

PO.

platform optic



COVERSTORY

**Francesca Benedetti
Stefano Bernabei**

INTERVIEW

**Riccardo Ciprian
Amélie Morel**

SPECIALE

Kids

Contiene I.P. - ISSN 2420-8795



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

THÉLIOS

LVMH Eyewear Excellence

Thélios nasce nel 2017 dal desiderio di LVMH, leader mondiale del lusso, di elevare l'occhiale a elemento essenziale delle collezioni delle sue Maison ed espressione autentica della loro creatività. Aprendo la strada ad una nuova esperienza di lusso nell'eyewear, Thélios presidia ogni fase della sua catena del valore, dall'ideazione alla distribuzione di occhiali da sole e montature da vista per le Maison LVMH. Grazie alla sua Manifattura all'avanguardia, situata a Longarone, Thélios è sinonimo di Alta Occhialeria: un savoir-faire avanzato, che unisce eccezionale creatività ed eccellenza manifatturiera. Thélios gestisce una rete di distribuzione altamente selettiva con una presenza commerciale diretta in tutti i principali mercati.

THELIOS.COM

DIOR

FENDI
ROMA

CELINE

LOEWE

GIVENCHY

STELLA McCARTNEY

KENZO
PARIS

BERLUTI

BVLGARI

TAG Heuer

FRED

BARTON PERREIRA

VUARNET

editorial



Angelo Dadda

#kids #sun #outdoor #vision #dopamine

Vita all'aria aperta.

Il sole è un potente antistress. Natura e salute sono strettamente collegate. L'Organizzazione Mondiale della Sanità conferma che trascorrere tempo all'aria aperta e in mezzo alla natura migliora la nostra salute, mitigando gli effetti dell'inquinamento, del cambio climatico e della distruzione della biodiversità. Quanta natura serve per stare bene? Bastano 2 ore alla settimana! Così in questo numero di P.O. Estate 2024 presentiamo il nostro consueto inserto "Speciale Kids" interamente dedicato ai prodotti, ai professionisti e alle aziende che si occupano di migliorare la qualità della visione dei bambini dagli 0 ai 14 anni e strettamente legato al benessere visivo, conseguenza di una vita sana e all'aria aperta. Questo editoriale lo voglio dedicare a un tema che mi sta molto caro, perché sono stato un bambino miope dalla nascita e i miei primi occhiali da vista mi aiutarono magicamente a vivere, vedere e "respirare" meglio, senza affanno. Erano gli anni '60, li amavo e li odiavo, mi limitavano nella vita sociale e nello sport, ma li tenevo con massima cura e a scuola grazie ai miei occhiali potevo anche sedermi all'ultimo banco... Desidero affrontare il tema della salute degli occhi dei giovanissimi. Un argomento che è strettamente legato alla qualità della nostra vita sicuramente migliorata negli ultimi decenni per ciò che riguarda il lavoro, l'istruzione, i servizi e le possibilità illimitate di comunicazione ma certamente peggiorata per quanto riguarda il rapporto del nostro corpo con il mondo esterno, con l'aria, con la luce, con il sole, con la natura. Viviamo una vita digitale, trascorrendo sempre meno tempo all'aperto e i nostri figli o i nostri nipoti, che potrebbero o dovrebbero essere obbligati a vivere il più possibile all'aria aperta in realtà passano la maggior parte del loro tempo in locali chiusi, a casa o a scuola, con la luce artificiale sempre accesa.

Ben inteso, non è che l'istruzione di per sé faccia male, è ovvio: però fa male passare troppo tempo concentrati sui libri e sui video e stare pochissimo all'aperto, anche giù in cortile o "in mezzo a una strada" dove siamo cresciuti in tanti, a Milano, a Roma, a Napoli. E così gli occhi dei bambini che soprattutto nel periodo della crescita dovrebbero "sforzarsi di meno" potendo guardare lontano, giocando e interagendo con i coetanei all'aria aperta, sono in realtà costretti a una continua iperaccomodazione visiva come accade davanti al display dello smartphone o anche dell'iPad usato per studiare o per guardare un film in cameretta. Oggi le autorità della salute stimano che il 30-35% dei ragazzi di età inferiore ai 14 anni sia miope, in pratica uno su tre. Sembra che si stia, tristemente, avverando la previsione dell'OMS di qualche anno fa, secondo cui metà della popolazione mondiale entro il 2050 sarà colpita da patologie oculari gravi (retina, glaucoma, cataratta), con notevoli rischi associati per i giovanissimi portatori di difetti visivi oltre le cinque diottrie. Quella che illustri professori di oculistica chiamano "miopidemia" (epidemia di miopia) che secondo gli studi più recenti e autorevoli si può in parte contrastare, con la cultura dell'informazione, il più largo uso di terapie esistenti (ottiche e farmacologiche) e vivendo il più possibile all'aria aperta. Perché il sole, sempre protetti da opportuni filtri meccanici e chimici, ci aiuta a migliorare i rapporti interpersonali, ci rende ottimisti, attivi e belli, ma soprattutto stimola la produzione della dopamina che contrasta l'elasticità e il conseguente allungamento del bulbo oculare (miopia). Il mio modesto consiglio allora è di sforzarci tutti di trascorrere più tempo possibile all'aria aperta e di trasmettere questa sana abitudine ai nostri figli come una terapia da assumere quotidianamente per poter vivere meglio. Buona lettura.

AGGIORNA LA TUA PROFESSIONALITÀ ESPLORA L'OFFERTA FORMATIVA IRSOO

TECNICHE DI REFRAZIONE MONOCULARE: OTTIMIZZARE LA PRESCRIZIONE

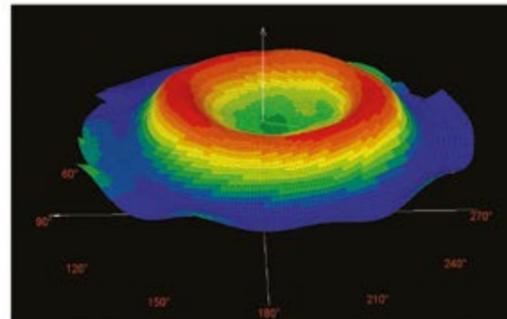


L'esame soggettivo della refrazione è il pilastro della pratica optometrica, l'attività di fondamentale importanza per il corretto trattamento del soggetto ametrope e presbite. Soltanto da un esame refrattivo corretto si potrà giungere ad una prescrizione efficace e confortevole.

Vinci e FAD, Settembre-Ottobre 2024

ORTOCHERATOLOGIA A 360°

Il corso di ortocheratologia è stato progettato per fornire una comprensione dettagliata e completa di questo campo specialistico dell'ottica e dell'optometria. Attraverso un approccio sistematico, il corso copre le basi teoriche, le tecniche applicative e la gestione clinica dei pazienti.



Vinci, Ottobre 2024

TECNICHE DI REFRAZIONE BINOCULARE: OTTIMIZZARE IL COMFORT VISIVO



Essenziali per ottenere il miglior comfort della prescrizione ottica e quasi sconosciute ad altri professionisti del campo oftalmologico, le tecniche di refrazione binoculare rappresentano l'apice dell'attività optometrica. Il corso si propone di diffondere tra i professionisti del settore queste tecniche ancora poco praticate dagli ottici e dagli optometristi italiani.

Vinci e FAD, Ottobre-Novembre 2024

003
EDITORIAL
Vita all'aria aperta

008
COVER STORY
Ingegno pionieristico

012
FASHION
Impronte indelebili

022
OVERVIEW
Le sfide della moderna società

026
OVERVIEW
A Parigi si immagina il futuro dell'ottica

028
EVENTS
Save the date

031
SPECIALE
Kids

062
INTERIOR DESIGN
The best of

064
TRENDS
Fashion

074
REVIEW
Focus

086
ELENCO
Inserzionisti

Contattaci per
ulteriori informazioni:

0571 567923
345 6743218

info@irsoo.it
www.irsoo.it

SCOPRI DI PIÙ

IRSOO Istituto di Ricerca e di Studi in Ottica e Optometria

istituto_optica_vinci

IRSOO - Istituto di Ricerca e di Studi in Ottica e Optometria

P.za della Libertà 18, Vinci (FI)



on the cover



FRANCESCA BENEDETTI
STEFANO BERNABEI
OPTIKID, ROMA (RM)

Foto by
GUIDO STAZZONI
RICORDI STAMPATI, MILANO

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.

PLATFORM
NETWORK

P.O. PLATFORM OPTIC
Mensile_numero 07/08_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



Proudly Made in Japan

RET700

TOPOGRAFIA, REFRAZIONE E CHERATOMETRIA IN MENO DI 3 SECONDI

SHIN-NIPPON
by **Rexxam**

- Computer integrato per database pazienti con monitor touchscreen
- Mentoniera elettrica
- Simulazione in fluorescina per applicazione lenti a contatto
- Opzione BUT per analisi rottura film lacrimale
- Opzione di visualizzazione ghiandole di meibomio

Ingegno Pionieristico

A ROMA C'È UN CENTRO OTTICO DEDICATO ESCLUSIVAMENTE AI BAMBINI: **OPTIKID**. DIETRO A QUESTA STRAORDINARIA REALTÀ CI SONO **FRANCESCA BENEDETTI** E **STEFANO BERNABEI**, UN DUO DI OTTICI CHE GUIDA L'AZIENDA E UNA COPPIA ANCHE NELLA VITA.

Paola Ferrario

Grazie a complicità e lungimiranza, empatia e apertura mentale, **Francesca Benedetti** e **Stefano Bernabei**, fondatori di **Optikid**, hanno reso possibile il primo centro ottico dedicato ai bambini. La loro capacità di muoversi con agilità tra diversi ambiti - Francesca è architetta e Stefano sceneggiatore - ha permesso di realizzare un sogno che inizialmente era solo di Stefano, ma che è diventato anche di Francesca. Innovatori in un campo che allora sembrava utopistico, hanno creato un modello complesso basato sui desideri e le necessità dei piccoli clienti. Anni di esperienza hanno permesso loro di sviluppare un approccio che include la consulenza di specialisti come psicologi e pedagogisti. La loro storia è splendida perché trasuda amore in ogni suo dettaglio.

STEFANO, SEI NATO COME OTTICO. È UNA TRADIZIONE DI FAMIGLIA?

Sì, mio padre e, a sua volta, il padre di mio padre, erano ottici.

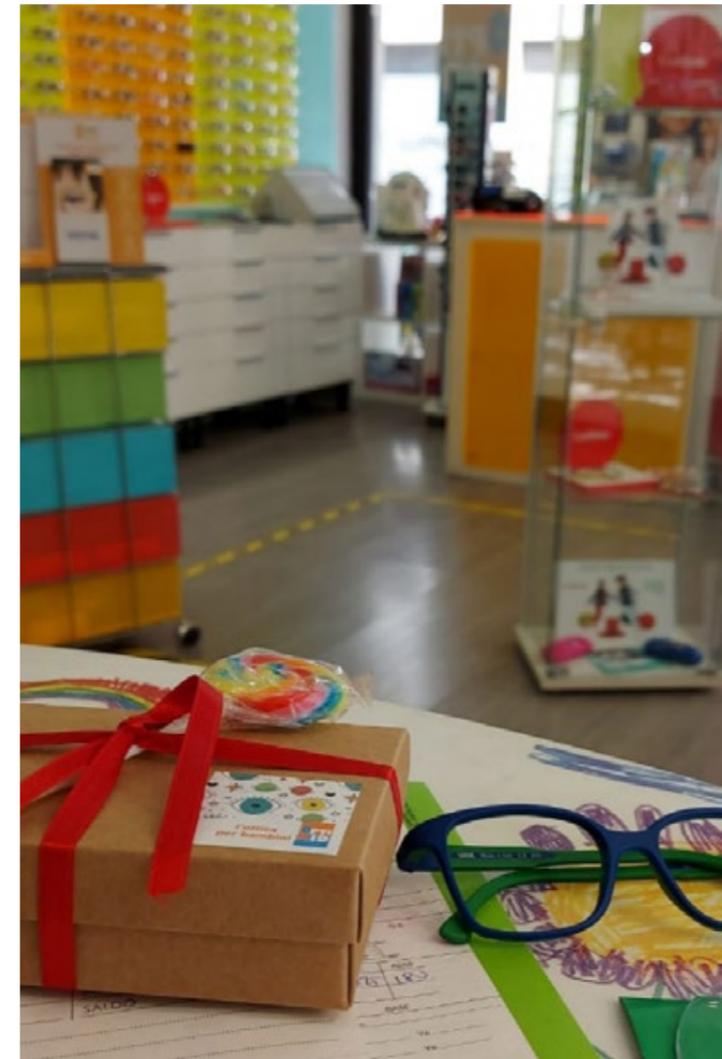
Ho iniziato a lavorare con lui in età adulta, provenendo da esperienze in settori completamente diversi: mi sono laureato in legge e ho lavorato come sceneggiatore. Tuttavia, il DNA ha prevalso e mi sono ritrovato nell'azienda di famiglia. Fin dall'inizio avevo il desiderio di creare un negozio attraente e accogliente per i bambini. Questo pensiero mi ha accompagnato per anni fino a quando ho incontrato Francesca. Ci siamo fidanzati, abbiamo iniziato a vivere insieme e, vent'anni fa, abbiamo realizzato il nostro sogno aprendo Optikid. La prima volta che ho alzato la serranda e sono entrato nel negozio, ho visto il mio sogno realizzarsi. È stata un'emozione unica che provo ancora oggi, perché non si può lavorare con i bambini senza pensare all'amore.

FRANCESCA, COME AVETE PENSATO DI CREARE UN CENTRO DEDICATO ESCLUSIVAMENTE AI BAMBINI?

AVETE INTEGRATO ALTRE COMPETENZE ED ESPERIENZE?

Sono entrata per caso in questo progetto, non sapevo nulla di ottica o occhiali, conoscevo solo la mia esperienza personale di bambina che ha portato gli occhiali molto presto. Ho avuto un rapporto complesso con questo oggetto, ma sapevo che Stefano voleva concretizzare il suo sogno. Abbiamo trovato un luogo ideale vicino al negozio dei genitori di Stefano, con caratteristiche particolari come stigliature di pregio provenienti dalle manifatture di Cinecittà. Mi affascinava l'idea poetica di un negozio che rappresentasse l'inizio di un viaggio. Così, quando si è liberato quel locale, abbiamo deciso di aprire lì il nostro negozio. Inizialmente mi sono occupata dell'allestimento degli spazi, rendendomi subito conto che non esistevano modelli a cui ispirarsi per esporre gli occhiali da bambino. Abbiamo dovuto inventare tutto. Mi sono appassionata a questo lavoro, tanto da prendere il diploma di ottico. Oggi mi considero un "architetto della visione".





COME MUTA IL VOSTRO APPROCCIO MAN MANO CHE I VOSTRI CLIENTI CRESCONO?

Stefano: Nel nostro settore, dobbiamo adattarci rapidamente ai cambiamenti. Le nuove generazioni hanno esigenze e passioni diverse, e molti genitori non trattano più i bambini come tali. Il nostro negozio deve essere flessibile e capace di adattarsi. Studiamo e collaboriamo con psicologi, pedagogisti e altre figure per capire dove e come apportare modifiche. Dobbiamo essere sempre pronti a inseguire i cambiamenti, come un leone che insegue una gazzella.

COME AFFRONTATE IL RAPPORTO CON I GENITORI CHE SPESSO

FANNO FATICA AD ACCETTARE GLI OCCHIALI PER I LORO FIGLI?

Francesca: Il genitore è spesso una persona che ha vissuto in modo negativo l'esperienza di portare gli occhiali. Apprezziamo i genitori che vengono a parlarci prima di portare i figli, perché possiamo dissipare le loro ansie. Con empatia e professionalità, riusciamo quasi sempre a gestire l'ansia dei genitori per poi dedicarci al bambino. Abbiamo anche coinvolto psicologi e pedagogisti per migliorare il nostro approccio.

AVETE IDEATO SOLUZIONI NEL LAYOUT DELLO STORE PER LIMITARE L'INFLUENZA DEI GENITORI NELLA SCELTA DEGLI OCCHIALI?

Francesca: Sì, abbiamo tolto gli specchi

con l'aiuto dei bambini, perché non si specchiano! L'occhiale deve essere scelto e sentito dal bambino. I bambini oggi vedono l'occhiale come un oggetto tecnologico e performante, e più tecnologia inseriamo, più saranno contenti. Ovviamente nel processo di scelta viene coinvolto anche il genitore, non è un elemento esterno o estraneo.

Stefano: Spieghiamo ai genitori che il bambino porterà l'occhiale solo se loro lo accetteranno. Il bambino spesso guarda l'espressione dei genitori per capire se l'occhiale va bene. Dobbiamo cercare di far sì che il bambino scelga in modo sereno, coinvolgendo anche il medico oculista e l'ortottista.

COLLABORATE MOLTO CON GLI ORTOTTISTI?

Stefano: Sì, tantissimo. Per otto anni non avevamo una sala di misurazione e lavoravamo solo su prescrizione. L'ottico deve conoscere le patologie del bambino, le peculiarità delle montature e delle lenti, e deve avere il coraggio di confrontarsi con il medico per raggiungere l'obiettivo terapeutico. Ancora oggi, per scelta etica e professionale, non misuriamo la vista ai bambini.

IL MERCATO DEI PRODOTTI PER BAMBINI È CONSIDERATO DI NICCHIA. AVETE AVUTO DIFFICOLTÀ A CREARE UN LISTINO PRECISO?

Stefano: Il mercato dei bambini ha una prospettiva internazionale. Alcune aziende

si sono lanciate nel business, ma altre ancora non sanno che direzione prendere. I primi anni non sono stati facili, ma abbiamo capito che bisogna avere uno spirito bambino per rapportarsi a questo mondo. Fare buoni prodotti per bambini creerà buoni portatori d'occhiali adulti.

Francesca: Siamo stati utili nell'intercettare e veicolare la domanda di prodotti che non esistevano, offrendo anche consulenza alle aziende. Ad esempio, abbiamo creato con Ital-Lenti un listino ad hoc.

ESISTONO POCCHI PRODOTTI DI CONTATTOLOGIA PER BAMBINI. STATE LAVORANDO ANCHE IN QUESTA DIREZIONE?

Stefano: Sì, ma non è facile instaurare rapporti con le multinazionali. C'è molto

spazio su cui lavorare, soprattutto pensando che un giovane portatore di lenti a contatto sarà un portatore anche da adulto.

COSA SUCCEDDE QUANDO I VOSTRI CLIENTI DIVENTANO ADULTI? LI SEGUITE ANCORA?

Francesca: Sì, abbiamo creato Visionarea, uno spazio per traghettare i nostri clienti cresciuti.

Stefano: Il range dei clienti va dai 12 ai 40 anni.

AVETE IN PROGRAMMA L'APERTURA DI ALTRI CENTRI SPECIALIZZATI PER BAMBINI?

Francesca e Stefano: Ci piacerebbe molto, ci stiamo pensando seriamente.

Paola Ferrario

Impronte indelebili

GÖTTI

GRAZIE ALLA PRODUZIONE ADDITIVA CON POLVERE DI POLIAMMIDE FINISSIMA, QUESTI OCCHIALI SONO LEGGERISSIMI. LE SUPERFICI CURVE FANNO RISALTARE I COLORI.



OLIVER GOLDSMITH

ORIGINARIAMENTE INDOSSATO E DISEGNATO PER AUDREY HEPBURN NEL FILM "CHARADE" (1963), IL MODELLO HEP È INDICATO PER LE DONNE DAL VISO PICCOLO. LA RIEDIZIONE LA TROVIAMO INDOSSATA NELLA SERIE NETFIX IN "EMILY IN PARIS".

ANA HICKMANN

IL BRAND, FRUTTO DELLA COLLABORAZIONE TRA GO EYEWEAR E LA CELEBRE MODELLO ANA HICKMANN, CREA MONTATURE ELEGANTI, COMBINANDO ELEMENTI CLASSICI CON UN DESIGN CONTEMPORANEO.

Le attuali shape dell'occhiale guardano ai modelli indossati dalle grandi icone di stile del passato e si reinventano.

Con la loro estetica accattivante e potente, gli occhiali rappresentano una forma d'arte in continua evoluzione, influenzati dalle personalità che li hanno indossati nel corso degli anni. Le icone di stile femminile sono state infatti determinanti nel definire le tendenze e a generare stili longevi, ancora attuali. Gli esempi sono tanti: dagli occhiali grandi di Jackie O a quelli neri di Audrey Hepburn, a quelli a gatto di Marilyn Monroe passando da quelli di Trinity in Matrix... In queste pagine, esploreremo attraverso le ultime proposte delle aziende come sia viva l'influenza nelle forme dei modelli che hanno scritto la storia.



ANDY WOLF

IL MARCHIO RIVISITA LA FORMA A GATTO DECLINANDOLA CON UN'ACCEZIONE MODERNA ED ELEGANTE.



BLUMARINE

LA GRANDE SHAPE TONDA È ENFATIZZATA DAL LOGO 'B' E DALLA DECORAZIONE CHE ALTERNA STRASS E MINUSCOLI DECORI COLOR ORO SULLE ASTE.



BULGARI

LA FORMA RETTANGOLARE AVVOLGENTE RIMLESS SI ARMONIZZA CON LE ASTE METALLICHE CON FINITURA DORATA, LE CUI LINEE SINUOSE RICORDANO LA FIGURA DEL SERPENTE.



CAFÈNOIR

L'ALTERNANZA TRA LINEE MORBIDE E RETTE CREA QUEST'OCCHIALE DA SOLE DAL FRONTALE RETTANGOLARE E MAXI.



CAROLINA HERRERA

OCCHIALE DA SOLE FEMMINILE IN HARD ACETATE ULTRA-LIGHT, REALIZZATO CON UNA TECNICA DI INCOLLAGGIO CHE SVELA INATTESI ABBINAMENTI CROMATICI TRA TONALITÀ DI AVANA E NUANCE PIENE O TRASLUCIDE.



CAFÈNOIR®
EYEWEAR

COSMOPOLITAN EYEWEAR

ELEGANZA E SEMPLICITÀ CONFLUISCONO NELL'OCCHIALE DA SOLE CM2404, QUI PROPOSTO NELLA VERSIONE BLACK. LA MODERNA FEMMINILITÀ È SERVITA.



DIOR

LADY 95.22 S21/F RAPPRESENTA UNA RIVISITAZIONE DELLA FORMA A FARFALLA, CON ANGOLI ACUTI E PROPONE IL MOTIVO "CANNAGE" SULLA CERNIERA METALLICA E SULLE ASTE. INOLTRE, È ARRICCHITA DA UN DELICATO LOGO "CD" SUI TERMINALI E DAL LETTERING "CHRISTIAN DIOR" ALL'INTERNO DELLE ASTE.

DSQUARED2

OCCHIALE DA SOLE UNISEX E TRENDY DAL DESIGN MINUTO E AVVOLGENTE IN METALLO. IL LOGO IN VERSIONE LETTERING È PRESENTE SULLA LENTE.



ETRO

OCCHIALE DA SOLE DAL TAGLIO ARROTONDATO E BOLD, ARRICCHITO DALL'ICONICO MOTIVO PAISLEY SQUISITAMENTE INCISO ALL'INTERNO DELLE ASTE.

FURLA

SFU777_700 SFOGGIA LINEE DECISE ED EDGY. IL TERMINALI COLOR ORO CONFERISCONO ELEGANZA E STILE.



CASA BATLLÓ × etnia O BARCELONA
GAUDÍ BARCELONA



KARL LAGERFELD EYEWEAR

LA MONTATURA LEGGERMENTE CAT-EYE KL6143S, REALIZZATA IN PLASTICA TRASPARENTE, È ESALTATA DA UN CONTORNO DI COLORE A CONTRASTO. LE ASTE LARGHE SONO ARRICCHITE DAL LOGO ESTESO E DAI DETTAGLI IN METALLO.



LANVIN

CON IL MODELLO LNV26565019001, LANVIN PROPONE UNA NUOVA VISIONE DELLA FORMA A GATTO DALL'ESTETICA ELEGANTE.



LINDA FARROW

GLI OCCHIALI DA SOLE ALEXIS HANNO UN'INCONFONDIBILE SILHOUETTE ANGOLARE FORMATA DA LINEE SLANCIATE E ANGOLI AUDACI.



LONGCHAMP EYEWEAR

ELEGANTE E OVERSIZE, LO754S DALLA CLASSICA FORMA A FARFALLA PRESENTA ASTE ARRICCHITE DA UN LUSSUOSO INSERTO IN PELLE, IMPREZIOSITO DALL'ELEMENTO IN BAMBÙ DORATO ROSEAU.



LOOK

BIG SHAPE PER QUESTO OCCHIALE DA SOLE IN ACETATO DELLA COLLEZIONE MODA SS24. TUTTI GLI OCCHIALI SONO REALIZZATI ALL'INTERNO DEL POLO PRODUTTIVO DELL'AZIENDA RIGOROSAMENTE IN ITALIA.



