivo e facile da usare.

Migliore operatività

Nel Centro Ottico la nuova versione di **EyeFit Smart Desk PRO** nella versione Desk integra anche una colonna laterale con inserito un frontofocometro, che può essere fatto rientrare nella base del tavolo quando non utilizzato tramite un pratico sistema di elevazione.

Compatto

Con un ingombro di 1,5 m² include un monitor rotante 360°, colonna per videocentratura lontano e vicino, frontofocometro integrato.

www.itallenti.com    

SPECIALE Sport

CERTOTTICA GROUP
ASK FOSKAP
ANDREA PACINI
NESS1 ESCLUSO
ALCON
DAI OPTICAL INDUSTRIES
DAO
DIVEL ITA
ESSILOR®
NIKON LENSWEAR
JULBO
KOO EYEWEAR

P.O.
platform optic

Un futuro sicuro per gli occhiali sportivi

LE NUOVE **NORME ISO** APRONO UNA NUOVA ERA PER GLI **OCCHIALI SPORTIVI** GARANTENDO **SICUREZZA E PERFORMANCE ELEVATE** PER GLI **ATLETI**. IN QUESTO CONTESTO, **CERTOTTICA GROUP** SUPPORTA LE **AZIENDE** NELLA **TRANSIZIONE VERSO LE NUOVE NORMATIVE**, OFFRENDO SERVIZI DI LABORATORIO IN LINEA CON GLI STANDARD INTERNAZIONALI PIÙ RECENTI.

Negli ultimi anni, il mondo dell'occhialeria sportiva ha visto un'evoluzione significativa grazie all'introduzione di nuove normative ISO. **Certottica Group**, con i suoi laboratori all'avanguardia, risponde prontamente alle nuove esigenze del mercato per garantire la massima sicurezza e performance per gli atleti.

LE NUOVE NORMATIVE ISO PER L'OCCHIALERIA SPORTIVA

Il settore dell'occhialeria sportiva ha recentemente beneficiato dell'introduzione della norma ISO 12312-3:2022 "Eye and face protection - Sunglasses and related eyewear - Part 3: Sunglasses for running cycling and similar active lifestyles". Rispetto alla ISO 12312-1, specifica per gli occhiali da sole, il nuovo standard stabilisce requisiti specifici per gli **occhiali da sole sportivi**, inclusi criteri di robustezza, durabilità e prestazione, oltre a

informazioni essenziali da fornire agli utilizzatori. Si tratta di un passo significativo verso la creazione di prodotti che non solo proteggono, ma migliorano anche le prestazioni degli atleti. Viene, inoltre, introdotta la marcatura "A" per l'uso durante attività ricreative e la resistenza all'antifog, identificata con la lettera "N".

NUOVE NORME ANCHE PER LA SICUREZZA NEGLI SPORT INVERNALI E ACQUATICI

Oltre alla norma ISO 12312-3:2022, sono state pubblicate altre norme rilevanti per la protezione degli sportivi. La norma EN ISO 18527-1:2022, relativa alle maschere da sci, ha concluso il suo iter con la pubblicazione in Gazzetta Ufficiale dell'Unione Europea a maggio 2023. Questa norma stabilisce requisiti di sicurezza e prestazione specifici per le **maschere da sci**, assicurando che gli sportivi siano protetti in condizioni ambientali estreme

tipiche delle attività sciistiche. La norma ISO 18527-3:2020, applicabile agli **occhiali da nuoto**, definisce invece i criteri per la protezione degli occhi durante l'attività natatoria superficiale. Questa normativa garantisce che gli occhiali da nuoto offrano un'adeguata protezione contro i rischi legati all'acqua.

IMPATTI E BENEFICI PER L'INDUSTRIA DELL'OCCHIALERIA SPORTIVA

L'adozione delle nuove normative ISO da parte delle aziende del settore rappresenta un'opportunità di accedere a un mercato più ampio e diversificato, garantendo al contempo la sicurezza e la qualità dei loro prodotti. Le nuove normative non solo migliorano la sicurezza degli utilizzatori oppure sportivi, ma elevano anche la percezione del valore dei prodotti sul mercato, rendendo gli occhiali sportivi più affidabili e performanti.



CERTOTTICA GROUP

CERTOTTICA | DOLOMITICERT | CERTDOLOMITI | ABLE

CERTOTTICA GROUP A SERVIZIO DELLE AZIENDE NELLE PROVE DI LABORATORIO DEGLI OCCHIALI SPORTIVI

Certottica Group, con i suoi laboratori di ultima generazione, si conferma come partner di eccellenza per supportare le aziende nella transizione verso le nuove normative, offrendo servizi di laboratorio in linea con gli standard internazionali più recenti. **Corrado Facco, CEO di Certottica Group**, ha espresso la sua soddisfazione per l'adesione della Società alle nuove normative ISO nel settore dello sport e delle attività di laboratorio: "Certottica Group

è pronta a soddisfare le nuove esigenze del mercato con laboratori all'avanguardia e metodi di prova in linea con le nuove normative, inclusi quelli sportivi. Queste nuove normative per il settore dell'occhialeria sportiva sono molto importanti poiché rappresentano uno strumento essenziale per qualificare i prodotti come 'sportivi'. Il nostro approccio a queste normative riflette l'impegno profondo e costante di Certottica Group nella promozione della sicurezza e della performance attraverso l'innovazione tecnologica e la conformità alle norme internazionali".

VERSO UN FUTURO SPORTIVO SICURO E PERFORMANTE

Con l'introduzione delle nuove norme ISO, il futuro dell'occhialeria sportiva appare sempre più sicuro e performante. Certottica Group conferma il suo impegno costante nella ricerca e nell'innovazione per guidare l'industria verso un futuro in cui sicurezza e performance degli atleti e degli sportivi siano al centro dell'attenzione. Le nuove normative rappresentano un traguardo importante, ma anche un punto di partenza per ulteriori miglioramenti e innovazioni nel settore.

Accompagnare la scelta di un occhiale sportivo



Arianna Foscarini

FUNZIONALITÀ, STILE E CONSIGLI DI IMMAGINE PER GARANTIRE UN'ESPERIENZA D'ACQUISTO POSITIVA.

È necessario fare una premessa: il confine tra sport e tempo libero è sempre più sottile, per cui l'occhiale per lo sport molte volte diventa un occhiale da sole a tutti gli effetti, espandendo la sua occasione d'uso da specifica a generale. Il nuovo trend ha guadagnato popolarità per la sua capacità di adattarsi a diverse situazioni, dall'allenamento sportivo agli incontri sociali, senza compromettere il comfort o l'estetica, rendendo breve il passo dallo stile sportivo a sporty-chic. L'occhiale sportivo è uno strumento essenziale per garantire la **sicurezza**, la **performance sportiva** e il **comfort degli atleti**. Durante l'esperienza d'acquisto dei nostri clienti dobbiamo sempre utilizzare la nostra competenza tecnica ed estetica per ottenere il meglio nella scelta del loro occhiale, valutando sempre forma, colore e occasione d'uso. Ma in questo caso dobbiamo considerare delle eccezioni, sia per la scelta della forma che del colore delle lenti.

FORMA

È facilmente comprensibile che la scelta della forma dell'occhiale è prettamente tecnica e non estetica, perché la finalità è la protezione visiva, dalla luce e dai traumi. Ovviamente l'attenzione all'estetica è d'obbligo se si è esperti di consulenza d'immagine, per la misura e i colori. Via libera allora agli occhiali dalla forma avvolgente e protettiva, bandite le forme piccole e allungate.

COLORE DELLE LENTI

Il colore nella tonalità e nell'intensità delle lenti nell'occhiale

per lo sport non è una questione di stile, ma va scelto in base alla occasione d'uso e al comfort visivo. Ad esempio, un occhiale per il golf e per il ciclismo non avranno sicuramente lenti dello stesso colore! Se vogliamo sbizzarrirci con i colori, la montatura può offrire molti spunti abbinandosi all'outfit sportivo.

MATERIALE DELLE MONTATURE

Le montature devono essere leggere ma resistenti. Indicati materiali acrilici, leggeri e resistenti, ideali per quasi tutti gli sport; titanio estremamente resistente e leggero, perfetto per sport intensi; nylon, flessibile e resistente agli urti, spesso utilizzato per occhiali da sci e snowboard.

TECNOLOGIE DELLE LENTI

Le lenti possono avere diverse tecnologie integrate per migliorare la performance: polarizzate, fotocromatiche, con trattamenti adeguati all'occasione d'uso, come un trattamento indurente o anti-imbrattante, sicuramente sempre filtranti per UV. Spetta sempre a noi ottici veicolare il cliente nella scelta della lente più adatta a lui e alle sue esigenze.

COMFORT E VESTIBILITÀ

Gli occhiali devono adattarsi comodamente senza scivolare. Caratteristiche come naselli regolabili, in silicone e cinghiette elastiche possono migliorare la vestibilità. Gli occhiali per lo sport sono progettati per un'ampia gamma di attività sportive, ciascuna con esigenze specifiche.

1. Ciclismo: Per i ciclisti, gli occhiali da sport sono fondamentali per proteggere gli occhi dal vento, dalla polvere, dagli insetti e dai raggi UV. Le lenti fotocromatiche, che si adattano automaticamente alle variazioni di luce, sono particolarmente utili. Gli occhiali devono avere una buona vestibilità per rimanere stabili durante la pedalata.

2. Running: I runner necessitano di occhiali leggeri, aerodinamici e con una buona ventilazione per evitare l'appannamento. Le lenti polarizzate aiutano a ridurre il riflesso dell'asfalto e migliorano la visibilità.

3. Sport acquatici: Per sport come la vela e il windsurf, gli occhiali devono offrire protezione dai raggi UV e dalla luce riflessa dall'acqua. Materiali resistenti alla corrosione e design che impediscono l'ingresso di acqua sono essenziali.

4. Sport invernali: Gli sciatori e snowboarder beneficiano di maschere da sci che proteggono dagli abbaglianti riflessi del sole sulla neve. Le lenti devono essere anti-appannamento e spesso fotocromatiche o a doppia lente per adattarsi alle condizioni variabili di luce.

5. Sport di squadra: Per sport come il calcio, il basket e il tennis, gli occhiali devono essere resistenti agli urti e avere cinghie regolabili per garantire che rimangano al loro posto durante il gioco intenso.

I giovani atleti sono più esposti agli infortuni oculari, per questo non è solo consigliato l'uso, ma a mio avviso quasi obbligatorio. Gli occhiali nello sport prevengono danni causati da impatti accidentali ed esposizione prolungata al sole. Gli occhiali sportivi oggi inoltre possono offrire una vasta gamma di tipologie adatte alla correzione refrattiva e permettere di godere dello sport senza la necessità di lenti a contatto. Sono un accessorio indispensabile per chiunque pratichi attività fisica. Non solo proteggono gli occhi, ma migliorano anche la performance e il comfort. Scegliere il modello giusto richiede molta attenzione e professionalità. Solo se saremo ottici preparati ed esperti nel consigliare e valutare, ogni atleta può sentirsi sicuro e performare al meglio, con stile e funzionalità in perfetta armonia con i suoi occhiali proposti da noi e dal nostro team. Gli occhiali per lo sport non sono solo quindi un accessorio di moda, ma uno strumento essenziale per garantire la sicurezza, la performance e il comfort degli atleti. Oltre a proteggere gli occhi da infortuni e condizioni atmosferiche avverse, gli occhiali da sport possono anche migliorare la visibilità e ridurre l'affaticamento oculare. Educiamo i nostri clienti a scegliere quello adatto per tipologia di sport che praticano abitualmente per creare un ciclo virtuoso di benessere e soddisfazione.

Una nuova visione dello sport estremo

Paola Ferrario

ANDREA PACINI, L'UNICO PARACADUTISTA PARAPLEGICO IN ATTIVITÀ IN ITALIA, HA RESO ACCESSIBILE LA DISCIPLINA DEL VOLO INDOOR A PERSONE CON DISABILITÀ FISICA, INTELLETTIVA E COGNITIVA.



La storia di **Andrea Pacini** è la dimostrazione di come tenacia e caparbietà possano letteralmente portare a realizzare i propri sogni. Per capire il suo percorso, dobbiamo fare un salto nel tempo, per l'esattezza nel 2006 quando, durante le selezioni per accedere al VFP4 (volontari in ferma prefissata di 4 anni), scelse come specialità la Folgore, i paracadutisti. Poco dopo un anno, dopo il superamento dell'addestramento ottenne il brevetto. Dopo pochi mesi, Andrea decide di lasciare la brigata paracadutisti Folgore: *"È sempre stato un rapporto turbolento il mio, di odio/amore, ma proprio per questo era sincero, viscerale e leale, la Folgore è un reparto che da tanto e chiede tanto. Quando si prova amore bisogna essere leali e saper dire basta quando le cose non vanno, ho preferito lasciare a testa alta ed essere onesto con me stesso, non si può essere paracadutisti a metà"*. Sabato 23 febbraio 2008, a soli 24 anni, la sua vita cambia radicalmente e un incidente stradale in moto gli procura una lesione al midollo spinale che lo costringe a vivere su una carrozzina. Ciononostante, desidera di tornare a **volare**. Il percorso è difficile, ma grazie a **Walther Idra**, allora capocentro dell'aviosuperficie di Molinella ed **Enrico Cosaro**, istruttore paracadutista, il 24 maggio 2009 effettua il primo lancio tandem. Da lì la strada è in discesa e non ha mai smesso di volare. Anzi, ha aiutato molti ragazzi con disabilità a realizzare il loro sogno.

COSA SI PROVA AL PRIMO LANCIO?

Il primo lancio non si scorda mai, è un colpo di fulmine, che sia un lancio civile o militare poco importa, importa ciò che ti regala.

QUAL È L'EMOZIONE PIÙ FORTE DEL VOLARE?

Avendo più di 400 salti al mio attivo, la parte adrenalinica si perde un po' e, oltre a cercare il "divertimento", mi concentro per migliorare le mie skill. In ogni caso, posso affermare che l'emozione del volo è suddivisa in vari momenti: c'è la parte del decollo, che è abbastanza emozionante, nei quindici minuti di volo per arrivare in quota ci si rilassa e ci si concentra... I picchi veri arrivano nella fase di lancio: a un minuto al lancio, quando il pilota ci dà il via e scatta la luce verde, e poi nei circa 60 secondi di caduta libera. La velocità dipende dalla posizione che assumi per lanciarti e, ovviamente, dal peso: se usi la posizione "Belly" (cioè orizzontale), quella base, dopo circa 10 secondi, raggiungi

la velocità terminale di 200-220km/h, se passi all'Head down invece vai più veloce e il tuo lancio durerà 10/15 secondi meno.

CI RACCONTI COME SEI RIUSCITO, NONOSTANTE LA TUA DISABILITÀ, A OTTENERE IL BREVETTO PER VOLARE?

