

®

Anno Dodicesimo Numero 1 Duemilaventisei
X I I • 0 1 • 2 0 2 6

PQ

platform optic

Contiene I.P. - ISSN 2420-8795

INTERVIEW

**Lorraine Berton
Paolo Marchesi
Daniela Verazzo**

COVERSTORY

**Michele Locatelli
LE LUNETIER MILANO**

PHOTO BY ROBERTO DE RICCIARDIS © PLATFORM NETWORK 2026



 3-Zone
Progressive™
DESIGN

VICINO
DISTANZA INTERMEDIA
LONTANO

Advanced
 **MoistureSeal®**
TECHNOLOGY
+
 **ComfortFeel®**
TECHNOLOGY

VAI OLTRE
CON LE LENTI PIU'
PROGRESSIVE^{1*}
Semplicità | Nitidezza | Comfort



*Solo le lenti a contatto Bausch + Lomb ULTRA® ONE DAY Multifocal combinano la 3-Zone Progressive™ Design per offrire nitidezza da vicino a lontano con un sistema completo che offre idratazione+comfort grazie alle tecnologie Advanced MoistureSeal® e ComfortFeel, che consentono di avere un ambiente ad alta idratazione, alto Dk/t, basso modulo e filtro UV. Le lenti a contatto Bausch+Lomb ULTRA® ONE DAY Multifocal offrono benessere grazie al suo sistema completo che lavora per mantenere la superficie oculare in equilibrio grazie ad ingredienti trattenuti fino a 16 ore di porto e un'alta trasmissibilità all'ossigeno (Dk/t=134)

1. Risultati di 4 studi sulle lenti a contatto giornaliere Bausch + Lomb ULTRA® ONE DAY (kalfilcon A) Multifocal "Lens Fitting Results Summary", "Investigator Questionnaire Results Summary", "Lens Performance Rating Scales Results Summary", "Consumer Online Survey Results Summary", 2023.
Materiale ad uso esclusivo dei Sig.Ottici. ©2025 Bausch & Lomb Incorporated / UOD-IT-2404-2862

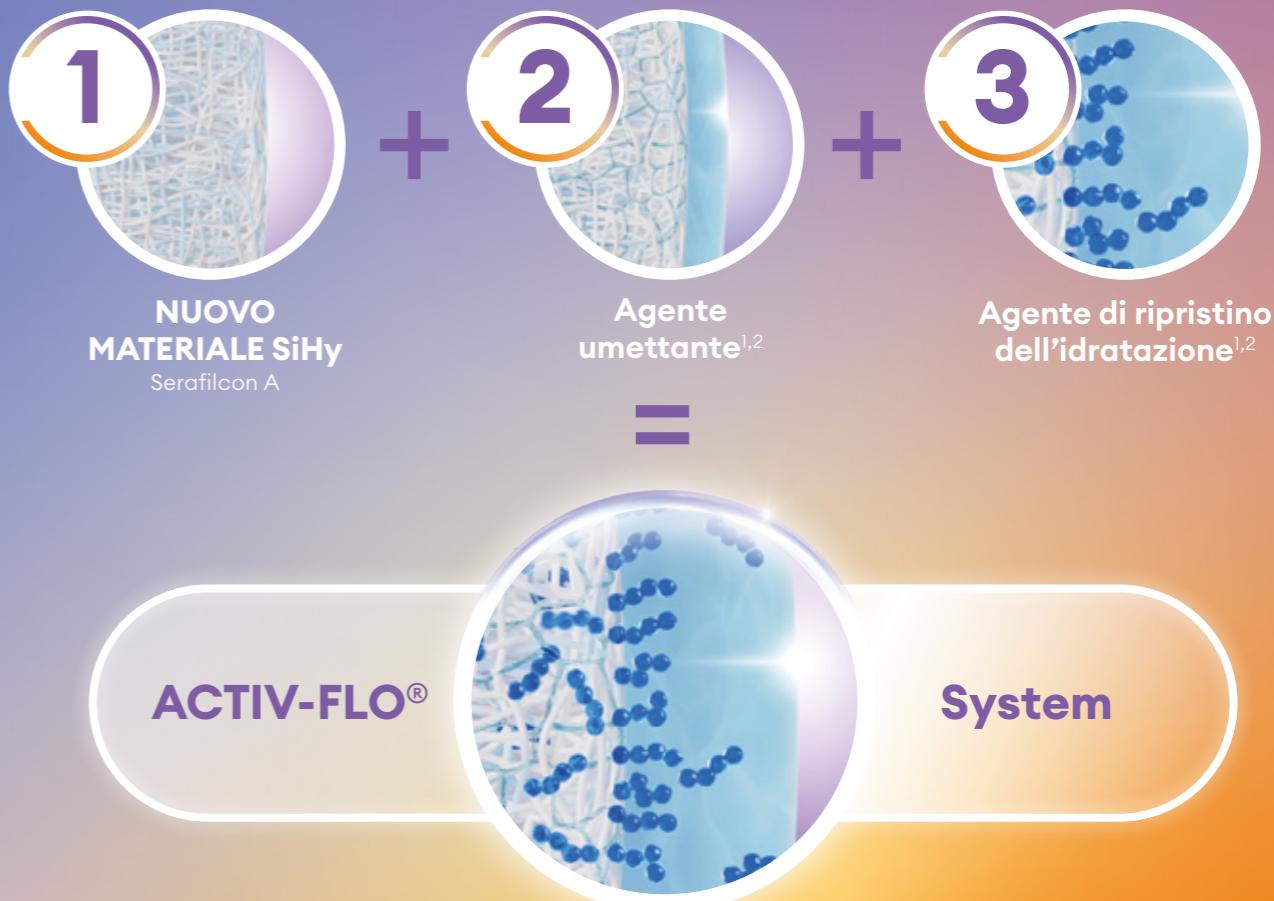
 Vivi un'esperienza ULTRA
BAUSCH + LOMB

PRECISION 7™

LENTI A CONTATTO SETTIMANALI



Nasce **PRECISION7™**, la nuova lente a sostituzione settimanale con l'innovativo **Activ Flo® System**, l'unica tecnologia al mondo a rilascio prolungato per 7 giorni.^{1,2}



16 ore
di comfort,
anche al giorno 7³



Più facile
ricordarsi quando
cambiarle⁴



Disponibili
anche per
Astigmatici

Referenze: 1. Zheng Y, Dou J, Wang Y, et al. Sustained release of a polymeric wetting agent from a silicone-hydrogel contact lens material. ACS Omega.2022;7(33):29223-29230. doi: 10.1021/acsomega.2c03310. 2. Phan CM, Chan VWY, Drolle E, et al. Evaluating the in vitro wettability and coefficient of friction of a novel and contemporary reusable silicone hydrogel contact lens materials using an in vitro blink model. Cont Lens Anterior Eye. 2024. (p<0.05) Based on simulated 7-day daily wear. 3. In a 2-week prospective clinical study in the US; n=181; CLEAR CARE Cleaning & Disinfecting Solution used for cleaning and disinfection; Alcon data on file, 2023. 4. Based on a survey of 500 US optometrists who fit contact lenses. Alcon data on file 2023.

Lenti a contatto correttive. 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-PR7-2500050

Alcon

• • •
nuance audio
 in tune with life

Occhiali per sentire meglio

Dispositivo acustico invisibile,
 integrato in un'elegante montatura.



**VIENI A TROVARCI PRESSO LO STAND
 ESSIOLUXOTTICA**

Padiglione 3 – Stand **T08 T16 U09 U15**



ANGELO DADDA

#giallo #gennaio #mido #milano #duemilaventisei

Giallo come Gennaio.

Gennaio è il mese sulla soglia. Un tempo sospeso in cui l'anno nuovo non è ancora una promessa mantenuta, ma già una direzione possibile. Gennaio è una luce obliqua, che invita a osservare meglio, a soffermarsi sui dettagli. Per il mondo dell'ottica questo tempo ha un nome preciso: attesa di MIDO. Molto più della più grande fiera internazionale del nostro settore. È un punto cardinale. È il luogo in cui ci si ritrova per misurare la distanza tra ciò che è stato e ciò che sta per diventare. Milano, per qualche giorno, si trasforma in una grande metafora della visione: un crocevia di persone, culture, tecnologie, design, materiali, intuizioni. Qui l'ottica non si limiterà a mostrarsi, ma si racconterà, si interrogherà, si rinnoverà. Il mercato in questo periodo storico, è vivo e in trasformazione. Non è un mercato semplice, ma è un mercato comunque fertile. Le dinamiche globali, i cambiamenti nei comportamenti di consumo, l'evoluzione digitale e l'attenzione crescente alla salute visiva hanno ridefinito le priorità. Dove qualcuno vede complessità, oggi emergono opportunità. Dove un tempo c'erano confini rigidi, ora esistono spazi di contaminazione e crescita. L'ottica contemporanea è sempre meno lineare e sempre più multidimensionale. Tecnologia e artigianalità dialogano, il prodotto incontra il servizio, l'estetica si fonde con la funzione. L'ottico non è più solo un professionista della visione, ma un interprete del benessere, un consulente capace di leggere bisogni esplicativi e silenziosi. In questa evoluzione risiede una forza straordinaria: la possibilità di differenziarsi, di costruire valore autentico, di tornare al centro della relazione con il cliente, utente, spesso impaziente... MIDO 2026 per noi di P.O. Platform Optic sarà di colore Giallo e la fiera rappresenterà un grande

