

# PO.

platform optic

SPECIALE

## Kids

INTERVIEW

**Davide Degl'Incerti Tocci**  
**Stefania Maso**

COVERSTORY

## Ottica Ing. Benedetto

Contiene I.P. - ISSN 2420-8795



# Tecnitalia

## Innovazione continua

Vai nel sito



editorial



Angelo Dadda

#kids #speciale #estate #salutevisiva #cultura

## Summertime.

Con l'arrivo dell'estate, i sorrisi dei più piccoli si fanno ancora più luminosi, e le giornate all'aria aperta sono l'occasione perfetta per scoprire il mondo con occhi pieni di meraviglia. In questo periodo, il ruolo dell'ottico professionista diventa ancora più importante nel prendersi cura della salute visiva dei bambini, offrendo soluzioni su misura che uniscano funzionalità, comfort e anche stile. In questa edizione di P.O Platform Optic luglio/agosto, nel nostro Speciale dedicato ai Bambini e ai Ragazzi, vogliamo mettere in luce l'importanza di proporre ai più piccoli occhiali, lenti oftalmiche e lenti a contatto pensate appositamente per loro: montature leggere, molto resistenti e colorate, capaci di stimolare l'interesse e di accompagnarli nelle loro avventure quotidiane, lenti oftalmiche ad alte prestazioni dinamiche, resistenti e leggere, lenti a contatto facili da indossare e ad alta capacità idratante. La scelta delle lenti, Lac o oftalmiche, con trattamenti specifici o con tecnologie innovative, permette di garantire alta protezione, chiarezza e sicurezza, a casa, a scuola come anche durante lo sport o le attività più dinamiche indoor e outdoor. Il mondo dell'ottica professionale si evolve costantemente, offrendo soluzioni sempre più creative e funzionali per rispondere alle esigenze dei bambini e dei giovanissimi in generale, rendendo l'esperienza dell'indossare gli occhiali un momento di gioia e di ritrovata fiducia. Perché un occhiale ben scelto non è solo un ausilio visivo, ma anche un alleato nel loro percorso di crescita, che aiuta a vedere il mondo con occhi pieni di entusiasmo. Auguro a tutti i bambini un'estate ricca di scoperte e di sorrisi, con la consapevolezza dei genitori che, grazie alla professionalità e alla passione degli ottici professionisti

anche i più piccoli possono vivere ogni giorno con occhi pieni di luce e colori! Ma dietro a questa spensieratezza, è importante ricordare che la salute visiva dei bambini merita una speciale attenzione e una certa sensibilità. Problemi come la miopia, l'astigmatismo o la presbiopia infantile sono sempre più diffusi, e una diagnosi medica precoce, effettuata dal medico oculista di famiglia, può fare la differenza per la loro crescita e il loro benessere futuro. La miopia è uno dei problemi visivi più diffusi tra i bambini e gli adolescenti e la sua prevalenza sta aumentando anche nel nostro paese. Secondo studi recenti, si stima che circa il 20-30% dei bambini italiani abbia un certo grado di miopia, con una tendenza all'aumento legata a fattori come l'uso prolungato di dispositivi digitali e la riduzione del tempo trascorso all'aperto. In particolare, la prevalenza di miopia tra i bambini in età scolare si aggira intorno al 15-20% e si osserva un incremento più marcato nelle aree urbane rispetto a quelle rurali. La ricerca evidenzia anche che la miopia precoce può portare a problemi più seri in età adulta, come il rischio di sviluppare complicanze oculari. Per questo motivo, è importante che i genitori e gli insegnanti siano attenti ai primi segnali di problemi visivi nei bambini e che si rivolgano a medici specializzati per controlli regolari. La diagnosi precoce e l'uso di occhiali correttivi adeguati sono fondamentali per garantire uno sviluppo visivo sano e prevenire complicanze future. L'ottico ha il dovere di svolgere anche una vera attività coadiuvante di sensibilizzazione culturale sull'argomento, verso le famiglie, che molto spesso si accorgono dei problemi di vista dei loro figli solo in età scolare già molto avanzata. Buona estate e buona lettura a tutti.



Vision Cab



Vision Play



*Dandy's*  
*uno stato di grazia*

Scopri la collezione su  
[www.dandyeyewear.com](http://www.dandyeyewear.com)

**on the cover**



FEDERICO AMBERTI  
**OTTICA ING. BENEDETTO, SETTIMO TORINESE (TO)**  
Foto by  
ROBERTO DE RICCARDIS

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

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

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

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

**P.O. PLATFORM OPTIC**  
Mensile\_numero 07/08\_anno XI\_2025

**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**  
Alice Ferrari

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

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

# 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.

DIOR

FENDI  
ROMA

CELINE

LOEWE

GIVENCHY

STELLA McCARTNEY

KENZO  
PARIS

BERLUTI

BVLGARI

 TAGHeuer

FRED

  
BARTON PERREIRA

VUARNET



**001**

EDITORIAL  
**Summertime**

**008**

COVER STORY  
**Tre generazioni  
per un'unica  
visione**

**016**

FASHION  
**Estensioni  
naturali**

**030**

PROTAGONISTI  
**Dell'industria**

**032**

OVERVIEW  
**Coup de coeur**

**034**

EVENTS  
**Resilienza e  
crescita  
per l'ottica  
indipendente**

**035**

EVENTS  
**Un segnale di  
crescita**

**036**

EVENTS  
**Traguardo  
d'eccezione**

**039**

SPECIALE  
**Kids**

**074**

TRENDS  
**Fashion**

**082**

REVIEW  
**Focus**

**086**

ELENCO  
**Inserzionisti**

**MYOSEL**

LA NUOVA GENERAZIONE DI LENTI PER  
LA GESTIONE DELL'EVOLUZIONE MIOPICA  
NEI BAMBINI ED ADOLESCENTI



# Tre generazioni per un'unica visione

A **SETTIMO TORINESE, OTTICA ING. BENEDETTO** NON È SOLO UN CENTRO OTTICO, MA UN VERO E PROPRIO PRESIDIO DI **COMPETENZA, ACCOGLIENZA E INNOVAZIONE**. A RACCONTARCI QUESTA REALTÀ STORICA – OGGI GUIDATA DA **DUE GENERAZIONI DELLA FAMIGLIA BENEDETTO-AMBERTI** – SONO **ELENA BENEDETTO, GIANCARLO AMBERTI E FEDERICO AMBERTI**.

Paola Ferrario

La storia di **Ottica Ing. Benedetto** affonda le radici nel **1928**, quando **Mario Benedetto** apriva a Settimo Torinese l'Oreficeria Orologeria Mario Benedetto, destinata a evolversi, trasformarsi e crescere fino a diventare una delle realtà più consolidate e innovative del panorama ottico italiano. Come accadeva spesso all'epoca, alla vendita di gioielli e orologi si affiancava quella degli occhiali da vista. Ma fu il fondatore stesso a intuire per tempo la necessità di una maggiore professionalizzazione, spingendo i figli a frequentare il corso di ottica.

La svolta arrivò alla fine degli anni Settanta, quando l'ingegnere **Carlo Benedetto** decise di lasciare l'industria e riscoprire il suo diploma di ottico, dando vita, nel **1980**, alla nuova Ottica Ing. Benedetto. Da allora, la storia dell'attività si è intrecciata con quella della famiglia: al suo fianco la moglie **Olga** e, successivamente, la figlia **Elena**, oggi titolare, affiancata dal marito **Giancarlo Amberti** e dal figlio **Federico**, che rappresenta la terza generazione. Negli anni, il negozio è cresciuto sia negli spazi sia nelle competenze, tornando nel 2008 proprio nei locali dove tutto ebbe inizio, ampliandosi fino a oltre 200 metri quadri. Oggi Ottica Ing. Benedetto è una società benefit e ha recentemente inaugurato una nuova sede, a pochi metri da quella storica, progettata in collaborazione con **ZEISS** e il **Politecnico di Milano** nell'ambito dell'iniziativa "Centro Ottico del Futuro", con l'obiettivo di offrire

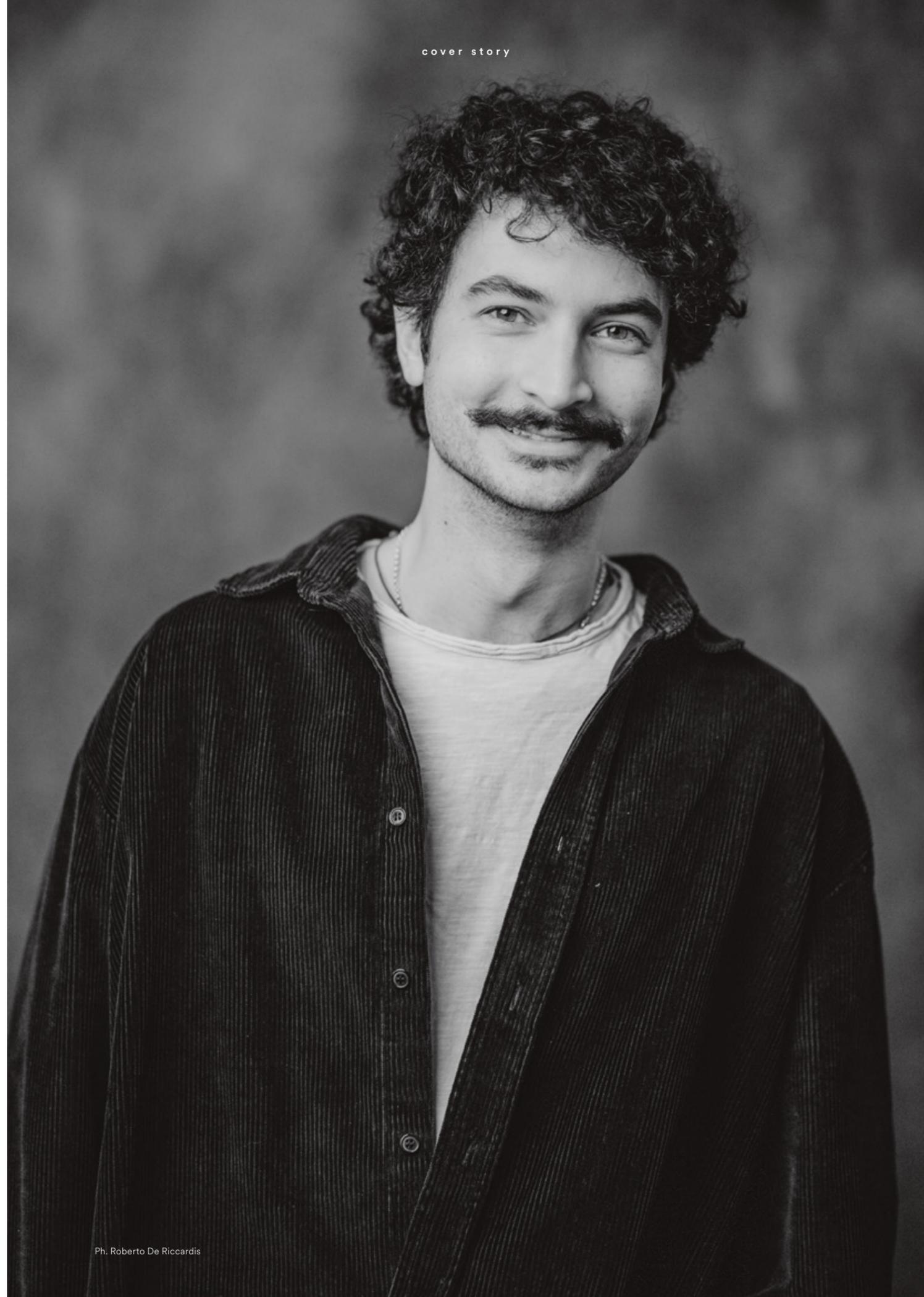
un'esperienza sempre più immersiva e personalizzata. **Innovazione, professionalità, multidisciplinarietà e attenzione all'inclusione** sociale: è questa la cifra distintiva di una realtà che non ha mai smesso di guardare avanti. Ce lo raccontano, in questa intervista, i protagonisti: **Elena Benedetto, Giancarlo Amberti** e il giovane **Federico Amberti**, figlio della coppia.

Il nome del negozio nasce da una scelta affettiva e identitaria.

*"Perché mio papà, nel 1980, ha aperto il negozio di ottica a Settimo Torinese. Lui era ingegnere e teneva molto al suo titolo, quindi abbiamo deciso di mantenerlo anche nel logo, quando abbiamo rilevato l'attività. L'Ing. è un omaggio a lui, per ricordarlo sempre e proseguire il percorso da lui iniziato. Quindi oggi ci siamo noi due generazioni, più nostro figlio Federico – che è la new entry, la nuova generazione",* racconta Elena con emozione.

Il percorso professionale della coppia è stato sin da subito condiviso.

*"Sì, inizialmente sono entrata nel negozio insieme ai miei genitori. Ho studiato prima ottica, poi ortottica. Successivamente si è inserito anche Giancarlo, che poi vi racconterà la sua storia. Da oltre 30 anni lavoriamo insieme, e da diversi anni, come accennavo, anche*





*Federico è con noi. Continuerà l'attività di famiglia, e ne siamo molto orgogliosi e felici", aggiunge.*

Giancarlo, dal canto suo, ha portato in dote una preparazione economica che ha saputo coniugare con quella tecnica.

*"Sono diventato ottico per amore. In realtà, ho una formazione diversa: sono laureato in Economia e Commercio. Quando abbiamo deciso di rilevare il negozio dei genitori di Elena, alla fine degli anni '90, ho ritenuto importante acquisire competenze tecniche specifiche. Così mi sono diplomato in Ottica e poi specializzato in Optometria, frequentando vari corsi di aggiornamento. Mi sono però reso conto negli anni che il mio background economico è stato fondamentale: ci ha permesso di dare al nostro lavoro un'impostazione che solo le competenze tecniche non avrebbero garantito. È stata una combinazione vincente".*

Oggi il centro ottico è strutturato e conta uno staff di sette persone, tutte altamente qualificate.

*"Abbiamo scelto di posizionarci su un certo livello di professionalità, e questo ci ha permesso di crescere", aggiunge.*

Tra i progetti più recenti spicca l'adesione al "Centro Ottico del Futuro", ideato da ZEISS in collaborazione con il Politecnico di Milano.

*"Quest'anno abbiamo aderito con entusiasmo al*

*progetto 'Centro Ottico del Futuro', che ci ha dato l'opportunità di applicare concretamente le teorie sviluppate insieme al Politecnico di Milano. Siamo stati uno dei centri campione analizzati dai ricercatori, e quando si è presentata l'occasione di acquisire un nuovo locale, a pochi passi dalla sede precedente, abbiamo colto al volo l'opportunità. Simona Dentone, Architetto che collabora con ZEISS nell'ambito del progetto Centro Ottico del Futuro, ha studiato il layout del nuovo Centro Ottico secondo le dinamiche dei flussi, realizzando un punto vendita che, a due mesi dall'apertura, si sta dimostrando estremamente efficace e in linea con le nostre aspettative", spiega Giancarlo.*

Il nuovo negozio è stato pensato anche per creare un'atmosfera accogliente e ha visto anche il coinvolgimento di un architetto del luogo.

*"Ci tenevamo molto che il nostro non fosse un negozio come tutti gli altri. Non volevamo che le persone si sentissero a disagio. E direi che ci siamo riusciti: tutti, dai più giovani agli anziani, ci dicono che il negozio è bello, accogliente, sembra di essere a casa. All'ingresso c'è un salottino e spesso prendiamo il caffè con i clienti, sia con chi fa acquisti importanti sia con chi ha difficoltà: trattiamo tutti nello stesso modo. La gente entra sorridendo, felice, e ci fa molti complimenti sinceri per il clima che si respira", conclude Elena.*

L'ingresso di Federico nella società ha portato nuove sensibilità e progettualità, in particolare sul fronte del sociale.

*"Sì, assolutamente. Il sociale è sempre stato una mia grande passione. Ho fatto un anno di servizio civile e un anno di volontariato in un centro di accoglienza a Settimo Torinese, tra i più grandi del Nord Italia. Mi è sempre piaciuto dare un contributo, anche piccolo, a chi ha bisogno di maggiore attenzione", racconta.*

Un impegno concreto che si è tradotto nella costituzione di una società benefit.

*"Cerchiamo di adottare accortezze verso tutti i clienti, in particolare verso le categorie più fragili. Collaboriamo anche con realtà del territorio, come la cooperativa Il Margine, che ci ha aiutato a sviluppare un progetto speciale in occasione dell'apertura della nuova sede".*

Il progetto si chiama "Settimo visto dal Ponte" e ha coinvolto persone con disabilità intellettiva, che hanno ridisegnato le vie della città secondo valori condivisi: accoglienza, generosità, sostenibilità. Non manca anche l'attività di screening visivi presso il **Sermig di Torino**.

*"Portare il nostro lavoro in questi contesti è importante per me, perché riflette chi sono. Mi sento fortunato ad avere due genitori che accettano con entusiasmo le innovazioni, anche quelle che riguardano moda, stili, tendenze. Certo, qualche scontro ogni tanto c'è – è normale – ma accolgono sempre con apertura le mie proposte", ammette Federico.*

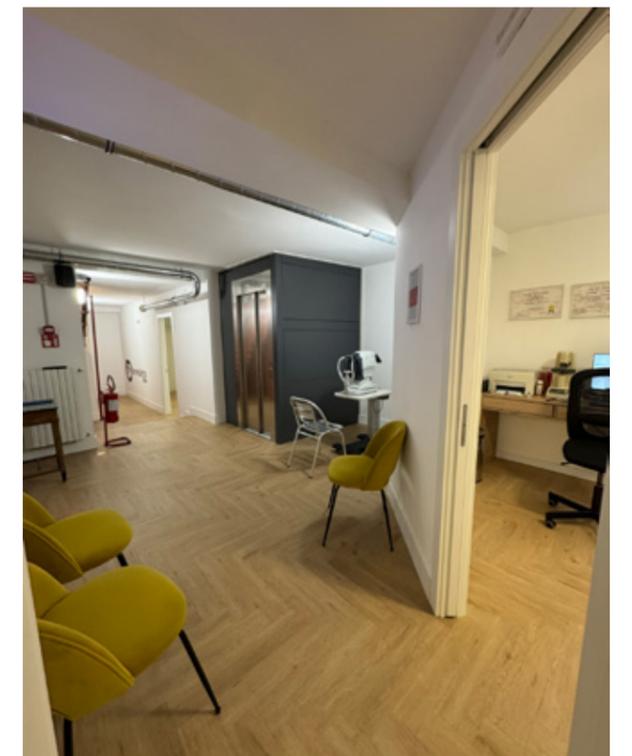
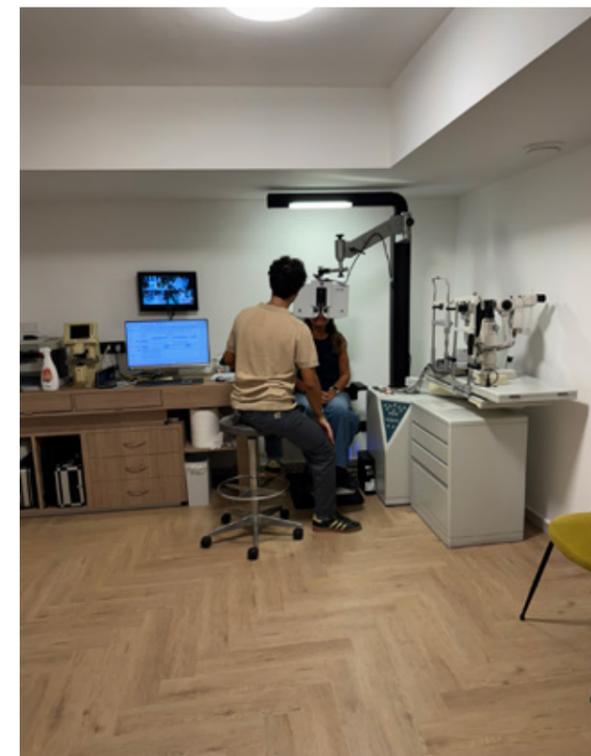
Nel punto vendita, ogni componente della famiglia

Amberti mette a disposizione le proprie competenze. Elena, ortottista, svolge un ruolo centrale nei controlli visivi.

*"Il servizio è attivo tutti i giorni. Prima lavoravo negli studi oculistici il lunedì, quando il negozio era chiuso. Ora faccio controlli visivi ai bambini direttamente in negozio. Quando rilevo un problema, li indirizzo subito dall'oculista. Mi occupo anche di disturbi della motilità oculare e, se servono, svolgo esercizi ortottici con i pazienti", spiega.*

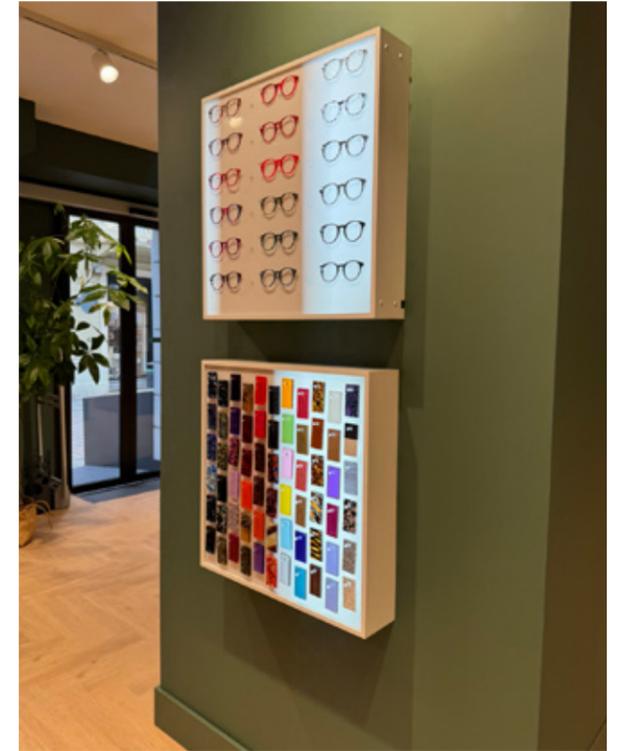
Federico e sua madre si occupano anche della selezione delle collezioni di occhiali.

*"La nostra è una realtà cittadina particolare. Io e mamma spesso ci occupiamo della scelta delle nuove collezioni. A volte siamo tentati dalle grandi novità dell'occhialeria, ma dobbiamo anche contenerci: Settimo Torinese, per quanto sia la mia città del cuore, ha più difficoltà, rispetto a realtà come Milano o Firenze, ad accettare i cambiamenti. Ci piacerebbe proporre montature audaci, con mascherine e aste importanti, ma sappiamo che dobbiamo fare scelte sostenibili per l'economia del negozio. Cerchiamo comunque di proporre novità interessanti e stimolanti. Ultimamente stiamo riuscendo a farlo, proponendo montature originali, fuori dagli schemi. Evitiamo il 'classico imposto': per ogni brand teniamo un solo modello per tipo, così da evitare che più persone abbiano la stessa montatura, in una città di 50mila abitanti può succedere facilmente. Cerchiamo quindi di offrire varietà, esclusività e uno stile che rappresenti la nostra identità".*





Lo staff di Ottica Ing. Benedetto



Anche la comunicazione digitale è diventata un punto di forza.

*“Devo dire che ogni tanto mi sento un po’ boomer rispetto a loro! All’inizio ero piuttosto scettico sull’utilizzo dei social in modo così importante per il negozio. Poi, con mia grande sorpresa, mi sono reso conto dell’impatto reale che stiamo avendo a livello cittadino. Il nostro volto – quello di papà, con la sua barbona e i suoi modi – è ormai riconoscibile: le persone che entrano si complimentano non solo per i video, ma chiedono anche informazioni sui contenuti proposti”*, racconta Federico con il sorriso.

E aggiunge:

*“Come per lo staff e per tutto il negozio, cerchiamo di mantenere un livello di serietà anche sui social: tutti i contenuti sono a tema, curati, con l’obiettivo di informare davvero. Cerchiamo anche di sfatare alcuni miti che circolano in rete. Una grande sorpresa è arrivata quando abbiamo raggiunto il nostro primo (e finora unico!) milione di visualizzazioni su TikTok, con papà che dava cinque consigli sul mondo dell’ottica. Li abbiamo capito che questi strumenti funzionano anche nel nostro settore”*.

Il supporto di un’agenzia esterna aiuta a mantenere qualità e coerenza.

*“È un mestiere vero e proprio, non ci si può improvvisare. Però ci divertiamo: anche le colleghe sono contente di partecipare e includiamo tutto lo staff. È bello, e restituisce anche l’immagine di un’azienda a conduzione familiare”*.