Attualmente sono l'unico paracadutista paraplegico in attività in Italia, in Europa ci sono altri ragazzi con cui ho avuto la fortuna di saltare insieme e confrontarci con le nostre tecniche di volo. Per poter intraprendere questo percorso nel 2016 ho creato l'associazione Obiettivo Volare, che ha avuto il compito di seguirmi in tutta l'attività, sia sulla parte tecnica che burocratica. Grazie a questo progetto nel 2018 ho ottenuto la Licenza di Paracadutista. L'obiettivo era creare un percorso per lasciare traccia per il futuro, volevamo creare le linee guida per le persone paraplegiche.

QUANDO TI LANCI UTILIZZI OCCHIALI PARTICOLARI?

Utilizzo una maschera Oakley con lente Prizm Iridium. Non esiste un occhiale ad hoc per il paracadutismo. Quando volo indoor invece, utilizzo le lenti a contatto.

COM'È LA VISIONE DALL'ALTO?

La visione è 'normale', non ci sono particolari distorsioni; a volte si viene un po' traditi quando si guardano determinati video che sono fatti da persone che saltano con le telecamere e ci forniscono immagini un po' distorte come se riuscissimo a vedere la curvatura terrestre, ma è solo un effetto ottico.

TRA LE TUE ATTIVITÀ C'È ANCHE QUELLA DI ISTRUTTORE AD AERO GRAVITY : CI RACCONTERESTI DI COSA TI OCCUPI?

Aero Gravity è l'unica galleria del vento verticale in Italia e la più grande d'Europa. Sono il responsabile del 'Disability Project', ossia il progetto di avviamento al volo per le persone con disabilità, che gestisco in toto, dall'iscrizione al vivere il volo. Da quando abbiamo aperto il progetto nel 2018 abbiamo fatto volare oltre mille persone, tra cui non vedenti, paraplegici, ecc. il volo indoor ha possibilità di aprire questa disciplina a tantissime disabilità.

Una mano tesa

Paola Ferrario

L'ASSOCIAZIONE **NESS1ESCLUSO** NASCE A **MODENA** NEL **2017** DALLA VOLONTÀ DI PROPORRE IMPRESA SOCIALE DELL'OTTICO-IMPREDITORE **FABIO GALVANI**. LA MISSION È OFFRIRE LA POSSIBILITÀ DI PROPORRE **ATTIVITÀ SPORTIVA IN MODO GRATUITO** A RAGAZZI AFFETTI DA **DISTURBO DELLO SPETTRO AUTISTICO** O **DISTURBI DELLO SVILUPPO**, AVENDO COME OBIETTIVO PRIMARIO L'**INCLUSIONE**. AL SUO INTERNO È STATO SVILUPPATO IL PROGETTO "**SPAZIO AL GESTO**" DEDICATO AI BAMBINI **NON VEDENTI** E **IPOVEDENTI**. ABBIAMO INCONTRATO LA **DOTT.SSA MARCELLA VACCARI**, COORDINATRICE DEI PROGETTI EDUCATIVI-SPORTIVI DELL'ASSOCIAZIONE.

COM'È PARTITO IL PROGETTO?

Nella stagione sportiva 2017/2018 abbiamo iniziato le attività proponendo a due gruppi di atleti di età differenti (6/10 anni e 11/18 anni) un percorso multisportivo di avviamento alle discipline del basket, calcio, rugby e pallavolo utilizzando i principi del metodo ABA, Applied Behavior Analysis, una delle principali terapie comportamentali che vengono attuate per le persone autistiche. Analysis, la terapia comportamentale raccomandata dalle linee guida 21 dell'Istituto Superiore di Sanità. Negli anni siamo cresciuti e nell'ultima stagione appena conclusasi, abbiamo realizzato oltre 300 percorsi formativi di ragazzi, dai 3 anni in su, che ogni settimana giocano a calcio, fanno crossfit, arrampicata, boxe, attività di multisport, bowling, pilates e nuoto. I ragazzi sono affiancati da una quarantina tra educatori, specialisti e istruttori qualificati.

CON QUALE FREQUENZA VENGONO PRATICATE QUESTE ATTIVITÀ?

Le discipline sportive del palinsesto sono tutte settimanali e hanno la durata di un'ora, a eccezione del calcio che fa due allenamenti di due ore più le partite di campionato nei fine settimana; tutte seguono il calendario scolastico da ottobre a maggio. Voglio però sottolineare che Ness1 Escluso non vuole essere semplicemente un'oretta di sport per riempire la settimana di ragazzi autistici ma un'organizzazione che si propone di fare rete



Marcella Vaccari e Fabio Galvani



principalmente con le famiglie ma anche con la scuola, i servizi sociali e tutte le persone che comunque prendono parte attiva nei confronti del progetto di vita di un atleta.

COME SI ACCEDE AL VOSTRO PROGETTO?

La diagnosi disturbo cognitivo-relazionale costituisce un prerequisito all'accesso, e può essere anche presente in comorbidità con un disturbo fisico (attualmente sono due i ragazzi in carrozzina che partecipano ai corsi). La nostra forza è la rete che abbiamo creato: gli educatori che lavorano al mattino nelle scuole, fanno da eco al progetto e raccolgono le esigenze dei propri alunni; annualmente poi la coordinatrice organizza un incontro con le assistenti sociali del Comune in una équipe congiunta di tutti i poli mentre le attività rivolte ai ragazzi maggiorenni sono inserite nelle attività del "Tempo Libero Adulti" dei servizi sociali per una sinergia con i servizi del territorio. Anche alcuni neuropsichiatri a oggi indirizzano direttamente i loro pazienti verso il progetto rendendolo parte dei servizi di cura insieme ai progetti terapeutici. L'ingresso alle attività è preceduto da un colloquio tra la famiglia e il coordinatore che registra principalmente le abilità e le attitudini insieme alle capacità relazionali e sociali. Quando è possibile si coinvolge direttamente anche l'atleta. Tutti gli ingressi sono soggetti a un periodo





di prova, variabile, prima di procedere all'iscrizione che è interamente gratuita e consiste nella compilazione di un formatt sul sito dell'associazione in cui sono raccolti i dati anagrafici del ragazzo e il possesso di un certificato di idoneità sportiva alla pratica sportiva non agonistica adattata (o libretto verde) in corso di validità. Per il calcio tutti i giocatori vengono invece accolti dall'ambulatorio di Medicina dello Sport dedicato agli atleti con disabilità per ottenere l'idoneità agonistica. La sinergia con questo servizio è fondamentale anche perché fornisce al gruppo un accompagnamento anche sul piano nutrizionale (alcuni ragazzi sono in sovrappeso per via dell'assunzione di farmaci). Tutti i ragazzi, il personale, i volontari e le strutture sono coperti da una assicurazione che garantisce la protezione per le persone fisiche anche gli eventuali interventi fisioterapici di recupero da infortuni lievi.

AVETE UN PROGETTO DEDICATO AI RAGAZZI IPOVEDENTI E AI NON VEDENTI?

Sì, come dicevo, la nostra forza è creare un network di supporto, e, in collaborazione con REAL EYES un'associazione che ha diversi poli in tutta Italia, mettiamo a disposizione la nostra professionalità per la parte educativa un progetto ad hoc dedicato ai piccoli atleti ipovedenti e non vedenti nella fascia dai 6 ai 10 anni. Offriamo supporto all'attività di bimbi con doppia diagnosi, quindi cecità e ipovisione e disturbo cognitivo relazionale. Il progetto sportivo parte dall'educazione agli schemi motori di base per arrivare poi a introdurre i bimbi al vero e proprio sport. Per le persone con questi tipi di problemi visivi, è molto importante acquisire questi schemi di base per avere poi le competenze utili alla gestione del proprio

corpo nello spazio che, chiaramente, sono utili anche nella vita quotidiana. In altre parole, devono acquisire consapevolezza nello spazio quotidiano per poi essere pronti per fare un'attività sportiva.

COME LI SELEZIONATE?

In base al nostro principio di non escludere nessuno, prendiamo tutti i bambini del nostro territorio. E ci avvalliamo della rete di cui parlavo prima; a volte è la scuola che ce li indica, a volte il passaparola tra i genitori, cerchiamo anche di essere attivi sui social e di tenere aggiornato il sito proprio per non escludere nessuno.

COME SI CHIAMA QUESTO PROGETTO?

"Spazio al gesto" e offre un percorso di avviamento allo sport a bimbi ciechi o con scarso residuo visivo.

QUANTI RAGAZZI NE FANNO PARTE?

Al momento abbiamo quattro bambini che lavorano con quattro guide, per questo tipo di lavoro è necessario ovviamente il rapporto uno a uno. Lo staff è completato con un nostro educatore specializzato in disabilità cognitive e un istruttore laureato in scienze motorie che ha il compito di programmare dell'attività in palestra. Il progetto è arricchito anche di esperti che propongono le attività di piscina, baseball, scherma e arrampicata.

COSA SUCCEDDE AI RAGAZZI DOPO L'AVVIAMENTO ALLO SPORT?

La nostra speranza è che al termine del percorso, i ragazzi siano pronti per trovare la loro dimensione sportiva congeniale.



Vedere bene durante lo sport

ALCON E DEEJAY TEN: UNA PARTNERSHIP A SOSTEGNO DELLA QUALITÀ DI VISIONE DURANTE L'ATTIVITÀ SPORTIVA.

Alcon, azienda leader globale nella fornitura di prodotti innovativi per il benessere della vista, quest'anno è **sponsor della DeeJay Ten**, popolare corsa non competitiva ideata dal direttore di Radio DeeJay Linus. Dopo il successo dell'edizione di Treviso, tenutasi il 18 e 19 maggio, lo stand Alcon sarà nuovamente presente al DeeJay Village a **Milano l'11, 12 e 13 ottobre**: non solo per fornire ai visitatori informazioni sulle **lenti a contatto Precision1™**, ma anche per intrattenere con giochi "di precisione" e interessanti attività. La partecipazione di Alcon a questa speciale manifestazione, che ogni anno raccoglie l'adesione di migliaia di corridori in tutta Italia, evidenzia l'impegno aziendale per la **promozione della salute visiva e dell'innovazione nel settore delle lenti a contatto**, promuovendo queste ultime come soluzione per gli amanti dello sport. Le lenti a contatto sono infatti alleate degli sportivi di oggi che cercano un'elevata qualità di visione durante l'attività, e che infatti si affidano al loro utilizzo con una frequenza quattro volte superiore rispetto alla popolazione adulta generale¹. **Le lenti a contatto Precision1™**, in particolare, offrono una **visione**



nitida e naturale^{2,3} e un'elevata stabilità visiva⁴, essenziali per le discipline sportive dinamiche come ad esempio la corsa. Le lenti a contatto Precision1™ garantiscono inoltre un **comfort prolungato fino a 16 ore** di utilizzo^{5,6}, e quindi la possibilità di godersi a pieno l'esperienza di porto. Grazie alla **tecnologia Smartsurface®** alla base di queste lenti, infatti, uno strato ultrasottile emettuto dalle elevate prestazioni, con un contenuto d'acqua sulla superficie della lente di oltre l'80%⁷, aiuta a mantenere un'elevata lubricità in superficie e un film lacrimale stabile^{7,8}. Questi sono elementi fondamentali per la visione e il comfort di una lente a contatto⁹. Altra caratteristica innovativa presente nella versione

torica delle lenti PRECISION1™ for ASTIGMATISM è la geometria della lente PRECISION BALANCE 8J4™ che garantisce un'esperienza di porto stabile⁴. Una visione stabile è solo uno dei vantaggi che si possono ottenere dalla scelta delle lenti a contatto per praticare attività fisica sia a livello amatoriale, sia a livello agonistico¹. Le lenti a contatto, adattandosi alla forma della cornea, riducono le aberrazioni e migliorano la percezione della profondità e la sensibilità al contrasto: aspetti cruciali soprattutto per gli sport di movimento¹. In questo contesto, le lenti a contatto Precision1™ rappresentano un importante strumento a disposizione dell'ottico, il cui ruolo nell'individuazione della soluzione più



giusta per lo sportivo giovane e adulto rimane sempre centrale. **Il prossimo appuntamento è quindi a Milano l'11, 12 e 13 ottobre per scoprire le lenti a contatto Precision1™ e parlare dell'importanza di una buona salute visiva nello sport.** Presso lo stand Alcon saranno i benvenuti runners e famiglie a cui piace vivere lo sport sia come una sfida, sia come momento per stare insieme: in entrambe le situazioni, la qualità della visione è infatti fondamentale per godersi a pieno l'esperienza.

REFERENZE

1. Acta Scientific Ophthalmology (ISSN: 2582-3191) Volume 6 Issue 6 June 2023.

2. Cummings S, Giedd B, Pearson C. Clinical performance of a new daily disposable spherical contact lens. Optom Vis Sci. 2019;96:Eabstract 195375.
3. In uno studio clinic su 114 occhi; Alcon data on file, 2021.
4. In uno studio su 78 occhi; Alcon data on file, 2020.
5. Fogt J, Patton K. Long day wear experience with water surface daily disposable contact lenses. Clinical Optometry. 2022(14):93-99.
6. Hines B, et. al. Clinical subjective performance of two daily disposable toric soft contact lenses. Poster presented at: American Optometric Association, Chicago. June 15-18, 2022.
7. PRECISION1™ (DDT2) Lens with Smart

8. Kern J, Rappon J, Bauman E and Vaughn B. Assessment of the relationship between contact lens coefficient of friction and subject lens comfort. Invest Ophthal Vis Sci 2013;54:494.
- Lenti a contatto correttive. È un dispositivo medico CE0123. Per l'utilizzo, la manutenzione, le precauzioni, le avvertenze, le controindicazioni e gli effetti indesiderati, consultare le istruzioni d'uso. Visitate il sito Alcon <https://ifu.alcon.com/> per importanti informazioni di prodotto. 2024 Alcon IT-PR1-2400092

DAI OPTICAL INDUSTRIES

Visione straordinaria

IL CENTRO RICERCA E SVILUPPO INTERNO HA PROGETTATO UNA GAMMA DI **LENTI** CAPACI DI **MIGLIORARE** LE PERFORMANCE DEL **SISTEMA VISIVO** DURANTE L'**ATTIVITÀ SPORTIVA** O SEMPLICEMENTE QUANDO CI TROVIAMO IN **OUTDOOR**.

I benefici dell'attività sportiva sul benessere psicofisico della persona sono innegabili e lo sport è sempre più integrato nella nostra cultura e nel tessuto sociale. Il nulla osta a questa diffusione sempre crescente è sia sociale che scientifico: anche l'Istituto Superiore di Sanità riconosce i benefici dello sport sulla salute, sia in termini di benessere generale che di riduzione di sintomi come ansia, stress, depressione e insonnia. **DAI Optical Industries** mette al primo posto il benessere visivo dei suoi customer... anche durante l'attività sportiva. Grazie al centro Ricerca e Sviluppo interno ha progettato un'intera gamma di lenti capaci di migliorare le performance del nostro sistema visivo durante l'attività sportiva o semplicemente in outdoor.