laboratorio di futuro. Non solo per ciò che verrà esposto, ma per le conversazioni che nasceranno, per le idee che prenderanno forma tra uno stand e un incontro, per le domande che ogni professionista porterà con sé tornando a casa, in azienda o in negozio. È qui che si intuiranno i nuovi linguaggi del mercato, le strade della sostenibilità, le applicazioni concrete dell'intelligenza artificiale e della tecnologia al servizio dell'uomo. È qui che l'innovazione smetterà di essere astratta e diventerà visione condivisa. C'è un elemento che oggi più che mai emerge con chiarezza: il settore dell'ottica ha una responsabilità culturale. In un mondo saturo di immagini, aiutare a vedere meglio significa anche aiutare a comprendere meglio. Significa restituire tempo, attenzione, qualità. Questo valore non è mai stato così attuale, né così richiesto. Gennaio 2026 ci invita quindi a guardare avanti con fiducia. Non con ingenuità, ma con consapevolezza. Le opportunità esistono per chi sa osservare con occhi nuovi: nella specializzazione, nella personalizzazione, nella formazione continua, nella capacità di raccontare il proprio ruolo in modo autentico. Il mercato premia chi sceglie di evolvere senza perdere identità. MIDO sarà la soglia simbolica di questo passaggio. Un luogo in cui il futuro non si subisce, ma si costruisce insieme. In un'epoca spesso sfocata, il nostro ruolo assume un valore quasi etico. Da me e da tutta la redazione di P.O. Platform Optic l'augurio è che questo nuovo anno sia un esercizio di visione profonda: capace di cogliere il cambiamento, trasformarlo in possibilità e farne bellissima luce. Perché vedere chiaro e molto lontano, oggi, è la più grande forma di leadership. Buon Anno e buona lettura a tutti.

A close-up photograph of a woman's face. She is wearing dark sunglasses and a bright red, textured scarf wrapped around her neck. Her gaze is directed towards the viewer. The background is a soft, out-of-focus green and white.

**GLOBAL EYEWEAR,
GOLD STANDARD.**

31 GENNAIO - 1-2 FEBBRAIO - 2026

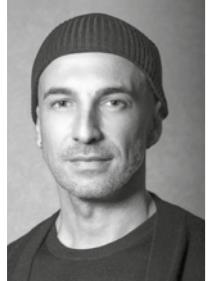
Fiera Milano, Rho



MIDO
LIVE THE WONDER



on the cover



MICHELE LOCATELLI
LE LUNETIER MILANO
MILANO, BIELLA, COMO,
COURMAYEUR

Foto by
ROBERTO DE RICCIARDIS

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

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

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

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

PLATFORM
N E T W O R K

P.O. PLATFORM OPTIC
Mensile numero 01_anno XII_2026

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 Bigiatti

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

ADVERTISING
Sara Brero

PROGETTO GRAFICO
Angelo Dadda

GRAFICA | POST PRODUZIONE
Paolo Veiranra

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



MIGLIORARE E PROTEGGERE IL BENESSERE VISIVO DEI TUOI CLIENTI È POSSIBILE.

Scopri come farlo al meglio.

Ti aspettiamo a Mido 2026

31 Gennaio - 2 Febbraio

Pad 3 | Stand N02 - P09
Milano Rho Fiera



Seeing beyond

**FROM SHADE
TO LIGHT**



R/EACTIV
PHOTOCHROMIC TECHNOLOGY

Tecnologia delle lenti adattive per una
visione perfetta in ogni condizione di luce.

 **Julbo®**

003

EDITORIAL

Giallo come
gennaio

010

COVER STORY

Visioni di lusso
e d'avanguardia

018

FASHION

Le direzioni
dell'eyewear

032

DESIGN CONNECTION

Silenziosa
eleganza

034

DESIGNER

Invasioni
architettoniche

038

PROTAGONISTI

Dell'industria

040

OVERVIEW

MIDO ai blocchi
di partenza

044

EVENTS

Save the date

048

INTERIOR DESIGN

The best of

052

TRENDS

Fashion

060

REVIEW

Focus

082

AGGIORNAMENTO

Professionale

Visioni di lusso e d'avanguardia

DAL PRIMO STORE MILANESE AL DEBUTTO QUEST'ANNO A PORTOFINO:
MICHELE LOCATELLI, TITOLARE E CREATORE DELL'INSEGNA **LE LUNETIER MILANO**, RACCONTA SULLE NOSTRE PAGINE IL PERCORSO DI UN FORMAT CHE HA TRASFORMATO L'OTTICA INDIPENDENTE IN UN'ESPERIENZA DI STILE, RICERCA E RELAZIONE.

Paola Ferrario

La storia di **Le Lunetier Milano** nasce da una scelta semantica precisa, quasi programmatica. Un nome evocativo, privo di traduzione letterale, che rimanda all'artigiano ottico francese d'un tempo: colui che lavorava le lastre, modellava il corno, costruiva l'occhiale dall'inizio alla fine. Da quell'immaginario fondativo prende forma un progetto che, in dieci anni, ha ridisegnato la geografia dell'eyewear indipendente, crescendo per tappe mirate da **Milano** (con tre store posizionati in punti centrali della città) a **Biella**, da **Como** a **Courmayeur**. Ora il brand guarda al mare, con il nuovo store in arrivo nel nuovo porto di **Portofino** e una filosofia che non cambia: selezione rigorosa, ambienti a misura di esperienza, team empatico e alta competenza. Un modello che continua a evolvere, guidato da una ricerca incessante e da una visione precisa di cosa significhi, oggi, essere realmente indipendenti. Il punto di partenza, la scelta del nome Le Lunetier, è già una dichiarazione d'intenti. Un sostantivo evocativo, senza una traduzione letterale, che rimanda a una dimensione artigianale e culturale ben precisa.

"Le Lunetier non ha una traduzione precisa ed è proprio questo che mi affascinava. In francese indica l'artigiano ottico: una figura che, un tempo, lavorava direttamente i materiali - dalle lastre al corno - realizzando tutto internamente. Un vero artigiano, nel senso più autentico del termine. Mi piaceva dare questo sapore anche al nome e all'insegna, raccontare una storia già a partire dalla denominazione. Cercare qualcosa di diverso fin dall'inizio, insomma".

Oggi Le Lunetier è una realtà consolidata del mondo dell'ottica che celebra un traguardo importante, costruito passo dopo passo nell'arco di dieci anni.

"Quest'anno festeggiamo i dieci anni. Abbiamo iniziato questa bellissima avventura nel 2016, in via Ravizza a Milano, con il primo negozio. Da lì, mantenendo sempre

la visione di lavorare con brand indipendenti dalla forte identità e con alcuni luxury brand selezionati, abbiamo aperto il secondo store a Biella, poi a Como e a Courmayeur. Qualche anno fa è arrivato anche un progetto differente, un negozio dedicato esclusivamente agli occhiali vintage, e infine l'ultima apertura, a marzo del 2025, in corso Garibaldi". Un percorso che non si arresta, perché il progetto continua a guardare avanti.

"A breve è prevista una nuova apertura".

Un'espansione che ha già una destinazione precisa e un contesto molto particolare.

"L'apertura sarà nel nuovo porto di Portofino. Possiamo raccontarlo perché è un progetto già avviato: stiamo lavorando con gli architetti e con la nostra squadra di brand. Più avanti ci piacerebbe sviluppare altre città, ma per ora procediamo step by step, una cosa alla volta".

L'apertura Portofino è vissuta come una nuova sfida.

"È un progetto nuovo, che richiederà tempo. Il porto è pensato per grandi imbarcazioni e ospiterà boutique esclusive, una sola per categoria merceologica.

Non avere concorrenza diretta è un plus. Sono fiducioso: credo diventerà presto un punto di riferimento sia per gli armatori che per gli autoctoni, per ambedue rappresenta una novità assoluta".

Alla base di ogni apertura c'è una filosofia chiara, che guida la selezione dei marchi e definisce l'identità degli store, fondata su avanguardia e lusso.

"La prima cosa che cerco è una netta differenziazione dal mass market. Ho voluto creare questo format proprio per essere diverso: nell'arredo, nella scelta dei marchi, nella proposta finale e anche nell'approccio al cliente.

La professionalità del team è fondamentale: abbiamo sale visita con strumentazioni di ultima generazione, ma allo stesso tempo cerchiamo un rapporto più caldo, più morbido, più umano, empatico. È questo che fa la differenza".



Photo by Roberto De Riccardis



Le Lunetier Milano Garibaldi - Progetto architettonico: Studio Mabb, Milano - Arredi: Pedà Arredamenti - Foto: Carola Merello



Anche dal punto di vista architettonico, ogni centro ottico è pensato come un luogo esperienziale, pur mantenendo una coerenza riconoscibile.