Parlando del negozio del futuro e delle evoluzioni della vendita nel settore ottico, Federico condivide una visione controcorrente: nel punto vendita della sua famiglia, infatti,

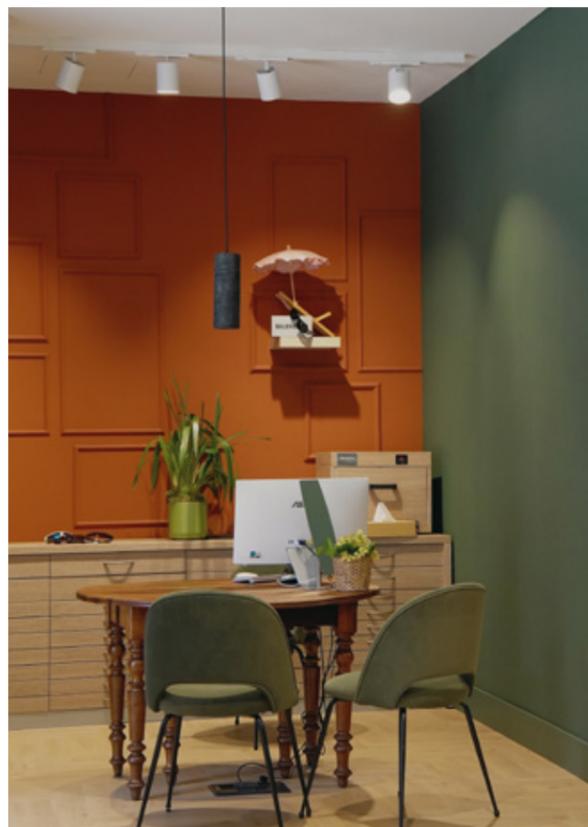
*“non abbiamo praticamente nulla esposto, a parte qualche montatura in vetrina. La scelta è deliberata e ragionata. Ci piace realizzare vetrine curate, belle da vedere, capaci di far fermare chi passa. Li puntiamo a creare un piccolo effetto ‘wow’. In questa direzione, siamo stati tra i primi centri Greenvision ad avere il Totem Veà realizzato da Thema che, grazie all’AI, consente di provare migliaia di montature con infinite combinazioni e poi provare la calzatura reale con quelle presenti in negozio”*.

L’idea che guida la loro modalità di vendita è semplice ma rivoluzionaria: evitare che il cliente scelga una montatura in autonomia, rischiando di orientarsi su un occhiale non adatto alle sue esigenze visive, al suo volto o alle caratteristiche tecniche necessarie:

*“Sono tutti elementi che sfuggono se si prende un occhiale in autonomia, da uno scaffale, senza il consiglio di un professionista”*.

Federico ammette che a volte questa scelta può sembrare limitante perché alcune persone vorrebbero **“vedere tutto”** e provare liberamente. Tuttavia, quando viene spiegata, la maggior parte dei clienti la comprende e l’apprezza.

*“Conosco persone che hanno scelto occhiali solo perché visti su Instagram o indossati da un’amica, e poi si ritrovano con montature scomode, appoggi sbagliati, o lenti troppo spesse. Con una montatura più adatta,*



Federico Amberti, Elena Benedetto, Giancarlo Amberti

*avrebbero ottenuto un risultato decisamente migliore*". È per questo che Federico crede profondamente in un approccio guidato e personalizzato.

*"Ecco perché credo che questa nostra impostazione – più guidata e personalizzata – sia una scelta molto vincente"*.

Sul tema della collaborazione con la classe medica, è Giancarlo a prendere la parola.

*"È un aspetto per noi fondamentale", esordisce, raccontando di come, "circa dieci anni fa, abbiamo deciso di formare uno dei collaboratori proprio per interfacciarsi con gli studi oculistici del territorio. Ha iniziato un'attività di presentazione costante, portando con sé una brochure che illustrava i servizi e le soluzioni ottiche più particolari proposte in negozio. Come avete capito, cerchiamo di proporre cose non banali: occhiali realizzati su progetti particolari, come quello con lo skyline di Settimo (che, sì, qualcuno ci ha preso in giro dicendo che non ne ha uno... ma noi l'abbiamo trovato!)"*.

Oltre al design, l'attenzione si è concentrata su ambiti tecnici spesso trascurati:

*"ipovisione, contattologia specialistica, protesi oculari... tutti ambiti in cui gli oculisti faticano spesso a trovare interlocutori affidabili. In questo modo, il team ha costruito una rete fondata sulla fiducia, sulla competenza e sulla conoscenza diretta. In molte realtà capita di vedere ricette scritte da*

*medici che non si sono mai incontrati di persona. Noi abbiamo deciso di 'metterci la faccia', presentandoci regolarmente, un po' come fanno gli informatori medico-scientifici anche se questo ruolo, di solito, è riservato alle grandi catene"*.

Il risultato è stato un dialogo costruttivo, che ha portato benefici concreti sia al punto vendita che ai medici.

*"Come diceva mia moglie, è fondamentale tenere ben chiari i confini delle rispettive professioni. Ognuno deve fare la sua parte, senza invadere ambiti che non gli competono"*.

Alla domanda su come proseguirà il proprio percorso, Federico non ha dubbi.

*"Ho due ottimi maestri, due eccellenti mentori, e l'intenzione è proprio quella di proseguire su questa strada: che mi sembra non solo ben avviata, ma anche giusta e coerente con i miei ideali"*.

Una strada che, come emerge chiaramente, integra molteplici aspetti: competenza, dialogo col cliente, rapporto con la classe medica, presenza sui social e attenzione al sociale – e tutto questo, senza dimenticare il lato umano dello staff.

**SCANSIONA IL QR-CODE PER LA VIDEOINTERVISTA**



# Estensioni naturali

Paola Ferrario

**Le capsule collection, le limited edition e le special edition non rappresentano semplici operazioni di stile, ma costituiscono un elemento strutturale del processo produttivo dell'eyewear contemporaneo.**

L'eyewear si afferma sempre più come status symbol, dando vita a una nicchia che celebra unicità ed esclusività.

I brand si sfidano a offrire quel tocco distintivo capace di conquistare i portatori più esigenti.

Se un tempo le limited edition erano legate quasi esclusivamente all'uso di materiali preziosi, oggi il concetto si evolve, abbracciando anche materiali sostenibili e non.

La contaminazione con il mondo della moda, del design, dell'arte alimenta la diffusione delle capsule collection: collezioni curate in collaborazione con stilisti, fashion icon e marchi del design si affermano come must-have.

Non si tratta più di iniziative occasionali, ma di una direzione produttiva ben definita: capsule e limited edition sono ormai parte integrante del processo creativo e industriale dell'eyewear contemporaneo.

## T HENRI

L'ESSENZA DEL MARCHIO È RADICATA NELL'ESCLUSIVITÀ. OGNI VARIANTE DI COLORE E OGNI MODELLO SONO PRODOTTI IN UN NUMERO MASSIMO DI SOLI 199 PEZZI O MENO, E UNA VOLTA ESAURITI, NON VENGONO PIÙ RIMESSI IN PRODUZIONE.  
IN FOTO: DUSENBERG



**BAYRIA EYEWEAR**

LA LIMITED EDITION AMMAN, DEDICATA ALLA MARCHESA CASATI, PRODOTTA IN EDIZIONE LIMITATA (SOLO 200 ESEMPLARI NUMERATI). IL FRONTALE NON È STAMPATO, MA SCOLPITO: L'ECESSO DI MATERIALE VIENE RIMOSSO MECCANICAMENTE E RIFINITO A MANO, DANDO VITA A BASSORILIEVI IRRIPETIBILI, FLUIDI, QUASI LIQUIDI. A COMPLETARE L'OPERA, SOPRACCIGLIA SCOLPITE IN OMAGGIO AI SUOI CELEBRI TRUCCHI TEATRALI.

**CHOPARD**

LA MAGIA DELLA MILLE MIGLIA, LA CORSA AUTOMOBILISTICA CHE HA DEFINITO UN'EPOCA, RIVIVE NEL NUOVO OCCHIALE PLACCATO IN ORO 23 CARATI CHOPARD CLASSIC RACING SCHL82. L'EDIZIONE È LIMITATA A 299 PEZZI NUMERATI (001/299), UN RICHIAMO AL NUMERO DI REGISTRAZIONE DELL'AUTO CON CUI KARLFRIEDRICH SCHEUFELE, CO-PRESIDENTE DI CHOPARD, PRESE PARTE ALLA SUA PRIMA MILLE MIGLIA. IL LEGNO DI NOCE CANALETTO, CHE RIVESTE IL FRONTALE E LE ASTE, RICHIAMA IL COLORE DEGLI INTERNI DELLE VETTURE D'EPOCA, MENTRE LE INCISIONI SUGLI INSERTI IN METALLO SONO ISPIRATE AL PATTERN DEGLI PNEUMATICI.



**DAVID BECKHAM**

ISPIRATO DA UN MODELLO VINTAGE, IL NUOVO OCCHIALE DA SOLE PIEGHEVOLE ORIGAMI DEVE IL SUO NOME ALLA TRADIZIONALE ARTE GIAPPONESE DI PIEGARE LA CARTA. LA MONTATURA IN METALLO, COMPATIBILE CON LENTI GRADUATE, RAPPRESENTA IL MIX PERFETTO DI LUSO E AUTENTICITÀ. DISPONIBILE IN ORO CON TERMINALI BEIGE CORNO E LENTI FOTOCROMATICHE AZZURRE, ORO CON TERMINALI NERI E LENTI VERDE SPECCHIATO, ORO CON TERMINALI AVANA MARRONE E LENTI FOTOCROMATICHE DA VIOLA A GRIGIO, ORO CON TERMINALI VERDI E LENTI VERDE SPECCHIATO.



**ETNIA BARCELONA**

IL BRAND DEDICA, PER LA QUINTA VOLTA, A IBIZA UNA CAPSULE IN EDIZIONE LIMITATA COMPOSTA DA QUATTRO MODELLI ICONICI: IBIZA VOL. 5. OGNI PAIO DI OCCHIALI È UNA FINESTRA SULL'ESSENZA DEL MEDITERRANEO: DALLA FORZA DEI SUOI PAESAGGI FRASTAGLIATI AL MOVIMENTO IPNOTICO DELLE ONDE, FINO ALLA DOLCEZZA DEI SUOI TRAMONTI. LE RIGHE TORNANO CON FORZA COME UNO DEI PATTERN PROTAGONISTI, E LA COLLEZIONE SEGUE QUESTA TENDENZA CON DESIGN CHE RENDONO OMAGGIO A QUESTO CLASSICO REINVENTATO.



**ITALIA INDEPENDENT**

IL MARCHIO DI CASA MODO RIVISITA UNO DEI SUOI MATERIALI PIÙ ICONICI - IL DENIM - ATTRAVERSO UNA SPECIAL EDITION DOTATA DI UNALENTE AUDACE E INNOVATIVA CHE GETTA UN PONTE TRA PASSATO E FUTURO. TRA LE FORME PIÙ POP DELLA STAGIONE BLAM (IN FOTO).



Calvin Klein



**MOVITRA X AC MILAN**  
L'EDIZIONE LIMITATA REALIZZATA CON L'AC MILAN È COMPOSTA DA DUE OCCHIALI DA SOLE PRODOTTI IN UNA TIRATURA LIMITATISSIMA DI 75 PAIA CIASCUNO: PHENOMENON 02 E AC 04. I MODELLI PRESENTANO IL LOGO INCISO AL LASER SUL RETRO DEL FRONTALE IN TITANIO E LA SCRITTA "MILAN", SEMPRE INCISA AL LASER, ALL'ESTERNO DELLA PUNTA DELL'ASTA SINISTRA. ALL'INTERNO DELLA MONTATURA, MOVITRA X MILAN È INCISO IN UNA RAFFINATA FINITURA DORATA SULLA PARTE INTERNA DELL'ASTA DESTRA E LA SCRITTA "WE WILL BE A TEAM OF DEVILS" APPARE IN ORO SULLA PARTE INTERNA DELL'ASTA SINISTRA.



**HOET**  
IL MODELLO F6 DELLA COLLEZIONE HOET COUTURE<sup>2</sup>, REALIZZATA IN TITANIO TRAMITE STAMPA 3D LASER, È IMPREZIOSITO DA INSERTI IN ORO 18 CARATI. OGNI MONTATURA PUÒ ESSERE PRODOTTA IN DIVERSE MISURE STANDARD E PERSONALIZZATA CON UN'INCISIONE SU RICHIESTA.

**IRSOO** ISTITUTO DI RICERCA  
E DI STUDI IN OTTICA  
E OPTOMETRIA - VINCI

## AGGIORNA LA TUA PROFESSIONALITÀ ESPLORA L'OFFERTA FORMATIVA IRSOO

### IPOVISIONE: DALLA PRESCRIZIONE AL MONTAGGIO DEGLI AUSILI OTTICI

Il corso si propone di fornire una panoramica completa partendo dalla definizione, classificazione e aspetti legali dell'ipovisione, fino ad illustrare le tecniche di indagine e riabilitazione del soggetto ipovedente. Verrà descritto l'impiego dei vari ausili ottici e digitali, dei sistemi ingrandenti e dei filtri selettivi. Le esercitazioni includeranno il montaggio degli ausili ottici e prove pratiche con pazienti reali. Due incontri, preceduti da un webinar introduttivo, per saper gestire, con cognizione e abilità, un servizio competente rivolto ai soggetti ipovedenti.



 Vinci, Ottobre - Novembre 2025

### ANALISI VISIVA COMPLETA O QUASI



 Vinci, 12 Ottobre 2025

Lo scopo di un'analisi visiva è principalmente una sistematica investigazione e considerazione delle varie funzioni visive della persona. Esiste una metodologia, che si basa sui fondamenti scientifici, in cui ogni test utilizzato per misurare una specifica funzione visiva, ha un valido principio fisiologico, per arrivare ad una interpretazione analitica dei dati. L'optometrista deve possedere le conoscenze fondamentali della visione e delle innovazioni, per essere così in grado di interpretare e capire la metodologia ideale di un'analisi visiva e risolvere le necessità del paziente.

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

 irsoo\_istituto\_optica\_vinci  
 P.za della Libertà 18, Vinci (FI)





**KALEOS**

LA COLLEZIONE AMPLIA I TRE MODELLI ICONICI BLESS, STIRLING (IN FOTO) E COBB CON DUE NUOVE VARIANTI DI COLORE CIASCUNO. TESTIMONIAL DEL PROGETTO È LA MODELLA, IMPRENDITRICE E ICONA DIGITALE JESSICA GOICOECHEA, UNA DELLE PERSONALITÀ PIÙ MAGNETICHE DELLA SPAGNA.



**KARL LAGERFELD X DISNEY**

LA COLLABORAZIONE TRA LE DUE MAISON CELEBRARE PER LA SECONDA VOLTA IL LEGAME SPECIALE DI KARL LAGERFELD CON IL SUO PERSONAGGIO DISNEY PREFERITO, PAPERINO. ATTRAVERSO UNO SCHIZZO UNICO CHE LUI STESSO HA DISEGNATO A MANO NEI PRIMI ANNI 2000. RAFFIGURA PAPERINO NELL'INCONFONDIBILE STILE KARL: OCCHIALI DA SOLE SCURI OVERSIZE, JEANS, BLAZER NERO, CAMICIA BIANCA A COLLO ALTO E CODA DI CAVALLO BIANCA. COME PARTE DI QUESTA PARTNERSHIP, MARCHON CELEBRA IL PERSONAGGIO AMATO LANCIANDO UNA MONTATURA SPECIALE, DECORATA CON LO STESSO SCHIZZO ICONICO SULLE ASTE.



**MOREL X JEAN NOUVEL**

CONCEPITA SECONDO LA VISIONE DI UN MAESTRO DEL MINIMALISMO, PROSEGUE PER LA SESTA STAGIONE L'ESTETICA STRUTTURATA E RICONOSCIBILE DELLA COLLEZIONE MOREL PAR JEAN NOUVEL. IL DESIGN ROTONDO, ESSENZIALE E MONOLITICO CATTURA ANCORA UNA VOLTA L'ESSENZA DI UNA COLLABORAZIONE CHE UNISCE VISIONE ARCHITETTONICA E ARTIGIANALITÀ. TORNA AL CUORE DELL'ISPIRAZIONE ORIGINARIA: IL CERCHIO. UNA FORMA GEOMETRICA RICORRENTE NELLE OPERE DI JEAN NOUVEL, COME L'INSTITUT DU MONDE ARABE O IL LOUVRE ABU DHABI.



**MOSCHINO**

IL NUOVO OCCHIALE DA SOLE IN LIMITED EDITION MOS 204/S PRESENTA UNA LINEA OVALE IN METALLO ILLUMINATA DA SCINTILLANTI CRISTALLI SU TUTTO IL FRONTALE, PER UN'ALLURE PREZIOSA. LA MONTATURA È DOTATA DI LENTI GRIGIE DALLA FINITURA SPECCHIATA ORO E DI ASTE FLAT DAI VOLUMI IMPORTANTI, SIGLATE DAL LOGO MOSCHINO DISCRETAMENTE INCISO. IL MODELLO, DISPONIBILE IN 250 PEZZI, È DECLINATO IN METALLO ORO CON LENTI GRIGIO/ORO SPECCHIATO E TERMINALI NERI IN ACETATO.



**POLICE**

REALIZZATO IN METALLO COOL, QUESTO DALLA COLLABORAZIONE TRA POLICE E IL MERCEDES-AMG PETRONAS FORMULA ONE TEAM È NATA UNA CAPSULE COLLECTION UNICA CHE COMPRENDE QUATTRO MODELLI DI OCCHIALI DA SOLE, OGNUNO DISPONIBILE IN TRE VARIANTI COLORE, E UN MODELLO ESCLUSIVO PER L'E-COMMERCE. OGNI MONTATURA È CARATTERIZZATA DALLA DOPPIA FIRMA POLICE E MERCEDES-AMG PETRONAS F1 TEAM, CON DETTAGLI ISPIRATI AI COLORI E AGLI ELEMENTI ICONICI DELLA SQUADRA. ELEMENTO DISTINTIVO DELLA COLLEZIONE È L'IMPIEGO DELLA FIBRA DI CARBONIO. IN FOTO: SPLR49



Per maggiori informazioni chiama 1800 700 600.

Calvin Klein Jeans

fashion

**PORSCHE DESIGN**

IL PILOT ICONIC TARGA P'8954 SI ISPIRA ALLA LEGGENDARIA PORSCHE 911 TARGA REINTERPRETANDO LE LINEE TRASFERENDOLE IN UN CONCETTO SOFISTICATO E D'IMPATTO. LA MONTATURA IN TITANIO GIAPPONESE RICHIAMA LA FUNZIONE PROTETTIVA DEL ROLL-BAR, CONIUGANDO RESISTENZA E LEGGEREZZA A UN'ESTETICA DECISA, DAL FORTE CARATTERE CONTEMPORANEO. LA LENTE A MASCHERA GRIGIA DALLO STILE CONTEMPORANEO È INTEGRATA PERFETTAMENTE NELLA PARTE FRONTALE TRAMITE VITI ESAGONALI A VISTA UN CHIARO OMAGGIO ALLE CHIUSURE TENAX DEL LUNOTTO POSTERIORE DELLA 911 TARGA. IL P'8954 È PROPOSTO IN EDIZIONE LIMITATA A SOLI 911 ESEMPLARI IN TUTTO IL MONDO.

**RAY-BAN**

UN DESIGN INASPETTATO E SORPRENDENTE: EVOLUZIONE AUDACE DEL DESIGN ORIGINALE, MEGA WAYFARER È L'OCCHIALE PER CHI AMA ESPRIMERE LA PROPRIA PERSONALITÀ. CON UN TOCCO DI ENERGIA DATO DALLE LENTI VERDE CHIARO, QUESTA MONTATURA XL DAL GUSTO MODERNO PORTA IL TREND MEGA A TUTTO UN ALTRO LIVELLO.

**SILHOUETTE**

LA LIMITED EDITION SUNSHADE DI ATELIER NEXT È COMPOSTA DA 250 PEZZI NUMERATI ISPIRATI ALLE SPEDIZIONI HIMALAYANE. L'ESCLUSIVA MONTATURA MONTA UN FRONTALE IN STAMPA 3D OTTENUTO CON POLVERE DI TITANIO ED È ABBINATA AD ASTE RIVESTITE IN ORO 23 CARATI OTTENUTO DA ORO RICICLATO UNITO A UNA PICCOLA QUANTITÀ DI RUTENIO, PER OFFRIRE UNA TONALITÀ DI COLORE PIÙ SOBBRIA E RAFFINATA.

**VANNI**

DALLA COLLABORAZIONE CREATIVA TRA VANNI E L'ARTISTA CONTEMPORANEA ELISA ALBERTI, NASCE LA COLLEZIONE EMBRACE: DUE MODELLI DI OCCHIALI DA SOLE IN ACETATO, IN LIMITED EDITION. LE OPERE DI ELISA ALBERTI SI CARATTERIZZANO PER IL TRATTAMENTO DELLE FORME, L'USO DEL COLORE E LA MATERIALITÀ DELLA SUPERFICIE. GLI OCCHIALI SEGUONO LE STESSE CARATTERISTICHE: LE ASTE RIPROPONGONO LA TIPICA FORMA CURVA E MORBIDA E I COLORI A CONTRASTO, GIOCANO CON GLI OPPOSTI, FINO A INCONTRARSI UNELLA PARTE FRONTALE DEGLI OCCHIALI DOVE SI UNISCONO E CREANO UNA CONNESSIONE, DANDO VITA AL NOME DEGLI OCCHIALI.



**LACOSTE**  
EYEWEAR





**CHOPARD**

IN OCCASIONE DELL'EDIZIONE 2025 DEL FESTIVAL DI CANNES, IL BRAND HA CELEBRATO IL SUO LEGAME CON IL GRANDE CINEMA ATTRAVERSO IL MODELLO SPECIALE DI EYEWEAR RED CARPET. LA NUOVA EDIZIONE LIMITATA SI ISPIRA AI COLLIER DELLA HAUTE JOAILLERIE DI CHOPARD. L'OCCHIALE, CARATTERIZZATO DA UNA MONTATURA RIMLESS PRESENTA UN FRONTALE DALLA FORMA GEOMETRICA, ASTE PLACCATE IN ORO 23 CARATI E TERMINALI IN ACETATO. I LATI SONO DECORATI CON UN RAFFINATO MOTIVO FLOREALE REALIZZATO A MANO CON 58 ZIRCONI DI DIVERSE FORME E IL MONOGRAMMA E LOGO CHOPARD SULL'ASTA AGGIUNGONO UN TOCCO DISTINTIVO ED ELEGANTE, RICHIAMANDO L'IDENTITÀ DEL BRAND. DISPONIBILE IN SOLI 499 PEZZI NUMERATI.



**SAPIENS**

IL MODELLO ER 1813 FA PARTE DELLA PRIMA COLLEZIONE DELLA LINEA SAPIENS DI XAVIER GARCIA. QUESTA COLLEZIONE ESPLORA GLI SPAZI ORBITALI ISPIRANDOSI AI CRANI DEI NOSTRI ANTENATI, UTILIZZANDOLI COME PUNTO DI PARTENZA PER SVILUPPARE MONTATURE INDOSSABILI. ER 1813 È IL NOME DEL CRANIO DA CUI DERIVANO LE FORME DI QUESTO MODELLO. SCOPERTO NEL SITO DI KOOBI FORA IN KENYA, APPARTIENE ALLA SPECIE HOMO HABILIS. SI STIMA CHE ABBA UN'ETÀ COMPRESA TRA 2,3 E 1,6 MILIONI DI ANNI, CON UNA CAPACITÀ CRANICA DI CIRCA 510 CC; IN CONFRONTO, LA NOSTRA SPECIE, HOMO SAPIENS, HA UNA CAPACITÀ CRANICA MEDIA DI CIRCA 1300 CC.

**GLI UNICI PREMI DEL SETTORE IN CUI SONO  
GLI OTTICI A SCEGLIERE I VINCITORI**

**NOA**

**NATIONAL OPTICS AWARDS**

**I EDIZIONE**

**MONTATURE**

**LENTI OFTALMICHE**

**CONTATTOLOGIA**



**SCANSIONA IL CODICE  
QR E PARTECIPA!**



**WOODYS**

LA LINEA SEASIDE SI ARRICCHISCE DI DUE NUOVI COLORI IN EDIZIONE LIMITATA PER I MODELLI DI OCCHIALI DA SOLE DA DONNA UMA E SAT (IN FOTO). LE DUE NUOVE TONALITÀ SI AGGIUNGONO A UNA VASTA COLLEZIONE DI OCCHIALI DA SOLE DA DONNA, NOTA PER LE SUE FORME AUDACI, I COLORI VIVACI E I MATERIALI DI ALTA QUALITÀ COME L'ACETATO ITALIANO MAZZUCHELLI E LE CERNIERE ITALIANE OBE. LE LENTI, REALIZZATE DA CARL ZEISS, GARANTISCONO UNA PROTEZIONE OTTIMALE DAI RAGGI UVA E UVB, COSÌ DA POTERSI GODERE L'ESTATE AL MASSIMO, SENZA PREOCCUPAZIONI.



**FACE A FACE**

PER I SUOI 30 ANNI, IL BRAND SI È REGALATO FACES, UNO SPECIALE CONCEPT DI MONTATURE DOVE DUE F SI FRONTEGGIANO: I FONDAMENTI DEL MARCHIO INCONTRANO IL SUO FUTURO. È ANCHE UN INCONTRO TRA IL MARCHIO E L'ARTISTA CHE LO ISPIRA: L'AMERICANA JESSICA POUNDSTONE, LA CUI TAVOLOZZA DI COLORI SI ESPRIME NEL CONCEPT DI QUESTA LIMITED EDITION.

