

PO.

platform optic



INTERVIEW

**Carlotta Bordi
Umberto Cabini
Stefano Rasconi**

COVERSTORY

Ottica Il Punto di Vista

Contiene I.P. - ISSN 2420-8795



Only One®

1DAY AIR Vitamin



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

OCCHIO AL BENESSERE VISIVO



MASSIMO COMFORT:

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



BENESSERE VISIVO:

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



TECNOLOGIA INNOVATIVA:

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



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

DISTRIBUTED BY KONTAKT LENS SRL - VIALE E. CALDARA, 24 - 20122 (MI) ITALY
WWW.KONTAKT-LENS.EU - WWW.ONLYONE.IT | INFO: 081.5706771 - 081.5700211

editorial



Angelo Dadda

#intelligenzaartificiale #parigi #silmo #eos #catania

Un perfetto equilibrio.

Settembre è, da sempre, il dolce mese dei nuovi inizi. Dopo l'estate, il settore dell'ottica si prepara ad affrontare un autunno denso di appuntamenti e di importanti riflessioni. Quest'anno, più che mai, il dibattito ruota attorno a due poli che si orientano, in perfetto equilibrio per quanto mi riguarda, sullo stesso asse di navigazione: l'inarrestabile avanzata dell'intelligenza artificiale e il valore insostituibile del fattore umano.

Le nuove tecnologie stanno trasformando il nostro modo di progettare, produrre, distribuire e comunicare i prodotti e i servizi tecnologici dedicati al mercato dell'ottica (al professionista e al consumatore).

Dalla diagnosi precoce delle patologie oculari alla personalizzazione delle lenti, l'AI promette efficienza, precisione e soluzioni su misura. Nei punti vendita l'intelligenza artificiale, sta diventando uno strumento capace di affiancare il professionista nell'analisi dei dati visivi, nella simulazione delle soluzioni più adatte e persino nella gestione dei flussi di magazzino. Ma soprattutto cambia l'approccio con il consumatore: algoritmi che profilano gusti e stili, sistemi che suggeriscono montature sulla base del volto e della personalità (la rete e i social inevitabilmente ci registrano e immagazzinano dati preziosi riguardo attitudini e comportamenti), per finire con applicazioni *friendlyuser* che creano esperienze di prova virtuale immediate e finalmente anche molto coinvolgenti. Ma proprio di fronte a questa accelerazione è necessario ribadire il ruolo centrale della competenza professionale, dell'empatia, dell'esperienza diretta, del consiglio esperto: il fattore umano che nessuna macchina potrà mai sostituire davvero. Settembre segna il ritorno alle grandi

occasioni di incontro e confronto per il nostro settore. Momenti fondamentali anche per poter misurare lo stato di salute del mercato. L'equilibrio tra innovazione e tradizione sarà al centro del SILMO di Parigi, la grande vetrina internazionale in programma a fine settembre, dove si respirerà l'aria delle nuove tendenze globali. La fiera parigina rimane uno dei luoghi dove si disegnano i futuri scenari del nostro settore, tra brand affermati, start-up visionarie e violente provocazioni e contaminazioni creative. Ma non bisogna guardare soltanto oltre confine. L'Italia conferma la sua vitalità con appuntamenti più locali ma non meno importanti come la prossima 10ª edizione di EOS-Expo Ottica Sud in programma a Catania, un momento di incontro che metterà in luce le peculiarità del nostro mercato, la forza delle relazioni locali e la qualità di un tessuto professionale che continua a crescere. Questa fiera sarà un'importante occasione di incontro per ottici optometristi, che potranno scoprire novità, partecipare ad attività formative e confrontarsi con le associazioni di categoria. In questo numero vogliamo raccontarvi tutto questo: un settore che corre veloce grazie alle nuove tecnologie, ma che non dimentica la sua anima fatta di persone, di esperienze preziose, di viaggi, di storie e di saperi. Perché l'ottica non è solo chiara visione del futuro, ma anche cura dello sguardo umano nel mondo presente. Settembre ci invita dunque a fare un primo bilancio di fine estate e ci obbliga a riflettere su questo ripetuto concetto di equilibrio: innovare senza perdere l'anima, guardare al futuro senza dimenticare che ogni scelta tecnologica deve, in ultima istanza, migliorare l'esperienza del cliente e valorizzare il ruolo insostituibile del professionista dell'ottica. Buona lettura a tutti.





**GLOBAL EYEWEAR,
GOLD STANDARD.**

31 GENNAIO - 1-2 FEBBRAIO - 2026

Fiera Milano, Rho

on the cover



MARCO BARAJON
**OTTICA IL PUNTO DI VISTA
TURATE, MILANO**

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 09_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

COGLI IL POTERE DEL PROGRESSO

PREPARATI PER UN NUOVO MONDO DI VISIONE **PROGRESSIVA**



Ray-Ban

THE ICONS

SYNTHETIC FUR ONLY. NO REAL ANIMAL FUR USED.

THE OVAL

001

EDITORIAL

Un perfetto equilibrio

010

COVER STORY

Quando l'amicizia diventa unica

016

FASHION

Parigi svela l'eyewear invernale

032

DESIGN CONNECTION

Due storie di passione familiare

034

OVERVIEW

Quotidianità sempre più connessa

036

SPYGLASS

AI e fattore umano

038

EVENTS

Catania apre i battenti all'ottica

040

EVENTS

Thélios raddoppia a Longarone

044

INTERIOR DESIGN

The best of

048

TRENDS

Fashion

055

REVIEW

Focus

078

ELENCO

Inserzionisti

Quando l'amicizia diventa unica

DAI BANCHI DI SCUOLA ALL'APERTURA DEI PRIMI CENTRI OTTICI, FINO ALL'INNOVAZIONE DEL VISUAL TRAINING: ATTRAVERSO LE PAROLE DI **MARCO BARAJON**. VI RACCONTIAMO LA STORIA DI UN GRUPPO DI AMICI CHE HA TRASFORMATO LA PASSIONE PER L'OTTICA IN UNA REALTÀ DI RIFERIMENTO TRA **MILANO** E **TURATE**.

Paola Ferrario

Fondata nel 1991, **Ottica Il Punto di Vista** ha mosso i suoi primi passi a **Turate** (CO), per poi approdare a **Milano** con l'apertura del secondo centro nel 1994. Nel corso degli anni, attraverso ampliamenti, ristrutturazioni e una visione condivisa, l'azienda si è affermata come un punto di riferimento nella zona per i servizi di ottica, optometria, contattologia, visual training, igiene visiva e correzione nell'ambito sportivo. Tra i protagonisti di questo percorso c'è **Marco Barajon**, ottico optometrista e tra i soci fondatori, che insieme ai suoi compagni di scuola e futuri soci ha trasformato un legame di amicizia in un'avventura imprenditoriale di successo.

La sua storia intreccia **formazione, passione professionale e impegno sociale**, restituendo l'immagine di un lavoro che va oltre la semplice vendita di occhiali per abbracciare un'idea più ampia di **benessere visivo**. Nell'intervista che segue, Barajon ripercorre le tappe fondamentali del suo cammino: dagli esordi ai primi punti vendita, fino allo sviluppo del visual training, alle collaborazioni multidisciplinari e all'impegno nel volontariato con progetti di grande valore umano. Un racconto che svela la filosofia e la forza di un gruppo capace di trasformare differenze e passioni in un progetto duraturo e riconosciuto. Marco Barajon ha iniziato il suo racconto partendo dagli esordi, ricordando gli anni di formazione e il momento in cui ha mosso i primi passi nell'ottica, fino a trasformarsi in imprenditore.

"Ho studiato all'Istituto Tecnico Galileo Galilei di Milano, dove mi sono diplomato in Ottica nel 1985.

All'epoca, per poter aprire un'attività, era necessario conseguire il famoso "patentino" biennale, e così feci.

Nel 2002 ho ottenuto anche l'attestato regionale triennale in optometria, che ho conseguito a Milano.

Il mio percorso si è intrecciato fin da subito con quello di tre compagni di scuola: eravamo molto legati e ci promettemmo che un giorno avremmo aperto un negozio insieme. La prima occasione arrivò proprio con Fabrizio Rampoldi, uno di noi, che ebbe la possibilità di avviare un centro ottico nella sua zona. Io, in realtà, iniziai facendo un altro lavoro, ma dopo tre o quattro anni mi sono unito al progetto. Era il 1994: da lì abbiamo iniziato a sviluppare l'attività e poco dopo abbiamo aperto un secondo negozio a Milano, in viale San Gimignano, dove mi trasferii con il mio socio Paolo Patuzzi. Da allora Turate e Milano sono diventati i nostri due punti di riferimento, nei quali abbiamo messo tutte le nostre energie".

Raccontando l'attuale assetto societario, Barajon ha spiegato come il gruppo, nato da un'amicizia, si sia trasformato in una realtà solida, organizzata su più punti vendita e con ruoli ben definiti:

"L'attuale compagine societaria è composta da quattro soci; al mio fianco ci sono Paolo Patuzzi, Fabrizio Rampoldi, come accennavo, e Roberto Salvi. Quest'ultimo è stato anche lui nostro compagno di scuola e possiede il patentino da ottico, ma si è sempre dedicato soprattutto alla gestione contabile e organizzativa.

Oggi Paolo e io seguiamo il negozio di Milano, Fabrizio quello di Turate. Inoltre, abbiamo aperto altri tre centri ottici sotto il marchio VisionOttica il Punto di Vista"...

La forza del gruppo, spiega, non risiede soltanto nell'amicizia originaria, ma anche nella capacità di valorizzare le differenze, rispettando spazi e attitudini di ciascuno. Una formula che negli anni ha garantito equilibrio e continuità:

"Tutto è nato da una forte amicizia: da lì è stato





Da sinistra: Chiara Bortolotti, Paolo Patuzzi, Marco Barajon e Amedea Caprini

naturale unirci e aprire queste attività. Fin dall'inizio ognuno ha seguito un proprio spazio o un centro ottico, senza mai sovrapporsi agli altri. Credo che proprio questa sia stata la nostra forza e anche la nostra fortuna: ciascuno ha portato le proprie caratteristiche, i punti di forza e persino le debolezze, contribuendo in modo diverso ma complementare. Non abbiamo quasi mai lavorato tutti e quattro insieme - situazione che in altri contesti avrebbe potuto creare disguidi - ma ci siamo organizzati dividendoci i vari punti vendita e i diversi ambiti. In questo modo ognuno ha potuto sviluppare la propria visione, valorizzando le proprie competenze e i propri valori. Ed è proprio questa diversità ben armonizzata che, a mio avviso, rappresenta la nostra vera forza".

La peculiarità del gruppo è stata quella di riuscire a creare ciascuno una propria nicchia: le differenze, invece di dividere il gruppo, hanno creato un'unione. A questo proposito, emergono differenze tra il centro ottico di Turate e quello di Milano, sia a livello di clientela sia di richieste, mentre ciò che unisce e caratterizza i due negozi è l'approccio verso i clienti:

"L'approccio professionale è molto simile, perché abbiamo seguito percorsi formativi affini e condividiamo la stessa idea di lavoro, che portiamo avanti in entrambi i centri. Per quanto riguarda la clientela, a Milano, pur non essendo in zone centrali, il nostro resta un tipico negozio di quartiere, in un contesto tranquillo. Turate, invece, è il classico punto vendita di paese. In entrambe le realtà c'è una forte fidelizzazione: lavoriamo su appuntamenti, seguiamo le persone da vicino e questo crea un legame solido. Forse a Turate la clientela è ancora più fedele, mentre a Milano la concorrenza è

enorme e, di conseguenza, i clienti sono più esigenti e spesso di corsa, desiderano soluzioni immediate. A Turate, le persone mostrano un po' più di disponibilità e meno fretta. Ecco, questa è la differenza principale".

La differenza tra i due centri ottici, sottolinea il nostro ottico, risiede soprattutto nella dimensione del territorio, una distinzione del tutto fisiologica.

Uno dei punti di forza dell'attività è la gestione del **visual training**, di cui **Barajon** spiega l'approccio adottato e la filosofia alla base di questo servizio:

"Il visual training - o esercizi visivi, come vengono chiamati in modi diversi - è un ambito che negli ultimi anni abbiamo strutturato grazie al mio socio Paolo, che ha sviluppato un programma chiamato 'Give Program'. Si tratta di un protocollo che prevede una batteria di test: dai risultati emerge il percorso più adatto e il tipo di training necessario per ogni persona. Per noi il visual training non significa solo esercizi per chi ha mal di testa, bruciore agli occhi o altri disturbi, ma anche un metodo per migliorare le abilità visive in generale. Può servire, ad esempio, a chi pratica sport o a chi vuole potenziare concentrazione e memoria. Il messaggio che vogliamo trasmettere è che non si tratta di uno strumento "solo per chi ha problemi", ma di un percorso utile anche a chi desidera migliorare le proprie performance. Dal programma abbiamo selezionato cinque kit, che utilizziamo nelle sedute: durante l'incontro spieghiamo esercizi e modalità, poi la persona può proseguire in autonomia a casa. Credo che il segreto stia proprio nell'autonomia: se costringi il cliente a venire in studio ogni settimana, diventa troppo impegnativo. Con questo sistema, invece, basta qualche richiamo periodico per verificare i progressi.





È l'evoluzione di tanti anni di esperienza: oggi abbiamo trovato una formula più organizzata ed efficace”.

L'approccio al visual training così innovativo non poteva non avere un riscontro positivo sulla clientela:

“In passato avevamo un centro con ambulatorio oculistico e visual training, ma soprattutto a Milano molti clienti si stancavano: si aspettavano risultati immediati, come se fosse una “pillola”. Con questo nuovo approccio, più semplice e accessibile anche nei costi, l'adesione è molto maggiore e le persone lo apprezzano”.

Tra le passioni di Barajon c'è lo sport ed è stato fisiologico per lui concentrarsi a livello professionale sulla correzione visiva per gli atleti che si rivolgono ai suoi centri ottici:

“Da appassionato di sport mi è sempre piaciuto seguire questo aspetto. Abbiamo lavorato su correzioni specifiche per chi pratica corsa, sci, nuoto, ecc. Con il Give Program abbiamo sviluppato anche kit dedicati agli sportivi. Paolo, il mio socio, ha seguito diversi atleti, soprattutto sciatori, ottenendo ottimi risultati, ma anche giocatori di ping-pong e sportivi di altre discipline. In realtà, ogni sport può trarre beneficio dal visual training”.

Sicuramente si inserisce come peculiarità della sua attività la collaborazione con oculisti, ortottisti e altre figure mediche, aspetto sviluppato anche con la creazione di modelli di lavoro specifici:

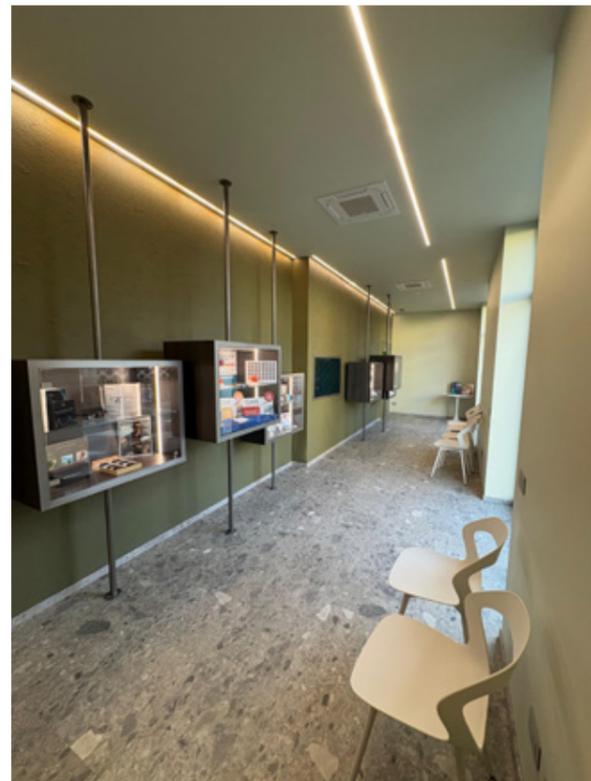
“Già 25 anni fa avevamo aperto un centro dove lavoravamo insieme agli oculisti. Poi abbiamo ampliato le collaborazioni, coinvolgendo anche osteopati, fisioterapisti, dentisti e psicoterapisti: sappiamo quanto siano connessi sistema visivo, postura e abilità cognitive. In particolare, con i bambini questo aspetto è fondamentale: difficoltà visive possono ostacolare il percorso scolastico. Collaboriamo quindi con centri che ci inviano piccoli pazienti da valutare, sia in caso di fragilità da supportare sia per potenziare abilità in bambini particolarmente dotati”.

Il mese di settembre dà il via alle fiere della seconda parte dell'anno, tra cui il DaTE, la manifestazione dedicata all'occhialeria d'avanguardia. L'approccio dei suoi centri ottici si focalizza su un'offerta che parte dalla qualità del prodotto:

“Abbiamo diverse modalità di gestione per gli acquisti di occhiali e di lenti. Una parte dei magazzini funziona con forniture pianificate da aziende partner: è un metodo che mi piace perché consente di far girare velocemente la merce. Parallelamente, in ogni negozio riserviamo spazio a linee più particolari. A Turate, ad esempio, c'è maggiore richiesta di montature originali, d'avanguardia. In generale, cerchiamo sempre il giusto equilibrio qualità-prezzo. Se devo consigliare, preferisco che il cliente investa un po' di più sulle lenti, anche se l'ideale è poter offrire prodotti di altissimo livello in entrambe le componenti. Partecipiamo regolarmente alle fiere: ci teniamo ad aggiornare l'offerta e ad avere sempre qualche novità esclusiva”.

Oltre al ruolo di imprenditore, emerge anche l'impegno nell'associazionismo del settore ottico:

“Da 25 anni sono nel Consiglio di Federottica Milano Acofis e nella giunta esecutiva di Federottica nazionale; Il mio focus è sempre stato il sociale, più che l'aspetto sindacale. Mi sono occupato di numerosi progetti: dagli screening visivi agli Special Olympics, dove grazie agli sponsor doniamo montature e lenti agli atleti, fino ad attività di solidarietà in situazioni di emergenza, come il terremoto dell'Aquila o missioni all'estero con la



Marina Militare. Negli anni ho seguito anche progetti in collaborazione con carceri e associazioni del territorio”.

La dedizione e l'attenzione verso le persone più fragili nasce da un percorso personale preciso:

“Fin da ragazzo ho fatto parte di associazioni che seguivano persone con disabilità. Quando ho iniziato a lavorare e si è presentata l'opportunità di unire questa esperienza con il mio ambito professionale, l'ho colta con entusiasmo. Il progetto degli Special Olympics, ad esempio, mi ha coinvolto fin dal 1999, quando partecipammo in Nord Carolina. Da lì è nato un impegno che continua ancora oggi e che sento profondamente mio”.

Il tema porta a riflettere se questa sensibilità sia stata integrata anche all'interno dei centri ottici:

“Ho sempre preferito tenere separate le due sfere. Si tratta di una mia scelta personale, che non volevo imporre ai soci né mescolare con l'attività imprenditoriale. Già il volontariato richiede molto tempo ed energie: per questo ho voluto mantenere le due attività distinte”.

Infine, abbiamo invitato Barajon a condividere il progetto rimasto più nel cuore:

“Sicuramente quello legato agli Special Olympics. È un programma che mi ha permesso di conoscere colleghi straordinari e vivere esperienze indimenticabili,

in Italia e all'estero. È il progetto che custodisco con più affetto”.

Non c'è un solo episodio che ha confermato di essere sulla strada giusta ma molteplici, specifica il nostro ottico:

“Penso alle premiazioni durante i giochi, quando sei chiamato a consegnare le medaglie agli atleti: momenti emozionanti, pieni di abbracci, sorrisi, condivisione. O alle cerimonie di apertura, con la torcia olimpica che accende il braciere nello stadio. Sono ricordi che non si dimenticano e che confermano ogni volta la bellezza di questo percorso”.

In chiusura, riflette sul suo percorso personale e sull'eredità più preziosa lasciata da questa esperienza imprenditoriale condivisa:

“Quello che mi porto dietro di questi anni è la soddisfazione di avere creato insieme ai miei soci un'attività che resiste, che cresce e che ci rappresenta. Non è stato sempre facile, ma la passione per questo lavoro e l'amicizia che ci lega ci hanno permesso di arrivare fin qui”.

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



Parigi svela l'eyewear invernale

Paola Ferrario

Silmo Paris farà da sfondo d'eccellenza per la presentazione delle nuove collezioni in cui confluiscono le diverse anime dell'accessorio più camaleontico per l'antonomasia: l'eyewear.