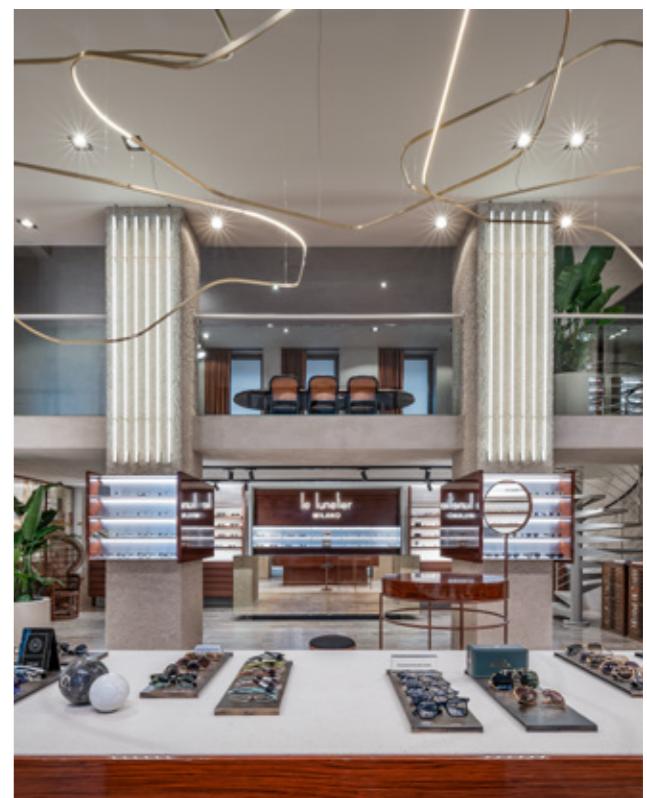
"Esiste una linea comune tra i vari store, ma ogni città richiede un'interpretazione specifica.. A Courmayeur, ad esempio, utilizziamo molto legno e pietra per richiamare la montagna. Gli elementi comuni sono gli espositori, il format, le vetrine e la brand list, che rimane sostanzialmente la stessa, con piccoli aggiustamenti in base al sell-out delle diverse città. La squadra, come format e come marchi, è sempre quella".

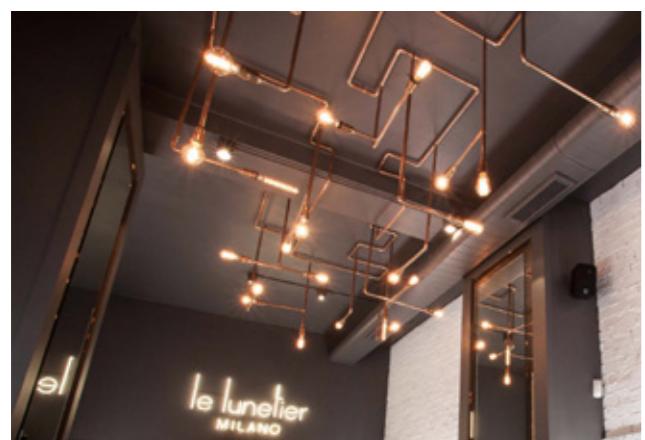
Una crescita che si riflette anche nella clientela, pur con alcune differenze legate ai territori.

"C'è un fil rouge, con alcune differenze. Nelle città turistiche come Como o Courmayeur, ad esempio, il sell-out privilegia prodotti leggermente diversi. Ma il progetto rimane coerente e l'80% della proposta è la stessa in tutti gli store".

Fondamentale, nella costruzione dell'identità degli spazi, è il lavoro con il team di progettazione.

"Dal primo negozio abbiamo sviluppato un format che poi abbiamo adattato alle varie città. Lavoriamo fin dall'inizio con lo Studio Mabb di Andrea Baselli, Riccardo Belinci e Sara Magnone: un rapporto di amicizia che si fonda su un continuo scambio di visioni".





Le Lunetier Milano Ravizza

Progetto architettonico: Studio Mabb, Milano
Arredi: Pedà Arredamenti

Fa eccezione il progetto milanese dedicato esclusivamente al vintage, pensato come un mondo a sé.

“Quello è un progetto a parte. È l’unico store dedicato esclusivamente al vintage, con pezzi iconici come Jean Paul Gaultier anni ’90-2000 o Cartier d’epoca. L’arredo è pensato come un salotto vintage, con colori e materiali che evocano gli anni ’70 e ’80.”

Anche il pubblico, in questo caso, si è rivelato diverso dalle aspettative iniziali.

“Pensavo fosse la stessa clientela, invece no. C’è una netta differenziazione. Solo circa il 10% dei clienti ha acquistato in entrambi i formati. Il vero plus è stato acquisire una fetta di mercato completamente nuova, cosa che inizialmente non avevamo previsto”.

La ricerca dei brand è un lavoro continuo, che nasce da una passione personale e da un’attività costante sul campo.

“La ricerca è una passione che ho sempre avuto, anche prima di diventare imprenditore. Mi documento molto, seguo il design e l’arredo, ma soprattutto frequento tutte le fiere di settore: MIDO, Silmo, Opti a Monaco, DaTE, ma anche Hong Kong, Seoul, Tokyo, il Vision Expo negli Stati Uniti. Frequentare le fiere è fondamentale per scoprire le vere ‘chicche’: oggi anche tra gli indipendenti ci sono brand molto affermati, ma individuare le etichette emergenti richiede presenza, curiosità e tempo”.

Osservando il mercato, il mondo dell’occhialeria indipendente appare oggi in piena evoluzione.

“Ogni brand ha un proprio DNA, ma il mercato è in forte espansione. Vedo sempre più ottici, abituati a lavorare con grandi gruppi, iniziare ad affacciarsi al mondo indipendente. Dieci anni fa sembrava un’utopia, oggi è una realtà sempre più diffusa. Se entra nel DNA degli ottici, è naturale che entri anche in quello del consumatore finale”.

Alla base del progetto c’è un percorso professionale ampio, fatto di esperienze molto diverse.

“Ho fatto esperienze molto diverse: dai centri commerciali, al diploma e al corso di optometria, fino a ruoli di store manager e area manager in grandi gruppi. Dopo aver visto il mass market e la ricerca da varie angolazioni, ho pensato che potessi creare qualcosa di mio. Da lì è nato tutto”.

Oggi Le Lunetier è rappresentato da una squadra strutturata.

“Siamo circa una ventina”.

La selezione del personale segue criteri precisi, che vanno oltre le competenze tecniche.

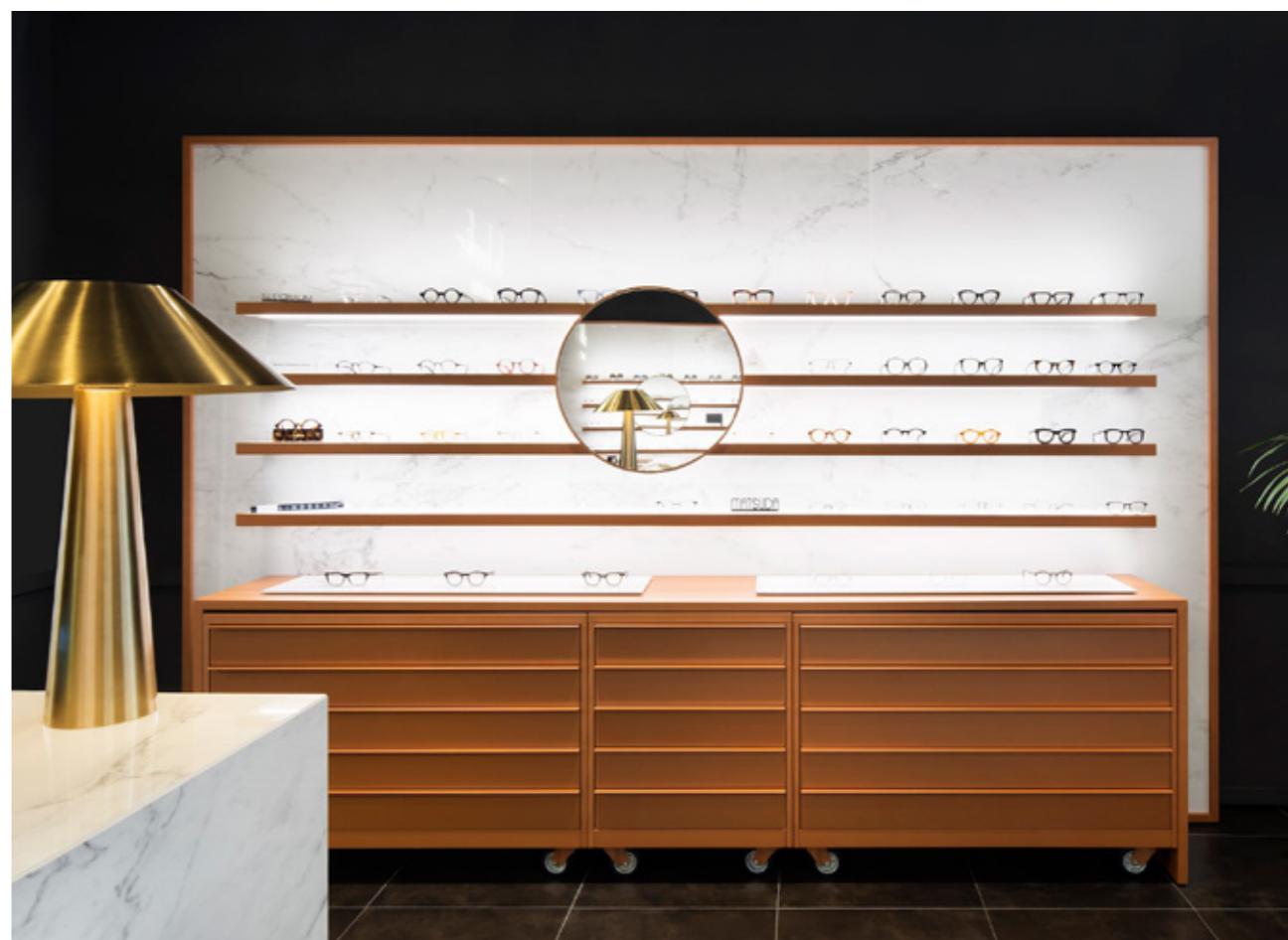
“Devono avere una forte propensione al contatto umano, al lavoro di squadra e alla vendita. Nel 95% dei casi sono ottici o optometristi, perché effettuano anche le visite. Ma soprattutto devono essere empatici e capaci di trasmettere il valore dei brand indipendenti, spiegandone materiali, qualità e filosofia”.