# ALESSIA V LIZÉ



SILMO  
*Paris*

26 SEPT. > 29 SEPT.  
2025

Hall 6  
Stand N067

# DaTE cambia pelle

CON L'EDIZIONE DI **SETTEMBRE** L'EVENTO DEDICATO ALL'**OCCHIALERIA D'AVANGUARDIA**, FA UN ULTERIORE PASSO E SCRIVE UNA NUOVA PAGINA PER LA **SPERIMENTAZIONE** E IL **FUTURO DELL'EYEWEAR**.

Simona Finessi

Il **DaTE** è una manifestazione che da sempre si distingue come evento boutique, vetrina privilegiata per brand emergenti e realtà di nicchia ad alto contenuto creativo. Ha incarnato negli anni un'identità ben precisa: **innovazione, sperimentazione, avanguardia**. Una piattaforma culturale prima ancora che fieristica, dove design e materiali speciali raccontano una nuova idea di occhialeria. Negli anni, DaTE è cresciuto, consolidando il suo ruolo nel panorama italiano e internazionale. Ma il 2025 segna un punto di svolta: dopo anni l'evento lascia Firenze e si trasferisce a **Riccione, dal 13 al 15 settembre**, nella location iconica del **Cocoricò**. Una scelta forte, inaspettata, che annuncia con decisione l'inizio di una nuova fase. Ne abbiamo parlato con **Davide Degl'Incerti Tocci, Presidente DaTE**.

## COME MAI QUESTA DECISIONE DI CAMBIARE CITTÀ E PUNTARE SU UNA LOCATION COSÌ PARTICOLARE COME IL COCORICÒ?

È stato fatto un vero e proprio scouting a livello nazionale: abbiamo valutato molte città e location. DaTE diventerà da quest'anno una fiera itinerante, e vogliamo che ogni edizione sia ospitata in un luogo diverso, capace di trasmettere un messaggio preciso. Riccione ci ha subito convinti tutti: è baricentrica, ben servita dall'alta velocità e dall'aeroporto di Rimini, ed è una città che a settembre esprime tutta la sua bellezza. E poi c'è il Cocoricò, che non è una discoteca, ma la discoteca. Una location iconica, dirompente, perfetta per rappresentare il nostro cambiamento. Oggi il Cocoricò è anche un simbolo di contaminazione culturale: non è solo nightlife, ma un contenitore di linguaggi, stimoli, esperienze. Avevamo bisogno di un luogo che avesse un'identità forte, capace di raccontare il nuovo corso di DaTE. Appena è stata proposta, è stata accolta all'unanimità.

## QUINDI IL FORMAT DIVENTA DAVVERO ITINERANTE?

Sì, è un progetto chiaro: ogni anno una location diversa, ogni edizione con un'identità visiva, culturale ed esperienziale unica, sempre in luoghi che abbiano un valore simbolico e ispirino gli ottici a partecipare non solo per lavoro, ma anche per vivere esperienze nuove. Stiamo già pensando

a città come Roma, Milano, Napoli, Bologna. È un modo per avvicinarsi al territorio, per farsi contaminare e per diffondere il DaTE anche a chi magari non ha mai potuto raggiungerlo. Vogliamo portare il valore della manifestazione in tutta Italia.

## UNA DELLE CARATTERISTICHE DISTINTIVE DI DaTE È SEMPRE STATA LA SELEZIONE RIGOROSA DEGLI ESPOSITORI. MANTERRETE QUESTA CURATELA ANCHE NELLA NUOVA VERSIONE?

Assolutamente sì. E devo dire che quest'anno si è creato un entusiasmo contagioso già prima del lancio ufficiale. C'è stata grande attenzione da parte delle aziende, molte delle quali sono tornate spontaneamente a chiedere di partecipare. Abbiamo chiuso le iscrizioni addirittura prima di aprirle ufficialmente. Questo ci ha permesso di selezionare con ancora maggiore coerenza: 65 spazi espositivi per 110 brand, tutti di altissima qualità.

È stato come se si fosse generata un'autoselezione naturale. In alcuni casi abbiamo sollecitato la partecipazione di brand che consideriamo fondamentali, ma sempre nel rispetto dell'identità di DaTE. La risposta ci ha confermato che siamo sulla strada giusta.

## IL RISCHIO, QUANDO SI CREA GRANDE ASPETTATIVA, È ANCHE QUELLO DI DELUDERE. LO SENTITE IL PESO DI QUESTA RESPONSABILITÀ?

Tantissimo! Ma è anche la nostra forza: sentiamo che questa energia nuova può portare lontano la manifestazione, e che il settore ha bisogno di luoghi di incontro che siano anche momenti di ispirazione. Il mondo dell'occhialeria d'avanguardia, nonostante le difficoltà del mercato, è vivo, sano, creativo. E DaTE vuole essere uno spazio dove tutto questo possa esprimersi con forza.

## DATE SI PRESENTA DUNQUE COME UNA MANIFESTAZIONE, NON UNA FIERA IN SENSO STRETTO. COSA SIGNIFICA, OGGI?

È una distinzione importante. Noi non vogliamo essere una fiera tradizionale, ma un momento di aggregazione,



Davide Degl'Incerti Tocci, Presidente di DaTE e Vice Presidente di MIDO

scambio, confronto. Un'occasione per fare business, certo, ma anche per incontrarsi, parlare, stringersi la mano. Vogliamo che DaTE abbia una proposta più mirata, più immersiva, che valorizza la nicchia e dà voce a chi magari, in un contesto più ampio, potrebbe fare più fatica ed essere meno visibile.

## A LIVELLO PROGETTUALE, COME SARÀ IL LAYOUT DELLA NUOVA EDIZIONE?

Siamo partiti da un presupposto semplice: la location deve parlare da sola. Il Cocoricò ha già un impatto visivo fortissimo, per cui abbiamo voluto lavorare in modo intelligente sul progetto espositivo. In un momento in cui le aziende affrontano contrazioni di mercato e costi crescenti, DaTE deve essere un servizio, non un costo. Abbiamo abbattuto drasticamente i costi di partecipazione: gli stand oggi costano meno rispetto all'edizione precedente. Questo vuol dire meno allestimenti scenografici? Forse. Ma anche maggiore accessibilità e un ritorno all'essenza della manifestazione. Abbiamo comunque creato percorsi espositivi chiari, coerenti e funzionali.

## UN ROADSHOW CHE PROMETTE DI AVVICINARSI AI TERRITORI, MA CHE PUNTA COMUNQUE A UN PUBBLICO NAZIONALE. COSA VI ASPETTATE IN TERMINI DI AFFLUENZA GEOGRAFICA?

Assolutamente: non è un evento "romagnolo". Anzi, Riccione è stata scelta anche perché facilmente raggiungibile da tutta Italia: da Milano e Roma ci sono treni diretti ad alta velocità e da Bologna treni ogni 30 minuti circa. Abbiamo verificato attentamente i collegamenti: treni, voli, distanza dalle principali città. Vogliamo che DaTE sia accessibile a tutti, anche a chi arriva da Sicilia, Sardegna o Puglia. L'obiettivo è ambizioso: diventare un punto di riferimento nazionale e, perché no, internazionale, per chi cerca innovazione, qualità e visione nel mondo dell'occhiale.

SCANSIONA IL QR-CODE PER LA VIDEOINTERVISTA



MOREL

# Coup de coeur

**TRADIZIONE FAMILIARE, VISIONE INDIPENDENTE:  
LO STILE MOREL È IN CONTINUA EVOLUZIONE.**

Paola Ferrario



Da **145 anni Morel** è sinonimo di **passione, innovazione e continuità**. L'azienda francese produttrice di occhiali, oggi guidata dalla quarta generazione dell'omonima famiglia, rappresenta una delle realtà più longeve e dinamiche del settore eyewear. Un'avventura familiare che, pur rimanendo saldamente ancorata ai propri valori fondanti, ha saputo rinnovarsi costantemente, rispondendo alle sfide del mercato con uno stile distintivo e una visione imprenditoriale in linea con i tempi. **Indipendente** per scelta, l'azienda di **Morez** si rivolge con coerenza principalmente agli ottici alla ricerca di prodotto inedito, condividendone lo spirito libero, l'approccio personalizzato e l'attenzione alla qualità. Ne parliamo con **Stefania Maso, Country Manager** per l'**Italia** e la **Spagna**, per scoprire come questa tradizione ultracentenaria continui a tradursi in valore nella moderna occhialeria.

**COME SI SVILUPPA LA VOSTRA PRESENZA SUL TERRITORIO ITALIANO? COM'È STRUTTURATO**

## IL RAPPORTO CON IL MERCATO INTERNO?

La nostra presenza in Italia, come Morel Italia Srl – filiale che al momento gestisce anche il mercato spagnolo – è iniziata nel 2018. Sono ormai diversi anni che operiamo come filiale e, dal 2021, abbiamo trasferito i nostri uffici a Piacenza. Gestiamo la filiale in modo estremamente connesso con lo Jura, quindi sempre in stretto contatto con la Casa Madre, che rappresenta per noi un punto di riferimento in tutte le attività. Mi fa sempre piacere ricordarlo: in ufficio siamo solo donne, più o meno della stessa età, con diversi anni di esperienza alle spalle. Sul campo, invece, abbiamo una squadra di agenti molto preparati: al momento sono nove. L'azienda ha ritenuto fondamentale ampliare la rete di rappresentanti: siamo passati da sei a sette, fino ad arrivare agli attuali nove agenti. Questo ci consente di coprire praticamente tutto il territorio italiano. Per noi è molto importante mantenere un rapporto stretto con i clienti, che si fidano di noi e che, come dico spesso, si sono "innamorati" di Morel. Perché sì, di Morel ci si innamora un po'. Non sono semplicemente clienti soddisfatti della qualità del nostro prodotto – già ben riconosciuta, così come l'assistenza – ma persone che si identificano nei nostri valori solidi. I nostri agenti sono sempre presenti sul territorio, offrendo supporto continuo e un servizio davvero puntuale.

## PARLAVA DI "INNAMORAMENTO" PER L'AZIENDA MOREL. PROBABILMENTE QUESTO SENTIMENTO È LEGATO AI VALORI CHE DA 145 ANNI VI GUIDANO. CE LI RACCONTA?

Sono pochi, ma rappresentano i capisaldi su cui si fonda tutta la nostra organizzazione: dal marketing al prodotto. Il primo valore è l'indipendenza. Siamo un marchio indipendente, non facciamo parte di grandi major. La proprietà è interamente della famiglia Morel: i tre fratelli Amélie (ndr: attuale presidente di Silmo), Jérôme e Francis hanno scelto di proseguire la storia dell'azienda restando autonomi. Quella di Morel è una tradizione familiare che è arrivata alla quarta generazione, e si affaccia ora alla quinta. Siamo davvero solidi e radicati nella nostra storia. Mi piace ricordare che siamo l'azienda più antica del settore dell'occhialeria ancora in attività. E non solo attiva, ma dinamica, entusiasta, capace di innovare senza mai risultare "polverosa".

Oltre all'indipendenza, c'è anche un forte orientamento all'innovazione e al coraggio: lo dimostriamo sia nell'approccio al mercato sia nella progettazione dei prodotti. Ad esempio, abbiamo brevettato un'asta flex non con molla, ma con leva, un sistema che ci rappresenta molto bene perché incarna la nostra anima tecnica, la volontà di essere riconosciuti per la qualità ingegneristica e la solidità produttiva.

## HA PARLATO DI FAMIGLIA. QUANDO SONO VENUTA A VISITARE LA VOSTRA SEDE SONO RIMASTA COLPITA PROPRIO DA QUESTO SENSO DI FAMILIARITÀ. COME SI RIFLETTE QUESTO SPIRITO NEI RAPPORTI CON I DIPENDENTI, CON LE FILIALI ESTERE E CON I VOSTRI CLIENTI OTTICI INDIPENDENTI?

È un valore molto forte, e io lo definirei anche sfidante. Lavorare per un'azienda con una tale storia e una così solida base familiare alza l'asticella. In Morel ogni persona viene valorizzata per ciò che porta, non è mai un semplice numero. È un membro della famiglia. Questo comporta una grande responsabilità, perché non essere all'altezza può risultare frustrante. Chi, come me, lavora a stretto contatto con chi ha fondato e continua a portare avanti l'azienda, sente fortemente il desiderio di fare la differenza, di portare valore reale. Dall'altro lato, però, ci sono moltissimi vantaggi. Il primo è la comunicazione fluida e diretta: ci conosciamo molto bene e questo aiuta, soprattutto nella progettazione dei prodotti. Spesso riceviamo riscontri dal mercato – quella che chiamiamo "voice of the customer" – e possiamo trasmetterli immediatamente all'azienda. Questo scambio aperto e trasparente ci permette di lavorare in modo molto efficiente. Spero che anche i nostri clienti, e chi ancora non lo è ma ci osserva con curiosità, possano percepire questa differenza. Perché lavorare con un'azienda familiare, non dispersiva e attenta fa davvero la differenza. E noi siamo sempre molto proattivi, pronti a rispondere alle esigenze del mercato.

## PARLIAMO DI PRODOTTO. QUALCHE ANNO FA AVETE SCELTO DI UNIFICARE LE VOSTRE LINEE SOTTO IL MARCHIO MOREL. UNA TENDENZA COMUNE NEL MERCATO: RAFFORZARE L'IDENTITÀ ATTRAVERSO UN UNICO BRAND. COSA È CAMBIATO DA ALLORA? È MIGLIORATO IL BUSINESS? QUALI EFFETTI HA AVUTO QUESTA SCELTA SUGLI OTTICI E SUL MERCATO?

All'inizio non è stato semplice, lo ammetto. Eravamo abituati a una forte segmentazione: i materiali più particolari erano firmati Oga, il femminile era Koali e la parte più tecnica e leggera era Lightec. Spiegare ai nostri interlocutori che tutto questo universo fosse ora inglobato sotto un unico nome – Morel – ha richiesto tempo. Ma già nel giro di sei mesi siamo riusciti a integrare con



successo questa nuova identità. L'obiettivo era avere un marchio forte e riconoscibile. Prima Morel era l'azienda che produceva Oga, Koali e Lightec. Oggi Morel è il marchio stesso. Ora tutte le nostre energie – anche i budget – sono convogliate in un'unica direzione, rendendo il Brand molto più visibile e solido sul mercato.

## TRA LE VOSTRE COLLEZIONI C'È MOREL PAR JEAN NOUVEL. JEAN NOUVEL È UN ARCHITETTO FRANCESE DI FAMA MONDIALE E HA SCELTO PER LA SESTA VOLTA DI COLLABORARE CON VOI. COME STA ANDANDO QUESTA COLLABORAZIONE?

È una collezione che ci sorprende ogni volta. È importante chiarire che non si tratta di una semplice collezione, ma di una collaborazione esclusiva. È nata quasi per gioco, con l'intento di sperimentare, di uscire un po' dagli schemi, affiancando alla nostra proposta qualcosa di fortemente riconoscibile, firmato da un nome noto in tutto il mondo. La collezione si caratterizza per la scelta mirata delle forme: solo pantos e tondi, molto raffinati, vicini all'estetica di Jean Nouvel e a quella del suo pubblico. Anche se inizialmente era pensata come capsule, è diventata una collezione vera e propria, in continua evoluzione. A breve introdurremo anche qualche colore nuovo, più morbido rispetto al consueto nero o blu. Le forme resteranno le stesse: comode, con musetti ampi e calzate confortevoli. Ma ci sarà anche una sorpresa...

## QUANDO LA PRESENTERETE?

Al Silmo. Posso solo dirti che sarà qualcosa di molto speciale, poetico, ancora top secret. Sarà legata al mondo femminile e affiancherà le nostre proposte attuali con qualcosa di molto diverso, ma perfettamente coerente con la nostra identità. Morel aspetta gli ottici desiderosi di saperne qualcosa in più a Parigi al Salone dell'Ottica. L'attrazione sarà immediata.

**SCANSIONA IL QR-CODE PER LA VIDEOINTERVISTA**



CECOP

# Resilienza e crescita per l'ottica indipendente

IL 14 E 15 SETTEMBRE, L'HOTEL SHANGRI-LA DI ROMA OSPITERÀ IL CONVEGNO ANNUALE DI CECOP.



Sotto il claim **“Trasformare gli ostacoli in opportunità”**, l'edizione 2025 di ExpoCECOP – il convegno annuale di CECOP – metterà al centro la **resilienza** dell'ottica indipendente, esplorando come affrontare le sfide attuali per trasformarle in occasioni di crescita e successo. Come ogni anno, il gruppo rinnova il proprio impegno verso gli associati, offrendo accesso alle novità più rilevanti del settore. Il congresso si aprirà **sabato 14 settembre** con una sessione di benvenuto seguita da un momento di coaching guidato da uno speaker esterno al settore, pensato per aiutare i partecipanti a superare la routine quotidiana e ad abbracciare il cambiamento con nuove prospettive. A seguire, un dinamico shopping time offrirà spazio alle proposte dei principali fornitori del settore. La giornata si concluderà con un aperitivo e la cena di gala, durante la quale si terrà la cerimonia di premiazione dei **National Optics Awards (NOA)**, alla presenza di partner, associati e stampa specializzata. La **seconda giornata** sarà dedicata a sessioni formative realizzate in collaborazione con i fornitori del gruppo, che affronteranno tematiche cliniche e gestionali di grande

attualità per il mondo dell'ottica. In programma anche una speciale attività di team building, in cui gli ottici si confronteranno su casi pratici e scenari reali, rafforzando lo spirito di squadra. *“Da CECOP sottolineiamo l'importanza di creare spazi in cui la community ottica possa condividere esperienze, acquisire nuove competenze e rafforzare le relazioni con gli attori chiave del settore”*, afferma **Marta Rivera, Strategic Partners Manager** di CECOP. Per **Cecilia Corsaro, Direttore Commerciale** CECOP Italia, *“il vero valore dell'evento è nel creare connessioni umane e professionali che ispirano, motivano e generano crescita per tutti: ottici, partner e l'intero ecosistema CECOP”*. L'edizione precedente ha visto la partecipazione di circa 80 ottici associati provenienti da tutta Italia e di 15 partner tra i principali brand di lenti oftalmiche, contattologia ed eyewear. Un risultato che conferma il ruolo strategico di ExpoCECOP come piattaforma di incontro per l'intera filiera. L'obiettivo dell'evento resta chiaro: essere il punto di riferimento dove ottici e fornitori si incontrano per scoprire le novità del settore, cogliere le migliori opportunità e crescere insieme.

DAI OPTICAL INDUSTRIES

# Un segnale di crescita

DAI OPTICAL INDUSTRIES SBARCA ALLE PORTE DI MILANO CON UNA SEDE CHE RAPPRESENTA UN **TASSELLO STRATEGICO** PER LO **SVILUPPO** DELL'AZIENDA NEL SETTORE DELLE LENTI OFTALMICHE.

**DAI Optical Industries** ha inaugurato una nuova sede operativa in via Newton 12, a **Pero** (Milano). L'apertura segna un passaggio significativo nel percorso di crescita dell'azienda, che punta a rafforzare la propria presenza nel mercato delle lenti oftalmiche, migliorando l'accessibilità e le relazioni con clienti e partner. La scelta dell'area milanese - centro nevralgico per l'industria, l'innovazione e la ricerca - risponde a una precisa strategia di sviluppo. La sede, infatti, ospita non solo gli uffici operativi del gruppo, ma anche spazi destinati a progetti di ricerca e sviluppo, con l'obiettivo di ampliare l'offerta di soluzioni tecnologicamente avanzate per la salute visiva. Con questa apertura, l'azienda mira a favorire nuove sinergie con altre realtà del comparto e a rafforzare il dialogo con il territorio, mantenendo come priorità la qualità dei prodotti e l'attenzione alle esigenze del cliente.

**Per visitare la nuova sede è possibile prendere appuntamento scrivendo a [milano@daioptical.com](mailto:milano@daioptical.com) o chiamando il numero 02 37902227.**

**Per maggiori informazioni: [www.daioptical.it](http://www.daioptical.it)**



MOREL

# Traguardo d'eccezione

GIUNTA ALLA **QUARTA GENERAZIONE**, LA MAISON MOREL INTRAPRENDE UNA NUOVA DIREZIONE, **CONSOLIDANDO LA SUA IDENTITÀ CREATIVA**, PUNTANDO SU UN **DESIGN CORAGGIOSO E AMPLIANDO L'ORIZZONTE VERSO UNA DIMENSIONE SEMPRE PIÙ INTERNAZIONALE**.

Un anniversario importante segna il 2025 per **Morel**, storica maison dell'**eyewear francese**, che festeggia **145 anni di attività**. Un traguardo che non rappresenta solo la celebrazione di una lunga tradizione imprenditoriale, ma anche l'occasione per ribadire i valori fondanti che hanno guidato il marchio sin dalle origini: **indipendenza e autenticità**. A **conduzione familiare** da **quattro generazioni**, la maison ha saputo attraversare epoche e trasformazioni del settore mantenendo uno spirito coerente con le proprie radici. Dall'intuizione pionieristica di **Jules Morel**, fondatore dell'attività, alla visione industriale di **Marius** negli anni '30, fino alla spinta espansionistica portata avanti da **Jacques** negli anni '60, ogni generazione ha lasciato un segno profondo, tramandando passione, savoir-faire e spirito d'innovazione. Oggi, con **Jérôme, Francis e Amélie** alla guida, la quarta generazione sta imprimendo una nuova direzione al marchio, rafforzando il posizionamento creativo, puntando su una visione audace del design e portando avanti un'ambizione sempre più internazionale.

## DESIGN AUDACE E SPIRITO CREATIVO

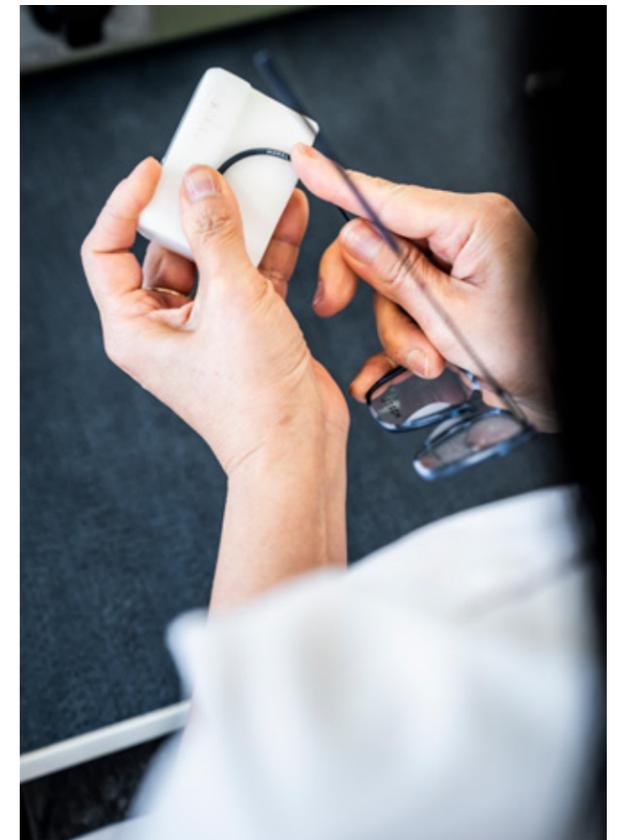
Morel si distingue per la libertà progettuale che caratterizza ogni sua collezione. Grazie a una consolidata esperienza industriale e a un'incessante ricerca estetica, l'azienda realizza montature che coniugano **funzionalità e stile**, diventando vere e proprie icone del design. Modelli come **Floride, Cléopâtre, Flight e Tydée** hanno



contribuito a consolidare la reputazione del brand a livello globale. Il team creativo, motore pulsante dell'azienda, continua a spingersi oltre i confini del design tradizionale, reinterpretando i codici dell'occhialeria con uno **stile distintivo e contemporaneo**.

## SOSTENIBILITÀ E TERRITORIO: UN IMPEGNO CONCRETO

Radicata nel cuore del **Parco Naturale Regionale dell'Haut-Jura**, l'azienda porta avanti un modello di **sviluppo sostenibile** che si traduce in un impegno quotidiano verso la responsabilità ambientale e sociale. La connessione con il territorio e la volontà di costruire un futuro più virtuoso rappresentano un pilastro della filosofia aziendale. Un'eredità importante, dunque, quella di Morel, che guarda al domani con lo stesso spirito visionario di sempre, coniugando tradizione e innovazione, rispetto per le origini e uno sguardo aperto sul mondo.



# Kids

Lenti per piccoli occhi

## MYOPICA



Ital-Lenti presenta il catalogo Kids: lenti oftalmiche studiate per proteggere la vista dei più piccoli.

Con soluzioni innovative come le lenti Myopica per la gestione della miopia e le lenti con polimero Retina per la protezione dalla luce blu, ogni esigenza visiva è al centro dell'attenzione.

Comfort, protezione e qualità in ogni lente, per accompagnare la crescita e il benessere visivo dei bambini.

Scopri il mondo Kids di Ital-Lenti: pensato per i più giovani, con la qualità garantita di sempre.