L'estetica combina diversi linguaggi, mettendo in dialogo lo Zeitgeist contemporaneo con richiami a decenni iconici come gli anni Settanta e Novanta. Ogni marchio conserva la propria coerenza stilistica, arricchita da tocchi di modernità e da dettagli sartoriali che diventano segno distintivo. Le proposte si allontanano dai decorativismi per valorizzare i giochi

di volume, con montature bold e scultoree in cui l'acetato è protagonista. Accanto a esse, il nuovo minimalismo interpreta il metallo, modellandolo secondo regole precise ed essenziali. L'eyewear riscrive così il proprio lessico, includendo anche forme più piccole, sempre più presenti e apprezzate. Un'evoluzione che unisce funzionalità e stile con rinnovata consapevolezza.

ETNIA BARCELONA

LA NUOVA CAMPAGNA ORIGINALS PER L'AUTUNNO/INVERNO 25 È UNA REINTERPRETAZIONE AUDACE E CONTEMPORANEA DI OPERE CLASSICHE CHE COLLEGANO PASSATO E PRESENTE. FEDELE AL SUO DNA ARTISTICO E CULTURALE, IL MARCHIO TRASFORMA OPERE E PERSONAGGI STORICI IN UN TRIBUTO ALL'AUTENTICITÀ E ALLA CREATIVITÀ. UNA PROPOSTA PIENA DI COLORE E CARATTERE CHE INCORAGGIA A ROMPERE GLI SCHEMI.

fashion



ARNETTE

DECISO E INCREDIBILMENTE VELOCE, QUESTO MODELLO SPRIGIONA PERSONALITÀ CON UNA MASCHERINA OVERSIZE, CURVATA PER GARANTIRE COMFORT E MASSIMO IMPATTO. REALIZZATO IN NYLON BIO-BASED, STRIPE-M VANTA UNO DEI DESIGN PIÙ PERFORMANTI DEL BRAND, ARRICCHITO DA DETTAGLI A CONTRASTO CHE NON PASSANO INOSSERVATI.



BOSS EYEWEAR

LA COLLEZIONE UOMO SI AMPLIA CON NUOVI OCCHIALI DA SOLE E DA VISTA DAI PROFILI IMPORTANTI. I NUOVI MODELLI SONO REALIZZATI IN ACETATE RENEW; LE CERNIERE SULL'ANIMA IN METALLO ARRICCHISCONO LE NUOVE PROPOSTE... UN GIOCO DI ABBINAMENTI BI-LAYER E TRASPARENZE DEFINISCE UNO STATEMENT DI SOFISTICATA ELEGANZA, COMPLETATO DA STRIPES TRIDIMENSIONALI E DAL LOGO BOSS IN METALLO SULLE ASTE. IN FOTO: 1854/G.



EVIL EYE

ISPIRATI ALLE RAFFINATE FINITURE DELL'AUTOMOTIVE, I MODELLI DYNAMIC COLORS INTRODUCONO L'EFFETTO CAMALEONTE NEL MONDO DELL'ESTETICA SPORTIVA. A SECONDA DELL'ANGOLAZIONE E DELL'INTENSITÀ DELLA LUCE, IL COLORE CAMBIA, CREANDO UN SORPRENDENTE DINAMISMO. QUESTA STRAORDINARIA FINITURA SI ADATTA A OGNI SITUAZIONE E SI RIVOLGE A CHI È IN CERCA DI SOLUZIONI FUORI DAL CORO.



GÖTTI SWITZERLAND

LA COLLEZIONE SEGNA UN RITORNO AL GLAM DEGLI ANNI SETTANTA. EMBLEMA DI QUESTA SCELTA È LA MONTATURA WAID, UN OCCHIALE CON DOPPIO PONTE REALIZZATO A MANO IN ACETATO LUCIDATO.



PER IL BENESSERE DEGLI OCCHI

MERAMIRT®



Materiale ad uso esclusivo dei Sigg. Ottici - Cod 99004083

MERAMIRT® Soluzione oftalmica è un dispositivo medico CE 0051. Leggere attentamente le avvertenze e le istruzioni per l'uso. MERAMIRT® CM e MERAMIRT® XG sono integratori alimentari e, come tali, non devono essere ritenuti sostituti della terapia farmacologica.

fashion



HJ TECH

DEBUTTERANNO A PARIGI I NUOVI SMART EYEWEAR DI HJ TECH. QUATTRO MODELLI DI DESIGN CHE CONTINUANO A MANTENERE LE FUNZIONI TRADIZIONALI CON LENTI DA VISTA O DA SOLE, MENTRE LE ASTE SI COLLEGANO AL BLUETOOTH DEL TELEFONO E DIALOGANO CON L'UTENTE. LE NUOVE MONTATURE SONO FRUTTO DI UN PROGETTO MADE IN ITALY SVILUPPATO INTERNAMENTE DA IVISION TECH IN COLLABORAZIONE CON DEC ELETTRONICA, SOCIETÀ DEL GRUPPO.



ISABEL MARANT

IL MODELLO 0224/S È UN OCCHIALE DA SOLE DAL DESIGN ESAGONALE IN ACETATO COMPATIBILE CON LENTI GRADUATE E ARRICCHITO DA UN GIOCO DI VOLUMI IMPORTANTI E LEGGERI SUL FRONTALE SMUSSATO INTERNAMENTE, PER UNO STATEMENT DI STILE FORTE E UN FEELING LEGGERO E DISINVOLTO.



KALEOS

LA LINEA OPTICAL È POTENZIATA CON NOVE NUOVE MONTATURE, ULTRALEGGERE E CONFORTEVOLI, REALIZZATE IN ACETATO AD ALTA DENSITÀ E TITANIO. ALCUNI MODELLI SONO DOTATI DELLA CARATTERISTICA CERNIERA SENZA VITI, CHE GARANTISCE RESISTENZA E PRATICITÀ. TRA GLI OCCHIALI PIÙ RAPPRESENTATIVI C'È WOODROW (IN FOTO).



LOOK

REALIZZATO IN NIL, MATERIALE DALLA STRAORDINARIA MEMORIA DI FORMA, IL MODELLO 4693 È DOTATO DEL SISTEMA BREVETTATO DI FISSAGGIO DELLE LENTI, CHE ELIMINA COMPLETAMENTE LA NECESSITÀ DELLE TRADIZIONALI VITI E CERNIERE. LE ASTE SONO UNITE ALLA PARTE FRONTALE TRAMITE UN INNOVATIVO DETTAGLIO XINOX. IL RISULTATO È UN DESIGN AFFIDABILE, FLESSIBILE ED ESTREMAMENTE PULITO.

4SPORT

DAI FORMA ALLA TUA PERFORMANCE



Le lenti **monofocali 4Sport** sono progettate per chi vive lo sport con intensità: leggerezza, resistenza e un ampio campo visivo ottimizzato per le performance, anche in condizioni dinamiche.

Per chi desidera il massimo del comfort a tutte le distanze, le **progressive Sky 4Sport** garantiscono una transizione fluida tra visione da vicino e lontano, con geometrie dedicate alle esigenze sportive.

Stabilità, precisione e protezione: tecnologia Ital-Lenti per uno stile di vita attivo.

ITAL•LENTI
LENTI DA VISTA ITALIANE

www.itallenti.com



ANDY WOLF
IL BRAND DEFINISCE LA STAGIONE FREDDA ATTRAVERSO I DETTAGLI DI DESIGN. SU TUTTI L'EFFETTO "A GRADINI" TRIDIMENSIONALE OTTENUTO DALLA FRESATURA DI STRATI DI MATERIALE PER RIVELARE GIOCHI DI COLORE INASPETTATI.



FLAIR
DELICATI EFFETTI DI LUCE VALORIZZANO IL DESIGN ICONICO DELLE ASTE: IL MODELLO 9137 DIMOSTRA QUANTO IL LUSO POSSA ESSERE SOTTILE. ISPIRATO AGLI ELEMENTI DELL'ALTA GIOIELLERIA, GLI SPESSORI SONO RIDOTTI ALL'ESSENZIALE E RIFINITI CON CURA NEI DETTAGLI.

Daltons

lenti per daltonici



Gestione delle discromatopsie con le lenti **DALTONS-1 e DALTONS-2**

SPETTRO DI TRASMITTANZA CALIBRATO SUI PICCHI DI SENSIBILITÀ DEI FOTORECETTORI:

STIMOLAZIONE DEI FOTORECETTORI BLU A 430 NM

STIMOLAZIONE DEI CONI VERDI A 530 NM

PICCO DI TRASMITTANZA NEL ROSSO SPOSTATO OLTRE I 600 NM





GABRIELLE X KOMONO
 QUELLA CHE ERA INIZIATA COME UNA DICHIARAZIONE SPERIMENTALE PER LA PASSERELLA DELL'ACCADEMIA REALE DI BELLE ARTI DI ANVERSA, TORNA ORA COME UNA CAPSULE COLLECTION ISPIRATA DALL'ARCHIVIO STRING FIGURE DELL'ARTISTA BEATNIK HARRY SMITH. LA COLLEZIONE, COMPOSTA DA TRE MODELLI, FONDE IL CONCETTO DI OCCHIALE DA SOLE CON QUELLO DI GIOIELLI SCULTOREI DALLE PROPORZIONI SLANCIATE.



HAPTER
 IL LANCIO DELLA COLLEZIONE BONE (IN FOTO IL MODELLO LIAM) E DELLE MONTATURE CORE VIENE CELEBRATO CON LA NUOVA CAMPAGNA "FEEL THE SILENCE". AMBIENTATA NELLA QUIETE GREZZA DI UNA CAVERNA DI MARMO, ESPLORA IL DIALOGO SILENZIOSO TRA INNOVAZIONE E ORIGINE, FORMA E MATERIALE. QUI, LE MONTATURE LEGGERE IN ACCIAIO INOSSIDABILE RIPOSANO SU PIETRE DAI TONI MORBIDI, CIRCONDATE DA TONALITÀ TENUI E TEXTURE GREZZE CHE ASSORBONO IL SUONO E LA LUCE.



Effetto occhio di Pesce?
 No, Grazie!

ARCUS 180

Scopri una visione senza compromessi: ampia, nitida e definita!

Con la tecnologia **FREE-FORM**, la lente monofocale **ARCUS 180** unisce comfort e alta definizione, adattandosi alla perfezione alle esigenze visive più estreme.



POLAR

POLAR CLIP-ON MOVA INTRODUCE UN SISTEMA MODULARE COMPOSTO DA UNA MONTATURA OTTICA ULTRALEGGERA E TRE CLIP MAGNETICHE INTERCAMBIABILI. IL VERO FIORE ALL'OCCHIELLO DEL PROGETTO È LA BLUE BLOCK CLIP, CHE GARANTISCE UN EFFETTO IMMEDIATO DI RILASSAMENTO VISIVO E, A DIFFERENZA DEGLI OCCHIALI CON FILTRO PERMANENTE, PUÒ ESSERE INDOSSATA O RIMOSSA IN BASE ALLE ESIGENZE DEL MOMENTO.



PRESS EYEWEAR

OGNI MONTATURA DELLA LIMITED EDITION I LOVE GOLD È RIFINITA CON UNA COMBINAZIONE DI NERO OPACO INTENSO E PLACCATURA LUCIDA, ARTISTICAMENTE IMPREZIOSITA DA DETTAGLI DORATI. LE LENTI ZEISS MARRONE DORATO NON SOLO AGGIUNGONO CALORE ED ELEGANZA.



SNOB MILANO

10 NUOVI MODELLI – 7 IN PLASTICA E 3 IN TITANIO – CONFERMANO L'APPROCCIO ECLETICO E RICERCATO DEL BRAND. TRA I MODELLI DI PUNTA, BUTTERFLY NELLA VARIANTE COLORE C06 "FOULARD": UN OCCHIALE IN PLASTICA DA DONNA DALLE FORME SINUOSE, ISPIRATE AL PROFILO DI UNA FARFALLA, VALORIZZATO DA UN DÉGRADÉ CROMATICO VIVACE CHE MESCOLO FUCSIA, BLU E GIALLO. COME DA TRADIZIONE, IL MODELLO È DOTATO DI CLIP-ON SOLARE MAGNETICO CON LENTE ZEISS SUNLENS.



TAKAORI

I TRATTI DISTINTIVI DEL MARCHIO GIAPPONESE SONO I BORDI AFFILATI, RESI POSSIBILI DA UNA TECNICA DI POLISHING UNICA AL MONDO, CHE RICHIEDE MANI ESPERTE CON ANNI DI ESPERIENZA E ORE DI LAVORO DEDICATE ESCLUSIVAMENTE A QUESTA FASE; LE CERNIERE MONOBLOCCO IN TITANIO; LO STEMMA DI FAMIGLIA EREDITATO DAL MEDIOEVO E REALIZZATO IN ARGENTO 925. OGNI MODELLO È PROPOSTO IN EDIZIONE LIMITATA E NUMERATA.



MOREL

LUNETIER FRANÇAIS DEPUIS 1880



Looking Forward
SINCE 1880

fashion



TREE SPECTACLES

TITANIO PREGIATO ED ELEGANTI MATERIALI TRASPARENTI, TONALITÀ DESATURATE E GEOMETRIE DELICATE CARATTERIZZANO I MODELLI DELLA COLLEZIONE AYRA. IL CONCETTO DEL LESS IS MORE SI FA SPAZIO NELLA CREATIVITÀ DEL BRAND ATTRAVERSO UN LAVORO DI PROGETTAZIONE DETTAGLIATO PER ELIMINARE IL SUPERFLUO E PROPORRE UNO STILE MINIMALISTA DIVERSO, SENZA TEMPO, ELEGANTE E PURO. IN FOTO: IL MODELLO 3687.



VOGUE EYEWEAR

FORMA RETTANGOLARE DECISA, CON LINEE DRITTE E ASTE SPESSIE PER UN EFFETTO DI FORTE IMPATTO PER IL MODELLO 0V05657SU. DISPONIBILE SIA IN COLORI CLASSICI SIA PIÙ INASPETTATI, È L'EQUILIBRIO PERFETTO TRA CARATTERE E RAFFINATEZZA.

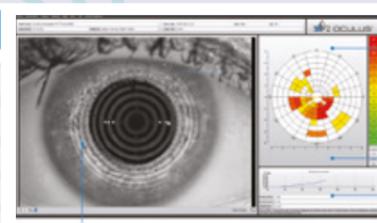
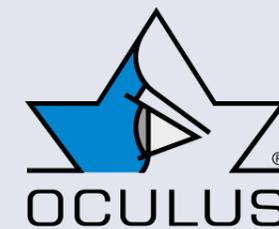


YALEA

LA COLLEZIONE FW25 È ANIMATA DA OCCHIALI DALL'ESTETICA RAFFINATA E CONTEMPORANEA, REALIZZATI CON ACETATI RAFFINATI CHE DONANO SOFISTICATI GIOCHI CROMATICI. LA COLLEZIONE INCLUDE MODELLI DA SOLE CON LENTI POLARIZZATE E FINITURE RICERCATE, ARRICCHITE DA DETTAGLI GEOMETRICI IN RILIEVO. NON MANCANO LE FORME DAI CALIBRI PIÙ PICCOLI, STUDIATE PER VALORIZZARE OGNI TIPO DI VOLTO.

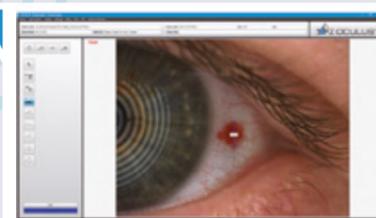
Keratograph 5M

Topografia e Screening Secchezza Oculare

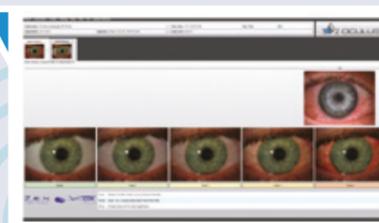


› **Analisi e scansione del film lacrimale (TF-Scan)**

› **Report dell'analisi della secchezza oculare**



› **Valutazione del tempo di rottura (NIK-BUT) e dello strato lipidico del film lacrimale**
› **Fotocamera a colori ottimizzata per la gestione del software di imaging esterno**



› **Valutazione e classificazione automatica degli arrossamenti congiuntivali (R-Scan)**



Software in italiano

Scopri di più in

Expo
Ottica
Sud

11-13
Ottobre
2025

STAND
26-41



Distributore esclusivo per Italia e RSM dei prodotti NIDEK e OCULUS per centri ottici

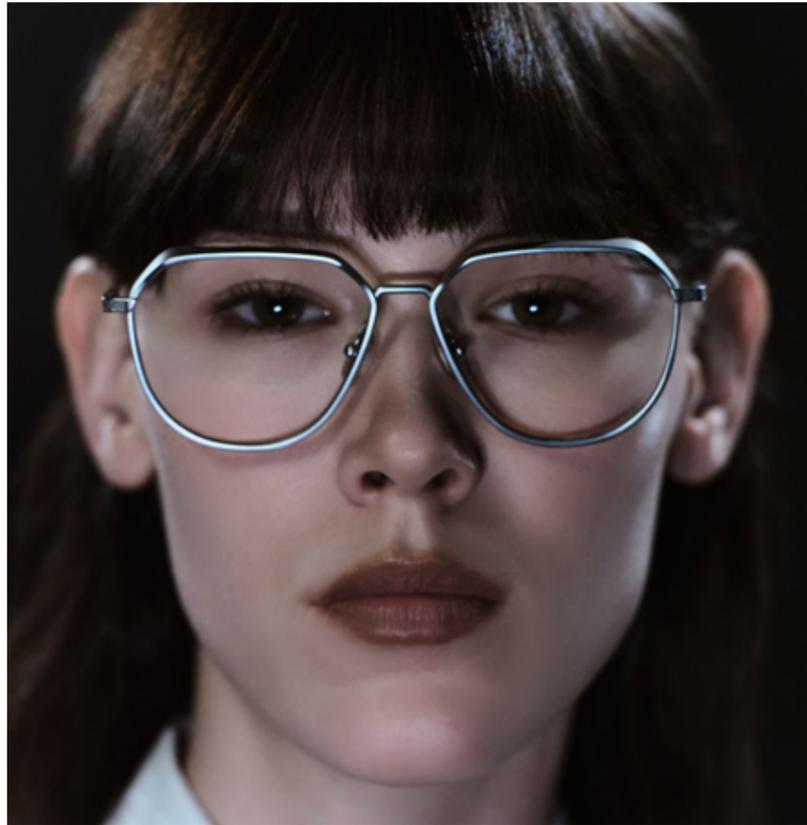
Repubblica di San Marino Tel. 0549 99 95 58 Fax 0549 99 94 78

info@rom-nidek.com www.rom-nidek.com



Numero Verde
800-47 39 99





MIGA STUDIO
LA COLLEZIONE FW 25/26 SCAVA
A FONDO NEL DNA DEL MARCHIO:
UNA NARRAZIONE FATTA DI MATERIALI
PURI, FORME PROFONDE E ARCHITETTURE
VISIVE. OLTRE ALLE NUOVE PROPOSTE,
AMPLIFICATE LE FAMIGLIE ESISTENTI,
DONANDO PROFONDITÀ E COMPLETEZZA
A OGNI LINEA, CON L'EQUILIBRIO CHE
DA SEMPRE CARATTERIZZA IL BRAND
TRA SPERIMENTAZIONE ESTETICA
E PRECISIONE FUNZIONALE.



NAF NAF
LINEE FORTI E VOLUMI INTENSI DANNO
VITA A MONTATURE CHE PARLANO
DI IDENTITÀ. INDIRA SCEGLIE L'ACETATO
TRASPARENTE COLOR MARRONE
PER IL FRONTALE.



**GRANDE
CAMPAGNA TV
IN AUTUNNO**

Un messaggio nazionale. Un impatto locale. Una strategia che funziona.

“Professionista in Vista” è la campagna integrata Hoya che mette l’Ottico al centro della comunicazione. Con uno spot nazionale personalizzato, aumenta la riconoscibilità, il traffico e la fiducia nel Centro Ottico.

Così Hoya lavora per dare visibilità ai suoi Partner.

Per informazioni chiedi al tuo Responsabile Tecnico Commerciale o scrivi a hoyatiinforma@hoya.it



Hoya Italia

HOYA

ARTELINEA - COLLEZIONE VIRGO

Il vetro, che l'azienda lavora con grande maestria artigiana, si trasforma in una superficie che non è solo un riflesso, ma una parte integrante dell'ambiente.

Grazie al processo di molatura, i bordi di specchio sono levigati e uniformi; una lavorazione che, come un delicato tocco esalta l'eleganza del materiale riducendone il rischio di rottura. I dettagli vengono valorizzati dalla possibilità di un sistema di illuminazione integrata.

Simbolo di questo processo artigianale è la collezione Virgo disegnata in collaborazione con Bizzarri Design Associati; la sua forma dodecagonale rappresenta un omaggio al rigore geometrico.