La formazione interna è parte integrante del progetto.

“Abbiamo due figure storiche che si occupano della



Le Lunetier Milano Vintage



Le Lunetier Biella



Progetto architettonico: Studio Mabb, Milano - Arredi: Pedà Arredamenti - Foto: Carola Merello



Le Lunetier Como



Le Lunetier Courmayeur



Progetto architettonico: Studio Mabb, Milano - Arredi: Pedà Arredamenti - Foto: Carola Merello



formazione sui brand. Non esistono corsi standard adatti al nostro format: la formazione è molto mirata e valoriale. Grande importanza è riservata anche agli eventi, intesi come strumenti di relazione e racconto.

Gli eventi in store sono molto importanti. Ne facciamo diversi ogni anno. Sono occasioni fondamentali di engagement e visibilità. Organizziamo eventi con dj, musica, catering e la presenza completa delle collezioni, per far comprendere la profondità del brand.

Milano, in questo senso, rappresenta un contesto particolarmente favorevole e il posizionamento degli store in punti centrali della città rappresenta sicuramente in plus in questa direzione:

Lavoriamo molto con musicisti, artisti, sportivi e personaggi dello spettacolo. Milano è perfetta per questo tipo di engagement.

In occasione di MIDO, il calendario si arricchisce ulteriormente.

Parteciperemo a MIDO e organizzeremo anche un evento in store il sabato sera, con il brand Sestini. Sarà un momento conviviale, aperto a chi esce dalla fiera.



SCANSIONA IL
QR-CODE PER LA
VIDEOINTERVISTA

DIREZIONI

DEL'EYEWEAR

fashion

Paola Ferrario

MIDO funge da palcoscenico dell'eccellenza per le novità della P/E 26. In queste pagine vi mostriamo una preview di alcune proposte presenti in fiera.

Forme audaci o minimaliste, materiali preziosi e dettagli sofisticati: il 2026 premia occhiali che uniscono design, artigianalità e tecnologia. Oversize flat, cat-eye delicati o geometrie inedite dialogano con palette cromatiche nuove, mentre comfort e funzionalità si fondono con estetica e unicità.

La visione dell'eyewear è vibrante, intrisa di tradizione e con una direzione precisa: essere fedele ai valori della qualità, assorbire gli elementi del passato e rivisitarli, superare i limiti del comfort e piegarlo alla tecnologia.

La parola chiave è infatti "equilibrio": tra forme architettoniche e linee morbide, tra lusso e funzionalità, tra estetica e comfort.

Il design resta l'elemento fondante che definisce gli stili. L'occhiale non smette di scrivere la sua narrazione estetica e MIDO accende i riflettori su tutto questo processo evolutivo, come ogni anno.

fashion

►► MIGA STUDIO

ISPIRATA ALL'ARMONIA DELL'ARTIGIANATO TRADIZIONALE GIAPPONESE E ALL'INNOVAZIONE MODERNA, QUESTA COLLEZIONE CELEBRA LA PERFETTA FUSIONE TRA FORMA E FUNZIONALITÀ GRAZIE AL DESIGN INNOVATIVO CHE TROVA LA SUA MASSIMA ESPRESSIONE NELLA CERNIERA FLESSIBILE. CIASCUN MODELLO RIFLETTE LA BELLEZZA NELLA SEMPLICITÀ E NELL'ELEGANZA EFFIMERA, ABBRACCIANDO AL CONTEMPO UN'INGEGNERIA ALL'AVANGUARDIA





►► 1. **ARENA EYEWEAR:** SAETTA È UNA MONTATURA ULTRALEGGERA IN RILSAN®, CON NASELLO REGOLABILE E LENTI IN POLICARBONATO CON PROTEZIONE UV 100%. PENSATO PER LE ATTIVITÀ AD ALTE PRESTAZIONI, OFFRE UN'AMPIA GAMMA DI CARATTERISTICHE PENSATE PER GARANTIRE RESISTENZA E DURATA NEL TEMPO ►► 2. **CARRERA:** L'OCCHIALE DA SOLE 378/S FA PARTE DELLA COLLEZIONE SIGNATURE E PRESENTA UNA LINEA SQUADRATA IN ACETATO DAI VOLUMI IMPORTANTI MA SOTTILI VISTI DALL'ALTO, COMPATIBILE CON LENTI GRADUATE. IL MODELLO È IMPREZIOSITO DA UNA NUOVA INTERPRETAZIONE DELL'ASTA GRAND PRIX ►► 3. **CHOPARD BY DE RIGO VISION:** L'EDIZIONE LIMITATA "RED CARPET", CREATA PER IL FESTIVAL DEL CINEMA DI CANNES 2026, È PRODOTTA IN 499 PEZZI NUMERATI. IL MODELLO, REALIZZATO IN METALLO, SI DISTINGUE INOLTRE PER LA PREZIOSA PLACCatura IN ORO 23 CARATI. IL FRONTALE È ARRICCHITO DA UN MOTIVO FLOREALE IMPREZIOSITO DA 96 ZIRCONI CON TAGLI E FORME DIFFERENTI. DISPONIBILE IN DUE VARIANTI COLORE: SHINY ROSE GOLD/CONTENENTIGRADIENT SMOKE E SHINY COOPER GOLD CON LENTI GRADIENT PINK FLASH GOLD MIRROR ►► 4. **DOLCE&GABBANA:** QUESTI OCCHIALI DA SOLE, PROTAGONISTI DELLA CAMPAGNA ADV, SI DISTINGUONO PER LA FORMA OVALE E L'ELEGANTE ISPIRAZIONE VINTAGE. LA MONTATURA IN ACETATO, DEFINITA DA LINEE MORBIDE, PRESENTA ASTE AMPIE SU CUI SPICCA IL DETTAGLIO ICONICO DELLA COLLEZIONE: IL CUORE SACRO IN METALLO DORATO. IL LOGO LETTERING DOLCE&GABBANA IMPREZIOSISCE L'ESTERNO DEI TERMINALI

Vedi il mondo come mai prima.

Hoyalux iD MySense è la prima lente progressiva progettata sulla Intelligenza Visiva Sensoriale di ogni persona. Tenendo conto della sensibilità alla sfocatura, dei movimenti naturali di testa e occhi e delle variazioni posturali, offre:

- Campi visivi per vicino-intermedio ancora più ampi
- Passaggi fluidi tra le diverse distanze
- Postura naturale e spontanea durante i cambi di messa a fuoco

Con Hoyalux iD MySense proponi una tecnologia che ottimizza la performance visiva e rafforza il tuo ruolo di professionista di riferimento.