# ITAL•LENTI

LENTI DA VISTA ITALIANE

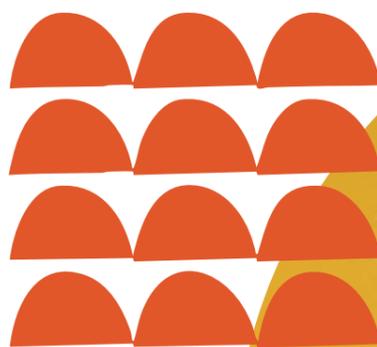
[www.itallenti.com](http://www.itallenti.com)



# PRO.

SPECIALE

# Kids



**I.R.S.O.O.**  
**SOPTI**  
**CENTRO STYLE**  
**DAI OPTICAL INDUSTRIES**  
**ETNIA BARCELONA**  
**GALILEO ITALIA**  
**HOYA**  
**ITAL-LENTI**

**LOOK**  
**MENICON SOLEKO**  
**OPTOVISTA**  
**RODENSTOCK**  
**SAFILENS**  
**SEL OPTICAL**  
**ZEISS VISION CARE**



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

# Visual training nel bambino: un case report

AUTORI: EDOARDO FRANCESCHI, FRANCESCO CALOSI

## INTRODUZIONE

La visione è una funzione alla quale partecipa l'intero organismo, attraverso una correlazione psico-integrata che coinvolge i sistemi d'azione sensoriale, cognitivo e motorio. Il Visual Training Optometrico è un percorso rieducativo basato su metodiche proprie della competenza optometrica (non medica) e su fondamenti scientifici della scuola americana. Esso consente di ottimizzare le abilità implicate nei processi visivi, migliorare la capacità di interpretare le informazioni visive, coordinare i movimenti in risposta agli stimoli motori e integrare in modo più efficace le informazioni visive con il Sistema Tónico Posturale. Di seguito presentiamo un case report relativo al percorso di un bambino, nel quale il Visual Training ha contribuito in modo significativo a migliorare l'esperienza scolastica e quotidiana, portando allo sviluppo di maggiori competenze motorie, cognitive e sociali, e favorendo così un incremento del benessere generale.

## Informazioni del paziente

Un paziente di 11 anni e 6 mesi che frequentava la V elementare, con ipotesi di ADHD, disgrafia, disortografia, difficoltà nella lettura e confusione tra destra e sinistra, è stato inviato allo Studio Optometrico

Franceschi (Castelfranco di Sotto, Pisa) nell'agosto 2024. Riferiva frequente astenopia dopo impegni prossimali e di veder muovere le parole durante la lettura. La visita oculistica precedente (da oltre 4 anni) aveva riportato occhi in salute e nessuna necessità di correzione oftalmica.

## Risultati della valutazione visiva funzionale di base

Il paziente è stato sottoposto ad esame visivo e verifica dello stato refrattivo e dell'efficienza visiva funzionale in data 03/08/2024. L'acuità visiva abituale era superiore ai 10/10 per occhio, a tutte le distanze. All'esame refrattivo è risultato un piccolo astigmatismo ipermetropico su OS: OD = Sf 0,00 D; OS = Sf 0,00 Cil +0,50 ax 90. Non è risultata necessaria alcuna correzione oftalmica a scopo refrattivo per lontano. Successivamente sono state valutate le funzioni e le abilità visive di base (coordinazione oculomotoria, le abilità di controllo dello sguardo, vergenze e focalizzazione, ecc.). Le prassie di sguardo sono direttamente correlate con i processi visuo-attentivi impliciti attraverso l'attività neurologica dei campi oculari frontali e suppletivi e sono state valutate nelle abilità di fissazione sia statica che dinamica (movimenti lenti di inseguimento di

tipologia smooth pursuit) e nelle abilità saccadiche (saccades), caratterizzate da rapidi salti di fissazione mediante movimenti oculari lateralizzati esogeni, di tipo esplorativo, stimolati da target flanker-task e inter-task. La fissazione statica è risultata centrale e stabile. Invece le abilità di fissazione dinamica sono risultate inferiori ai valori normali di performance (Montesano et al. 2021). Erano inadeguate anche le abilità oculomotorie di tipo saccadico nella loro accuratezza: si registravano ipodismetrie nelle lateralizzazioni di sguardo dx/sx e viceversa. Difficoltà anche nel controllo delle abilità di inibizione saccadica. I processi identificativi e di centraggio erano nella norma, tuttavia con l'aumento della richiesta attentiva subentravano condizioni di stress tali da penalizzare la performance visiva: si evidenziavano fenomeni di sovra-convergenza che imponevano maggior sforzo nel controllo della focalizzazione. La postura (equilibrio) binoculare ha mostrato una condizione non adeguata, ma di scarsa rilevanza nella visione per lontano (1Δ esoforia), che incrementa in maniera anomala per vicino (6Δ esoforia), giustificando una eccessiva sovra-convergenza nella visione prossimale. Successivamente è stata eseguita la valutazione visuoperceptiva e di integrazione sensoriale, orientata



Figura 1: coordinazione oculo-manuale con pegboard rotante

ad indagare i processi di acquisizione e di elaborazione dell'informazione visiva. Questa indagine è rivolta allo studio delle capacità di percezione, elaborazione e manipolazione della forma; delle capacità di memoria visiva spaziale astratta e di lavoro attiva; delle capacità di attenzione visiva sostenuta, selettiva, di ricerca visiva e inibitoria; delle capacità di orientamento visuo-spaziale; delle capacità di integrazione visiva uditiva, visiva motoria e visiva verbale. L'unico test che è risultato non nella norma è stato il Visual Tracing Test di Groffman (Facchin et al. 2022), basato sul controllo oculare fine. L'anomalia del risultato ottenuto deve essere ponderata sotto una visione più ampia, ovvero in relazione alle difficoltà emerse dalle prassie di controllo dello sguardo (smooth pursuit e movimenti saccadici), già descritti nel profilo funzionale.

## TRATTAMENTO

Il Training Visivo Optometrico si

è svolto dal 10/09/2024 al 23/03/2025 in 14 sedute di 1 ora ciascuna, orientate sulle seguenti attività:

- Rieducazione della postura di scrittura (con la collaborazione della Dott.ssa Coralie Delliponti, Studio Oculistico e Optometrico Optoclinic, Pisa): con una serie di esercizi mirati al recupero della flessibilità delle dita della mano, alla coordinazione nella presa della matita-penna, e alla correzione della postura seduta, si possono risolvere in breve tempo tali perturbazioni con effetto positivo immediato (Delliponti, 2023).
- Attività monoculari oculomotorie di fissazione statica e dinamica (smooth pursuit): esercizi monoculari con palla di Marsden con successivo coinvolgimento dell'attenzione divisa, inseguimenti con rotator, esophoria training (Shandiz et al. 2018).

- Attività monoculari oculomotorie di tipo saccadico con modulazione incrementale dell'affollamento: esercizi con tabelle saccadiche (di Hart, door fixation, 4 tabelle), esercizi con tabelle di Hart con rotator (Pereira, 2022).
- Attività monoculari accomodative: rock lontano vicino, bull eye (forza e flessibilità), tromboning, flipper lens reading.
- Attività binoculari come sistema antisoppressivo: procedure binoculari con test anaglifici (esercizi con tabelle saccadiche con setto separatore).
- Attività binoculari per migliorare la coordinazione binoculare e l'interazione tra vergenze e accomodazione (ratio AC/A) e per migliorare l'interazione centro-periferica, coinvolgendo l'attenzione intermodale: Brock String, Three Coins, Brock String con prismi sciolti, vectograms con fase BIP-BOM e BIM-BOP.

• Attività grosso-motorie per migliorare la coordinazione motoria: Random Shuffle, attività saccadiche centrali e periferiche con yoked prism e walking rail, pegboard rotante con golf tees. Sono stati prescritti esercizi da eseguire a casa ogni giorno per consolidare i risultati conseguiti durante le sessioni.

Inoltre, nel tentativo di minimizzare gli effetti dello stress visivo prossimale e favorire la normalizzazione della relazione tra i processi di centraggio e di identificazione, è stata fornita la seguente prescrizione oftalmica a scopo funzionale: OD: Sf +0,50; OS: Sf +0,50 Cil +0,50 ax 90.

**RISULTATI**

Alla visita di controllo finale eseguita in data 28/03/2025 le perturbazioni visive che deterioravano le funzioni e la performance erano state risolte:

- L'impugnatura del mezzo grafico e la postura di scrittura sono migliorate e approssimativamente adeguate.
- Le abilità di controllo dello sguardo

Area Funzionale Visiva	Risultato Iniziale (03/08/2024)	Risultato Atteso	Risultato Finale (28/03/2025)	Cambiamento
Fissazione Dinamica (Smooth Pursuit) - Accuratezza	2/4	4/4	4/4	Normalizzato
Fissazione Dinamica (Smooth Pursuit) - Mov. Testa/Corpo	2/4	4/4	4/4	Normalizzato
Movimenti Saccadici - Accuratezza	2/4	4/4	4/4	Normalizzato
Movimenti Saccadici - Mov. Testa/Corpo	2/4	4/4	4/4	Normalizzato
Groffmann Visual Tracing Test (%ILE)	0.1%ile (Anomalo)	50%ile (Norma)	50%ile (Norma)	Miglioramento significativo; normalizzato
Interazione Centro-Periferica	2/4 (Costanti interferenze)	4/4 (Nessuna interferenza)	4/4 (Nessuna interferenza)	Normalizzato
Accuratezza di Focalizzazione (LAG)	OD: +0,75D, OS: +0,75D	+0,37D (DS±0,25D)	OD: +0,50D, OS: +0,50D	Migliorato, più vicino al valore atteso
Accomodazione Relativa (ARP)	-6,00D	-2,37D (DS±1,00D)	-2,75D	Significativamente migliorato, più vicino alla norma
Postura Binoculare (Eteroforia) - Prossimale	6Δ esoforia	5Δ exoforia (DS±3)	4Δ esoforia	Ridotta, gestita funzionalmente
PPC - Rottura	5 cm	2,5 cm (DS±2,5)	6 cm	Migliorato il controllo, assenza di sfocamento/interferenza

Tabella 1: confronto fra prestazioni pre e post trattamento



Figura 2: inseguimenti smooth pursuit e attività saccadica con palla di Marsden



Figura 3: esercizio con space fixator

nei movimenti lenti di inseguimento e nelle saccadi sono adeguate nella loro accuratezza rispetto all'età.

- Il miglioramento delle performance dei processi identificativi (accomodazione) ha permesso una migliore accuratezza nella focalizzazione e un'adeguata interazione tra vergenze ed accomodazione stessa. Coesistono ancora fenomeni di sovraconvergenza ma del tutto innocui, grazie al potenziamento delle abilità implicite.
- La risoluzione delle perturbazioni descritte permette adesso la migliore interazione centro-periferica ed una migliorata coordinazione motoria generale.

**DISCUSSIONE**

Per quanto riguarda l'aspetto visuo-percettivo e cognitivo, il paziente non perde più il segno durante la lettura, si affatica meno e appare molto più attento ed efficiente nelle funzioni cognitive.

Questi progressi hanno contribuito a migliorare significativamente la sua esperienza scolastica e quotidiana. Inoltre, l'occhiale per vicino, precedentemente prescritto a scopo funzionale, sebbene possa ancora essere supporto utile, non viene più percepito come uno strumento essenziale. Con il miglioramento delle abilità dei processi identificativi e di centraggio, l'occhiale potrebbe non essere più indispensabile nelle attività visive per vicino. Infine, anche la postura seduta e l'impugnatura dello strumento grafico sono migliorate. Questi aspetti non influenzano più negativamente la postura, evitando così vizi e adattamenti posturali indesiderati. Nel complesso, il percorso di Visual Training ha avuto un impatto positivo sul paziente, portandolo a sviluppare maggiori competenze motorie, cognitive e sociali, migliorando così il suo benessere generale.

**BIBLIOGRAFIA**

- Delliponti, C. (2023) Falsa disgrafia e vizi visuo-posturali correlati. Fabiano Editore.
- Facchin, A., Mischi, E., Iannello, C., Maffioletti, S., & Daini, R. (2022). Normative values of the Groffman Visual tracing test for the Assessment of Oculomotor Performance in the Adult Population. *Vision*, 6(2), 34.
- Montesano, G., Scalercio, E., Panuccio, F., Berardi, A., & Galeoto, G. (2021). Northeastern State University College of Optometry (NSUCO) Oculomotor Test: cultural adaptation and assessment of psychometric properties in the Italian language. *Gazzetta Medica Italiana. Archivio per le Scienze Mediche*, 180(11), 738-744.
- Pereira, M. V. (2022). Effects of Oculomotor Rehabilitation in Children with Visual and/or Oculomotor Dysfunction: A Systematic Review. *PQDT-Global*.
- Shandiz, J. H., Riazi, A., Khorasani, A. A., Yazdani, N., Mostaeedi, M. T., & Zohourian, B. (2018). Impact of vision therapy on eye-hand coordination skills in students with visual impairment. *Journal of ophthalmic & vision research*, 13(3), 301.

A cura di: **SOPTI SOCIETÀ OPTOMETRICA ITALIANA**

# Valutazione dei protocolli di gestione e manutenzione delle lenti per Ortocheratologia in uso tra gli applicatori in Italia e nel mondo.

AUTRICE: SOFIA FANELLO - Corso di Laurea in Ottica e Optometria, Università degli Studi di Torino

## 1. INTRODUZIONE

La tesi indaga, attraverso la realizzazione di un questionario di 31 domande, inoltrato agli applicatori grazie alle aziende produttrici di lenti a contatto ortocheratologiche, la gestione e la manutenzione delle lenti per Ortho-K in uso tra gli applicatori in Italia e nel mondo per esaminare la diffusione del protocollo applicativo ottimale tra i contattologi.

### 1.1 Ortocheratologia

L'ortocheratologia (Ortho-K) è nata nei primi anni '60 da George Jessen. Ha riscosso scarsa considerazione fino agli anni '90, quando è stata perfezionata la tecnologia "a geometria inversa". L'Ortho-K compensa il difetto visivo utilizzando lenti a contatto rigide gas permeabili durante la notte.

La cornea, insieme alla sclera, costituisce 1/6 della tonaca fibrosa dell'occhio. È una membrana avascolare, che ne garantisce la trasparenza, ed è ricca di terminazioni nervose.

Lo strato interessato dall'applicazione di lenti a contatto è l'epitelio, il più superficiale. Esso è composto da cellule basali, che ne costituiscono lo strato più interno e hanno capacità mitotica quindi di riproduzione cellulare e di un rinnovo continuo delle cellule dell'epitelio corneale.

Durante l'uso delle lenti a contatto notturne, la cornea, reagisce modificando il suo profilo grazie alla sua proprietà viscoelastica.

La lente esercita una pressione controllata sulla superficie corneale nella zona centrale. Dopo alcuni giorni di trattamento si nota un'alterazione nella superficie delle cellule, ovvero una compressione delle cellule basali e un aumento di superficie delle cellule superficiali nella zona centrale, mentre non si riscontra un'alterazione nella disposizione delle cellule epiteliali. [Piovanelli, A. 2016] Il materiale maggiormente utilizzato per le lenti ortocheratologiche è il Boston XO, il quale ha un valore di Dk pari a 100 Barrer, consentendo un'elevata trasmissione

dell'ossigeno. [Mugnai, A., 2017]

La lente, ha un diametro totale di circa 10mm, ed è composta da quattro zone principali. [Cho & Tan, 2019]

Le quattro zone principali sono illustrate in Fig. 1:

- Curva base (BOZR): è la parte centrale della lente, definita zona ottica, ha un diametro medio di 6 mm, e interviene direttamente sulla correzione del difetto visivo.

La curva base BOZR viene calcolata in relazione alla curvatura corneale del soggetto, prendendo in considerazione il raggio più piatto (K1), e al difetto refrattivo (Rx) da correggere, ad essi viene poi aggiunto il fattore di appiattimento (Jessen) di valore pari a 0,50/0,75 D.

- Curva di inversione: è la prima flangia dopo la zona ottica, responsabile della denominazione "a geometria inversa".

È calcolata in relazione al difetto visivo da correggere: maggiore è il difetto, maggiore sarà la ripidità.

- Curva di allineamento: è l'unica zona della lente a essere corneoconforme.

La lente per ortocheratologia, a differenza delle normali lenti RGP corneali, deve stabilizzarsi di modo da avere il minimo movimento possibile pur non sacrificando il ricambio lacrimale.

- Curva periferica: è la zona finale, sollevata rispetto alla cornea, per permettere un ricambio lacrimale durante la notte.

Queste lenti sono maggiormente usate dai ragazzi in età scolare per evitare l'aumentare della miopia.

Le lenti per ortocheratologia però non correggono solo la miopia, sono utilizzate anche per correggere difetti come l'astigmatismo, l'ipermetropia e la presbiopia.

Il protocollo applicativo ottimale preso in considerazione in questa tesi è stato elaborato nel 2019 da Lipson, preso in considerazione perché esaustivo e affidabile secondo l'accademia europea di ortocheratologia e controllo della miopia - EurOK. Prima di applicare lenti Ortho-K su un soggetto

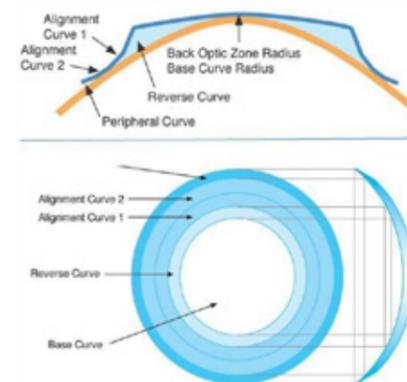


Fig.1: Struttura lente ortocheratologica.  
Fonte: <https://www.innovativeeyecare.com.au/blog/ortho-k-myopia-glaucoma-research-project>

occorre effettuare un colloquio pre-applicativo per illustrare tutto quello che sarà l'ortocheratologia, quindi costi, benefici, pulizia, follow-up e fattori di rischio.

Successivamente si procede all'esame di base.

Se il soggetto risulta idoneo al trattamento ortocheratologico dal punto di vista fisiologico, di motivazione e compliance, allora si può procedere con l'applicazione della lente di prova.

Secondo Lipson, un follow-up ottimale consiste in:

- Controllo la mattina successiva alla prima notte;
- Una settimana dopo l'inizio dell'uso delle lenti;
- Uno, tre, sei mesi dopo l'inizio dell'uso delle lenti;
- Controlli semestrali dopo un anno di utilizzo.

Ogni visita di controllo deve includere:

- Anamnesi;
- Acuità visiva;
- Valutazione con lampada a fessura;
- Topografia corneale;
- Refrazione manifesta;
- Valutazione delle condizioni della lente;
- Revisione del protocollo di pulizia delle lenti.

Durante i controlli annuali è consigliata la valutazione della pressione oculare e della salute oculare.

Per la manutenzione si prevede la stessa procedura della pulizia delle lenti rigide gas permeabili.

Le fasi di pulizia delle lenti sono:

- Detersione: pulizia meccanica giornaliera sfregando la superficie per almeno dieci secondi con detergenti appositi;
- Risciacquo: dopo la detersione con abbondante soluzione salina;
- Conservazione: nell'apposito contenitore, accuratamente lavato e sterilizzato, con una soluzione conservante.

## 2. MATERIALI E METODI

Per questo studio è stato elaborato un questionario di 31 domande, di cui 23 a risposta chiusa, 3 con la possibilità di dare una o più risposte, e 8 che prevedevano una risposta aperta.

Il questionario in italiano è stato successivamente tradotto in lingua inglese, in questo modo le aziende MedLac, Esavision, Herz e l'associazione EurOk hanno provveduto ad inoltrare il link ai loro clienti/associati indipendentemente dal paese di origine/

lavoro. Le risposte sono state raccolte in un intervallo di tempo di due mesi, dal 3 dicembre 2024 al 3 febbraio 2025.

In totale sono state raccolte 57 risposte, di cui 55 presi in considerazione. 19 risposte sono state raccolte dal questionario in lingua italiana e 36 risposte da quello in lingua inglese.

Il modulo ha raggiunto 15 Paesi differenti da applicatori con esperienza variabile da 1 a oltre 10 anni. (Vedi Fig. 2). In totale 36 applicatori, durante le loro applicazioni, hanno riscontrato complicanze differenti. (Vedi Fig. 3)

## 3. ANALISI DATI

### 3.1 Pre-Applicazione

Secondo Lipson, ma anche in altri protocolli applicativi di lenti ortocheratologiche, come quello di SOPTI (Società Optometrica Italiana) [SOPTI 2018], durante la visita pre-applicativa è fondamentale valutare refrazione, motivazione del soggetto e parametri corneali. Dal questionario emerge che solo 6 applicatori su 55 non valutano la lacrimazione durante la prima visita. Tra i test più utilizzati si trova l'uso della fluoresceina, ora spesso sostituiti dall'uso del topografo con camera Scheimpflug. [Marangon, (A.A.2016-2017)]

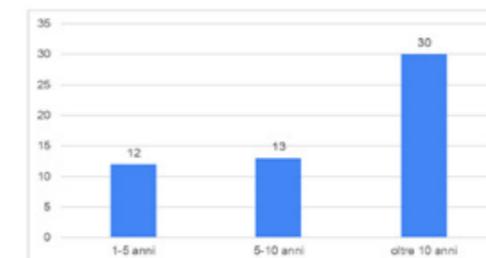


Fig. 2: Distribuzione secondo il grado di esperienza sulla base degli anni di applicazione di lenti Ortho-K

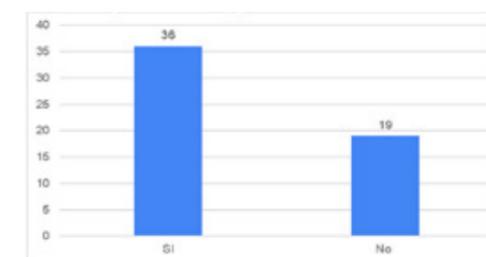


Fig. 3: Frequenza del riscontro di complicanze oculari nei portatori di lenti ortocheratologiche

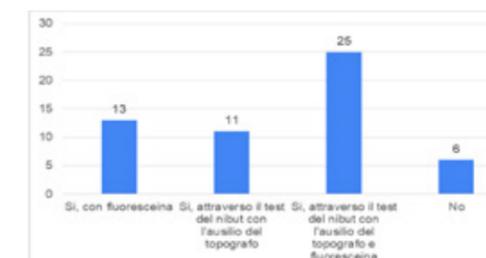


Fig. 4: Distribuzione delle risposte sulla metodologia di valutazione della lacrima durante la visita pre applicativa

Dal questionario (vedi Fig. 4) è emerso che i professionisti che la valutano, per il 45,5% (25 su 55 risposte totali) effettua un controllo più accurato mediante l'utilizzo di entrambe le tipologie di test. Come si può vedere dalla Fig. 5, il 73% (40 su 55 risposte totali) dei professionisti segue il protocollo applicativo di Lipson. L'eventuale impronta sulla cornea è infatti ben visibile nelle 2 ore successive alla rimozione.

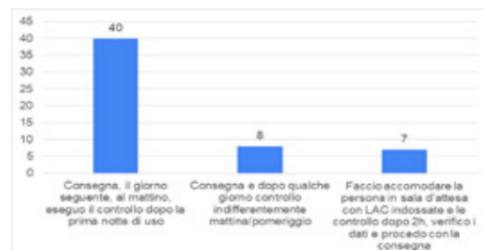


Fig. 5: Distribuzione delle risposte sul metodo di consegna e successivo primo controllo

### 3.2 Manutenzione in relazione alla lacrima

Nella sezione successiva del questionario è stata indagata quale manutenzione della lente viene fornita in relazione alla lacrima del portatore. Questa sezione era accessibile solo a chi valuta la lacrima, quindi il sottocampione di risposte considerato ha numerosità 49 anziché 55. Tutti i partecipanti hanno poi successivamente specificato che non viene seguito un protocollo specifico, ma in base al proprio giudizio personale.

### 3.3 Manutenzione

Il rubbing va a rimuovere più dell'80% dei depositi più ostinati, come ad esempio quelli lasciati dal mascara [Cho et al, 2020]. Come illustrato dalla Fig. 6, quasi la totalità degli applicatori (49 su 55) consiglia questo metodo aggiuntivo di pulizia.

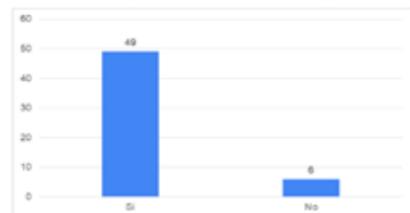


Fig. 6: Frequenza del consiglio di rubbing come metodo di pulizia della lente ortoheratologica

La manutenzione quotidiana può essere fatta attraverso l'uso di detergenti e conservanti. La Fig. 7 mostra i liquidi più consigliati ai portatori. Il totale delle risposte è superiore a 55 perché era consentita la scelta di più opzioni. Le domande 11 e 12 del questionario non fanno riferimento al protocollo applicativo ma sono una buona pratica per evitare la formazione di bolle sotto alla lente. Solo il 9% degli applicatori, infatti, non fa riempire la lente al portatore prima che venga indossata. Allo stesso tempo, il 47% decide di usare un sostituto lacrimale al posto della soluzione salina anche per agevolare situazioni di secchezza oculare. Le lenti ortoheratologiche possono accumulare depositi nella curva d'inversione. Per questo si consiglia una pulizia approfondita ogni 10-15 giorni, a casa con detergenti specifici o in studio con sterilizzatore UV.