Due storie di passione familiare

FRIDA ST PAUL

MANIFESTAZIONI DI CONTINUA RICERCA STILISTICA, GLI **SPECCHI DI ARTELINEA** E GLI **OCCHIALI FABOOR** RACCONTANO L'ARTIGIANATO.

FABOOR - MOD. MICHELANGELO

Faboor è la realizzazione di un lungo percorso di sperimentazione che racchiude creatività e artigianalità, ma soprattutto molta manualità. I suoi modelli sfoggiano design originali realizzati in Ergal, una lega di alluminio utilizzata nel settore aerospaziale, lavorata per la prima volta in assoluto nel settore dell'eyewear dall'azienda per diventare estremamente sottile e resistente. Oltre a essere estremamente leggeri, questi occhiali sono pensati per essere ecofriendly: parte della montatura può essere riutilizzata e tornare all'origine per diventare un nuovo oggetto.



Simboli di un processo che plasma la materia prima con la stessa cura di chi custodisce un'arte antica - del vetro per **Artelinea** - e di chi ha fatto dell'innovazione sostenibile il suo core business - **FABOOR** - con i prodotti di queste due eccellenze riflettono l'**amore** per il **design**. Ogni modello dà forma a qualcosa che va oltre la funzionalità: **oggetti funzionali, ricchi di storia** e di **bellezza**.

ESSILOR® | EYEZEN®

Quotidianità sempre più connessa

CARLOTTA BORDI, BUSINESS BRAND MANAGER DI ESSILORLUXOTTICA – EYEZEN®, CI HA SPIEGATO IN QUESTA INTERVISTA COME ESSILOR® SUPPORTA I CENTRI OTTICI E I CONSUMATORI CON LE LENTI EYEZEN®, PENSATE PER IL BENESSERE VISIVO NELLA VITA DIGITALE.

Paola Ferrario



Ph. Roberto De Riccardis

Con il rientro di settembre, tra scuola e lavoro, **Essilor®** rilancia l'attenzione sulla salute visiva con **Eyezen®**, la famiglia di **lenti monofocali** evolute pensata per rispondere alle esigenze della vita digitale.

In questa intervista scopriamo le novità della **promozione Back To School**, gli **strumenti di comunicazione** a disposizione dei **centri ottici** e la **strategia dell'azienda** per un futuro sempre più orientato all'**innovazione**, alla **prevenzione** e al **supporto** dei **professionisti della visione**.

SETTEMBRE È UN MOMENTO STRATEGICO PER LANCIARE NUOVE INIZIATIVE. QUAL È IL MESSAGGIO PRINCIPALE CHE VOLETE TRASMETTERE CON EYEZEN®?

Settembre segna un nuovo inizio, tra rientri scolastici e ripresa del lavoro. Con Eyezen® vogliamo ricordare l'importanza di prendersi cura della propria vista in una quotidianità sempre più digitale, scegliendo soluzioni visive altamente tecnologiche come le nostre monofocali evolute, capaci di offrire comfort, protezione e benessere visivo. Siamo consapevoli che spesso per i portatori le lenti oftalmiche, in particolare le monofocali, sono un prodotto indifferenziato e manca la consapevolezza dell'importanza di indossare un equipaggiamento visivo adatto alle esigenze della vita moderna.

QUALI VANTAGGI OFFRE LA PROMOZIONE BACK TO SCHOOL AI CENTRI OTTICI?

La Promo Back to School ha l'obiettivo di proporre all'ottico e, di conseguenza, al consumatore finale, una soluzione innovativa ad altissima tecnologia a un prezzo vantaggioso, permettendoci così di differenziarci nel mercato con una monofocale evoluta e una leva commerciale forte. Valida dal 3 settembre al 30 novembre, la promozione Back To School include l'intera famiglia Eyezen® (Eyezen® Start RX, Eyezen Start Stock, Eyezen® Boost profili 0.4, 0.6, 0.85 e 1.1 e Eyezen® Kids) e le lenti Essilor® Junior, in versione chiara, *Transitions®*



o sole Xperio®, trattate Crizal®, ovviamente a seconda delle disponibilità di catalogo. L'abbinamento con la tecnologia di ultima generazione *Transitions®* nei suoi 8 esclusivi colori è un upgrade importante che continuiamo a spingere per offrire ai clienti non soltanto la migliore correzione, ma anche la migliore qualità visiva. Inoltre, le lenti ordinate in promozione Back To School danno accesso a all'esclusivo Essilor Experts One Program che offre supporto continuo nel tempo e vantaggi unici ai clienti Essilor Experts, tra cui la Garanzia One estesa a 2 anni contro qualsiasi danno alle lenti, compreso il furto. Il Rinnovo a 2 anni sulla nuova coppia di lenti in caso di cambio di prescrizione, la Doppio valore che permette di proporre un secondo e terzo equipaggiamento a un prezzo speciale.

QUALI STRUMENTI FORNITE AI CENTRI OTTICI PER COMUNICARE EFFICACEMENTE LA PROMOZIONE?

Abbiamo sviluppato un kit completo di materiali per vestire i centri ottici e supportare i clienti nella proposta delle lenti Eyezen® e della migliore combinazione visiva Eyezen® con *Transitions®*. Tra questi spiccano la vetrofania per fermare il consumatore e invogliarlo a entrare nel punto vendita, il cartello da banco per spingere a chiedere di Eyezen®, la scheda promo e il nuovo quartino di storytelling Eyezen®: uno strumento che offre all'ottico uno speech semplice e immediato per proporre le monofocali evolute in maniera efficace. A questo si affianca un pacchetto di contenuti digitali pronti all'uso, utili per animare le pagine social dei centri ottici e rafforzare il posizionamento di Eyezen® come soluzione visiva evoluta. L'obiettivo è facilitare la proposta in negozio e valorizzare il ruolo consulenziale dell'ottico.

AVEVA ACCENNATO A EVENTI E ATTIVITÀ FUTURE: CI PUÒ ANTICIPARE QUALCOSA SU COSA ASPETTARCI NEI PROSSIMI MESI PER EYEZEN®?

Sì, Eyezen® sta lavorando per avvicinarsi sempre di più al suo pubblico, giovane connesso e consapevole. Sarà un'opportunità per raccontare il prodotto al target



di riferimento, dare visibilità al brand e portare sempre più persone nei centri ottici partner.

IN UN CONTESTO SEMPRE PIÙ DIGITALE, COME SI EVOLVE LA STRATEGIA DI ESSILOR® PER RISPONDERE ALLE NUOVE ESIGENZE VISIVE DEI CONSUMATORI?

In un mondo dove il tempo trascorso davanti agli schermi è in costante aumento, la nostra strategia si concentra su tre aspetti fondamentali: l'innovazione continua dei prodotti, la promozione di una cultura della prevenzione visiva e il supporto concreto ai professionisti della visione. Le soluzioni come Eyezen® sono nate proprio per rispondere a queste nuove esigenze, ma crediamo che solo attraverso l'alleanza tra tecnologia e consulenza personalizzata si possa offrire un reale benessere visivo alle persone, in ogni fase della loro vita.



AI e fattore umano

Dott. Charles Di Benedetto, ottico optometrista, FBCLA

Lo scorso giugno il **Dott. Charles Di Benedetto** ha partecipato come relatore al **5° Congresso Internazionale di Optometria (WCO5)**, svoltosi a Minneapolis (USA), evento di riferimento globale organizzato dall'American Optometric Association (AOA) in collaborazione con il World Council of Optometry (WCO). Professionisti, ricercatori e specialisti della visione provenienti da tutto il mondo si sono riuniti per discutere le **sfide** e le **innovazioni** che stanno ridisegnando il **futuro della salute visiva**. Nel suo intervento, Charles Di Benedetto ha affrontato un tema di grande attualità: **"Artificial Intelligence and the Human Factor in Italian Optometric and Contact Lens Clinical Practice: A Synergy for Comprehensive and Personalized Vision Care"**. Al centro della sua riflessione, il potenziale dell'intelligenza artificiale come **strumento complementare** – e non sostitutivo – dell'operato optometrico, in una prospettiva che integra **tecnologia** e **competenza umana** per offrire una cura della vista sempre più su misura. In questo articolo, Charles Di Benedetto approfondisce i principali spunti emersi dalla sua relazione.



DALL'IDEA ALLA PRATICA: INTELLIGENZA ARTIFICIALE AL SERVIZIO DELLA VISIONE

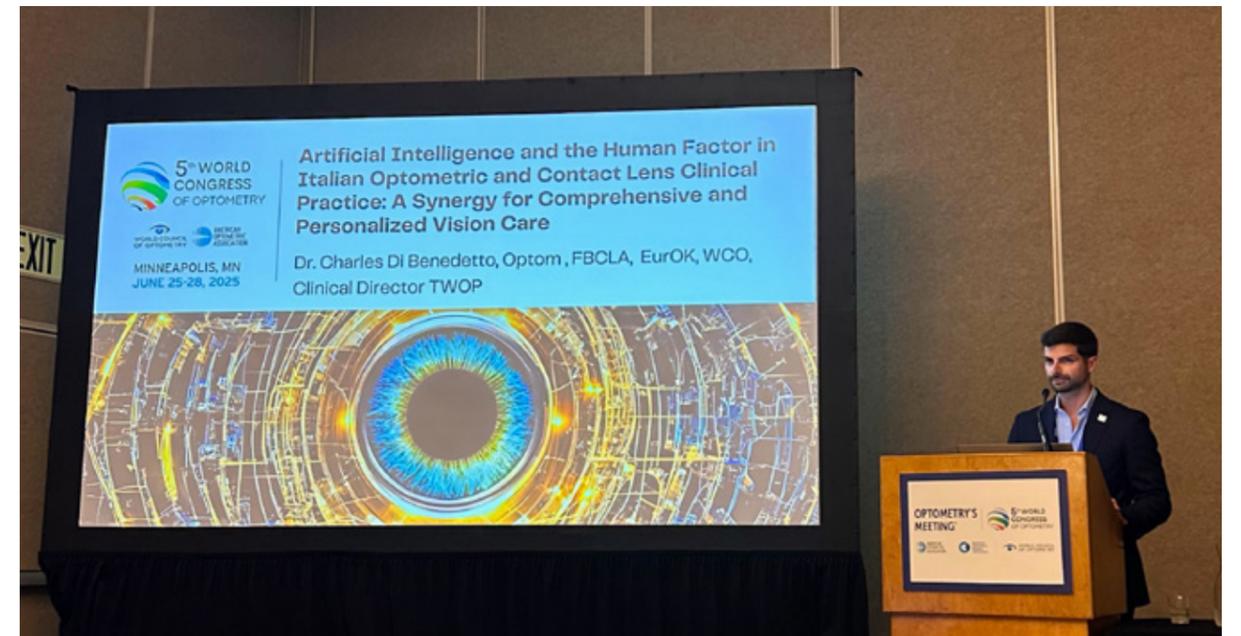
In un momento storico in cui l'AI entra progressivamente in ogni ambito della sanità, anche la gestione della salute visiva sta vivendo una trasformazione significativa. Il mio contributo ha voluto mostrare come l'intelligenza artificiale possa non solo facilitare la diagnosi, il monitoraggio, la prevenzione e la gestione delle patologie oculari, ma anche ottimizzare l'organizzazione dei servizi visivi e rafforzare l'approccio multidisciplinare che caratterizza la nostra professione, in sinergia con la classe medica. Inoltre, è stato approfondito come l'intelligenza artificiale possa rappresentare un valido aiuto anche per l'optometrista contattologo, ad esempio nella valutazione delle topografie corneali, nella scelta delle lenti a contatto più adatte e nei casi di cheratocono o ortocheratologia.

IL MODELLO INTEGRATO DI CENTROTICA LUCCA

L'intervento ha portato all'attenzione internazionale anche il modello operativo di **Centrotica Lucca** (ndr. centro di proprietà della famiglia Di Benedetto), che rappresenta un esempio concreto di integrazione professionale. All'interno della stessa realtà convivono tre attività autonome ma sinergiche: l'attività ottico-commerciale, l'area optometrica professionale, una struttura di studi medici specializzati in oftalmologia e diagnostica strumentale. Questa configurazione permette al cliente-paziente di trovare, in un'unica organizzazione, tutti i servizi legati alla salute visiva, pur gestiti da figure professionali indipendenti: dalla fornitura di occhiali e lenti a contatto, alla refrazione e valutazione optometrica, fino alla gestione di condizioni complesse come cheratocono o ipovisione e alla prevenzione, diagnosi e cura delle patologie oculari tramite medici specialisti.

L'AI COME RISORSA ANCHE PER IL SSN

Un aspetto distintivo della mia presentazione è stato il focus sulla realtà italiana. Nel nostro Paese, infatti, l'AI non rappresenta solo un'opportunità per migliorare l'attività clinica, ma può diventare un alleato strategico per alleggerire il carico del Servizio Sanitario Nazionale, oggi in forte difficoltà strutturale. Attraverso screening visivi capillari sul territorio, gestiti da centri dedicati a questo servizio, sarà possibile intercettare precocemente pazienti inconsapevoli di avere problemi visivi e referenziarli direttamente ai medici oculisti, riducendo così le liste d'attesa e i costi a carico



del sistema. In Italia, infatti, molte persone si rivolgono all'oculista non per patologie, ma per motivi legati alla visione soggettiva (come calo della vista o cambio di occhiali) ovvero per una refrazione, attività che rientra pienamente nelle competenze dell'ottico optometrista. Solo una minoranza accede allo specialista per reali motivi clinici o per prevenzione. Un dato che evidenzia un forte limite culturale, più che medico. L'introduzione dell'AI e la creazione di una rete strutturata di screening visivi potrebbero quindi invertire questa tendenza, restituendo all'ottico optometrista un ruolo chiave nella valutazione visiva e indirizzando ai medici oculisti i casi clinicamente rilevanti.

UNO SGUARDO AL FUTURO

Il congresso ha rappresentato per me un'occasione straordinaria, non solo per condividere la mia esperienza, ma anche per confrontarmi con colleghi da tutto il mondo e raccogliere stimoli, riflessioni e visioni sul futuro della nostra professione. Ho avuto l'onore di portare un pezzetto di optometria italiana in un contesto globale, ricevendo apprezzamento e stimoli per continuare a lavorare verso un futuro in cui tecnologia e professionalità umana si completano a vicenda, al servizio della salute visiva. Un ringraziamento speciale al World Council of Optometry, all'American Optometric Association e a tutti i professionisti, colleghi e studenti che hanno seguito il mio intervento con interesse.

Catania apre i battenti all'ottica

EXPO OTTICA SUD CATANIA SI PREPARA ALLA DECIMA EDIZIONE E REGISTRA IL SOLD OUT.



Il successo dell'edizione 2024 – con oltre 70 espositori e circa 1.800 visitatori – ha spianato la strada a una nuova edizione di **Expo Ottica Sud** all'insegna della **crescita**. L'appuntamento, atteso dal settore ottico e optometrico, si terrà dall'**11 al 13 ottobre 2025** nella nuova sede del **centro espositivo Sicilia Fiere di Misterbianco (Catania)**, una struttura moderna e facilmente raggiungibile, a soli 15 minuti dal centro città. L'entusiasmo degli operatori è testimoniato dai numeri: già a luglio la decima edizione registrava il **sold out**, con il 90% di riconferme da parte degli espositori storici e un numero crescente di aziende al debutto. In totale, saranno oltre 5.000 i metri quadri a disposizione per accogliere espositori e visitatori. *“Abbiamo scelto Sicilia Fiere perché offre servizi all'altezza di una manifestazione in continua crescita: padiglioni cablati, sistemi informatici avanzati, ampi parcheggi gratuiti e una logistica interna ed esterna funzionale”*, spiegano gli organizzatori. Expo Ottica Sud si conferma un punto di riferimento per il settore, non solo per l'offerta espositiva ma anche per il clima di confronto e networking che caratterizza la fiera. Attesi circa 2.000 visitatori, provenienti non solo da Sicilia e Calabria ma anche dal Centro e Nord Italia, attratti dall'opportunità di coniugare

aggiornamento professionale e scoperta del territorio. *“Abbiamo raccolto le impressioni dei partecipanti delle passate edizioni – aggiungono gli organizzatori – e stiamo introducendo nuovi accorgimenti per rendere l'esperienza ancora più completa. L'obiettivo è alzare ulteriormente il livello della manifestazione, stimolati dall'interesse crescente delle aziende”*. La decima edizione di Expo Ottica Sud si annuncia quindi come un'occasione unica per rafforzare i legami commerciali, sviluppare nuove relazioni e aprire a interessanti opportunità di business, nel cuore del Mediterraneo.

EXPO OTTICA SUD

Dove: SiciliaFiera - Via Leopoldo Franchetti, 95045 Misterbianco CT

Orari: Sabato 11 ottobre dalle ore 12:00 alle 18:30
Domenica 12 ottobre dalle ore 9:30 alle 18:30
Lunedì 13 ottobre dalle 9:30 alle 15:00



Thélios raddoppia a Longarone

L'EYEWEAR EXPERT DEL GRUPPO LVMH HA INAUGURATO ALL'INIZIO DI LUGLIO UN NUOVO POLO PER IL METALLO A LONGARONE, OPERAZIONE CHE DÀ IL VIA A UN AVANZATO CENTRO D'ECCELLENZA DELL'OCCHIALERIA DI LUSO MADE IN ITALY.

Paola Ferrario



Da sinistra: Toni Belloni, Presidente di LVMH Italia; Alessandro Zanardo, CEO di Thélios; Valeria Mantovan, Assessora della Regione Veneto e Roberto Padrin, Sindaco di Longarone e Presidente della Provincia di Belluno

Giovedì 10 luglio ha segnato un momento importante per **Thélios**, che con una cerimonia ufficiale ha inaugurato il suo **nuovo sito produttivo interamente dedicato alla lavorazione del metallo**, situato accanto alla Manifattura già operativa dal 2018 e specializzata nell'acetato. Il nuovo stabilimento - dislocato su 20.000 metri quadrati e con circa 400 addetti - completa così un unico polo integrato da 40.000 mq complessivi, interamente dedicato alla produzione di occhialeria di alta gamma nel cuore del distretto veneto.

Al taglio del nastro erano presenti **Alessandro Zanardo**, CEO di Thélios; **Toni Belloni**, Presidente di LVMH Italia; **Valeria Mantovan**, Assessora della Regione Veneto e **Roberto Padrin**, Sindaco di Longarone e presidente della Provincia di Belluno. Il Ministro delle Imprese e del Made in Italy **Adolfo Urso** ha inviato un messaggio per sottolineare che *"la nuova struttura rappresenta non solo un importante investimento in innovazione, ma anche l'espressione di un territorio che da secoli è fucina dell'alta qualità narrata in ogni prodotto"*.