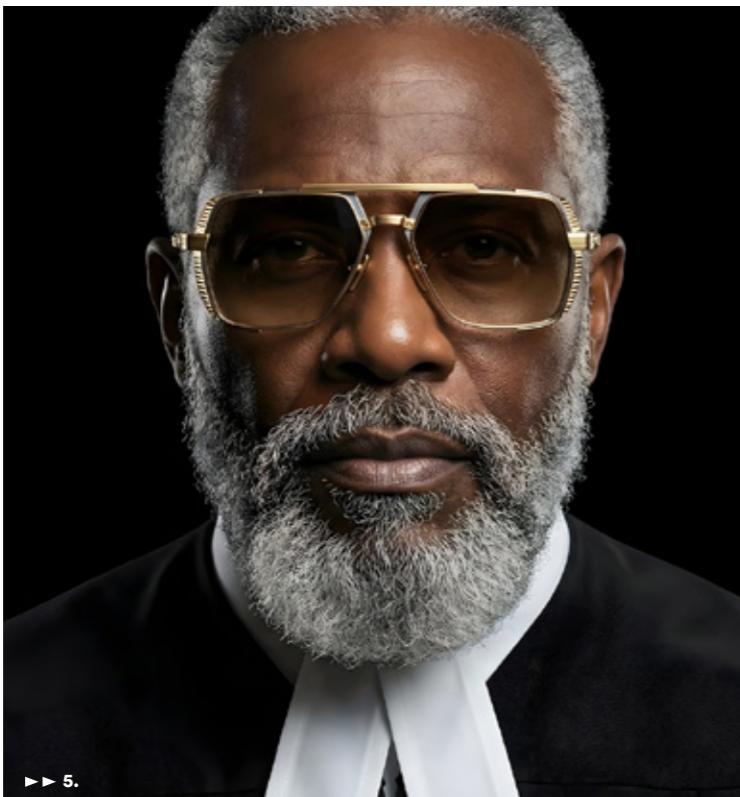
**Ti aspettiamo
a MIDO 2026**

Padiglione 3
Stand
P02 P10 R01 R09

Hoya Lens Italia

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

HOYA



►► 5. **AGBASSIO EYEWEAR:** L'ACETATO GIAPPONESE PREMIUM E IL TITANIO ABBINATI A CERNIERE RIFINITE IN ORO COSTITUISCONO LA BASE DI QUESTA COLLEZIONE MADE IN JAPAN. I MODELLI IN TITANIO SONO IMPREZIOSITI DAL PALLADIO, MENTRE LE MONTATURE IN ACETATO SONO SCOLPITE CON UN EQUILIBRIO PULITO E ARCHITETTONICO ►► 6. **ELITE EYEWEAR:** SBARCA A MIDO LA COLLEZIONE LINEA INAUGURALE ELITE EYEWEAR PER ELITE WORLD GROUP REALIZZATA DALLA MODENESE FLUXUS EYEWEAR. LA LINEA È COMPOSTA DA PROPOSTE DA SOLE E DA VISTA REALIZZATE IN ACETATO MADE IN ITALY

FOCUS CLOUD,
L'AFFIDABILITÀ DI SEMPRE.
SEMPLICE. RICCO DI FUNZIONI.
PROGETTATO DA CHI
CONOSCE IL TUO BUSINESS.

FOCUS 



Sempre con te sul dispositivo che preferisci

Gestisci il tuo centro ottico ovunque, su tablet, PC e MAC nel centro ottico, in viaggio, presso un fornitore. Ti basta una connessione a internet.

Aggiornamenti senza pensieri

Il software e i listini sono sempre aggiornati senza bisogno di installare nulla. Lavori sempre con la versione più recente, senza interruzioni o gestioni manuali.

Backup automatici

I tuoi dati sono protetti con backup automatici su server in Italia. Meno tempo speso in manutenzione, più tempo dedicato ai tuoi clienti.

Sicurezza

I tuoi dati sono al sicuro su server in Italia, protetti da sistemi avanzati di sicurezza (e accessibili ogni volta che sei online).

►► 7.



►► 8.



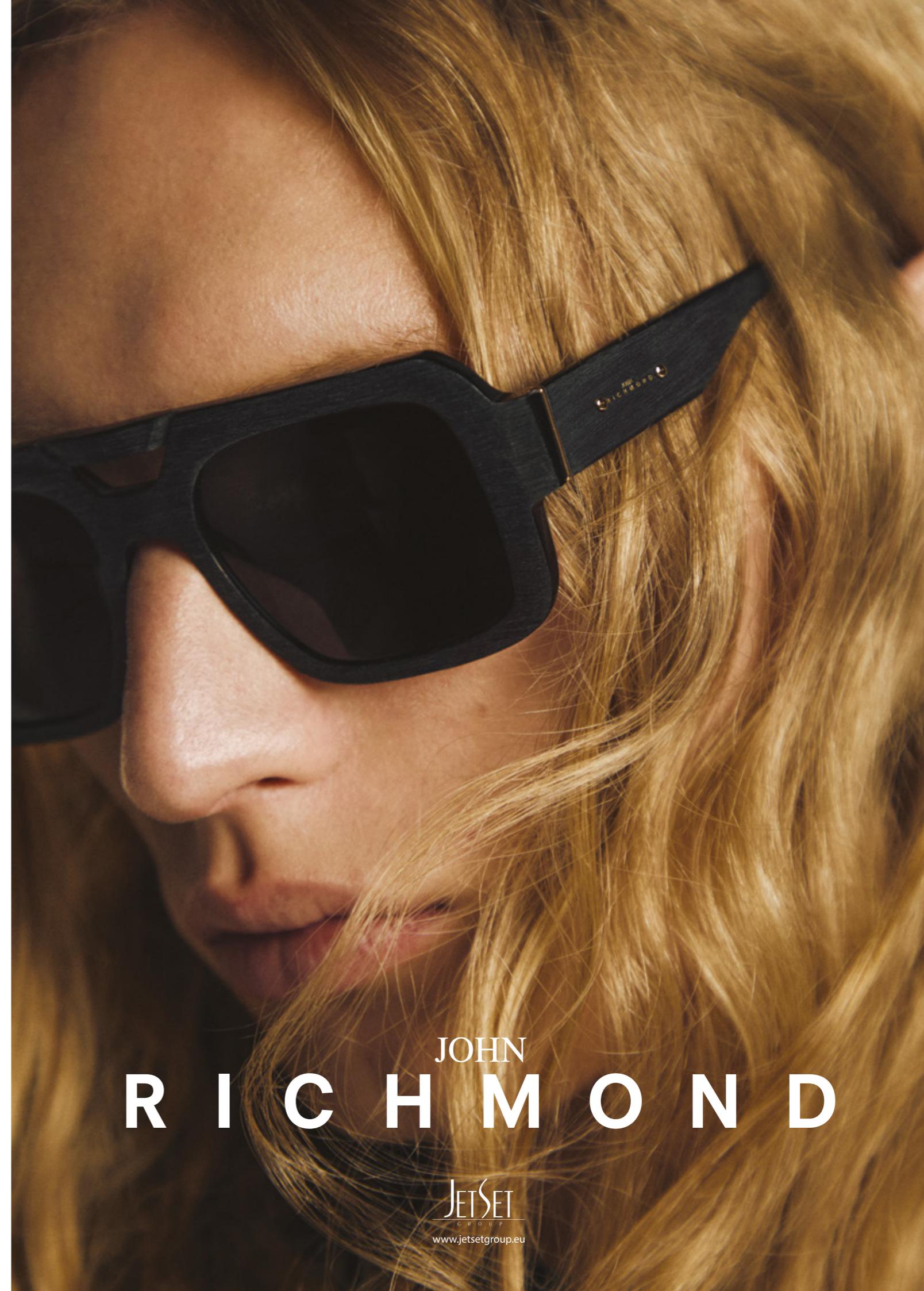
►► 9.



►► 10.