LUI JO EYEWEAR

LJ795S DELLA COLLEZIONE JOY PRESENTA UNA NUOVA FORMA SQUADRATA CARATTERIZZATA DALLA LAMINAZIONE IN ACETATO SUL FRONTALE, CHE CREA UN LOOK ALLA MODA E COLORATO.

cresciamo insieme

Dopo quasi 30 anni continuiamo con lo stesso impegno, godendo il percorso. Continuiamo ad essere pionieri, il motore per i nostri associati. Creiamo comunità, insieme siamo più forti.



Nuovo look, stesse radici

 **cecop**
Enjoy the community

CREA · RINNOVA · EVOLVI

MOSCHINO

MONTATURA DA VISTA FEMMINILE DALLA SILHOUETTE CAT-EYE PUFFY IN RESINA INIETTATA.



PRO DESIGN

SEMPLICITÀ E LINEARITÀ DELLE FORME DANNO LUCE A QUESTO OCCHIALE DALLA FORMA EVERGREEN.



VALENTINO EYEWEAR

V-SOUL II È UNA CELEBRAZIONE POP ISPIRATA ALL'ICONICO VALENTINO VLOGO DEGLI ANNI '70. CON LA SUA FORMA A FARFALLA OVERSIZE, PROPONE UN OVERSIZE VLOGO SULLE ASTE. REALIZZATO IN GIAPPONE.



VICTORIA BECKHAM EYEWEAR

VB672S FA PARTE DEL NUOVO CONCEPT "VB CHAIN CORE WIRE". IL DETTAGLIO METALLICO INNOVATIVO, ISPIRATO ALL'ICONICA VB CHAIN POUCH BAG, AGGIUNGE UN TOCCO DISTINTIVO ALLE ASTE, RENDENDOLO L'ACCESSORIO PERFETTO PER OGNI GIORNATA.



VINYL FACTORY

IL MODELLO DA SOLE VSOWENSC2_1 SI VESTE DI FORME GRANDI E TONDEGGIANTE DELINEANDO UN INDISCUTIBILE CONCEPT DI ELEGANZA.



YALEA

SYA142_700 È UNA VERSATILE INTERPRETE DELL'ELEGANZA FEMMINILE MODERNA GRAZIE ALLE SUE LINEE BOLD E LINEARI. IL LOGO SULL'ASTA CHIUDE IL CERCHIO.



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

BAUSCH + LOMB

Le sfide della moderna società

Paola Ferrario

SECONDO L'OMS LA **SINDROME DA OCCHIO SECCO** È "LA **SINDROME MULTIFATTORIALE PIÙ DIFFUSA** AL MONDO NEGLI **ADULTI**, CON UN TASSO DI INCIDENZA INTORNO AL **13%**". PER POTER FARE FRONTE ALLA DISLACRIMIA SIA DEL PORTATORE, INCLUSO ANCHE QUELLO DI LENTI A CONTATTO, **BAUSCH + LOMB** HA IN PORTFOLIO **BLINK®**, UNA GAMMA DI **SOSTITUTI LACRIMALI VASTA E COMPLETA**. ABBIAMO APPROFONDITO L'ARGOMENTO CON **RICCARDO CIPRIAN**, **BUSINESS UNIT DIRECTOR VISION CARE** DI BAUSCH + LOMB ITALIA.

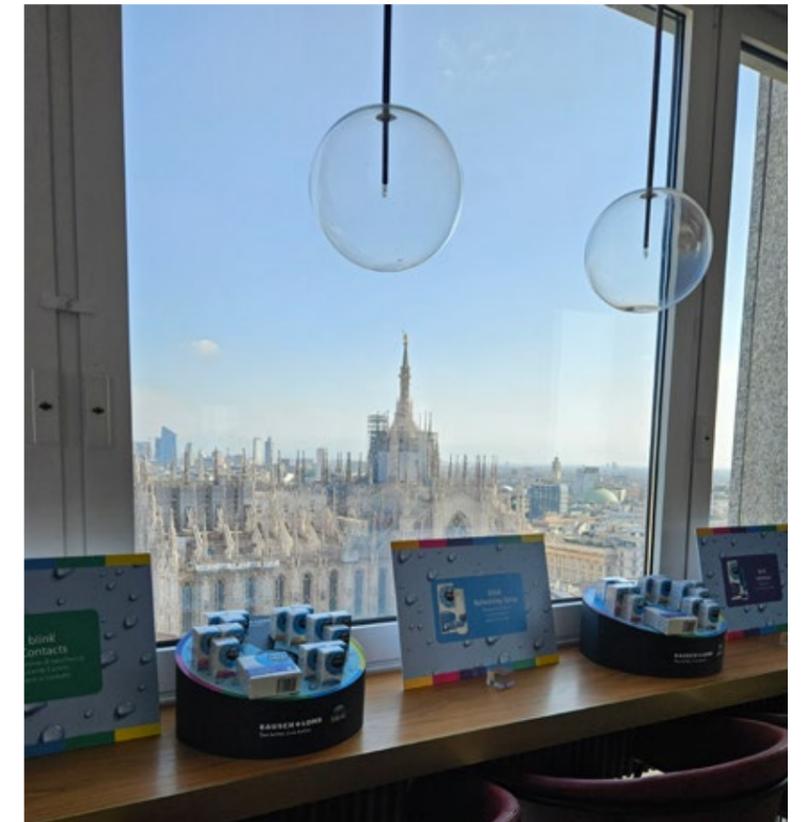


Riccardo Ciprian

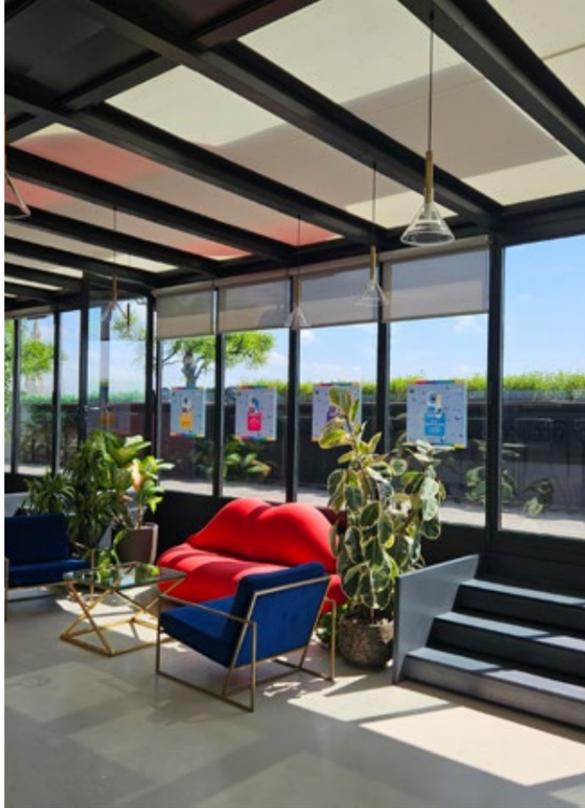
Lo scorso 10 giugno la Terrazza Martini a Milano ha fatto da sfondo alla prima tappa del tour dedicato alla gamma di sostituti lacrimali **Blink®**, entrati nel portfolio **Bausch + Lomb** nel 2023. La presentazione ha visto l'alternarsi come relatori sia la dirigenza dell'azienda rappresentata da **Riccardo Ciprian** - Business Unit Director Vision Care di Bausch + Lomb Italia, e da **Alessandro Protti** - Professional Relations Manager di Bausch + Lomb Italia, sia la classe medica con **Giuseppe Giannaccare**, professore ordinario di Malattie dell'Apparato visivo presso l'Università di Cagliari. Di grande interesse anche l'intervento di **Giancarlo Montani**, docente del corso di laurea in Ottica e Optometria all'Università del Salento. Gli argomenti trattati hanno visto l'approfondimento di diverse tematiche quali l'occhio secco, i test per la sua diagnosi, i criteri per valutare il film lacrimale all'interno dei centri ottici e l'anticipazione sul congresso TFSO, in calendario il prossimo autunno. Conosciamo meglio Blink® e l'approccio di Bausch + Lomb per il trattamento dell'occhio secco, attraverso le parole di Ciprian.

LA PRESENTAZIONE DI OGGI HA VISTO UNITE IN QUALITÀ DI RELATORI LA CLASSE MEDICA E IL MONDO DELL'OTTICA. QUESTO CONNUBIO VI CARATTERIZZA, CI RACCONTEREBBE IL PERCHÉ DI QUESTA SCELTA?

È assolutamente vero! Bausch + Lomb Italia da più di vent'anni opera su tantissimi ambiti che hanno come minimo comune denominatore il benessere visivo. Quindi, credo che l'atteggiamento più naturale da parte dell'azienda, e anche quello più spontaneo, sia quello di coesione sinergica tra mondi che, in realtà, vedono poi al centro lo stesso portatore e traggono beneficio dall'esperienza dei vari professionisti. L'argomento da cui siamo partiti oggi è il film lacrimale, che è soggetto a studi da parte di entrambi i mondi; l'idea era portare all'ottico una maggiore conoscenza su questo tema perché, quando si arriva



Giuseppe Giannaccare



a proporre una linea così numerosa, complessa e variegata come Blink®, è fondamentale che ci sia anche la preparazione, la capacità professionale di consigliare e comprendere quale sia il miglior sostituto lacrimale per ogni portatore. Questa è la ragione per la quale, a prescindere dall'acquisto in sé e dal rafforzamento dell'azienda nell'ambito dei sostituti lacrimali, crediamo fortemente nella formazione come veicolo di Blink®.

DICEVA CHE BLINK® È UNA LINEA VARIEGATA E COMPLESSA: DA QUANTI PRODOTTI È COMPOSTA?

Abbiamo creato sei formulazioni ma, in realtà, i prodotti sono sette perché ci sono i monodose: Triple Action, Intensive, disponibile in formato multi e mono dose, Refreshing, dotato di erogatore spray, Intensive Plus, che, grazie all'alta concentrazione di acido ialuronico, presenta una maggiore viscosità e quindi, non è adatto a chi utilizza Lac, e, infine, Contacts e Blink-n-clean, soluzione ottimale per i portatori di lenti a contatto.

È LA PRIMA VOLTA CHE PROPONETE UNA GAMMA DI SOSTITUTI LACRIMALI COSÌ DIVERSIFICATA?

Sì, è la prima volta che offriamo al mercato ottico una linea così profonda, così pulviscolare. Ciò allarga anche la possibilità di generare business per il centro ottico perché, come accennavo, all'interno di Blink®, c'è un prodotto specifico per i portatori di lenti a contatto e uno per le dislacrimie con prevalenza lipidica. Questi sono solo alcuni dei punti che legano i prodotti della linea e che consentono effettivamente una trattazione della sindrome dell'occhio secco piuttosto completa.

QUANTO TEMPO, SECONDO TE, L'OTTICO DEVE DEDICARE AL CLIENTE CHE ARRIVA PER COMPRARE UN PRODOTTO COME BLINK®?

La mia risposta sarebbe 30 secondi. Ma in realtà, se potessi, completarei addirittura la domanda. In questo momento il problema principale di un

mercato è la bassissima proattività del consumatore e la conoscenza, rispetto non solo alle soluzioni, in alcuni casi anche al disagio stesso. Quindi la maggior parte delle persone che non opera nel nostro settore accusa prurito, fastidio all'occhio, non riconosce le cause principali di questa cosa, non ne conosce le soluzioni, e fino a quando non parliamo di dislacrimie di forma grave, ci convive. In altre parole, non conosce che esiste una soluzione per portare sollievo ai propri disagi. In questo la vera sfida dei prossimi anni non sarà senza dubbio proporre al cliente il prodotto migliore, ma far conoscere al 98% della popolazione che i disagi subiti, provati ogni giorno, sono risolvibili. Sono questi i '30 secondi' che vorrei che ogni ottico concedesse a ogni singola proposta di vendita o di acquisto. Lo standard degli oculisti è proporre a tutti un sostituto lacrimale e il trattamento alle ghiandole di meibomio e anche gli ottici possono seguire questa strada per il benessere sia dei portatori



Alessandro Protti



Giancarlo Montani

di lenti a contatto sia di coloro che non le utilizzano. Focalizzandoci sui portatori, la lente a contatto, in alcuni casi, soprattutto se mal portata o mal mantenuta, può essere una causa di sensibilizzazione del film lacrimale, insieme ad altre come la nostra quotidianità che include l'utilizzo dei dispositivi digitali, il riscaldamento, l'aria condizionata, l'assunzione di farmaci, lo smog. Quindi, in realtà, è la popolazione intera a soffrirne; non è un caso che da anni l'Organizzazione Mondiale della Sanità presenta la sindrome d'occhio secco come la più diffusa al mondo nei soggetti adulti.

OGGI AVETE PRESENTATO BLINK® A MILANO. CI SARANNO ALTRI APPUNTAMENTI?

Sì, il prossimo sarà al ritorno dalle vacanze, a Roma il 2 di settembre in una location di prestigio. L'idea è di scegliere dei posti, come la Terrazza Martini dove ci troviamo oggi, in grado di trasmettere il concetto di eccellenza che caratterizza Bausch + Lomb.

A PARTE QUESTI DUE INCONTRI FORMATIVI PER GLI OTTICI, COME GESTIRETE LA PRESENTAZIONE COMMERCIALE PURA?

La finalizzazione dell'acquisto di Blink® da parte di Bausch + Lomb ha avuto la sua firma finale tra i mesi di giugno e di luglio del 2023, anche se poi in realtà il perfezionamento della gestione è avvenuto attorno alla fine dell'anno. Da gennaio ci siamo operativamente mossi nella vendita attiva dei prodotti e nell'organizzazione dei corsi di formazione. La nostra forza vendita ha in mano la possibilità di proporre il prodotto e il nostro orientamento è quello di riuscire a far trovare in ogni centro ottico una linea completa; quindi, non puntiamo sull'assoluta numerosità dei prodotti ma sulla presenza totale della linea, proprio perché una linea così bella, anche facile da comunicare in termini di colore, ha però poi nella sua finalità di soluzione in termini di comfort la migliore delle competenze.

AVETE CREATO UN MATERIALE AD-HOC PER IL CENTRO OTTICO?

Sì! Quello più iconografico è l'espositore da banco che richiama i colori del prodotto. L'idea era sviluppare un materiale con un duplice obiettivo: non occupare troppo spazio all'interno del centro ottico ed essere un punto di impulso sempre presente che ricordi al consumatore e all'ottico che è un prodotto universale e per il 90% dei casi è in grado di alleviare un disagio. L'optimum sarebbe posizionarlo di fianco alle casse.

PASSIAMO ALLA COMUNICAZIONE DIGITALE. QUALI SONO LE ULTIME RELEASE DELLA VOSTRA APP?

L'App viene rinnovata costantemente e, avendo molti prodotti nel nostro portfolio, abbiamo creato una sorta di 'servizio tecnico online' che permette all'ottico in maniera veloce e semplice di orientarsi. Le ultime novità sono l'ampliamento della parametria di ULTRA® ONEday e ULTRA® Multifocal for Astigmatism.

SILMO

A Parigi si immagina il futuro dell'ottica

Paola Ferrario

CROCEVIA INTERNAZIONALE DI **BUSINESS, INCONTRI CULTURALI, ANTICIPAZIONI SULLE TENDENZE E TECNOLOGIA, TORNA** - DA **VENERDÌ 20 A LUNEDÌ 23 SETTEMBRE AL CENTRO FIERISTICO PARIS NORD VILLEPINTE - IL SILMO PARIS.** IN QUESTA INTERVISTA **AMÉLIE MOREL, LA PRESIDENTE DEL SALONE,** CI OFFRE QUALCHE ANTICIPAZIONE.



Con oltre 900 espositori e 1.500 marchi provenienti da 144 Paesi, l'edizione 2024 di **SILMO Paris** si snoderà su una superficie di 75.000 m². Il Salone si pone come piattaforma di alto livello per offrire uno sguardo approfondito agli ultimi sviluppi tecnologici, alle innovazioni di prodotto e alle tendenze che stanno plasmando il futuro dell'industria ottica su scala globale. In un settore fortemente orientato al futuro, che ha visto un'importante attenzione all'impiego dell'AI e alla realizzazione di scelte sostenibili, la fiera mira a essere all'avanguardia nelle sfide estetiche e tecnologiche.

COME SARÀ ORGANIZZATO QUEST'ANNO IL TESSUTO ESPOSITIVO?

Il nuovo layout della scorsa edizione è stato apprezzato per la sua chiarezza e qualità. Per questo motivo, confermiamo la stessa configurazione dei padiglioni 6 e 7. È importante sottolineare che il Salone a oggi (ndr. l'intervista è avvenuta ai primi di luglio) è full booked, a testimonianza del continuo appeal di SILMO Paris e della qualità della sua accoglienza. Siamo lieti di accogliere oltre 900 espositori provenienti da più di 140 Paesi e 1.500 marchi distribuiti su 75.000 m² di spazio espositivo.

QUALI EVENTI CULTURALI, TAVOLE ROTONDE,

CONFERENZE CI SARANNO A SILMO PARIS?

Fedele al suo spirito di apertura e consapevole dell'importanza dell'anticipazione nel far progredire il settore, SILMO Paris sta sviluppando un ricco programma di conferenze, dibattiti, sessioni di formazione, workshop e altro ancora. È ancora troppo presto per potervi dare il programma completo: dovrete aspettare l'inizio di settembre.

COME VERRANNO SVILUPPATI I TEMI DELLA SOSTENIBILITÀ E DELL'INTELLIGENZA ARTIFICIALE?

Si tratta di due temi di grande attualità, già affrontati da numerose aziende del settore ottico e di grande interesse per gli organizzatori dell'area Futurology, che faranno luce su queste tematiche.

CI SONO MARCHI O AZIENDE CHE DEBUTTERANNO IN QUESTA DIREZIONE?

Sì, naturalmente! Molti degli espositori e dei visitatori sono clienti abituali di SILMO Paris e vengono al Salone anno dopo anno. Accogliamo anche i nuovi arrivati, attratti dalla qualità dell'accoglienza e dai servizi offerti da una fiera che si preoccupa tanto dei suoi espositori quanto dei suoi visitatori. Infine, ma non meno

importante, diamo il benvenuto agli espositori interessati alla portata internazionale del Salone, come Mikli, Thélios, Blackfin, Stepper e Design Shower.

PUÒ DARCI QUALCHE DETTAGLIO SULLA CERIMONIA DEL SILMO D'OR?

Ancora una volta, stiamo preparando la sede per la cerimonia, che sarà prestigiosa. Inoltre, celebreremo il 30° anniversario del SILMO d'Or, il che aggiungerà una dimensione ancora più festosa all'evento. Abbiamo in serbo per voi alcune grandi sorprese!

DEDICHERETE QUALCHE ATTENZIONE PARTICOLARE AL MERCATO ITALIANO?

Francesi e italiani sono cugini, condividiamo valori estetici e storie comuni. SILMO Paris e MIDO sono le due principali fiere internazionali del settore, e la presenza italiana in Francia e quella francese in Italia sono un modo per sottolineare l'importanza dell'Italia a Parigi.

PERCHÉ UN OTTICO ITALIANO DOVREBBE PARTECIPARE A SILMO?

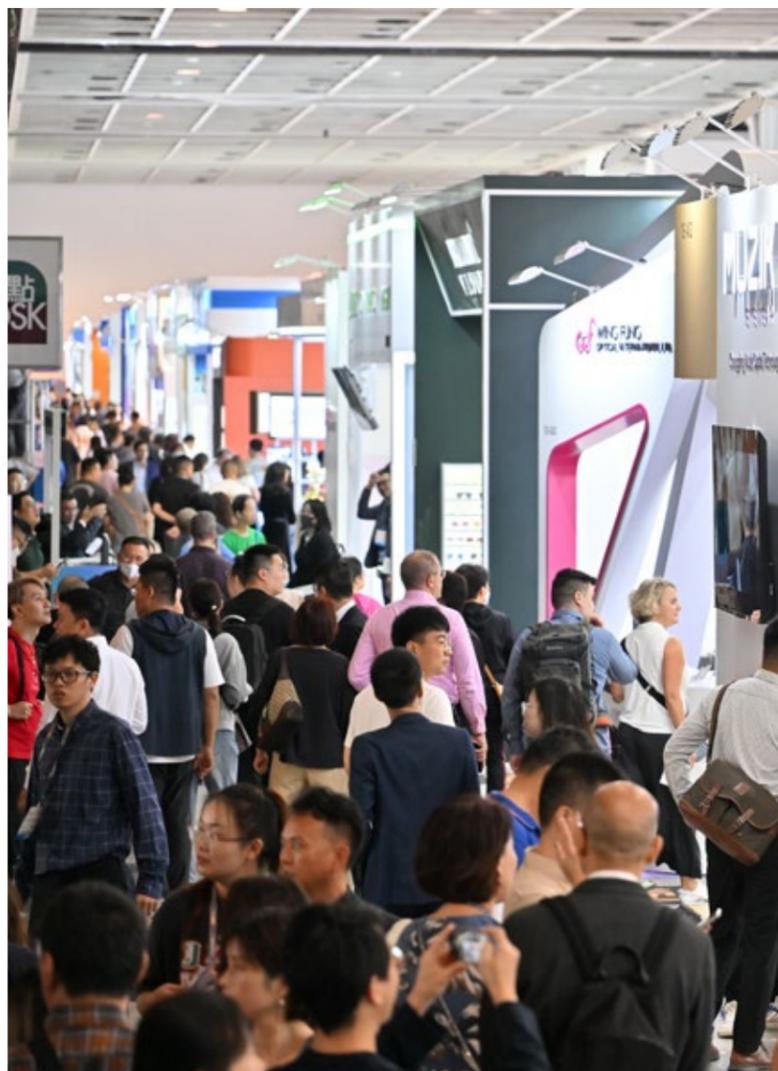
Per immergersi nel settore con tutti i protagonisti, per scoprire nuovi marchi e nuove collezioni. E poi per godersi Parigi, che dopo i Giochi Olimpici tornerà a essere piacevole!

HONG KONG INTERNATIONAL OPTICAL FAIR

Visioni internazionali da Hong Kong

DAL 6 ALL'8 NOVEMBRE L'HONG KONG CONVENTION & EXHIBITION CENTRE OSPITERÀ L'HONG KONG INTERNATIONAL OPTICAL FAIR.

Tornerà il prossimo autunno l'appuntamento con l'**HKTDC Hong Kong International Optical Fair**, il Salone che porta sulla scena internazionale stili ed esperienze visionarie, offrendo agli espositori l'opportunità unica di entrare in contatto con stakeholder d'élite provenienti da tutto il mondo. La fiera - organizzata dall'**Hong Kong Trade Development Council (HKTDC)** e co-organizzata dall'**Hong Kong Optical Manufacturers Association (HKOMA)** - forte dell'edizione record del 2023 con 13.000 acquirenti provenienti da 92 Paesi e regioni che si erano confrontati con 700 espositori, è quindi pronta a continuare la sua tradizione di offrire una visione ampia e completa del dinamico settore dell'industria ottica internazionale. Le categorie espositive della fiera sono infatti esaustive e comprendono lenti a contatto e accessori, montature e minuterie, accessori per occhiali, occhiali e accessori per bambini, lenti, occhiali da lettura, occhiali smart, occhiali sportivi e, strumenti diagnostici, accessori per lo shopping, strumenti optometrici, attrezzature e macchinari e soluzioni IT per l'industria ottica. Confermata anche per questa 14° edizione lo spazio che desta sempre



molto interesse: la **Brand Name Gallery**, sezione tematica dedicata a montature e occhiali d'avanguardia e di moda. Per facilitare la connessione fra i buyer e gli espositori, la fiera ha realizzato **EXHIBITION+**, un modello ibrido che, insieme alla piattaforma di smart business matching **Click2Match** e alla funzione

Scan2Match, consente di rimanere in contatto online prima e dopo la fiera fisica. L'appuntamento è quindi fissato dal 6 all'8 novembre 2024 presso l'Hong Kong Convention & Exhibition Centre.

Per maggiori informazioni:
www.hktdc.com/event/hkopticalfair/en
Registratevi per l'ingresso gratuito.

**SCANSIONA
IL QR CODE
PER IL SITO**



KIDS

Lenti per piccoli occhi

MYOPICA



Il nuovo catalogo lenti KIDS 2024 di Ital-lenti si amplia di nuovi prodotti dedicati ai portatori più piccoli, con un particolare focus sulle lenti MYOPICA per la gestione dell'evoluzione miopica ampliate nella gamma di materiali disponibili e range di correzione

ITAL•LENTI

LENTI DA VISTA ITALIANE

www.itallenti.com



SPECIALE
Kids

**I.R.S.O.O.
GLI OCCHI DEI BAMBINI
LE STAGIONI DELLA VISTA
CENTRO STYLE
DAI OPTICAL INDUSTRIES**

**ESSILOR®
GALILEO
HOYA
ITAL-LENTI
LOOK
MOKKI
SAFILENS
ZEISS VISION CARE**



A cura di **I.R.S.O.O.**

Come affrontare la miopia nei bambini: il ruolo del centro ottico e dell'optometrista

AUTRICE: LAURA BOCCARDO, I.R.S.O.O.