Ha aperto l'evento **Alessandro Zanardo** sottolineando che: *"La Manifattura è nata da una filosofia ben chiara: creare un polo industriale di eccellenza a Longarone, dove l'occhiale si è storicamente sviluppato, valorizzando il know-how del*

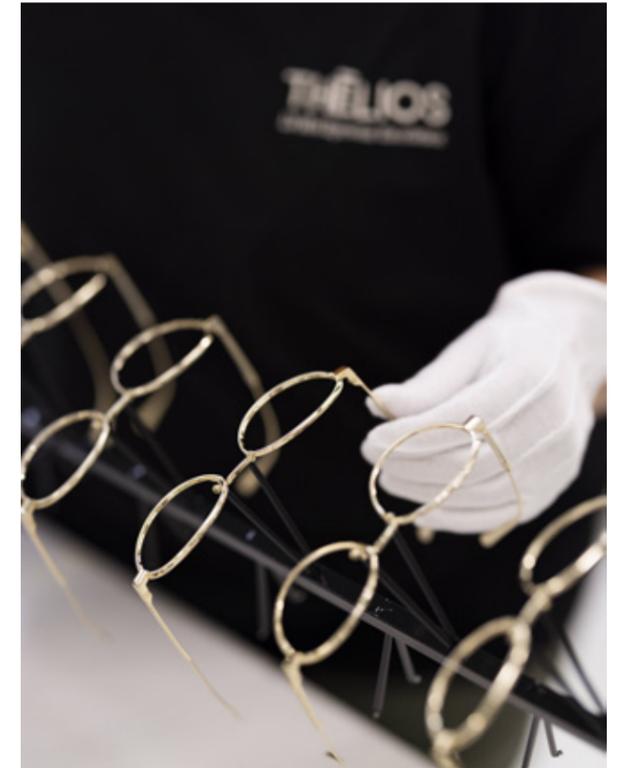
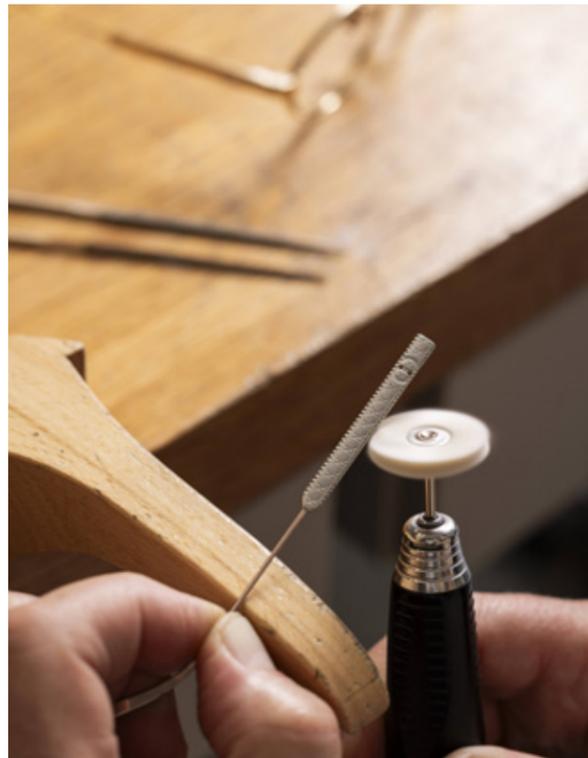
territorio e portandolo a livelli sempre più alti. È iniziata come un piccolo progetto, cresciuto passo dopo passo. Quasi tre anni fa avevamo già ideato un piano per passare dalla prima tecnologia, quella dell'acetato, alla seconda, quella del metallo. Volevamo farlo attraverso un progetto chiaro, che rispettasse le nostre esigenze, i nostri tempi e le nostre priorità. Ma mentre eravamo nel pieno di questo processo, abbiamo saputo che uno stabilimento storico era a rischio di chiusura. Ci siamo detti: 'questa è un'opportunità che dobbiamo cogliere'. Abbiamo quindi deciso di fare la nostra parte per il territorio e di acquisire quello stabilimento. È stato un percorso lungo, con un anno di dialogo con le parti sociali, le istituzioni e i rappresentanti dei lavoratori. Il nostro è stato un progetto sostenibile, pensato con una prospettiva di lungo termine. Così, alla fine del 2023, abbiamo acquisito lo stabilimento con l'idea di reintegrare 250 lavoratori e il loro know-how in un percorso di 18 mesi. In realtà, ce l'abbiamo fatta in soli 6 mesi. Da un lato abbiamo accelerato i tempi, dando subito priorità al riavvio della produzione industriale. Ma non si è trattato solo di un riavvio: è stata una vera e propria evoluzione. Perché la nostra idea di occhiale è quella dell'eccellenza, secondo standard elevati, pensati per le nostre maison. Abbiamo raddoppiato la produzione, alzando ulteriormente gli standard qualitativi.

Abbiamo anche deciso di portare qui l'intero ciclo produttivo dell'occhiale, lasciandolo completamente integrato in questa sede. Attualmente disponiamo di due fabbriche, entrambe autonome nella produzione completa, sia dell'acetato che del metallo. Questa è la nostra missione iniziale, a cui restiamo fedeli: valorizzare un know-how e metterlo a disposizione delle nostre maison e proprietà. Crediamo infatti che la qualità del prodotto sia un elemento fondamentale per il successo dell'azienda. Questo know-how presente a Longarone è per noi irrinunciabile. Quando andiamo in Giappone, negli Stati Uniti, portiamo con orgoglio ciò che realizziamo qui: non solo "Made in Italy", ma "Made in Longarone". E questo ci viene riconosciuto. È la base del nostro business. Abbiamo trovato persone con competenze straordinarie, che dal primo giorno si sono sentite parte del nostro team. La prima fase, come dicevo, è stata quella del rilancio industriale. La seconda, quella della ristrutturazione architettonica. Ora ci troviamo in uno stabilimento che, a mio avviso, è bellissimo: non solo nella parte produttiva, ma anche negli uffici e negli spazi conviviali, ambienti pensati per il benessere. Siamo molto orgogliosi di questa scelta, che guarda al futuro, pur restando coerente con le origini di Thélios, la nostra visione e l'evoluzione del mercato dell'occhialeria. Vogliamo capitalizzare su questi valori, perché rappresentano i nostri veri motori di successo. Siamo qui per interpretare il nuovo tempo a modo nostro: rileggendo una categoria, quella dell'occhiale, che esiste da decenni – forse da secoli – con uno sguardo nuovo. Un modo nuovo che significa elevare la qualità, puntare sull'eccellenza e portare innovazione".

Gli ha fatto eco **Toni Belloni**: "Il progetto è virtuoso in

particolare per la capacità di valorizzare l'esistente e al contempo connetterlo con l'innovazione. È vero per quanto riguarda le infrastrutture: i primi due moduli furono costruiti da zero (greenfield), secondo le tecnologie più avanzate. L'edificio in cui ci troviamo oggi, invece, risale alla fine degli anni '80: lo abbiamo riqualificato, modernizzato e integrato al meglio, ricavando anche spazi comuni che migliorano la qualità dell'intero campus. Ma questo approccio è valido soprattutto per le persone. Ricordo che, la prima volta che sono venuto qui, sono rimasto colpito dal fatto che, oltre a professionisti esperti, la maggior parte della forza lavoro era composta da giovani provenienti dalle scuole del territorio. Con il terzo modulo, come ha sottolineato anche Alessandro, abbiamo avuto la fortuna di incontrare circa 250 persone con grande esperienza e competenze in una tecnologia che per noi era nuova: quella dei metalli. Abbiamo lavorato intensamente per allineare le culture e i metodi aziendali, costruendo una squadra affiatata. Proprio ieri, durante il piano strategico, abbiamo parlato di un progetto di polivalenza e reskilling: un tema quanto mai attuale, che renderà il nostro campus più flessibile e pronto a rispondere ai cambiamenti rapidi della domanda. È una storia molto rappresentativa delle sfide che la manifattura italiana di alta qualità si trova ad affrontare: valorizzare competenze artigianali e infrastrutture esistenti, ma allo stesso tempo non restare fermi. Chi non si evolve, resta indietro. Servono nuove tecnologie, nuovi macchinari, digitalizzazione".

Con il **CEO di Thélios** abbiamo affrontato anche un tema di grande attualità: la preoccupazione per i dazi imposti



dall'amministrazione Trump: "È un tema che genera un'incertezza generale. Nel breve termine è una questione da affrontare con tranquillità, perché una reazione eccessiva potrebbe portare ad aumenti sproporzionati dei prezzi per i consumatori, cosa che non farebbe bene a nessuno. Quindi aspettiamo di vedere come si evolverà la situazione". **Zanardo** ci ha poi offerto uno spaccato sul mercato interno: "Il mercato italiano, in questo momento, è in buona salute, così come lo è stato anche lo scorso anno. È un mercato solido, perché il consumatore italiano ha ormai assimilato l'occhiale, anche quello di lusso, da tempo, quasi prima di tutti gli altri mercati insieme alla Francia. Vedo dinamiche molto sane, con un consumatore sempre più sofisticato, capace di distinguere che il lusso non si esaurisce nel logo o nel marchio. Anche quello conta, certo, ma deve essere supportato da un lavoro di qualità, da ricerca e da un progetto ben strutturato. Questo vale per noi, ma non solo: lo vedo come tendenza di mercato. Un'altra cosa molto evidente è che gli ottici si stanno evolvendo. Quelli con cui collaboriamo stanno alzando il livello qualitativo del punto vendita e del servizio offerto a un consumatore sempre meno ingenuo e più informato. Un consumatore che cerca informazioni, storie, una connessione del prodotto con le altre categorie della Maison. L'ottico sta diventando sempre più un retailer: resta importante la componente ottica, "medicale", ma si affianca sempre più a una visione fashion, che riesce a integrare entrambe le dimensioni. Come in tutto il settore del lusso, oggi non conta più solo il marchio: contano la qualità e la ricerca. E questo è un

messaggio fondamentale che cerchiamo di trasmettere. Il fatto che siamo qui, 100% Made in Italy, è un messaggio fortissimo che vogliamo condividere con gli ottici, con la certezza che anche loro lo comunicheranno al consumatore". Da qualche tempo, l'azienda ha voluto sottolineare la sua appartenenza al Gruppo LVMH con la tagline "LVMH Eyewear Expert" sotto il logo: "In realtà si tratta di un riconoscimento da parte del Gruppo, che conferma il raggiungimento degli obiettivi attesi". La nostra qualità non è cambiata: è sempre stata alta e continuerà a esserlo. Anche perché i brand che gestiamo sono molto esigenti. Vorrei sottolineare che con loro il lavoro è condiviso: i marchi in licenza controllano, verificano e devono essere pienamente soddisfatti del prodotto. Perché gli occhiali non sono destinati solo ai nostri ottici, che sono comunque selezionati, ma anche alle boutique delle Maison. E devono essere all'altezza, sia in termini di qualità sia di tecnologia".

Infine, **Zanardo** ci anticipa le prospettive future dell'eyewear expert di LVMH: "Ci concentreremo sui marchi che abbiamo lanciato da poco. Abbiamo introdotto TAG Heuer e Bvlgari lo scorso anno: sono brand importantissimi, che richiedono attenzione e cura. Ci stiamo focalizzando molto sul mercato francese e, in parte, su quello italiano. All'interno del nostro portafoglio tutti i marchi hanno la stessa importanza, anche se naturalmente ce ne sono alcuni, come Dior o Celine, che per natura sono più grandi. Dior è una Maison molto strutturata, posizionata ai vertici della piramide del lusso; Celine ha invece scelto di dare all'occhiale da sole la stessa importanza delle borse".

G&P ARREDAMENTI

70 ANNI DI PROFESSIONALITÀ

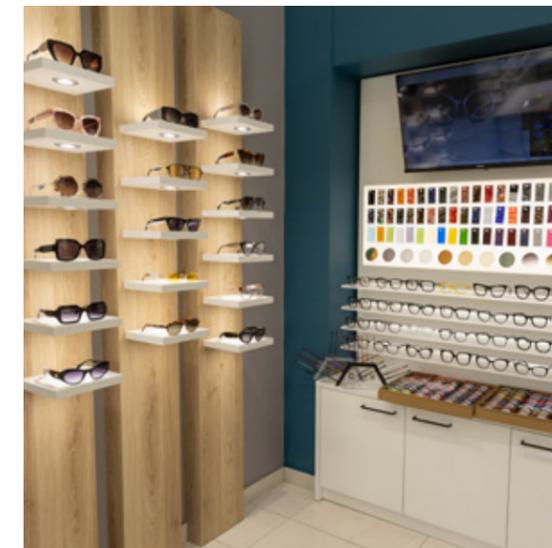
TRA GLI ULTIMI PROGETTI FIRMATI DA **G&P** SPICCA IL RESTYLING DI **FOTO OTTICA RASCONI**. ABBIAMO INCONTRATO UNO DEI TITOLARI, **STEFANO RASCONI**, PER APPROFONDIRE CON LUI LE **PECULIARITÀ STRUTTURALI, FUNZIONALI ED ESTETICHE** DEL SUO CENTRO OTTICO.

Il rapporto tra **G&P Arredamenti** e **Foto Ottica Rasconi** ha radici lontane. Era infatti il 2006 quando **Ezio Rasconi** si rivolse all'azienda di Nonantola per l'allestimento del proprio punto vendita. Oggi, a poco meno di due decenni di distanza, il figlio **Stefano** rinnova la fiducia nello stesso partner, come ha dichiarato alla nostra rivista: "Il nostro centro ottico è situato a Polesella (Rovigo), un piccolo paesino di circa 4.000 abitanti, proprio nella piazza principale. L'incontro con G&P non è stato casuale: già vent'anni fa, durante una precedente ristrutturazione, ci eravamo rivolti a loro. Così, quando quest'anno abbiamo deciso di rinnovare il negozio,

li abbiamo contattati di nuovo. Ci hanno proposto dei disegni basati sulle nostre idee e il loro progetto ci ha convinto fin da subito perché rispondeva perfettamente ai nostri gusti ed esigenze". L'esigenza di ristrutturazione è legata a un anniversario importante: i 70 anni dell'azienda: "Quest'anno, in occasione dei 70 anni di attività, abbiamo festeggiato il rinnovamento del negozio con una grande festa il 5 aprile. L'azienda si tramanda da tre generazioni: i nonni, mio papà e mia mamma, che mi affiancano ancora oggi, insieme alla mia compagna. La festa è iniziata all'esterno con un DJ set e si è conclusa



Da sinistra: Linda, Stefano, Felicità, Ezio.



con l'apertura delle serrande e la presentazione del negozio rinnovato. I complimenti non sono mancati e continuano ancora ad arrivare, confermando che la scelta di rinnovarsi è stata vincente". Il negozio propone prodotti e servizi sia nel settore ottico che in quello fotografico, due ambiti che richiedono soluzioni espositive differenziate. Nella zona dedicata all'ottica spiccano mensole luminose in nobilitato bianco, mentre nella sezione fotografica troviamo mensole non luminose su cremagliere e un portale dogato bianco di cornici: "Essendo un negozio che unisce ottica e fotografia, era fondamentale dare a ciascun settore un'identità chiara e distinta. Questa è stata la nostra richiesta principale, accompagnata dal desiderio

di rinnovare completamente l'esposizione con spazi nuovi e funzionali. La zona principale, quella che si incontra entrando in negozio, è dedicata all'ottica. Qui si trova un'ampia esposizione di occhiali da vista e un corner riservato agli occhiali personalizzati. La sezione dedicata alla fotografia è organizzata con numerose mensole, esponendo materiale fotografico come cornici e foto-gadget, oltre a prevedere uno spazio per le fototessere e la stampa. Per quanto riguarda i colori, abbiamo scelto principalmente il bianco e il legno naturale, completati dal blu petrolio del nostro logo, che caratterizza l'identità del negozio. L'arredamento dei due settori mantiene continuità sia dal punto di vista estetico sia stilistico, creando

un ambiente armonioso e accogliente". Un'attenzione particolare è stata riservata al corner del marchio Thema, dove è possibile realizzare occhiali su misura, specifica il titolare: "Lo spazio è dotato di un monitor e di un iPad per simulare le montature, oltre a permetterne la prova fisica. Le mensole e il monitor, posizionato in alto, distinguono questo angolo dal resto del negozio e valorizzano l'esperienza del cliente". La professionalità della G&P Arredamenti è stato l'elemento chiave per distinguere tutto il percorso, sottolinea Rasconi: "I lavori sono andati benissimo e nei tempi previsti: tutto era stato programmato con largo anticipo, le scadenze sono state rispettate e ogni dettaglio è stato realizzato su misura, con grande cura e precisione".

ICAS

IL DESIGN CHE CAMBIA IL RETAIL OTTICO

P.O. PLATFORM OPTIC HA INCONTRATO **L'ARCHITETTO UMBERTO CABINI**, FIGURA DI SPICCO DEL DESIGN ITALIANO, **FONDATORE E CEO DI ICAS E PRESIDENTE DELLA FONDAZIONE ADI COLLEZIONE COMPASSO D'ORO**, PER APPROFONDIRE IL RUOLO DEL **PROGETTO D'ARREDO** NEI CENTRI OTTICI CONTEMPORANEI.

Secondo **Umberto Cabini**, negli ultimi anni il negozio ha vissuto una trasformazione radicale: *"Da semplice luogo di esposizione si è evoluto in uno spazio esperienziale. L'ottico non è più soltanto un venditore, ma un consulente: la professionalità si misura nella capacità di ascoltare e guidare il cliente. Anche il layout segue questa logica: non si espone tutto, si propone. La fidelizzazione non nasce dall'acquisto d'impulso, ma dalla relazione"*. Un cambio di paradigma che ha investito anche l'arredo: *"In passato si privilegiava l'omologazione, con scaffali e mensole senza personalità. Oggi invece i negozi cercano un'identità precisa, in cui ogni dettaglio contribuisce a una narrazione visiva e professionale."*

Il design è diventato una leva competitiva fondamentale," ha specificato l'architetto. Proprio in questa direzione si inserisce l'esperienza di **ICAS**, che ha rivoluzionato un elemento fino a ieri considerato marginale: il **cassetto**. Da semplice contenitore, è stato trasformato in **complemento d'arredo**, espressione di funzionalità, qualità dei materiali ed estetica.

DAL DETTAGLIO TECNICO AL DESIGN D'AUTORE

L'attenzione al design si traduce in soluzioni pensate ad hoc per il retail ottico. Tra le proposte di punta di ICAS spiccano:

- **Optica Taxis**, cassetiera modulare in alluminio, leggera, riciclabile



ed elegante. Ogni dettaglio è studiato per rispondere alle esigenze operative: cuvettes in plastica vellutata, maniglie ergonomiche, vani dedicati ai flaconcini di lenti a contatto. Tre le configurazioni disponibili: **struttura autoportante, struttura da incasso o guide singole integrabili negli arredi esistenti**.

- **Optica Axon A**, sistema modulare composto da cassetti, espositori e ripiani. Flessibile e personalizzabile, permette di coniugare ergonomia e stile, dando vita a progetti su misura capaci di esprimere l'identità di ogni punto vendita.

Con questo approccio sartoriale e innovativo, ICAS si conferma tra i protagonisti dell'evoluzione del centro ottico, oggi sempre più luogo professionale, estetico ed emozionale.

TUTTI I PREMI DI ICAS

Grazie a un costante impegno verso qualità, stile e centralità del cliente, l'azienda si è affermata nella fascia alta del mercato, ottenendo nel tempo prestigiosi riconoscimenti dalle principali associazioni internazionali di arredamento e design:

- Confindustria Awards For Excellence 2006
 - Mostra itinerante I.Dot (Italian Design on Tour) Maggio 2004 – 2006
 - Partecipazione alla "14th biennial of industrial design" 1994
 - Premio Baden-Wurtemberg per il design 1993
 - Partecipazione alla "13th biennial of industrial design" 1992
 - "ERGOS" selezionato per il Premio Compasso d'oro 1991
 - Premio Compasso d'Oro 1989 al sistema di cassettiere per farmacia "Boomerang". Designer Giampietro Tonetti. Produttore ICAS Srl.
- Per l'intenzione del progetto alla completa funzione di un particolare settore d'impiego. (Giuria: P. Molinari, F. Wildhagen, H. Wichmann, C. Stevan, T. Maldonado)

Inoltre, Icas è tra le prime aziende italiane ad aver ottenuto la certificazione per il controllo della qualità ISO 9001 da parte dell'Associazione Svizzera per Sistemi di Qualità e Management (SQS).

DANDY'S | FAOFLEX

Quando l'eleganza incontra l'artigianalità

LA NUOVA COLLEZIONE **DANDY'S EYEWEAR** PER L'AUTUNNO/INVERNO È UN VIAGGIO NELL'ANIMA PIÙ AUTENTICA DEL **MADE IN ITALY**. UN RACCONTO CHE TRASFORMA L'OCCHIALE IN UN **MANIFESTO** DI STILE SENZA TEMPO.



Il viaggio di **Dandy's Eyewear** nell'universo dell'occhialeria indipendente continua con una collezione Autunno/Inverno che conferma la cifra stilistica del brand: **eleganza autentica, artigianalità italiana** e un **approccio creativo** che **fonde tradizione e ricerca**.

La nuova collezione racconta l'anima duplice di Dandy's, capace di dialogare con un pubblico attento alla qualità, alla personalità e al valore intrinseco di ogni dettaglio. Il cuore pulsante della proposta rimane la **Core Classic**, linea che interpreta la classicità attraverso volumi armoniosi e superfici lucide, dove ogni montatura si distingue per proporzioni impeccabili e comfort di calzatura.

Tra le novità, spiccano i modelli **Raffaele, Luciano** e **Paolo**, che incarnano l'essenza del design Dandy's: **eleganza sobria, forza del dettaglio** e una **palette cromatica** che valorizza il volto senza mai sovrastarlo. Accanto a questa anima raffinata, torna la grinta della **Core Rough**, la collezione che ha sedotto il pubblico grazie alla lavorazione in acetato grezzo.

Qui la materia diventa protagonista assoluta: superfici volutamente non levigate che raccontano l'autenticità dell'artigianato e la bellezza dell'imperfezione.

Modelli come **Franco Rough, Luciano Rough, Paolo Rough** e il nuovo **Oliver Rough** si impongono come piccoli pezzi unici, scolpiti a mano e carichi di **personalità**, in un **dialogo continuo** tra **tradizione**

e contemporaneità. La collezione Autunno/Inverno si arricchisce inoltre di tre inediti **modelli da sole** che trasformano l'acetato in texture sorprendenti: marmo, roccia, legno. Montature che evocano la forza della natura e, al tempo stesso, la raffinatezza del design.