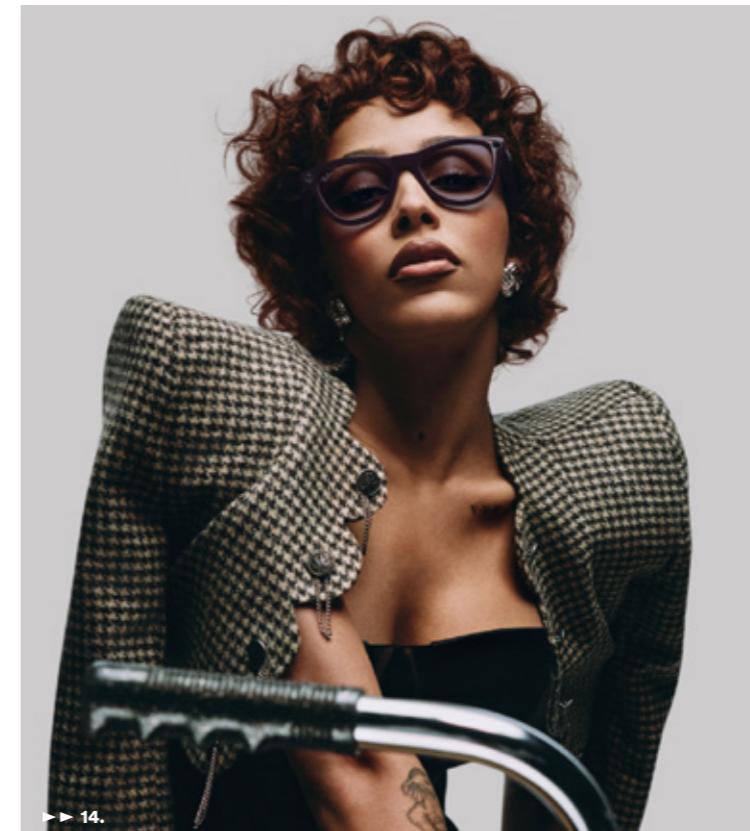


►► 7. EYEWEAR BY DAVID BECKHAM: DB 1242 È UNA MONTATURA DA VISTA DALLA MORBIDA FORMA SQUADRATA IN METALLO CON PROFILI SCOLPITI IMPREZIOSITI DAL DETTAGLIO TALISMAN TRA IL FRONTALE E LE ASTE. È PROPOSTA IN ORO/NERO MATT CON TERMINALI NERI, ORO CON TERMINALI AVANA NERO, PALLADIO SPAZZOLATO SEMI-MATT CON TERMINALI MARRONE CORNO ►► 8. INVU: LA P/E 26 SI CONCENTRA SU OCCHIALI DA SOLE DALLA DELICATA LINEA CAT-EYE. IL FRONTALE ULTRALEGGERO IN TERMOPLASTICA È ABBINATO AD ASTE IN LEGA DI ACCIAIO SPAZZOLATO, ARRICCHITE DA DELICATI STRASS ROSA E COLOR PETROLIO. LE LENTI SFUMATE ESALTANO L'ESTETICA DEL MODELLO E INCLUDONO L'ESCLUSIVA TECNOLOGIA ULTRA POLARIZED FIRMATA DAL BRAND SVIZZERO ►► 9. LOOK: ALUMIX 70715 DELLA COLLEZIONE ICONS NASCE DA UN APPROCCIO COSTRUTTIVO ORIENTATO AL MINIMALISMO. IL PROGETTO SI POTENZIA GRAZIE ALLA NUOVA SOLUZIONE TECNICA DI AGGANCIO TRA FRONTALE E ASTE: UN SISTEMA SENZA VITI CHE SEMPLIFICA IL DESIGN E GARANTISCE FRIZIONE NATURALE, STABILITÀ E COMFORT ANCHE NELL'USO PROLUNGATO ►► 10. NAF NAF: IL ROMANTICISMO DI LEONIE ESPLODE NELLA FORMA ESAGONALE SOFT, UNA GEOMETRIA GENTILE CHE ADDOLCISCE LO SGUARDO. LE VARIANTI COLORE VALORIZZANO LA SILHUETTE: IL BORDEAUX DONA INTENSITÀ, LO CHAMPAGNE PORTA LUCE ALLO SGUARDO, IL KAKI GENERA UN VERDE TENUE E NATURALE E L'ECAILLE AGGIUNGE UNA NOTA CLASSICA



JOHN
RICHMOND

JETSET
GROUP
www.jetsetgroup.eu



►► 11. **FLAIR:** LA NUOVA COLLEZIONE SI CONCENTRA SULLE SUPERFICI, SULLE LENTI DEMO SFACCIETTATE, SUL TITANIO E SULLA ALTA QUALITÀ MADE IN GERMANY - IN FOTO: MOD. 9140 ►► 12. **GÖTTI SWITZERLAND:** LA NUOVA COLLEZIONE HAUTE CONTOUR È COMPOSTA DA QUATTRO MODELLI IN ACETATO LUCIDATI A MANO, CARATTERIZZATI DA LINEE ARMONIOSE E CURVE PERFETTE. TUTTI GLI OCCHIALI SONO DISPONIBILI SIA NELLA VERSIONE VISTA CHE IN QUELLA DA SOLE - IN FOTO: MIRI

►► 13. **KADOR:** LA NUOVA CAPSULE COLLECTION DI OCCHIALI ARTIGIANALI OTH È PROGETTATA DA ENZO SOPRACOLLE ED È REALIZZATA DAGLI ARTIGIANI DI KADOR. LA COLLEZIONE SI CONTRADDISTINGUE PER I DETTAGLI ESCLUSIVI E LA LAVORAZIONE RAFFINATA, FRUTTO DI UNA TRADIZIONE CHE UNISCE TECNICA, PASSIONE E CURA SENZA COMPROMESSI ►► 14. **RAY-BAN META:** ATTINGENDO ALL'ARCHIVIO DEGLI ANNI '60 E ALL'ETA D'ORO DEI VIAGGI AEREI, LA FORMA DI SKYLER SI ISPIRA A UN'EPOCA DI ICONICO STILE JET-SET. LA PARTE FRONTALE STRETTA E LE CURVE DELICATE SONO PROGETTATE PER ADATTARSI AI VISI PIÙ PICCOLI. LA MONTATURA È INTEGRATA CON TECNOLOGIA INDOSSABILE POTENZIATA DALL'AI, COSÌ SI PUÒ ASCOLTARE, CHIAMARE, CATTURARE E TRASMETTERE IN DIRETTA SENZA DISCONNETTERSI DA CIÒ CHE ACCADE INTORNO



►► 15. **KALEOS**: LA COLLEZIONE P/E 2026 SEGNA UNA SVOLTA NETTA: MONTATURE PIÙ COMPATTE, COLORI INEDITI E FORME CHE GUIDANO LA NARRAZIONE CON OVALI, ANGOLI E SILHOUETTE INATTESSE. LA PROPOSTA SI MUOVE TRA DUE DIREZIONI COMPLEMENTARI: DA UN LATO UN'ESTETICA AUDACE, CROMATICA ED ESPRESSIVA, DALL'ALTRO UN APPROCCIO MINIMALISTA NELLE LINEE E NELLA COSTRUZIONE
►► 16. **SILHOUETTE**: THE REFINED ELEVA L'OCCIALE RIMLESS A UNA VERA E PROPRIA OPERA D'ARTE DA INDOSSARE: REALIZZATA IN TITANIO HIGH-TECH ULTRALEGGERO, SI DISTINGUE PER LINEE PURE, TRANSIZIONI ARMONIOSE E UN EQUILIBRIO PERFETTO TRA FORZA E DELICATEZZA. SULLO SFONDO DELLA CAMPAGNA IL GUGGENHEIM MUSEUM BILBAO, DI CUI IL MARCHIO SARÀ SPONSOR PER I PROSSIMI 3 ANNI



Premium[★] ARMONIE

Un mondo di immagini ad alto contrasto

Premium Armonie è un'innovativa lente progressiva free-form personalizzata top di gamma, realizzata con l'ausilio dell'intelligenza artificiale che permette di integrare le più moderne tecnologie produttive, tenendo in considerazione la sensibilità al contrasto del portatore, per offrire, a tutte le tipologie di utilizzatori, lenti con una straordinaria qualità di visione e comfort d'uso

ITAL•LENTI
LENTI DA VISTA ITALIANE
www.itallenti.com



MIDO - Milano - 31.01/02.02.2026
Pad. 3 - Stand N14 N22 P13 P 21

►►17.



►►18.



►►19.



►►20.



►►21.



►►17. OFF-WHITE: LA PARTNERSHIP CON MONDOTTICA PORTA LA VISIONE DEL LUSSO DI OFF-WHITE IN UNA GAMMA COMPLETA DI OCCHIALI UNISEX REALIZZATA IN ITALIA. L'OCCHIALE DA VISTA - IN FOTO: OW5037, È UN COMBINATO METALLO/ACETATO CON FRONTALE LEGGERMENTE CAT-EYE, ABBELLITO DALLE CARATTERISTICHE VIRGOLETTE METALLICHE ESAGERATE ►►18. SABRINAREGÉTUR EYEWEAR: PERTH ESPRIME LA BELLEZZA DELLA MANIFATTURA MADE IN ITALY UNENDO MORBIDEZZA E PRESENZA CON LA SUA ROTONDITÀ ICONICA. IL MODELLO SI FA PIÙ NETTO NELLA VERSIONE NERA, AVVOLGENTE NEL MARRONE, DINAMICO CON IL BLU SFUMATO AL VIOLA, MENTRE LA TARTARUGA NE INTERPRETA LA CLASSICITÀ IN UNA CHIAVE EQUILIBRATA ►►19. SEA2SEE: ALLA COLLEZIONE MINIMALISTA BREEZE ULTRALIGHT VIENE ARRICCHITA DA UNA GAMMA DI SEI MONTATURE INTERAMENTE IN METALLO RICICLATO, PROGETTATE IN DANIMARCA E PRODOTTE IN ITALIA - IN FOTO: EOLIA ►►20. SNOB MILANO: IL MARCHIO CONCLUDE UN PASSAGGIO CHIAVE DEL PROPRIO PERCORSO CON LA TRANSIZIONE COMPLETA AL TITANIO PER TUTTE LE MONTATURE METALLICHE IN COLLEZIONE. UNA SCELTA NETTA, SENZA COMPROMESSI, CHE SEGNA LA CHIUSURA DEFINITIVA CON IL METALLO TRADIZIONALE E PORTA OGGI IL BRAND A PROPORRE ESCLUSIVAMENTE MONTATURE METALLICHE REALIZZATE IN TITANIO ►►21. VICTORIA BECKHAM EYEWEAR: DEBUTTA A MIDO LA COLLEZIONE DELLA STILISTA INGLESE. IL MODELLO DA SOLE - IN FOTO: VB 7000/S HA UN TAGLIO FLAT-TOP OVERSIZE IN ACETATO CARATTERIZZATO DA UN'ESTETICA AUDACE E DA LINEE ULTRA-SOTTILI. IL MOTIVO GUILLOCHE SI ISPIRA ALL'ICONICA TEXTURE CHE FIRMA GLI ARTICOLI DI PELLETTERIA E GIOIELLERIA. IL MODELLO, COMPATIBILE CON LENTI GRADUATE, È PROPOSTO IN UN'AMPIA PALETTE CROMATICA

CODE
10.330.00

CODE
10.330.11



victorycommunication.it



NUOVI MODULI CASSETTIERA • NEW MODULES DRAWERS



MeccanotticaMazza_{srl}
ambienti oftalmici

Silenziosa eleganza

PANTONE HA DECRETATO IL **CLOUD DANCER** COLORE DELL'ANNO 2026: UN BIANCO SIMILE A QUELLO DELLE NUVOLE CHE CI INVITA A **RISCRIVERE UN NUOVO INIZIO**, IN **EQUILIBRIO** TRA MONDO DIGITALE E CONNESSIONE UMANA. SCOPRIAMO COME L'HANNO INTERPRETATO L'EYEWEAR E IL DESIGN ATTRAVERSO DUE PRODOTTI FIRMATI **ITALIA INDEPENDENT** E **VALENTINI**.