Una scarsa manutenzione può aumentare il rischio di infezioni o complicanze. La Fig. 8 illustra la frequenza di pulizia approfondita consigliata dai professionisti e la metodologia. [Campagnolo, (A.A. 2021/2022)]

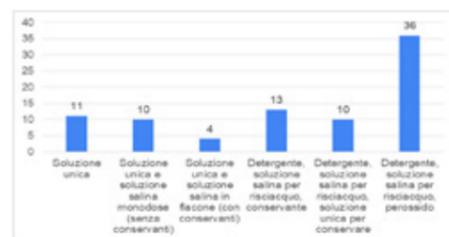


Fig. 7: Distribuzione delle risposte sui liquidi di manutenzione e pulizia

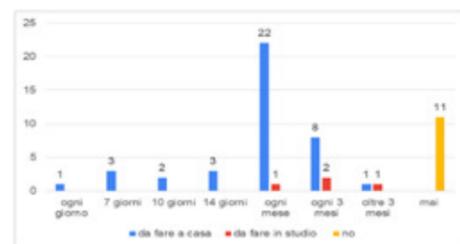


Fig. 8: Distribuzione delle risposte sulla frequenza di pulizia più approfondita della lente ortho-k

### 3.4 Rimozione

La lente a contatto può essere rimossa manipolando le palpebre ed esercitando pressione sul bordo della lente, oppure con l'utilizzo di una ventosa apposita. Dallo studio si nota una preferenza per la rimozione manuale del 54,5%.

La lente, dopo la pulizia, va riposta all'interno di un contenitore, che va sostituito circa ogni mese per evitare complicanze dovute a batteri ed infezioni. Contenitore e ventosa sono due elementi che entrano in diretto contatto con la lente e di conseguenza vanno indirettamente ad interagire con la flora oculare. Per questo si consiglia una disinfezione di entrambi.

### 3.5 Informativa

Nel caso delle lenti per ortoheratologia, la sostituzione della lente è a discrezione dell'applicatore. Il 63,6% preferisce sostituirle dopo 12 mesi per vari motivi tra cui: cambio di refrazione, inefficacia del trattamento, degrado della lente a causa di depositi o a causa di graffi sulla sua superficie. Secondo il protocollo applicativo, il calendario di visita per il follow-up comprende una visita la mattina successiva alla prima notte di utilizzo; dopo una settimana dall'inizio dell'uso delle lenti; dopo uno, tre, sei mesi e controlli semestrali dopo l'anno di utilizzo. Dall'analisi è emerso che il 53% degli applicatori aggiunge un controllo intermedio dopo 14 giorni dalla prima applicazione. Il professionista dev'essere in grado di fornire un supporto costante al portatore. Infatti, il 38% degli applicatori decide di usare diverse metodologie per comunicare al portatore le informazioni fondamentali. Lipson consiglia l'utilizzo di video, illustrativi sulla manutenzione e l'applicazione della lente reperibili al soggetto per poterli consultare quando più necessario, oltre che informative scritte.

### 3.6 Complicanze

L'ortoheratologia è una terapia sicura ed efficace. Esiste comunque un potenziale rischio di infezioni. Nel questionario, è stato chiesto ai professionisti se sono state riscontrate complicanze. Come si può vedere in Fig. 3 il 65,5% degli applicatori ha riscontrato patologie differenti. In Fig. 9 vengono divise per frequenza di insorgenza. Molto numerosa, circa il 31% dei casi, è la cheratite. Il grafico in Fig. 10 però evidenzia come le complicanze oculari possono essere portate anche dai liquidi utilizzati durante le routine di manutenzione. Detergente e perossido devono essere rimossi totalmente dalla lente prima di essere indossata, poiché composti da sostanze tossiche utili per la sterilizzazione, ma dannose per l'occhio. 13 applicatori su 55 hanno riscontrato anche intolleranze alla soluzione unica con conservanti.

La Fig. 22 evidenzia che su 36 applicatori che hanno riscontrato complicanze oculari, 28 hanno dovuto interrompere la terapia per poter risolvere il problema. Le risposte presenti sono meno di 55 perché era possibile rispondere a questa e alle successive domande a chi aveva riscontrato complicanze oculari nei suoi portatori di lenti ortoheratologiche. In alcune situazioni come per abrasioni epiteliali o intolleranze ai prodotti per la manutenzione il trattamento è stato interrotto solo per alcuni giorni per ristabilire l'epitelio corneale, mentre in altre situazioni come congiuntiviti o cheratiti è stato sospeso per un lungo periodo per poter trattare a dovere l'infezione.

La 30esima domanda del questionario riguardava la necessità o meno di modificare il protocollo di manutenzione delle lenti Ortho-K a causa della complicanza oculare riscontrata. Come si vede in Fig. 26 il 44,4% (16 risposte su 36 questionari) dei contattologi non ha modificato il proprio protocollo applicativo, mentre il 14% ha trovato corretto non modificare il metodo di pulizia, ma ha spiegato meglio come eseguirlo. Gli altri professionisti hanno dovuto invece aggiungere ulteriori controlli o passaggi nella manutenzione delle lenti o modificare la struttura della lente. Come si può vedere in Fig. 11, gli applicatori trovano necessario ripetere sovente il protocollo di manutenzione.

### CONCLUSIONI

Dall'analisi dei dati è emerso che tutti i professionisti interrogati lo seguono interamente o in gran parte adattandolo alla propria pratica e ai propri portatori. Nonostante l'aderenza più o meno accurata, si possono ugualmente riscontrare delle occasionali complicanze durante il trattamento, ma non per questo è pericolosa e meno consigliabile. È per questo fondamentale ripetere ad ogni controllo gli step per la pulizia della lente e spiegare le problematiche che possono sorgere dalla poca cura della stessa. Diversi studi hanno verificato infatti che la compliance del portatore diminuisce con il tempo, al migliorare dell'esperienza di utilizzo, e non reputano più fondamentale partecipare agli appuntamenti perché non sentono fastidio o non hanno problematiche. Questo comportamento a lungo può portare all'insorgenza

di complicanze perché il professionista non riesce a valutare con costanza il portatore. [Jun et al, 2018] Dal questionario è emerso che il 94,4% degli applicatori ripete spesso ai portatori i rischi portati da una pessima igiene e l'importanza di partecipare agli incontri successivi. L'ortoheratologia è quindi una terapia sicura se viene rispettato il protocollo applicativo e di manutenzione e se si seguono gli incontri di follow-up con le scadenze evidenziate. Sarebbe inoltre buona pratica lasciare a ogni nuovo portatore, in forma scritta o con immagini esplicative, un protocollo di manutenzione efficace e facile da seguire per evitare dimenticanze e mantenere la pratica sicura più a lungo.

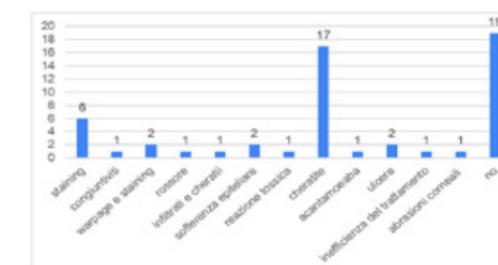


Fig. 9: Distribuzione delle complicanze oculari incontrate durante la pratica ortoheratologica.

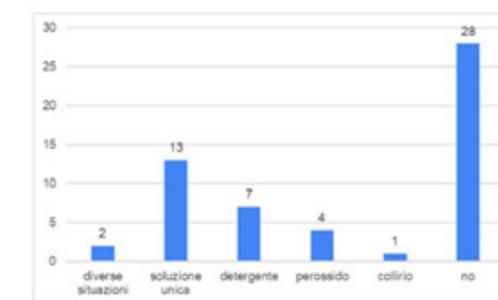


Fig. 10: Distribuzione delle segnalazioni di intolleranze ai liquidi di manutenzione per lenti RGP

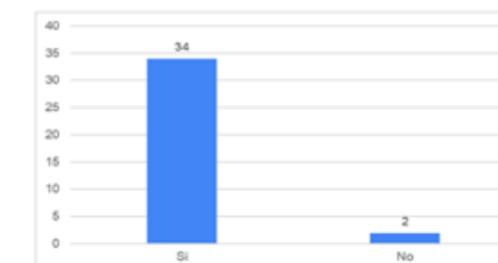


Fig. 11: Distribuzione delle risposte relative alla necessità di riesplorare il protocollo di manutenzione ai portatori di lenti Ortho-K

SCANSIONA IL  
QR-CODE PER LA  
BIBLIOGRAFIA



CENTRO STYLE

# Crescere insieme

**ACTIVE FRAMES** È IL BRAND DI **CENTRO STYLE** DEDICATO AL **BENESSERE VISIVO DEI BAMBINI**, DALLA NASCITA ALL'ADOLESCENZA, SVILUPPATO IN **COLLABORAZIONE** CON GLI **OCULISTI PEDIATRICI**.

**Active Frames** è composto da nove collezioni, studiate per rispondere alle esigenze specifiche dei **bambini in diverse fasce d'età**, tenendo conto della conformazione del setto nasale, del comfort, della sicurezza e del corretto mantenimento del centro ottico in ogni situazione di utilizzo. Tutte le collezioni sono certificate e conformi alle normative europee. Le nove famiglie sono:

**Active Soft Newborn – Made in Italy:** è pensata per i neonati e presenta caratteristiche uniche nel mercato di riferimento, con 5 forme disponibili in 6 calibri, dal 34 al 41. Si tratta di montature monoblocco in materiale morbido e ultraflessibile, con ponte anatomico centrale e aste avvolgenti dotate di aggancio sul terminale per un cordoncino elastico regolabile, che assicura il corretto mantenimento del centro ottico.

**Active One:** progettata con un canalino specifico per accogliere lenti ad alti poteri, senza sporgenze, senza deformare la meniscatura e impedendo la fuoriuscita delle lenti in caso di urti.

**Active Spring:** dedicata all'età prescolare, garantisce un'elevata ergonomia grazie all'utilizzo di aste avvolgenti realizzate in doppia iniezione e a un ponte anatomico che ottimizza il comfort.

**Active Colours:** pensata per i bambini in età scolare, è disponibile in numerose forme e colorazioni, per soddisfare tutti i gusti.

**Active Memory:** progettata per offrire la massima resistenza agli urti.

**Active Sport:** pensata per il gioco e l'attività fisica, offre massima calzabilità e comfort.



**Active Blue Light:** dotata di lenti Blue Light Comfort piano già montate, è ideale per i bambini che trascorrono molte ore davanti a dispositivi digitali.

**Active Sun e Active Clip:** rispettivamente la collezione sole e quella con clip-on magnetico, rappresentano la proposta per la protezione solare, pensata per l'età scolare e preadolescenziale.

Tra le esigenze visive pediatriche più diffuse oggi spicca la **miopia**, al punto che si parla di "epide-miopia", un neologismo nato in ambito specialistico per descrivere l'incremento di questo difetto visivo, che insorge nella stragrande maggioranza dei casi in età scolare. Le lenti oftalmiche a defocus periferico, come confermato da numerosi studi, offrono risultati concreti nel rallentamento della progressione miopica, ma il corretto mantenimento del centro ottico è fondamentale per la loro efficacia. È quindi essenziale scegliere la montatura più adatta al loro montaggio. Per questo motivo, grazie ai test condotti dal laboratorio di Prontottica, sono state selezionate circa 50 referenze, distribuite in 3 collezioni specifiche, pensate per rispondere a questa esigenza.

A queste montature è stato apposto sulla lente demo il logo "Myopia Control", per facilitarne l'identificazione. Una modalità semplice e intuitiva per supportare il centro ottico nella scelta di montature tecnicamente performanti e apprezzate da chi le indossa, anche grazie all'ampia gamma di colori disponibili. In occasione della ripartenza della scuola e delle attività ricreative e sportive, verrà proposta agli ottici una campagna di comunicazione focalizzata sulla scelta della montatura ideale, in base alle specifiche esigenze visive. Grazie all'ampiezza dell'offerta Active Frames, è infatti possibile individuare la soluzione ottimale per ogni necessità, incluso il controllo della progressione miopica nei bambini.

Coprendo tutte le fasce d'età – dalla nascita all'adolescenza – Active Frames consente di accompagnare ogni bambino nella crescita, offrendo sempre la migliore soluzione visiva per ogni fase dello sviluppo. Active Frames, insieme all'intera offerta di Centro Style, rappresenta un valore aggiunto per ogni centro ottico che desideri qualificarsi come specialista del benessere visivo infantile. Grazie ai prodotti e ai servizi dedicati – dalla cura dell'occhiale, agli strumenti per la sala visite di refrazione e ortottica, al visual training e alla Visione Sensibile™ – ogni professionista può seguire i bambini con competenza e continuità nel tempo.



DAI OPTICAL INDUSTRIES

# Un impegno serio

**VISIONE, PROTEZIONE, TECNOLOGIA E GARANZIA:** QUESTI I CONCETTI BASE SU CUI L'AZIENDA HA SVILUPPATO IL SUO POLIEDRICO PROGETTO PER I KIDS CONCENTRANDOSI ANCHE SULLA LORO **CRESCITA**.



Accompagnare i più piccoli lungo il percorso di sviluppo visivo richiede **innovazione, competenza e servizi concreti a tutela di famiglie e professionisti**.

**DAI Optical Industries**, da sempre impegnata nella ricerca di soluzioni dedicate all'età evolutiva, rinnova la sua offerta con **tecnologie ottiche avanzate** e un **programma di garanzia** che protegge l'investimento dei genitori e rafforza il ruolo consulenziale dell'ottico.

## MYOGA: LALENTE PER LA GESTIONE DELLA MIOPIA

Tra le novità di punta, la lente **Myoga** rappresenta la risposta più evoluta per il controllo della progressione miopica. Frutto della sinergia tra ingegneria ottica, tecnologia freeform e ricerca sul defocus periferico, Myoga integra un potere positivo concentrico fino a +2,5 diottrie, in grado di indurre uno sfuocamento retinico controllato. Questo stimolo ottico, senza discontinuità o artefatti, aiuta a rallentare la crescita del bulbo oculare, mantenendo una visione centrale nitida e confortevole. La lente è totalmente personalizzabile, anche in versione fotocromatica o polarizzata, per adattarsi a tutte le esigenze dei giovani portatori.

## MYOKASKO: PROTEZIONE EXTRA PER I PICCOLI PORTATORI

A supporto della lente Myoga, DAI Optical Industries ha ideato **Incentive & Care**, una campagna che combina vantaggi concreti per famiglie e ottici. Il cuore è la polizza

**Myokasko**, che offre la sostituzione gratuita delle lenti Myoga in caso di danni accidentali o rotture. A questo si aggiunge la **Promo Doppio Occhiale** che prevede una lente in omaggio sul secondo paio, e una **supporto di 36 mesi** per acquisti successivi, garantendo così alle famiglie condizioni vantaggiose per tutto il percorso di trattamento. Un kit informativo dedicato, la **Parental Guidance**, accompagna inoltre i genitori nella gestione del trattamento, rafforzando la fiducia e la continuità del percorso.

## YOGA YOUNG E SAFER: SUPPORTO E PROTEZIONE

Accanto a Myoga, l'azienda propone **Yoga Young**, la prima lente della linea **Yoga**, studiata per migliorare la visione prossimale dei bambini durante l'uso intensivo di dispositivi digitali. Grazie alla tecnologia freeform, Yoga Young offre un supporto accomodativo mirato, riducendo lo stress visivo e migliorando il comfort binoculare. Infine, la protezione trova massima espressione nel polimero **Safer**, un materiale trasparente con cut-off a 420 nm che protegge l'occhio infantile da raggi UV e luce blu-viola ad alta intensità, senza alterare la percezione cromatica.

**Tecnologia, protezione e garanzia:** con **DAI Optical Industries**, l'ottico ha a disposizione strumenti concreti per accompagnare la visione dei più piccoli, oggi e domani.



Yoga Y<sup>®</sup>

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"

ETNIA BARCELONA

# Divertimento brillante

IL BRAND BARCELLONESE SORPRENDE CON UNA **COLLEZIONE RICCA DI COLORE E DIVERTIMENTO**, ACCOMPAGNATA DA UNA **CAMPAGNA DI COMUNICAZIONE PIENA DI GIOIA E ALLEGRIA**.

La nuova **collezione Kids** del marchio indipendente di occhiali **Etnia Barcelona** per la Primavera/Estate 2025 ha come protagonisti il **colore**, la **gioia** e il **divertimento**. Da sempre, ciò che distingue Etnia Barcelona è l'uso vivace del colore in ogni design, che lo rende il brand con il maggior numero di riferimenti cromatici nel settore dell'occhialeria. Sotto lo slogan **"BeAnArtist"**, il marchio invita i più piccoli a liberare la propria immaginazione ed esplorare il mondo con creatività senza limiti. Ogni modello della collezione incarna allegria ed energia, ricordandoci che i bambini osservano il mondo con uno sguardo ricco di fantasia e senza confini. La nuova collezione Kids include **11 modelli vivaci – 7 da vista e 4 da sole** – ispirati ai nomi di animali e caratterizzati da forme originali. Come le collezioni per adulti, anche quella dedicata ai più piccoli è sviluppata da zero dal team di design del marchio, che segue ogni fase del processo creativo. Ogni montatura è realizzata con materiali naturali e di alta qualità, come l'acetato di Mazzucchelli e le lenti in cristallo minerale HD. La collezione Kids P/E25 è disponibile presso ottici selezionati (consultabili tramite lo shopfinder sul sito ufficiale), su [www.etniabarcelona.com](http://www.etniabarcelona.com) e nel Flagship Store della Maison a Barcellona.



GALILEO ITALIA

# Genitori e figli protagonisti

ANCHE QUEST'ANNO IL **BRAND DI CASA ESSLORLUXOTTICA** TORNA A PARLARE ALLE FAMIGLIE CON UN'INIZIATIVA PENSATA PER **UNIRE VISIONE, PROTEZIONE E TECNOLOGIA: LA PROMO FAMIGLIA 2025.**

Nuovo visual e nuovo claim – **‘La complicità è vedere il mondo con gli stessi occhi’** – per l'edizione 2025 della Promo Famiglia, con una mission precisa: mettere al centro l'**intesa tra genitori e figli**. Galileo conferma il proprio impegno nel sensibilizzare adulti e bambini sull'importanza della prevenzione visiva, con una promozione che si traduce in valore concreto per i clienti finali e in una leva efficace per i partner ottici.

## UNA PROMOZIONE VINCENTE PER TUTTA LA FAMIGLIA

Attiva dal **3 settembre al 30 novembre**, la Promo Famiglia torna nei centri ottici partner Galileo per prendersi cura della visione di grandi e piccoli. Un'iniziativa pensata per il rientro a scuola e al lavoro, periodo in cui cresce maggiormente l'attenzione verso il benessere visivo e la conseguente necessità di aggiornare le proprie lenti o scegliere il primo paio per i più giovani. Un momento ideale per mettere al centro la protezione visiva per tutta la famiglia, con soluzioni su misura e vantaggi esclusivi. La meccanica promozionale è semplice e consolidata: acquistando una **coppia di lenti monofocali per il bambino** a condizioni vantaggiose, il genitore riceve un coupon promozionale per una **coppia di lenti progressive o Young**, queste ultime dedicate ai giovani presbiti. Un'opportunità concreta per conoscere i design Galileo, progettati per rispondere alle esigenze visive delle diverse età. Protagoniste della promozione: **Bluv Xpert®** - la tecnologia che protegge dai raggi UV e filtra la luce blu-viola<sup>1</sup> - e **Transitions®**, le lenti intelligenti alla luce che rappresentano l'equilibrio perfetto tra velocità di adattamento, stile e innovazione. “Con la Promo Family vogliamo rivolgerci alle famiglie in modo empatico e coinvolgente, sensibilizzando i genitori sull'importanza di prendersi cura del loro benessere visivo e di quello dei loro figli, anche i più piccoli”, spiega **Nadia Lattanzi, Business Brand Manager EssilorLuxottica**.

## UN KIT COMPLETO PER IL PUNTO VENDITA

A supporto dell'iniziativa, Galileo mette a disposizione dei centri ottici un **kit di comunicazione**, progettato per valorizzare la Promo Famiglia direttamente in negozio e creare un'esperienza di contatto immediata con il cliente. Il kit comprende una

**vetrofanìa** coordinata al visual della campagna, una **grafica calamitata** per il **desk display**, ideale per attirare l'attenzione al banco vendita, una fornitura di **coupon promozionali** - validi per l'acquisto della seconda coppia - da consegnare al momento del primo ordine. Per coinvolgere anche i più piccoli e lasciare un ricordo positivo dell'esperienza in negozio, Galileo ha pensato a un gadget esclusivo per loro: la **Matita Eterna** brandizzata Galileo. Una matita speciale che scrive come una normale matita, ma non si consuma. Perfetta per la scuola, è l'alleata ideale per i piccoli che amano scrivere, disegnare e – al tempo stesso - prendersi cura dell'ambiente.

## UNA CAMPAGNA AMPLIFICATA TRA DIGITALE E TERRITORIO

La comunicazione della Promo Famiglia si amplifica anche online e sul territorio, con l'obiettivo di **augmentarne la visibilità e favorire il drive to store**. Galileo mette infatti a disposizione degli ottici un pacchetto digitale completo, che include **contenuti pronti all'uso per i canali social, template per newsletter e WhatsApp co-brandizzabili** per mantenere un contatto diretto e personalizzato tra il centro ottico e i suoi clienti. Inoltre, sia le **vetrine backlight itineranti** sia i materiali per gli **eventi locali** a tema Maitre Chocolatier si vestono con la Promo Famiglia.

## UN APPROCCIO CHE GUARDA AL FUTURO DELLA VISIONE

Con la Promo Famiglia, Galileo rinnova il proprio impegno nel promuovere la cultura della prevenzione visiva fin dall'infanzia. Attraverso strumenti promozionali efficaci e un linguaggio diretto ed emozionale, l'iniziativa offre agli ottici un valido supporto per valorizzare il proprio ruolo di consulente della visione, rafforzare la relazione con i clienti e generare nuove opportunità di fidelizzazione. Galileo continua a proporsi come punto di riferimento per il benessere visivo a tutte le età, dimostrando che prendersi cura della visione può essere un gesto semplice, quotidiano e condiviso.

## BIBLIOGRAFIA

1. La luce blu-viola è compresa tra 400 e 455nm, come indicato dalla norma ISO TR 20772:2018.

La complicità  
è vedere il mondo  
con gli stessi occhi.

BLUV<sup>Xpert</sup> Transitions®

## PROMOZIONE PER LA FAMIGLIA

Raggi UV e luce Blu-Viola<sup>1</sup>:  
scopri le lenti *Bluv® Xpert*  
e *Transitions®*.

1864  
**GALILEO**<sup>™</sup>  
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 Ltd. ©2025 Transitions Optical Limited. Le prestazioni fotocromatiche sono influenzate dalla temperatura, dall'esposizione ai raggi UV e dal materiale della lente.

HOYA

# 5 anni di innovazione nella gestione della miopia infantile

**RISULTATI CLINICI SEMPRE PIÙ SOLIDI, UN INNOVATIVO TRATTAMENTO ANTIRIFLESSO E INIZIATIVE DEDICATE ALLA PREVENZIONE. HOYA RAFFORZA LA COLLABORAZIONE CON I PROFESSIONISTI DELLA VISIONE PER TUTELARE LA SALUTE OCULARE DEI PIÙ GIOVANI.**



Con oltre 90 studi clinici a supporto, **MiYOSMART** continua a dimostrarsi la soluzione scientificamente validata per la gestione della miopia nei più giovani. I dati parlano chiaro: nei bambini che hanno indossato le lenti D.I.M.S. in modo continuativo, nel follow-up a 6 anni la progressione media della miopia era di  $-0,92D^1$ , a 8 anni è stata ancora più bassa: meno di  $-0,50D^2$ . Ciò dimostra che l'uso costante e a lungo termine di MiYOSMART assicura un'efficace e sicura gestione della miopia.

A partire da settembre, ci sarà un'ulteriore novità che migliora l'esperienza di utilizzo: il trattamento antiriflesso di queste lenti sarà potenziato con il nuovo **strato STX**, dalla maggiore idrorepellenza e durata, per offrire facilità di pulizia e visione ancora più nitida e confortevole. Un beneficio concreto che mette al centro il benessere visivo dei giovani, obiettivo che **Hoya** condivide con ottici-optometristi e medici oculisti, partner fondamentali in questo percorso.

Per il rientro a scuola, Hoya darà il via a una nuova stagione di sensibilizzazione che coinvolgerà tutti gli attori del percorso visivo: oculisti, pediatri, ottici e famiglie.

Un'azione corale, per promuovere la cultura della prevenzione e tutelare la salute visiva dei più giovani – oggi e nel loro futuro. Il momento inaugurale sarà lo **speciale evento online** rivolto a ottici-optometristi e medici oculisti. Un'occasione per celebrare i primi 5 anni di MiYOSMART in Italia, che hanno segnato un cambio di passo nella gestione della miopia, e per riflettere insieme sul ruolo collaborativo

di queste figure nel guidare le famiglie verso scelte consapevoli. Un momento di **condivisione, responsabilità e visione comune**. Parallelamente, Hoya investirà in una **campagna digital** di grande impatto rivolta alle famiglie italiane per parlare direttamente al cuore di genitori e ragazzi, sottolineando l'importanza della prevenzione e della gestione precoce della miopia. Oggi in Italia circa il 10% dei giovani potenzialmente trattabili è già stato coinvolto in un percorso di gestione della miopia con lenti a defocus simultaneo competitivo. Un dato incoraggiante, ma con un margine di crescita ancora enorme. Come sottolineato anche dall'**International Myopia Institute**, non esiste un livello "sicuro" di miopia: ogni diottria conta<sup>3</sup>. Ecco perché è fondamentale agire subito, promuovere controlli precoci e lavorare insieme – professionisti e industria – per arginare una condizione in costante crescita.