Linee curate e ricerca cromatica danno vita a occhiali pensati per chi vuole distinguersi attraverso dettagli sofisticati. Dandy's conferma così la propria vocazione a proporre un **equilibrio perfetto** tra **design senza tempo e sperimentazione**. La nuova palette colori, studiata per la stagione fredda, alterna toni caldi e intensi a trasparenze leggere, mentre le forme, equilibrate e decise, esaltano la personalità di chi le indossa.

Ogni occhiale diventa un piccolo esercizio di stile e artigianato, capace di unire estetica e funzionalità con la precisione di un'opera sartoriale. Dietro ogni montatura c'è la mano esperta degli artigiani che, a Segusino, plasmano gli acetati con passione e rigore.

La scelta di mantenere l'intera produzione in Italia non è soltanto una dichiarazione di identità, ma un atto di responsabilità verso un patrimonio culturale e manifatturiero che il brand vuole custodire e tramandare. In questo senso, Dandy's non si limita a creare occhiali, ma offre un'esperienza che racconta il valore del **Made in Italy** autentico, fatto di tradizione, qualità e cura estrema dei particolari.

ETNIA BARCELONA

Legame consolidato

IL MARCHIO INDIPENDENTE DI BARCELONA CONFERMA LA SUA LIASION CON L'ARTE E INTERPRETA TRE OPERE ICONICHE.



La nuova campagna **Originals** per l'Autunno/Inverno 25 di **Etnia Barcelona** reinterpreta in maniera **audace e contemporanea** opere classiche che collegano passato e presente. Fedele al suo DNA artistico e culturale, il marchio trasforma opere e personaggi storici in un tributo all'**autenticità** e alla **creatività**. Una proposta piena di colore e carattere che incoraggia a rompere gli schemi e a celebrare ogni giorno con autenticità. La nuova campagna reinterpreta tre opere iconiche: dal surrealismo di **René Magritte** e del suo *Le fils de l'homme* (1964), scopriamo il confine tra il visibile e il nascosto, il volto velato e la presenza forte; dall'universo simbolico di **Frida Kahlo** e del suo *Autoritratto dedicato al dottor*

Eloesser (1940), prendiamo gli elementi naturali - scimmie, fiori e colori vibranti - come espressione di una femminilità forte e poetica, profondamente legata al corpo e alla terra; e da **Johannes Vermeer** e la sua *Ragazza con l'orecchino di perla* (1665), recuperiamo la bellezza della luce e dell'istante fermato, dove lo sguardo - ora incorniciato da un paio di Etnia Barcelona - diventa una dichiarazione, un mistero e un'energia silenziosa che dice tutto senza parole. In tutte queste reinterpretazioni, incorporiamo elementi che gli artisti hanno utilizzato in altre opere, integrandoli in modo surreale e simbolico per creare un universo unico ed evocativo. Questo omaggio artistico non solo evoca le nostre prime campagne, ma

rafforza anche l'impegno del marchio nei confronti dell'arte e della cultura, recuperando quell'essenza unica che tanto ci caratterizza. Colori audaci e riferimenti artistici diventano un manifesto estetico che celebra la diversità, l'identità e l'espressione di sé come valori fondamentali dell'espressione personale. Per Etnia Barcelona, il **colore** è l'anima di ogni montatura che disegna. Il marchio è infatti pioniero nello studio del colore, con oltre 500 referenze esclusive ispirate ai mondi della moda e dell'arte. Esploriamo le tendenze globali per creare collezioni che parlano, emozionano e definiscono stili unici. Ogni occhiale è progettato per entrare in **connessione** con chi lo indossa, fondendo **colore, arte e innovazione**.



YALEA | DE RIGO VISION

Cinque donne rompono il 'soffitto di cristallo'

LA NUOVA CAMPAGNA INTERNAZIONALE, "BEYOND THE GLASS CEILING – WHERE VISION MEETS EMPOWERMENT" DI YALEA È UN PROGETTO VISIVO CHE UNISCE ELEGANZA E IMPEGNO, TRASFORMANDO LO STILE IN UN VERO E PROPRIO STRUMENTO DI AFFERMAZIONE PERSONALE.



Maria Cudeiro indossa il modello da vista Lola

Protagoniste cinque donne straordinarie, cinque storie di successo che hanno saputo superare barriere invisibili nei rispettivi ambiti professionali. I loro sguardi, simbolo di determinazione e visione, diventano metafora di nuove opportunità: il vetro che le separava dalle possibilità si trasforma in lenti attraverso cui guardare al futuro con chiarezza. Esempi concreti di eccellenza, queste donne sono anche un punto di riferimento per le nuove generazioni. La campagna presenta la collezione FW25 di **Yalea**: occhiali dall'**estetica raffinata e contemporanea**, realizzati in acetati pregiati che creano sofisticati giochi cromatici. La gamma comprende modelli da sole con lenti polarizzate e dettagli geometrici in rilievo, oltre a forme compatte pensate per valorizzare ogni tipo di volto.

LE PROTAGONISTE

Maria Cudeiro (Spagna)

General Manager nell'industria farmaceutica, guida un'azienda internazionale con un approccio inclusivo e orientato all'innovazione. Nella campagna, indossa il **modello Antonella** (SYA215 colore 6A7), un occhiale da sole oversize con frontale squadrato in acetato, arricchito da raffinati incollaggi sia sul frontale che sulla parte superiore delle aste. Il frontale pieno si abbina ad aste in fantasia havana, creando un look deciso e al tempo stesso sofisticato. In un altro scatto della campagna, Maria indossa invece il **modello da vista Lola** (VYA203 colore NKZ), che si contraddistingue per il frontale geometrico realizzato tramite l'accostamento di sottili strati di acetato trasparente. I contrasti bicolor su frontale e aste, che uniscono tonalità solide a nuance trasparenti, insieme alla particolare forma delle aste, conferiscono all'occhiale un'eleganza contemporanea e ricercata.



Nadia Nadim indossa il modello da vista Irène



Leocadie Ollivier de Pury indossa il modello Etty



Nina Gademan indossa il modello Antonella

Nina Gademan (Olanda)

Pilota dell'Accademia F1, una delle poche donne attive nel mondo della Formula 1, porta avanti il suo percorso in un contesto altamente competitivo e tradizionalmente maschile. Nella campagna, indossa il **modello Antonella** (SYA215 colore 6A7), un occhiale da sole oversize con frontale squadrato in acetato, arricchito da raffinati incollaggi sia sul frontale che sulla parte superiore delle aste. Il frontale pieno si abbina ad aste in fantasia havana, creando un look deciso e al tempo stesso sofisticato. In un altro scatto della campagna, Nina sfoggia invece il **modello da vista Irène** (VYA201 colore 9PX), caratterizzato da un frontale arrotondato in acetato, arricchito da leggere sfaccettature e da un delicato effetto a incisione sulla parte superiore della montatura. Le aste combinano sapientemente colori pieni e trasparenti, creando un gioco cromatico vivace.

Nadia Nadim (Afghanistan)

Calciatrice professionista e medico. Dopo un'infanzia da rifugiata, ha costruito una carriera nel calcio professionistico diventando un esempio di riscatto e determinazione. Nella campagna, indossa il **modello Antonella** (SYA215 colore 6A7), un occhiale da sole oversize con frontale squadrato in acetato, arricchito da raffinati incollaggi sia sul frontale che sulla parte superiore delle aste. Il frontale pieno si abbina ad aste in fantasia havana, creando un look deciso e al tempo stesso sofisticato. In un altro scatto della campagna, Nadia sfoggia invece il **modello da vista Irène** (VYA201 colore 9PX), caratterizzato da un frontale arrotondato in acetato, arricchito da leggere sfaccettature e da un delicato effetto a incisione sulla parte superiore della montatura. Le aste combinano sapientemente colori pieni e trasparenti, creando un gioco cromatico vivace.

Leocadie Ollivier de Pury (Francia)

Paracadutista e atleta pluripremiata, ha scelto il volo libero come forma di espressione e libertà. Fa parte degli Sportifs de Haut Niveau della Gendarmerie Nationale, e rappresenta una figura d'eccellenza nel panorama sportivo francese. Nella campagna, indossa il **modello Etty** (SYA221 colore 1BZ), un occhiale da sole squadrato in acetato, con frontale arricchito da sfaccettature leggere ed eleganti effetti a incisione lungo la parte superiore della montatura. L'acetato trasparente si unisce a terminali colorati, creando un look deciso ma fresco. In un altro scatto, Leocadie indossa invece il **modello da vista Irène** (VYA201 colore 9PX), caratterizzato da un frontale arrotondato in acetato, arricchito da leggere sfaccettature e da un delicato effetto a incisione sulla parte superiore della montatura. Le aste combinano sapientemente colori pieni e trasparenti, creando un gioco cromatico vivace.

Chiara Pavan (Italia)

Chef stellata e pioniera di una cucina sostenibile e consapevole, unisce ricerca gastronomica e valorizzazione del territorio in ogni sua creazione. Nella campagna indossa il **modello Aleksandra** (SYA214 colore 700), un occhiale da sole in acetato con frontale a forma cat-eye, arricchito da raffinati incollaggi sia sul frontale che sulla parte superiore delle aste. In un altro scatto, Chiara indossa invece il **modello Peggy** (VYA204, colore 700), versione da vista dello stesso design, reinterpretata in una forma squadrata e dal carattere deciso.

Con **Beyond the Glass Ceiling**, Yalea non si limita a vestire lo sguardo, ma invita ogni donna a vedere oltre i limiti imposti, ad affermare la propria identità e a scegliere liberamente il proprio stile. Rompere un soffitto di cristallo inizia anche da come scegli di guardare il mondo.



Chiara Pavan indossa il modello Aleksandra

KREUZBERGKINDER

La maturità è libertà

LA CAMPAGNA AUTUNNO/INVERNO 2025 DEL BRAND BERLINESE, BE NORDINARY, È UN INVITO A USCIRE DAGLI SCHEMI.

Per molti, crescere significa raggiungere stabilità e pace, adattarsi a una formula rassicurante.

Kreuzbergkinder ribalta questa prospettiva con la nuova campagna Autunno/Inverno 2025, ponendo una domanda semplice ma radicale: e se maturare non volesse dire restringere il proprio mondo, bensì ampliarlo?

“**Be Nordinary**” è il manifesto con cui il brand berlinese invita a riscoprire il **lusso** della **maturità**: la libertà di vivere le contraddizioni, di rivendicare tanto il silenzio quanto il caos, la calma come la tempesta.

La collezione si rivolge a una generazione che non vuole rinunciare alle possibilità, ma piuttosto moltiplicarle. Ogni montatura riflette questa tensione tra opposti:

senza tempo di giorno, audace di notte. È un invito a non scegliere tra eleganza e ribellione, ma a incarnarle entrambe. La “**visionaria selvaggia**” governa con stile le sue giornate, senza però smarrire l'anima notturna; lo “**spirito inquieto**” si rigenera nella solitudine e si accende con la musica e il movimento.

La campagna non celebra la ribellione fine a sé stessa, ma la possibilità di scrivere la propria storia a qualsiasi età: infrangere le regole, seguire strade personali, innamorarsi infinite volte... Con Kreuzbergkinder, l'occhiale diventa più di un accessorio: è **identità**, è **libertà**.

Il claim finale è un invito chiaro e diretto: “**Be Nordinary. Perché il mondo ha bisogno di più persone come te**”.



DAI OPTICAL INDUSTRIES

Vederci bene, senza pensieri

NASCE **METACASKO**, LA NUOVA **GARANZIA** DEDICATA ALLE LENTI **METACLASS** FIRMATE **DAI OPTICAL INDUSTRIES**, PENSATA PER OFFRIRE AI CLIENTI LA MASSIMA SERENITÀ IN CASO DI **DANNI, CAMBIO PRESCRIZIONE** O PER L'**ACQUISTO** DI UNA **SECONDA COPPIA**.

Il programma assicura per 12 mesi una copertura totale sulle lenti **ARYA**, con sostituzione gratuita in caso di rottura. Superato l'anno, e fino a 24 mesi dall'acquisto, resta valida la sostituzione di una lente singola. Se invece la prescrizione varia entro due anni (entro $\pm 0,50$ diottrie e addizione di 0,50), il cliente ha diritto a una lente omaggio. Non solo tutela: **Metacasko** include anche un incentivo commerciale. Chi acquista due coppie di lenti **Metaclass** riceverà in omaggio una lente della seconda coppia, coperta anch'essa dalla garanzia. Il nuovo programma si affianca alle altre garanzie **DAI Optical Industries** - dai trattamenti **AQ3** e **Drive Contrast** al mancato adattamento delle progressive - confermando l'impegno dell'azienda su quattro pilastri: crescita, qualità, soddisfazione e cura.

Le lenti **ARYA**, fiore all'occhiello della gamma, uniscono tecnologia e comfort. Realizzate con il sistema **Eye-Shuttle**, che sfrutta un visore VR con sensori eye-tracking per analizzare i movimenti occhio-testa, garantiscono una personalizzazione senza approssimazioni. Sono disponibili in tutti gli indici di rifrazione, nelle versioni progressive, monofocali, degressive/room e digital. Con **Metacasko**, **DAI Optical Industries** rafforza il legame con i **professionisti della visione** e i **loro clienti**, puntando su un modello che unisce innovazione, tutela e vantaggi concreti per il retail.

BAUSCH+LOMB

Come comunicare efficacemente con i portatori di lenti a contatto?

DAL DIALOGO ALLA SOLUZIONE FINALE.

AUTRICI: SILVIA ZANARELLA – Professional Relations Specialist Bausch+Lomb
GINEVRA CHIARI – Junior Product Manager Bausch+Lomb

Una **comunicazione efficace** tra **professionista della visione** e **portatore** è un fattore determinante per il successo nel porto delle lenti a contatto. Diversi studi hanno dimostrato come l'ascolto attivo e la capacità di comprendere i bisogni del portatore siano correlati a una maggiore soddisfazione e a una migliore adesione alle raccomandazioni del professionista^{1,2}. Già durante il primo incontro, raccogliere informazioni sulle motivazioni, sull'esperienza pregressa con le lenti a contatto e su eventuali dubbi, consente di impostare una valutazione più mirata e quindi fornire una soluzione su misura alle esigenze del portatore. Durante l'esame optometrico, la combinazione tra dati oggettivi e informazioni soggettive fornite dal portatore permette di formulare una raccomandazione personalizzata, rafforzando la fiducia reciproca.

ASCOLTO ATTIVO ED EMPATIA

Il portatore spesso arriva con aspettative precise o richieste specifiche, ma spetta al professionista esercitare l'autorevolezza necessaria per guidare la scelta. È qui che entrano in gioco alcuni strumenti comunicativi:

- **Ascolto attivo:** riformulare i concetti espressi dal soggetto riduce il rischio di incomprensioni e aumenta la percezione di essere compresi³.
- **Empatia clinica:** adattare tono e linguaggio al portatore favorisce un'alleanza più solida e una maggiore adesione alle tue proposte³.
- **Domande strategiche:** l'uso di domande di conferma, di scelta o orientate al futuro può facilitare la decisione condivisa⁴.

Ecco alcuni esempi: *“Questa soluzione risponde alle sue esigenze?”* (domanda di conferma, rafforza la percezione di ascolto); *“Preferisce la prima opzione o la seconda?”* (domanda di scelta, semplifica il processo decisionale); *“Quando vorrebbe iniziare a utilizzare il prodotto?”* (domanda orientata al futuro, fa immaginare concretamente il beneficio).

EVIDENZE CLINICHE A SUPPORTO DELLE LENTI A CONTATTO GIORNALIERE

La scelta della lente a contatto deve sempre tenere conto delle esigenze individuali del portatore. Ad esempio, nei portatori che riferiscono discomfort legato a secchezza oculare, l'utilizzo di lenti giornaliere in silicone hydrogel può migliorare significativamente il comfort e la soddisfazione generale⁵. Le lenti a contatto **Bausch+Lomb ULTRA® ONE DAY** rappresentano un esempio di innovazione in questo ambito: realizzate in kalifilcon A, un materiale con alta idratazione (55%) e alta trasmissibilità all'ossigeno (134 Dk/t), integrano osmoprotettori, agenti umettanti ed elettroliti che vengono rilasciati durante l'utilizzo, con lo scopo di preservare l'omeostasi del film lacrimale⁶. Secondo i dati disponibili, l'80% dei portatori di lenti a contatto giornaliere in silicone hydrogel ha dichiarato che le lenti a contatto Bausch+Lomb ULTRA® ONE DAY offrono un comfort eccezionale e oltre l'82% le ha giudicate confortevoli anche durante lunghe ore di lavoro al computer⁶. Bausch+Lomb ULTRA® ONE DAY combinano due tecnologie innovative che agiscono sinergicamente per favorire il benessere della superficie oculare, offrendo un comfort duraturo fino a 16 ore di utilizzo⁶.



IL POST-APPLICAZIONE COME MOMENTO DI VERIFICA E RAFFORZAMENTO

La visita di controllo non è solo una valutazione tecnica, ma un momento cruciale per raccogliere feedback, monitorare la soddisfazione e, se necessario, apportare modifiche. Il coinvolgimento attivo del portatore nel processo decisionale si traduce in una minore probabilità di abbandono delle lenti a contatto⁷.

FORMAZIONE CONTINUA E PRATICA

Oggi, il professionista della visione dispone di strumenti comunicativi e soluzioni tecnologiche che, se integrati, possono migliorare in maniera significativa l'esperienza dei portatori. Approfondire queste competenze è essenziale per unire efficacia applicativa e fidelizzazione. È proprio per questo che Bausch+Lomb mette a disposizione per i professionisti della visione un tool basato su intelligenza artificiale, creato appositamente per sviluppare la comunicazione. Arriva oggi l'**assistente digitale Michela**, una “cliente” piuttosto esigente, pronta ad accogliere proposte che rispondano efficacemente alle sue esigenze. Alla fine della simulazione, Michela darà un feedback sulla prestazione comunicativa, fornendo consigli per migliorare l'efficacia della proposta offerta.

**INQUADRA IL
IL QR-CODE
PER METTERTI
ALLA PROVA**



Vuoi esplorare ancora più nel dettaglio le strategie comunicative applicate alla contattologia?

Ti aspettiamo al webinar online della **Bausch+Lomb Academy**, in programma **il 23 settembre, con Paolo Patuzzi, ottico optometrista ed esperto in comunicazione efficace**. Sarà un'occasione per aggiornarsi e rafforzare il proprio ruolo di guida autorevole nella scelta delle soluzioni più innovative.

Inquadra il QR-Code per iscriverti!

**BAUSCH+LOMB
ACADEMY OF
VISION CARE**



BIBLIOGRAFIA

1. Steven R. Hahn. (2009). Patient-Centered Communication to Assess and Enhance Patient Adherence to Glaucoma Medication. 116
2. Dumbleton, K., Woods, C. A., Jones, L. W., Fonn, D. (2013). The impact of contemporary contact lenses on contact lens discontinuation. *Eye & Contact Lens*, 39(1), 93–99.
3. Dersken, F., Bensing, J., Lagro-Janssen, A. (2013). Effectiveness of empathy in general practice: a systematic review. *British Journal of General Practice*, 63(606), e76–e84.
4. Charles, C., Gafni, A., Whelan, T. (1999). Decision-making in the physician–patient encounter: revisiting the shared treatment decision-making model. *Social Science & Medicine*, 49(5), 651–661.
5. Sulley A., Dumbleton K., (2020). Silicone hydrogel daily disposable benefits: The evidence, *Contact Lens and Anterior Eye*
6. Rah M., (2022), B+L Ocular Surface Homeostasis & Contact Lens Design
7. Young, G., Veys, J., Pritchard, N., Coleman, S. (2002). A multi-centre study of lapsed contact lens wearers. *Ophthalmic and Physiological Optics*, 22(6), 516–527.

VC-IT-2509-2212

Materiale ad uso esclusivo dei Sigg. Ottici. BAUSCH+LOMB ULTRA® ONE DAY è un dispositivo medico CE0050. BAUSCH+LOMB ULTRA® ONE DAY è un marchio registrato di Bausch + Lomb Inc. e sue affiliate ©.2025 Bausch&Lomb Incorporated.

ESSILOR®

Alleanza rinnovata

LA DIVISIONE LENTI E STRUMENTI ESSILOR® CONFERMA LA SUA PRESENZA A EXPO OTTICA SUD DI CATANIA.