FRIDA ST PAUL



Dopo un 2025 segnato da incertezze e disorientamento globale, Pantone propone un vero e proprio reset cromatico: il colore scelto è un non-colore, il **Cloud Dancer**. Per il 2026, il messaggio è chiaro: camminare sulle nuvole diventa un invito a **rallentare** e a **riscoprire il piacere di alzare lo sguardo** verso il **cielo**. In un mondo che corre senza sosta alla ricerca di nuovi punti di riferimento terreni, Cloud Dancer incoraggia a **tornare a sognare**. Minimo comune denominatore per enfatizzare il concetto sono i materiali dal DNA morbido che troviamo nella nuova collezione di **occhiali Teddy** di **Italia Independent** e nella **seduta outdoor Criss Cross** di **Valentini**.



ITALIA INDEPENDENT - COLLEZIONE TEDDY

Con la collezione FW25 Teddy, composta da tre occhiali da sole, Italia Independent ridefinisce l'esperienza sensoriale dell'eyewear. La nuova linea combina forme iconiche a texture inaspettate, mettendo al centro la tattilità e trasformando ogni montatura in un oggetto di design al tempo stesso giocoso e sofisticato. I modelli, rivestiti da un morbido effetto peluche, invitano al tatto e alla curiosità, regalando una sensazione di calore e comfort che rompe gli schemi degli occhiali convenzionali. Questa finitura innovativa crea un legame emotivo tra chi li indossa e la montatura, trasformando gli accessori in elementi che non solo si vedono, ma si sentono.

VALENTINI - POLTRONA OUTDOOR CRISS CROSS - DESIGNER GIAN PAOLO VENIER DI STUDIO OTTO

Da 70 anni Valentini porta in tutto il mondo la cultura artigianale e il valore Made in Italy. *“Il nuovo colore Pantone 2026 rispecchia l'essenza della nostra ricerca stilistica”* - dichiara Fabio Valentini - *“Per noi il bianco e le tonalità neutre non sono mai state un'assenza di colore, ma la massima espressione della pulizia delle forme e della luce. I nostri imbottiti, vestiti di queste nuance eteree, esaltano la texture dei tessuti e invitano a un'esperienza tattile di puro comfort”*. Tra le proposte spicca la poltrona Criss Cross, caratterizzata da volumi decisi e da uno schienale alto e imponente che richiama l'eleganza di un trono. La struttura solida, completata da piedini dal design robusto, è pensata per garantire resistenza e affidabilità anche in contesti outdoor.

MIDO
PAD. 6
STAND AY19

Invasioni architettoniche

Daniela Verazzo ha saputo trasformare la sua **visione dell'architettura** in un **linguaggio unico** per gli **occhiali**, passando dal cemento all'acetato senza perdere la **precisione** e l'**attenzione ai dettagli** che da sempre la contraddistinguono.

Paola Ferrario



Due mondi affini, l'**architettura** e l'**eyewear**, hanno trovato la loro espressione creativa nella **designer-architetta Daniela Verazzo** che con il suo stile ha fatto dello studio delle linee e dei materiali il centro del suo brand, **ARU**, fondato nel **2019**. Un **percorso preciso** fatto di **passione, tecnica e creatività**. In questa intervista, ci racconta il suo **approccio artigianale**, la **centralità dell'emozione** nel design e la **visione culturale** che accompagna ogni collezione del brand **100% Made in Italy**.

QUAL È STATO IL SUO PERCORSO PERSONALE E PROFESSIONALE CHE L'HA PORTATA AL MONDO DELL'EYEWEAR DESIGN?

Sono un'architetta con un'esperienza trentennale nel mondo dell'architettura e mi sono sempre occupata di progettazione e direzione dei lavori. Da una passione, poi, per l'occhiereria e per gli occhiali in particolare, la mia progettazione e direzione dei lavori ha cambiato il "materiale del contendere": sono passata dal cemento all'acetato. Lo dico quasi per scherzo, ma in realtà ho sempre progettato e realizzato prodotti con materie prime compatibili e plasmabili, e con l'acetato si possono fare sostanzialmente le stesse cose, in proporzioni, forme e strutture diverse. Organizzare tutto, dalla progettazione alla realizzazione del prodotto in azienda - dal disegno alla macchina a controllo numerico, alla fresatrice, agli incollaggi e a tutte le particolarità del mondo ARU, come fresature, laserature e altro - significa per me assumere il ruolo di direzione dei lavori. Sono caratteristiche che mi sono sempre appartenute. Detto ciò, porto, e continuerò a portare, la mia passione per il bello e il ben fatto in tutto ciò che riguarda il

mondo dell'eyewear. Sono fermamente convinta che l'eyewear 100% Made in Italy vada spinto, valutato e incoraggiato, perché le grandi realtà italiane, o quelle internazionali, magari non possiedono le stesse caratteristiche tecniche e artigianali che abbiamo noi piccoli brand, che realizziamo il prodotto manualmente. Lasciami usare il termine "artigianalmente": lo studio dei materiali, l'assemblaggio dei colori e delle forme, l'attenzione a ogni dettaglio del prodotto finito sono frutto di un lavoro manuale. Questa è la bellezza del prodotto 100% Made in Italy. In particolare, amo passare da un'idea alla realizzazione concreta dell'oggetto.

Ecco perché spesso l'occhiale ha un quid di design piuttosto che di architettura, non solo nel naming o nella ricerca delle caratteristiche di ogni modello, ma anche nelle forme, nei dettagli e nelle caratteristiche tecniche.

HA GIÀ ACCENNATO ALLA TEMATICA DELL'ARCHITETTURA. OLTRE A QUESTA, CI SONO MONDI, DISCIPLINE O SUGGESTIONI RICORRENTI NEL SUO PROCESSO CREATIVO?

Affolutamente sì. Mi ispirano molto il mondo reale, le caratteristiche cromatiche e naturali di ciò che ci circonda. Credo molto nei prodotti sostenibili e nei materiali ecosostenibili. Questo influenza anche la mia scelta dei colori: osservo i trend del momento, ma li interpreto e li faccio miei, perché credo che un prodotto durevole non debba seguire esclusivamente la moda. Un occhiale all'ultima moda non mi rappresenta e non rappresenta ARU. L'occhiale deve parlare di sé, deve appartenere a chi lo indossa,



deve far sentire bene chi lo porta. Il nostro claim è "ARU ready for yourself?", sei pronta per te? (quando indossi un occhiale ARU?). Deve essere caratterizzante ma non invadente. Deve sorprendere per il colore, le nuance o gli effetti dell'acetato, ma non per un logo o un colore estremo. Questo è ciò che distingue un prodotto ARU.

È MOLTO PERSONALE COME CLAIM... Esattamente. L'idea è mettere l'io al centro.

CHE RUOLO HA L'EMOZIONE NEL SUO LAVORO DI DESIGNER?

È molto importante. Mi emoziono nel vedere qualcuno che indossa i miei occhiali con gioia e nel seguire l'intero ciclo di vita del prodotto, dalla progettazione al prototipo fino all'uscita sul mercato. Mi emoziona osservare come una lastra di acetato prende forma o come gli incollaggi e i dettagli del disegno diventano realtà. Ogni piccolo tassello è frutto della mia scelta, e questo mi soddisfa profondamente. Lavorare con emozione significa anche trasmettere emozioni a chi indossa il prodotto. Altrimenti sono solo occhiali, ce ne sono tanti.

NEL SUO LAVORO LA FORMA NASCE PRIMA O È IL MATERIALE A GUIDARE IL PROGETTO?

La forma, senza esitazioni! Cerco sempre di creare forme che, in connubio con il materiale e le lavorazioni applicate, producano effetti di luce e cromatici, rendendo la montatura brillante e luminosa.

COSA RAPPRESENTA ARU PER LEI OGGI: UN BRAND, UN LINGUAGGIO CREATIVO O UNA VERA E PROPRIA VISIONE CULTURALE?