#### BIBLIOGRAFIA

1. 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* 13, 5475 (2023).
2. Lam, C.S.Y., Leung, T.W., Zhang, H., Kwok, M.Y., Xu, F.Y. Vlasak, N. Eight Years of Wearing Defocus Incorporated Multiple Segments (DIMS) Spectacle Lenses: User Experience and Myopia Control Outcomes. IMC Conference Presentation (2024).
3. Myopia Control: Why Each Diopter Matters, Mark A Bullimore, Noel A Brennan DOI: 10.1097/OPX.0000000000001367

ITAL-LENTI

# Un progetto culturale

LA VISTA DEI BAMBINI È UN **BENE PREZIOSO**, UNA FINESTRA SUL MONDO CHE VA PROTETTA FIN DAI PRIMI ANNI DI VITA. NEI PRIMI ANNI DELLO SVILUPPO, INFATTI, L'APPARATO VISIVO È **ESTREMAMENTE SENSIBILE** E IN **CONTINUA EVOLUZIONE**. UNA VISIONE NON CORRETTA PUÒ AVERE RIPERCUSSIONI NON SOLO SULLA SALUTE OCULARE, MA ANCHE SULL'APPRENDIMENTO, SULLA POSTURA, SULLA SOCIALITÀ E PERSINO SUL BENESSERE EMOTIVO DEI PIÙ PICCOLI.

**Ital-Lenti**, azienda italiana con oltre 70 anni di esperienza nel settore delle lenti oftalmiche, ha scelto di prendersi cura dei bambini in modo **concreto e strutturato**. Da questa visione nasce il **catalogo Kids**, una linea completa e altamente specializzata di lenti oftalmiche pensata esclusivamente per rispondere alle esigenze visive dei più giovani. Non si tratta di un adattamento delle soluzioni per adulti, ma di un **progetto dedicato**, con materiali, design ottici e trattamenti studiati appositamente per l'età pediatrica.

## UN LISTINO UNICO NEL SUO GENERE

A rendere ancora più distintiva l'offerta è il fatto che l'azienda è l'unica in Italia a proporre un **listino interamente dedicato al mondo pediatrico**. Questo listino non solo raggruppa soluzioni specifiche per i difetti visivi dell'età evolutiva, ma rappresenta anche uno strumento concreto di lavoro per gli ottici-optometristi. Un punto di riferimento chiaro e aggiornato, che rende più semplice la comunicazione con le famiglie e più efficace la proposta tecnica. Il listino Kids non è solo una raccolta di lenti, ma un vero e proprio **progetto culturale**: promuove la prevenzione, valorizza la collaborazione tra professionisti e famiglie e sostiene l'importanza di seguire i bambini nel tempo, con controlli regolari e strumenti adeguati. Uno dei problemi visivi più frequenti tra i bambini è senza dubbio la **miopia**. Secondo i dati



dell'Organizzazione Mondiale della Sanità, la sua incidenza è in costante aumento a livello globale, tanto da essere considerata una vera e propria emergenza sanitaria. Ital-Lenti ha risposto a questa sfida con **Myopica**, una lente oftalmica ad alta tecnologia che integra il principio del defocus periferico, dimostratosi efficace nel rallentare la progressione miopica nei bambini e negli adolescenti. Questa lente non si limita a correggere la miopia centrale, ma agisce sulla retina periferica per inviare al sistema visivo un segnale di "stop" alla crescita eccessiva del bulbo oculare, responsabile dell'aggravarsi della miopia. Utilizzata sotto controllo medico oculistico, la lente Myopica

Lente per la gestione della progressione miopica nei bambini ed adolescenti  
Le lenti Myopica oltre a correggere l'errore refrattivo permettono di gestire la progressione della miopia nei bambini di età compresa tra i 6 e 14 anni, grazie alla zona di defocus periferico controllato.

- Zona di correzione diretto refrattivo diametro 9mm.
- Zona di transizione con defocus periferico.
- Progressione del raggio UV e della luce blu potenzialmente dannosa fino a 420 nm (solo 1.60 Retina).
- REGOLE DI MONTAGGIO: il centro ottico della lente deve essere posizionato esattamente in corrispondenza del centro pupillare facendo attenzione nella scelta della montatura che deve essere perfettamente assaiata e stabile sul viso del bambino.
- Colori Transitions disponibili: Transitions (S.P.H.)
- Colorazioni disponibili (presso i nostri laboratori).

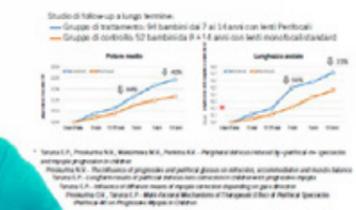
	DIAMETRO	INDICE	DENSITÀ UV	TECNOLOGIA	LIMITI DI CORREZIONE
1.67	32	1.35	400	SP	da sf. -1.50 a sf. 0.00
1.60	42	1.30	400	SP	da sf. -10.00 a sf. 0.00
1.50	50	1.31	360	ND	da sf. -4.00 a sf. 0.00
1.60 Tc	42	1.30	400	SP	da sf. -10.00 a sf. 0.00
1.60 Tc	50	1.31	400	ND	da sf. -4.00 a sf. 0.00

**MYOPICA**  
Inglese e francese per scelta per bambini 6-14 anni.



**Background clinico**  
La retina presenta una maggior densità di cellule retiniche nel meridiano orizzontale; questo comporta una maggiore acuità visiva e sensibilità al contrasto nel meridiano orizzontale rispetto al meridiano verticale. Gli studi effettuati\* hanno confermato che l'asimmetria favorisce condizioni ottimali per ridurre la progressione miopica nei bambini, ma non significa asimmetria neurale anatomica? La retina periferica nasale presenta il 300% in più di cellule gangliari e oltre il 40% in più di coni rispetto alla retina temporale. Ottimizzando una lente con una geometria così specifica e strutturata nel rispetto della fisiologia della retina è possibile effettivamente inibire la crescita assiale non controllata del bulbo oculare.

**Risultati**  
Lo studio è stato effettuato per un periodo di 6 anni, coinvolgendo un importante numero di soggetti testati, suddivisi in due gruppi, nel quale il primo gruppo di 94 bambini in età compresa tra i 7 e 14 anni è stato corretto con la lente "periferica" mentre il gruppo di controllo di 50 bambini nella stessa fascia d'età è stato corretto con lenti monofocali tradizionali. Come vediamo dal grafico, il follow up della ricerca ha portato a dei risultati decisamente interessanti: infatti, dopo i primi due anni, nel gruppo di bambini che hanno utilizzato le lenti periferiche si è evidenziata una riduzione dell'allungamento assiale del bulbo oculare del 50% ed un ulteriore 32% nei successivi tre anni, quindi con un'effettiva riduzione nel periodo di utilizzo di oltre il 60%. Per quanto riguarda il potere correttivo, sempre dal grafico si evidenzia nei primi due anni di test, nei soggetti corretti con lenti periferiche, una riduzione del 34% e nei successivi tre anni un'ulteriore riduzione del 40%, che sommati nei 5 anni di test portano ad un'effettiva riduzione totale del potere refrattivo di oltre il 50% tra i due gruppi di soggetti testati.



diventa un alleato prezioso nella gestione della miopia evolutiva, contribuendo a ridurre il rischio di complicanze visive future. Nel mondo digitale di oggi, l'esposizione alla luce blu e ai raggi UV è un problema che riguarda sempre più anche i bambini. Le ore trascorse davanti a tablet, smartphone e schermi vari possono generare affaticamento visivo, disturbi del sonno e irritazioni oculari. Le lenti con il polimero **Retina Kids**, sviluppate da Ital-Lenti, rappresentano una soluzione efficace per proteggere gli occhi dei bambini. Grazie a un polimero innovativo, Retina Kids è in grado di bloccare al 100% i raggi UV e filtrare selettivamente la parte potenzialmente dannosa della luce blu, lasciando passare solo le lunghezze d'onda utili alla visione e al ritmo circadiano. È una protezione silenziosa, costante, invisibile ma concreta, che accompagna i bambini in ogni momento della giornata, dentro e fuori casa.

## UN'OFFERTA ESAUSTIVA

Non tutti i difetti visivi sono uguali, e non tutti i bambini hanno le stesse esigenze. Per questo l'azienda ha incluso nel catalogo Kids diverse soluzioni ottiche pensate per i difetti visivi più complessi, come l'ipermetropia elevata, l'astigmatismo marcato o la presenza di anisometropie. Le lenti **Open Kids**, disponibili anche in versione fotocromatica con tecnologia **Transitions® GenS™**, garantiscono una visione nitida e stabile, adattandosi automaticamente alla luce ambientale e proteggendo gli occhi dal sole. A queste si affiancano le lenti **Pro Studio**, studiate per ridurre lo stress visivo durante le attività a distanza ravvicinata: lettura, studio, uso del computer. Grazie a una leggera variazione di potere, aiutano a rilassare l'accomodazione e a mantenere

il comfort visivo anche durante sessioni prolungate. In casi clinici più delicati, come bambini con cataratta congenita, strabismo o necessità di rieducazione visiva, Ital-Lenti mette a disposizione lenti a geometrie complesse, come le **Ultravision Kids** per elevate ametropie, le **Pro Executive**, le **Bifo Digital Kids** e le **Bifo 45 Kids**, pensate per offrire una visione funzionale in ogni situazione e sostenere lo sviluppo visivo nei momenti più critici. Tutte le lenti della linea Kids sono prodotte con materiali **resistenti, leggeri e sicuri**, adatti alla vita attiva e dinamica dei bambini. Sono disponibili con antiriflesso, IronKids e indurenti DuraKids di ultima generazione, che ne aumentano la durata nel tempo, le rendono più facili da pulire e più resistenti a graffi e impurità. Dettagli che fanno la differenza nella quotidianità e che garantiscono tranquillità ai genitori e autonomia ai bambini. Ogni lente è realizzata con cura artigianale e precisione industriale, nel pieno rispetto delle normative europee e con un occhio sempre attento all'innovazione. Il controllo qualità avviene su ogni singolo pezzo. Il progetto Kids non è solo un'offerta di prodotto, ma una **rete di valore** fatta di formazione, aggiornamento, materiali informativi e strumenti di supporto. I bambini cambiano in fretta, e con loro cambiano le loro esigenze visive. Avere un listino dedicato significa poterli seguire con attenzione, offrendo ogni anno la soluzione più adatta a loro, senza compromessi, senza adattamenti forzati, con la tranquillità di sapere di avere sempre il meglio. Con il catalogo Kids di Ital-Lenti, i genitori possono contare su soluzioni oftalmiche avanzate, affidabili e sicure, pensate per accompagnare ogni fase della crescita. **Non è solo una questione di vedere bene oggi, ma di costruire una buona visione per tutta la vita.**

LOOK

# LOOKKINO: TRI-X diventa kids!

LA COLLEZIONE È PENSATA PER PER I BAMBINI CHE VOGLIONO MUOVERSI IN **LIBERTÀ**. LE SUE PECULIARITÀ? **TECNOLOGIA, COMFORT E STILE**.

Dopo il successo della versione per adulti, **TRI-X** – il concept frame firmato **LOOK** che ha rivoluzionato la vestibilità dell'occhiale in chiave athleisure – è ora disponibile anche per i più giovani con **Lookkino TRI-X**: una collezione progettata per bambini dai 5 ai 10 anni, che unisce **tecnologia avanzata, design ergonomico** e **massima libertà di movimento**, senza rinunciare a uno stile colorato e contemporaneo.

Lookkino TRI-X nasce dall'esperienza di LOOK, brand italiano con oltre 45 anni di storia, specializzato nella progettazione e produzione di occhiali 100% Made in Italy.

La collezione rappresenta un'evoluzione concreta e divertente dell'eyewear per bambini, pensata per accompagnare i più piccoli nelle loro giornate più dinamiche, con sicurezza, comfort e leggerezza. Il segreto della linea per i più piccoli risiede nella tecnologia di **stampa 3D** del materiale **NIL**, una novità assoluta per il segmento kids. Già protagonista delle collezioni per adulti, il NIL è qui utilizzato in una versione ancora più sostenibile, leggera e piacevole al tatto, grazie all'evoluzione produttiva resa possibile dalla stampa tridimensionale. Completamente atossico e ipoallergenico, è il materiale ideale per la collezione dedicata ai bambini. Ogni dettaglio è studiato per offrire massima stabilità e comfort. Le aste flessibili sono disegnate per adattarsi perfettamente all'anatomia del viso, garantendo una vestibilità sicura ma confortevole. L'innovativo sistema **BLOCK-IN** elimina le cerniere tradizionali e i loro punti deboli, offrendo una maggiore resistenza all'uso quotidiano.

I terminali rappresentano un ulteriore punto di forza: grazie alla forma a "riccio", accorciabile in sezioni da 2,5 mm, è possibile personalizzare la lunghezza delle aste ottenendo un fitting preciso in base all'età e alla morfologia del bambino. Disponibile in **due modelli** (3931, 3933), **Lookkino TRI-X** si distingue anche per la sua palette di colori vivaci, con combinazioni pensate sia per maschi che per femmine. Una collezione che coniuga design tecnico e allegria cromatica, trasformando ogni montatura in un accessorio davvero "cool".

Per maggiori informazioni: [www.lookocchiali.it](http://www.lookocchiali.it)



MENICON SOLEKO

# Vedere meglio, crescere liberi

LE LENTI A CONTATTO SONO UNA **SOLUZIONE CONSOLIDATA** PER **CORREGGERE I PROBLEMI VISIVI** E, GRAZIE A DESIGN SPECIFICI RICONOSCIUTI E APPROVATI PER IL CONTROLLO DELLA MIOPIA, SVOLGONO ANCHE UN RUOLO FONDAMENTALE NEL **RALLENTARE LA PROGRESSIONE** DI QUESTA CONDIZIONE, SEMPRE PIÙ DIFFUSA, SOPRATTUTTO TRA I PIÙ GIOVANI<sup>1</sup>.



## QUANDO È IL MOMENTO GIUSTO PER INIZIARE A USARE LE LENTI A CONTATTO?

Dipende dalla maturità e dalla capacità di gestione del bambino stesso, ma la raccomandazione è di iniziare la gestione della miopia per tutti i bambini e adolescenti miopi non appena viene fatta la diagnosi, al fine di rallentare la progressione e ridurre così il rischio di sviluppare livelli più elevati<sup>2</sup>. Le lenti a contatto morbide e quelle per ortokeratologia rappresentano opzioni interessanti per la gestione della miopia, poiché generalmente presentano un'elevata compliance, offrono qualità visiva superiore comportando rischi molto bassi se utilizzate correttamente<sup>3</sup>.

Oltre alla correzione visiva, le lenti a contatto offrono diversi benefici pratici per i bambini, tra cui un miglioramento dell'autostima e una maggiore fiducia in sé stessi, in particolare in ambiti come la performance sportiva, l'accettazione sociale e il comportamento generale<sup>4-8</sup>. Le lenti a contatto permettono ai bambini di praticare sport e altre attività fisiche senza limitazioni, offrendo un campo visivo periferico più ampio e senza ostacoli, un vantaggio importante nella vita quotidiana e nelle attività scolastiche. In alcuni casi, le lenti possono essere utilizzate anche per trattare l'ambliopia (occhio pigro) offrendo una correzione visiva completa.

## IL SISTEMA MENICON BLOOM™ PER LA GESTIONE DELLA MIOPIA

Una delle innovazioni più interessanti nella gestione della **miopia infantile** è il sistema **Menicon Bloom™**, un'offerta completa sviluppata come soluzione olistica. Al centro di questo sistema si trova il software **Menicon Bloom™ Easyfit**, progettato per assistere i professionisti della visione nella selezione e applicazione delle lenti. Il software include anche uno strumento di previsione della progressione miopica, che aiuta i professionisti a spiegare gli aspetti clinici più importanti, in particolare l'importanza della prevenzione. Menicon ha inoltre sviluppato l'app **Menicon Bloom™**, disponibile gratuitamente per i portatori, per permettere a loro e al professionista della visione di monitorare i progressi. Il sistema garantisce continuità a lungo termine, supportando i professionisti nella scelta, applicazione e controllo delle lenti, permettendo un monitoraggio facile e personalizzato. Il sistema Menicon Bloom™ comprende due tipi di lenti a contatto: **Menicon Bloom Day™** e **Menicon Bloom Night™**, per uso diurno e notturno rispettivamente, entrambe con certificazione CE e indicazione specifica per il controllo della miopia. Questo rende Menicon Bloom™ l'unico sistema completo attualmente approvato non solo per la correzione della miopia, ma, cosa ancor più importante, per il controllo della sua progressione.

**Menicon Bloom Day™** ispirata all'ottica avanzata delle fotocamere, questa lente utilizza la tecnologia **Neurofocus Optics®** con profondità di campo estesa, offrendo una variazione graduale e continua della potenza dalla zona centrale a quella periferica della lente. Questo genera un defocus miopico sulla retina periferica, contribuendo a rallentare la progressione della miopia<sup>9-10</sup>. Al contempo, evita la formazione di immagini simultanee sulla retina, garantendo una visione nitida a tutte le distanze.

**Menicon Bloom Night™** è una lente ortokeratologica che rimodella la superficie corneale durante la notte per correggere temporaneamente la miopia. Di conseguenza, durante il giorno non è necessario indossare alcuna correzione visiva. Questo è particolarmente vantaggioso per bambini e adolescenti che preferiscono non essere limitati dall'uso di dispositivi per la correzione visiva durante le attività quotidiane. Queste lenti hanno anche dimostrato efficacia nel rallentare la progressione miopica<sup>11</sup>. Inoltre, per un utilizzo sicuro e confortevole, le lenti Menicon Bloom Night™ sono realizzate in **Menicon Z**, un materiale ad alta permeabilità all'ossigeno che garantisce un'eccellente ossigenazione corneale. Nel complesso, le lenti a contatto rappresentano un'opzione efficace per i giovani miopi, offrendo vantaggi in termini di comfort, estetica e libertà nelle attività quotidiane. Inoltre, sistemi innovativi come **Menicon Bloom™** contribuiscono a una gestione a lungo termine della miopia, offrendo protezione contro i rischi associati alla miopia elevata.

Con un'adeguata formazione e un monitoraggio attento, le lenti a contatto possono rappresentare una scelta sicura e vantaggiosa per i giovani portatori.

## BIBLIOGRAFIA

- Liang J, Pu Y, Chen J, Liu M, Ouyang B, Jin Z, Ge W, Wu Z, Yang X, Qin C, Wang C, Huang S, Jiang N, Hu L, Zhang Y, Gui Z, Pu X, Huang S, Chen Y. Global prevalence, trend and projection of myopia in children and adolescents from 1990 to 2050: a comprehensive systematic review and meta-analysis. *Br J Ophthalmol.* 2025;109(3):362-371. doi: 10.1136/bjo-2024-325427.
- Bullimore MA, Brennan NA. Juvenile-onset myopia-who to treat and how to evaluate success. *Eye (Lond).* 2024;38(3):450-454. doi: 10.1038/s41433-023-02722-6.
- Bullimore MA, Jong M, Brennan NA. Myopia control: Seeing beyond efficacy. *Optom Vis Sci.* 2024;101(3):134-142. doi: 10.1097/OPX.0000000000002119.
- Walline JJ, Gaume A, Jones LA, et al. Benefits of contact lens wear for children and teens. *Eye Contact Lens.* 2007;33(6 PART 1 OF 2):317-321. doi:10.1097/ICL.0b013e31804f80fb
- Lipson MJ. Long-term clinical outcomes for overnight corneal reshaping in children and adults. *Eye Contact Lens.* 2008;34(2):94-99. doi:10.1097/ICL.0b013e31811eba10
- Walline JJ, Jones LA, Sinnott L, et al. Randomized trial of the effect of contact lens wear on self-perception in children. *Optom Vis Sci.* 2009;86(3):222-232. doi:10.1097/OPX.0b013e3181971985
- Rah MJ, Walline JJ, Jones-Jordan LA, et al. Vision specific quality of life of pediatric contact lens wearers. *Optom Vis Sci.* 2010;87(8):560-566. doi:10.1097/OPX.0b013e3181e6a1c8
- Santodomingo-Rubido J, Villa-Collar C, Gilmartin B, Gutiérrez-Ortega R. Myopia control with orthokeratology contact lenses in Spain: A comparison of vision-related quality-of-life measures between orthokeratology contact lenses and single-vision spectacles. *Eye Contact Lens.* 2013;39(2):153-157. doi:10.1097/ICL.0b013e31827a0241
- Cooper J, O'Connor B, Aller T, Dillehay SM, Weibel K, Benoit D. Reduction of myopic progression using a multifocal soft contact lens: a retrospective cohort study. *Clin Ophthalmol.* 2022;16:2145-2155. doi:10.2147/OPHTH.S370041.
- Tuan KA. A randomized controlled trial for myopia progression control using catenary power profile contact lenses: 12-month effectiveness and safety. *Invest Ophthalmol Vis Sci.* 2024;65(7):2697
- Santodomingo-Rubido J, Cheung SW, Villa-Collar C; ROMIO/MCOS/TO-SEE Groups. A new look at the myopia control efficacy of orthokeratology. *Cont Lens Anterior Eye.* 2024;47(5):102251. doi: 10.1016/j.clae.2024.102251.

Per informazioni sul sistema Menicon Bloom™ e i prodotti correlati visitare il sito: [meniconbloom.com](https://meniconbloom.com)



# Visione senza confini, a misura di bambino

MYAGE JUNIOR & MYAGE KID MYOPIA RAPPRESENTANO DUE SOLUZIONI SU MISURA PER OCCHI IN EVOLUZIONE.

optovista  
**MYAGE KID MYOPIA**  
 Lenti per la gestione della progressione miopica



Accompagnare i bambini e i ragazzi lungo il percorso di sviluppo visivo è oggi una delle sfide più importanti per il mondo dell'ottica. Non si tratta semplicemente di garantire una buona visione nel presente, ma di proteggerla con lungimiranza, offrendo soluzioni pensate per le specifiche esigenze di occhi in continua evoluzione. È in quest'ottica che Optovista propone due strumenti altamente innovativi: **Myage Junior** e **Myage Kid Myopia**, due lenti pensate per offrire ai giovani portatori un'esperienza visiva naturale, stabile e personalizzata. Due anime complementari,

unite da una stessa filosofia: supportare il benessere visivo dei più piccoli con soluzioni efficaci, tecnologicamente avanzate e capaci di fare la differenza nella pratica quotidiana dell'ottico specialista. **Myage Junior** nasce per rispondere alle necessità visive di bambini e ragazzi in fase di crescita, con un sistema accomodativo ancora giovane e reattivo. Si tratta di una lente monofocale individuale realizzata con l'esclusiva tecnologia IAT – Individual Accommodation Technology – che integra nella progettazione l'attività tonica del residuo accomodativo. Questo approccio consente di ottimizzare il potere della lente in ogni direzione dello sguardo, assicurando una visione sempre nitida e confortevole, anche nelle condizioni dinamiche tipiche della quotidianità scolastica e del tempo libero. Il risultato è una lente capace di offrire una visione ampia e stabile, priva

## PERCHÉ SCEGLIERE LE LENTI MYAGE KID MYOPIA?



### DEFOCUS MIOPICO ASIMMETRICO PERIFERICO

Limitato alla sola porzione periferica della lente, coerente con l'asimmetria anatomica della retina, rende la lente più confortevole e facile da indossare.

### RALLENTAMENTO DELLA PROGRESSIONE DELLA MIOPIA

Grazie al contenimento del defocus nell'azione riducono l'allungamento del bulbo oculare nei bambini con miopia in progressione in età scolare.

### VISIONE PERFETTA

La zona di visione centrale, con piena correzione del difetto refrattivo, evita il defocus, permette di fruire di un'esperienza nitida con la massima acuità visiva.

### MASSIMO COMFORT VISIVO

La zona di visione centrale, ellittica, con maggiore estensione lungo l'asse verticale aumenta il campo di visione.