Spesso il centro ottico è il primo posto dove si rivolgono le persone che hanno un problema visivo, grazie alla distribuzione capillare sul territorio e alla facilità di accesso. Per quanto la gestione del bambino miope richieda molte competenze, a livelli diversi di specializzazione, probabilmente il momento più importante di questo processo si realizza proprio in occasione del primo approccio del bambino e della sua famiglia con un professionista della visione. La miopia sta diventando sempre più comune in tutto il mondo. In Asia quasi il 90% dei giovani sotto i 20 anni è miope e anche in Europa c'è una chiara tendenza all'aumento della miopia nei giovani, seppur con incidenza minore (Holden et al 2014). Innanzitutto, le famiglie devono essere informate sulla sempre maggiore diffusione di questo errore refrattivo e dei rischi di complicazioni visive nella miopia, correlate alla lunghezza assiale, all'errore refrattivo e all'età. Una miopia elevata aumenta il rischio di patologie oculari come cataratta, glaucoma, distacco della retina e degenerazione maculare miopica, che possono causare una perdita irreversibile della vista (Holden et al 2014). Negli ultimi decenni abbiamo assistito a una sempre maggior presa di coscienza del problema e sono stati proposti diversi metodi per cercare di prevenire l'insorgenza e rallentare la progressione della miopia (Huang et al 2016) (Fig. 1).

ARIA APERTA

L'attività di prevenzione e informazione da parte dell'optometrista inizia ancor prima che insorga la miopia. Diversi studi scientifici hanno dimostrato

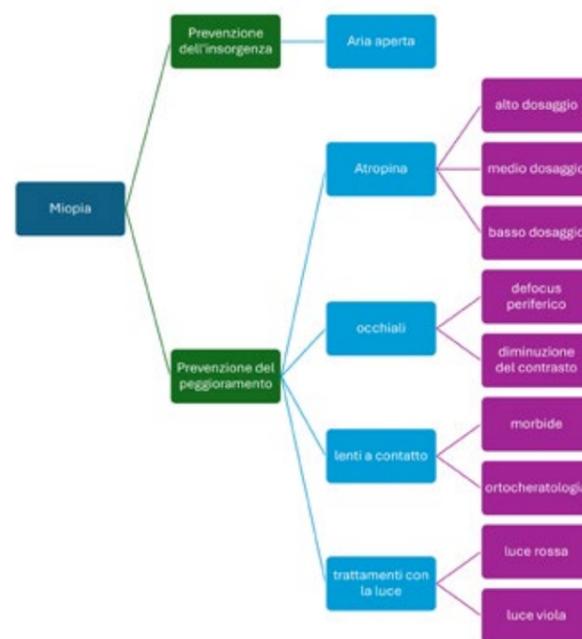


Figura 1: diversi metodi per prevenire l'insorgenza e rallentare la progressione della miopia

che trascorrere più tempo all'aperto, con giochi, sport e passeggiate, oltre a far bene al fisico e all'umore, riduce il rischio di sviluppare miopia nei bambini, senza alcun costo aggiuntivo o effetto collaterale negativo (Li, Min & Li 2024). A tutti i bambini si dovrebbero quindi prescrivere almeno quaranta minuti di attività ricreativa quotidiana in parchi, cortili e spazi aperti, in tutte le stagioni (He et al 2015). Altri studi (Zong et al 2024) hanno messo in evidenza una correlazione fra la diffusione della miopia nei bambini e il tempo trascorso davanti ai dispositivi digitali. Per quanto la correlazione sia evidente, tuttavia non è chiaro il rapporto di causa effetto. Infatti, l'impennata nell'aumento della diffusione della miopia è iniziata nei primi anni 2000 (Holden et al 2014), mentre il primo smartphone è uscito nel 2007 e si è diffuso fra i bambini solo dopo il 2010. Probabilmente, l'utilizzo dello smartphone è dannoso nella misura in cui contribuisce a ridurre il tempo passato all'aria aperta e quindi rappresenta solo un altro aspetto dello stesso fenomeno. Una volta poi che la miopia è insorta, con le conoscenze attuali, limitarsi a prescrivere un semplice occhiale con lenti negative a un miope in fase di peggioramento non è più deontologicamente accettabile. Fra i vari metodi proposti, alcuni si sono dimostrati più efficaci di altri. In alcuni casi l'intervento è stato addirittura peggiorativo, come nel caso della sottocorrezione (Yazdani et al 2021).

TRATTAMENTI FARMACOLOGICI

Esiste attualmente la possibilità di intervenire farmacologicamente sulla progressione della miopia, utilizzando colliri a base di atropina a basso dosaggio. Questi farmaci hanno dimostrato un'efficacia elevata, con effetti collaterali ridotti (Long, Shi & Li 2023). L'incidenza complessiva degli eventi avversi per l'atropina è stata del 5,9%. Le complicanze più comunemente riportate sono state fotofobia (9,1%) e visione sfuocata da vicino (2,9%). Altri eventi avversi, tra cui irritazione/fastidio agli occhi, reazioni allergiche, mal di testa, orzaio/calazio, abbagliamento e vertigini, si sono verificati in meno dell'1% dei pazienti. L'incidenza degli eventi avversi indotti dall'atropina varia a seconda delle dosi del farmaco e una dose più bassa è stata associata a una minore incidenza di eventi avversi (Sun et al 2023). È dovere dell'ottico e dell'optometrista informare le famiglie di questa possibilità, che può essere consigliata dall'oculista, soprattutto nel caso in cui la miopia si manifesti in tenera età e sia presente una elevata familiarità per questo difetto di vista. Ovviamente le gocce oculari hanno un effetto terapeutico sull'allungamento dell'occhio, ma non hanno alcun effetto correttivo, quindi, dovranno essere affiancate da una correzione ottica, su occhiale o lente a contatto.

OCCHIALI

Se la scelta correttiva ricade su un occhiale, la correzione deve essere aggiornata regolarmente e realizzata

utilizzando lenti oftalmiche specifiche, che inducono un defocus periferico mediante piccoli lenticoli di potere positivo, distribuiti nella periferia della lente (Bao et al 2022). Il potere e la distribuzione dei lenticoli possono essere diversi a seconda dell'azienda produttrice, ma l'effetto è piuttosto simile. Questo tipo di lenti è efficace nel rallentare la progressione della miopia e l'allungamento assiale di oltre il 60% rispetto all'uso di normali lenti monofocali (Lanca, Pang & Grzybowski 2023). Tutti i ragazzi, sia i più giovani, sia gli adolescenti, si adattano bene all'utilizzo di queste lenti e gli eventuali fastidi, come bruciore, visione sfuocata, mal di testa e fotofobia, sono generalmente molto lievi (Boccardo & Gatto 2024). Oltre alle lenti a defocus periferico, sono ora disponibili anche lenti che agiscono tramite una riduzione del contrasto e mostrano risultati incoraggianti (Rappon et al 2023). La correzione con occhiali può essere proposta a bambini di tutte le età, anche molto piccoli, e in tutti i casi in cui la famiglia desidera un trattamento il meno invasivo possibile, senza i rischi e le scomodità legati alle lenti a contatto o ai farmaci.

LENTI A CONTATTO

Per quanto riguarda le lenti a contatto, esistono opzioni che richiedono l'applicazione di lenti morbide o di lenti rigide. Le lenti morbide hanno un particolare design, che induce un defocus periferico e possono essere anche lenti giornaliere monouso (Fig. 2).

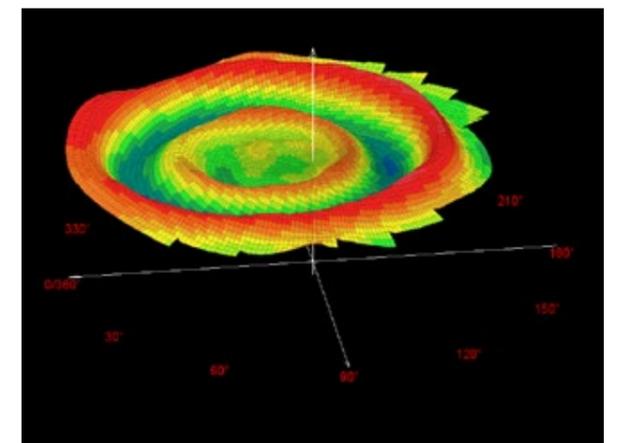


Figura 2: mappa topografica 3D della superficie anteriore di una lente a contatto morbida per il controllo della progressione miopica

I bambini possono ottenere un beneficio nel controllo della miopia indossando le lenti a contatto almeno cinque ore al giorno e i benefici aumentano portandole fino a otto ore al giorno (Lam et al 2014). Altrimenti possono essere usate in alternanza agli occhiali a controllo del defocus periferico, per una maggiore libertà durante le attività sportive e di movimento. I rischi sono gli stessi delle normali lenti a contatto applicate agli adulti e possono essere minimizzati con un corretto

uso e adeguate visite di controllo. Questa soluzione è particolarmente adatta per chi già usa lenti a contatto morbide per lo sport, desidera fare qualcosa per ridurre il peggioramento, ma non si sente a suo agio a usare lenti notturne e preferisce non utilizzare farmaci a lungo termine. Inoltre, può essere applicata sia a miopie molto lievi, sia molto alte. Non sono invece adatte per chi ha controindicazioni all'uso di lenti a contatto, non è disposto a imparare la manipolazione e rispettare le regole di corretto uso, non è disposto a seguire un programma di visite di controllo, vuole la libertà da qualsiasi mezzo correttivo durante il giorno, oppure vuole utilizzare le lenti a contatto solo saltuariamente.

ORTOCHERATOLOGIA

Se la famiglia desidera per il proprio figlio una completa libertà dalla correzione ottica durante il giorno, può optare per una correzione con lenti notturne per ortocheratologia (Fig. 3).

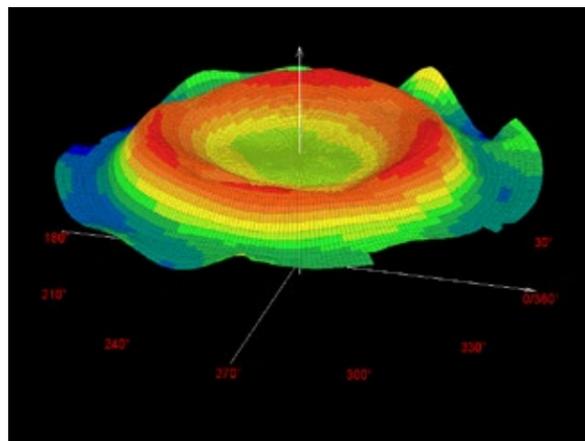


Figura 3: topografia 3D post ortocheratologia

Fra i mezzi ottici, questa è la soluzione che ha mostrato la maggiore efficacia (Lawrenson et al 2023) e che viene praticata da più tempo (Cho, Cheung & Edwards 2005). Il rischio di incorrere in complicanze dovute all'ortocheratologia è paragonabile a quello delle altre lenti a contatto, tuttavia, questa modalità correttiva non è applicabile in tutti i casi. In primo luogo, le condizioni oculari devono essere adeguate, la miopia non troppo elevata e, soprattutto, è necessario impegnarsi a portare le lenti ogni notte e seguire tutti i controlli prescritti. Le lenti a contatto monouso per il controllo della miopia e l'ortocheratologia notturna sono generalmente associate a un'alta compliance, forniscono una migliore qualità della vita legata alla visione rispetto agli occhiali e comportano un rischio molto basso quando utilizzate correttamente. La cheratite microbica è rara

negli utilizzatori di lenti a contatto ed è altamente improbabile che porti a una perdita permanente della vista, specialmente nei bambini. Inoltre, i benefici del controllo della miopia superano di gran lunga questi rischi (Bullimore, Jong & Brennan 2024).

TRATTAMENTI CON LA LUCE

Recentemente sono stati pubblicati alcuni studi sul trattamento con luce rossa di basso livello ripetuta, RLRL (repeated low-level red light), per ridurre la progressione miopica e l'allungamento dell'occhio dei bambini. Tuttavia, l'evidenza scientifica è ancora di basso livello e sono necessari studi clinici randomizzati più ampi, più lunghi e meglio strutturati per valutare l'efficacia e la sicurezza di questi trattamenti (Tang et al 2023). Altri studi stanno, invece, valutando l'effetto della luce a corta lunghezza d'onda. Poiché negli studi sugli animali è stato riscontrato che l'esposizione alla luce blu e viola inibisce lo shift miopico e l'allungamento assiale, Torii et al (2017) hanno suggerito che la luce viola, con una lunghezza d'onda di 360-400 nm, per lo più assente negli ambienti interni, potrebbe svolgere un ruolo nell'inibire lo sviluppo e la progressione della miopia. Sebbene questo approccio possa essere promettente, le prove relative al suo effetto sono attualmente molto limitate. Sono in corso ulteriori studi, tra cui alcuni in cui vengono testati occhiali che emettono luce viola (NCT06110520 2023, UMIN000036453 2019).

CONCLUSIONI

Qualsiasi sia la scelta della famiglia, nessun trattamento è definitivo, quindi può essere interrotto o modificato, cambiando modalità per rispondere al meglio alle esigenze e alle propensioni del bambino che cresce. Nessuna modalità di controllo della progressione miopica pregiudica poi la possibilità di ricorrere alla chirurgia refrattiva una volta che la crescita è finita e la miopia si è definitivamente stabilizzata (Ma et al 2022). Anzi, se la miopia è più bassa, anche la chirurgia può essere più semplice e con maggiori margini di successo e sicurezza. Tutti i metodi ottici descritti possono avere un effetto sulla qualità della visione, con aberrazioni e riduzione dell'acuità visiva a basso contrasto, che si notano soprattutto in condizioni di bassa luminanza o basso contrasto (Bickle et al 2021). La qualità della visione è generalmente accettabile per i bambini e migliora con l'adattamento (Huang et al 2020). Le famiglie devono anche essere informate che, per essere efficace, qualunque trattamento venga intrapreso deve durare per tutto il periodo di crescita dell'occhio. Può essere difficile stabilire a priori il momento di interrompere il trattamento, che comunque dovrà estendersi almeno fino alla fine dell'adolescenza e del periodo scolastico. In alcuni casi la qualità visiva offerta

dal trattamento potrebbe non essere compatibile con le crescenti esigenze dei giovani adulti. Inoltre, nel bilancio costi/benefici bisogna considerare che qualsiasi trattamento, a parte le modifiche di stile di vita, comporta una spesa aggiuntiva, che aumenta quanto più si prolunga il trattamento negli anni. Compito dell'optometrista è discutere i costi e le complicanze di ogni metodo e anche i rischi di non intervenire per nulla. L'analisi dei vantaggi e degli svantaggi non può essere svolta sulla base di opinioni o convenienze personali, ma solo facendo riferimento a evidenze scientifiche, in modo da fornire i migliori standard di trattamento sulla base delle esigenze e delle preferenze della famiglia, che è stata correttamente informata (Eppenberger et al 2024). Ogni centro ottico può decidere fino a che punto specializzarsi in questo campo, poiché la maggior parte degli interventi possibili sono di natura ottica e optometrica. In ogni caso, per offrire un servizio che risponda veramente alle esigenze del bambino e della sua famiglia è necessario creare una rete di professionisti specializzati, oftalmologi, optometristi, esperti di lenti a contatto ed esperti di ottica oftalmica.

REFERENZE

- Bao J, Huang Y, Li X, et al. (2022): Spectacle Lenses With Aspherical Lenslets for Myopia Control vs Single-Vision Spectacle Lenses. *JAMA Ophthalmol* 140: 472-478.
- Boccardo L & Gatto E (2024): Valutazione dell'adattamento alle lenti oftalmiche per la gestione della miopia nei bambini. *Platform Optics*.
- Bullimore MA, Jong M & Brennan NA (2024): Myopia control: Seeing beyond efficacy. *Optom Vis Sci* 101: 134-142.
- Cho P, Cheung SW & Edwards M (2005): The longitudinal orthokeratology research in children (LORIC) in Hong Kong: a pilot study on refractive changes and myopic control. *Curr Eye Res* 30: 71-80.
- Eppenberger LS, Grzybowski A, Schmetterer L & Ang M (2024): Myopia Control: Are We Ready for an Evidence Based Approach? *Ophthalmology and Therapy* 13: 1453.
- He M, Xiang F, Zeng Y, et al. (2015): Effect of Time Spent Outdoors at School on the Development of Myopia Among Children in China: A Randomized Clinical Trial. *JAMA* 314: 1142-1148.
- Holden B, Sankaridurg P, Smith E, Aller T, Jong M & He M (2014): Myopia, an underrated global challenge to vision: where the current data takes us on myopia control. *Eye (Lond)* 28: 142-146.
- Huang J, Wen D, Wang Q, et al. (2016): Efficacy Comparison of 16 Interventions for Myopia Control in Children: A Network Meta-analysis. *Ophthalmology* 123: 697-708.
- Lam CSY, Tang WC, Tse DY-Y, Tang YY & To CH

(2014): Defocus Incorporated Soft Contact (DISC) lens slows myopia progression in Hong Kong Chinese schoolchildren: a 2-year randomised clinical trial. *Br J Ophthalmol* 98: 40-45.

- Lanca C, Pang CP & Grzybowski A (2023): Effectiveness of myopia control interventions: A systematic review of 12 randomized control trials published between 2019 and 2021. *Front Public Health* 11: 1125000.
- Lawrenson JG, Shah R, Huntjens B, et al. (2023): Interventions for myopia control in children: a living systematic review and network meta-analysis. *Cochrane Database Syst Rev* 2: CD014758.
- Li D, Min S & Li X (2024): Are spending more time outdoors able to prevent and control myopia in children and adolescents? A meta-analysis. *Ophthalmic Res*.
- Long H, Shi MH & Li X (2023): Efficacy and safety of atropine in myopic children: A meta-analysis of randomized controlled trials. *Journal Français d'Ophthalmologie* 46: 929-940.
- Ma L, Xu M, Wang J & Niu X (2022): Analysis of the Reasons for the Discontinuation of Orthokeratology Lens Use: A 4-Year Retrospective Study. *Eye Contact Lens* 48: 335-339.
- NCT06110520 (2023): Violet Light for the Suppression of Myopia | Cochrane Library.
- Rappon J, Chung C, Young G, Hunt C, Neitz J, Neitz M & Chalberg T (2023): Control of myopia using diffusion optics spectacle lenses: 12-month results of a randomised controlled, efficacy and safety study (CYPRESS). *Br J Ophthalmol* 107: 1709-1715.
- Sun H, Bu F, Xin X & Yan J (2023): Incidence of Adverse Events Induced by Atropine in Myopic Children: A Meta-Analysis. *The Journal of Clinical Pharmacology* 63: 1377-1386.
- Tang J, Liao Y, Yan N, et al. (2023): Efficacy of Repeated Low-Level Red-Light Therapy for Slowing the Progression of Childhood Myopia: A Systematic Review and Meta-analysis. *Am J Ophthalmol* 252: 153-163.
- Torii H, Kurihara T, Seko Y, et al. (2017): Violet Light Exposure Can Be a Preventive Strategy Against Myopia Progression. *EBioMedicine* 15: 210-219.
- UMIN000036453 (2019): Exploratory Clinical Trial, Randomized, Double-Blind, Pseudo-Placebo-Controlled, Parallel-Group Study to Evaluate the Safety and Efficacy of TLG-001 in Subjects with Myopic School Children | Cochrane Library.
- Yazdani N, Sadeghi R, Ehsaei A, Taghipour A, Hasanzadeh S, Zarifmohamdi L & Heravian Shandiz J (2021): Under-correction or full correction of myopia? A meta-analysis. *Journal of Optometry* 14: 11-19.
- Zong Z, Zhang Y, Qiao J, Tian Y & Xu S (2024): The association between screen time exposure and myopia in children and adolescents: a meta-analysis. *BMC Public Health* 24: 1625.

“Gli occhi dei bambini”

È USCITA LA **PRIMA GUIDA COMPLETA** SULLA **SALUTE VISIVA DEI PIÙ PICCOLI.**

Dai dati del progetto **Sight for Kids**, nato nel 2008 dalla collaborazione di **Progetto Elisa** col **Lions Club International** per effettuare screening visivi precoci, sono emersi dati allarmanti: il 20% degli oltre 130 mila bambini esaminati necessita di un approfondimento oculistico, e il 5% di loro in tempi brevi. Per effettuare un'operazione di divulgazione su una tematica così importante e, soprattutto, essere un valido strumento per i genitori i cui figli hanno problemi visivi o, semplicemente, desiderano affrontare eventuali criticità, è nato il primo libro per rispondere alle domande più diffuse legate alla vista dei bambini: **"Gli occhi dei bambini - Guida alla salute visiva dei nostri figli"**. Scaturita dalla penna di **Enrica Ferrazzi**, fondatrice del **Progetto Elisa** e dell'oculista **Maria Antonietta Stocchino**, vede l'introduzione del **Professor Paolo Nucci**, **Presidente** della **Società Italiana di Oftalmologia Pediatrica e Strabismo** e di **Carla Tomasini**, la più famosa **pediatra influencer** d'Italia.

La guida approfondisce argomenti di diffuso interesse:

- La visita oculistica: come preparare il bambino e fare le domande giuste al medico.
- I problemi più comuni (miopia, ipermetropia, astigmatismo, pseudostrabismo, epicanto, ambliopia, daltonismo).
- Gli occhiali: come sceglierli e indossarli correttamente.
- Il primo soccorso e la prevenzione: tutte le buone pratiche e i consigli utili per i piccoli incidenti quotidiani.
- I rischi dei digital device e come gestirli con il proprio piccolo.



IL PROGETTO ELISA

Il progetto è stato fondato da Enrica Ferrazzi dopo aver vissuto le problematiche visive di sua figlia Elisa con lo scopo di fare divulgazione ed essere di aiuto ad altri genitori. L'associazione è attiva nella prevenzione dell'ambliopia con una duplice azione:

• sensibilizzare l'opinione pubblica sul tema della prevenzione visiva in età pediatrica, affinché eventuali deficit dell'acutezza visiva nei bambini possano essere individuati tempestivamente;

- contribuire all'individuazione precoce dell'ambliopia, detta anche "occhio pigro", attraverso l'organizzazione di screening visivi gratuiti in età compresa tra i 10 e i 22 mesi.

Negli anni, la community legata al progetto, @occhideibimbi, si è affermata come autorevole punto di riferimento e vanta la collaborazione di oculisti, ortottisti, optometristi, contattologi, educatori, psicologi, psicoterapeuti, pediatri, logopedisti e anche specialisti della nutrizione.

ENRICA FERRAZZI E MARIA A. STOCCHINO

Gli  **OCCHI**

DEI BAMBINI

GUIDA ALLA SALUTE

VISIVA

DEI NOSTRI FIGLI

INTRODUZIONI DI

PAOLO NUCCI E PEDIATRA CARLA

S *o* *voe*



Le stagioni della vista

IL DOTT. FEDERICO BARTOLOMEI, ORTOTTISTA NONCHÉ COORDINATORE DELLE ATTIVITÀ DI IPOVISIONE DELL'ISTITUTO DEI CIECHI FRANCESCO CAVAZZA E ORGANIZZATORE DEL CONVEGNO NAZIONALE DI AMGO-UICI, CI RACCONTA I CONTENUTI DELL'EVENTO IN CALENDARIO A SETTEMBRE.

Il 13 e 14 settembre 2024 si terrà a Torino, presso il Centro Congressi Lingotto, la prossima edizione del Convegno Nazionale AMGO-UICI dal titolo "Le stagioni della vista". L'evento, organizzato dall'Istituto dei Ciechi Francesco Cavazza in collaborazione con l'Unione Italiana Ciechi e Ipovedenti e con il patrocinio di IAPB-Italia, tratterà il tema della prevenzione e della riabilitazione visiva a tutte le età. Il format itinerante che lo caratterizza da sempre, ha l'obiettivo di diffondere capillarmente sul territorio nazionale i principi fondamentali per la promozione e la sensibilizzazione alla salvaguardia della vista e dell'autonomia personale. "Come sempre all'interno dell'evento, troverà ampio spazio la "stagione" pediatrica. Se è vero che ogni età della vita necessita di adeguate attenzioni per prendersi cura della vista, questo concetto è quanto mai valido per l'infanzia, periodo durante il quale un disturbo visivo non diagnosticato può provocare serie ricadute sul corretto sviluppo dell'apparato visivo. La prevenzione visiva in età pediatrica è quindi fondamentale in quanto non sempre è possibile per un genitore notare le avvisaglie di un problema e, a seconda dell'età, un bambino non sempre è in grado di avvisare il genitore della presenza di eventuale disturbo. Nel convegno che vedrà la partecipazione di relatori di fama nazionale e internazionale, si parlerà



anche di riabilitazione visiva come parte integrante del percorso di cura della persona", ha dichiarato a P.O. il Dott. Bartolomei. "Come sempre ci aspettiamo una ricca partecipazione di professionisti della visione appartenenti a tutte le categorie e provenienti da tutta Italia che renderanno questo appuntamento un momento di ritrovo e condivisione all'insegna della multidisciplinarietà, requisito fondamentale per seguire al meglio pazienti che necessitano di grande attenzione", ha concluso il Dott. Bartolomei.