LENTI DAI SPORT - TECNOLOGIA POWER COLOR

Durante la fase di ricerca e progettazione delle lenti **DAI Sport**, gli ingegneri DAI Optical Industries hanno lavorato per realizzare un materiale in grado di migliorare la percezione cromatica. Nasce così la tecnologia **POWER COLOR**. Per misurare il reale impatto di questa tecnologia, si utilizza un parametro chiamato CRF

o Fattore di Risoluzione Cromatica. Questo parametro nasce da un calcolo matematico che include, tra le tante variabili, la profondità cromatica, la risoluzione ottica della lente, il volume dello spazio colori trasmesso dalla lente. Da un punto di vista empirico, a un basso CRF corrisponde un'immagine sbiadita, con colori slavati, mentre a un elevato valore di CRF l'immagine presenta dei colori intensi, ben visibili. Considerando una classica lente in policarbonato con CRF pari a 100%, le lenti DAI Sport presentano un CRF fino al 137%, espandendo il volume dei colori percepiti del 35%.

LA PERCEZIONE DEI COLORI

Il nostro sistema visivo è capace di percepire milioni di colori, e questo nasce da esigenze di sopravvivenza nel lungo processo dell'evoluzione umana. L'informazione visiva cromatica, infatti, è un'informazione di base che il nostro cervello utilizza per interpretare il mondo e prendere le decisioni di conseguenza. Alla visione straordinaria e indimenticabile del paesaggio, offerta dalle lenti DAI Sport, dunque, si aggiunge anche il potenziamento delle abilità visive che spesso nello

sport possono fare la differenza. La percezione celebrale della profondità, per esempio, si basa anche sui colori presenti nell'immagine che il nostro cervello analizza, ed è per questo che un'immagine con un alto contrasto cromatico, come quella presentata dalle lenti DAI Sport, risulta più tridimensionale. Migliorando il contrasto tra i colori, dunque, si può vivere un'esperienza sportiva più completa e avvincente e il nostro sistema visivo-celebrale riuscirà a performare al meglio.

CONCLUSIONI

Praticare attività sportiva è un toccasana per l'organismo e DAI Optical Industries dimostra ancora una volta la sua attenzione per il benessere della persona, sviluppando la linea di lenti DAI Sport. Le lenti DAI Sport, disponibili sia monofocali che progressive, in colorazioni grigio, marrone, verde e marrone polarizzato, permettono di espandere la percezione cromatica, per vivere un'esperienza visiva straordinaria e indimenticabile. Inoltre, il sistema visivo avrà una marcia in più per performare al meglio, poiché l'informazione visiva cromatica è alla base della percezione della profondità e del riconoscimento delle forme.

DAI SPORT

DAI OPTICAL INDUSTRIES

CRF FINO A **137%**
UNA LENTE DA SELE STANDARD HA UN CRF 100%

+35%
VOLUME DEI COLORI PERCEPITI

IMMERGITI IN UN'ESPERIENZA VISIVA STRAORDINARIA

daioptical.com

Nuotare in libertà

I MIGLIORI ALLEATI PER VIVERE UN'ESTATE DI **DIVERTIMENTO** E **LIBERTÀ** SONO FIRMATI **DAO**.

Da anni l'azienda torinese **Dao** è specializzata in soluzioni visive sempre più all'avanguardia e su misura, diventando il punto di riferimento per i tanti ottici italiani che hanno deciso di includere nella propria offerta **maschere da sub** e **occhialini da piscina graduati**. La normativa vigente in Italia, infatti, prevede che sia l'ottico professionista a consigliare il prodotto migliore per godere di un benessere visivo subacqueo a 360 gradi. Grazie alla giusta scelta delle lenti correttive è possibile offrire ai propri clienti un servizio di alto livello che consenta di nuotare in tutta sicurezza e libertà non solo al mare, ma anche in piscina. I laboratori Dao sono a disposizione degli ottici per aiutare a fornire la migliore soluzione possibile, sia in termini di modelli proposti sia in termini di lenti che adeguino la diottria alla visione subacquea. Maschere da sub, occhialini da piscina, neutri o graduati, in pronta consegna o da realizzare su misura: il servizio Dao copre ogni tipo di esigenza. Senza dimenticare che se un cliente desidera montare sulla propria maschera nuove lenti correttive, l'azienda interviene anche in questo caso, offrendo lenti astigmatiche, bifocali, per alte diottrie. All'interno del catalogo, sono presenti le migliori marche del settore, come **Cressi**, **Aqua Sphere**, **Tabata**, **Seac**, **Mares**, **Technisub**, **Tusa**, **Omer** e la novità **Speedo**



mariner, un occhialino da piscina ad altissima performance con una vastissima scelta di maschere e occhiali dai differenti formati e colori. Per adulti e bambini, per chi privilegia la portabilità e chi invece, da professionista, preferisce puntare tutto sull'alta qualità delle lenti. Filtro UV, trattamento anti-fog, lenti specchiate, polarizzate, scure o trasparenti, sono alcune delle opzioni proposte per personalizzare al meglio il proprio occhialino. Il risultato finale è un prodotto che risolve definitivamente il problema della visione nitida sott'acqua. Sia che si tratti di un allenamento settimanale in piscina sia che si tratti di una vacanza al mare ai Caraibi. Addio appannamenti, addio abbagliamenti. Con Dao ogni momento sotto la superficie dell'acqua è indimenticabile, dalle foto subacquee allo snorkeling.



Una linea ad hoc per tenersi in forma

INDOSSARE **OCCHIALI SPORTIVI** È IMPORTANTE PER VARI MOTIVI CHE RIGUARDANO LA **SICUREZZA**, LA **PERFORMANCE** E LA **PROTEZIONE** DEGLI **OCCHI** DURANTE L'**ATTIVITÀ FISICA**. PER QUESTO MOTIVO, **DIVEL** HA DEDICATO UN'INTERA LINEA DEDICATA ALLO SPORT DENOMINATA, APPUNTO, **DIVEL SPORT**.

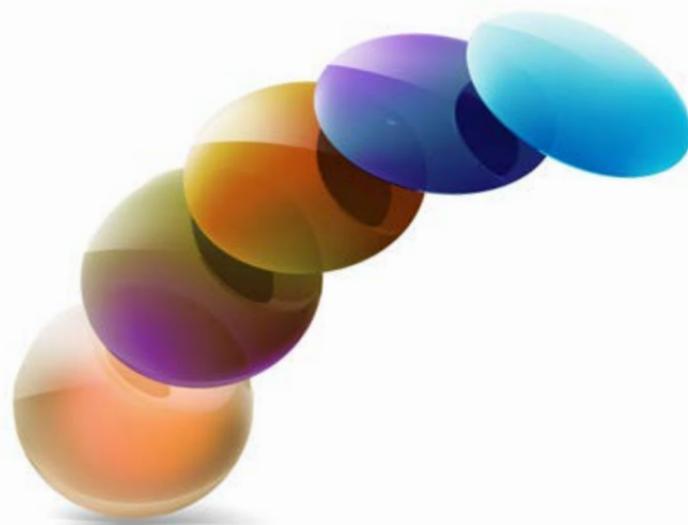
Dal reparto **Divel Sport** sono nate la **Monofocale** e la **Progressiva Sport**, le nuove linee di lenti graduate progettate per gli **atleti**. Intervenendo su diversi parametri e caratteristiche, si può personalizzare l'occhiale in maniera funzionale, a seconda delle necessità dell'atleta.

QUALI SONO I VANTAGGI NELL'INDOSSARE OCCHIALI SPORTIVI?

- 1. Protezione dagli infortuni:** gli occhiali sportivi sono progettati per proteggere gli occhi da urti e contatti accidentali. In molti sport, come il tennis, golf o il ciclismo, gli occhi possono essere esposti a colpi accidentali, palle volanti o contatti con altri giocatori. Gli occhiali sportivi sono realizzati con materiali resistenti agli urti che aiutano a prevenire lesioni oculari.
- 2. Protezione dai raggi UV:** molti occhiali sportivi offrono una protezione contro i raggi ultravioletti (UV), che possono causare danni agli occhi a lungo termine, come cataratte e degenerazione maculare. Questa protezione è particolarmente importante per gli sport all'aperto, come il ciclismo, la corsa e lo sci.
- 3. Miglioramento della visione:** gli occhiali sportivi possono migliorare la visione correggendo problemi visivi come miopia, ipermetropia o astigmatismo. Una visione chiara è

- cruciale per la performance sportiva, poiché permette di vedere meglio il campo di gioco, gli avversari e gli ostacoli.
- 4. Riduzione dell'abbagliamento:** grazie alle lenti polarizzate o ai trattamenti anti-riflesso si possono ridurre l'abbagliamento del sole o delle luci artificiali. Questo è particolarmente utile in sport come la vela, il golf e il ciclismo, dove l'abbagliamento può compromettere la visione e la concentrazione.
- 5. Protezione da detriti e polvere:** durante l'attività sportiva, specialmente in ambienti esterni, gli occhi possono essere esposti a polvere, sabbia, insetti e altri detriti. Gli occhiali sportivi creano una

- barriera protettiva che impedisce a questi elementi di entrare negli occhi e causare irritazioni o lesioni.
- 6. Miglioramento delle performance:** indossare occhiali sportivi può migliorare le prestazioni sportive. Una visione chiara e senza disturbi consente di reagire più rapidamente e prendere decisioni migliori. Inoltre, molti occhiali sportivi sono progettati per essere aerodinamici e confortevoli, riducendo la resistenza al vento e migliorando l'efficienza complessiva.
- 7. Comfort e sicurezza:** gli occhiali sportivi sono progettati per essere indossati durante l'attività fisica intensa. Sono leggeri, antiscivolo e spesso



dotati di cinghie o fasce per mantenerli saldamente in posizione. Questo riduce il rischio che gli occhiali scivolino o cadano durante il movimento, garantendo comfort e sicurezza.

La Monofocale e la Progressiva Sport Divel Italia sono disponibili in versione:

- **Fotocromatica:** per adattarsi ai cambiamenti di luce.
- **Polarizzata:** per definire i contrasti.
- **Specchiata:** per riflettere la luce. Inoltre, è possibile applicare tutti i trattamenti funzionali di natura tecnica:
- **Resistenza ai graffi:** per una resistenza assoluta.
- **Anti-riflesso:** per ridurre l'abbagliamento.
- **Anti-statico:** per allontanare la polvere.
- **Idrofobico:** per far scivolare via i liquidi.
- **Oleofobico:** per far scivolare lo sporco e l'unto.
- **Extra trasparenza:** per un'extra visione.
- **Protezione luce blu e raggi UV:** per una protezione totale.
- **Anti fog:** per evitare l'abbagliamento.

IL COLORE NELLO SPORT

Il colore è un'altra caratteristica importante per avere una visione chiara e accurata in varie condizioni di luce, riducendo l'abbagliamento e ottimizzando i contrasti. La linea Sport di Divel è disponibile in 16 colorazioni ed è possibile personalizzare le lenti in maniera funzionale, a seconda delle necessità dell'atleta.

COLORAZIONI PER SPORT OUTDOOR

Nel caso degli sport outdoor, per esempio, le **colorazioni più indicate sono giallo o arancione per aumentare profondità e saturazione, grigio e marrone per definire bene la visuale e diminuire l'abbagliamento**. Per sport praticati in montagna o città/campo, nelle giornate nuvolose o di sera, **è meglio utilizzare lenti gialle o grigie per aumentare i contrasti, mentre quando è soleggiato o di giorno è preferibile aumentare la saturazione e la nitidezza, indossando lenti arancioni o marroni**, proprio per le variazioni di luce e zone d'ombra. Per sport da spiaggia, invece, è necessario attenuare l'abbagliamento: **se c'è il sole ed è giorno, meglio optare per lenti grigie o marroni che riducono i contrasti durante lunghe esposizioni al sole. Se invece è nuvolo o sera si possono indossare lenti arancioni per avere maggiore profondità**.

COLORAZIONI PER SPORT INDOOR

Le lenti per gli sport indoor, disponibili sia Monofocali che Progressive, devono garantire la perfetta visione degli oggetti di gioco e/o avversari, sicurezza in caso di urti accidentali e comfort visivo per l'occhio dopo sforzi prolungati. In particolare, il design delle lenti Progressive per gli sport indoor è stato sviluppato per offrire il massimo della prestazione visiva in tutte le

situazioni in cui viene richiesta una visione da vicino/intermedia accurata. Grazie alla progressione delle zone da vicino, l'atleta riesce ad avere una visione confortevole in tutte le zone, soprattutto nel vicino, area più sollecitata negli sport indoor.

E PER CHI PRATICA UNO SPORT CHE RICHIEDE UNA MESSA A FUOCO PERFETTA?

Le lenti Monofocali e Progressive per lo Sport possono essere personalizzate e adattate alle esigenze dell'atleta anche in caso di sport speciali come **golf, biliardo, tiro con l'arco**, ecc. Tutte queste discipline richiedono una visione perfetta del bersaglio o dell'oggetto di gioco. Gli occhiali per questi sport speciali, vanno valutati attentamente perché hanno una gestione diversa dell'inset, devono essere super performanti e devono adattarsi a tutte le condizioni di luce sia in ambiente indoor che outdoor.

Per informazioni basta contattare il laboratorio di produzione di Divel Italia. In sintesi, gli occhiali sportivi sono un accessorio essenziale per chi pratica sport, offrendo protezione, miglioramento della visione e del comfort, contribuendo così a una migliore esperienza sportiva e a una maggiore sicurezza.

Per maggiori informazioni: www.divel.it



ESSILOR®

Senza compromessi

LA GAMMA DI **LENTI VISTA-SOLE COLORATE, POLARIZZATE E SPECCHIATE XPERIO®** CONSENTE DI GODERE AL MASSIMO DI OGNI MOMENTO SOTTO IL SOLE, OFFRENDO UNA **VISIONE CHIARA E SENZA RIFLESSI**.

Con **Xperio®**, non è più necessario scegliere tra performance ed estetica: queste lenti assicurano una protezione ottimale e un look impeccabile, permettendo di concentrarsi sulle proprie attività preferite senza compromessi. Xperio® infatti non è solo una semplice lente da sole correttiva, ma una soluzione completa per la protezione visiva. Grazie alle tecnologie avanzate le lenti vista sole Xperio® proteggono gli occhi dall'abbagliamento e dai raggi UV, offrendo a chi le indossa comfort visivo e una percezione naturale dei colori. Una lente versatile adatta a ogni situazione anche durante la pratica sportiva, che sia amatoriale o agonistica.