### MASSIMA TRASPARENZA

La costruzione con tecnologia Free-Form permette di indossare lenti completamente trasparenti, prive di alcuna dimostrazione estetica del trattamento.

optovista **MYAGE**

Una visione senza limiti ad ogni età



di distorsioni, che si adatta perfettamente allo stile di vita dei più giovani. Oltre alla qualità ottica, **Myage Junior** si distingue anche per la flessibilità estetica: si adatta a qualsiasi montatura, senza compromessi. A fianco di questa proposta, pensata per supportare il sistema visivo in condizioni fisiologiche, Optovista introduce anche **Myage Kid Myopia**, una soluzione specifica per la gestione della progressione miopica. La miopia infantile è un fenomeno in forte crescita, destinato – secondo le stime – ad aumentare in modo significativo entro il 2030. Intervenire in modo tempestivo e mirato non è solo un atto di cura nei confronti della salute visiva dei bambini, ma rappresenta anche un'opportunità strategica per i centri ottici, sempre più coinvolti in un ruolo consulenziale di alto profilo. **Myage Kid Myopia** è una delle risposte innovative di Optovista a questa emergenza. Evoluzione di un design con 5 anni di ricerca alle spalle è una lente monofocale individuale a defocus miopico periferico asimmetrico, realizzata con tecnologia free-form per bambini dai 5 anni in su in progressione miopica o con tendenza miopica, da utilizzare in accordo con il medico oftalmologo. L'obiettivo è duplice: garantire una visione più nitida e confortevole possibile nel presente e rallentare la progressione della miopia nell'evoluzione della miopia

nel tempo, riducendo anche l'allungamento assiale del bulbo oculare, uno dei principali fattori di rischio per patologie oculari future. I dati parlano chiaro: dopo un utilizzo continuativo, il **73%** dei bambini trattati ha mantenuto stabile la propria miopia, con funzioni visive inalterate. Il tutto senza rinunciare all'estetica, poiché le lenti restano perfettamente trasparenti e prive di segni visibili, facilitando l'accettazione da parte di bambini e genitori. Se **Myage Junior** rappresenta la lente ideale per una **visione attiva e dinamica**, **Myage Kid Myopia** si configura come una vera e propria strategia di gestione, pensata per **prevenire e contenere**. Due approcci diversi ma complementari, uniti da un comune denominatore: la **personalizzazione**. Ogni lente, infatti, viene progettata tenendo conto dell'età, delle capacità visive e dello stile di vita del piccolo portatore, valorizzando così l'unicità del suo percorso visivo. Con **Myage Junior** e **Myage Kid Myopia**, Optovista offre ai professionisti della visione non solo due strumenti tecnici di altissimo livello, ma anche un'opportunità concreta per rafforzare la propria identità professionale e costruire una relazione di fiducia duratura con le famiglie. Perché proteggere gli occhi dei bambini significa guardare al futuro, con competenza e responsabilità.

RODENSTOCK

# Risposta clinicamente testata

IL CONTROLLO DELLA MIOPIA<sup>1</sup> NEI BAMBINI È UN'ESIGENZA CRESCENTE. RODENSTOCK MYCON® CON TECNOLOGIA HAPD™ RAPPRESENTA UNA SOLUZIONE COMPROVATA<sup>2</sup> PER UNA VISIONE MIGLIORE OGGI E PER IL BENESSERE VISIVO DI DOMANI.

La **miopia infantile** è in forte aumento in tutto il mondo. Un trend che preoccupa e che trova origine in abitudini visive sempre più "da vicino": ore su tablet, smartphone, libri, schermi. La domanda che ogni professionista della visione si pone è una: **come possiamo agire oggi per proteggere la visione dei nostri piccoli nel lungo periodo?**

La risposta di **Rodenstock** è chiara, concreta, clinicamente testata: le lenti **MyCon®** e **MyCon® 2**, progettate specificamente per il controllo attivo della miopia nei bambini grazie alla comprovata tecnologia HAPD™ (Horizontal Asymmetrical Peripheral Defocus).

## OLTRE LA CORREZIONE: UN'AZIONE DOPPIA PER CONTRASTARE LA PROGRESSIONE MIOPICA

A differenza delle lenti monofocali tradizionali, che correggono la visione centrale ma non influiscono sullo sviluppo della miopia, le lenti MyCon® uniscono **correzione e controllo**. Grazie al design innovativo con zone periferiche di defocus asimmetrico, la luce viene gestita in modo tale da ridurre lo stimolo all'allungamento del bulbo oculare, uno dei principali responsabili della progressione miopica. Le sue peculiarità sono: visione nitida al centro a favore del comfort visivo del bambino e controllo miopico mirato in periferia. Il tutto abbinato a una tecnologia testata e consolidata sul campo.

**RODENSTOCK INTRODUCE UN NUOVO MODELLO DI PENSIERO**

Con MyCon® la miopia può essere gestita e non solo corretta. Perché ogni diottria conta.

**AREA DI FOCALIZZAZIONE**  
L'area di messa a fuoco della lente garantisce che il bambino possa vedere nitidamente ovunque debba focalizzare.

**AREA DI CONTROLLO DELLA PROGRESSIONE**  
Le aree di controllo della progressione assicurano che i raggi luminosi nella periferia non si focalizzino oltre la retina. In tal modo, l'allungamento dell'occhio può essere rallentato. La progressione della miopia nei bambini è controllata.

Area di controllo della progressione orizzontale  
**AREA DI FOCALIZZAZIONE**  
Area di controllo della progressione orizzontale

Zona focale - Visione centrale nitida

\*La lente MyCon® è coperta da IP Rodenstock con brevetto tedesco (No. brevetto: DE 10 2009 053 467 84).

## UN DOPPIO APPROCCIO: CORREZIONE E CONTROLLO

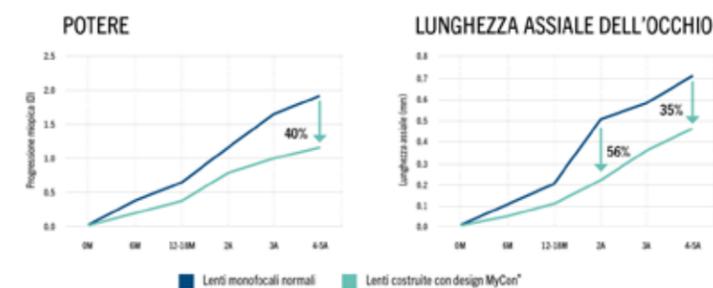
Le lenti monofocali tradizionali, pur correggendo la visione centrale, possono far convergere la luce periferica dietro la retina. In alcuni bambini, questo stimola l'occhio a crescere ulteriormente<sup>3</sup>, aggravando la miopia. Le lenti MyCon® si basano su una tecnologia validata da studi a lungo termine. In uno studio clinico europeo, è stata osservata una riduzione media del 40% della progressione miopica nei bambini tra i 6 e i 14 anni<sup>4</sup>. Dati ancora più recenti, raccolti in Spagna nell'ambito di un programma PMPF (Post-Market Performance Follow-up), confermano e superano questi risultati<sup>2</sup>: è stata rilevata una riduzione della progressione miopica (SER) tra il 47% e il 64% e dell'allungamento assiale fino al 55%. Il programma di 12 mesi è stato effettuato su un campione di 158 bambini tra i 6 e i 14 anni.

## UNALENTE PENSATA PER LA VITA REALE DEI BAMBINI

Con le lenti MyCon® e MyCon® 2, i giovani portatori (dai 6 ai 14 anni) possono affrontare ogni momento della giornata con serenità: a scuola, nel tempo libero, all'aperto. Il design sottile e leggero dall'estetica gradevole offre la massima compatibilità con ogni montatura. Inoltre, sono facili da adattare, garantendo comfort visivo fin da subito. Sono disponibili anche in versione fotocromatica, vista-sole e polarizzate. In particolare, MyCon® 2 rappresenta un'evoluzione ancora più personalizzata: le lenti vengono calcolate in base ai parametri della montatura in posizione d'uso per prestazioni visive ancora più confortevoli e maggiore libertà nella scelta della montatura.

## PERCHÉ PROPORRE MYCON® AI GENITORI OGGI?

È una soluzione proattiva che va oltre la semplice correzione, rappresenta inoltre un **investimento nel benessere visivo dei bambini**. Infine, è un supporto concreto nella



Se il bulbo oculare si allunga di 1 mm si verificherà un errore di rifrazione di circa -3,00D. È quindi fondamentale rallentare l'allungamento.<sup>1</sup>

Fonte: Tarutta EP, Proskurina OV, Tarasova NA, Milash SV, Markosyan GA. Long-term results of perifocal defocus spectacle lens correction in children with progressive myopia. Vestn Oftalmol. 2019;135(5):46-53.  
Ciolek-Schäfer PE, Lopez MS. (2018). Optical "clamping" of the refractive error to axial length ratio: implications for outcome measures in myopia control studies. Ophthalmic Physiol Opt. 2018.

**NON SOLO UN PRODOTTO, MA UN NUOVO MODELLO DI PENSIERO DETERMINANTE PER LA GESTIONE DELLA MIOPIA. COSA DICE CHI HA PROVATO LE LENTI MYCON®:**

**OTTICI**  
97% degli ottici ha dichiarato la "facilità di utilizzo" come fattore chiave

**BAMBINI**  
95% dei bambini si sono adattati molto bene alle lenti MyCon®

93% degli ottici le ha indicate come soluzione alla progressione della miopia

92% dei bambini si sente a proprio agio indossando le lenti MyCon®

prevenzione di patologie oculari future legate all'allungamento assiale.

## BIBLIOGRAFIA

- Brennan, Noel A., et al. "Efficacy in myopia control." Progress in retinal and eye research 83 (2021): 100923.
- Rodenstock. Rodenstock MyCon White Paper Compendium. 2025. (www.rodenstock-pro.com/com/mycon-whitepaper)
- Taberner J, Vazquez D, Seidemann A, Uttenweiler D, Schaeffel F.

(2009). Effects of myopic spectacle correction and radial refractive gradient spectacles on peripheral refraction. Vision Res. 2009

- Tarutta EP, Proskurina OV, Tarasova NA, Milash SV, Markosyan GA. (2019). Long-term results of perifocal defocus spectacle lens correction in children with progressive myopia. Vestn Oftalmol. 2019;135(5):46-53

\* One optician provided both AL and SER data, the other provided SER data only

SAFILENS

# Alleato prezioso per i giovani atleti

L'AZIENDA CON I SUOI PRODOTTI, FRUTTO DI UNA RICERCA CONTINUA, SCRIVE UNA PAGINA IMPORTANTE PER LA VISIONE DEGLI **ATLETI** DELLE NUOVE GENERAZIONI CON LALENTE **DELIVERY RIBO**.



La rivoluzione nel mondo delle lenti a contatto continua a fare passi da gigante, guidata da aziende come **Safilens**, punto di riferimento nella ricerca applicata alla salute oculare. In prima linea c'è l'attenzione verso le nuove generazioni: oggi, sempre più bambini e adolescenti necessitano di una **correzione visiva precoce**, fondamentale per uno sviluppo armonioso della vista e una qualità della vita ottimale. Una visione ben corretta fin dall'infanzia non è solo una questione di nitidezza: è **prevenzione attiva**. Aiuta a evitare problematiche future legate a deficit visivi trascurati, promuove il benessere oculare e migliora la capacità di apprendimento, di relazione e di performance fisica.

## PERFORMANCE VISIVA E LIBERTÀ NELLO SPORT

Nel contesto sportivo, le lenti a contatto diventano alleate insostituibili: **eliminano i limiti degli occhiali, offrono un campo visivo ampio e stabile e permettono movimenti liberi e sicuri**, essenziali soprattutto per discipline intense o praticate all'aperto. È in questo scenario che si inserisce **Delivery RIBO**, l'ultima innovazione firmata **Safilens**: una lente che va oltre la correzione visiva grazie all'integrazione di **Lacriceutici®**, sostanze naturali incorporate direttamente nella lente che vengono rilasciate progressivamente grazie al calore dell'occhio e al battito palpebrale. Il risultato? **Idratazione continua**, protezione e **comfort prolungato**.

## UN CONCENTRATO DI TECNOLOGIA ATTIVA SULLA SALUTE OCULARE

Tra i protagonisti di questa tecnologia spicca la **Riboflavina (Vitamina B2)**: rinforza le fibre di collagene della cornea e la protegge dai danni ossidativi causati dalla luce nociva, contribuendo a stabilizzare il film lacrimale, elemento chiave per una visione nitida e stabile durante l'attività fisica. A rafforzarne l'efficacia, interviene la **Vitamina E-TPGS**, che migliora la bagnabilità della lente e ne facilita l'assorbimento nella cornea, offrendo una **protezione potenziata da raggi UV e luce blu ad alta energia (HEV)**. Il vantaggio? Maggiore contrasto visivo e quindi migliori prestazioni atletiche.

A completare la sinergia, l'**Acido ialuronico** e il **TSP® (Polisaccaride da semi di Tamarindo)**: entrambi contribuiscono in modo significativo a contrastare **secchezza, affaticamento visivo e discomfort prolungato**, anche dopo molte ore di utilizzo.

## VALIDAZIONE SCIENTIFICA E APPLICAZIONI REALI

Uno studio dell'**Università del Salento**, condotto dal Prof. Giancarlo Montani e presentato alla BCLA di Birmingham, ha confermato i benefici tangibili

di Delivery RIBO: **stabilità del film lacrimale migliorata e comfort visivo superiore anche in condizioni di stress prolungato**, riducendo fenomeni fastidiosi come riflessi e abbagliamenti.

## UN ALLEATO PER LA NUOVA GENERAZIONE DI SPORTIVI

Grazie a queste caratteristiche, Delivery RIBO rappresenta una **soluzione ideale per i giovani atleti**: un connubio di benessere visivo, sicurezza e performance.

Una lente pensata per affrontare al meglio le sfide quotidiane, dallo studio al campo da gioco.

Come sottolineato dal **Prof. Michele Marullo**, direttore dell'UOC Oculistica della ASL di Pescara, in occasione di un'iniziativa promossa con Safilens per i giovani calciatori del Pescara Calcio: *"è necessario affiancare lo sport a una cultura della prevenzione visiva capillare. Intercettare precocemente eventuali deficit è essenziale per una crescita sana e una pratica sportiva in totale sicurezza"*.



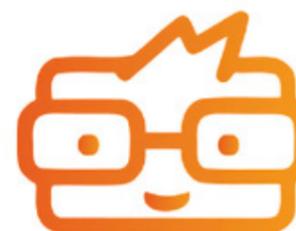
SEL OPTICAL

# Occhi al sicuro

LE LENTI PER LA GESTIONE DELLA **PROGRESSIONE MIOPICA** NEI **BAMBINI** E **ADOLESCENTI MYOSEL** CON DEFOCUS PERIFERICO SONO STATE REALIZZATE UTILIZZANDO IL CONCETTO DI **GEOMETRIA PERIFOCALE**.



La **miopia** è un problema visivo sempre più diffuso, destinato a crescere a livello globale. Le statistiche indicano infatti un costante e significativo aumento negli ultimi vent'anni: attualmente un terzo della popolazione mondiale è miope, e le proiezioni stimano che entro il **2050** si **supererà** la soglia del **50%**. Numerose ricerche hanno dimostrato che le principali cause di questo fenomeno sono legate ai cambiamenti nelle abitudini di vita, in particolare all'aumento dell'attività visiva da vicino – spesso con l'uso prolungato di dispositivi digitali – e alla riduzione del tempo trascorso all'aperto. La gestione e la prevenzione della **progressione miopica** nei **bambini** e negli adolescenti rappresentano oggi uno dei temi di maggiore attualità, soprattutto a fronte dell'**incremento** delle **diagnosi tra i 6 e i 14 anni**, fascia d'età più colpita. Gli studi condotti finora evidenziano che oltre il 60% dei casi di miopia si sviluppa tra i 6 e i 7 anni fino all'adolescenza. Per questo motivo, la prevenzione della miopia infantile attraverso l'adozione di misure adeguate diventa fondamentale per contenere la progressione costante di questo difetto visivo. Per rispondere a questa necessità, **SEL Optical** si è focalizzata nello sviluppare una nuova famiglia di lenti con defocus periferico - **Myosel** - basate sul concetto della geometria perifocale, che permettono, oltre alla correzione del difetto refrattivo, anche un'efficace gestione dell'evoluzione miopica. Ricerche a livello internazionale hanno



## MYOSEL

LENTE PER LA GESTIONE DELLA PROGRESSIONE MIOPICA NEI BAMBINI ED ADOLESCENTI

### MYOSEL Junior

per ragazzi dai 6 ai 14 anni  
ZONA CENTRALE DI 9 mm  
per la correzione della miopia  
DEFOCUS RADIALE 2,5 D



MIOPIA CORRETTA CON LENTI MYOSEL

confermato che la parte centrale della retina dei pazienti miopi mostra un defocus miopico, mentre la parte periferica mostra un defocus ipermetropico. L'utilizzo con continuità delle lenti con defocus periferico da parte di bambini miopi in età scolare dai 6 ai 14 anni garantisce un controllo della progressione del difetto refrattivo e del conseguente allungamento assiale del bulbo oculare.

#### PRINCIPIO DI PROGETTAZIONE DELLE LENTI MYOSEL

La tecnologia free-form di **queste nuove lenti** consiste in una zona ottica centrale di 9 mm per correggere il difetto miopico nella visione da lontano, oltre questa area inizia

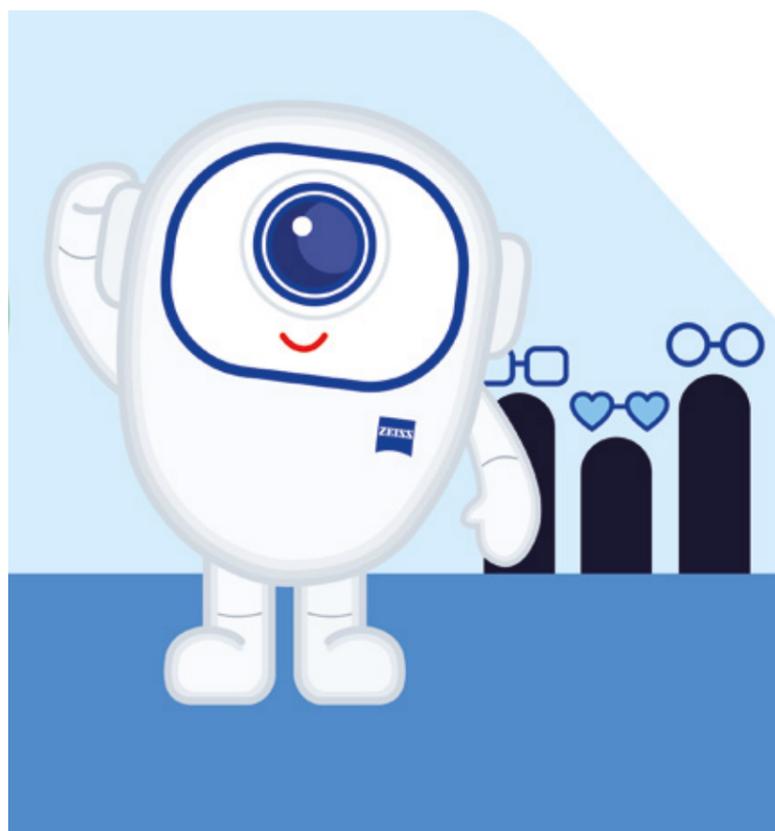
un defocus periferico progressivo che si estende in maniera radiale su tutta la superficie della lente con un incremento del potere di +2.50 D. Questa caratteristica della lente con defocus periferico, come dimostrato dagli studi, è in grado di gestire l'allungamento assiale del bulbo oculare causato dal defocus periferico ipermetropico, controllando e ritardando così in maniera efficace la progressione della miopia nei giovani portatori. Fattore molto importante: si consiglia l'ordine delle lenti **Myosel** con indicazione della dima dell'occhiale del bambino o quantomeno del diametro minimo utile (anche se si tratta di lenti negative), in quanto l'algoritmo andrà

a elaborare un completo defocus di 2.5 D, effettivamente sulla dima dell'occhiale, evitando nel caso di richiesta di lenti intere rotonde di ridurre l'effetto di defocus una volta adattate le lenti sulla montatura. Grazie all'utilizzo della tecnologia free-form, vengono realizzate in tutti i materiali: 1.5 – 1.6 – 1.67 – 1.74 sia bianche che fotocromatiche e non ultimo anche nei materiali a protezione dalle radiazioni UV e della luce blu fino a 420 nm. **Selecta UV Protection 420 ++**, particolarmente indicati per un'efficace protezione visiva nei bambini. Lo staff, la rete vendita e i Centri Servizi SEL Optical sono a disposizione per qualsiasi informazione o chiarimento.

ZEISS VISION CARE

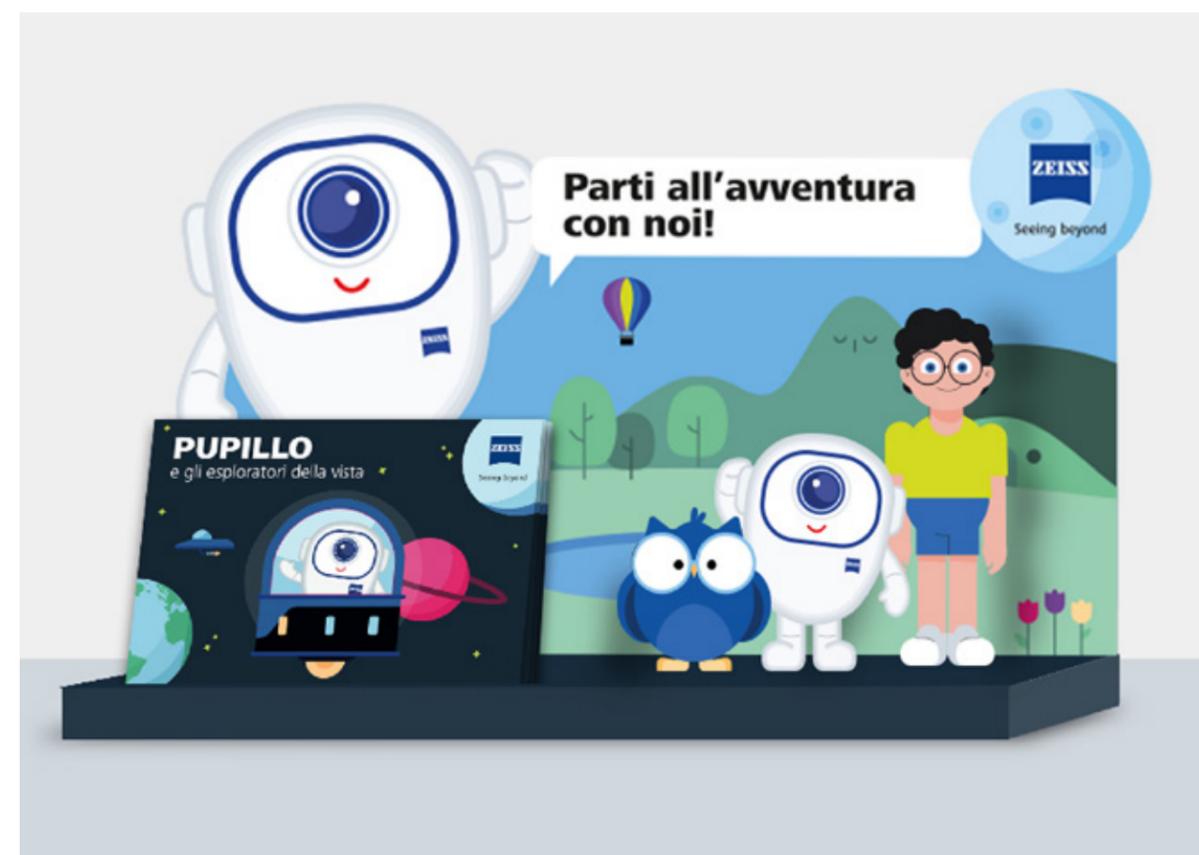
# Un progetto completo per il back to school

PER IL RIENTRO A SCUOLA, ZEISS HA CREATO UN KIT DI COMUNICAZIONE DEDICATO AI BAMBINI E AI LORO GENITORI, CON UNA NUOVA MASCOTTE E NUOVI MATERIALI VETRINA. L'OBIETTIVO È PROMUOVERE LA SALUTE VISIVA IN MODO SEMPLICE E COINVOLGENTE, OFFRENDO AL TEMPO STESSO UNO STRUMENTO DI SUPPORTO AI CENTRI OTTICI PARTNER.



Settembre segna il ritorno sui banchi di scuola e ZEISS Vision Care è al fianco dei centri ottici partner per rispondere alle esigenze visive dei più piccoli, che con il rientro tornano a mettere a dura prova i loro occhi con un aumento sostanziale delle ore dedicate alla visione prossimale. Il tema della salute visiva, in particolare quella legata alla giovane età, sta diventando ampiamente noto negli ultimi anni, soprattutto in seguito a copiosi studi della comunità scientifica che evidenziano una preoccupazione legata all'aumento della miopia nell'infanzia e nell'adolescenza.

La crescente incidenza di questa patologia è legata a stili di vita che prevedono lunghi periodi in ambienti chiusi e l'uso di dispositivi digitali. "La nostra modernità ci porta a trascorrere molte più ore focalizzando nel vicino e questo inizia sin da giovanissimi. I loro occhi rischiano di evolvere in modo non corretto e la consapevolezza del problema, così come la conoscenza di buone abitudini e possibili soluzioni a loro dedicate, è ancora troppo limitata", affermano dall'azienda.