Le stagioni della vista

La continuità delle cure in oftalmologia



13-14 settembre 2024
Centro Congressi Lingotto - Torino

Per informazioni e iscrizioni
www.amgo.it



PRESIDENTI
Mario Barbuto
Michele Reibaldi

SEGRETERIA SCIENTIFICA
Filippo Amore
Federico Bartolomei
Tiziano Melchiorre
Giorgio Ricci
Simona Trudu

SEGRETERIA ORGANIZZATIVA
Istituto dei Ciechi F. Cavazza
Bologna
formazione@cavazza.it
Tel. 051 332090
www.amgo.it

CREDITI
ECM



CENTRO STYLE

Vedere meglio il proprio futuro

DALL'EXPERTISE CENTRO STYLE, SVILUPPATA IN OLTRE 45 ANNI DI STORIA NEL SETTORE DELL'OTTICA, È NATO NEGLI ANNI 2000 IL BRAND **ACTIVE FRAMES** DEDICATO AL **BENESSERE VISIVO DEI BAMBINI** DALLA **NASCITA ALL'ADOLESCENZA**. IN AUTUNNO L'AZIENDA LANCIERÀ IL **PRIMO OCCHIALE PER NEONATI MADE IN ITALY**.

La filosofia che guida l'azienda e che si sintetizza nel pay off "around people", indica che dall'ideazione fino all'assistenza clienti si agisca nel rispetto delle esigenze specifiche delle persone e dei regolamenti. Per questa ragione **Active Frames** è nata in collaborazione con oculisti pediatriche, tenendo conto delle esigenze specifiche di ogni fascia d'età e nel rispetto di tutte le vigenti normative UE. Active Frames propone nove collezioni con caratteristiche tecniche differenti pur mantenendo in ognuna la leggerezza, morbidezza e flessibilità per offrire il massimo comfort della calzata in tutta sicurezza. Tutti i modelli sono studiati per garantire il costante mantenimento del centro ottico grazie anche al ponte anatomico e all'utilizzo di accessori ferma occhiale in silicone inclusi in ogni confezione. **Active Sun** e **Active Clip**, inoltre, sono le collezioni dedicate alla protezione solare garantendo il 100% della protezione dai raggi UVA e UVB. Con l'aumentare dei casi di miopia infantile, tutte le montature Active Frames consigliate dai 6 anni in su, sono state testate per valutare i modelli ideali per il montaggio di lenti a progressione miopica infantile. Grazie ai test effettuati è stato possibile consigliare ben 45 referenze in tre collezioni diverse. Un'ampia gamma di forme, colori e materiali per offrire non solo montature amate da chi le indossa



ma soprattutto performanti tecnicamente. Infatti, l'efficacia della lente correttiva dipende anche dalla montatura sulla quale viene montata.

COLLABORAZIONI AUTOREVOLI

L'impegno di Active Frames nel fornire le migliori soluzioni per il benessere visivo dei bambini continua, ogni giorno, anche grazie all'attivazione di un network di collaboratori dall'eccezionale autorevolezza. Dal 2022, infatti, l'azienda collabora con **Optikid**, il noto centro ottico di Roma (ndr. protagonisti della cover story di questo mese) che si è distinto negli anni per essere uno dei centri più autorevoli sul bambino del panorama nazionale nonché il più importante rivenditore in Italia del brand. Il team di Ricerca & Sviluppo dedicato al bambino, viene affiancato da **Francesca Benedetti** di Optikid con lo scopo di supportare la realizzazione di nuovi prodotti e di contribuire, con la sua esperienza, allo sviluppo di soluzioni che rispondano alle esigenze reali e quotidiane dei bambini. Inoltre, dal 2023, l'azienda può vantare la collaborazione di **Antonio Giovannini**, noto imprenditore nel settore dell'ottica per le montature da bambino. Grazie all'esperienza professionale di una vita, sta affiancando il team eyewear nello sviluppo del **primo occhiale Made in Italy** Active Frames per il **neonato** (0-2 anni) che verrà presentato

al mercato in autunno. Il progetto andrà ad arricchire la gamma esistente di **Active Soft** con sei forme realizzate in monoblocco con materiale ultraflessibile e ponte centrale. Il tutto accompagnato da una banda elastica che garantisca il mantenimento del corretto centro ottico e, come di consueto, un panno in microfibra e un astuccio coordinati.

LA COMUNICAZIONE DIGITAL

Il 2024 segna un grande traguardo per il brand che ha aperto il proprio profilo Instagram sul quale condivide tanti consigli utili per i genitori e offre soluzioni alle esigenze più comuni. Per farlo, anche in questo caso, ha da poco avviato una collaborazione con un partner d'eccezione con il quale condivide l'obiettivo di sensibilizzare il maggior numero di persone possibili sui temi della prevenzione e della salute visiva dei bambini: **Occhi dei bimbi** di **Enrica Ferrazzi**. Con lei, e non solo, Active Frames parteciperà anche a screening gratuiti in Italia per bambini in condizioni disagiate fornendo la montatura più adatta per le esigenze che verranno, di volta in volta, riscontrate.

LE INIZIATIVE PER IL BACK TO SCHOOL TRA RESTYLING E SOSTENIBILITÀ

Infine, grazie alla presenza capillare di 28 agenti sul territorio italiano, l'azienda può contare su una partnership consolidata con centinaia di ottici in Italia che hanno scelto l'offerta Active Frames per i loro negozi. A settembre, in occasione del back to school, verranno distribuiti materiali di comunicazione per il punto vendita al fine di sensibilizzare i genitori sul tema della vista prima del ritorno sui banchi di scuola, sia con materiali POP che digitali per la comunicazione sui profili social. Active Frames, infatti, ha effettuato un restyling dei materiali di visibility disponibili che vanno dall'espositore multiplo al singolo che sfruttano il nuovo simbolo del puzzle, scelto come elemento di gioco ma anche di coordinamento mano-occhio, fondamentale per il corretto sviluppo della vista dei bambini. A questi si aggiungono le couvette di presentazione e i cartelli vetrina tematici. Il tema del riciclo e riutilizzo è amato da Active Frames che all'interno di ogni pack propone un gioco



studiato con complessità crescente in base alla fascia d'età. In questo modo la scatola, 100% riciclabile, una volta consegnata al bambino può intrattenere i bambini con giochi che stimolino la loro fantasia, creatività e faccia loro aguzzare la vista. L'offerta dedicata al benessere visivo del bambino si completa con un'ampia gamma di prodotti dedicati al visual training pediatrico per migliorare l'efficacia delle abilità visive e alla riduzione visiva per lo strabismo e l'ambliopia.

DAI OPTICAL INDUSTRIES

La curiosità giovanile dietro l'innovazione

DAI OPTICAL INDUSTRIES È IN PRIMA LINEA DA DECENNI NELLA RICERCA DI **PRODOTTI INNOVATIVI PER L'OFTALMICA E IL MONDO DEI BAMBINI** HA DA SEMPRE RIVESTITO UN'IMPORTANZA CENTRALE IN QUESTO PERCORSO.

“Realizzare delle lenti in grado di alleviare i sintomi visivi legati ai disturbi dell'apprendimento o progettare degli ausili ottici che facilitano la lettura nei casi di ipovisione infantile è una fonte di grande gioia e soddisfazione per noi, oltre a rappresentare un importante traguardo tecnico e professionale”. L'azienda ha affidato a queste parole il suo messaggio di impegno verso la categoria dei kids. *“In questo articolo”,* prosegue l'azienda, *“vi presentiamo alcuni esempi delle situazioni che incontriamo quotidianamente nel nostro laboratorio produttivo, che vengono analizzate nel Centro Ricerca e Sviluppo interno e siamo fieri di poter presentare sul mercato. Tutti i prodotti dedicati ai bambini sono stati raccolti nel **catalogo Child Lens**, che funge da cassetta degli attrezzi per l'ottico sempre scrupoloso e attento esigenze dei suoi giovani ametropi”.* Vediamone alcuni.

MYOGA

Il progetto **MYOGA** ha coinvolto ingegneri, tecnici e ricercatori per sviluppare un prodotto in grado di coniugare il grande tema della lotta alla miopia con l'eccellenza della tecnologia freeform. La sfida di implementare l'ormai celebre potere di defocus - che altro non è che un potere positivo che genera uno sfuocamento sulla retina periferica - su una superficie continua è stato risolto grazie alla distribuzione di potere concentrica e simmetrica, in grado di introdurre fino a +2,5 diottrie di defocus mantenendo una visione nitida e confortevole. In tal modo è possibile alterare la crescita del bulbo oculare, influenzando gli equilibri biochimici dei

DAI OPTICAL INDUSTRIES

MYOGA
per la progressione miopica

“gestione ottica della progressione miopica”

TRE ZONE OTTICHE

- zona di correzione
- zona di transizione
- zona potere costante

La lente è caratterizzata da una zona a potere costante per un adattamento extra comfort durante i movimenti oculari e due poteri refrattivi: uno correttivo e uno di defocus miopico

“con aiuto accomodativo”

favorisce la gestione della progressione miopica
Myoga modifica la rifrazione periferica favorendo la riduzione della progressione della miopia

studiata per i più piccoli
Trattamento comfort consigliato dai 6 ai 18 anni

trattamento comfort
Myoga offre un adattamento rapido ed una visione nitida

È un dispositivo medico CE. Leggere attentamente le avvertenze e le istruzioni d'uso. Autorizzazione Ministeriale 9048075-06/07/2022

DAI OPTICAL INDUSTRIES
daioptical.com

tessuti verso una crescita più controllata e lenta. La distribuzione di potere morbida e confortevole, unita all'assenza di discontinuità o artefatti sulla superficie della lente, garantisce un adattamento rapido e privo di problematiche visive. Inoltre, è possibile realizzare **MYOGA** in ogni indice di refrazione e con tutti i materiali, disponendo di una rosa ricca di combinazioni vincenti come MYOGA fotocromatica o polarizzata.

YOGA YOUNG

Definita come “lente a doppio fuoco” **Yoga Young** è il primo prodotto della linea di lenti Yoga che supportano il sistema accomodativo della persona, accompagnandola dall'infanzia fino alla presbiopia. In questo primo approccio, l'aiuto accomodativo è minimo e trascurabile (circa +0,12 D) poiché rilassare il muscolo ciliare esula dallo scopo di questa distribuzione di potere. Si cerca, invece, di assicurare un corretto potere diottrico nella visione prossimale, che coinvolge una porzione della lente spesso molto periferica, soprattutto alle distanze di utilizzo dei dispositivi digitali, che sono nell'ordine dei 20 cm nei più piccoli. Ricalcolando la superficie con la tecnologia freeform, la zona periferica della lente utilizzata per la visione prossimale sarà priva di astigmatismo dai fasci obliqui e il prisma indotto sarà inferiore rispetto a una lente che è stata calcolata con un'unica curvatura, determinata unicamente nell'asse ottico. L'impatto positivo che una distribuzione di potere di questo tipo può avere sul sistema binoculare del bambino o dell'adolescente non è da sottovalutare, soprattutto se utilizza lenti con poteri elevati calcolate con raggi di curvature standard.

SAFER

Già nei primi anni 2000 il Centro Ricerca e Sviluppo interno di **DAI Optical Industries** era attivo sui temi della protezione dalla radiazione blu-viola ad alta intensità con le prime versioni del trattamento antiriflesso Blue Tech, svelando già d'allora il cuore pionieristico dell'azienda. Questa esperienza, unita a un approfondimento clinico dell'interazione radiazione-tessuti cellulari, ha portato allo sviluppo del polimero **SAFER**, un materiale in grado di proteggere l'occhio dalla luce blu-viola ad alta intensità e dai raggi UV grazie al taglio 420 nm. Nonostante l'efficienza elevata di protezione, vicina al 100%, la lente si presenta trasparente e non altera la percezione dei colori. Proteggere gli occhi dei più piccoli da queste radiazioni è fondamentale in ottica di prevenzione, poiché si stima che la maggior parte dei raggi UV vengano assorbiti dall'occhio prima dell'età adulta, quando i mezzi diottrici oculari sono più trasparenti e il diametro pupillare è maggiore.

DAI OPTICAL INDUSTRIES

Safer
LALENTE CHE PROTEGGE!

- PROTEGGE FINO A 420nm
- BLOCCA IL 100% DEI RAGGI UVB
- BLOCCA IL 99% DEI RAGGI UVA
- FILTRA IL 55% DELLA LUCE BLU NOCIVA

www.daioptical.com

Yoga Y Tech Young
LA MONOFOCALE INTELLIGENTE CON DOPPIO FUOCO

< 40 ANNI PER I NATIVI DIGITALI

LA MONOFOCALE INTELLIGENTE CON DOPPIO FUOCO

- DOPPIO FUOCO**
MASSIMIZZA LA VISIONE NELL'AREA DEL VICINO
- RILASSANTE**
100% RELAX VISIVO NESSUNO SFORZO ACCOMODATIVO
- INTELLIGENTE**
ASSECONDA LE MODERNE ESIGENZE VISIVE "ON & OFF LINE"

DAI OPTICAL INDUSTRIES

ESSILOR® EYEZEN® | ESSILOR® STELLEST®

Un Back to school ricco di novità

EYEZEN® E STELLEST®: LE OPPORTUNITÀ ESSILOR® PER UN RIENTRO IN CLASSE ALL'INSEGNA DEL BENESSERE VISIVO DEI PIÙ PICCOLI.

Finite le vacanze è tempo di tornare sui banchi di scuola, riprendendo il ritmo e rivolgendo un'attenzione particolare alla salute e al benessere visivo. In particolare, gli occhi dei più piccoli meritano un'attenzione ancora maggiore rispetto a quelli degli adulti. **Essilor®** offre un ricco ventaglio di soluzioni visive per rispondere alle esigenze dei più piccoli, dei ragazzi e dei giovani professionisti.

STELLEST® E LA NUOVA VERSIONE VISTA SOLE DELLA GAMMA DI LENTI PER IL CONTROLLO DELLA PROGRESSIONE MIOPICA

La lente **Stellest®**, studiata e proposta da Essilor® dalla fine del 2021, è stata progettata per contrastare e rallentare la progressione della miopia nei bambini. La **tecnologia H.A.L.T.***, con una costellazione di 1.021 lenti invisibili, crea un volume di segnale luminoso di fronte alla retina, rallentando la progressione miopica. L'efficacia delle lenti è stata clinicamente dimostrata attraverso quattro anni di ricerca condotti presso la Wenzhou Medical University. I test confermano il rallentamento della progressione miopica in media del 67% a fronte dell'utilizzo delle lenti Stellest® per almeno 12 ore al giorno¹. Lanciata ad aprile, la **nuova versione vista sole** permette ai bambini di indossare le lenti Stellest® anche all'aperto, durante le varie attività, quindi per più tempo durante tutto l'arco della giornata, contribuendo al rallentamento della miopia. La palette cromatica comprende sei colori accattivanti: marrone, viola, grigio, grigio-blu, blu cielo e blu viola. Queste tonalità, con categoria 3, offrono tutta la protezione di cui i bambini hanno bisogno e possono essere abbinati a qualsiasi montatura, creando combinazioni molto colorate. Un approccio ideale per rendere piacevole l'utilizzo degli occhiali, mantenendo al contempo l'efficacia delle lenti Stellest® nel contrasto della progressione miopica. Le lenti Stellest® in versione da sole proteggono gli occhi dai raggi UV e dall'abbagliamento, e offrono una visione confortevole all'aperto. Sono trattate con **Crizal® Sun Xprotect**, per una protezione completa contro graffi, macchie, raggi UV e riflessi. Il materiale delle lenti, **Airwear 1.59**, garantisce la protezione totale dai raggi UV e presenta doti di alta resistenza meccanica indispensabile nelle attività all'aria aperta.



PROROGATA LA "PROMO FAMILY STELLEST®" FINO AL 31 GENNAIO 2025

Per rispondere efficacemente alle esigenze del mercato, Essilor® sceglie di prorogare la promozione fino al 31 gennaio 2025, mantenendo invariata la meccanica della promozione che garantisce l'acquisto agevolato di un secondo paio di lenti per la famiglia a fronte di un primo acquisto di lenti **Stellest®** in **versione chiara** o in versione da sole. Partendo dall'esigenza visiva del bambino, si permette a un altro membro della famiglia di beneficiare di lenti innovative a condizioni vantaggiose. Infatti, la seconda coppia di lenti per la famiglia può essere scelta tra monofocali per la gestione della miopia **Stellest®** in versione chiara, progressive **Varilux®**, monofocali evolute **Eyezen® Boost**, **Eyezen® Start Stock**, **Eyezen® Start RX**, **Eyezen® Kids**, in versione chiara, da sole o **Transitions®**, trattate con **Crizal® Sapphire™ HR**, oltre alle lenti presenti nel catalogo **Ray-Ban® Prescription Essilor® Special Edition**.

EYEZEN®, LE LENTI MONOFOCALI EVOLUTE DI ESSILOR® PER STARE AL PASSO CON LA VITA DIGITALE

Per abbracciare appieno lo stile di vita connesso senza affaticare gli occhi, Essilor® propone la gamma **Eyezen®**, le lenti monofocali evolute progettate appositamente per lo stile di vita digitale, adattabili a ogni individuo in base all'età, allo stile di vita e alle esigenze visive. La famiglia Eyezen® non solo supporta gli sforzi accomodativi degli occhi, ma filtra anche la luce **blu-viola**² proveniente dal sole e dagli schermi digitali. Questa protezione selettiva è possibile grazie all'innovativa tecnologia integrata nel materiale delle lenti. La gamma Eyezen® rappresenta una vera e propria famiglia di prodotti che spazia dall'infanzia all'età adulta, offrendo soluzioni ottiche avanzate per ogni fase della vita. Le **Eyezen® Kids** sono lenti progettate per i piccoli portatori dai 6 ai 12 anni per accompagnarli nelle nuove sfide scolastiche e proteggere il loro sistema visivo ancora in fase di formazione. La tecnologia **Eyezen® DualOptim™ Kids** offre ampi campi visivi in una lente estremamente confortevole per offrire a ogni bambino la libertà di esplorare il mondo senza limiti. Le lenti **Eyezen® Start** sono pensate per gli studenti e per tutti i portatori di monofocali che trascorrono tante ore davanti agli schermi. Le lenti **Eyezen® Boost**, con profili 0.4 e 0.6, sono ideali per chi lamenta un intenso affaticamento visivo.

LE PROMOZIONI "RI-PARTY CON EYEZEN®" E "BACK TO SCHOOL" A SUPPORTO DEGLI OTTICI E DEI LORO CLIENTI

Forte di grande successo, resta valida fino al 31 agosto 2024 la promozione **Ri-Party con Eyezen®** che offre ai Centri Ottici Partner l'opportunità di disporre della gamma Eyezen® a condizioni vantaggiose, consentendo di fidelizzare i clienti e le loro famiglie. Ma non solo! Al rientro dalle vacanze saranno numerose le novità per gli ottici. In arrivo infatti la nuova promozione **"Back to school"** dedicata alle soluzioni visive per i più giovani. Sui banchi di scuola la vista è sollecitata di continuo, così come nel mondo del lavoro, soprattutto in quelle nuove professioni che implicano una vita lavorativa sempre connessa. È dunque strategico proporre - in questo periodo dell'anno - lenti ad hoc a tutela del capitale visivo e in linea con le esigenze dei portatori moderni e dinamici. La promozione "Back to school" sarà valida dal 3 settembre al 30 novembre e offrirà agli ottici un prezzo vantaggioso per le lenti monofocali evolute **Eyezen® (Eyezen® Start RX, Eyezen® Start Stock, Eyezen® Boost 0.4 e 0.6 e Eyezen® Kids)** e le lenti **Essilor® Junior**. Inoltre, abbinando Eyezen® alla tecnologia **Transitions®**, in 8 esclusivi colori, sarà possibile ottenere uno sconto ancora più vantaggioso, oltre a proporre una combinazione perfetta per i clienti. Le lenti ordinate nel contesto della promozione danno accesso all'esclusivo **Essilor Experts One Program** che offre supporto continuo nel tempo e vantaggi unici ai clienti, tra cui la **Garanzia One** estesa a 2 anni contro qualsiasi danno alle lenti, compreso il furto³, il **Rinnovo** a 2 anni sulla nuova coppia di lenti in caso di cambio di prescrizione⁴ e la **Doppio valore** che permette di



proporre un secondo equipaggiamento a parità di potere⁵ a un prezzo speciale. Ad accompagnare la promozione **"Back to school"**, una campagna dedicata a 360° che include materiali in store per vestire il punto vendita e un pacchetto digital per gli ottici per animare le pagine social. Queste iniziative sottolineano l'impegno del Gruppo EssilorLuxottica nel mantenere alto il focus sul mondo delle monofocali evolute Eyezen®, non solo dal punto di vista di prodotto ma anche commerciale, riconoscendo il plus valore che questa gamma porta ai Centri Ottici Partner. Con Eyezen®, Essilor® si conferma leader nel settore ottico, anticipando le esigenze dei consumatori e garantendo un'esperienza visiva superiore in un mondo sempre più connesso e digitale.

*Highly Aspherical Lenslet Target.

- Rispetto alle lenti monofocali, se indossate dai bambini almeno 12 ore al giorno, tutti i giorni. Bao, J., Huang, Y., Li, X., Yang, A., Zhou, F, Wu, J., Wang, C., Li, Y., Lim, E.W., Spiegel, D.P. Drobe, B., Chen, H., 2022. Spectacle Lenses With Aspherical Lenslets for Myopia Control vs Single-Vision Spectacle Lenses: A Randomized Clinical Trial. JAMA Ophthalmol. 140(5), 472-478. <https://doi.org/10.1001/jamaophthalmol.2022.0401>.
- Protezione completa dai raggi UV grazie al materiale della lente e filtro di almeno il 20% della luce blu-viola compresa tra i 400 e 455 nm, come indicato da ISO TR 20772:2018.
- Smarrimento non incluso.
- Con variazione di potere non superiore a sf. cil. 0,50 e ADD 0,50 e pari indice e design.
- Dello stesso potere, dedicate allo stesso portatore.

Essilor® è un marchio registrato di Essilor International. Tutti i marchi citati sono di proprietà di Essilor International, ad eccezione di **Transitions**. **Transitions** è un marchio registrato di Transitions Optical, Inc. usato su licenza di Transitions Optical Limited. ©2024 Transitions Optical Limited. Le prestazioni fotocromatiche sono influenzate da fattori quali temperatura, esposizione UV e materiale ottico della lente.

GALILEO

Una promozione per tutta la famiglia

L'EDIZIONE 2024 SARÀ VALIDA DALL'11 SETTEMBRE AL 30 NOVEMBRE.

Torna una delle attività più attese dagli ottici e dai consumatori: la **Promozione Galileo** dedicata alla **famiglia**, l'iniziativa che coinvolge le **migliori tecnologie** del brand e offre **esclusivi vantaggi** dedicati al **benessere visivo**, viene presentata in una veste completamente rinnovata, in linea con la nuova immagine di marca del brand. La promozione sarà attiva da **settembre** fino a fine **novembre** con il duplice obiettivo di sottolineare l'importanza della protezione e, contestualmente, fornire ai clienti ottici una leva importante di business. Il timing dell'iniziativa è pensato per **accompagnare** i più **piccoli** nel **rientro a scuola** e i più **grandi** al **back to work**. Per iniziare con il piede giusto, sui banchi di scuola e al lavoro, è indispensabile disporre degli strumenti giusti.

MECCANICA E LENTI INCLUSE NELLA PROMO

Oltre a un nuovo key visual la promozione presenta una nuova meccanica ancora più vantaggiosa: a fronte dell'acquisto a condizioni esclusive di un paio di lenti monofocali **BLUV® Xpert** o **Transitions®** trattare famiglia **Neva®** per il bambino, il genitore può beneficiare di un coupon promozionale per una coppia di progressive o progressive young **BLUV® Xpert** o **Transitions®** anch'esse con i trattamenti premium della famiglia **Neva®**. La promozione include anche le nuove lenti presentate in occasione dello storico anniversario di **Galileo**, che quest'anno ha celebrato i 160 anni con un completo rilancio, dal restyling dell'immagine al rinnovo dei prodotti in catalogo. Questo per rafforzare e ampliare i target di riferimento, conquistando anche i più giovani. Le nuove lenti sono: la progressiva **Iconica 1864™**, la monofocale evoluta **Miria 1864™**, entrambe lanciate ad aprile, e **Iconica 1864™ Young**, specifica per i giovani presbiteri, introdotta sul mercato a giugno. Queste lenti dedicate all'anniversario sono inoltre firmate in esclusiva con la signature "G" del brand. Tra le principali novità di prodotto incluse nella promozione dedicata alla famiglia, vi è anche la nuova generazione di lenti intelligenti alla luce, **Transitions® GEN S™**.