- Le lenti **Xperio® Tinted** sono caratterizzate da una palette di colori glamour e offrono a chi le indossa comfort visivo e protezione dai raggi UV. I pigmenti naturali di Xperio® Tinted offrono una visione dei colori senza alterazioni e distorsioni.
- Le lenti **Xperio® Polarized** sono realizzate con molecole dicroiche disposte orizzontalmente per bloccare la luce abbagliante e i riverberi. Ideali per chi passa molto tempo all'aria aperta o alla guida, le lenti Xperio® polarizzate minimizzano l'abbagliamento da riverbero e offrono una visione dei colori più nitidi.
- Le lenti **Xperio® Mirrors** si distinguono per gli stilosi effetti specchiati frutto di una accurata combinazione di specchiatura, colore e antiriflesso sulla superficie interna. Adatte a chi desidera aggiungere un tocco ultra fashion alla



protezione, le lenti Xperio® Mirrors offrono alta protezione solare e proteggono gli occhi dai raggi UV.

- Le lenti **SunMax** sono progettate per montature grandi ed avvolgenti, ideali per gli sportivi, e offrono comfort visivo anche nelle zone laterali. Per migliorare la protezione di queste lenti è possibile abbinare **Crizal® SunXProtect**, con tecnologia Ionic Shield, il trattamento antiriflesso premium progettato per preservare la qualità delle superfici delle lenti vista sole Xperio®. Un innovativo strato di ossido rinforza la superficie della lente solare per offrire la migliore resistenza ai graffi, mentre le molecole fluorurate forniscono una qualità superiore di protezione dalle macchie. Xperio®, abbinato alle lenti ad alta tecnologia **Eyezen®** e **Varilux®** è incluso nell'**Essilor® Experts One Program**: il programma in esclusiva per gli **Essilor Experts** per soddisfare le esigenze visive dei propri clienti nel tempo. Al centro di questo programma, infatti, c'è la Doppio Valore, un'opportunità che permette agli ottici di offrire un secondo equipaggiamento, in questo caso le lenti da sole correttive Xperio®, a un prezzo speciale. Gli ottici sono in grado di offrire ai loro clienti non solo una, ma due soluzioni ottiche premium a condizioni vantaggiose, garantendo qualità visiva e protezione, anche al sole.

Essilor® e Xperio® sono marchi registrati di Essilor International.

NIKON LENSWEAR

Una proposta per differenziarsi

LA NUOVA **GAMMA SPORTS** DI **NIKON LENSWEAR** È STATA PROGETTATA PER **OTTIMIZZARE LE PRESTAZIONI ATLETICHE**.

Nikon Lenswear si impegna a soddisfare le esigenze visive degli sportivi, offrendo una visione definita per lo sguardo sul campo di gioco. In Italia il 66,2% della popolazione pratica attività fisico-sportiva nel tempo libero e, che si tratti di professionisti o di sportivi amatoriali, tutti richiedono lenti che offrano una percezione ottimale dell'ambiente circostante e una montatura ergonomica per massimizzare le performance. Come soluzione, Nikon Lenswear propone la progressiva **Presio Sports FP** e la **monofocale SeeMax Sports AP**, lenti curve appositamente progettate per gli sportivi che offrono una miglior percezione visiva e un design ergonomico, uniti a una protezione UV su entrambi i lati che le rendono ideali anche per l'attività outdoor. Sono tre le caratteristiche che definiscono le prestazioni di queste lenti:

- **Elevata precisione** grazie a un campo di visione ampio per una visione nitida e stabile per tutte le direzioni di sguardo;
- **Miglior contrasto e percezione dei colori** grazie a 3 colorazioni Performance - Green, Yellow e Orange - studiate appositamente per ottimizzare le performance visive negli ambienti sportivi;
- **Performance ed estetica** grazie alla personalizzazione basata sui parametri del viso e sulla tipologia di montatura, permettono di calzare perfettamente in ogni tipo di montatura.

Disponibili in tutte le varianti - chiare, colorate in tinta unita, degradanti, specchiate o polarizzanti fino a categoria 4 - e con **oltre 25 nuance**, sono progettate per adattarsi a qualsiasi stile di montatura,

LENTI PER LO SPORT

- ALTA PRECISIONE** attraverso un ampio campo di visione
- MAGGIORE CONTRASTO** e migliore percezione dei colori
- PERFORMANCE ED ESTETICA** con lenti curve per montature sportive

permettendo agli atleti di esprimere la propria personalità anche durante l'attività sportiva. Inoltre, sono disponibili in versione **Transitions® Gen S™** in otto colori tra cui il nuovissimo Ruby, in versione **Transitions XTRActive** e **Transitions XTRActive Polarized** per una visione **Full HD**: nitida, potenziata nei dettagli e dai colori vividi. Con questa nuova proposta, Nikon Lenswear offre ai centri ottici la possibilità di differenziarsi attraverso una proposta di lenti esclusive, ma non solo. Attraverso una serie di tool coinvolgenti supporta i professionisti della visione nella narrazione dei benefici delle lenti Sports durante la fase di consulenza. Oltre a un kit di comunicazione con materiali informativi e un video esplicativo e coinvolgente dedicato ai punti vendita, Nikon Lenswear arricchisce l'esperienza in store con la **Nikon Difference APP**, un vero e proprio hub digitale personalizzato che, attraverso una serie di strumenti e simulazioni digitali, accompagna il portatore nella scelta della lente più adatta alle sue esigenze. Tra i vari tool, lo **Sports Tint Selector** suggerisce la tinta ideale della lente in base ai bisogni di visione del portatore, e l'**iRevealer** evoca un'esperienza immersiva e interattiva nella quale il portatore può testare come le esclusive colorazioni migliorino la nitidezza e percezione dei colori su differenti ambienti di gioco.

Per maggiori informazioni: Tel. 02 243441 - www.nikonlenswear.com/it

REFERENZE

1. Istat, Aspetti della vita quotidiana, 2021.

Performance elevate

DA SEMPRE ACCANTO AGLI SPORTIVI DI TUTTE LE DISCIPLINE, **JULBO** VANTA UN'AMPIA OFFERTA DI **OCCHIALI DA SOLE** CON UNA VASTA **GAMMA DI LENTI FOTOCROMATICHE** E IN **POLICARBONATO**. GLI OCCHIALI DA SOLE JULBO SONO DISPONIBILI ANCHE CON **LENTI CON CORREZIONE OTTICA**.

Storica azienda del settore dell'occhialeria, **Julbo** è in grado di offrire agli sportivi e agli amanti della vita all'aria aperta un'ampia offerta per tutti gli sport, dall'alpinismo, al ciclismo, dal trail running alla vela: le fotocromatiche **REACTIV®**, polarizzate o standard, e le lenti in policarbonato **Julbo Spectron** e **Spectron HD**. Parallelamente, per coloro che necessitano un occhiale da sole sportivo graduato, ha attuato un servizio rivolto ai suoi ottici professionisti, che permette loro di fornire al cliente la possibilità di scegliere tra più di 30 modelli di occhiali con oltre 500 combinazioni lente/montatura. Accanto alla sua natura prettamente tecnica, l'azienda dimostra una forte attenzione al tema della sostenibilità proponendo, già da diverse collezioni, il 75% dei suoi occhiali da sole in **RILSAN®**, un polimero ad alte prestazioni di origine biologica. Entriamo nel mondo Julbo e scopriamo tutte le novità per l'estate 2024.

LE LENTI

Julbo offre due tipologie di lenti per gli occhiali da sole: le lenti fotocromatiche **REACTIV®** e le lenti in policarbonato **Spectron**.

LE LENTI

FOTOCROMATICHE REACTIV®
Affidandosi alla tecnologia sviluppata da Julbo nel 2011, queste lenti reagiscono



Frequency_J5673426 - ©Roger Salanova



Francois_BMaitre_ForestEvo - @BenBecker

al cambiamento delle condizioni atmosferiche e si adattano istantaneamente alle variazioni della luce circostante. Grazie al processo SHR (Super High Reactiv), le lenti **REACTIV®** si adattano istantaneamente alle condizioni di luminosità e garantiscono una reattività ineguagliabile. Questo effetto è rafforzato dal processo NTS (Non Temperature Sensitive) che permette alle lenti di scurirsi o schiarirsi più facilmente, qualunque sia la temperatura. Le lenti fotocromatiche **REACTIV®** sono monolenti di qualità superiore che combinano le qualità del vetro organico con il know-how unico di fabbricazione del vetro minerale. Trasparenza durevole,

solidità, leggerezza, resistenza agli urti e ai solventi: sono tanti i vantaggi di queste lenti realizzate a base di Trivex e colate a temperature moderate. Inoltre, sono caratterizzate da un trattamento anti-appannamento esterno e oleorepellente interno. Alcune lenti **REACTIV®** sono disponibili con due tipi di filtro polarizzante: il filtro a bassa polarizzazione **Glare Control**, che elimina fino al 55% dei riflessi, e il filtro ad alta polarizzazione. Il primo è particolarmente apprezzato in alta quota e fa sì che l'effetto abbagliante del riverbero scompaia, mentre i riflessi delle placche di ghiaccio rimangono visibili. Julbo propone un'ampia gamma di lenti **REACTIV®**:

- Categoria 0-3: lenti con base 100% traslucida, ideali per l'uso dalla mattina alla sera e in condizioni di scarsa luce.
- Light Amplifier - categoria 1-3: lenti che amplificano la luminosità, per gli sport praticati in penombra o pieno sole.
- High Contrast - categoria 1-3: perfette per terreni esigenti, migliorano i contrasti.
- High Contrast - categoria 0-3: con base traslucida che scurendo assume una colorazione rossa, per lettura dettagliata dei rilievi.
- Categoria 2-4: offrono una visione ottimale in qualsiasi condizione, disponibili anche in versione Polarized per la massima protezione in alta montagna.

A queste si aggiungono due novità per la stagione SUN 2024: le lenti **REACTIV® Glare Control (categoria 1-3)**, particolarmente polyvalenti e con trattamento a bassa polarizzazione, per uso compatibile con gli schermi, e le lenti **REACTIV® High Contrast (categoria 0-4)**. Queste ultime, fotocromatiche e polarizzate, presentano il più alto range di fotocromia disponibile sul mercato, in grado di adattarsi alle varie situazioni climatiche che si incontrano in quota.

LE LENTI SPECTRON E SPECTRON HD

Le lenti in policarbonato **Julbo Spectron** e **Spectron HD** rappresentano una

scelta eccellente per gli appassionati di sport all'aria aperta. Sono progettate per offrire leggerezza e resistenza agli impatti, garantendo al contempo una protezione ottimale per gli occhi in varie situazioni. Le lenti **Spectron HD** prevedono un bilanciamento del colore e dei contrasti, in modo che la visione sia ricca di dettagli. Julbo propone tre lenti **Spectron**, e tre lenti **Spectron HD**. Le lenti **Spectron HD** sono di categoria 1, di categoria 3 e di categoria 4; queste ultime sono studiate appositamente per ridurre i bagliori delle superfici riflettenti, come quella dell'acqua, e sono infatti pensate per chi pratica sport in acqua (vela, windsurf...) o in prossimità. Infine, per i più piccoli, sono disponibili speciali lenti **Julbo** progettate appositamente per garantire una protezione massima contro i raggi UV, poiché gli occhi dei bambini richiedono particolare attenzione e cura.

JULBO RX LAB

Per chi ama lo sport e ha una vista che necessita di occhiali correttivi, **Julbo** propone **RX Lab**, la propria soluzione tecnologica nell'ambito della correzione delle lenti. Con il processo **RX Lab** **Julbo** propone, a coloro che hanno bisogno di occhiali da sole realizzati con correzione ottica, montature sportive con lenti graduate. Secondo una procedura ben collaudata, l'ottico segnala a **Julbo** la prescrizione e il tipo di montatura richiesta dal cliente e nel laboratorio **Julbo RX** si controlla la fabbricazione dalla A alla Z, per offrire un servizio di alto livello. Sono oltre 30 i modelli che possono essere realizzati con lenti graduate e sono disponibili oltre 500 combinazioni lente/montatura.

Le lenti con correzione si possono applicare nel caso di montature half-frame, cioè con lenti sospese, con montature con mono-lente, e con montature "classiche" con lenti divise di base 6 oppure di base 8. La differenza tra le montature di base 6 quelle di base 8 è la curvatura della lente. Nel caso di montature con mono-lente, si prevedono degli inserti per l'area di correzione. Le lenti da sole graduate vengono realizzate direttamente nei laboratori **Julbo** in Francia: dopo aver ricevuto i dati relativi alla prescrizione, sono necessarie otto fasi per produrre un occhiale da sole con lenti correttive: la selezione del disco, la levigatura punto per punto, la lucidatura, l'incisione laser, il trattamento del disco, il taglio, il montaggio sulla montatura e il controllo qualità. La realizzazione delle lenti correttive utilizza le più moderne tecnologie digitali e permettono di realizzare lenti che garantiscono una visione chiara in qualsiasi direzione si guardi.

JULBO & RILSAN®

Il 75% degli occhiali da sole **Julbo** sono prodotti con il **RILSAN®**, un polimero ad alte prestazioni di origine biologica. Già da diverse collezioni viene scelto dall'azienda, per le montature degli occhiali, per le sue qualità ambientali e i suoi vantaggi tecnici. Il materiale è infatti ricavato dall'olio di ricino, prodotto da agricoltura sostenibile su terreni poveri, la cui coltivazione non entra in competizione con l'alimentazione umana e animale. Il risultato è un polimero leggero, flessibile e duraturo con un ridotto impatto ambientale.



Your eyes, our vision

KOO EYEWEAR NASCE NEL 2016 CON L'INTENZIONE DI PROPORRE LA MIGLIOR SOLUZIONE POSSIBILE PER **ATLETI E APPASSIONATI DI SPORT** ALLA RICERCA DI UN **OCCHIALE DA SOLE PERFORMANTE**. PARTENDO DALLE MASCHERE DA SCI, IL BRAND HA POI ESPORATO ALTRI MONDI SPORTIVI, DAL CICLISMO SU STRADA, A DISCIPLINE AFFINI COME LA MOUNTAIN BIKE E IL TRIATHLON, PASSANDO PER LA CORSA E IL TRAIL RUNNING. UNA PROPOSTA CHE SI ALLARGA ANCHE AL TEMPO LIBERO, CON MODELLI LIFESTYLE CHE MANTENGONO COME DENOMINATORE COMUNE **TECNICITÀ E PROTEZIONE**.