Anche quest'anno **EssilorLuxottica** conferma la propria presenza a **Expo Ottica Sud**, appuntamento di riferimento per il settore ottico e oftalmico, con l'obiettivo di promuovere l'eccellenza visiva attraverso **innovazione tecnologica, formazione continua e soluzioni su misura** per gli ottici e per i loro clienti. Il Gruppo sarà presente presso lo stand n. 29-30-37-38 dove sarà possibile scoprire le ultime innovazioni e ricevere una consulenza personalizzata. Novità assoluta di quest'anno è **ES PRO™ 800M**, il nuovo sistema di molatura progettato per aumentare produttività e capacità nei laboratori. Una soluzione che unisce **precisione, versatilità, robustezza e velocità**, consentendo di ridurre sensibilmente i tempi di lavorazione: il **ciclo di sgrossatura SuperVeloce™** porta, infatti, il processo di taglio della lente a meno di un minuto, garantendo fino a 27 lavorazioni l'ora¹. Il nuovo set di dischi consente sagomature più rapide e precise, con una velocità media superiore del 25% rispetto ai modelli precedenti². A ciò si aggiunge un significativo miglioramento nella fresatura, con tempi ridotti fino al 57% e una durata dell'utensile moltiplicata per sei, indipendentemente dal materiale delle lenti³. A queste caratteristiche si aggiunge la **nuova tecnologia Fit 4 Frame 2.0**, che consente una gamma ancora più ampia di bisellature, per adattarsi perfettamente a qualsiasi profilo di montatura. Il risultato è un montaggio preciso, sicuro ed esteticamente impeccabile, senza compromessi tra funzionalità e design. Grazie al controllo in tempo reale



delle forze di taglio, **ES PRO™ 800M** garantisce processi affidabili anche nelle forme più complesse, adattandosi automaticamente alle curve fino alla base 10 ed evitando rischi di rottura. La posizione del bisello e la profondità del canalino vengono ottimizzate per assicurare sempre il massimo in termini di stabilità e comfort. La tecnologia ibrida permette infine di lavorare con estrema precisione tutte le tipologie di lenti, comprese quelle con trattamenti idrofobici. Ma **ES PRO™ 800M** non è solo performance: integra, infatti, un approccio responsabile ai processi di lavorazione, grazie alla tecnologia di taglio a secco, che riduce fino al 66% il consumo d'acqua⁴, limitando sprechi, schegge e polveri generate durante la lavorazione delle lenti. Una soluzione che contribuisce a rendere i laboratori più sostenibili

e salubri, riducendo anche gli odori indesiderati legati al processo di molatura. Al fine di sensibilizzare il cliente finale **ES PRO™ 800M** è dotata anche di una web app⁵, **m'eye CUSTOM™**, che consente ai professionisti di mostrare le varie possibilità di personalizzazione disponibili. La partecipazione a Expo Ottica Sud non si limita a presentare prodotti e tecnologie, ma si inserisce in un percorso più ampio: un **dialogo continuo con gli ottici**, supportato da un programma strutturato di formazione e aggiornamento professionale. Gli appuntamenti organizzati da **EssilorLuxottica** nel corso dell'anno hanno già dimostrato un grande interesse e un'elevata partecipazione, confermando quanto sia centrale, per il settore, poter contare su momenti di confronto e crescita condivisa. La presenza a Expo Ottica Sud



rappresenta quindi un'occasione preziosa per consolidare questo legame e ribadire l'impegno del Gruppo nel guidare l'**innovazione** nel campo della **refrazione** e delle **soluzioni visive avanzate**. Un impegno che mette sempre al centro la professionalità degli ottici e il benessere visivo delle persone.

BIBLIOGRAFIA

1. Soggetto a determinate condizioni, quali tipo di lente, finitura della lente e ciclo di sagomatura.
2. Secondo lo studio PQV interno condotto a gennaio 2024. ES PRO™ 800M / 700M confrontato con PRO ETM 700/600, per montature con bordo senza funzione di smussatura/lucidatura.

3. Secondo lo studio PQV interno condotto a gennaio 2024. ES PRO™ 800M / 700M rispetto a ESTM 800 M ed ESTM 700 M, per montature con bordo senza funzione di smussatura/lucidatura.
4. Secondo lo studio interno PQV eseguito nel gen. 2024. ES PRO™ 800/700 M Il ciclo di fresatura rispetto al ciclo a 1 stella per montature con bordo senza finitura di smussatura/lucidatura.
5. Per garantire la migliore esperienza quando si utilizza l'applicazione web m'eye CUSTOM™, utilizzare browser e sistemi aggiornati come Safari o Chrome per iOS, Chrome per Android, Firefox o Edge per Windows. La funzione "Print Screen" può servire come alternativa a "Salva questa scelta" per sistemi obsoleti.

FE-GROUP

Manutenzione completa

LA GAMMA **CLEADEW** CONSOLIDA LA MISSIONE DI **OPHTECS** OFFRIRE **PRODOTTI TECNOLOGICAMENTE AVANZATI E SICURI**, CAPACI DI MIGLIORARE L'ESPERIENZA QUOTIDIANA DI CHI INDOSSA LENTI A CONTATTO.



Dal 1981, **Optecs** si concentra sul settore delle lenti a contatto seguendo la filosofia aziendale di **"Sfida e Innovazione"**. L'obiettivo del brand è rendere i propri prodotti noti al grande pubblico grazie a una combinazione di tecnologia all'avanguardia e lunga esperienza come produttore specializzato. Ricerca e sviluppo sono orientati a offrire soluzioni funzionali che rispondano alle esigenze pratiche di chi indossa lenti a contatto, garantendo al contempo il massimo rispetto per la salute oculare. Tra le ultime novità, spicca **Cleadew GP Hydra One**, una **soluzione unica** pensata per la **disinfezione, pulizia e conservazione** di tutte le **lenti a contatto gas-permeabili**. Grazie alla tecnologia **"Super Moist Dew" (SMD)**, le lenti mantengono una bagnabilità ottimale, aumentando il comfort quotidiano. La tecnologia SMD sfrutta un derivato dell'acido ialuronico che riveste la superficie della lente, migliorandone la capacità di trattenere l'idratazione e riducendo la sensazione di secchezza durante l'uso. La gamma Cleadew si distingue per la sua completezza. **Cleadew MPS**, ad esempio, è una **soluzione multifunzione** per l'uso con tutte le **lenti morbide**, comprese quelle in silicone hydrogel, che unisce **disinfezione, pulizia e conservazione**, migliorando la bagnabilità delle lenti e garantendo sicurezza ed efficienza.

Per le **lenti gas-permeabili sclerali**, **Cleadew SL** rappresenta un sistema di manutenzione completo a base di iodopovidone, capace di **disinfettare, pulire e rimuovere** le proteine quotidianamente, offrendo una **disinfezione superiore e prestazioni ottimali**. Il sistema è completato dalla **Care Solution**, una **soluzione** per il **risciacquo** arricchita con derivati dell'**acido ialuronico**, che incrementa la **bagnabilità** e migliora il **comfort**. **Cleadew for Soft** è invece pensata per tutte le **lenti morbide**, combinando un potente effetto **disinfettante** ad ampio spettro con la pulizia garantita dalle proteasi presenti nella pastiglia, assicurando **sicurezza e facilità d'uso**. **Cleadew GP** è la scelta ideale per le **lenti gas-permeabili**, inclusa l'**ortocheratologia**, grazie alla sua azione completa di **disinfezione, pulizia e rimozione** quotidiana delle proteine. Infine, **Cleadew SLi** rappresenta la **soluzione salina monodose** per il **risciacquo** e l'**inserimento** delle **lenti sclerali**, priva di conservanti e arricchita con ipromellosa e ialuronato di sodio, che aumenta il **comfort** e **riduce la formazione di bolle d'aria**.

A CHI RIVOLGERSI PER IL MERCATO ITALIANO
I liquidi per la manutenzione delle lenti a contatto di Optecs sono distribuiti in esclusiva in Italia da **EasyLac**, marchio di **FE-Group**.



LA LINEA COMPLETA COMPRENDE



CLEADEW-MPS
soluzione unica
per lenti morbide

CLEADEW-SL-CS
per lenti sclerali
care solution

CLEADEW SOFT
compatibile con tutte
le lenti morbide

CLEADEW GP
specifico per lenti
rigide gas-permeabili

CLEADEW SLi
soluzione salina
monodose

cleadew

Nuova soluzione per lenti a contatto gas-permeabili

Cleadew GP Hydra One è una soluzione unica per la disinfezione, pulizia e conservazione di tutte le lenti a contatto gas-permeabili. La tecnologia **"Super Moist Dew" (SMD)** introduce il derivato dell'acido ialuronico, che riveste la superficie della lente a contatto, migliorandone la bagnabilità e il comfort.

EASYLAC
true innovative solutions

a brand of FE-GROUP

SCOPRI DI PIÙ



HOYA

La formazione è trasformazione

IL PERCORSO PRESBIOPIA HOYA FACULTY ONLINE PERSEGUE UNA MISSION PRECISA: PERMETTERE ALL'OTTICO DI **EVOLVERSI** E **AFFERMARSI** COME **CONSULENTE DELLA VISIONE**.



In un mondo sempre più digitale, veloce e interconnesso, la **presbiopia** non è più solo una questione di età: è un **cambiamento profondo** che impatta il nostro stile di vita, il lavoro, le relazioni. E proprio in questo scenario in evoluzione, **Hoya** presenta il **Percorso Presbiopia Hoya Faculty Online**: un'esperienza formativa in partenza il 30 settembre, pensata per chi vuole fare la differenza, evolvendo a "**Consulente della Visione**", capace di leggere i bisogni, le emozioni e le aspettative dei clienti. *"Vogliamo valorizzare il ruolo dell'ottico come punto di riferimento per i propri clienti, capace di creare relazioni di fiducia e offrire soluzioni personalizzate"*, spiega **Alessandra Parodi, Product & Education Manager di Hoya Italia**, che guiderà il modulo introduttivo dedicato alle soluzioni progressive Hoya. *"Conoscere a fondo i prodotti significa saperli raccontare con autorevolezza, generando valore percepito e fidelizzazione"*. Il percorso si articola in 4 moduli ricchi di contenuti esclusivi: dalla tecnologia delle lenti alle strategie di comunicazione, fino alle tecniche di vendita evolute. **Paolo Anzani, Ottico-Optometrista e Psicologo**, esperto in psicologia della comunicazione, sottolinea: *"Ogni scelta del cliente è guidata da emozioni e bisogni latenti. Imparare a riconoscerli permette di costruire proposte che generano fiducia, connessione e valore"*. Non mancano strumenti pratici per il cross-selling, l'upgrade delle soluzioni visive e il multi-equipaggiamento, per accompagnare il cliente verso esperienze visive su misura, capaci di migliorare comfort, soddisfazione e qualità della vita.



Lenti progressive personalizzate Hoya:
**COSÌ CONFORTEVOLI CHE
NON TI ACCORGI DI INDOSSARLE.**
HOYA

Giancarlo Montani, Docente di Optometria e Contattologia presso l'Università del Salento, spiega: *"È importante saper trasformare la presbiopia da sfida a opportunità concreta: attraverso tecnologie innovative possiamo migliorare la qualità visiva e offrire esperienze personalizzate a ciascun portatore"*. Il Percorso Presbiopia Hoya Faculty Online è molto più di una formazione: è un trampolino di lancio per chi desidera **crescere, innovare** e diventare **protagonista del cambiamento**.



FIND YOUR FIT

Nike Legacy Collection

ITAL-LENTI

Un sistema di lenti per lo sportivo odierno

LE NUOVE PROPOSTE PER LO SPORT DI ITAL-LENTI CONIUGANO TECNOLOGIA, VISIONE E PRECISIONE.



Lo sport è fatto di scelte rapide, gesti precisi, coordinazione costante. Ogni movimento è guidato da ciò che vediamo. Per questo la qualità della visione è fondamentale, tanto quanto l'allenamento e l'attrezzatura. **Ital-Lenti** ha sviluppato lenti specifiche per l'attività sportiva: **4Sport**, nella versione monofocale, e **Sky 4Sport**, nella versione progressiva.

Due soluzioni ad alte prestazioni pensate per accompagnare l'occhio in ogni condizione, in ogni disciplina, con la stessa affidabilità e definizione. Le lenti **4Sport** sono progettate per offrire un campo visivo ampio e stabile. La geometria è ottimizzata per montature sportive avvolgenti, spesso molto curve, tipicamente base 8.0. La costruzione interna riduce le

distorsioni e garantisce una visione chiara anche nelle zone periferiche. Nella versione **Sky 4Sport**, la lente progressiva integra una distribuzione fluida dei poteri correttivi, permettendo un passaggio naturale tra le diverse distanze, anche durante movimenti rapidi o cambi improvvisi di direzione dello sguardo. Entrambe le lenti sono realizzate con materiali organici ad



alto indice di rifrazione, che offrono leggerezza, nitidezza e resistenza. La geometria è studiata per compensare gli effetti prismatici causati dalle montature molto curve, assicurando una visione stabile anche lateralmente, elemento fondamentale durante la corsa, la guida, il ciclismo o gli sport su neve.

A completare l'offerta vi è la possibilità di realizzare queste lenti in tre versioni tecnologiche differenti. La prima è la versione **fotocromatica** con tecnologia **Transitions® GEN S™** o **Transitions® XTRActive**, che permette alla lente di adattarsi automaticamente alla luce ambientale, scurendosi in esterno e tornando trasparente in ambienti interni. Questo garantisce continuità visiva senza dover cambiare occhiali, soprattutto per chi si allena in condizioni di luce variabile. La seconda possibilità è la versione **polarizzata** con tecnologia **NuPolar®**, ideale per chi affronta superfici altamente riflettenti come acqua, asfalto o neve.

La polarizzazione blocca i riflessi orizzontali, migliora il contrasto e la percezione dei contorni, offrendo una visione più riposante e precisa. Come valore aggiunto, le lenti possono essere realizzate anche nella versione **specchiata**, disponibile in diverse colorazioni.

Tra queste, la **specchiatura rossa** si distingue per le

sue proprietà tecniche: agisce sulle lunghezze d'onda dell'infrarosso, contribuendo a riflettere la radiazione termica. Questo effetto riduce l'accumulo di calore nella zona oculare e perioculare, offrendo una sensazione di freschezza prolungata anche in caso di esposizione solare intensa, senza compromettere la nitidezza della visione. La protezione dai raggi ultravioletti è garantita in tutte le versioni. Le lenti **4Sport** e **Sky 4Sport** offrono un sistema completo per la visione nello sport: ampiezza di campo, stabilità percettiva, comfort e protezione. Ogni componente della lente – dalla struttura geometrica alla tecnologia fotocromatica, dalla polarizzazione alla riflessione dell'infrarosso – è pensato per sostenere l'occhio in movimento, in situazioni visive complesse, ad alta velocità o in ambienti difficili. Scegliere queste lenti significa adottare un sistema visivo adatto allo sportivo moderno, che non si accontenta di una semplice correzione, ma desidera una visione ad alte prestazioni, precisa, sicura e protetta. **Ital-Lenti** ha trasformato la competenza tecnica in una proposta concreta per **migliorare la qualità visiva** nello sport, mettendo la **tecnologia** al servizio della **salute visiva** e della **performance**.

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**.

Tecnitalia,

Design & innovazione

Entra nel sito

Tecnitalia



Produzione diretta

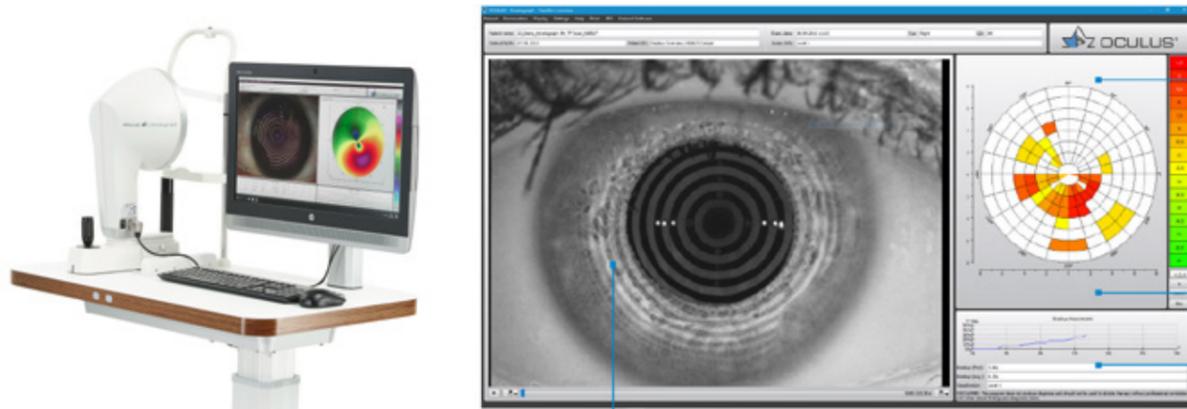
Chiama direttamente lo **0773.621126** o invia una mail a info@tecnitaliaopty.com per prenotare un video tour, i vantaggi, le opportunità economiche concrete. Gratuitamente tutto il Know How e la progettazione Tecnitalia.

T
Tecnitalia

R.O.M. | OCULUS

Diagnosi avanzata della secchezza oculare

IL TOPOGRAFO OCULUS KERATOGRAPH 5M PERMETTE VALUTAZIONI STRUMENTALI DI ELEVATA PRECISIONE FINALIZZATE ALLO STUDIO DELLA DINAMICA DEL FILM LACRIMALE.



Sintomi quali irritazione e arrossamento oculare, sensazione di corpo estraneo negli occhi, prurito, bruciore o lacrimazione in eccesso e alterazioni visive come offuscamento visivo o fotofobia sono molto comuni. Ci sono spesso molteplici fattori che contribuiscono a questo disturbo e devono essere identificati come concause. Stile di vita, età e sesso di appartenenza possono contribuire alla secchezza oculare. Fissare tablet e schermi di computer, l'esposizione quotidiana all'aria condizionata, il vento, il fumo e i climi secchi costituiscono le cause principali. L'uso per lunghi periodi di lenti a contatto, la chirurgia refrattiva e alcuni farmaci possono aggravare il discomfort oculare.

Il **topografo OCULUS Keratograph 5M**, con lo specifico software **JENVIS Pro Dry Eye Report**, consente test avanzati per comprendere nel dettaglio la natura complessa della superficie oculare e del film lacrimale.

Partendo dai sintomi del cliente e basandosi sul risultato dei test del Keratograph 5M si osserverà:

- la stabilità e il tempo di rottura del film lacrimale (**TF-Scan**): la registrazione video (fino a 32 immagini

al secondo) consente di studiare la diffusione delle particelle del film lacrimale e di trarre conclusioni sulla sua dinamica e viscosità;

- la disfunzione delle ghiandole di Meibomio (**Meibo-Scan**)
- l'apporto di ossigeno alla cornea (**OxiMap®**);
- il rossore limbale e bulbare in maniera oggettiva evidenziando i vasi congiuntivi e valutando il grado di arrossamento (**R-Scan**).

I dati sono generati da misurazioni senza contatto, valutati automaticamente e rappresentati in diagrammi che offrono una grande quantità di informazioni che vengono raccolte nel report riassuntivo JENVIS Pro Dry Eye Report.

I dati memorizzati e interpretati vanno a dare forma a un piano di gestione individualizzato per ciascun paziente, di cui si possono monitorare i progressi.

Le alterazioni corneali possono essere rilevate in una fase precoce, acquisendo dati precisi, affidabili e riproducibili da valutare in seguito con lo specialista.

Vieni a provarlo al nostro Stand a Expo Ottica Sud.



Ortocheratologia oltre il controllo miopia

Radisson Hotel Ferrara
Piazzale della Stazione 11
44121 - Ferrara (FE) - Italia

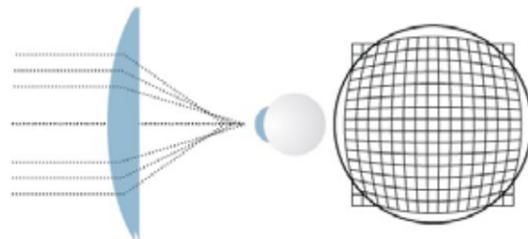


SwissLens

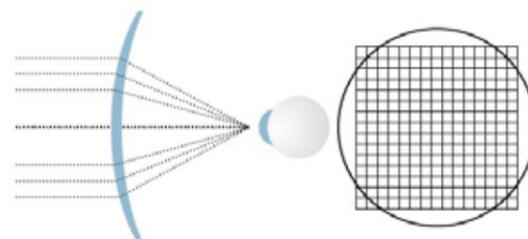
SEL OPTICAL

Ingegneria ottica applicata alla correzione visiva

LA SINERGIA TRA TECNOLOGIA FREE-FORM, DESIGN ASFERICO E GEOMETRIA ATORICA AFFERMA LE LENTI MONOFOCALI ARCUS COME UNA DELLE SOLUZIONI PIÙ PERFORMANTI OGGI DISPONIBILI.