IL KIT DI COMUNICAZIONE

A supporto dell'iniziativa Galileo ha creato anche un esclusivo

kit di comunicazione per gli ottici, anch'esso in linea con la nuova immagine di marca, comprenderà diversi materiali: una vetrofania, un cartello da banco, un blocco coupon e un gadget destinato ai clienti più piccoli, con cui omaggiarli a fronte dell'acquisto.

I SOCIAL

Inoltre, in un'ottica di amplificazione della promozione, l'iniziativa verrà promossa sui canali social di **Galileo Italia** - che proprio lo scorso aprile hanno rinnovato il loro volto, in occasione del rilancio del brand.

PRENDERSI CURA DELLA VISIONE E VIVERE MOMENTI AUTENTICI

Da sempre, Galileo promuove la cultura della prevenzione e della corretta visione, sensibilizzando i genitori sulla protezione dei delicati occhi dei loro piccoli con soluzioni ad hoc. La promozione Galileo dedicata alla famiglia fa leva su questi importanti temi ricordando da un lato la cura del benessere visivo - di grandi e piccini - e dall'altro, l'importanza di riscoprire momenti autentici e sinceri assieme ai propri cari. Galileo supporta i propri Centri Ottici Partner, fornendo loro tutti gli strumenti necessari per attrarre i consumatori, una promozione che coinvolge le migliori tecnologie del brand e mira a soddisfare i bisogni dei portatori. Al contempo, la promozione rafforza l'immagine del professionista della visione quale consulente del benessere visivo che mette in primo piano l'importanza della protezione.

La luce blu-viola è compresa tra 400 e 455nm, come indicato dalla norma ISO TR 20772:2018.
© May 2024 - EssilorLuxottica Wholesale Italia S.p.A. - Galileo™ is a trademark of EssilorLuxottica Wholesale Italia S.p.A. Transitions e il logo Transitions sono marchi registrati. GEN S è un marchio di Transitions Optical, Inc. utilizzato su licenza da Transitions Optical Limited. ©2024 Transitions Optical Ltd. Le prestazioni fotocromatiche sono influenzate dalla temperatura, dall'esposizione ai raggi UV e dal materiale della lente.

Piccoli gesti e gioia
condivisa con la
promozione dedicata
alla tua famiglia.



BLUV^{XPERT} Transitions®

Raggi UV e luce Blu-Viola!
scopri le lenti *Bluv® Xpert*
e *Transitions®*.

1864
GALILEO™
ITALIA

1. La luce blu-viola è compresa tra 400 e 455nm, come indicato dalla norma ISO TR 20772:2018. © May 2024 - EssilorLuxottica Wholesale Italia S.p.A. - Galileo™ is a trademark of EssilorLuxottica Wholesale Italia S.p.A. Transitions e il logo Transitions sono marchi registrati di Transitions Optical, Inc. usati su licenza da Transitions Optical Limited. ©2024 Transitions Optical Limited. Le prestazioni fotocromatiche sono influenzate dalla temperatura, dall'esposizione ai raggi UV e dal materiale della lente.

HOYA

Un appello per la miopia

DURANTE IL **GLOBAL HEALTH SUMMIT** DI **GINEVRA**, **HOYA** HA CHIESTO UN **INTERVENTO URGENTE** AI **GOVERNI** E AGLI **ORGANISMI DELLA SANITÀ PUBBLICA** PER LA **CRESCITA DELLA MIOPIA**.



Maurizio Veroli - AD di Hoya Italia



Alexandre Montague - CEO di Hoya Vision Care

Si stima che entro il 2050 circa 5 miliardi di persone potrebbero essere affette da **miopia**, la condizione comune in cui gli oggetti lontani appaiono fuori fuoco. Il tasso di progressione annuale della miopia è più rapido sotto i 10 anni di età e rappresenta un problema globale in crescita a causa di fattori quali l'aumento delle attività a distanza ravvicinata, l'utilizzo dei dispositivi digitali e la riduzione del tempo trascorso all'aria aperta. Nonostante la sua incidenza, il livello di conoscenza e consapevolezza sulla miopia è ancora molto basso tra i genitori. Il rischio di complicazioni aumenta esponenzialmente con l'aumentare del grado di miopia. "Esistono differenze fondamentali tra la bassa miopia e quella alta. Infatti, le persone con miopia elevata hanno un rischio maggiore di sviluppare complicazioni come la degenerazione maculare, il distacco della retina o addirittura il glaucoma, che può portare alla cecità irreversibile", afferma il **Dottor Serge Resnikoff, Presidente dell'International**

Myopia Institute. Tuttavia, non esiste ancora un livello di miopia entro cui si possa stare tranquilli. Infatti, nonostante le basse miopie costituiscono un rischio modesto, possono comunque essere una minaccia per la salute pubblica. Infatti, il 41,6% dei casi di degenerazione maculare miopica (MMD) è stato riscontrato proprio in persone con basse miopie. **Hoya Vision Care**, punto di riferimento a livello mondiale nel settore delle lenti oftalmiche, durante la sua partecipazione al **Global Health Summit di Ginevra** ha chiesto un intervento urgente per ridurre l'impatto crescente della miopia rendendola una priorità globale per i governi e gli organismi di sanità pubblica. L'obiettivo è quello di migliorare la qualità della vita dei bambini miopi e di educare a soluzioni preventive. È necessario agire collettivamente per garantire una diagnosi precoce, aumentare l'informazione e la consapevolezza su questa tematica nei confronti dei giovani miopi, della comunità e dei



sistemi sanitari. Trattare precocemente la miopia nei bambini aiuta non solo a correggere la loro visione, ma anche a fornire soluzioni di gestione della miopia in anticipo per rallentare la progressione, preservando la salute degli occhi per il futuro. Con le lenti da vista **MiYOSMART**, Hoya Vision Care rafforza il proprio impegno nei confronti della comunità globale, mettendo a disposizione nuove soluzioni frutto di continui progressi scientifici. MiYOSMART è una lente da vista basata sulla rivoluzionaria tecnologia **Defocus Incorporated Multiple Segments (D.I.M.S.)**. La sua efficacia è stata confermata da uno studio clinico di due anni e validata da oltre 25 pubblicazioni scientifiche a livello mondiale. L'uso delle lenti MiYOSMART ha ridotto la progressione della miopia in media del 60% rispetto alle lenti monofocali standard. Inoltre, 1 bambino su 5 non ha riscontrato alcuna progressione della miopia entro i due anni di utilizzo. Un follow-up clinico di sei anni ha ulteriormente dimostrato che l'effetto di gestione della miopia si è mantenuto nel lungo termine, evidenziando i benefici nel tempo dell'uso delle lenti MiYOSMART. "È giunto il momento per i nostri sistemi sanitari di lavorare insieme e di agire collettivamente sulla consapevolezza e sull'educazione. I nostri bambini meritano di più: l'impatto della miopia sulla vita dei nostri figli non deve essere trascurato, poiché influisce sulla loro istruzione e sulla qualità della vita", ha dichiarato **Alexandre Montague, CEO di Hoya Vision Care**. "Il successo di MiYOSMART è solo il primo passo. Chiediamo che vengano intensificati gli sforzi per aumentare la consapevolezza, informare i professionisti della visione, educare i genitori attraverso i professionisti della visione sulla condizione e sull'importanza di diagnosticare, monitorare e cercare un trattamento tempestivo per i loro figli". Afferma **Maurizio Veroli, Amministratore Delegato di Hoya Italia**: "In Italia stiamo lavorando per aumentare la

consapevolezza tra la classe medica, gli ottici-optometristi e i genitori riguardo all'importanza di una diagnosi precoce e di soluzioni preventive efficaci come le lenti MiYOSMART. Oggi abbiamo un'arma in più per affrontare la miopia: parlarne è un dovere etico. È un diritto dei genitori conoscere l'esistenza e l'efficacia di questa innovativa soluzione". Ogni bambino merita un trattamento migliore per il suo benessere visivo. MiYOSMART è disponibile in diversi Paesi in tutto il mondo e oltre 2 milioni e mezzo di genitori si sono già affidati a questa soluzione per i loro figli.

REFERENZE

- Holden BA, Fricke TR, Wilson DA, Jong M, Naidoo KS, Sankaridurg P, Wong TY, Naduvilath TJ, Resnikoff S. Global Prevalence of Myopia and High Myopia and Temporal Trends from 2000 through 2050, *Ophthalmology*, May 2016 Volume 123, Issue 5, Pages 1036-1042.
- World Economic Forum. Global rates of short-sightedness are rising rapidly, study shows. Accessed April 2024. Myopia: What causes short-sightedness and why is it rising? | World Economic Forum (weforum.org).
- Bullimore MA, Brennan NA. Juvenileonsetmyopia-who to treat and how to evaluate success. *Eye* 38, 450-454 (2024). <https://doi.org/10.1038/s41433-023-02722-6>.
- Lam CSY, Tang WC, Tse DY, Lee RPK, Chun RKM, Hasegawa K, Qi H, Hatanaka T, To CH. Defocus Incorporated Multiple Segments (DIMS) spectacle lenses slow myopia progression: a 2-year randomized clinical trial. *British Journal of Ophthalmology*. Published Online First: 29 May 2019. doi: 10.1136/bjophthalmol-2018-313739.
- Lam CSY, Tang WC, Zhang HY, et al. Long-term myopia control effect and safety in children wearing DIMS spectacle lenses for 6 years. *Sci Rep*. 2023;13(1):5475. DOI: 10.1038/s41598-023-32700-7.
- Based on number of MiYOSMART spectacle lenses sold per HOYA sales data on file as of August 2023.

ITAL-LENTI

Il Catalogo Kids si rinnova

L'AZIENDA DA ANNI RISERVA UN LISTINO DEDICATO ALLE SOLUZIONI VISIVE PER I PIÙ PICCOLI. ECCO TUTTE LE SUE NOVITÀ.

Ital-Lenti, azienda leader nel settore delle lenti oftalmiche, si distingue per la sua continua ricerca e per il suo continuo sviluppo di soluzioni avanzate per la correzione visiva. Il **nuovo listino Kids** rappresenta un esempio emblematico di questa dedizione, introducendo innovazioni tecnologiche e prodotti specificamente progettati per rispondere alle esigenze visive dei bambini.

LENTI MYOPICA: CONTROLLO DELLA PROGRESSIONE MIOPIA

La miopia è un disturbo visivo sempre più diffuso tra i bambini, spesso associato a un incremento progressivo della lunghezza assiale dell'occhio durante la crescita. Ital-Lenti, con le lenti **Myopica**, progettate per il controllo della progressione miopica, utilizza una tecnologia avanzata che combina una corretta messa a fuoco per la visione a distanza con un defocus miopico periferico. Questo approccio mira a ridurre lo stimolo per l'allungamento assiale dell'occhio, potenzialmente rallentando la progressione della miopia. Studi scientifici hanno dimostrato l'efficacia di tali lenti nel ridurre la velocità di avanzamento della miopia nei bambini, fornendo un beneficio significativo per la loro salute visiva a lungo termine.

QUALI LE NOVITÀ DI PRODOTTO?

Oltre alle già in uso **Myopica Retina** e **Myopica** in indice 1.5 si aggiungono al portfolio: l'innovazione di rilievo nel nuovo listino è rappresentata dalle lenti con indice di rifrazione **1.67**, queste permettono una riduzione dello spessore delle lenti, caratteristica particolarmente vantaggiosa per i bambini con elevate prescrizioni, poiché consente di ridurre lo spessore, migliorando il comfort e l'estetica. La riduzione dello spessore non compromette la qualità ottica delle lenti, che rimangono altamente performanti in termini di nitidezza e precisione visiva.

LENTI FOTOCROMATICHE TRANSITIONS® GENST™: ADATTAMENTO AUTOMATICO ALLA LUCE

Myopica Transitions® GenS™ sono una delle aggiunte

MYOPICA



Myopica

Sono lenti realizzate con una particolare geometria di defocus periferico che permette, oltre che a correggere la miopia, di gestire l'evoluzione della progressione miopica dei bambini in età scolare dai 6 ai 14 anni.



Trilogy

Sono lenti realizzate con uno speciale materiale che garantisce una maggiore resistenza e protezione agli urti, superiore rispetto alle lenti in standard. Di estrema sicurezza se utilizzato su occhiali per bambini.



Retina

Uno speciale polimero che permette di filtrare tutte le radiazioni ultraviolette e la luce blu potenzialmente dannosa fino ai 420 nm. Particolarmente indicato per i bambini sia in condizione di forte irraggiamento UV (mare, montagna), sia nei casi di utilizzo prolungato di dispositivi digitali (smartphone, computer, tablet).



Colorazioni

Le lenti colorate proteggono gli occhi delicati dei portatori più piccoli, prevenendo irritazioni in situazioni di forte luminosità e problemi di fotofobia. Per la massima protezione si consiglia in particolare di adottare lenti in materiale RETINA con colorazione per occhiali da sole.



Fotocromatiche

Le lenti fotocromatiche sono un ottimo compromesso offrendo contemporaneamente:

- una variazione di colore in funzione dell'ambiente di utilizzo (interno esterno)
- protezione alle radiazioni ultraviolette
- buona protezione alla luce blu dannosa.

più significative nel listino Kids di Ital-Lenti. Queste lenti fotocromatiche possiedono la capacità di adattarsi automaticamente alle condizioni di luce ambientale, scurendosi all'aperto e schiarendosi al chiuso. La tecnologia *Transitions® GenS™* utilizza molecole fotocromatiche integrate nella struttura della lente, che reagiscono ai raggi UV e alla luce visibile ad alta energia. Questo adattamento dinamico offre una protezione continua dai raggi UV e dalla luce intensa, riducendo l'affaticamento visivo e migliorando il comfort visivo in diverse situazioni. Le lenti *Transitions® GenS™* rappresentano una soluzione versatile e pratica per i bambini, disponibili in indice 1.5 e 1.6 nei tre colori grigio, verde e marrone.

LENTI PRONTE A STOCK COLORATE CON PROTEZIONE UV 400

Ital-Lenti amplia la sua offerta con lenti pronte a stock colorate, tutte dotate di protezione UV 400. La protezione UV 400 è essenziale per bloccare il 100% dei raggi UVA e UVB, che possono causare danni oculari a lungo termine. Le lenti colorate offrono ulteriori benefici in termini di riduzione dell'abbagliamento e miglioramento del contrasto visivo, particolarmente utili in ambienti esterni. Disponibili in tre colori, grigio, verde e marrone, queste lenti permettono ai bambini di esprimere la propria individualità senza compromettere la protezione e la qualità visiva. La disponibilità a stock garantisce una pronta consegna, facilitando l'accesso a soluzioni visive di alta qualità in tempi brevi.

NUOVE ICONOGRAFIE: COMUNICAZIONE CHIARA E INFORMATIVA

Per migliorare la comunicazione delle caratteristiche tecniche delle lenti, Ital-Lenti ha introdotto una serie di nuove iconografie. Questi simboli grafici sono stati progettati per essere intuitivi e facilmente comprensibili, fornendo informazioni immediate sulle proprietà delle lenti. Le iconografie coprono vari aspetti, tra cui la protezione UV, la resistenza agli urti, la leggerezza, l'adattabilità fotocromatica e altre caratteristiche specifiche delle lenti. L'adozione di queste nuove iconografie facilita la comprensione da parte dei professionisti della visione e dei genitori, migliorando la trasparenza e l'accessibilità delle informazioni sui prodotti.

CONCLUSIONE

Il nuovo listino Kids di Ital-Lenti, in vigore da settembre, rappresenta un significativo passo avanti nella prevenzione visiva dei bambini, combinando innovazione tecnologica e qualità superiore. Le lenti Myopica offrono una soluzione efficace per il controllo della miopia, con le novità in indice 1.67 e *Transitions® GenS™* migliorano il comfort e la protezione visiva. Le lenti pronte a stock colorate con protezione UV 400 forniscono una difesa ottimale dai raggi nocivi, e le nuove iconografie assicurano una comunicazione chiara e informativa delle caratteristiche tecniche delle lenti. Ital-Lenti continua a essere un punto di riferimento nel settore, impegnata a offrire soluzioni visive avanzate e personalizzate per garantire la salute e il benessere visivo dei più giovani.

LOOK

Lookkino diventa Sun

TECNOLOGIA, PERFORMANCE, COLORE E MODA
CONFLUISCONO NELLE QUATTRO **PROPOSTE LOOKKINO SUN.**
IL NOTO MARCHIO DEDICATI AI **GIOVANI DA 0 A 14 ANNI,**
HA PENSATO ANCHE AI RAGAZZINI CHE PORTANO LENTI DA
PRESCRIZIONE DEDICANDO LORO I NUOVI **CLIP-ON KIDS.**



054

La collezione **Lookkino Sun** è frutto di un'accurata selezione dei modelli best seller **Lookkino Moda e Sport.** Il risultato sono quattro montature disponibili in una nuova gamma di colori di grande modernità e tendenza per soddisfare la domanda di occhiali da sole da parte del pubblico più giovane. Nel dettaglio, la collezione Sun comprende due proposte dalle forme spiccatamente femminili e due unisex.

UN MATERIALE ESCLUSIVO

Gli occhiali Lookkino Sun sono realizzati in NIL, il tecnopolimero sviluppato da LOOK che garantisce leggerezza, comfort e solidità.

LE LENTI PERFORMANTI

I modelli montano lenti CR-39, UV 400, classe ottica 1 e categoria di protezione 3 per assicurare la massima protezione dal riverbero e una nitidezza di visione migliorata grazie al trattamento antiriflesso interno.

I NUOVISSIMI CLIP-ON KIDS

Per i giovani che necessitano di lenti graduate, Lookkino presenta i nuovi **Clip-on Kids**, da applicare alla montatura da vista. Anche i clip-on sono realizzati in NIL con una tecnologia 3D, integrando tutte le caratteristiche di resistenza, leggerezza, flessibilità e memoria di forma tipiche del materiale. I gancini di fissaggio sull'occhiale formano un pezzo unico con la clip, facilitando il montaggio e assicurando la stabilità una volta indossata. Le lenti polarizzate, molto leggere e resistenti a graffi o abrasioni accidentali, garantiscono un eccellente comfort visivo e un'elevata protezione dagli abbagliamenti.

IL TARGET DI RIFERIMENTO

La linea Lookkino, interamente dedicata ai bambini da 0 a 14 anni, propone una vasta gamma di modelli che soddisfano le diverse esigenze di stile e calzatura grazie anche all'uso di materiali di altissima qualità, studiati dall'azienda per perseguire il massimo benessere visivo. Tutte le montature Lookkino sono tracciabili perché pensate e realizzate interamente in Italia nel polo produttivo di LOOK.

Per maggiori informazioni:
www.lookocchiali.it



SUN 03881.48



SUN 03881.48



SUN 03884.47



SUN 03884.47



SUN 03925.48



SUN 03925.48



SUN 03927.48



SUN 03927.48

055

MOKKI

Un kit per due montature

GRAZIE ALL'INNOVATIVO **MOKKI CLICK & CHANGE**, IL MARCHIO NORVEGESE DI OCCHIALI **MOKKI**, HA VINTO NUMEROSI PREMI, TRA CUI DUE **RED DOT DESIGN AWARD**.



AWARD-WINNING SUNGLASSES DESIGNED FOR CHILDREN



Mokki propone kit modulari per la costruzione di occhiali da sole, in cui, grazie a un meccanismo brevettato, è possibile inserire e disinserire i diversi componenti. Fiore all'occhiello della sua produzione è il **kit Click & Change** con due montature, che contiene due set di lenti complementari. Entrambi gli occhiali offrono una **protezione UV400** completa. Un paio è protetto da pigmenti e filtri blu block per l'uso quotidiano e l'altro è polarizzato per ambienti altamente riflettenti, come il sole e il mare. Le due lenti sono di tonalità diverse dello stesso colore, perché, dichiara l'azienda, *"abbiamo imparato che i bambini hanno un forte legame con il colore che scelgono"*. Il set comprende anche aste molto flessibili e robuste e una fascia elastica; sono inclusi anche un allegro panno per la pulizia a forma di animale, *"per incoraggiare il bambino a prendersi cura dei propri occhiali"*, specifica l'azienda, e una morbida custodia in tessuto per portare con sé il set. All'inizio di settembre **Mokki Click & Change** esporrà le sue novità al Kind & Jugend di Francoforte. *"Siamo molto contenti di poter presentare la nostra nuova collezione dei nostri kit con due montature, attesa da tempo. L'anno scorso abbiamo realizzato dei nuovi bellissimi colori per le nostre due attuali fasce d'età, 1-2 anni e 2-5 anni, e il nostro nuovo kit per la fascia d'età da 0 a 1 anno. Oltre ai nuovi colori, abbiamo progettato dei panni in microfibra in omaggio agli animali selvatici nordici e un astuccio in*

A dynamic duo of protective lenses for growing eyes



tessuto più grande. Il nuovo astuccio è dotato di tasche interne progettate per separare i diversi componenti del kit in diversi stati di assemblaggio, in modo da poterlo portare in giro in modo comodo e sicuro. Stiamo anche presentando le nostre nuove scatole, dove abbiamo sostituito la plastica con il cartone ecologico", ha specificato l'azienda.

MOKKI SBARCHERÀ AL BRITISH OPTICAL ASSOCIATION MUSEUM

Il marchio, che ha ricevuto diversi premi e riconoscimenti, tra cui due Red Dot Design Award, negli ultimi mesi ha suscitato l'interesse del **British Optical Association Museum**. Il museo esporrà Click & Change accanto alle innovazioni più importanti della tecnologia oftalmica. Il museo dedica la sua esposizione alla storia della scienza, della medicina, del design e della moda.

SAFILENS

Benessere visivo e promozione della salute degli occhi in età giovanile

AUTORE: DIEGO PONZIN, FONDAZIONE BANCA DEGLI OCCHI DEL VENETO ETS, VENEZIA

La vista è il senso che ci consente di elaborare un'immagine del mondo e, permettendo l'acquisizione di un numero straordinario di informazioni, contribuisce allo sviluppo e al mantenimento delle funzioni cognitive come la percezione, l'attenzione, la memoria, l'apprendimento, il pensiero, il processo decisionale e il linguaggio. Il meccanismo che consente la visione è complesso. Gli stimoli visivi, generati nella retina sotto forma di impulsi elettrici, raggiungono diverse zone del cervello, dopo aver attraversato i tessuti trasparenti dell'occhio (cornea, umore acqueo, cristallino, corpo vitreo). La cornea e il cristallino sono lenti naturali, e la diottria è l'unità di misura del potere di una lente (si usa anche per definire il potere delle lenti degli occhiali). Gli impulsi vengono interpretati per generare immagini, attraverso un processo che rappresenta una vera e propria forma di intelligenza. La vista binoculare, tra l'altro (effettuata grazie a entrambi gli occhi) permette di elaborare forme e



Diego Ponzin

mappe tridimensionali del mondo. La visione, quindi, è un processo attivo, che il cervello elabora secondo regole precise, e impara a esercitare nei primi anni di vita. Un bambino di un mese ammicca se un oggetto si avvicina velocemente al volto, a tre mesi compie movimenti visivi per costruire i confini degli oggetti, a quattro mesi muove lo sguardo per ottenere in 3D l'immagine dell'oggetto e sviluppa la stereovisione, inizia a percepire i colori e a determinare le distanze, ha il senso della numerosità, esegue semplici operazioni di addizione e sottrazione. A sette mesi di vita, un bambino percepisce sfumature, prospettiva, distingue oggetti parzialmente nascosti, inizia il controllo completo dei movimenti oculari. A dodici mesi, la vista raggiunge quasi la piena maturità, e completa del tutto il suo sviluppo entro i sette-otto anni di vita. Dopo questa età, se la visione non è stata esercitata in modo adeguato, in uno o in entrambi gli occhi, i margini per un miglioramento della vista sono minimi, o addirittura assenti. Ecco perché è importante aver cura della vista fin da giovani: individuare precocemente i fattori di rischio per l'ambliopia (un occhio che non ha imparato a vedere in tempo utile), e per le malattie degli occhi, aumenta le probabilità di disporre di una buona vista per tutta la vita.