Fin dal suo debutto nel mondo dell'occhialeria sportiva, **KOO Eyewear** ha voluto offrire la miglior soluzione possibile per tutti coloro che fossero alla ricerca di un occhiale da sole performante. Gli occhiali da sole, interamente progettati e realizzati in Italia, sono caratterizzati dal forte contenuto tecnico che viene completato con la scelta di materiali premium e un design ricercato. Per rafforzare il sinonimo di qualità, il brand ha scelto di lavorare a fianco di ZEISS, azienda di riferimento mondiale nella produzione di lenti in grado di fornire soluzioni con visibilità e protezione senza pari. Una collaborazione che vede il team di KOO Eyewear in costante dialogo con gli esperti ZEISS per lo sviluppo di una collezione capace di rispondere alle diverse esigenze di chi sceglie il brand. Il brand comunica i diversi mondi sportivi che esplora tramite la sua collezione, da quello del ciclismo



Alberto Contador



BORA - hansgrohe World Tour team - ©Joerg Mitter / Red Bull Content Pool

su strada, a discipline affini come la mountain bike, il triathlon e la corsa, fino a proporre occhiali anche per il tempo libero, e maschere da sci. Mantenendo il denominatore comune della tecnicità, KOO propone una gamma differenziata per le diverse discipline sportive, per permettere a ogni atleta di trovare il prodotto specifico per le proprie esigenze. Per il ciclismo sono stati realizzati occhiali che aprono lo sguardo con una lente unica e una montatura leggera ma stabile. Queste caratteristiche si ritrovano nei modelli **OPEN CUBE, SPECTRO, DEMOS** e **ALIBI**, quest'ultimo presentato lo scorso anno e già affermatosi un best-seller della collezione. Le montature dei modelli SPECTRO, DEMOS e ALIBI includono una predisposizione per l'utilizzo di **Optical Clip**, l'accessorio proposto per coloro

che necessitano dell'utilizzo di lenti oftalmiche. Il dispositivo, rapido da installare e rimuovere, è leggero e sicuro. Per le discipline come la corsa e il triathlon la scelta ricade su modelli quali **NOVA** e **SUPERNOVA**, la cui montatura si riduce al minimo lasciando spazio a una resistente lente avvolgente in nylon. Una parte della ricerca e sviluppo del brand è dedicata a coloro che, molto attenti al design dei prodotti che indossano, amano trascorrere le giornate all'aria aperta: nascono a questo scopo **CALIFORNIA** e **COSMO**, modelli che conservano il know-how di KOO Eyewear, e strizzano l'occhio agli amanti del fashion, offrendo un occhiale da sole per tutti i momenti della giornata. Ultima novità del brand è la sua **OFF collection**, la nuova linea composta da tre diversi modelli di **occhiali da vista** che conservano

l'anima performance di KOO, proponendo soluzioni dedicate a coloro che, attenti al comfort e al design dei prodotti che indossano, amano mantenere sempre uno stile sportivo. La collezione si completa poi con le maschere da neve **ECLIPSE, ENIGMA** ed **ENERGIA**. KOO Eyewear è al fianco di numerosi team professionistici e atleti di alto livello, con i quali collabora per sviluppare prodotti sempre più performanti. L'ultima importante sponsorizzazione è stata siglata a inizio 2024, stringendo la mano al World Tour team BORA - hansgrohe. Lavorare a contatto con atleti professionisti di diverse discipline permette al brand un feedback puntuale, che rappresenta una preziosa risorsa nella ricerca e sviluppo di nuovi prodotti.

Per maggiori informazioni:
kooworld.cc

DS TEAM

IL CONCETTO DI 'AFFIDARSI'

COME REALIZZARE
UN **NUOVO ARREDO
VINCENTE?**
SCOMMETTIAMO CHE
ALMENO UNA VOLTA
NELLA VITA VI SIETE POSTI
QUESTA DOMANDA!
IN QUESTO ARTICOLO
CERCHEREMO DI FORNIRVI
ALCUNE **INDICAZIONI** PER
INDIRIZZARE AL MEGLIO LA
VOSTRA SCELTA.

Rinnovare il proprio negozio oppure aprirne uno nuovo non è cosa da tutti i giorni e, inevitabilmente, si dovranno programmare molte attività di carattere burocratico e di gestione ordinaria (personale, fornitori, magazzino, strumentazione, ecc.) e non ultimo l'**arredamento**, uno tra gli argomenti più importanti che determinerà il successo della vostra attività. Tra i possibili errori che si possono commettere quando si rinnova o si apre un nuovo punto vendita, è sbagliare l'immagine dello store a causa di un progetto nato e realizzato male. Un 'progetto sbagliato' non si limita a essere

realizzato con elementi di scarsa qualità costruttiva, mobili fatti male, materiali scadenti, ecc., ma va oltre e non è conforme alle esigenze di mercato e del pubblico verso il quale ci si rivolge. In altre parole, si tratta di un progetto superficiale e improvvisato. La maggior parte degli ottici optometristi sanno come presentarsi alla propria clientela, conoscono le leve che servono per ottenere successo, ma spesso non sanno come tradurre e realizzare queste percezioni nel proprio punto vendita. Affidarsi ad aziende specializzate ed esperte di settore che, attraverso i propri tecnici-commerciali,

offrono soluzioni personalizzate e studiate con la massima attenzione e ponderatezza, è senza dubbio la soluzione giusta per evitare passi falsi. **DS Team**, azienda della **famiglia Rizzieri** fondatrice della Gruppolicromatico, nota realtà nata negli anni 80 e che segnando un'epoca ha realizzato centinaia di negozi di ottica in Italia, è un esempio di eccellenza di settore per design e per conoscenza tecnica. L'esperienza acquisita in numerose realizzazioni inserite in contesti sociali e di mercato diversi, è senza dubbio quanto di più utile per ideare soluzioni progettuali vincenti. 'Affidarsi' è il corretto approccio

all'argomento: è fondamentale saper scegliere con chi realizzare l'arredo del proprio negozio, concentrarsi sulle persone giuste, referenziate, preparate e disposte ad accompagnarvi passo passo nelle giuste e corrette decisioni. Il percorso che DS Team propone a tutti gli ottici optometristi che avessero necessità di rinnovare l'arredo è decisamente ben strutturato, a partire dal primo incontro conoscitivo con analisi dettagliata di tutti gli aspetti tecnico, funzionali, estetici, commerciali, ecc., fino all'installazione di ogni elemento d'arredo realizzato a misura su disegno, passando

attraverso alle numerose fasi di contorno, non ultimo la cantieristica e la comunicazione visiva. DS Team completa ogni realizzazione con stampe digitali, visual luminosi, insegne interne ed esterne studiate graficamente e prodotte digitalmente con personale specializzato interno. Qualsiasi fornitura personalizzata ha un'anima, frutto di uno studio specifico e personale; le idee, i consigli e il lavoro di progettazione richiedono impegno e dedizione, "affidarsi" significa ottenere il meglio dal professionista selezionato per un risultato finale perfettamente coerente con le vostre aspettative.

CAFÈNOIR | OPTO TEAM

Occhiali per ogni occasione

LA COLLEZIONE CAFÈNOIR È UN'ELEGANTE FUSIONE DI STILE E FUNZIONALITÀ.

Progettata per soddisfare le esigenze di chiunque cerchi un accessorio distintivo, la **collezione P/E 2024** comprende una vasta gamma di montature da vista e da sole. **Design moderni, materiali di alta qualità e dettagli raffinati** ne segnano lo stile. Per quanto riguarda gli **occhiali da vista**, la collezione offre una varietà di opzioni: dalle montature classiche in acetato a quelle più minimaliste in metallo. Per adattarsi a ogni stile e personalità, sono disponibili in una gamma di colori accattivanti, dalle tonalità neutre ai colori vivaci e audaci. La **collezione sole** offre un mix di design classici e contemporanei. Le lenti sono disponibili in una varietà di sfumature e finiture per garantire una protezione ottimale dai raggi UV e uno stile impeccabile. Ogni montatura della collezione **CAFÈNOIR** è attentamente lavorata per garantire una vestibilità comoda e duratura. I dettagli assicurano una vestibilità personalizzata e stabile, mentre i loghi discreti e gli elementi decorativi sottili aggiungono un tocco di raffinatezza senza tempo. Inoltre, offre modelli specifici per uomo e donna, per adattarsi a una vasta gamma di gusti e preferenze. Che si tratti di un look casual da tutti i giorni o di un'elegante dichiarazione di moda, l'eyewear CAFÈNOIR offre la soluzione perfetta per ogni occasione.



CAFÈNOIR®
EYEWEAR



CAFÈNOIR®
EYEWEAR

CALVIN KLEIN JEANS

This is Love

CALVIN KLEIN JEANS EYEWEAR CREA UNA COLLEZIONE IN EDIZIONE LIMITATA DEDICATA AL PRIDE.

Calvin Klein Jeans Eyewear

presenta gli occhiali da sole in edizione limitata della **collezione Pride**, montature **gender-inclusive** che lasciano il segno con le loro silhouette audaci e spigolose e con gli strati luminosi che ne amplificano la dimensionalità. Realizzate per il 60% in resina di origine vegetale, le creazioni divertenti e vivaci sono dotate di lenti in Tritan™ Renew, con fino al 50% di componenti riciclati. **This Is Love**, la nuova campagna **Pride 2024 di Calvin Klein**, incarna lo spirito allegro e disinvolto del Pride esaltando, al tempo stesso, la nuova collezione underwear e apparel. Calvin Klein è fiera di aver destinato, dall'inizio del 2024 a oggi, più di 240.000\$ a ONG che si battono per l'uguaglianza e la sicurezza delle persone LGBTQIA+, comprese le donazioni devolute ai fondamentali partner dell'azienda ILGA World e Transgender Law Center.

CKJ24604S

Con una struttura composta per il 60% da resina di origine vegetale e lenti in Tritan™ Renew, i nuovi occhiali da sole Pride vantano un design gender-inclusive dal frontale esagerato, di forma rettangolare modificata, e aste ampie in nuance coordinate, valorizzate dal monogramma Calvin Klein. Il look è disponibile in quattro combinazioni cromatiche color-block: Grey/Yellow, Grey/Fuchsia, Grey/Azure e Grey/Orange.

Gli occhiali da sole Pride 2024 di Calvin Klein Jeans Eyewear sono disponibili presso rivenditori selezionati in tutto il mondo.



CKJ24604S - Grey/Yellow



CKJ24604S - Grey/Fuchsia



CKJ24604S - Grey/Azure



CKJ24604S - Grey/Orange

KARL LAGERFELD

Spirito futuristico

COLORE, PERSONALITÀ, MATERIALI PREMIUM E GUSTO MODERNO DELINEANO LA COLLEZIONE EYEWEAR P/E 2024 DI KARL LAGERFELD.

Silhouette moderne e tonalità ricercate e trasparenti caratterizzano la selezione eyewear P/E 2024 di **KARL LAGERFELD**. Creata a partire da materiali ricercati, la collezione rivisita in chiave audace e raffinata i design eyewear di KARL LAGERFELD e arricchisce con un tocco di colore e individualità le montature confortevoli e di grande impatto. Il modello da sole unisex KL6142S, in iniettato leggero, valorizza il viso con un frontale rettangolare e una palette di colori vivaci e trasparenti, adatti a ogni estetica. Il contorno colorato tinta unita accentua i profili grintosi della montatura, che sono ulteriormente esaltati dall'anima visibile e dal logo KARL LAGERFELD in versione estesa sulle aste. Disponibile in Sky Blue, Grey, Light Brown e Sage. Il modello da vista KL6153 è realizzato in plastica iniettata leggera e impreziosito da una carismatica silhouette cat-eye. Proposto in colorazioni delicate e trasparenti, è reso ancor più speciale da un profilo colorato tinta unita che ribadisce la forte personalità del design trendy. In corrispondenza dell'anima metallica visibile all'interno delle aste è posizionato il logo KARL LAGERFELD in versione estesa. Disponibile in Rose, Grey, Azure e Violet.

La collezione eyewear KARL LAGERFELD è disponibile nelle boutique KARL LAGERFELD e online, al sito www.karl.com, nonché presso negozi di ottica premium e punti vendita specializzati in tutto il mondo.

KARL LAGERFELD: ICONA INDISCUSSA DEL FASHION

La Maison KARL LAGERFELD è l'espressione della visione iconica e dell'estetica del suo fondatore, Karl Lagerfeld, unita a uno spirito contemporaneo e futuristico. Celebrazione dello straordinario lascito dello stilista, il brand è animato nel profondo dalla sua passione, dal suo intuito e dalla sua inesauribile creatività. Coniugando classiche ispirazioni parigine e atmosfere rock-chic, il portfolio di KARL LAGERFELD comprende modelli prêt-à-porter per donna, uomo e bambino, la linea KARL LAGERFELD JEANS, borse, piccoli accessori in pelle, calzature, profumi, occhiali e molto altro ancora. La visione creativa del marchio è affidata alla guida del Design Director Hun Kim e la famiglia KARL comprende anche, tra gli altri, il Brand Ambassador e Product Consultant Sebastien Jondeau e la Sustainability Ambassador Amber Valletta. I consumatori possono scoprire KARL LAGERFELD in oltre 200 punti vendita su scala mondiale, con partner wholesale premium e franchising, e in destinazioni chiave come Parigi, Londra, Monaco, Dubai e Shanghai. Il brand può contare su una solida presenza digitale in Europa, Medio Oriente e Asia, nonché sul proprio flagship store virtuale KARL.COM. Nel 2019, KARL LAGERFELD ha aderito al Fashion Pact, un'iniziativa globale per la sostenibilità che intende trasformare il settore fashion fissando obiettivi in tre ambiti: clima, biodiversità e protezione degli oceani.



KL6142S



KL6153



KL6142S

NOT ORDINARY GUARANTEED
GET INSPIRED



CASUAL COOL GLAM **NOT ORDINARY** HIPSTER CHIC

KREUZBERGKINDER

Vibrazioni eclettiche

IL MARCHIO BERLINESE PROSEGUE IL SUO RACCONTO FATTO DI INDIVIDUALITÀ, FUSIONE DI CULTURE E LIBERTÀ DI PENSIERO.

Si parla molto di moda e di stile ma spesso non se ne capisce fino in fondo l'importanza. Nel corso degli anni, i media e la pubblicità hanno fissato standard di bellezza irrealistici, rafforzando gli stereotipi, che purtroppo hanno avuto e hanno ancora effetti profondi e importanti, soprattutto sui giovani, contribuendo a una bassa autostima e, paradossalmente, anche a problemi di salute mentale. Negli ultimi anni è nato però il movimento della Body Positivity,

un gesto radicale di amore e cura per sé stessi, che si oppone alle dittature della perfezione, il cui obiettivo non è quello di rovesciare i canoni di bellezza, bensì di allargarli. Fattori di questo cambiamento di rotta sono i Millennial che hanno portato anche un cambiamento dell'ideologia d'acquisto spingendosi sempre più verso il centro della scena, prosperando nel ricostituire le norme, reimmaginandole attraverso il caleidoscopio della loro filosofia. Al loro fianco si

collocano i marchi indipendenti, che hanno accolto e promosso questo cambiamento. Alla luce di queste considerazioni, è logico domandarsi cosa cerchino i nuovi acquirenti. La risposta è univoca: prodotti unici e significativi, costringendo il panorama della moda a evolversi in uno spazio più dinamico e inclusivo. Va da sé che l'influenza della tecnologia moderna su questo fenomeno sia innegabile. L'avvento dell'era digitale e delle piattaforme di e-commerce ha indubbiamente democratizzato l'area un tempo governata principalmente dai marchi di alta moda.