LENTI SFERICHE

ARCUS 180
ASFERICA/ATORICA
FREE-FORM

Nel mondo dell'ottica, l'innovazione tecnologica ha portato a una continua evoluzione delle lenti oftalmiche, con l'obiettivo di offrire una **qualità visiva** sempre più **elevata e personalizzata**. Tra le soluzioni più avanzate disponibili oggi sul mercato, **SEL Optical** ha inserito nel proprio catalogo le **lenti asferiche atoriche free-form Arcus**: un prodotto di grande rilievo che presenta un concentrato di precisione, comfort e prestazioni visive superiori. Cosa sono le lenti asferiche atoriche free-form? Per comprendere il valore di queste lenti è utile chiarire in primis i tre concetti chiave che le definiscono:

- **asferiche**: le lenti asferiche sono progettate con una geometria che varia dalla zona centrale a quella periferica. Questo design riduce di gran lunga le aberrazioni ottiche rispetto alle lenti sferiche tradizionali, offrendo un campo visivo più ampio e immagini più nitide, specialmente nelle aree periferiche della lente, riducendo quindi il disagio quando il portatore sposta l'occhio dalla visione centrale della lente.
- **atoriche**: le lenti atoriche rappresentano un'evoluzione delle asferiche. Mentre le lenti asferiche utilizzano una singola curva ottimizzata per entrambi gli assi (sferico e cilindrico), quelle atoriche differenziano le curvatures

per ciascun meridiano della lente. Questo permette una correzione più precisa dell'astigmatismo e una visione più naturale e confortevole, soprattutto laddove il difetto visivo presenta astigmatismi dei fasci obliqui.

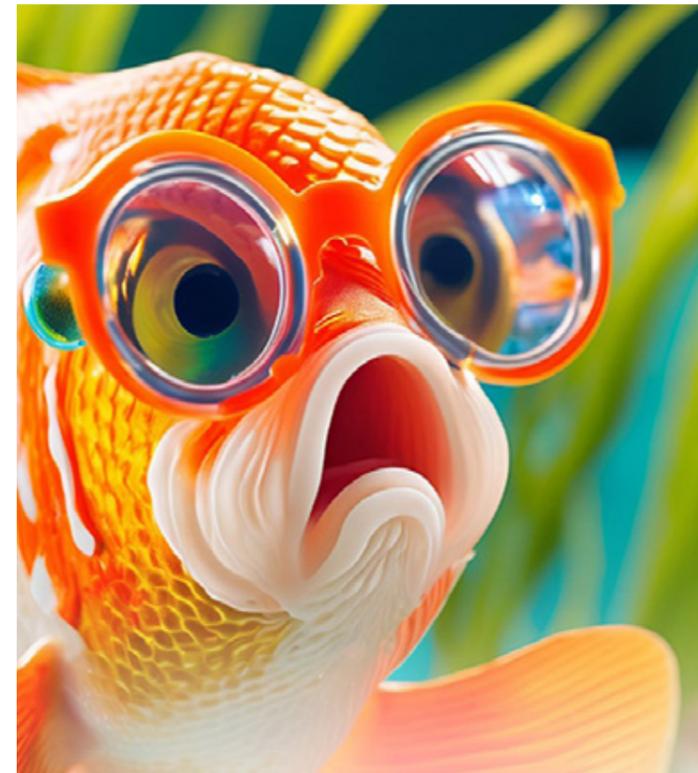
- **free-form**: il termine "free-form" si riferisce alla tecnologia di produzione computerizzata di altissima precisione, che consente di lavorare e "scoprire" la superficie della lente con una tolleranza nell'ordine dei micron. Questo processo permette anche il vantaggio di poter personalizzare ogni lente in base ai parametri posturali individuali del portatore (come la distanza interpupillare, l'altezza di montaggio, l'angolo pantoscopico, ecc.), garantendo una qualità visiva ottimale e definibile come "su misura!".

VANTAGGI PER IL PORTATORE

L'unione di **tecnologia free-form**, **design asferico** e **geometria atorica**, rende queste tra le lenti monofocali un prodotto punta per il mercato.

I principali benefici includono:

- visione nitida e precisa in ogni direzione dello sguardo;
- maggiore comfort visivo, anche in presenza di astigmatismi elevati e obliqui;



SEL OPTICAL
Effetto occhio di Pesce?

No, Grazie!

ARCUS 180

Scopri una visione senza compromessi:
ampia, nitida e definita!

Con la tecnologia **FREE-FORM**, la lente monofocale **ARCUS 180** unisce comfort e alta definizione,

- riduzione delle distorsioni periferiche;
- spessore e peso ridotti, per un'estetica più gradevole e un miglior comfort;
- adattamento rapido, grazie alla personalizzazione su misura.

IDEALI PER CHI?

Queste lenti sono particolarmente indicate per:

- portatori di lenti con poteri elevati, soprattutto astigmatici e/o con assi obliqui;
- utenti che cercano il massimo della qualità visiva;
- chi desidera lenti esteticamente sottili e leggere;
- portatori esigenti che utilizzano le lenti in situazioni visive complesse (guida notturna, uso intensivo del computer, attività dinamiche...).

Le lenti asferiche atoriche free-form Arcus rappresentano l'apice dell'ingegneria ottica applicata alla correzione visiva. Offrono una combinazione di precisione, personalizzazione e comfort ineguagliabili, trasformando l'esperienza visiva quotidiana in un piacere autentico. Affidarsi a un centro ottico qualificato per la scelta e l'applicazione di queste lenti è fondamentale per sfruttarne appieno i benefici e godere di una visione su misura e nitida senza compromessi.

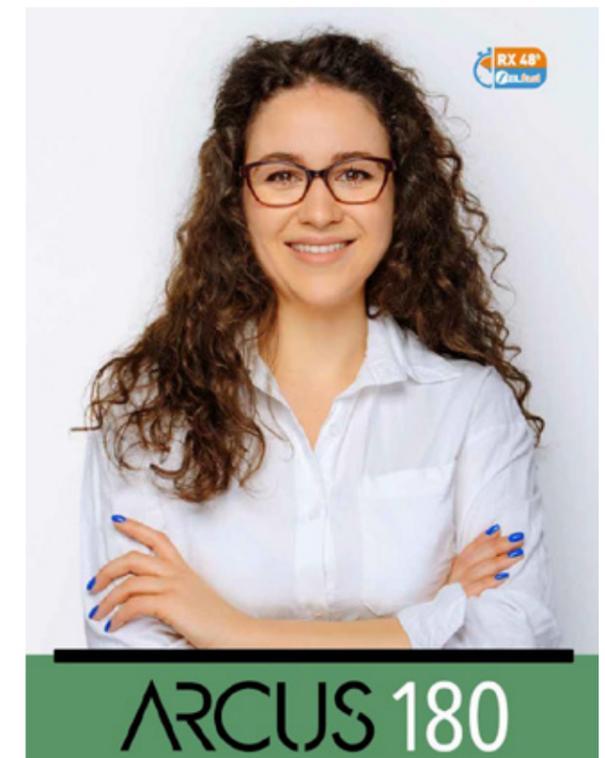
Per maggiori informazioni il customer service e gli agenti di zona sono a completa disposizione.

Tel.: 0533.728590

Fax: 0533.728537

Email: customerservice@seloptical.it

Visita il sito: seloptical.it



ARCUS 180

STELLEST® | ESSILOR®

Approccio completo

DALLA GUIDA EDUCATIVA PER LE FAMIGLIE ALLA RIVOLUZIONARIA TECNOLOGIA STELLEST®: NUOVI PASSI PER ACCOMPAGNARE LA CRESCITA VISIVA DEI PIÙ PICCOLI.



Proteggere la vista dei bambini è un obiettivo fondamentale. Dalla prima visita oculistica ai corretti stili di vita, ogni tappa può fare la differenza in un percorso di crescita sereno e consapevole. In prima linea, accanto alle famiglie e ai professionisti della visione, **Essilor** oggi amplia il proprio impegno con strumenti ancora più concreti per la prevenzione e la gestione dei difetti visivi dei bambini. L'urgenza di una maggiore consapevolezza è confermata anche dai dati dell'**Organizzazione Mondiale della Sanità**, che stima che entro il **2050** circa il **50%** della popolazione mondiale sarà **miope**¹. Una vera **emergenza visiva**, aggravata da stili di vita sedentari, ridotto tempo all'aria aperta e dall'uso precoce e intensivo di dispositivi digitali. Nei bambini, spesso si manifesta con difficoltà a vedere la lavagna a scuola, affaticamento visivo e tendenza ad avvicinarsi troppo a libri o schermi. Più piccolo è il bambino quando diventa miope, più velocemente progredirà la miopia. Una miopia elevata può aumentare il rischio di complicazioni oculari in età adulta. Oggi sono disponibili soluzioni che possono controllare la miopia nei bambini e rallentare la progressione. Tra le principali iniziative in arrivo a settembre, debutta il libretto "**Missione Occhi dei Bimbi**",

realizzato in collaborazione con Enrica Ferrazzi e Maria Antonietta Stocchino, autrici del volume "Gli occhi dei bimbi, guida alla salute visiva dei nostri figli".

Il libretto è una guida colorata e coinvolgente pensata per spiegare in modo semplice ed efficace le tappe fondamentali dello sviluppo visivo dei bambini e le buone abitudini da adottare fin dai primi anni. Non solo. Accompagna i genitori nel percorso di prevenzione dei principali difetti visivi, aiutandoli a riconoscere i segnali d'allarme da non sottovalutare, dalla nascita fino all'ingresso a scuola. Realizzata con un linguaggio accessibile e ricca di suggerimenti pratici, la pubblicazione sensibilizza sull'importanza di controlli precoci e stili di vita corretti, con un approccio multidisciplinare che coinvolge pediatri, oculisti, ottici-optometristi e ortottisti.

Un supporto educativo utile, pensato anche per il punto vendita in ottica di sensibilizzazione e di creazione di un dialogo attivo con le famiglie. Il libretto sarà disponibile negli studi oculistici, nei centri ottici e in versione digitale.

Tra le soluzioni visive presentate nel libretto **Missione Occhi dei Bimbi**, troviamo le lenti **Stellest®**, per la gestione della progressione miopica nei bambini.



Le lenti Stellest® correggono la miopia, offrendo una visione nitida in tutte le direzioni di sguardo, e **rallentano la progressione miopica in media del 67%²** se indossate almeno 12 ore al giorno per un anno. Grazie alla **tecnologia H.A.L.T.** (Highly Aspherical Lenslet Target), caratterizzata da una serie di microlenti invisibili³ che generano un segnale luminoso davanti alla retina, è possibile guidare correttamente la crescita oculare. Questo approccio permette di rallentare la progressione della miopia nei casi di miopia da lieve a moderata, senza compromettere l'estetica della lente o il comfort visivo del bambino. Inoltre, l'opzione vista-sole consente ai bambini di continuare a indossare lenti Stellest® anche durante le loro attività all'aperto, proteggendo gli occhi dalla luce solare e dai raggi UV. Sono disponibili in sei colorazioni brillanti e vivaci, per incontrare le preferenze di ogni bambino. Una risposta concreta a un'esigenza reale: garantire il controllo della progressione miopica anche durante le attività all'aperto, con un prodotto sicuro, efficace e pensato per accompagnare i bambini in ogni momento della giornata. In parallelo alle attività di prevenzione, **Essilor** rinnova il proprio supporto concreto nel percorso di gestione della progressione miopica dei bambini, supportando i genitori con il **programma Stellest®+**. Pensato per migliorare l'esperienza delle lenti Stellest®, il programma si arricchisce oggi di un importante aggiornamento: è ora possibile accedere **fino a 5 rinnovi delle lenti Stellest®** a condizioni agevolate, per accompagnare in modo più continuativo l'evoluzione visiva dei bambini. Il **pacchetto Stellest+** include anche la **Garanzia Stellest+**, valida 2 anni, e la **promozione sulla seconda coppia di lenti**. Inoltre, è stato **prolungato fino al 31 gennaio 2026** il periodo di validità della **Promo Family Stellest®**,



dedicata alle famiglie che desiderano investire nella salute visiva dei propri figli con un'offerta vantaggiosa. Rimane invariata la meccanica della promozione che prevede, a fronte dell'acquisto di lenti Stellest® in versione chiara o in versione da sole, l'acquisto agevolato di un secondo paio di lenti per un altro membro della famiglia. Questa seconda coppia di lenti può essere scelta tra monofocali per la gestione della miopia **Stellest®** in versione chiara, progressive **Varilux®**, monofocali evolute **Eyezen® Boost**, **Eyezen® Start Stock**, **Eyezen® Start RX**, **Eyezen® Kids**, in versione chiara, da sole o **Transitions®**, trattate con **Crizal® Sapphire™ HR**, oltre alle lenti presenti nel catalogo **Ray-Ban® Prescription Essilor® Special Edition**. Attraverso queste iniziative, **Essilor** rinnova il proprio impegno a promuovere la prevenzione e a sensibilizzare le famiglie sulla salute visiva dei bambini, affiancando i professionisti della visione con strumenti concreti, contenuti educativi e soluzioni innovative. Perché prendersi cura della vista dei bambini significa proteggere il loro futuro, fin dal primo sguardo.

BIBLIOGRAFIA:

1. Brien A. Holden, et al, (2016). "Global Prevalence of Myopia and High Myopia and Temporal Trends from 2000 through 2050". *Ophthalmology*, 123(5); p 1036-1042.
2. Rispetto alle lenti monofocali, se indossate dai bambini almeno 12 ore al giorno, tutti i giorni. Bao, J., Huang, Y., Li, X., Yang, A., Zhou, F, Wu, J., Wang, C., Li, Y., Lim, E.W., Spiegel, D.P. Drobe, B., Chen, H., 2022. Spectacle Lenses With Aspherical Lenslets for Myopia Control vs Single-Vision Spectacle Lenses: A Randomized Clinical Trial. *JAMA Ophthalmol*. 140(5), 472-478. <https://doi.org/10.1001/jamaophthalmol.2022.0401>.
3. Finitura estetica

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



Refrazione soggettiva periferica e misure accomodative

AUTRICE: SOFIA CANE – Corso di Laurea in Ottica e Optometria, Università degli Studi di Torino

L'obiettivo dello studio è stato quello di valutare la refrazione periferica con tecnica soggettiva e di relazionare la stessa alle misure accomodative soggettive e oggettive svolte sul soggetto. Per la refrazione soggettiva periferica è stata usata una tecnica basata sulla rilevazione di variazioni di contrasto e nitidezza mentre per le misure accomodative è stata valutata l'ampiezza accomodativa monoculare con metodo soggettivo in campo aperto e sono state valutate le microfluttuazioni accomodative tramite aberrometro oculare. L'obiettivo primario è stato quello di determinare se la refrazione periferica soggettiva corrispondesse alle misure accomodative e se vi fossero variazioni significative tra miopi e ipermetropi. L'obiettivo finale era comprendere se le diverse risposte periferiche potessero influenzare la progressione della miopia.

1. INTRODUZIONE

Nella correzione dei difetti visivi, si è soliti considerare unicamente la refrazione centrale, ignorando invece quella periferica. Tuttavia, negli ultimi anni, molti studi hanno evidenziato l'importanza del ruolo della refrazione periferica, specialmente in correlazione all'insorgenza e alla progressione della miopia. Come mostrato in Fig.1, con la correzione di lenti monofocali, infatti, l'occhio miope presenta un defocus ipermetropico in periferia che stimola l'allungamento del bulbo oculare e quindi la progressione della miopia. [Erdinest N. et al, 2023]

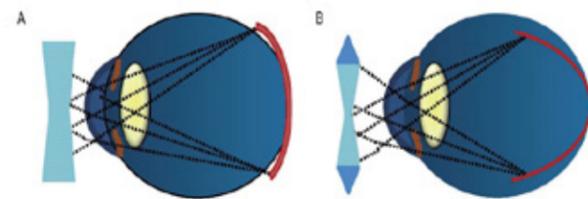


Fig.1: la correzione miopica con lenti monofocali corregge la miopia sia in fovea che in retina periferica dove risulta esserci un defocus ipermetropico (A). L'utilizzo di lenti multifocali, invece, crea un defocus miopico nella retina periferica che rallenta la progressione della miopia (B). [Erdinest N. et al, 2023]

Oltre ciò le recenti evidenze suggeriscono che anche l'accomodazione sia coinvolta nello sviluppo della miopia, osservando risposte accomodative più variabili nei miopi rispetto alla popolazione emmetrope. [Harb E. et al, 2006] In questo lavoro si è quindi ritenuto utile valutare in maniera soggettiva la refrazione periferica nasale e tempiale di soggetti con vari stati refrattivi, confrontandola alla refrazione centrale e correlandola a misure dell'accomodazione.

Accomodazione e miopia

L'occhio è formato da due diottri principali, cornea e cristallino. Quest'ultimo, grazie al muscolo ciliare, varia il proprio potere diottrico, ovvero compie la messa a fuoco. Tale capacità è chiamata accomodazione e consente di focalizzare i raggi luminosi provenienti da oggetti prossimali sulla retina, consentendo dunque la visione nitida. [Maffioletti S. et al, 2016] Minore è la distanza dell'oggetto osservato, maggiore sarà la richiesta accomodativa e quindi l'ispessimento del cristallino. Tale relazione è descritta dalla formula: stimolo accomodativo $[D] = 1/\text{distanza oggetto [m]}$.

Tuttavia, l'accomodazione che il nostro sistema visivo effettivamente esercita è spesso inferiore allo stimolo: il piano dell'accomodazione è quindi più lontano del piano di osservazione. La differenza tra l'accomodazione richiesta e quella esercitata dal sistema visivo è detta lag accomodativo. [Maffioletti S. et al, 2016]

Inoltre, la quantità di accomodazione non viene mantenuta costante anche se lo stimolo a cui è sottoposto il sistema visivo non cambia. Infatti, il sistema visivo accomoda compiendo delle microfluttuazioni accomodative che hanno un valore pari a circa 0,50 D e sono distinte in micro-fluttuazioni ad alta frequenza e a bassa frequenza. [Charman N. et al, 2015] Data la variazione della quantità di accomodazione attivata per una certa distanza rispetto all'accomodazione teorica e la variabilità della stessa nel tempo come descritto nei paragrafi precedenti è lecito ipotizzare che questi comportamenti possano muoversi diversamente in soggetti con ametropie differenti. In particolare, si è sempre più convinti che l'accomodazione sia coinvolta nello sviluppo della miopia. In alcuni studi si è analizzato il comportamento accomodativo

di miopi e non miopi e si è notato che i miopi hanno una variabilità maggiore nelle risposte accomodative rispetto agli emmetropi e dunque è possibile una relazione tra variabilità nell'accomodazione e sviluppo della miopia. [Harb E. et al, 2006] In un altro studio, si è riscontrato che i soggetti con miopia a esordio tardivo hanno microfluttuazioni accomodative significativamente maggiori rispetto agli emmetropi e ai soggetti con miopia a esordio precoce. [Seidel D. et al, 2003]

Accomodazione, miopia e refrazione periferica

In uno studio della durata di due anni, sono stati coinvolti un centinaio di miopi giovani per valutare i cambiamenti nella refrazione periferica e associarli alla progressione miopica. Si è concluso che il defocus ipermetropico è associato alla miopia; tuttavia, non è stato possibile stabilire un nesso causale tra errore refrattivo periferico e progressione miopica. [Radhakrishnan H. et al 2013]

Uno studio più recente invece ha esaminato il comportamento dell'accomodazione nella periferia retinica di occhi trattati con cicloplegico con lo scopo di migliorare il controllo della progressione miopica. La refrazione periferica eseguita su questi soggetti ha mostrato uno spostamento ipermetropico maggiore della refrazione centrale. Inoltre, nel gruppo con miopia elevata si è osservato un defocus ipermetropico maggiore rispetto a quello del gruppo con miopia bassa o media; perciò, l'accomodazione dovrebbe essere presa in considerazione quando si adotta un trattamento per il controllo della progressione miopica che prevede la correzione del defocus ipermetropico. [Lu W. Et al, 2023]

In generale, negli anni, diverse ricerche hanno confrontato il comportamento della refrazione periferica in soggetti miopi ed emmetropi a diverse distanze e quindi con richieste accomodative diverse. Queirós A. et al (2021), ad esempio, hanno osservato che la refrazione periferica durante alti livelli accomodativi non è significativamente diversa tra miopi ed emmetropi, mentre hanno riscontrato differenze per la visione intermedia e da vicino fino a 3,00 D.

In letteratura si trovano quindi numerosi articoli che indagano il comportamento della refrazione periferica che, tuttavia, è quasi sempre misurata in modo oggettivo, utilizzando quindi retinoscopia o autorefrattometria a campo aperto. In questo lavoro, invece, si misura la refrazione periferica in modo soggettivo e la si relaziona con l'ampiezza accomodativa soggettiva e con le microfluttuazioni accomodative (misurate con tecnica oggettiva).

2. MATERIALI E METODI

In questo studio sono stati coinvolti 21 studenti di età compresa tra i 19 e i 25 anni, di cui 10 femmine e 11 maschi, con errore refrattivo medio di $-0,36 \pm 2,16$ D. Per ciascun soggetto sono stati raccolti i seguenti dati relativi all'occhio destro:

1. refrazione soggettiva centrale per lontano;
2. refrazione soggettiva periferica nasale e tempiale per lontano;
3. ampiezza accomodativa soggettiva monoculare in campo aperto (PPA);
4. microfluttuazioni accomodative.