SALUTE DELLA VISTA E BENESSERE VISIVO

La salute della vista può essere identificata come l'assenza di ametropie (miopia, ipermetropia, astigmatismo) gravi, e di malattie dell'apparato visivo, specialmente quelle progressive, che possono condurre a cecità. Possiamo identificare il benessere

“SCREENING A SCUOLA”

Tra marzo e maggio 2024 si è svolto il progetto “**Screening a scuola**” realizzato dall’**Associazione per lo Studio e la Ricerca sulla Visione (APRV)** in collaborazione con **Safilens**. Oltre mille studenti - appartenenti alla scuola dell'infanzia, primaria e media - dei plessi dell'Istituto Comprensivo Via Fabiola di Roma hanno beneficiato di una visita gratuita della vista a scuola. Questo primo progetto, presentato al Comune di Roma, e organizzato da Safilens come partner operativo e dal Dott. Marco Orlandi di APRV ha come finalità l'identificazione precoce dei difetti visivi. All'interno dell'istituto scolastico è stato realizzato un corner dedicato con un team specializzato composto da oculisti, ortottisti, optometristi e da un referente organizzativo. Una volta effettuato lo screening gli studenti e le famiglie hanno ricevuto la valutazione con l'esito dell'esame, consegnato personalmente da parte dei docenti. Un'opportunità per centinaia di famiglie, all'insegna della prevenzione e della cura di uno dei disturbi che sta colpendo una grande fetta della popolazione mondiale anche in giovane età: la miopia. Un disturbo visivo che si sta manifestando anche a causa di nuovi stili di vita poco “amici” della vista, come: utilizzo massivo di dispositivi elettronici e la sempre minore attività all'aria aperta.

visivo, invece, come la possibilità di esercitare una buona capacità visiva con un efficace grado di cooperazione fra i due occhi, senza sintomi di affaticamento o fastidi (bruciore oculare, prurito, sensazione di corpo estraneo, lacrimazione, fotofobia, dolore), o difetti della postura. L'importanza di identificare precocemente le malattie degli occhi, correggendole, curandole o rallentandone la progressione, è ovvia. Tuttavia, anche la promozione del benessere visivo è importante, sia per una buona qualità di vita, sia perché molti segni e sintomi possono rivelare la presenza di fattori di rischio per malattie o condizioni gravi.

PROMOZIONE DELLA SALUTE E PREVENZIONE DELLE MALATTIE DELLA VISTA

Sin dalla giovane età, è importante curare l'igiene oculare, pulendo i margini delle palpebre con detergenti neutri e diluiti. Una visita ortottica (valutazione della cooperazione fra i due occhi) andrebbe eseguita entro i primi tre anni di età, in particolare se il bambino ha gli occhi storti o tiene la testa inclinata, sia in modo occasionale che costante. Una visita ortottica e oculistica è raccomandata se si nota che il bambino si strofina frequentemente gli occhi, con le mani o sul cuscino, oppure lacrima, ha gli occhi spesso arrossati, mostra di essere

eccessivamente infastidito dalla luce, avvicina troppo gli oggetti al viso, o sembra stancarsi con facilità, o dice di avere mal di testa, quando impara a leggere e guarda la TV, o strizza gli occhi per vedere meglio, o vede male in condizioni di scarsa illuminazione. Se si sospetta che un corpo estraneo sia entrato nell'occhio, è importante sciacquare con abbondante acqua corrente, ricorrendo allo specialista se persistono rossore e fastidio. Nei bambini in cui si riscontra un'ametropia (miopia, ipermetropia, astigmatismo), è quasi sempre necessaria la correzione con occhiali, che devono avere una montatura atraumatica, calzante in modo corretto su naso e padiglioni auricolari, e scelta in modo che il margine superiore arrivi alle sopracciglia, per evitare che il bambino sbirci sopra la lente quando guarda in su. Le lenti devono essere infrangibili, e la correzione deve essere completa ma non eccessiva, soprattutto in caso di miopia. Infine, gli occhiali vanno portati sempre, per far arrivare al cervello immagini nitide e prevenire per quanto possibile un peggioramento del difetto. Sopra i 12-14 anni, è possibile sostituire/integrare l'occhiale con le lenti a contatto, che garantiscono un'ottima qualità dell'immagine, ma richiedono una gestione consapevole, con particolare riferimento alla capacità di gestirle e all'igiene. In particolare, se si usano lenti a contatto, bisogna: pulirle solo con liquidi specifici, evitando di usare acqua del rubinetto o saliva; evitare di utilizzarle in piscina, al mare o sotto alla doccia; evitare di dormire con le lenti,

DELIVERY TYRO DI SAFILENS UNA SOLUZIONE ALLA MIOPIA GIOVANILE

Safilens ha progettato e lanciato nel 2021 sul mercato **DELIVERY TYRO**, lente a contatto giornaliera con funzioni biologiche, creata per il rilascio di Tirosina, amminoacido che svolge un'azione di normalizzazione dello sviluppo oculare. La Tirosina ha delle proprietà favorevoli perché entra nei processi metabolici della cellula, la sua concentrazione nell'occhio influenza la presenza di dopamina retinica. Le **DELIVERY TYRO** non sono solo lenti correttive della miopia ma hanno anche la funzione di favorire una normalizzazione dello sviluppo del bulbo oculare. Per questo motivo è una lente a contatto progettata per l'età giovanile - poiché la miopia è un difetto refrattivo che si manifesta nei primi anni di vita - capace di rispondere a un'esigenza di prevenzione che avviene tramite l'apporto della dopamina - sostanza naturale - che entra nel metabolismo cellulare. Un primo triennio di risultati positivi per la nuova giornaliera di Safilens, testimoniato anche da ricerche condotte internamente realizzate presso i centri ottici selezionati. È in essere lo studio TYMP focalizzato sull'efficacia di una lente a contatto a rilascio di tirosina nella gestione della progressione miopica nei giovani. Uno studio condotto dal Dott. Antonio Frattolillo presso la U.O.C. Oculistica dell'Ospedale dell'Angelo - Azienda ULSS3 Serenissima, Venezia Mestre. Lo studio, primo del suo genere in Italia, si caratterizza, a livello nazionale ed europeo, per la composizione dei soggetti coinvolti e per la potenza statistica del protocollo. La popolazione è costituita da 108 giovani miopi caucasici, di età compresa tra 10 e 15 anni, per i quali l'uso di lenti a contatto può essere adatto per la correzione del disturbo miopico.



se non su precisa indicazione di uno specialista.

CORREZIONE DELLA MIOPIA E PREVENZIONE DELLA PROGRESSIONE

La miopia è il vizio di refrazione (ametropia) più comune e diffuso a livello mondiale. Nell'occhio normale, i raggi luminosi vengono messi a fuoco sulla retina, mentre nell'occhio miope vengono messi a fuoco davanti alla retina, producendo un'immagine confusa. Quindi, nella miopia si vede sfuocato da lontano, mentre la vista da vicino può essere buona. Nella maggior parte dei casi, la comparsa e progressione della miopia sono legate a un eccessivo sviluppo in lunghezza del bulbo oculare, provocato da fattori genetici (sono stati identificati quasi 200 geni associati alla miopia, in particolare quella elevata e patologica, cioè associata ad altre malattie degli occhi), assieme a fattori ambientali, come il poco tempo trascorso all'aria aperta (la luce solare avrebbe un ruolo protettivo, attraverso l'azione della componente viola), e il molto tempo speso in attività a distanza prossimale (utilizzo di device, lettura alla luce artificiale, ecc.). Sembra che la dopamina, una sostanza usata dall'organismo per veicolare messaggi nei tessuti, compresa la retina, sia importante per il corretto sviluppo del bulbo oculare. La miopia va ricercata attivamente perché la sua comparsa non produce sintomi particolari, se non le immagini sfuocate, e perché la sua correzione garantisce un corretto sviluppo della funzione visiva. Oggi disponiamo di strategie e trattamenti che

consentono di prevenire o rallentare la progressione, diminuendo quindi il rischio di sviluppare la cataratta e gravi malattie della vista correlate alla miopia elevata, come il distacco di retina, la maculopatia miopica e il glaucoma, tutte condizioni patologiche che possono compromettere in maniera permanente la visione. La miopia viene individuata nel contesto di una visita oculistica, soprattutto in presenza di familiarità positiva (miopia in uno o entrambi i genitori), che risulta un fattore di rischio non correggibile. In genere, insorge in età scolare, aumenta durante lo sviluppo e tende a stabilizzarsi entro i 25 anni, non regredisce spontaneamente. La miopia si corregge con occhiali e/o lenti a contatto. Gli occhiali sono il mezzo più diffuso e di facile utilizzo, ma se il difetto è elevato, e/o soprattutto diverso fra i due occhi, l'immagine prodotta dalle lenti dell'occhiale è rimpicciolita, tanto più la lente è forte, e di dimensioni diverse fra i due occhi, se la miopia è diversa. In queste condizioni, quando è possibile usarle, le lenti a contatto producono un'immagine uguale fra i due occhi, e priva di alterazioni. In presenza di una diagnosi di miopia, è opportuno cercare di prevenire o rallentare la progressione. Ogni diottria di aumento è associata a un aumento significativo del rischio di sviluppare una degenerazione maculare miopica. La prevenzione della progressione miopica si basa su approcci generali e individuali, non mutualmente esclusivi. In generale, occorre favorire la consapevolezza e l'educazione a uno stile di vita sano. I bambini che

trascorrono molto tempo all'aria aperta e al sole diminuiscono la possibilità di sviluppare la miopia (il rischio si riduce del 2% per ogni ora in più trascorsa all'aperto ogni settimana). Dal punto di vista individuale, esiste la possibilità di utilizzare occhiali che, mediante accorgimenti tecnici differenti, correggono la miopia assicurando la presenza di zone della lente con correzione inferiore (concetto del defocus), che stimolano la retina a inibire l'allungamento oculare. Inoltre, è disponibile un trattamento farmacologico con atropina a basso dosaggio, che deve essere mantenuto per anni, mentre i trattamenti con le lenti a contatto a uso notturno (ortocheratologia), e le terapie ripetute con luce rossa a basso livello, hanno applicazioni ancora limitate. Relativamente ai trattamenti menzionati, non esiste ancora un consenso univoco riguardo al protocollo da seguire e all'opportunità di combinarli, e non è ancora ben quantificata l'entità del problema della recidiva, cioè la possibilità che la miopia riprenda la progressione alla sospensione del trattamento. Esiste infine un nuovo approccio con lenti a contatto a ricambio frequente, che favoriscono la presenza di dopamina a livello oculare, contribuendo a normalizzare la crescita fisiologica del bulbo. Queste lenti sfruttano la capacità che hanno i polimeri costituenti la lente stessa di trattenere acqua e sostanze nel reticolo polimerico, per poi rilasciarle. In particolare contengono tirosina, un amminoacido che funge da substrato per la sintesi della preziosa dopamina.

ZEISS VISION CARE

Lenti studiate per le esigenze dei più giovani

CRESCENDO, GLI OCCHI CAMBIANO TANTO QUANTO IL CORPO E COSÌ ANCHE IL MODO DI VEDERE CAMBIA. PARTENDO DA QUESTA CONSAPEVOLEZZA, E GRAZIE AGLI APPROFONDITI **STUDI** SULLE **DINAMICHE** DI **VISIONE DEI RAGAZZI** DI OGGI, **ZEISS** HA **AMPLIATO** LA PROPRIA **GAMMA** PER INCLUDERE **SOLUZIONI** SVILUPPATE **SPECIFICAMENTE** PER **BAMBINI E ADOLESCENTI**.

Per stare al passo con la vita sempre connessa e in movimento dei più giovani, ma anche per tenere in considerazione le loro esigenze visive, specifiche e diverse da quelli degli adulti, **ZEISS** ha effettuato studi e ricerche per dare vita a una **gamma di lenti studiate per portatori di età compresa tra i 6 e i 19 anni: ZEISS SmartLife Young**. L'intera gamma **ZEISS SmartLife**, lanciata nel 2020, si continua a confermare efficace nel soddisfare le esigenze visive moderne, contraddistinte dal crescente tempo di utilizzo dei dispositivi digitali, assicurando ai portatori una visione nitida e rilassata durante tutta la giornata. Poiché anche i ragazzi trascorrono sempre molto tempo online, ZEISS ha recentemente lanciato la gamma **Young**, a loro dedicata che, come l'intera gamma ZEISS SmartLife si basa sulla tecnologia **SmartView 2.0**, che integra nelle lenti parametri specifici legati all'età, per stare al passo con le esigenze visive moderne legate all'uso intenso di dispositivi digitali. La gamma ZEISS SmartLife Young integra, inoltre, la tecnologia **"Age Intelligence"**,



sviluppata da ZEISS proprio per progettare lenti adatte a ogni età e rispondere così puntualmente alle esigenze visive di bambini e ragazzi. Infine, ma non meno importante, le lenti ZEISS SmartLife Young includono una serie di dati specifici, quelli relativi alla morfologia e anatomia di bambini e adolescenti: la tecnologia **ZEISS Dynamic Age Fit**. Questa tiene proprio in considerazione i cambiamenti fisici a cui i più piccoli sono soggetti con la crescita, come il cambiamento dell'anatomia facciale, la forma del viso o del naso, ma anche la distanza tra le pupille nelle diverse fasi di vita e le dimensioni ridotte delle montature dei più piccoli.

Un concentrato di tecnologia che fa sì che rispetto alle lenti monofocali stock standard, progettate su modelli per adulti, le lenti ZEISS SmartLife Young offrano campi di visione fino al 60% più ampi.

IN CASO DI PROGRESSIONE MIOPICA?

Nel caso in cui il difetto visivo da correggere non sia una miopia "semplice", ma ci si trovi davanti a un ragazzo con progressione miopica, ZEISS ha sviluppato delle lenti specifiche, denominate **ZEISS MyoCare**, appositamente create per rallentare la progressione della miopia e disponibili in due modelli, a seconda dell'età. ZEISS MyoCare integra la tecnologia brevettata **C.A.R.E.® (Cylindrical Annular Refractive Elements)**, che utilizza microstrutture cilindriche concentriche ad anello alternate ad aree di correzione regolare per creare il defocus simultaneo competitivo, una delle soluzioni che si sta dimostrando tra le più efficaci per il contenimento della progressione miopica. Durante il recente convegno ARVO, sono stati infatti presentati i risultati di due diversi studi clinici multicentrici che hanno confermato che il defocus così ottenuto ritarda efficacemente la crescita della lunghezza assiale dell'occhio oltre quella fisiologicamente normale, rallentando quindi la progressione miopica. In particolare:

- Nei bambini asiatici, dopo 12 mesi di utilizzo, le lenti ZEISS MyoCare hanno rallentato la progressione della miopia in media di 0,31 D e 0,13 mm (efficacia relativa del 48% e 41%) e le lenti ZEISS MyoCare S in media di 0,29 D e 0,11 mm (efficacia relativa rispettivamente del 45% e 34%). Inoltre, entrambe le lenti hanno ridotto il rischio di progressione rapida ($\leq -0,75$ D o più all'anno).
- Nei bambini caucasici, rispetto alle lenti monofocali ZEISS, l'utilizzo delle lenti ZEISS MyoCare in sei mesi ha consentito una riduzione della progressione della miopia in media di 0,15 D e 0,7 mm (efficacia relativa del 63% e 77%).



Poiché si stima che entro il 2050 oltre metà della popolazione mondiale sarà miope, ZEISS è costantemente impegnata nello studio della progressione miopica e nell'analisi della sua diffusione nonché dei metodi più efficaci per contrastarla, e grazie alla creazione di un portale dedicato al tema, con il nome di **ZEISS Myopia Insights Hub** (zeiss.com/myopia) si pone come punto di riferimento per la divulgazione scientifica e l'aggiornamento costante di ottici, oculisti, famiglie e di tutti i soggetti interessati al problema.

DS TEAM

LO STILE DELLA RINASCITA

IN QUESTO ARTICOLO MASSIMO RIZZIERI CI RACCONTA IL RESTYLING DI OTTICA DINO MARANGONI, REALTÀ ALLUVIONATA CON DANNI INGENTI NEL 2023.

L'alluvione del maggio 2023 ha colpito Lugo, località situata nell'entroterra ravennate, a pochi chilometri dal mare Adriatico e dai primi rilievi dell'Appennino Romagnolo, fra Bologna e Ravenna danneggiando la quasi totalità dei negozi. "Ricordo che in quei giorni", racconta Massimo Rizzieri di DS Team, "quando le acque

dei fiumi Senio e Santerno erano ormai rientrate, mi chiamò un cliente e amico ottico lughese, preoccupato per il suo punto vendita e per quelli dei colleghi, mi chiese di raggiungerlo il prima possibile a Lugo per una prima stima dei danni subiti agli arredi e per trovare le migliori soluzioni per ripristinare al più presto le attività". "Arrivai a Lugo subito il giorno successivo: i marciapiedi e parte delle strade erano ricoperti quasi totalmente da catoste di macerie e arredi danneggiati, e dopo qualche difficoltà per il traffico di mezzi privati e di soccorso, raggiunsi l'amico ottico", prosegue Rizzieri. "Da quel momento in poi, per quasi tutta la giornata, mi dedicai all'analisi dei danni provocati dall'acqua e dal fango agli arredi, ai cartongessi e

alle parti strutturali, questo non solo per il punto vendita del mio amico ottico ma anche per alcuni altri suoi colleghi che per spiccato spirito di solidarietà mi ha presentato", specifica Rizzieri. "Ora a Lugo la situazione si è stabilizzata, la vita è tornata alla normalità anche se l'alluvione non sarà facilmente dimenticata; molte aziende stanno lavorando per risanare case e negozi e anche DS Team ha contribuito con la propria esperienza specifica per il settore ottico, al rinnovo di alcuni punti vendita del settore, tra cui Ottica Dino Marangoni", conclude Rizzieri.

CASE HISTORY:
OTTICA DINO MARANGONI
Ottica Dino Marangoni da oltre

70 anni è un punto di riferimento per la cittadina romagnola e dintorni, inoltre, è socia del **Consorzio Ottico Italiano GreenVision**. Condotto dalle sorelle **Arianna e Valentina Marangoni**, con il prezioso supporto delle rispettive figlie **Giorgia e Michelle**, oggi è un punto vendita completamente rinnovato. La tipologia d'arredo scelta dalla proprietà è stata ben interpretata da DS Team che, attraverso un progetto studiato nei minimi particolari e presentato alla committenza attraverso diverse viste renderizzate, ha saputo tradurre in realtà desideri e aspettative delle clienti. Il colore preferito era l'azzurro in abbinamento al legno chiaro e come consuetudine DS Team si è proposta con materiali e colori campione

per una selezione più realistica possibile. I materiali scelti sono stati: legno massiccio per alcuni piani espositivi, con bordi "corteccia" lasciati al naturale e verniciati al trasparente satinato con binario led a scomparsa, vetri retro laccati al campione per il rivestimento dei banchi vendita e dei top cassettiere, telaietti in metallo verniciato oro Dubai come zoccolo per le cassettiere e sostegno del banco da seduto e medesimo colore anche per le maniglie dei cassetti e delle ante. L'abbinamento del legno chiaro al laccato azzurro ha creato l'armonia e la discrezione che le clienti cercavano, in perfetta simbiosi con l'accoglienza con la quale da sempre le Marangoni si pongono verso i propri clienti. Il progetto è stato diretto

ed eseguito da **Andrea Rizzieri**, titolare di DS Team con il supporto e l'occhio esperto di **Massimo Rizzieri**, così anche l'elaborazione dei disegni esecutivi per gli arredi, per i cartongessisti e per gli impiantisti. La direzione di cantiere è stata anch'essa coordinata da DS Team che, attraverso l'attività svolta da artigiani locali e non, ha consentito alla committenza di comprimere al massimo i tempi di chiusura del punto vendita garantendo comunque la miglior qualità esecutiva. Le sorelle Marangoni e figlie si sono affidate a professionisti di settore, esperti conoscitori delle particolari esigenze del punto vendita ottico; affidarsi è un valore di enorme importanza che genera il miglior servizio, la miglior qualità nonché il miglior risultato finale.

CAFÈNOIR | OPTO TEAM

Una scelta per distinguersi

DAL CLASSICO AL CONTEMPORANEO, CAFÈNOIR OFFRE UN'AMPIA GAMMA DI OCCHIALI DA VISTA E DA SOLE.

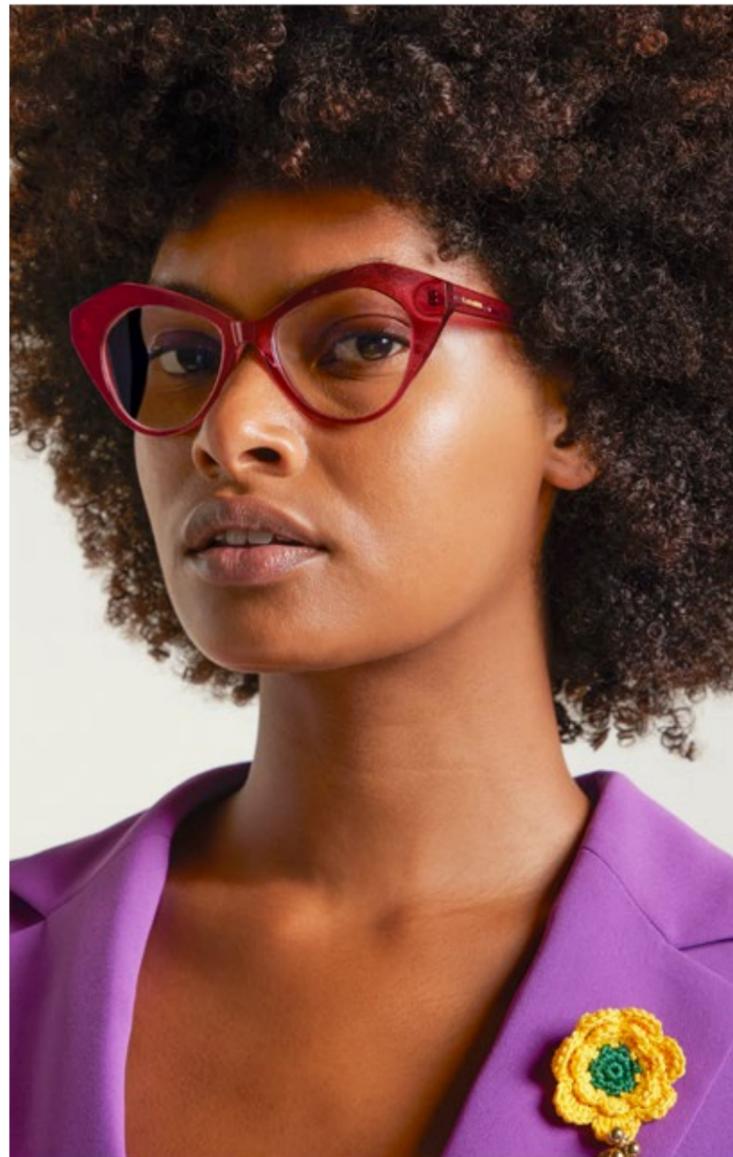
Elegante fusione di stile e funzionalità, la collezione **CAFÈNOIR** è progettata per soddisfare le esigenze di chiunque cerchi un accessorio distintivo. La linea comprende una vasta gamma di montature da vista e da sole, caratterizzate da **design moderni, materiali di alta qualità e dettagli raffinati**.

LE PROPOSTE VISTA

La collezione offre una varietà di opzioni, dalle montature classiche in acetato alle montature più minimaliste in metallo. Tutti gli occhiali sono disponibili in una vasta gamma di colori accattivanti, dalle tonalità neutre ai colori vivaci e audaci, per adattarsi a ogni stile e personalità.

LE PROPOSTE SOLE

La collezione 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 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, la linea 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, CAFÈNOIR offre la soluzione perfetta per ogni occasione.



PIÙ PARAMETRI. PIÙ OPZIONI PER I TUOI PORTATORI.
BAUSCH + LOMB ULTRA®
MULTIFOCAL FOR ASTIGMATISM

Riccardo Ciprian
Business Unit Director B+L

Fabrizio Zeri
Prof. Milano-Bicocca

Alessandro Protti
Professional Relations Manager B+L

Guido De Martin
Key Opinion Leader

modera
Simona Finessi
Editore P.O. Platform Optic

Inquadra il QR



Iscriviti all'evento digitale di lancio

17 SETTEMBRE 2024 **24 SETTEMBRE 2024**

dalle ore **14:00** alle ore **15:00** su piattaforma virtuale dedicata
dalle ore **21:00** alle ore **22:00** su piattaforma virtuale dedicata



**NITIDA
STABILE
SEMPLICE**



Vivi un'esperienza ULTRA

Evento dedicato unicamente ai Sigg. Ottici
VC-IT-2401-2754

COSMOPOLITAN EYEWEAR | KEY OPTICAL EUROPE

Forme no gender

IN OCCASIONE DEL **PRIDE MONTH 2024**, **COSMOPOLITAN EYEWEAR** HA PARTECIPATO AL PRIDE DI ROMA COME **PARTNER UFFICIALE** DI **COSMOPOLITAN** E HA PRESENTATO LA **CAPSULE COSMOPOLITAN PRIDE**. IL DEBUTTO È AVVENUTO NELLA CAPITALE LO SCORSO **15 GIUGNO** DURANTE LA **PARATA** DEL ROMA PRIDE SUL **CARRO DEL BRAND**.