Kreuzbergkinder, animato dal desiderio di infrangere le norme e di abbracciare il limite, ha tenuto conto di questo aspetto fin dall'inizio. Il nuovo e-commerce online è stato progettato con questo obiettivo, invitando gli utenti a entrare nel loro mondo underground dove ogni marciapiede è una fuga, ogni sguardo è un momento di luce e l'essere se stessi è l'unica regola da seguire! In ogni occasione il marchio berlinese si è posizionato nel regno delle sfumature, uno spazio liminale tra le identità, osando gettare ombra sul conformismo, esplorando l'essenza non filtrata della cultura urbana



attraverso una nuova lente. *"Tutto ciò per incoraggiare l'individualità, la creatività e la crescita. Kreuzbergkinder esiste come promemoria per abbracciare il proprio spirito creativo e non scusarsi mai di essere se stessi"*, specifica l'azienda in una nota.

LA NASCITA DELLE BAD GIRLS

In questo contesto il marchio berlinese ha deciso di fare un passo avanti, in linea con il suo spirito avanguardistico e, di fronte a un mondo in cui le etichette sono spesso usate per definirci, fa una scelta precisa, scegliendo

di ridefinirle. Le consumatrici che lo scelgono sono di fatto **"Bad girls"**. Si tratta di coloro che decidono di infrangere le regole non per il gusto di farlo, ma per rompere gli schemi e abbracciare il vero io. Si tratta della forza di alzarsi in piedi, del coraggio di parlare e della sicurezza di essere uniche senza vergogna. Cosa significa, quindi, essere una "Bad girl"? Celebrare la propria personalità, essere forti utilizzando la propria resilienza come fonte di ispirazione, avere il coraggio di esprimere la propria verità. Kreuzbergkinder invita tutta le donna a liberare il proprio potenziale, senza indugi!

LONGCHAMP

Eleganza francese

PER LA CAMPAGNA DI COMUNICAZIONE DELLA **P/E 2024**, **LONGCHAMP EYEWEAR** HA SCELTO COME PROTAGONISTI DUE MODELLI, UNO DA SOLE E UNO DA VISTA, IN GRADO DI ESPRIMERE L'**ESTETICA INTRAMONTABILE** CHE LO CONTRADDISTINGUE.



068

CREDITI IMMAGINI: per gentile concessione di Longchamp Eyewear

CREDITI EDITORIALI: Longchamp Eyewear; modelli LO758S, LO2742L

La donna **Longchamp** può trovare le montature perfette per il suo stile chic, contemporaneo e cosmopolita nella collezione eyewear P/E 2024 del marchio e, in particolare, nelle silhouette audaci, nelle nuance radiose e nei dettagli squisiti che rendono unici i modelli da sole e da vista scelti per la campagna pubblicitaria di questa stagione. Influenzata dalla tradizione parigina e dall'appeal sofisticato della Maison, la selezione evoca la sua idea di eleganza francese abbinando forme e colori unici a materiali di prima qualità, come pelle, resine sostenibili e acetato leggero. Gli elementi più iconici di Longchamp sono reinterpretati in maniera raffinata in una rievocazione dell'estetica intramontabile che contraddistingue il marchio. Leggero e dotato di lenti Tritan™ Renew, il modello LO758S da sole in resina di origine vegetale sfoggia un frontale tanto sofisticato e aste ampie, più sottili in corrispondenza dei terminali e impreziosite dal logo Longchamp. Rifinito con una linea a contrasto che corre lungo i profili, il modello è presentato in tonalità audaci e carismatiche, come Honey, Black, Ivory, Purple e Red. Interamente realizzata in acetato e contraddistinta da un'audace silhouette a farfalla, la montatura da vista LO2742L presenta un sontuoso inserto in pelle sulle aste, piacevole al tatto e accompagnato da un elemento bambù Roseau color oro lucido, simbolo dell'identità del brand. Ritratta nella campagna P/E 2024 in Beige Havana, la costruzione è declinata anche in un Black tradizionale, in Havana e in Red Havana.

Gli occhiali da sole e da vista della campagna pubblicitaria P/E 2024 sono disponibili presso rivenditori selezionati, nelle boutique Longchamp e online, al sito www.longchamp.com



069



KEROS

MOREL

Un'estate radiosa

PER IL PRODUTTORE FRANCESE DI OCCHIALI **MOREL** SI PREANNUNCIA UNA **STAGIONE CALDA** RICCA DI **NOVITÀ**.

Una nuova collezione di occhiali da sole anima l'estate di **Morel**. Frutto di un perfetto equilibrio tra stile e comfort, le montature sono avvolte da un'allure di eleganza e da un forte contenuto artigianale. Scopriamole in queste pagine.

NAXOS

Modello al 100% in acetato, incarna tutta la femminilità di questa collezione. L'alto contenuto moda è sottolineato dalle tonalità intense del colore e delle trasparenze sottili abbinata a forme oversize. Il collage presente sulle aste intensifica il sofisticato contrasto, rendendolo l'accessorio definitivo per l'estate.

KEROS

Dedicato a un pubblico maschile, Keros privilegia la trasparenza declinando uno stile altamente raffinato. Per valorizzare i colori, la montatura trasparente consente generosamente alla luce di penetrare, creando riflessi sottili che mettono elegantemente in risalto ogni tonalità. Disponibile anche con frontale tartarugato, questo modello offre un'allure chic ed elegante con le sue linee moderne e slanciate.

AMORGOS

Per un'eleganza ancora più pronunciata, il modello Amorgos incanta per lo spessore di acetato. La sua forma pantos è rivisitata con rivetti decorativi che valorizzano elegantemente il motivo tartaruga delle aste larghe. Una vera dichiarazione di stile abbinata a un comfort meticolosamente progettato in ogni dettaglio.



AMORGOS



NAXOS

BAUSCH + LOMB

L'utilizzo dei social media come chiave di successo per l'ottico moderno

COSTRUIRE **RELAZIONI AUTENTICHE** PER RAGGIUNGERE IL **SUCCESSO**.

A cura di: **Nico Caradonna, consulente di marketing e personal branding per gli ottici. Blogger e podcaster del progetto Ottico del Web**

I social media sono diventati una presenza dominante nella vita degli italiani. Secondo gli ultimi rapporti del 2024, ben 43 milioni di persone utilizzano quotidianamente le piattaforme social¹. Questo dato impressionante riflette come l'uso dei social media stia sostituendo, e in alcuni casi abbia già sostituito, i media tradizionali come giornali e televisione nella ricerca di informazioni. Nel contesto del settore ottico italiano, questa tendenza offre spunti di riflessione significativi. Oggi, la ricerca di informazioni sulla visione e su tutto ciò che la circonda avviene prevalentemente sui social media¹. Piattaforme come TikTok e YouTube sono considerate dai consumatori risorse fondamentali per ottenere consigli e suggerimenti¹. Fino a pochi anni fa, tra il 2000 e il 2010, erano in pochi a prevedere l'impatto rivoluzionario che il digitale avrebbe avuto sulla presenza di mercato degli ottici. L'uso sempre più frequente dei social media ha trasformato le dinamiche e le opportunità per gli ottici professionisti. Grazie alla possibilità di condividere e diffondere ogni informazione esponenzialmente, tutto appare più fluido e fruibile. Osservare cosa funziona in altri settori può aiutare a pianificare strategie di social media marketing. La vera sfida risiede nell'adattare

verticalmente le iniziative e sviluppare una diffusione locale dei contenuti. Per sfruttare appieno il potenziale dei social media, è essenziale pubblicare contenuti coinvolgenti e utili, che catturino l'attenzione del pubblico. Evitare promozioni fredde e impersonali è cruciale: bisogna mostrare la propria unicità per creare un'affiliazione emotiva con il pubblico. Questo approccio consente di costruire relazioni autentiche che portano a una fidelizzazione duratura e a una maggiore attrattiva del negozio di ottica moderno. Lo sanno bene quei professionisti che hanno deciso per esempio di divulgare consigli sulle lenti a contatto e che, grazie ai social media, oggi sono seguitissimi influencer di settore. Nelle dinamiche social diventa sempre più importante l'interazione tempestiva e cordiale con commenti e messaggi, insieme alla creazione di una community online, considerati oggi pilastri per il successo sui social media. Trasmettere passione ed entusiasmo per il proprio lavoro, essere autentici e genuini nelle interazioni, sono chiavi per motivare le persone a scegliere il negozio di ottica in grado di presenziare al meglio lo spazio digitale. Questo contribuisce a fidelizzare i clienti e ad aumentare la visibilità del negozio.



Photo By storyset su Freepik

Nel marketing moderno, si è finalmente compreso quanto la qualità dell'interazione superi per importanza la quantità di follower. È preferibile avere un pubblico piccolo ma coinvolto e attivo rispetto a un ampio seguito privo di interesse. Un pubblico fidelizzato non solo è più propenso a effettuare acquisti, ma diventa anche un potente strumento di promozione attraverso il passaparola positivo. I social media offrono un'opportunità unica per i negozi di ottica di connettersi con il proprio pubblico in modo significativo. Adottando un approccio incentrato sulla creazione di relazioni genuine, sulla condivisione di contenuti di valore e sull'interazione costante, è possibile trasformare i social media in un potente strumento per il successo del proprio business. Le aziende lavorano quotidianamente per supportare i professionisti della visione, fornendo materiale coinvolgente e facilmente condivisibile sui social media. **Bausch + Lomb** offre una vasta gamma di contenuti social da pubblicare sulle vostre pagine, permettendo al pubblico di incuriosirsi e scoprire in modo semplice ed efficace le lenti a contatto.

Scannerizza i QR code per scaricare i contenuti social di Bausch + Lomb!



SCOPRI IL SOCIAL KIT DEDICATI ALLE LENTI A CONTATTO MULTIFOCALI



SCOPRI I SOCIAL KIT DEDICATI ALLE PROMOZIONI IN CORSO

Se vuoi approfondire l'uso dei social media nella tua attività professionale, iscriviti al **webinar** di Bausch + Lomb **"Gestione efficace dei social media: come elevare la tua produttività professionale"**, in programma per il **1° ottobre**.



SCANSIONA IL QR CODE PER REGISTRARTI!

REFERENZE

1. Turrini V., Digital 2024, I dati italiani, Feb 2024.

BLUDATA INFORMATICA

Come fare crescere la propria impresa?

FOCUS CRM, IL CRM INTEGRATO AL GESTIONALE, È LO STRUMENTO INDISPENSABILE PER LO SVILUPPO DELLE MODERNE IMPRESE.



PERCHÉ UN SOFTWARE CRM?

Un CRM ottimizza e automatizza l'organizzazione di servizi chiave come i richiami post-vendita, le campagne di marketing, e le comunicazioni transazionali. Pensa solo alla facilità di informare un cliente che i suoi occhiali sono pronti. **FOCUS CRM** è un software perfettamente integrato nel gestionale **FOCUS 10**, che consente una comunicazione più efficiente con i clienti e una migliore esperienza per i clienti che interagiscono con il centro ottico. È un software multicanale, che offre supporto all'ottico con

quattro mezzi di comunicazione: il telefono, gli SMS, gli SMS con link e l'app/console **Il Mio Ottico**. Inoltre, è disponibile la funzione Canali esterni, attraverso la quale puoi esportare la selezione di contatti destinatari di una comunicazione e inviare loro Email, messaggi WhatsApp, Telegram, lettere cartacee. **FOCUS CRM** è stato sviluppato per rispondere a queste esigenze e per offrire ai centri ottici i benefici dell'informatizzazione nella gestione della relazione post-vendita con il cliente. E, grazie all'integrazione con il software gestionale, ogni interazione con il cliente

I VANTAGGI DELL'UTILIZZO DI FOCUS CRM

• Automazione

Alcuni processi aziendali inerenti alle comunicazioni con i clienti possono essere automatizzati grazie alle funzioni di **FOCUS CRM**. In questo modo liberi tempo per concentrarti su attività a maggiore valore aggiunto.

• Connessione

Con **FOCUS CRM** è possibile unificare la gestione delle informazioni di comunicazione con i clienti, fornendo informazioni certe e aggiornate. Infatti, tutte le comunicazioni vengono tracciate e sono disponibili in **FOCUS 10**, nella scheda Anagrafica del cliente, nel tab Comunicazioni.

• Efficienza

Gli strumenti e le funzioni di **FOCUS CRM** garantiscono al centro ottico una maggiore efficienza nelle comunicazioni di richiamo post-vendita e nella gestione delle campagne. Il tempo necessario al centro ottico per risolvere i problemi dei clienti o avviare attività di upselling/cross-selling viene ridotto. Vengono, inoltre, eliminate le ridondanze nelle comunicazioni ed è possibile costruire interazioni altamente personalizzate.

• Qualità

Tutto ciò si traduce in un aumento della qualità degli output di comunicazione e dell'esperienza cliente. Oltre ai rapporti migliora anche la qualità dei dati oggetto di analisi. In pratica **FOCUS CRM** aumenta la qualità delle interazioni con i clienti, migliorando la loro esperienza e la percezione del tuo centro ottico.

viene centralizzata, fornendo una visione unificata che migliora sia la gestione che l'efficacia comunicativa.

MA COME FUNZIONA FOCUS CRM?

I dati inseriti nel software gestionale **FOCUS 10** possono riguardare l'anagrafica dei clienti, le forniture di occhiali e lenti a contatto o altri prodotti o servizi. Questi sono la base dei dati utilizzati da **FOCUS CRM** per creare cluster di destinatari di comunicazioni (campagne o attività cicliche). **FOCUS CRM** è uno strumento versatile, che consente ai diversi collaboratori del centro ottico di lavorare attorno

a un'unica visione condivisa della relazione post-vendita con il cliente.

L'INTERAZIONE CON GLI ALTRI STRUMENTI AZIENDALI

Uno dei principali punti di forza di **FOCUS CRM** risiede nella sua integrazione con il gestionale **FOCUS 10**. In questo modo è possibile unificare la gestione delle anagrafiche e arricchire **FOCUS CRM** di tutti i dati gestiti da **FOCUS 10**, fornendo informazioni sempre precise e aggiornate sia per la creazione delle comunicazioni, che per le analisi di retention.

ITAL-LENTI

Videocentratura precisa

EYEFIT SMART DESK PRO È SINONIMO DI INNOVAZIONE, FACILITÀ D'USO, EFFICIENZA OPERATIVA ED ESATTEZZA.

Nel mondo dell'ottica, la precisione è essenziale e le lenti devono essere centrate perfettamente per garantire una visione chiara e confortevole.

Ital-Lenti, azienda italiana leader nel settore, ha introdotto una soluzione innovativa per rispondere a questa esigenza: il **Videocentratore Eyefit Smart Desk PRO**. Questo strumento avanzato combina tecnologia all'avanguardia e facilità d'uso per migliorare l'esperienza del cliente e garantire una centratura precisa delle lenti.