1. La refrazione soggettiva centrale per lontano è stata misurata mediante l'uso del forottero e di un ottotipo digitale posto a una distanza di circa 6 metri. Si è eseguita la refrazione in visione monoculare ricercando il massimo positivo per la miglior acuità visiva, considerando sia la componente sferica che quella cilindrica. È stato quindi svolto l'annebbiamento, il test bicromatico e i cilindri crociati. L'illuminazione d'ambiente è stata mantenuta costante a 317 ± 20 lux.
2. Sull'ottotipo, posto sempre alla stessa distanza, è stata proiettata la lettera H di grandezza 0,25 LogMAR. Sui bordi laterali dell'ottotipo, sono state poste delle strisce di carta bianca su cui sono stati disegnati due pallini neri di diametro di 2 centimetri. Queste mire risultavano essere a 25 centimetri dalla lettera centrale e sottendevano dunque una distanza angolare di $2,75^\circ$.

Per avere a disposizione un campo visivo più ampio, è stato utilizzato l'occhialino di prova con la correzione misurata precedentemente, ed è stata rilevata la refrazione soggettiva periferica nasale e tempiale mediante una tecnica basata sulla valutazione della variazione di contrasto e nitidezza. Per misurare la refrazione periferica tempiale si chiede al soggetto di fissare la mira a destra dell'ottotipo e di osservare eventuali variazioni di contrasto e nitidezza nella lettera sullo schermo nel momento in cui si pongono davanti all'occhio delle lenti che variavano da $+0,50$ D a $-0,75$ D. Si registra la lente che evidenzia una maggiore differenza. Nel caso in cui il soggetto non noti differenze si annota 0,00 D. Dopo aver misurato la refrazione tempiale, si chiede al soggetto di fissare la mira a sinistra e si ripete la procedura per registrare il valore di refrazione nasale.

3. Per la rilevazione del valore di ampiezza accomodativa, si è utilizzato il metodo del Push Up: si chiede al soggetto di osservare una mira accomodativa e di fermare l'operatore che la avvicina all'occhio nel momento in cui la vede sfocata. Durante la presa dati si sono rilevate tre misure e in fase di analisi si è considerata la media.
4. Infine si sono acquisiti i dati delle microfluttuazioni accomodative servendosi dell'aberrometro oculare Osiris-T che restituisce valori di accomodazione minima e massima a 5, 10 e 15 secondi e consente di misurare il fronte d'onda oculare con un frame rate di 33 immagini/secondo, permettendo di valutare i fenomeni non stazionari come l'accomodazione nelle sue diverse fasi. [CSO Italia, 2022]

Per lo svolgimento di questa tesi, è stato coinvolto un campione casuale di 21 soggetti giovani di età media $21,2 \pm 1,6$ anni. Il campione è stato inoltre suddiviso in soggetti miopi (8) e non miopi (13) per poter eseguire confronti più mirati in fase di analisi. Al fine di uniformare l'analisi, si è considerato l'equivalente sferico della refrazione centrale applicando la seguente formula: sfera equivalente $[D] = \text{sfera } [D] + \frac{1}{2} \text{ cilindro } [D]$. Mediante il test di Shapiro-Wilk, si è verificata la normalità delle distribuzioni dei vari dati. La refrazione centrale è risultata essere una distribuzione non normale, mentre i valori di refrazione periferica, delle microfluttuazioni e dell'ampiezza accomodativa sono distribuiti normalmente. Questo test è stato eseguito anche per i dati di refrazione relativi ai sottogruppi miopi e non miopi

si è ottenuto che i dati dei miopi sono distribuiti normalmente, mentre quelli dei non miopi non sono distribuiti normalmente. Come primo confronto, è stato eseguito il test di Student per campioni appaiati tra i dati di refrazione (si è posta la soglia di significatività al 5%). Il test è stato svolto considerando tutti i soggetti e i sottogruppi miopi e non miopi.

Si sono ottenuti i seguenti risultati:

- nasale vs tempiale: nessuna differenza significativa;
- centrale vs nasale: nessuna differenza significativa;
- centrale vs tempiale: differenze significative per tutti i soggetti e per il gruppo dei miopi, nessuna differenza significativa per il gruppo dei non miopi.

Successivamente è stato eseguito il test Anova a una via per confrontare le tre refrazioni contemporaneamente: questo test non ha evidenziato differenze significative. Dal momento che la dimensione del campione è piccola, l'Anova potrebbe non avere abbastanza potenza statistica per rilevare differenze. I test di Student per campioni appaiati, essendo più mirati, potrebbero invece rilevare differenze in specifiche coppie di gruppi, come nel confronto centrale vs tempiale. In seguito, si sono prese in considerazione le misure accomodative eseguendo il fit lineare tra l'ampiezza accomodativa e le variazioni di microfluttuazioni. Per quanto riguarda le microfluttuazioni, si è considerata la media delle variazioni tra massimo e minimo registrate a 5, 10 e 15 secondi. Si ottiene il risultato riportato in Fig. 2.

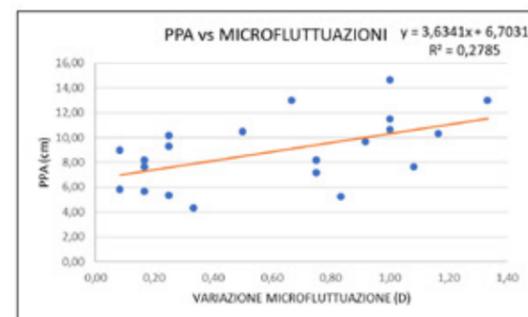


Fig. 2: fit lineare ampiezza accomodativa e variazione di microfluttuazione.

Nonostante il coefficiente di correlazione sia vicino al 28% e aumenti al 45% se si considerano solo le microfluttuazioni a 5 secondi, eseguendo il test χ^2 si ottiene che la retta non è adeguata alla distribuzione dei dati. Tuttavia si osserva che all'aumentare dell'ampiezza accomodativa aumenta l'ampiezza delle microfluttuazioni.

Successivamente si sono messe a confronto le misure accomodative e le misure di refrazione periferica. Si sono eseguiti fit lineari tra l'ampiezza accomodativa e la variazione di refrazione periferica nasale e tempiale per i sottogruppi dei miopi e dei non miopi. Nella Fig. 3 si osservano i dati dei soggetti miopi, che risultano avere una correlazione maggiore rispetto ai non miopi, riportati in Figura 4. Tuttavia, il test χ^2 evidenzia il fatto che entrambi i fit lineari non rappresentano adeguatamente le distribuzioni dei dati.

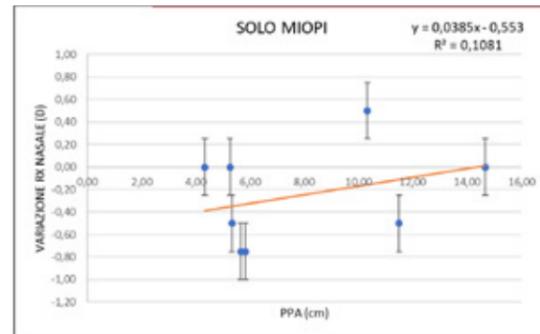


Fig. 3: fit lineare ampiezza accomodativa e refrazione periferica nasale per il gruppo dei miopi.

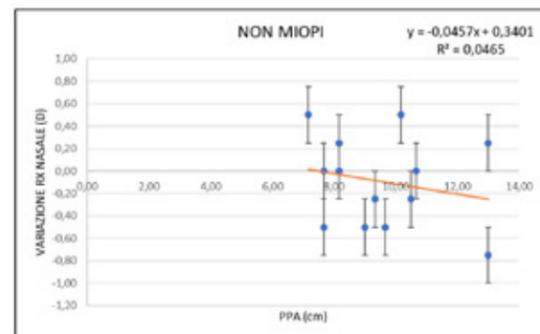


Fig. 4: fit lineare ampiezza accomodativa e refrazione periferica nasale per il gruppo dei non miopi.

Risultato simile si ottiene nei grafici relativi alla refrazione tempiale, dove il gruppo dei miopi presenta una correlazione vicina al 18% (Fig. 5), mentre quello dei non miopi mostra una correlazione approssimabile a zero (Fig. 6). Anche in questi casi il test χ^2 indica che la distribuzione non rappresenta i dati. Infine si sono confrontate le variazioni di refrazione periferica e le variazioni di microfluttuazione. Per quest'ultime, si è considerata la media delle differenze tra massimo e minimo dei dati registrati a 5, 10 e 15 secondi.

Nel graficare i dati di refrazione nasale si osserva una correlazione di circa il 52% per i dati dei miopi (Fig. 7), mentre i non miopi mostrano una correlazione poco superiore al 2% (Fig. 8). Tuttavia, il test χ^2 evidenzia il fatto che entrambi i fit lineari non rappresentano adeguatamente le distribuzioni dei dati.

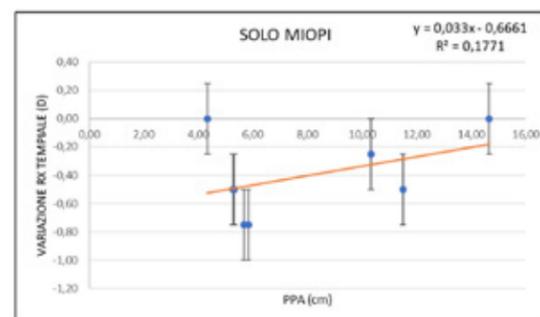


Fig. 5: fit lineare ampiezza accomodativa e refrazione periferica tempiale per il gruppo dei miopi.

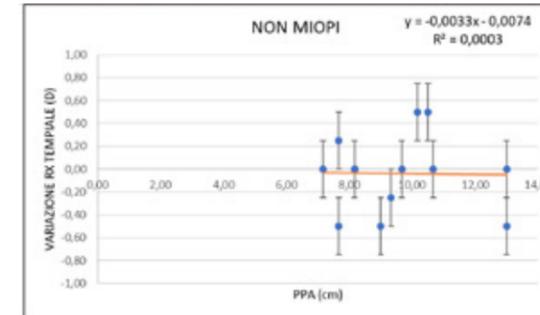


Fig. 6: fit lineare ampiezza accomodativa e refrazione periferica tempiale per il gruppo dei non miopi.

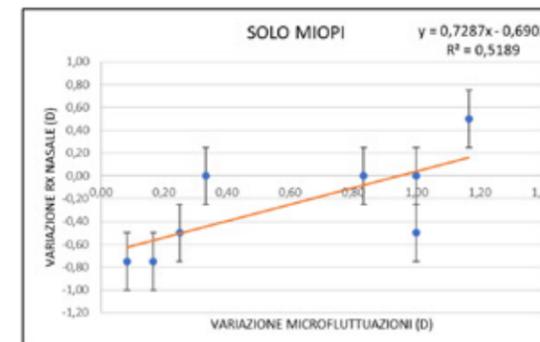


Fig. 7: fit lineare variazione di microfluttuazione e refrazione periferica nasale per il gruppo dei miopi.

Per concludere, in Fig. 9 e in Fig. 10 si rappresenta la refrazione tempiale. Anche per queste grandezze si osserva una correlazione maggiore nel momento in cui si considerano solo i soggetti miopi rispetto ai soggetti non miopi. Anche in questi casi il test χ^2 indica che la distribuzione non rappresenta i dati. Nonostante nessun fit lineare risulti essere adeguato alle distribuzioni dei dati, non sono stati eseguiti fit non lineari perché non ci sono fondamenti su cui basarsi per ipotizzare una distribuzione più complessa. Inoltre, l'intenzione dello studio era di fare una valutazione pilota per capire se vi fossero correlazioni tra le grandezze considerate e per questo è stato scelto il fit lineare che è il più semplice.

3. CONCLUSIONI

In conclusione, dai grafici delle misure accomodative si può dedurre che all'aumentare dell'ampiezza accomodativa aumenta l'ampiezza delle microfluttuazioni, pertanto si ipotizza una relazione di proporzionalità diretta tra queste due grandezze. Inoltre, esaminando i fit lineari delle misure accomodative in relazione ai dati di refrazione periferica, si osserva che i grafici relativi ai soggetti miopi mostrano correlazioni maggiori rispetto ai non miopi. È dunque necessario approfondire questo studio servendosi di un campione più ampio per valutare meglio questo aspetto. Infine, questi dati non sono stati correlati alla progressione miopica visto il ristretto numero di soggetti miopi all'interno del campione e perché si è approfondito maggiormente l'aspetto legato al comportamento della refrazione periferica in relazione all'accomodazione.

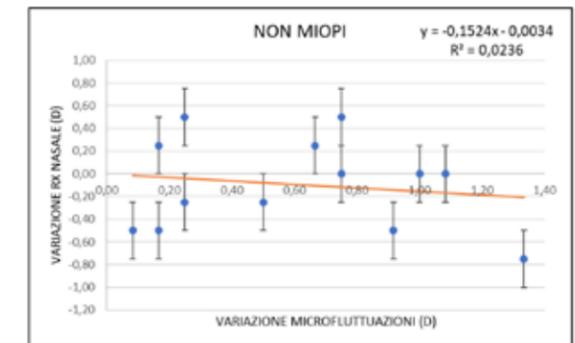


Fig. 8: fit lineare variazione di microfluttuazione e refrazione periferica nasale per il gruppo dei non miopi.

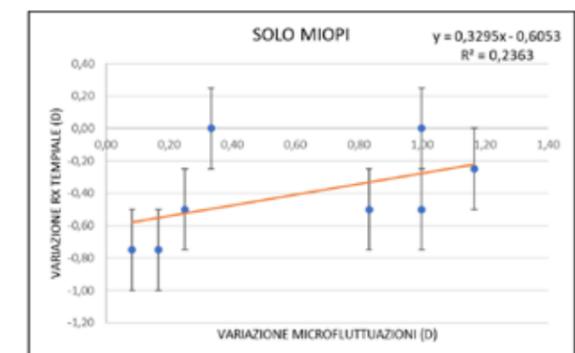


Fig. 9: fit lineare variazione di microfluttuazione e refrazione periferica tempiale per il gruppo dei miopi.

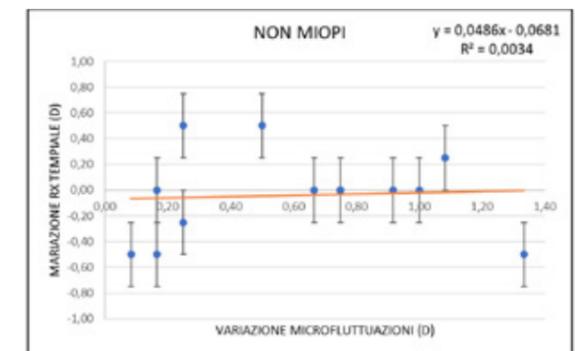


Fig. 10: fit lineare variazione di microfluttuazione e refrazione periferica tempiale per il gruppo dei non miopi.

SCANSIONA IL
QR-CODE PER LA
BIBLIOGRAFIA



Alcon Italia

20154 Milano
Via Don Luigi Sturzo 43
Tel. 02818031

Bausch+Lomb-IOM

20090 Vimodrone MI
Viale Martesana 12
Tel. 0227407300

D.A.I. Optical Industries

70056 Molfetta BA
Via dei Calzaturieri 9 z.i.
Tel. 0803974278

EssilorLuxottica

20123 Milano
Piazzale Cadorna 3
Tel. 02535791

Etnia Barcelona

08950 Esplugues de Llobregat
Barcelona, Spagna
Carrer d'Enric Morera 42-44
Tel. +34934735085

Expo Ottica Sud

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

FE-Group

21058 Solbiate Olona VA
Via IV Novembre 118
Tel. 0331342008

Hoya Lens Italia

20024 Garbagnate Milanese MI
Via Bernardino Zenale 27
Tel. 02990711

Ital-Lenti

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

Kontakt Lens V.A.O.

20122 Milano MI
Viale Emilio Caldara 24
Tel. 0815706771

Luxottica Italia

32012 Agordo BL
Via valcozzena 10
Tel. 04376441

Marchon Italia

32015 Alpago BL
Viale Alpago 151
Tel. 800700600

MIDO

20145 Milano
Via A. Riva Villasanta 3
Tel. 0232673673

MOREL France

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

Optox

Assistenza Clienti
assistenzaclienti@optox.it
Tel. 0236635882

R.O.M.

47894 Chiesanuova RSM
Strada delle Seriole 14
Tel. 0549999558

SEL Optical

44021 Pontemaodino di Codigoro FE
Via Firenze 22
Tel. 0533728590

SOPTI

35126 Padova PD
Via dei Giacinti 44
Tel. 3391298771

Tecnitalia

04100 Latina LT
Strada Sandolara 201
Tel. 0773621126



EOS
EXPO OTTICA SUD

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

PRECISION 1™
LENTI A CONTATTO GIORNALIERE

LENTI A CONTATTO TORICHE PRECISION1™

PER UN'ESPERIENZA DI PORTO STABILE⁵ GRAZIE ALLA
TECNOLOGIA PRECISION BALANCE 8|4™

SCEGLI
IL COMFORT^{1,2}
DI PRECISION1™

CON PIÙ DELL'80% D'ACQUA IN SUPERFICIE³



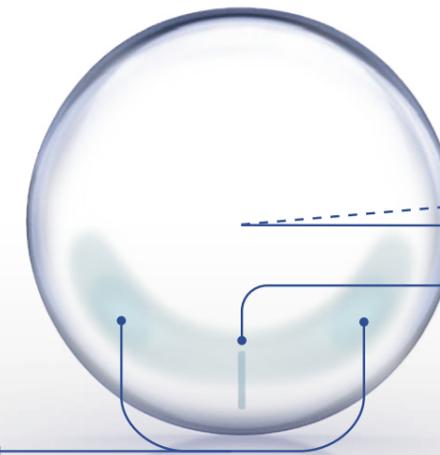
LE LENTI A CONTATTO GIORNALIERE
PIÙ APPLICATE SUI NUOVI PORTATORI NEL 2024⁴

CON TECNOLOGIA SMARTSURFACE™
PER UN COMFORT ELEVATO FINO A 16 ORE^{1,2}

SMARTSURFACE™
TECHNOLOGY

PRECISION
BALANCE 8|4™

Punti di stabilizzazione
a ore 8 e 4 aiutano
a minimizzare
l'interazione con
la palpebra inferiore



≤5°
di oscillazione
all'ammiccamento⁵
Segno
di riferimento
ad ore 6

FACILI DA APPLICARE COME UNALENTE SFERICA⁶

99%
Successo
medio in prima
applicazione⁵



100%
dei portatori ha sperimentato
una centratura ottimale
o un movimento della lente
accettabile⁵

<60''
il tempo medio
di stabilizzazione è inferiore
a 60 secondi⁵

Referenze: 1. Fogt J, Patton K. Long day wear experience with water surface daily disposable contact lenses. Clinical optometry. 2022(14):93-99. 2. In a prospective, randomized, controlled, double-masked bilateral crossover clinical study; n=113; Alcon data on file, 2021. 3. PRECISION1™ (DDT2) Lens with Smart Surface study; Alcon data on file, 2019. 4. GfK Fit Data Report Gennaio-Dicembre 2024. 5. In a study where n=78 eyes; Alcon data on file, 2020. 6. Perez-Gomez I, Valente R, Vonbun H. Survey of patient and ECPsatisfaction with a new daily disposable toric contact lens. Poster presented at 2021 American Academy of Optometry Annual Meeting; November 3-6; Boston, MA.

Sono dispositivi medici CE0123. Per l'utilizzo, la manutenzione, le precauzioni, le avvertenze, le controindicazioni e gli effetti indesiderati, consultare le istruzioni d'uso. Visitate il sito Alcon <https://ifu.alcon.com/> per importanti informazioni di prodotto. ©2025 Alcon. IT-PR1-2500024

Alcon

Switch to Eyezen®

**DAL 3
SETTEMBRE
AL 30
NOVEMBRE**

Approfitta
dei vantaggi della
**PROMO BACK
TO SCHOOL**

Proponi le lenti monofocali
evolute per stare al passo
con una vita sempre connessa,
anche in versione *Transitions*®

Essilor®, Evolving Vision™ e Eyezen® sono marchi registrati di Essilor International. Montatura: Ray-Ban RB5472 BRITT 8080.

Transitions è un marchio registrato di Transitions Optical, Inc. usato su licenza di Transitions Optical Limited. ©2025 Transitions Optical Limited.
Le prestazioni fotocromatiche sono influenzate da fattori quali temperatura, esposizione UV e materiale ottico della lente.



essilor

evolving
vision