La nuova **Capsule Cosmopolitan Pride** è inclusiva e vivace, abbraccia il colore e le forme no gender per affermare la liberazione dai pregiudizi e la forza dell'amore. Inspirati a shape retrò che richiamano le grandi rivoluzioni degli anni '70, i due modelli da sole sono declinati in tre colorazioni con lenti colorate e polarizzate per proteggere gli occhi dai raggi UV. Ogni occhiale è caratterizzato dalla lettera C di Cosmopolitan su entrambi i terminali d'asta.

L'OCCHIALE A GOCCIA

Vibes anni '70 per la rivisitazione in chiave moderna dell'iconico modello pilot con lenti polarizzate a goccia nei colori del rosa, verde e lilla in grado di bloccare i raggi dannosi UV. La montatura è super leggera in metallo sottile dorato o pink gold con un ponte che arricchisce il frontale.

LA PROPOSTA SQUADRATA

La forma e i colori lucidi ed energetici sono un omaggio all'effervescenza della moda degli anni '70, una moda che ha cambiato il mondo. Con lenti polarizzate per proteggere gli occhi dai raggi UV giocano con i colori e i contrasti: lenti gialle su montatura verde lucido, lenti purple in abbinata al rosa lucido e lenti lilla a contrasto con il nero lucido. Per un vibe inclusivo e no gender.

COSMOPOLITAN VA A VENEZIA

Il prossimo appuntamento con la capsule Cosmopolitan Pride 2024 è fissato dal 28 agosto al 7 settembre 2024 nello spazio del brand Cosmopolitan al Festival del Cinema di Venezia.



KOE
KEY OPTICAL EUROPE

Come and discover our new eyewear Collections at

SILMO
Paris

20 SEPT. > 23 SEPT.
2024

Hall 6
Stand P-073

Discover more



keyopticaleurope.com

ETNIA BARCELONA

L'architettura di Batlló

LA NUOVA CAPSULE IN EDIZIONE LIMITATA CASA BATLLÓ X ETNIA BARCELONA CREA UN DIALOGO PERFETTO TRA MODERNISMO, COLORE E DESIGN.

Continua il percorso artistico del brand d'avanguardia **Etnia Barcelona** attraverso un omaggio a una delle opere più note dell'architetto **Antoni Gaudí: Casa Batlló**. Ispirandosi agli elementi più significativi dell'opera di uno degli edifici più emblematici della città di Barcellona, nonché Patrimonio Mondiale, è nata la capsule in limited edition **Casa Batlló x Etnia Barcelona**.

I TRATTI ICONICI DI CASA BATLLÓ IN UN PAIO DI OCCHIALI

Casa Batlló x Etnia Barcelona è un'immersione nell'universo gaudiniano, una rappresentazione della maestosità dell'edificio. Il marchio rende omaggio, con questa collaborazione, al Modernismo, un movimento artistico che vede Gaudí come massimo esponente e che ha trasformato la città condal grazie alla sua esuberanza decorativa, l'esplosione di colore e le sue caratteristiche linee sinuose e ondulate. Un'arte viva e libera che si ispira alle forme organiche della natura e rompe con le norme precedenti. Ogni angolo della Casa Batlló è presente in questa edizione limitata di occhiali da sole: le linee morbide frontali ricreano la sinuosità dei balconi, la texture a scaglie delle aste richiama il design dei tetti, le aste si ispirano alle maniglie delle porte, nei dettagli placcati in oro della montatura e nella palette cromatica della collezione. La capsule è composta da otto design unici e numerati, che contengono i simboli più iconici dell'opera di Gaudí. L'essenza gaudiniana viene ripresa anche da un packaging esclusivo, il quale ci trasporta in uno degli edifici più affascinanti del Modernismo. Il nuovo modello in edizione



limitata si ispira anche alle tendenze di moda più attuali: sono occhiali a tutto colore, oversize, con un profilo frontale alla moda ed esuberante. Casa Batlló x Etnia Barcelona riesce a diventare il pezzo più esclusivo e creativo della moda attuale, mentre il marchio barcellonese di eyewear rende omaggio al Modernismo e fa un passo avanti nel suo impegno con l'arte, la qualità e il colore.

LA DISTRIBUZIONE

La capsule collection è in vendita nei migliori centri ottici, nel Flagship Store di Etnia Barcelona, sui siti web www.etniabarcelona.com e simboliccasabatllo.com, e in Simbolic, il negozio ufficiale della Casa Batlló.

CASA BATLLÓ

Casa Batlló è una delle opere maestre di Antoni Gaudí, dichiarata Patrimonio Mondiale dell'UNESCO nel 2005, nonché icona del Modernismo e di Barcellona. Con oltre 1 milione di visitatori all'anno, offre esperienze culturali innovative con l'obiettivo di rendere felici le persone attraverso l'arte. La sua visita culturale, insignita di numerosi premi internazionali, propone un approccio museografico pionieristico che combina un restauro esemplare con numerose innovazioni tecnologiche che amplificano la magia di Gaudí. Sale immersive, Realtà Aumentata e installazioni effimere sono alcuni degli elementi di questa esperienza. Casa Batlló è impegnata nello sviluppo sostenibile e dal 2019 ha ottenuto il sigillo Biosphere, una certificazione di sostenibilità riconosciuta a livello internazionale che attesta le buone pratiche legate all'Agenda 2030 e agli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (ODS) delle Nazioni Unite.



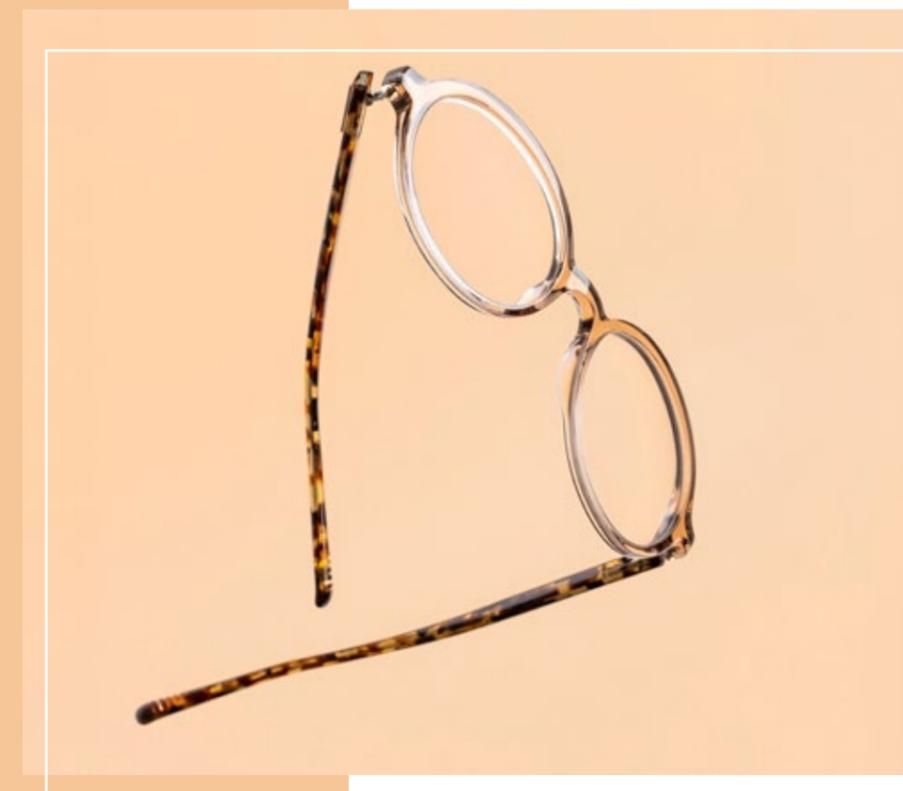
MOREL

Un'esplosione di colori

L'ORIGINALITÀ ATTRAVERSA E DELINEA IL MODELLO DA DONNA **JADE** AFFERMANDOLO COME **OCCHIALE TIMELESS**.



Jade, l'ultima creazione frutto dell'expertise ultra-centennale della Maison francese **Morel**, si inserisce come modello di punta della prestigiosa gamma femminile. La montatura si caratterizza per una vibrante profusione di colori e contrasti impattanti. Realizzata al 100% in acetato di prima qualità, infatti affascina al primo sguardo con il suo gioco di colori. La trasparenza dell'interno della montatura crea contrasto con le aste, il cui sofisticato acetato conferisce uno stile chic e glamour a chi lo indossa, generando un'audace dichiarazione di moda. Per quanto riguarda i colori, la montatura sfoggia la femminilità e la morbidezza del Peach Fuzz, il colore Pantone dell'anno 2024, siglando uno stile caldo e invitante. Questa deliziosa tonalità completa perfettamente il design, esaltandone il fascino. Morel propone il modello anche in una varietà di altri colori ricchi e rinfrescanti, adatti a tutte le forme: che siano rotonde o quadrate, queste montature sono in grado di completare tutti gli stili, offrendo un comfort ottimale e una vestibilità perfetta. Ma il vero fascino di Jade risiede nell'intricato contrasto tra il frontale e le aste. Oltre a integrare l'innovativa cerniera brevettata priva di viti e saldature, l'azienda di occhiali con sede nello Jura decora meticolosamente le aste con un motivo di seta, visibile sia all'interno che all'esterno. Questo dettaglio aggiunge uno scintillio unico alla montatura, illuminando il viso di chi la indossa con il suo eccezionale livello di artigianalità e finitura. Jade è una dichiarazione di eleganza e raffinatezza. Ogni occhiale è progettato per esaltare la bellezza naturale di chi lo indossa, offrendo al contempo un comfort e uno stile impareggiabili. L'attenzione ai dettagli e la qualità dei materiali utilizzati fanno sì che Jade rimanga un pezzo senza tempo nella collezione di ogni donna alla moda.



SABRINARÉGÉTURO EYEWEAR | KEY OPTICAL EUROPE

Il lusso incontra il carisma

IL BRAND **MADE IN ITALY** SI FA SEMPRE PIÙ **SOSTENIBILE** CON GLI **ACETATI SPEZIATI RENEW** DI **MAZZUCHELLI 1849**.

La nuova collezione AW24/25 di **sabrinarégéturo eyewear** è l'espressione della costante ricerca di perfezione tra elementi materici, forma e colore. Le nuove creazioni **Made in Italy** rappresentano un'evoluzione dell'impegno verso la sostenibilità e l'innovazione con la scelta dell'**acetato Renew** di **Mazzucchelli 1849**. Con un altissimo contenuto bio based e riciclato, ogni fase della produzione è certificata e garantisce che i materiali utilizzati provengano da fonti sostenibili e che i processi di produzione siano tracciabili e rispettosi dell'ambiente. Ogni occhiale è accompagnato da una pochette morbida, in nero e cammello, per conservare l'occhiale da una parte e lo smartphone dall'altra, e da una catenina che può essere indossata come tracolla per la pochette o come accessorio per gli occhiali.

QUEBEC E NACFA

Sfumature che vanno dal turchese al viola al nero animano la forma geometrica del modello **Quebec** e del design sobrio del modello **Nacfa**.

ASMARA E SANAFÈ

Da un dialogo armonico tra linee essenziali e gli acetati Renew nasce il colore Fantasy tradotto in forme semplici e iperfemminili come **Asmara** e **Sanafè**.

ASSAB

Look oversize con una lavorazione raffinata dell'acetato che sembra sfumata per il modello **Assab** che unisce lusso e volume evidente e porta il viola come nuovo colore nella collezione. Disponibile anche in rosso e nero.



TutorNET

ENTRA NEL NOSTRO MONDO

VISION Easy

by TutorNET

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



ZerO



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



ALCON

Connubio di innovazione e comfort

ALCON HA SVILUPPATO UNA GAMMA DI LENTI A CONTATTO CON SUPERFICIE AD ACQUA CHE, RIMANENDO UMETTATA NEL TEMPO E BEN LUBRIFICATA, RENDE LALENTE CONFORTEVOLE.

In un mondo in costante evoluzione, siamo abituati ad accogliere i progressi tecnologici come avanzamenti positivi e necessari per migliorare molti aspetti della nostra quotidianità: dalla comunicazione, ai trasporti, alla salute. Il settore della cura degli occhi, e delle lenti a contatto in particolare, non dovrebbe fare eccezione. La tecnologia per la produzione di lenti a contatto si è notevolmente evoluta negli ultimi 50 anni¹, ciononostante, la sensazione di disagio e fastidio associata all'uso di lenti a contatto è un fenomeno ancora troppo comune tra gli utilizzatori, che porta a insoddisfazione e, nei casi più gravi, all'interruzione dell'utilizzo²⁻³:

- Almeno il 50% degli utilizzatori prova regolarmente disagio.
- Fino al 30% degli utilizzatori rinuncia definitivamente all'utilizzo di lenti a contatto proprio a causa del fastidio che provocano.
- L'80% degli utilizzatori è aperto alla possibilità di cambiare le attuali lenti a favore di un maggiore comfort.

L'uso di tecnologie di produzione non avanzate potrebbe in parte spiegare questo fenomeno: tali tecniche non sono infatti ottimizzate per rispondere alle esigenze legate allo stile di vita moderno, come la maggiore esposizione all'inquinamento atmosferico e, soprattutto, l'aumento del tempo trascorso davanti agli schermi dei dispositivi elettronici. È stato infatti osservato che davanti a uno schermo si tende a sbattere le palpebre meno frequentemente, rispetto a quando ad esempio si legge un libro o si svolgono altre attività⁴. Sbattere le palpebre è però un gesto, seppur involontario, necessario a mantenere la corretta idratazione oculare, senza la quale aumenta la probabilità che la lente a contatto dia fastidio⁴. Per offrire lenti a contatto confortevoli, che possano essere indossate tutto il giorno senza stancare o irritare gli occhi, è necessario affidarsi alle più moderne

tecnologie di produzione e ai materiali più avanzati. Per questo **Alcon**, azienda leader globale nell'innovazione e produzione di dispositivi medici dedicati al benessere degli occhi, ha sviluppato una gamma di lenti a contatto dalla superficie altamente idratata, che rimane umettata nel tempo e ben lubrificata; quest'ultima è una caratteristica chiave per una lente confortevole. Le lenti tradizionali sono infatti solitamente costituite da un materiale omogeneo a diretto contatto con l'occhio, eventualmente trattato con agenti umettanti o altri trattamenti superficiali per migliorare la bagnabilità e la morbidezza. Le lenti a contatto **TOTAL1™**, **TOTAL30™** e **PRECISION1™**, invece, sono le prime e uniche lenti caratterizzate da una superficie che, nel suo punto più esterno, è composta per la maggior parte da **acqua** (circa il 100% per TOTAL1™ e TOTAL30™ e circa l'80% per PRECISION1™)*. Questo strato costituisce un delicato cuscinetto umettante tra la lente e l'occhio, che garantisce un eccezionale livello di lubrificazione⁵⁻¹¹. Le lenti a contatto Alcon con superficie ad acqua rappresentano una rivoluzione nell'esperienza di utilizzo delle lenti e stabiliscono un nuovo standard innovativo, che permette agli utilizzatori di sfruttare a pieno tutti i benefici dell'uso di lenti a contatto. Le lenti a contatto Alcon con superficie ad acqua sono disponibili per tutte le necessità visive, per la correzione della **miopia, ipermetropia, astigmatismo e presbiopia** sia in formato giornaliero che a ricambio mensile. Inoltre, risultano adatte a uno stile di vita attivo, sia per un uso quotidiano che occasionale. Alcon risponde quindi alle esigenze degli utilizzatori che non solo si aspettano di "vederci bene", ma che desiderano andare oltre, fare evolvere la propria esperienza di utilizzo delle lenti a contatto, rendendola più piacevole e confortevole per trarne il massimo beneficio.

* Basato su studi in vitro di lenti non indossate



REFERENZE

1. Musgrave CSA, Fang F. Contact Lens Materials: A Materials Science Perspective. Materials (Basel). 2019;12(2):261. Published 2019 Jan 14.
 2. Dumbleton K, Woods CA, Jones LW, Fonn D. The impact of contemporary contact lenses on contact lens discontinuation. Eye Contact Lens. 2013;39(1):93-99.
 3. Online consumer survey of 2,021 Current/Lapsed CL wearers and Spectacle wearers carried out by Market Vision in December 2021 (France n=405, Germany n=401, Italy n=411, Australia n=402 and South Korea n=402).
 4. Akkaya S, Atakan T, Acikalin B, Aksoy S, Ozkurt Y. Effects of long-term computer use on eye dryness. North Clin Istanbul. 2018 Aug 8;5(4):319-322. doi: 10.14744/nci.2017.54036. PMID: 30859162; PMCID: PMC6371992.
 5. Thekveli S, Qui Y, Kapoor Y, et al. Structure-property relationship of delefilcon A lenses. Contact Lens Anterior Eye. 2012;35(Suppl 1):e14.
 6. Angelini TE, Nixon RM, Dunn AC, et al. Viscoelasticity and mesh-size at the surface of hydrogels characterized with microrheology. Invest Ophthalmol Vis Sci. 2013;54:E-abstract 500.
 7. In vitro analysis of lens oxygen permeability, water content, and surface imaging; Alcon data on file, 2021.
 8. In vitro analysis of lehilcon A contact lenses outermost surface softness and correlation with water content; Alcon data on file, 2021.
 9. Pedro DI, Sawyer WG. (2023) Surface gel layers reduce shear stress and damage of corneal epithelial cells: somofilcon A, senofilcon A, stenfilcon A, etafilcon A, verofilcon A, and delefilcon A. University of Florida.
 10. Surface lubricity testing of lehilcon A sphere and commercial sphere lenses using nano-tribometer; Alcon data on file, 2020, 2021.
 11. PRECISION1 (DDT2) lens with smart surface study; Alcon data on file 2019.
- 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-DT1-2400039

BAUSCH + LOMB

Lenti a contatto Bausch + Lomb ULTRA® Multifocal for Astigmatism: l'eccezionale soddisfazione dei portatori di lenti e degli ottici optometristi.

SOLUZIONI INNOVATIVE PER LA CORREZIONE DELLA PRESBIOPIA E DELL'ASTIGMATISMO.

A cura: del team Bausch + Lomb Vision Care Italia

La compresenza di presbiopia e astigmatismo è uno stimolo prezioso per il professionista che desidera effettuare una correzione con le lenti a contatto. In passato, i soggetti presbiti astigmatici non avevano molte opzioni per la correzione con lenti a contatto¹, ma negli ultimi anni le soluzioni offerte sono sempre più efficaci e soddisfacenti. A oggi, i presbiti astigmatici riscontrano un'incidenza minore di problemi di comfort correlati alle lenti a contatto, come fastidio a fine giornata e secchezza, rendendo il porto di queste particolari lenti a contatto paragonabile a quello di lenti a contatto sferiche o toriche². È interessante notare che molti presbiti astigmatici, che attualmente utilizzano solo occhiali, hanno già indossato lenti a contatto in passato. Questo li rende particolarmente motivati a sperimentare le nuove soluzioni disponibili.

BAUSCH + LOMB ULTRA® MULTIFOCAL FOR ASTIGMATISM

La lente **Bausch + Lomb ULTRA® Multifocal for Astigmatism** utilizza materiali e tecnologie avanzate, integrando il comfort rivoluzionario della **MoistureSeal® Technology**, la geometria di stabilizzazione dell'**OpticAlign® Design** e il collaudato **3-Zone Progressive™ Design** per offrire una visione nitida a ogni distanza¹. ULTRA® Multifocal for Astigmatism la **MoistureSeal® Technology** è caratterizzata da un processo di polimerizzazione a due fasi. Nella fase 1, i monomeri di silicone a catena lunga e corta creano una matrice che offre un'elevata permeabilità all'ossigeno e un basso modulo. Nella fase 2, viene inserito il polivinilpirrolidone (PVP) nella struttura del silicone, aumentando il contenuto d'acqua, l'idratazione e la bagnabilità¹. La correzione della presbiopia e dell'astigmatismo è conferita da due tecnologie ottiche ampiamente consolidate. L'azione del

3-Zone Progressive™ Design fornisce una correzione multifocale grazie a tre zone distinte - vicino, intermedio e lontano - e a una potenza di messa a fuoco costante all'interno di ciascuna zona. La potenza costante all'interno delle zone e le transizioni graduali tra di esse, offrono una visione nitida durante attività a diverse distanze sia di giorno che di notte¹. L'**OpticAlign® Design** si distingue per la veloce stabilizzazione dovuta al prisma di ballast ottimizzato, per la geometria torica posteriore, per il bordo sottile che riduce l'interazione con la palpebra e per la tacca di orientamento che agevola la valutazione della stabilità rotazionale¹.

LENTI A CONTATTO ULTRA® MULTIFOCAL FOR ASTIGMATISM: APPREZZATE DALL'81% DEI PORTATORI

I risultati di un'indagine europea condotta tra aprile 2021 e gennaio 2022 hanno dimostrato l'eccezionale soddisfazione dei portatori e degli specialisti della visione che hanno utilizzato la lente Bausch + Lomb ULTRA® Multifocal for Astigmatism. L'indagine ha incluso circa 3.000 portatori a cui sono state applicate le lenti da 565 specialisti della visione dei seguenti paesi: Austria, Germania, Francia, Iberia, Italia, Regno Unito, Svizzera e Benelux. La popolazione dei soggetti esaminati era equilibrata e comprendeva nuovi portatori di lenti a contatto (48%) e abituali (52%)³ (Tab. 1). Complessivamente, al termine dello studio la soddisfazione dei portatori è stata dell'81% per quanto riguarda le lenti ULTRA® Multifocal for Astigmatism di Bausch + Lomb³. Questa percentuale comprendeva una percentuale uguale tra i nuovi portatori (81%) e i portatori abituali (81%)³. L'83% dei soggetti ha espresso la volontà di indossare le lenti a contatto Bausch + Lomb ULTRA® Multifocal for Astigmatism dopo lo studio³.

	Percentuale
Portatori abituali di lenti a contatto	52%
Multifocale torica	1%
Multifocale	17%
Torica	26%
Sferica	5%
Altro	3%
Nuovi portatori	48%
Precedente uso di occhiali per la correzione della vista	42%
Nessuna correzione visiva precedente	6%

Tabella 1: partecipanti - uso di lenti a contatto e occhiali³

COMFORT E FACILITÀ D'USO: I FATTORI PRINCIPALI DI SODDISFAZIONE

Quasi 9 partecipanti su 10 si sono dichiarati molto soddisfatti delle caratteristiche delle lenti Bausch + Lomb ULTRA® Multifocal for Astigmatism, questo grazie al comfort generale dato dalle lenti durante e a fine giornata, e alla facilità di utilizzo³ (Fig. 1). La coerenza tra le risposte dei portatori di lenti a contatto nuovi e abituali (di quest'ultimo gruppo, in particolare, il 46% portava le lenti da ≥10 anni³) confermano le eccezionali prestazioni di Bausch + Lomb ULTRA® Multifocal for Astigmatism. Entrambi i gruppi hanno dichiarato la propria soddisfazione, con particolare focus sul comfort complessivo quando si trascorrono molte ore davanti a uno schermo, ad esempio, smartphone, tablet, computer³. L'accento è stato posto anche sul passaggio tra le diverse zone di visione, i partecipanti, infatti, si sono dichiarati molto soddisfatti della visione e del graduale passaggio tra le diverse distanze (ad esempio, da vicino a intermedio, da vicino a lontano). Complessivamente, circa 3 soggetti su 4 hanno preferito le lenti Bausch + Lomb ULTRA® Multifocal for Astigmatism alle loro precedenti lenti a contatto o agli occhiali³.

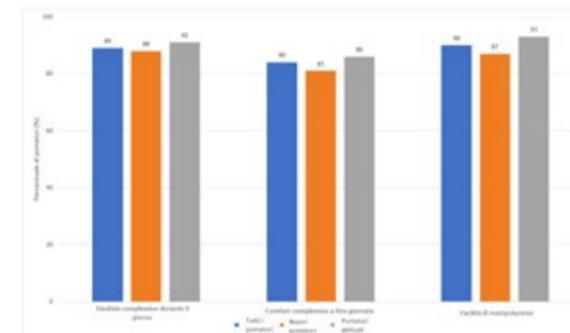


Figura 1: soddisfazione complessiva per Bausch + Lomb ULTRA® Multifocal for Astigmatism³

LA PAROLA AGLI SPECIALISTI DELLA VISIONE

Il fatto che quasi la metà dei partecipanti si avvicinasse per la prima volta all'uso delle lenti a contatto suggerisce una notevole potenzialità per l'applicazione di lenti a contatto toriche multifocali ai presbiti astigmatici, compresi, ma non solo, i portatori di lenti a contatto abituali. Tra gli ottici e optometristi intervistati, 9 su 10 si sono detti molto propensi a considerare le lenti ULTRA® Multifocal for Astigmatism come la prima opzione per i soggetti che necessitano di una

lente a contatto torica multifocale³. Concordano sul fatto che il protocollo applicativo sia pratico e veloce, rendendo facile l'applicazione³ delle lenti a contatto e riducendo i tempi di gestione (Fig. 2).