COS'È EYEFIT SMART DESK PRO?

È un videocentratore di ultima generazione progettato per assistere ottici e optometristi nel processo di centratura delle lenti oftalmiche. Utilizza un sistema di rilevazione video per acquisire immagini precise degli occhi del cliente e dei parametri necessari per la centratura delle lenti, in funzione della montatura prescelta e della morfologia del volto. Questo strumento riduce al minimo l'errore umano, aumentando la precisione e l'efficienza nel processo di centratura.

CARATTERISTICHE PRINCIPALI

- **Precisione e affidabilità:** EyeFit Smart Desk PRO utilizza due videocamere per la centratura e per la presa dei parametri in posizione d'uso e una terza videocamera per la centratura da vicino. Le videocamere ad alta



risoluzione, permettono di rilevare con estrema precisione la posizione delle pupille rendendo i colori nella foto naturali.

- **Software avanzato:** per l'elaborazione dei dati, EyeFit Smart Desk PRO incorpora un software progettato per essere intuitivo e facile da usare. La compilazione della presa parametri è immediata, riducendo i tempi di attesa per il cliente e migliorando l'efficienza del servizio.
- **Esperienza del cliente migliorata:** la precisione del sistema non solo garantisce una visione ottimale per il cliente, ma migliora anche l'esperienza complessiva. I clienti possono vedere chiaramente i benefici delle lenti personalizzate grazie alla precisione della centratura.



VANTAGGI PER IL PROFESSIONISTA

L'introduzione di EyeFit Smart Desk PRO nel flusso di lavoro di un centro ottico comporta numerosi vantaggi:

- **Riduzione degli errori:** la tecnologia avanzata minimizza il rischio di errori nella centratura delle lenti, garantendo una qualità superiore e riducendo la necessità di rifare le lenti.
- **Aumento della fiducia del cliente:** La precisione e la qualità del servizio offerto aumentano la fiducia dei clienti, che possono contare su una visione ottimale grazie a lenti perfettamente centrate.
- **Efficienza operativa:** grazie alla velocità e alla facilità d'uso, EyeFit Smart Desk PRO permette di prestare consulenza a più clienti in meno tempo, ottimizzando le operazioni quotidiane.

EyeFit Smart Desk PRO rappresenta un passo avanti significativo nel settore. La centratura delle lenti è un processo critico che influisce direttamente sulla qualità della visione. Con l'adozione di tecnologie come EyeFit Smart Desk PRO, i centri ottici possono offrire un servizio di qualità superiore, distinguendosi dalla concorrenza e fidelizzando i clienti. In un mondo sempre più orientato verso la precisione e la personalizzazione, EyeFit Smart Desk PRO di Ital-Lenti rappresenta una soluzione innovativa e indispensabile per i professionisti della visione. Grazie alla sua tecnologia avanzata, facilità d'uso, non solo migliora la qualità del servizio, ma aumenta anche l'efficienza

operativa dei centri ottici. Ital-Lenti, con EyeFit Smart Desk PRO, conferma il suo impegno nell'innovazione e nella qualità, offrendo agli ottici uno strumento che rivoluziona il processo di centratura delle lenti. Per una migliore operatività nel Centro Ottico la versione di EyeFit Smart Desk PRO integra una colonna laterale dov'è inserito un frontofocometro, che può essere fatto rientrare nella base del tavolo quando non utilizzato tramite un pratico sistema di elevazione. In conclusione, questo videocentratore è un investimento che si ripaga rapidamente in termini di precisione, efficienza e soddisfazione del cliente, ponendosi come punto di riferimento nel panorama delle soluzioni tecnologiche per l'ottica.

KONTAKT LENS V.A.O.

La differenziazione come chiave vincente

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

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

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

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



I PASSI PER CREARE IL PROPRIO MARCHIO:

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

COSA POSSIAMO OTTENERE CON UNA LINEA A BRAND PERSONALIZZATO?

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

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

PRODOTTI A BRAND & CO.

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

LUXE BEAUTY

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

WELLNESS, UNA NOVITÀ SETTIMANALE

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

- Innovazione;
- Unicità;
- Competitività.

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

TutorNET

ENTRA NEL NOSTRO MONDO

VISION^{Easy}

by TutorNET

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



ZerO



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



MENICON SOLEKO

I risultati dello studio Protect

A cura di: Ashley Tuan, Brett O'Connor, Sally M. Dillehay, Douglas P. Benoit
Affiliati: Visioneering Technologies, Inc., MyEyeDr, Jacksonville FL, ClinTrialSolutions, LLC.

IN QUESTO ARTICOLO VENGONO ILLUSTRATI I **RISULTATI** DELLO **STUDIO PROTECT CONTROLLATO RANDOMIZZATO** PER IL **CONTROLLO** DELLA **PROGRESSIONE DELLA MIOPIA** CON **LENTI A CONTATTO CON PROFILO DI POTERE CATENARIO** E **CONFRONTO CON REAL-WORLD STUDIES**.

Menicon ha recentemente condiviso i dati retrospettivi a interim a un anno dello **Studio Randomizzato Controllato (RCT) Protect™** condotto da **Visioneering Technologies, Inc.** produttore della lente a contatto **Menicon Bloom Day™**, la soluzione morbida giornaliera inclusa nel **Menicon Bloom™ Myopia Control Management System**, un approccio olistico per la gestione del controllo della miopia.

MODALITÀ

Per lo studio PROTECT, sono stati presi in esame bambini di età compresa tra 7 e i 13 anni con autorefrazione cicloplegica compresa tra -0,75D e -5D in otto strutture cliniche. I soggetti sono stati casualmente assegnati ai due gruppi di trattamento: lenti a contatto monofocali e lenti a contatto multifocali, con valutazioni primarie che includevano l'autorefrazione cicloplegica (CSER) e la lunghezza assiale (AXL). Sono state identificate le pubblicazioni di tre studi retrospettivi su bambini che indossavano queste lenti e analizzate per un totale di due anni. Infine, è stata analizzata la tendenza dei valori CSER e AXL osservati in questi studi.

FINALITÀ

Una lente a contatto morbida monouso giornaliera disponibile in commercio, che fornisce da 6 a 8D di potere positivo relativo in un'area dal diametro della dimensione media della pupilla dei bambini, ha dimostrato in precedenza l'efficacia per il controllo della progressione della miopia in diversi real-world studies. PROTECT è uno studio randomizzato controllato (RCT) multinazionale, in doppio cieco, che valuta l'efficacia e la sicurezza di queste lenti per il controllo della progressione della miopia nei bambini.



Viene presentato un confronto delle caratteristiche dei pazienti e dell'andamento dei risultati di efficacia tra i dati dei real-world studies e quelli del primo anno di ricerca dello studio RCT. L'analisi dei risultati del follow-up a un anno mostra che l'effetto del trattamento è stato di 0,41D, pari al 71% dell'errore refrattivo, rispetto al gruppo di controllo. In termini di lunghezza assiale, l'effetto del trattamento è stato di 0,17 mm, o del 61%, rispetto al gruppo di controllo. La variazione media della lunghezza assiale risulta essere di 0,11 mm nei bambini che indossavano la lente Menicon Bloom Day™. Il 64% dei soggetti non ha mostrato una progressione significativa (0,25D o meno). In relazione ai dati precedenti di sei anni¹ di ricerca, l'analisi dei risultati del follow-up a un anno mostra che l'effetto del trattamento è stato di 0,45D per l'errore refrattivo e di 0,17 mm per la lunghezza assiale rispetto al gruppo di controllo. Un altro studio indipendente² ha mostrato risultati simili: 0,23D per l'errore refrattivo e 0,17 mm per la lunghezza assiale rispetto al gruppo di controllo. Questi risultati supportano ulteriormente l'efficacia di Menicon Bloom Day™ come trattamento per rallentare la progressione della miopia nei bambini.

I RISULTATI

Nel PROTECT abbiamo 145 soggetti provenienti da Canada, Stati Uniti, Hong Kong e Singapore assegnati casualmente ai gruppi in esame per il trattamento. L'età media±DS era di 9,9±1,5 e il CSER di -2,4±1,3, senza differenze statistiche tra i due gruppi per età, sesso o razza. Le tre analisi retrospettive includono i dati di 106 soggetti statunitensi di età compresa tra 8 e 16 anni. L'età media e l'errore di refrazione (occhi destri) nelle analisi retrospettive pubblicate variavano da 10,3 a 12,0 anni e da -3,14 a -3,95D. Le variazioni analizzate erano

in media comprese tra 0,01 e 0,10D per CSER al primo anno e tra 0,08 e 0,28D al secondo anno (cumulativo). Due analisi hanno riportato AXL, con un allungamento medio di 0,03 e 0,08 mm al primo anno e di 0,06 e 0,15 mm al secondo (cumulativo). In tutti e quattro gli studi, la maggior parte dei bambini che indossano lenti a contatto con profilo di potere catenario ha registrato una variazione del CSER $\leq 0,25D$ all'anno. La variazione di CSER e AXL è stata ridotta di almeno il 50% all'anno rispetto ai gruppi di controllo. Sebbene vi siano differenze tra gli studi retrospettivi e gli studi controllati randomizzati, l'analisi e la correlazione dei loro trend fornisce una preziosa visione della coerenza delle prestazioni di questa lente a contatto in contesti pratici diversi. "Siamo entusiasti di constatare che i dati a un anno confermano la nostra fiducia nell'efficacia di Menicon Bloom Day™ nel rallentare la progressione della miopia nei giovani pazienti miopi. Noi di Menicon vogliamo supportare i professionisti della vista nel fornire i migliori strumenti per la gestione della miopia e questi risultati confermano il nostro impegno nei loro confronti e dei loro pazienti", ha dichiarato **Peter Nijhuis, direttore della divisione Myopia Management e Menicon Holdings B.V.**

REFERENZE

- Cooper J, O'Connor B, Aller T, Dillehay SM, Weibel K, Benoit D. Reduction of Myopic Progression Using a Multifocal Soft Contact Lens: A Retrospective Cohort Study. Clin Ophthalmol. 2022 Jul 4;16:2145-2155.
- Cooper J, Aller T, Smith EL 3rd, Chan K, Dillehay SM, O'Connor B. Retrospective Analysis of a Clinical Algorithm for Managing Childhood Myopia Progression. Optom Vis Sci. 2023 Jan 1;100(1):117-124.

POLYOFTALMICA

Precisione riconosciuta

GLI **AUTOREFRATTOMETRI** E **AUTOREF/KER** DEL BRAND GIAPPONESE **REXXAM ACCUREF R-800** E **K-900** SI DISTINGUONO PER **ATTENDIBILITÀ, PRECISIONE** E UN **DESIGN D'ECCELLENZA**.

Un design innovativo e futuristico è quello che risalta al primo impatto, tant'è che la **Rexxam** (brand che ha rilevato lo storico marchio Shin Nippon), ha vinto il **"Good Design Award"** in Giappone, premio assegnato dalla **Organizzazione Industriale Giapponese** per la **Promozione del Design**. Parte di tale apprezzamento estetico è sicuramente dovuto al nuovo sottilissimo monitor da 5.7" dotato di pulsanti "touch-screen" che è stato progettato su misura per facilitare l'operatore durante gli esami più difficili. Oltre ad avere un'inclinazione verticale, che permette un'ottima visibilità sia da seduti che da in piedi, il monitor si inclina anche orizzontalmente, permettendo all'operatore di avere accesso al paziente senza perdere la visuale sul monitor LCD, per supportare o semplicemente controllare l'esaminato durante l'esame. Questi modelli introducono anche altre importanti novità, come un indice di attendibilità delle misurazioni effettuate, la peculiarità unica di misurare il diametro pupillare sia in condizione mesopica che fotopica, una nuova modalità IOL con nuovi sensori, che controllano la distanza ottimale dall'apice corneale permettendo di misurare correttamente pazienti portatori di lenti intraoculari oppure con anomalie ai mezzi diottrici, esempio piccole ulcere corneali. Il diametro pupillare minimo per l'esame è di soli 2mm, grazie alla possibilità di diminuire la luminosità del target. La riconosciuta precisione degli **Autoref REXXAM** è stata ulteriormente migliorata risultando incredibilmente vicina alla



refrazione soggettiva. L'**Autoref R-800** e l'**Autoref/ker K-900** rispecchiano quindi quella che è la filosofia della Rexxam di offrire sempre uno strumento semplice e intuitivo nell'uso con la caratteristica principale di una incredibile affidabilità e precisione nel tempo. Grazie al nuovissimo software è ora possibile anche misurare il diametro corneale, mediante una funzionalità

di misurazione che sfrutta l'immagine della telecamera. Ricordiamo che tutta la linea di autorefrattometri Rexxam, può essere interfacciata al **forottero computerizzato DR-900**, fornendo all'operatore una stazione di refrazione completa ed automatizzata.

Per maggiori informazioni:
Tel. 0521 64 21 26 - www.polyoftalmica.it



Foto: Thomas Dalloiso
Modello: Saturnino

SATURNINO EYEWEAR

RODENSTOCK

Sempre più veloci e chiare

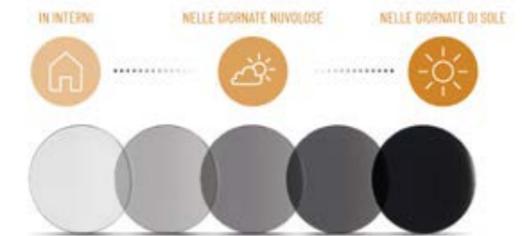
LE **FOTOCROMATICHE COLORMATIC® X RODENSTOCK** SONO SINONIMO DI UN'ESPERIENZA VISIVA SUPERIORE.