## LA MASCOTTE E IL KIT PER IL POP

Con l'obiettivo di promuovere tale consapevolezza sull'importanza della salute visiva e prevenire patologie oculari che possono insorgere se non individuate tempestivamente, ZEISS ha dato vita a una mascotte, Pupillo, che già dallo scorso anno scolastico ha mosso i suoi primi passi in oltre 1000 scuole primarie con il progetto "Ci vediamo in classe" e che da settembre sarà protagonista di una serie di altre iniziative specifiche. Si inizia con materiali per i centri ottici partner, che nel periodo del back to school potranno così instaurare più facilmente un dialogo con le famiglie sul tema della prevenzione visiva. Il progetto è pensato per coinvolgere in modo chiaro, semplice e divertente sia i bambini che i loro genitori. Pupillo accompagnerà i più piccoli alla scoperta del mondo della vista attraverso giochi, attività interattive e quiz educativi, rendendo l'apprendimento un'esperienza coinvolgente. Allo stesso tempo, il materiale offre ai genitori informazioni fondamentali per comprendere l'importanza dei controlli visivi periodici e della prevenzione sin dalla giovane età. Nel kit è presente, oltre l'espositore da banco - contenente il leaflet e i libretti da gioco - un poster a scopo informativo che l'ottico partner potrà esporre nel luogo che preferisce e che offre consigli e soluzioni sulla prevenzione in tema di salute visiva. Inoltre, previa richiesta, gli ottici potranno ottenere un corner pensato per essere un angolo di intrattenimento, oltre che di attesa, per i più piccoli. Lo spazio dedicato vedrà come protagonista la mascotte e sarà composto da un totem porta

leaflet ad altezza bambini, un tavolino e dei seggiolini.

Come spiega Roberta Celin, Communication Manager di ZEISS Vision Care "Vogliamo dare vita a un bacino sempre più ampio di iniziative per sensibilizzare e informare genitori e bambini sul tema della salute visiva, andando innanzitutto a contestualizzare il problema. Bisogna per prima cosa far capire ai genitori che devono tenere d'occhio il comportamento visivo dei figli per evitare che alcuni problemi diventino patologici. Per questo stiamo lavorando a 360° con bambini, genitori, ottici e oculisti: perché tutti insieme possiamo fare squadra e fare la differenza nella salute visiva dei nostri figli, a partire da oggi".

## ZEISS MYOCARE: LA SOLUZIONE PER IL CONTROLLO DELLA MIOPIA

Con settembre, l'azienda tornerà a parlare di ZEISS MyoCare, la lente per la gestione della progressione miopica, che continua a dimostrare la sua efficacia nel tempo grazie alle conferme di studi multicentrici, coinvolgendo oltre 500 bambini fra i 6 e i 13 anni: recentemente una nuova pubblicazione sull'American Journal of Ophthalmology ha evidenziato i successi a 2 anni del trattamento. "Oggi nel portafoglio ZEISS possiamo contare su due soluzioni specifiche dedicate ai più giovani: la lente MyoCare, per chi necessita una gestione della miopia, e la lente monofocale SmartLife Young. Mai come oggi ZEISS è pronta ad accogliere il target dei bambini con soluzioni dall'efficacia comprovata e con materiali di comunicazione studiati per loro", conclude Roberta Celin.

CALVIN KLEIN

# Eleganza senza tempo

LA CAMPAGNA DI COMUNICAZIONE PER LA **PRIMAVERA/ESTATE 2025**  
DI **CALVIN KLEIN EYEWEAR** HA UNA PROTAGONISTA D'ECCEZIONE:  
LA MODELLA **VITTORIA CERETTI**.

**Calvin Klein Eyewear** svela la nuova campagna Primavera/Estate 2025, affidando il volto della collezione all'iconica top model italiana **Vittoria Ceretti**. In perfetto equilibrio tra provocazione e minimalismo, la nuova linea di occhiali da sole e da vista reinterpreta i codici estetici del brand con uno sguardo contemporaneo.

**Design audaci, linee essenziali e dettagli raffinati** si fondono in modelli dallo stile deciso ma sempre attuale, realizzati in Acetate Renew e impreziositi dal logo Calvin Klein inciso al laser. Una proposta eyewear che unisce **modernità** e **tradizione**, pensata per chi desidera affermare la propria identità con naturale eleganza.



### CK25502S

Valorizzato dall'audace forma cat-eye, questo occhiale da sole è realizzato in Acetate Renew. La placchetta metallica con il logo *Calvin Klein* inciso al laser personalizza il frontale e le aste.

### CK25513

Questo modello da vista cat-eye in Acetate Renew presenta delle aste e il frontale dal design inedito, impreziositi da una placchetta in metallo che ospita il logo *Calvin Klein* inciso al laser.



### CK25503S

Realizzata in Acetate Renew, questa montatura da sole dal frontale rettangolare audace è adatta a ogni occasione. La placchetta metallica sulle aste è personalizzata dal logo *Calvin Klein* inciso al laser.

### CK25514

Questa montatura da vista in Acetate Renew rivela un DNA moderno e, al contempo, intramontabile. L'inedito design delle aste vanta una placchetta metallica, impreziosita dal logo *Calvin Klein* inciso al laser.



La collezione Primavera/Estate 2025 di *Calvin Klein Eyewear* può essere acquistata presso rivenditori selezionati in tutto il mondo.

## CALVIN KLEIN JEANS



# DNA moderno

LINEE CAT-EYE ELEGANTI, SILHOUETTE NAVIGATOR E MONTATURE OVERSIZE IN ACETATO PREMIUM DEFINISCONO UNA COLLEZIONE DAL FORTE IMPATTO VISIVO, PENSATA PER CHI AMA **DISTINGUERSI CON PERSONALITÀ.**

La collezione Primavera/Estate 2025 di **Calvin Klein Jeans Eyewear** propone una selezione di montature da sole e da vista dallo stile distintivo, dove design audace e dettagli ricercati si fondono con un'estetica contemporanea.

Le nuove proposte si caratterizzano per **forme decise, materiali leggeri e finiture sofisticate**, in cui il **monogramma Calvin Klein** si fa elemento **iconico e decorativo**.

**CKJ25200S**

Valorizzato da un'elegante forma cat-eye, questo occhiale da sole è realizzato in metallo leggero con aste sottili smaltate e terminali in plastica. La linea colorata sulle lenti, abbinata alla nuance delle aste, esalta il design originale della montatura, che viene impreziosito dalla stampa del *monogramma Calvin Klein*.

**CKJ25201S**

Realizzato in metallo leggero, questo occhiale da sole dalla forma navigator vanta aste sottili e terminali in plastica. Lo smalto sulle aste è abbinato alla linea presente sulle lenti, mentre il monogramma *Calvin Klein* stampato su entrambe le aste completa ed esalta il look.

**CKJ25616**

Un modello da vista di forma rettangolare oversize, in acetato premium, con l'iconico monogramma *Calvin Klein* in metallo. L'estetica di questo occhiale è resa ancor più unica dal gioco di colori sulle aste.

**CKJ25615**

Realizzato in acetato premium, questa montatura da vista presenta una forma rettangolare dal carattere audace. L'inedito design delle aste abbinato alla colorazione del frontale è personalizzato dal monogramma *Calvin Klein*.

Le montature da sole e da vista firmate Calvin Klein Jeans Eyewear per la Primavera/Estate 2025 sono in vendita presso rivenditori selezionati in tutto il mondo.

GERMANO GAMBINI

# Colori da indossare, leggerezza da sentire

**COMFORT, CARATTERE E STILE** PER OGNI GIORNO: LA COLLEZIONE AUTUNNO/INVERNO FIRMATA **GERMANO GAMBINI** SI DISTINGUE PER L'**EQUILIBRIO** TRA **FUNZIONALITÀ E IDENTITÀ**. UN MIX DI **TONALITÀ DECISE E LEGGEREZZA** NEI MATERIALI DEFINISCE UNA PROPOSTA PENSATA PER CHI CERCA OCCHIALI CAPACI DI ACCOMPAGNARE CON DISINVOLTURA LA QUOTIDIANITÀ, SENZA RINUNCIARE A PERSONALITÀ E DESIGN.



Per l'Autunno/Inverno 2025/26, il brand **Germano Gambini** ha realizzato una collezione in cui la **leggerezza** incontra la **forza del colore**. **Cinque nuovi modelli in acetato** si distinguono per la loro capacità di unire design ricercato e comfort assoluto, elementi che definiscono da sempre la sua distintiva identità. Le **forme, morbide e moderne**, si ispirano alle tendenze attuali ma conservano una vestibilità studiata nei minimi dettagli. Le montature sono **leggere** al punto da diventare quasi impercettibili sul viso, ma con una presenza **estetica forte e riconoscibile**. Ogni modello è il risultato di un **equilibrio perfetto** tra **spessore e armonia** delle **proporzioni**, pensato per accompagnare chi li indossa per l'intera giornata senza mai rinunciare allo stile.

La palette colori racconta una stagione viva: tonalità come **verde bosco, prugna intensa e blu profondo** portano **energia e carattere**, ma restano sorprendentemente **versatili** e adatte al quotidiano. Un invito a esprimersi, senza eccessi ma con decisione. Completa la collezione una proposta pensata per valorizzare ogni volto: **tre modelli Mini e due Maxi**, realizzati con la stessa cura progettuale e la medesima attenzione al dettaglio. Una scelta che conferma l'impegno di Germano Gambini nel rendere il proprio stile accessibile a tutti, senza compromessi. Una collezione che interpreta la stagione fredda con calore e personalità, pensata per chi cerca occhiali da sentire, oltre che da vedere.

KEY OPTICAL EUROPE

# One Stop Shop

L'AZIENDA FIORENTINA METTE A DISPOSIZIONE DELL'OTTICO INDIPENDENTE UNA PIATTAFORMA DIGITALE CON ACCESSO IMMEDIATO A TUTTI I BRAND E ORDINI SENZA VINCOLI DI QUANTITÀ DI PEZZI.

Naf Naf

**Key Optical Europe** si conferma un punto di riferimento per i professionisti dell'ottica, grazie a una piattaforma evoluta e intuitiva. Nell'**area riservata B2B** del sito [www.keyopticaleurope.com](http://www.keyopticaleurope.com), gli ottici possono gestire con pochi clic l'intero assortimento del proprio centro ottico. Grazie a un **catalogo ampio e trasversale** è possibile **ordinare** modelli da vista e da sole di **tutti i brand senza alcun vincolo di quantità minima**.

Sulla piattaforma è disponibile una selezione di brand pensata per soddisfare le esigenze degli ottici in termini di stile, target e posizionamento commerciale.

Le collezioni donna di **sabrinarégéturo eyewear**, Made in Italy, interpretano un'estetica basata su un lusso discreto.

Linee essenziali e design senza tempo danno forma a montature che raccontano l'eleganza naturale di una donna sicura di sé, autentica e moderna.

**Alessia Alizé Eyewear**, brand ispirato al mondo techno, propone uno stile futuristico e no gender. Piercing e catenine applicati su lenti e frontali definiscono una firma stilistica d'impatto, dal tono anarcho punk.

Le creazioni eyewear **Les Hommes**, Made in Italy, ridefiniscono il concetto di mascolinità con uno stile fuori dall'ordinario. Forme decise e acetati premium danno vita a un'identità visiva potente, espressione di un fascino maschile nuovo e contemporaneo.

L'eyewear del marchio francese di moda **Naf Naf** è pensato per donne dallo stile romantico, femminile e giocoso. Materiali ricercati, forme moderne e dettagli iconici – come il monogramma rosa – esprimono l'anima frizzante del brand, da sempre simbolo di uno stile parigino giovane e spensierato.

A completare l'offerta di Key Optical Europe c'è **Forever**, il brand easy-to-wear con collezioni da vista e da sole per uomo, donna e bambino. Un'ampia proposta che si articola in sette linee: Classic, Light, Vintage, Colors, Sun, Green e Screen Forever, per rispondere con stile e funzionalità alle esigenze di tutta la famiglia.

L'**area riservata** del sito si conferma come un vero **One Stop Shop** per gli ottici italiani: uno strumento strategico, pratico ed efficiente, pensato per supportare il punto vendita nell'offrire assortimenti mirati, aggiornati e adatti a un mercato in continua evoluzione.



sabrinarégéturo eyewear



Alessia Alizé eyewear



Les Hommes



Naf Naf



Forever

BAUSCH+LOMB

# Biotrue® a 360°: dalla lente al sostituto lacrimale, il supporto quotidiano per gli occhi.

Autrici: Silvia Zanarella, Professional Relations Specialist Bausch+Lomb, Ginevra Chiari, Junior Product Manager Bausch+Lomb

**Biotrue®** non è solo un nome sinonimo di qualità nel mondo delle lenti a contatto, ma rappresenta un'intera famiglia di prodotti dedicati al **comfort visivo** e al **benessere oculare**. Biotrue® abbraccia infatti un ampio portfolio che oltre alle innovative **lenti a contatto**, comprende **soluzioni uniche** per la manutenzione e disinfezione delle lenti a contatto e **sostituti lacrimali** formulati per rispondere a diverse esigenze. Questa completezza permette a Biotrue® di accompagnare il portatore lungo tutti i diversi momenti e cambiamenti che si incontrano nel corso della vita. Che si tratti di correggere un difetto visivo, mantenere la lente pulita e idratata o alleviare la secchezza oculare, **Biotrue® è pensata per offrire un supporto costante**. Vediamo quindi insieme le caratteristiche di ogni prodotto all'interno di questa famiglia e perché possono rappresentare una scelta ideale per i portatori.

## LENTI A CONTATTO BIOTRUE® ONEDAY: ELEVATA IDRATAZIONE, ELEVATO COMFORT

Le lenti a contatto **Biotrue® ONEday** sono una famiglia completa, che comprende lenti sferiche per miopia e ipermetropia, lenti toriche per astigmatismo e multifocali per presbiopia. Queste lenti sono bio-ispirate, contengono infatti il 78% d'acqua, lo stesso livello presente naturalmente nella cornea<sup>1,2</sup>, e donano idratazione fino a 16 ore<sup>3</sup>. Grazie alla tecnologia **Surface Active Technology™** e alla presenza del polivinilpirrolidone (PVP) e **Poloxamer 407**, le lenti contribuiscono alla stabilità del film lacrimale<sup>4</sup>, evitando la

disidratazione e donando una visione nitida e confortevole tutto il giorno. Offrono inoltre un'elevata permeabilità all'ossigeno, con un **Dk/t di 42<sup>5</sup>**. L'81% dei portatori di Biotrue® ONEday conferma l'elevata idratazione e il comfort di queste lenti<sup>7</sup>. Le lenti a contatto Biotrue® ONEday presentano inoltre la **High Definition Optics**, ottica asferica che riduce l'aberrazione sferica e fornisce una visione nitida riducendo bagliori e aloni<sup>6</sup>, anche in condizioni di scarsa illuminazione.

## BIOTRUE® ONEDAY FOR ASTIGMATISM: STABILITÀ E FACILITÀ D'USO

La lente torica **Biotrue® ONEday for Astigmatism** è progettata con il peri-Ballast Design, che sfrutta il naturale ammiccamento per mantenere la lente stabile e offrire una visione nitida<sup>8,9</sup>. Il design include una zona ottica priva di effetti prismatici<sup>9</sup> e un bordo sottile e affusolato<sup>9</sup> per limitare l'iterazione con la palpebra. Il 91% dei portatori conferma l'eccellente stabilità della lente<sup>8</sup> e il 98% degli ottici si dichiara soddisfatto della rapidità di applicazione<sup>8</sup>.

## BIOTRUE® ONEDAY FOR PRESBYOPIA: VISIONE NITIDA A TUTTE LE DISTANZE

Con il design **3-Zone Progressive™** a centro vicino, la lente multifocale **Biotrue® ONEday for Presbyopia** offre una visione nitida da vicino, a distanza intermedia e da lontano. Questa lente a contatto, con due di addizioni (add Low da +0.75D fino a +1.50D e high da +1.75D fino a



+2.50D)<sup>11</sup>, è molto facile da applicare, considerata semplice e soddisfacente dal 91% degli ottici<sup>10</sup>. Il passaggio tra le diverse distanze risulta stabile e graduale su tutta la gamma di poteri<sup>12,13</sup>.

## BIOTRUE® SOLUZIONE UNICA: ISPIRATA ALLA BIOLOGIA DEGLI OCCHI

La soluzione unica Biotrue® è pensata per mantenere le lenti pulite, idratate e confortevoli<sup>14,15</sup>. Ispirata alla biologia naturale dell'occhio, questa soluzione presenta un pH simile a quello delle lacrime (7.5)<sup>17,18</sup> e contiene acido ialuronico, per offrire un'idratazione prolungata fino a 20 ore<sup>19</sup>. Inoltre, contribuisce a preservare l'integrità delle proteine lacrimali come il lisozima<sup>20,21</sup>, fondamentali per la protezione oculare. L'acido ialuronico svolge un ruolo chiave nel trattenere l'acqua sulla superficie della lente<sup>19</sup> avvolgendola in un cuscinetto acquoso, creando un reticolo di idratazione sulla superficie della lente<sup>19</sup> e stabilizzando il film lacrimale riducendo l'attrito con la palpebra<sup>19,22,23</sup>. L'efficacia disinfettante è data da un doppio sistema disinfettante che agisce in sole 4 ore<sup>16,24</sup>. Grazie a queste caratteristiche, Biotrue® soluzione unica dona una pulizia efficace e un comfort duraturo<sup>14-16</sup>.

## I SOSTITUTI LACRIMALI BIOTRUE®: UN SOLLIEVO SU MISURA PER OGNI TIPO DI SECCHENZA OCULARE

Biotrue® offre anche una gamma di sostituti lacrimali per contrastare la secchezza oculare in tutte le sue forme:

- **Biotrue® Soluzione Oftalmica:** con lo 0,24% di acido ialuronico, è indicata per secchezza lieve. La soluzione è inoltre priva di conservanti grazie al suo particolare erogatore<sup>25</sup>.
- **Biotrue® Advance:** con acido ialuronico allo 0.15% e PEG 8000, è indicata per la secchezza moderata<sup>26</sup>. È arricchito di sostanze quali cloruro di potassio, cloruro di calcio, cloruro di magnesio, cloruro di sodio

che supportano il film lacrimale in condizioni di squilibrio, e dalla vitamina B12<sup>26</sup>. Grazie alla presenza del conservante a scomparsa Oxyd®, Biotrue® Advance è adatto anche a soggetti sensibili ai conservanti.

- **Biotrue® Gel Oculare:** pensato per la secchezza persistente, è arricchito con carbomer e trigliceridi a catena media. Si consiglia un utilizzo notturno e di applicarlo senza lenti a contatto indosso<sup>27</sup>.

La forza della famiglia Biotrue® risiede nella sua completezza e capacità di supportare il portatore in ogni fase della vita e in ogni condizione, dall'applicazione delle lenti a contatto alla gestione quotidiana del comfort e della secchezza oculare. Offrendo soluzioni bio-ispirate, Biotrue® non è solo una scelta tecnologica, ma un vero e proprio alleato per il benessere visivo continuo. Scegliere Biotrue® significa offrire ai propri portatori un'esperienza visiva confortevole in ogni momento, dalla prima lente fino a ogni esigenza di benessere.

Vuoi conoscere i parametri delle lenti a contatto Biotrue®? Inquadra il QR code per scaricare la **Fitbetter® App!**

VC-IT-2507-3280

Materiale ad uso esclusivo dei Sigg. Ottici. Biotrue® sferica, Biotrue® for astigmatism, Biotrue® for Presbyopia, Biotrue® MPS, Biotrue® soluzione oftalmica, Biotrue® Advance, Biotrue® Gel Oculare sono dispositivi medici CE0050 e CE0483. Biotrue® è marchio registrato di Bausch + Lomb Inc. e sue affiliate © 2025 Bausch+Lomb Incorporated



SCANSIONA IL  
QR-CODE PER LA  
BIBLIOGRAFIA



KONTAKT LENS V.A.O.

# La LAC che respira con i tuoi occhi

GRAZIE ALLA SUA FORMULAZIONE INNOVATIVA, **COMFY-ART** ASSICURA **IDRATAZIONE PROLUNGATA**, ELEVATA **PERMEABILITÀ ALL'OSSIGENO** E **MASSIMO COMFORT** PER TUTTO IL GIORNO.

La lente a contatto **COMFY-ART** di **Kontakt Lens** nasce dalla **combinazione** di **PDMS** (polidimetilsilossano), un polimero in silicone hydrogel a basso modulo e privo di solventi, e **NVP** (N-vinilpirrolidone). Il PDMS è un silicone organico altamente flessibile e con un'elevata **permeabilità all'ossigeno**; l'NVP, invece, è una molecola idrofila che favorisce la bagnabilità della lente. Questi materiali sono stati progettati per garantire una permeabilità all'ossigeno superiore rispetto ai tradizionali silicone hydrogel, senza compromettere il **comfort**, grazie al basso modulo elastico che assicura una grande elasticità.

## COMFORT PROLUNGATO

Il modulo ultra-basso della lente conferisce un'elevata **flessibilità**, garantendo un comfort duraturo per tutto il tempo di utilizzo. La combinazione di PDMS e NVP permette di ottenere flessibilità e **permeabilità all'ossigeno**, assicurando un **elevato comfort** e un **duraturo benessere oculare**. L'efficacia della nuova formula idratante riduce l'evaporazione del film lacrimale. Inoltre, il trattamento idrofilo della superficie limita l'adesione delle proteine, mantenendo la lente pulita e confortevole.

## I PUNTI DI FORZA

**Massima idratazione:** grazie a una formulazione innovativa



in silicone hydrogel.

**Superficie idrofila:** che riduce l'evaporazione del film lacrimale.

**Alta permeabilità all'ossigeno:** per occhi sempre freschi.

**Ridotta adesione proteica:** per una lente sempre pulita e confortevole. Anche la **geometria della lente** è stata studiata nei minimi dettagli. Il bordo, progettato secondo la formula **AEC (Axial Edge Clearance)**, crea uno spazio tra la lente e la

cornea, favorendo la **circolazione del film lacrimale**.

Questo sollevamento del bordo permette una nutrizione e un'idratazione costanti della cornea, prevenendo secchezza e fastidio.

Sia il design del bordo sia il modulo particolarmente basso consentono una **circolazione lacrimale ottimale**. L'angolo di contatto tra le lacrime e la superficie della lente è stato ridotto per **massimizzare il comfort**.



# EXPO OTTICA SUD

10° Salone mediterraneo specializzato per il Settore professionale dell'Optica e Optometria

L'appuntamento con il Sud Italia e Malta



**CENTRO SICILIA FIERA** (via Leopoldo Franchetti - Misterbianco - Catania)

**Sabato 11 - Domenica 12 - Lunedì 13 Ottobre 2025**

**Catania**  
15 minuti

**Catania**  
20 minuti

**Catania**  
25 minuti

**Interno**  
**Sicilia Fiera**

*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

[www.expoopticasud.it](http://www.expoopticasud.it)

**Cecop Italia**

20123 Milano MI  
Via M. Bandello 5  
Tel. 0287020697

**Expo Ottica Sud**

Per maggiori informazioni:  
marketing@expoopticassud.it  
Tel. 3200437522

**Faoflex**

31040 Segusino TV  
Via della Centa 4  
Tel. 0423979214

**I.R.S.O.O.**

50059 Vinci FI  
Piazza della Libertà 18  
Tel. 0571567923/3456743218

**Ital-Lenti**

32015 Puos d'Alpago BL  
Viale Alpago 222  
Tel. 0437454422

**Key Optical Europe**

50038 Scarperia e San Piero FI  
Località la Torre 14H  
Tel. 0558479512

**Kontakt Lens V.A.O**

20122 Milano MI  
Viale Emilio Caldara 24  
Tel. 0815706771

**Marchon Italia**

32015 Alpago BL  
Viale Alpago 151  
Tel. 800700600

**MOREL France**

39400 Morbier  
117 Route des Buclets - Francia  
Tel. +33 384341600

**SEL Optical**

44021 Pontemaodino di Codigoro FE  
Via Firenze 22  
Tel. 0533728590

**Silmo**

185 rue de Bercy  
75012 Parigi  
Francia

**Tecnitalia**

04100 Latina LT  
Strada Sandolara 201  
Tel. 0773621126

**Thélios**

32013 Villanova BL  
Zona Industriale Villanova 16  
Tel. 0437571111



THE PLACE  
TO SEE

SILMO  
PARIS  
26 > 29 SEPT 25  
PARIS NORD VILLEPINTE





  
**MOREL**  
LUNETIER FRANÇAIS DEPUIS 1880

*LOOKING FORWARD  
SINCE 1880*

[www.morel-france.com](http://www.morel-france.com)

Only One®

NUOVE LENTI COMFYART

# Comfort che *respira*.

La lente che si prende cura di te:  
**idratata, protegge e respira  
insieme ai tuoi occhi,**  
ogni giorno  
**per tutto il giorno.**

## **Comfort prolungato**

grazie a un modulo ultra-basso

## **Massima idratazione**

grazie ad una formulazione  
innovativa in silicone hydrogel

## **Superficie idrofila**

che riduce l'evaporazione  
del film lacrimale

## **Alta permeabilità all'ossigeno**

per occhi sempre freschi

## **Design intelligente**

del bordo per una circolazione  
lacrimale ottimale

## **Ridotta adesione proteica**

per una lente sempre pulita  
e confortevole



**KONTAKT  
LENS**  
V.A.O. Srl

Distributed by Kontakt Lens V.A.O. srl - Viale E. Caldara, 24 - 20122 (MI) Italy  
[www.kontakt-lens.eu](http://www.kontakt-lens.eu) - [www.onlyone.it](http://www.onlyone.it) | info: 081.5706771 - 081.5700211