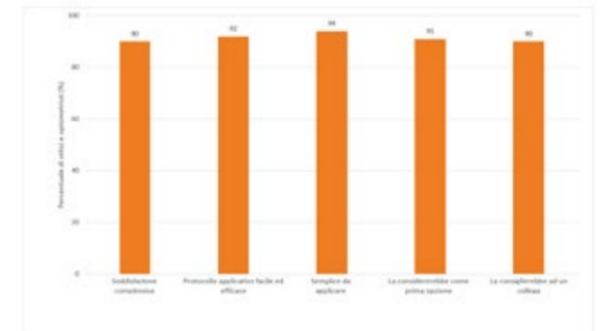


Figura 2: soddisfazione degli ottici e optometristi* con Bausch + Lomb ULTRA® Multifocal for Astigmatism³

*Punteggio Top two Boxes (T2B) su una scala a 5 punti

BAUSCH + LOMB ULTRA® MULTIFOCAL FOR ASTIGMATISM: APPREZZATE DAI PORTATORI E DAGLI OTTICI OPTOMETRISTI

I risultati di questa indagine multiregionale testimoniano la soddisfazione dei soggetti presbiti astigmatici e le eccellenti valutazioni dei loro specialisti della visione. A riprova della soddisfazione generale per ULTRA® Multifocal for Astigmatism vediamo che la percentuale di soggetti complessivamente soddisfatti delle lenti ULTRA® Multifocal for Astigmatism, pari all'81%, è in linea con quella degli ottici e optometristi che concordano sull'estrema soddisfazione dei loro portatori in termini di comfort e visione³. Questo studio dimostra chiaramente le prestazioni della lente Bausch + Lomb ULTRA® Multifocal for Astigmatism, e i dati confermano i vantaggi del design ottico avanzato e delle proprietà dei materiali di questa lente a contatto sia per i nuovi portatori che per quelli abituali.

REFERENZE

- Hovinga K, Schafer J. Changing the game for presbyopic astigmats. Contact Lens Spectrum. November 2021. Available at <https://www.clspectrum.com/supplements/2021/november-2021/contact-lens-spectrum-special-edition-2021-celebra/changing-the-game-for-presbyopic-astigmats>.
- MultiSponsor Surveys, Inc. The 2018 target report on contact lens marketing opportunities among 40+ presbyopes with astigmatism. January, 2019.
- Assessment of PATIENT satisfaction after a fitting with: Bausch+Lomb ULTRA® Multifocal for Astigmatism. Gallileo Business Consulting. February 2022.

Vuoi scoprire tutte le potenzialità di ULTRA® Multifocal for Astigmatism? Scannerizza il QR code per partecipare all'evento digitale il 17 settembre dalle ore 14:00 o il 24 settembre dalle ore 21:00.



KONTAKT LENS V.A.O.

Occhio al benessere visivo

**1DAY AIR VITAMIN: LE NUOVE LENTI A CONTATTO GIORNALIERE
ARRICCHITE CON ACIDO IALURONICO E VITAMINE.**

Al centro delle ricerche di **Kontakt Lens V.A.O.**, azienda con esperienza di oltre trent'anni nel settore delle lenti a contatto, c'è sempre il **benessere visivo**. Se da un lato è importante proporre lenti con elevato comfort e qualità visiva per la soddisfazione del portatore, dall'altro è ancora più importante avere cura del benessere e della salute oculare. Proprio per questo motivo l'azienda ha introdotto nella sua gamma prodotti una novità assoluta: **1Day Air Vitamin**, evoluzione del prodotto best seller dell'azienda degli ultimi 10 anni, **1Day Air**. Le nuove Lac combinano il comfort ormai comprovato con l'apporto di nutrienti importanti per il benessere oculare.

QUALI SONO QUESTI NUTRIENTI?

Acido ialuronico: grazie alla sua capacità di trattenere l'acqua mantiene stabile la bagnabilità delle lenti a contatto. La sua funzione primaria è fornire lubrificazione e idratazione. Lenti a contatto idratate per tutto il porto garantiscono un comfort ottimale.

Vitamina B6: non viene prodotta dal corpo umano e deve essere assunta da fonti esterne. Supporta il metabolismo cellulare e la barriera immunitaria contrastando l'invecchiamento. Fornisce nutrimento a strutture come cornea e retina. Carenza di Vitamina B6 è spesso associata alla sindrome dell'occhio secco.

Vitamina B12: nota per le proprietà antiossidanti, protegge i tessuti e le strutture oculari dallo stress



ossidativo. Interviene nel metabolismo delle strutture cellulare, supporta la produzione lacrimale e riduce l'affaticamento dei muscoli oculari. Carenza di Vitamina B12 può comportare sensibilità alla luce, infiammazioni oculari, prurito bruciore e lacrimazione.

Vitamina E: contrasta i radicali liberi e protegge dai danni causati da questi ultimi. Grazie alla sua funzione antiossidante è utile nella prevenzione dei disturbi degenerativi e da invecchiamento. Le sue proprietà antiossidanti aiutano, inoltre, a mantenere stabile l'integrità del film lacrimale. Carenza di Vitamina E comporta disturbi della vista e delle strutture oculari. È utilizzata per alleviare da sintomi quali congestione, prurito, gonfiore.

COME FUNZIONANO

Le lenti a contatto vengono imbevute in una soluzione arricchita di Acido

ialuronico e Vitamine in modo da rilasciarle durante il porto.

I nutrienti aggiunti sono preservati grazie a tecnologie innovative di conservazione che ne prevengono la perdita e/o l'alterazione. A ogni ammiccamento la palpebra preme sulla lente a contatto e questo permette il rilascio dei nutrienti direttamente nel film lacrimale. Queste lenti a contatto sono solo in **versione giornaliera** poiché durante il porto giornaliero, circa 8 ore, si esaurisce il rilascio di nutrienti. Tre motivi per cui sceglierle:

- Grazie a questa formulazione innovativa di Acido Ialuronico e Vitamine, idratazione e comfort risultano elevati per tutta la durata del porto.
- Le strutture oculari godono di un nutrimento straordinario che garantisce benessere oculare unico.
- Garantisce acuità visiva stabile e duratura per tutto il porto.



SILMO

Paris

THE OPTICAL FAIR

SILMO

Paris.2024

20>23 SEPT

SCAN ME

TO REGISTER
FOR SILMO 2024

POLYOFTALMICA

Precisione giapponese

LA QUARTA SERIE DI **FRONTIFOCOMETRI COMPUTERIZZATI REXXAM** È COPERTA DA **5 ANNI** DI **GARANZIA**.

DL-800, DL-900 e DL-1000 sono la somma dei valori del marchio giapponese **Rexxam: precisione, qualità e prezzi contenuti**.

Dal punto di vista tecnico, il marchio mette in campo tutta la sua esperienza e specializzazione, confermando che la qualità giapponese negli strumenti ottici di precisione, è ancora un must. I nuovi frontifocometri sono precisi e facili da usare, si distinguono dai sistemi tradizionali per l'accuratezza e la velocità nella misurazione dei valori delle lenti, specialmente per le progressive. Questo grazie all'innovazione tecnologica del LED verde che permette letture di estrema precisione e stabilità. Giunta alla quarta serie di frontifocometri computerizzati, Rexxam (che prima era Shin Nippon) ha prestato grande attenzione alla semplicità d'uso, specie nella lettura delle lenti progressive. Il software è intuitivo e di facile comprensione, il LED verde per la lettura è di grande qualità e precisione. Il riconoscimento della lente progressiva è automatico, così come anche la lettura e memorizzazione dei valori della lente. Dietro l'ampio schermo LCD a inclinazione variabile a colori è anche disponibile un utile scomparto per gli accessori, come il supporto per la lettura del potere delle lenti a contatto e un rotolo di ricambio per la stampante. I tre modelli proposti si differenziano nelle funzioni accessorie: il **DL-900** ha in più, rispetto al **DL-800**, la stampante termica integrata; mentre il **DL-1000** ha anche la possibilità di leggere la distanza interpupillare dell'occhiale e il filtraggio dei raggi UV delle lenti. Tutti e tre i modelli si possono poi interfacciare al forterro computerizzato **DR-900** di Rexxam, al fine di avere una postazione refrattiva totalmente interconnessa con anche l'eventuale Autorefo o Autoref/ker e Monitor o Proiettore Rexxam. DL-800, 900 e 1000 sono tre modelli di frontifocometri di sicuro affidamento, 100% Made in Japan e coperti da 5 anni di garanzia.



Per maggiori informazioni:
Tel. 0521 642126 - www.polyoftalmica.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

 **Catania**
30 minuti

 **Catania**
30 minuti

 **Taormina**
10 minuti

 **Interno**
PalaLumbi

Ingresso libero riservato solo agli Operatori del Settore

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

RODENSTOCK

Approccio innovativo

COLORMATIC È UN BRAND FOTOCROMATICO TECNOLOGICO INDIPENDENTE CON UN PROPRIO DESIGN DISTINTIVO.

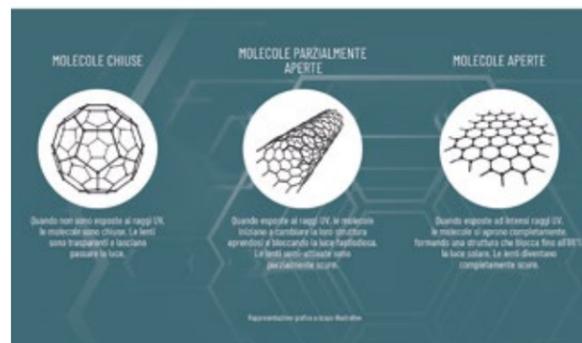
L'ULTIMA FRONTIERA, COLORMATIC X, È FRUTTO DI UNA TECNOLOGIA POTENZIATA CHE PERMETTE DI OFFRIRE PRESTAZIONI NEI TEMPI DI REAZIONE, UNA PERFORMANCE FOTOCROMATICA STABILE E PROTEZIONE UV.

Le lenti fotocromatiche **ColorMatic** di **Rodenstock** vantano una lunga storia. Per oltre 55 anni, il prodotto è stato costantemente migliorato. Gli obiettivi principali dello sviluppo sono sempre stati: rapidi tempi di reazione nello schiarimento e scurimento, una lente sempre più trasparente in interni e scura alla luce del sole. Grazie alla tecnologia innovativa dei materiali, le lenti, oggi, hanno raggiunto una chiarezza fino al 95% e potenziato la capacità di reazione alla luce. Le lenti fotocromatiche hanno la straordinaria capacità di modificare uniformemente la loro colorazione sulla base della capacità di assorbimento dell'intensità della luce solare. Partendo da uno stato trasparente, si scuriscono quando esposte alla luce solare e si schiariscono di nuovo con la diminuzione dell'intensità luminosa, tornando al loro stato di trasparenza iniziale, in ambienti chiusi. Le prime lenti fotocromatiche furono sviluppate dai chimici americani Stanley Donald Stookey e William Armistead negli anni '60 utilizzando vetro minerale. Riconoscendo il comfort che questa tecnologia offriva ai portatori di occhiali, Rodenstock, pioniere nel settore, le introdusse nel mercato europeo nel 1968, diventando il primo produttore europeo. Pur essendo evidente il desiderio di un maggiore comfort attraverso l'uso di lenti più leggere in materiale organico, il processo di produzione utilizzato per il vetro minerale non poteva essere direttamente applicato alle lenti organiche. La prima generazione di lenti fotocromatiche organiche di Rodenstock fu introdotta sul mercato nel 1986 con il nome "ColorMatic". Da allora, molti ricercatori in Rodenstock hanno continuato a perfezionare questa prima generazione, migliorando progressivamente caratteristiche come l'intensità di scurimento, la velocità di schiarimento e la stabilità. L'obiettivo era e resta quello di garantire la massima performance e qualità possibile ai portatori di occhiali. Come risultato, Rodenstock ha continuato a esaminare attentamente i propri prodotti, spingendosi sempre oltre, rivoluzionando il settore e consolidando una posizione di leadership sul mercato. Le molecole fotocromatiche presenti nella lente reagiscono ai raggi UV. Quando ci si trova in ambienti interni, queste molecole

LA GRADAZIONE OTTIMALE IN OGNI SITUAZIONE

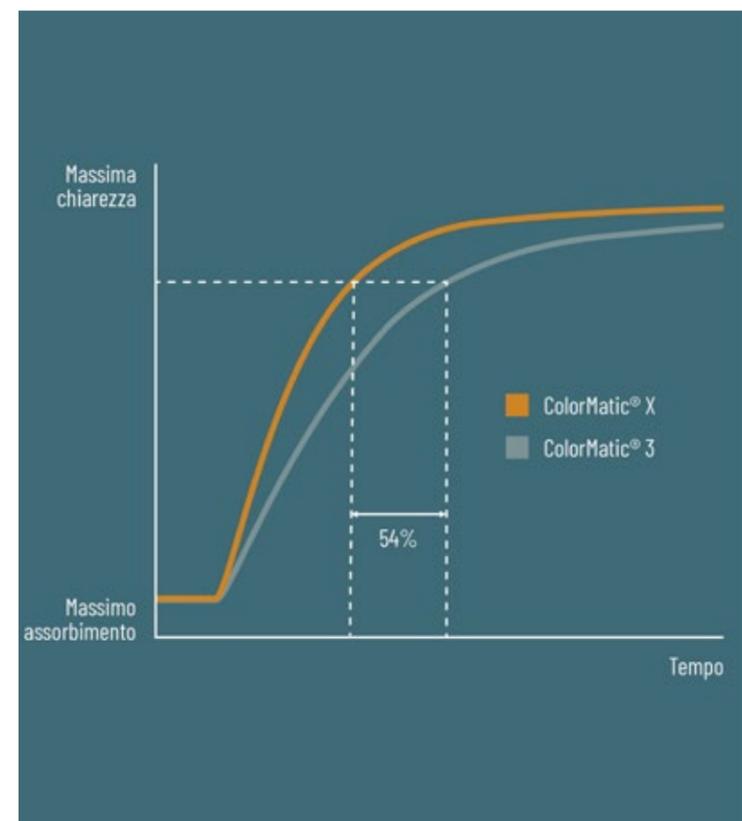


LENTI DINAMICHE PER IL MASSIMO COMFORT



mantengono una struttura chiusa, permettendo alla luce visibile di passare attraverso la lente. Se esposte alla luce solare, le molecole fotocromatiche reagiscono e si aprono, cambiando la loro struttura. Questo cambiamento strutturale porta a un aumento dell'assorbimento della luce visibile, riducendo la quantità di luce che passa attraverso la lente e causando quindi lo scurimento delle lenti. In situazioni in cui l'intensità dei raggi UV diminuisce, ad esempio a causa delle nuvole, le molecole si richiudono parzialmente, adattando l'attivazione colore

della lente in modo proporzionale. Quando i raggi UV non colpiscono più la lente, le molecole fotocromatiche ritornano al loro stato iniziale, permettendo nuovamente alla luce visibile di attraversare la lente e facendola tornare chiara. Grazie al costante lavoro del dipartimento interno R&D, Rodenstock ha oggi raggiunto nuovi traguardi in termini di qualità, velocità e stabilità. La tecnologia ColorMatic offre una protezione 100% contro i raggi UV, sia allo stato chiaro che attivato, riduce la luce blu in modo adattivo in funzione del grado di scurimento della lente e minimizza il possibile abbagliamento. ColorMatic è la lente fotocromatica Rodenstock ideale per tutti i portatori; in modo particolare in presenza di fotosensibilità grazie alla sua capacità di adattamento all'intensità della luce solare. ColorMatic offre un'eccellente chiarezza visiva e prestazioni su tutti gli indici di rifrazione e materiali con cui è prodotta, insieme a una velocità di schiarimento elevata in tutti i climi e durante tutte le stagioni, 365 giorni all'anno. Questo miglioramento nei tempi di reazione, insieme a una performance fotocromatica stabile e alla protezione UV, è stato possibile grazie a una tecnologia potenziata, uno dei principali focus di sviluppo di tutta la gamma Rodenstock. Un approccio convenzionale per migliorare la reattività del fotocromatico e renderlo più flessibile coinvolgerebbe la progettazione della matrice polimerica (il materiale che circonda le sostanze sensibili alla luce). Tuttavia, una matrice troppo morbida non sarebbe in grado di soddisfare i requisiti di un'alta stabilità meccanica. Con **ColorMatic X**, Rodenstock adotta un approccio innovativo: ha integrato la più recente generazione di molecole fotosensibili in una durevole matrice ottica ad alto indice. Le molecole fotosensibili sono legate alla matrice polimerica attraverso un processo produttivo in grado di mantenere inalterate sia la loro elevata flessibilità, che la loro durezza così da ottimizzarne le performance nel tempo. La tecnologia compound di ColorMatic X permette di separare la funzionalità del fototropismo dalle proprietà ottiche e meccaniche della lente, mantenendo inalterata la protezione UV 100% garantita dalla qualità della lente di base. Ne consegue, quindi che le lenti passano dallo stato scuro a quello chiaro a una maggiore velocità: il 54% più velocemente rispetto alla generazione precedente, raggiungendo una trasmittanza di base fino al 95%. Ciò le rende praticamente indistinguibili dalle lenti convenzionali quando al chiuso, e a oggi, sono le fotocromatiche Rodenstock più chiare e veloci di sempre. La rapidità con cui le lenti fotocromatiche tornano chiare è fondamentale, poiché assicura un'esperienza visiva fluida per chi le indossa. Un ulteriore vantaggio è dato dalla capacità delle lenti di scurirsi fino all'88% in esterni, garantendo al portatore una visione confortevole e protezione in condizioni di luce mutevole e sotto l'esposizione diretta al sole, mantenendo inalterata la naturale percezione dei colori e migliorando i contrasti. Per enfatizzare lo sviluppo innovativo di questa tecnologia, Rodenstock ha posizionato ColorMatic come brand fotocromatico tecnologico indipendente con un proprio design distintivo. Il logo esagonale del marchio rappresenta una molecola fotocromatica in fase di transizione mentre il claim "**Engineering photochromic performance**" sottolinea l'ingegnerizzazione fotocromatica ad alte performance.



TUTORNET



I vantaggi delle campagne SMS

IL GESTIONALE TUTORNET CMR PER LE COMUNICAZIONI PERIODICHE FORNISCE UNA SERIE DI VANTAGGI PER IL CENTRO OTTICO. SCOPRIAMO QUALI IN QUESTO ARTICOLO.

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 RAPPRESENTANO UNO STRUMENTO FONDAMENTALE 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 nel 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.

IL 2024 PORTA UNA VENTATA DI NOVITÀ

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



A world of spectacular optical products



Hong Kong International Optical Fair

E PLUS



6-8 NOV 2024
Hong Kong Convention and Exhibition Centre

30 OCT-15 NOV 2024
Click2Match (Online)



Register Now for FREE admission!

(39 2) 865 405

hkopticalfair.hktdc.com

milan.office@hktdc.org

HKTDC Marketplace

Alcon Italia

20154 Milano MI
Via Don Luigi Sturzo 43
Tel. 02.818031

Bausch + Lomb-IOM

20055 Vimodrone MI
Viale Martesana 12
Tel. 02.27407300

Cecop Italia

20123 Milano MI
Via M. Bandello 5
Tel. 02.87020697

DS Team

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

Etnia Barcelona

20141 Barcellona Spagna
Enric Morera 42-44
Tel. +34 93.4735085

Expo Ottica Sud

Per informazioni:
marketing@expoopticassud.it
Tel. 320.0437522

HKTDC

20123 Milano MI
Via Orefici 2
Tel. 02.865405

I.R.S.O.O.

50059 Vinci FI
Piazza della Libertà 18
Tel. 0571.567923

Ital-Lenti

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

Key Optical Europe

50038 Scarperia e San Piero FI
Località la Torre 14H
Tel. 055.8479512

Kontakt Lens

80078 Pozzuoli NA
Via Pisciarelli 79
Tel. 081.5706771

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

Polyoftalmica

43123 Parma PR
Via A. B. Sabin 5/C Loc. Pilastrello
Tel. 0521.642126

Silmo

185 rue de Bercy
75012 Paris
France

SOPTI

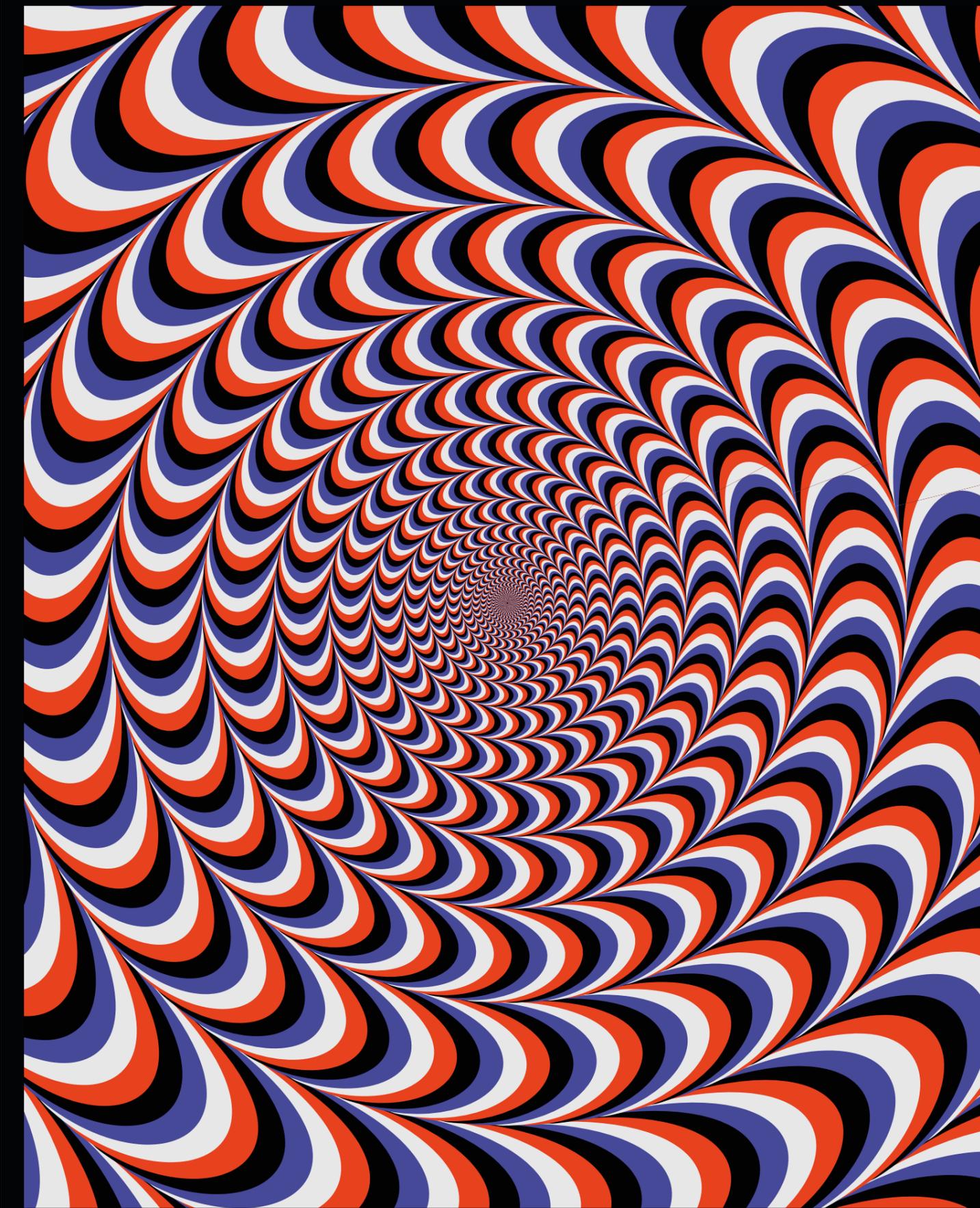
00153 Roma RM
Via Alessandro Volta 15
Tel. 339.1298771

Thélios

32013 Villanova BL
Zona Industriale Villanova 16
Tel. 0437.571111

TutorNET

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



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



OPTOX respilens®



www.optox.it



www.optox.it



Only One®

1DAY AIR Vitamin



LENTI A CONTATTO GIORNALIERE ARRICCHITE CON
ACIDO IALURONICO E VITAMINE B6 | B12 | E

OCCHIO AL BENESSERE VISIVO



MASSIMO COMFORT:

La soluzione arricchita con Acido ialuronico e Vitamine permette una maggiore idratazione e comfort elevato per tutta la durata del porto.



BENESSERE VISIVO:

Questa formulazione innovativa fornisce nutrimento alle strutture oculari, previene l'invecchiamento e garantisce acuità visiva.



TECNOLOGIA INNOVATIVA:

I nutrienti HA e Vit sono preservati grazie ad avanzate tecnologie di conservazione che ne prevengono la perdita e/o l'alterazione.