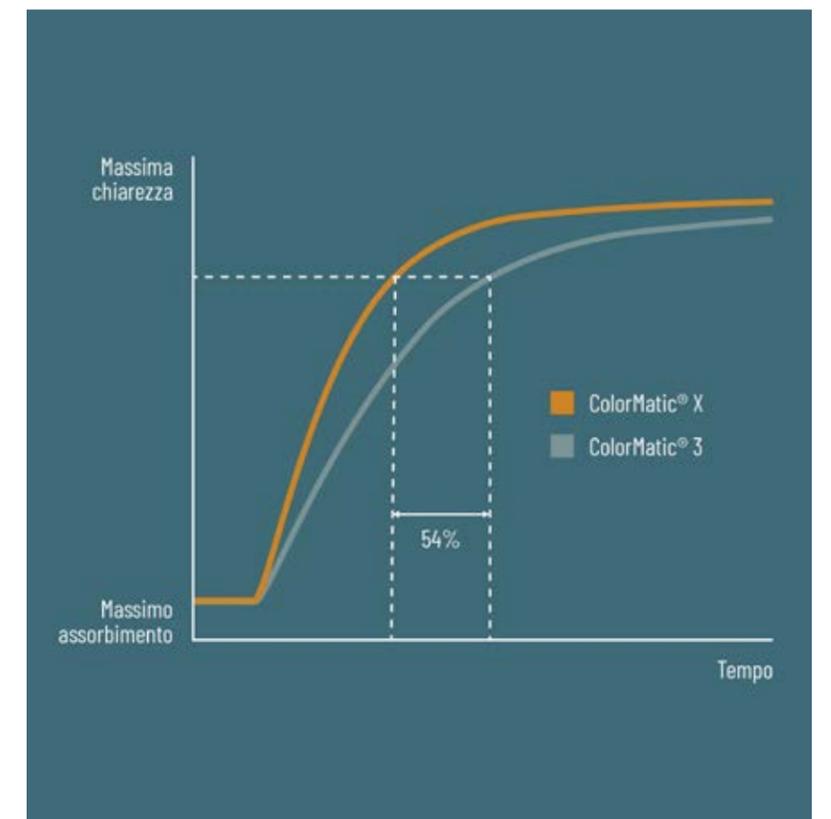
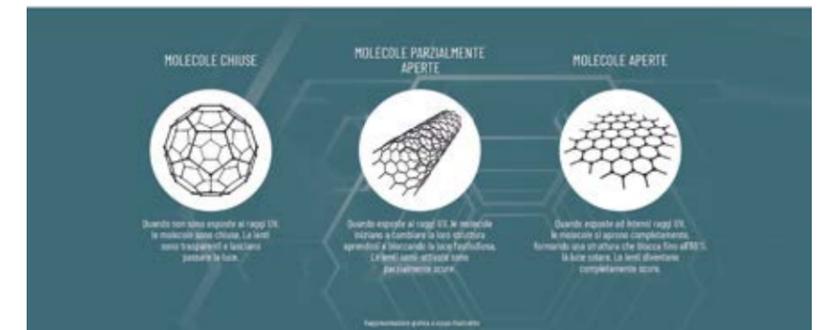
Le lenti fotocromatiche sono da sempre un elemento essenziale per chi indossa occhiali da vista o da sole. La capacità di adattarsi alle variazioni della luce, passando da chiare a scure, e viceversa, in modo rapido ed efficiente, rende queste lenti indispensabili per molte persone. La velocità è un elemento chiave in questa nuova tecnologia.

ColorMatic® X si distingue infatti per la sua incredibile velocità di schiarimento, superando di oltre il 54% le generazioni precedenti **ColorMatic® 3**. Questo significa un passaggio più rapido da una condizione di massimo scurimento all'esterno, a una condizione più chiara all'interno, garantendo un'esperienza visiva confortevole e dinamica in ogni situazione di luce. Ma la velocità non è l'unico punto forte di queste lenti. La tecnologia avanzata garantisce anche una trasparenza della lente fino al 95%, il che significa una visione chiara e definita in qualsiasi condizione di luce. Questa caratteristica è particolarmente importante quando si passa da ambienti esterni a interni, dove anche una lieve differenza di trasparenza e chiarezza può influenzare notevolmente il comfort visivo. Anche in termini di protezione, ColorMatic® X offre una protezione contro i raggi UV dannosi (100%), la luce blu artificiale e l'abbagliamento. Quando esposte ai raggi UV, le molecole delle lenti iniziano a cambiare la loro struttura, bloccando la luce fastidiosa e offrendo una protezione ottimale. Questo processo avviene in modo rapido ed efficace, garantendo una visione chiara e confortevole in ogni momento, particolarmente apprezzata da chi ha occhi fotosensibili. Disponibili nei colori Smoky Grey e Chestnut Brown in indice 1.6, le lenti ColorMatic® X sono progettate per adattarsi a qualsiasi stile e condizione d'uso. Grazie alla loro eccezionale velocità, nitidezza e performance, le lenti sono il compagno ideale per un'esperienza visiva superiore.

LA GRADAZIONE OTTIMALE IN OGNI SITUAZIONE



LENTI DINAMICHE PER IL MASSIMO COMFORT



TUTORNET



La forza delle comunicazioni

AUTOMATIZZARE LE COMUNICAZIONI PERIODICHE AI CLIENTI OFFRE DIVERSI VANTAGGI AL CENTRO OTTICO. TUTORNET RAFFORZA IL PACCHETTO CRM CON NUOVE FUNZIONI.

Fin dalla sua nascita, nel 2003, il gestionale **TutorNET** ha avuto la funzione di inviare messaggi SMS. Di conseguenza i nostri clienti ottici hanno sempre potuto inviare SMS a singoli clienti o gruppi di clienti. Nel 2021 TutorNET si arricchisce dell'**automazione totale** delle comunicazioni. Il motivo dell'uso degli SMS è semplicissimo: allo stato attuale è ancora il canale più efficace e valido per contattare i propri clienti. Ovviamente esistono anche altri canali, come i social network e le email: i primi vanno fatti gestire da agenzie e professionisti del settore, le seconde pagano un alto tasso di non lettura, dovuto ad anni di spam di ogni genere.

LE CAMPAGNE SMS: UNO STRUMENTO INDISPENSABILE E AUTOMATICO

Attivando le funzionalità del **pacchetto CRM**, saranno subito disponibili numerose campagne SMS, come le seguenti:

- richiami periodici per gli occhiali progressivi e non, con periodicità differenziate;
- invito a rinnovare il controllo visivo;
- messaggi di cortesia per i nuovi clienti e in occasione dei singoli acquisti;
- auguri di compleanno;
- memorandum per appuntamenti fissati;
- messaggi in occasione di periodi come mese della vista, o similari;
- e molte altre.

Queste campagne non costituiscono certo una novità, ma per molti ottici rappresentano un classico esempio di attività da sempre considerata indispensabile ma al contempo da sempre rimasta inattuata. La motivazione è banale: inviare richiami ai clienti in maniera continua e tempestiva richiede sicuramente due cose preziose. Tempo, non molto in verità, e costanza. Se il tempo lo possiamo trovare, il fattore che normalmente

fa fallire questo tipo di attività è la mancanza di costanza: si parte con entusiasmo per poi un po' alla volta dimenticarsi di compiere quelle operazioni giornalmente o settimanalmente. Il pacchetto CRM di TutorNET è indispensabile per completare e automatizzare le attività di comunicazione verso i clienti. Non appena terminata l'impostazione, supportati dal servizio di assistenza, della pianificazione delle comunicazioni, il gestionale TutorNET inizierà a inviare in autonomia SMS ai clienti, senza più chiedervi nulla. Le uniche decisioni che bisogna prendere sono quali campagne mettere in atto (anche tutte), con quali periodicità, giornaliera o settimanale, ed eventualmente personalizzare il testo del messaggio. All'interno del testo si possono inserire link a landing page che arricchiscono i contenuti inviati. Un contenuto interessante da inserire nell'SMS è, per esempio, il link alla pagina di Google My business o Facebook del centro ottico: in questo modo il cliente può scrivere recensioni sullo store o condividere i contenuti e, quindi, aumentare l'efficacia del messaggio inviato, coinvolgendo pubblico che al momento non è un cliente. Per quanto riguarda i costi dei messaggi, dipende da che operatore si utilizza. TutorNET da sempre ha scelto di non vendere direttamente i pacchetti di SMS, ma di lasciare l'ottico libero nella scelta tra gli operatori supportati.

LE DUE NOVITÀ 2024

Da quest'anno è possibile accedere a un listino particolare di **Skebby**, con un'offerta specifica per gli ottici che utilizzano il gestionale. Prossimamente verrà introdotto l'**interfaccia tra il gestionale TutorNET e WhatsApp**, per affiancare gli SMS come canale di comunicazione con i clienti.

Per maggiori informazioni:

Tel. 011 0465430 - commerciale@tutornet.it



EXPO OTTICA SUD

9° Salone mediterraneo specializzato per il Settore professionale dell'Ottica e Optometria

L'appuntamento con il Sud Italia e Malta



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

Sabato 19 - Domenica 20 - Lunedì 21 Ottobre 2024



Ingresso libero riservato solo agli Operatori del Settore

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

Alcon Italia

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

Bludata Informatica

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

D.A.I. Optical Industries

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

DS Team

46013 Canneto sull'Oglio MN
Via De Canal
Tel. 0376.1816144

Expo Ottica Sud

Per maggiori informazioni:
marketing@expoopticasud.it
Tel. 320.0437522

Ital-Lenti

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

Kontakt Lens

80078 Pozzuoli NA
Via Pisciarelli 79
Tel. 081.5706771

Kreuzbergkinder

10967 Berlin
Böckhstraße 26 - Germania
Tel. +49.30.54855841

Marchon Italia

Brand: **Karl Lagerfeld e Longchamp**
Viale Alpago 151 32015 Alpago BL
Tel. 800.700.60

Menicon Soleko

03037 Pontecorvo FR
Via Ravano snc
Tel. 0776.770901

Opto Team

Distributore di: **CAFÈNOIR Eyewear**
50145 Firenze FI - Via Pratese 132/10
Tel. 055.310186

Optox

Assistenza Clienti
assistenzaclienti@optox.it
Tel. 02.36635882

Saturnino Eyewear

20123 Milano MI
Via Maurizio Gonzaga 5
Tel. 02.78622340

Savile Row

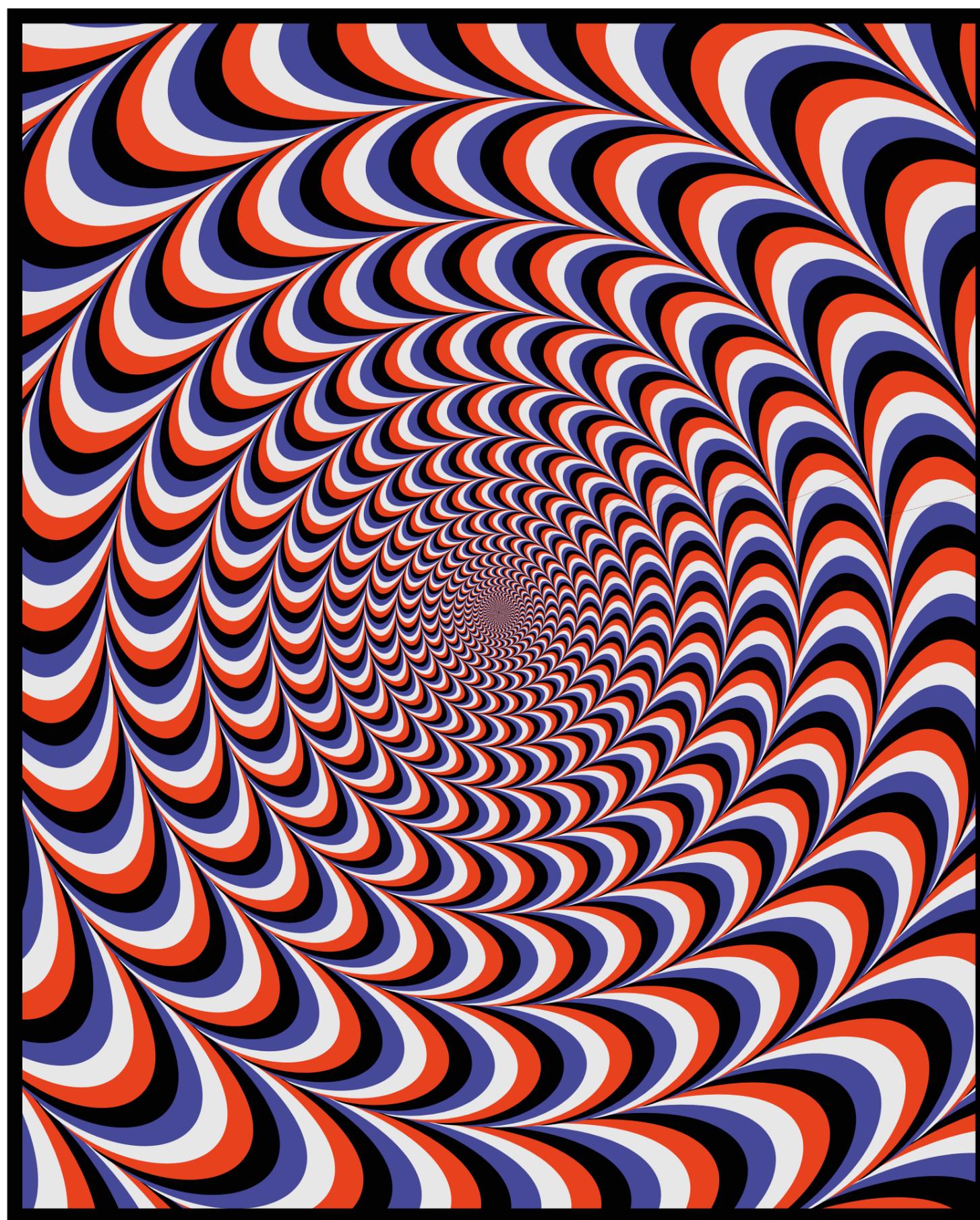
32040 Domegge di Cadore BL
Via Noai 5
Mail: danielle@savileroweyewear.com

SOPTI

00153 Roma RM
Via Alessandro Volta 15
Tel. 339.1298771

TutorNET

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



PRECISION 1™
LENTI A CONTATTO GIORNALIERE

SCEGLI IL COMFORT^{1,2}

DELLE LENTI A CONTATTO PRECISION 1™
PER I TUOI PORTATORI!



CON PIÙ DELL'80% D'ACQUA IN SUPERFICIE.³

Ideali per chi cerca un comfort che dura fino a fine giornata.^{1,2}



TECNOLOGIA SMARTSURFACE™

Per un comfort elevato fino a **16 ore.**^{1,2}

Disponibili anche per Astigmatici



**CON TECNOLOGIA
PRECISION BALANCE™**

Facili da applicare
come una lente sferica.⁴



Referenze: 1. Fogt J, Patton K. Long day wear experience with water surface daily disposable contact lenses. Clinical optometry. 2022(14):93-99. 2. Hines B, et. al. Clinical subjective performance of two daily disposable toric soft contact lenses. Poster presented at: American Optometric Association, Chicago. June 15-18, 2022. 3. PRECISION 1™ (DDT2) Lens with Smart Surface study; Alcon data on file, 2019. 4. Perez-Gomez I, Valente R, Vonbun H. Survey of patient and ECP satisfaction with a new daily disposable toric contact lens. Poster presented at 2021 American Academy of Optometry Annual Meeting; November 3-6; Boston, MA.
Lenti a contatto correttive. Sono dispositivi medici CE0123. Per l'utilizzo, la manutenzione, le precauzioni, le avvertenze, le controindicazioni e gli effetti indesiderati, consultare le istruzioni d'uso. Visitate il sito Alcon <https://ifu.alcon.com/> per importanti informazioni di prodotto. ©2024 Alcon. IT-PR1-2400086

Alcon

Un "Respiro" per le tue lenti ed i tuoi occhi



OPTOX

respilens[®]



www.optox.it