Per me ARU è il brand che porto avanti come linguaggio creativo, all'interno del quale inserisco la mia visione culturale e il mio background. Ad esempio, ho creato una collezione ispirata ai grandi designer e ho attribuito forme e naming a queste ispirazioni. Il mio primo MIDO (quello post-Covid) è stato un momento simbolico: realizzai il logo del brand su un supporto in cemento armato, portando per la prima

SCANSIONA IL
QR-CODE PER LA
VIDEOINTERVISTA



GLOBAL EYEWEAR, GOLD STANDARD.

31.01 · 01.02 · 02.02 2026
Fiera Milano, Rho



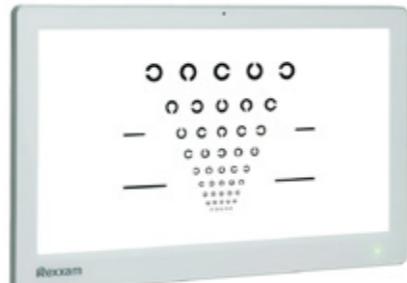
AUTOREF KER



**LAMPADE A
FESSURA**



FRONTIFOCOMETRI



MONITOR OTTOTIPI



**TONOMETRI
A SOFFIO**



FOROTTERI

Vi aspettiamo al nostro stand!
PADIGLIONE 3 · STAND E 13

SEL OPTICAL

MIDO

PAD. 3
STAND L14
L22 M13 M21

Produzione tutta italiana

PAOLO MARCHESI, PRODUCT E MARKETING MANAGER DI SEL OPTICAL, SPIEGA I VALORI E LE PECULIARITÀ CHE HANNO PERMESSO ALLA SUA AZIENDA DI RITAGLIARSI UN POSTO DI RILIEVO NELLA PRODUZIONE MADE IN ITALY.

Paola Ferrario



Fondata nel **1983** da **Silvio Succi**, SEL Optical è una delle **realità storiche** dell'ottica italiana, con **oltre 40 anni** di esperienza nella produzione di lenti oftalmiche e filtri solari. Dalla sua sede di **Codigoro**, in provincia di Ferrara, l'azienda **unisce tradizione e innovazione**, puntando su **autonomia produttiva, ricerca avanzata e servizi su misura** per i centri ottici. In questa intervista, scopriamo la filosofia di SEL Optical, i prodotti di punta come la lente progressiva **My Ultra HD** e la monofocale **Arcus**, e le novità che saranno presentate a MIDO 2026,

tra prodotti all'avanguardia e collaborazioni tecnologiche esclusive (che verranno rivelate in occasione della fiera).

QUANDO È NATA E CHE TIPO DI AZIENDA È SEL OPTICAL?

SEL Optical - acronimo di Società Europea Lenti - è una delle aziende storiche italiane, con oltre 40 anni di attività nella fabbricazione di lenti oftalmiche e filtri solari. È stata fondata nel 1983 per volontà di Silvio Succi, che oggi ricopre il ruolo di presidente operativo dell'azienda.



In realtà, l'azienda è partita proprio dai filtri solari: è stata questa l'idea iniziale di produzione industriale interamente italiana, in un contesto di mercato degli anni Ottanta che richiedeva una massiccia produzione nazionale. Con lo sviluppo del settore dell'occhialeria, in pieno boom economico, ai filtri solari ha fatto subito seguito la produzione di lenti oftalmiche semilavorate, anch'esse molto richieste sul mercato italiano, ma difficilmente reperibili se non importandole dall'estero.

QUAL È LA FILOSOFIA CHE GUIDA L'ATTIVITÀ DI SEL OPTICAL?

La filosofia e la vision di SEL Optical si fondano su tradizione e innovazione: l'obiettivo è essere un'azienda italiana indipendente, capace di produrre interamente in Italia - precisamente a Codigoro, in provincia di Ferrara - tutti i prodotti presenti nei cataloghi, con una distribuzione e una logistica allineate alle esigenze del mercato moderno dell'ottica oftalmica.

LA PRODUZIONE INTERNA RAPPRESENTA UN PLUS PER VOI?

Sì, è un valore aggiunto fondamentale, perché produrre in Italia garantisce qualità, controllo diretto e rapidità nella produzione. Questi sono asset indispensabili per soddisfare un mercato in continua evoluzione. Fondamentali per SEL Optical sono la ricerca, lo sviluppo e la tecnologia, con investimenti costanti in sistemi produttivi all'avanguardia. L'automazione produttiva, oggi imprescindibile, è attuata nei due stabilimenti ferraresi: uno per le lenti oftalmiche e l'altro per i filtri solari.

IN CHE MODO IL TEAM CONTRIBUISCE ALLO SVILUPPO DI NUOVE TECNOLOGIE E PRODOTTI?

Dietro alla produzione c'è un'attività continua di ricerca e sviluppo, che permette di rispondere rapidamente alle richieste del mercato. L'azienda dispone di una forza vendita di venti persone sul territorio e dodici unità tra filiali e centri servizi, garantendo una presenza costante sul territorio e l'individuazione tempestiva delle esigenze dei clienti. L'elasticità e la snellezza organizzativa consentono di attivare il team di ricerca e sviluppo per ingegnerizzare i prodotti e portarli in produzione in tempi rapidi.

OLTRE ALLA PRODUZIONE, QUALI SONO I SERVIZI CHE VI DIFFERENZIANO?

I servizi offerti da SEL Optical ai centri ottici vanno ben oltre la semplice fornitura di lenti. Due ambiti fondamentali sono il marketing comunicazionale e la formazione. Nel marketing, SEL Optical supporta i centri ottici indipendenti nella definizione di modelli di business personalizzati, campagne promozionali su misura e logistica dedicata. L'obiettivo è aiutare i punti vendita a distinguersi nel proprio mercato locale, andando oltre la logica del prezzo e valorizzando competenze, identità e gestione del negozio. Per quanto riguarda la formazione, riteniamo fondamentale aggiornare costantemente sia i titolari sia i collaboratori dei centri ottici. Nel corso degli anni abbiamo organizzato decine di Academy, sia in store sia in sedi dedicate in tutta Italia. L'aggiornamento professionale è cruciale, soprattutto per la rapida evoluzione dei prodotti e delle esigenze visive dei clienti. SEL Optical offre, inoltre, formazione personalizzata, pianificata con attenzione per il prossimo anno, affinché i centri ottici possano sfruttare appieno tutte le soluzioni presenti nei cataloghi.

QUALI SONO LE VOSTRE LENTI TOP DI GAMMA E COSA LE DISTINGUE DALLE ALTRE PRESENTI SUL MERCATO?

Il nostro catalogo è estremamente completo e comprende lenti di ogni tipologia, materiale e trattamento. Tra i prodotti più avanzati spiccano le lenti progressive, cuore del business di ogni centro ottico. In particolare, la lente My Ultra HD è la progressiva più tecnologica di SEL Optical: sfrutta algoritmi avanzati, inclusa l'intelligenza artificiale, per elaborare la geometria della lente e personalizzarla in base al potere refrattivo, ai parametri posturali e allo stile di vita del portatore. Tra le lenti monofocali, un prodotto molto promettente è Arcus, che grazie alla geometria multisferica e atorica FreeForm offre una qualità visiva eccellente, anche per ametropie elevate e in presenza di astigmatismi. Queste lenti rappresentano un futuro importante per il mercato delle monofocali.

COSA PRESENTERETE A MIDO 2026?

MIDO è l'occasione ideale per lanciare nuovi prodotti e innovazioni tecnologiche. Abbiamo già pronte importanti novità, sia in termini di lenti sia di trattamenti per la protezione visiva. Posso anticipare la presentazione della nuova collezione di filtri solari, un core business di SEL Optical, con oltre 250 tipologie disponibili a magazzino! La novità più significativa sarà una nuova collaborazione distributiva per prodotti altamente tecnologici ed esclusivi, che partirà da gennaio e sarà presentata ufficialmente a MIDO 2026. Invitiamo quindi tutti a visitare il nostro stand.



SCANSIONA IL QR-CODE PER LA VIDEOINTERVISTA

MIDO | ANFAO

MIDO ai blocchi di partenza

LORRAINE BERTON, PRESIDENTE DI ANFAO E DI MIDO,
TRACCIA LE LINEE GUIDA DELL'EDIZIONE 2026 DEL SALONE
E RACCONTA I PROGETTI DI ANFAO PER SUPPORTARE I SUOI
ASSOCIAZI A LIVELLO INTERNAZIONALE.

Paola Ferrario



Ph. Marina Alessi

Sotto la presidenza di **Lorraine Berton**, affiancata da una squadra consolidata e performante sia a livello associativo sia organizzativo, l'edizione 2026 di **MIDO** - in calendario **dal 31 gennaio al 2 febbraio a Fieramilano Rho** - è pronta a confermare la sua leadership come hub globale per l'occhialeria. Tra **business, innovazione, creatività e internazionalizzazione**, il salone offrirà eventi culturali, premi d'eccellenza e strumenti concreti per espositori e visitatori, confermandosi una piattaforma strategica anche per le PMI italiane e per far crescere il Made in Italy nel mondo. In questa intervista, la presidente, oltre a illustrare le novità della fiera milanese, delinea le politiche di ANFAO, l'Associazione Nazionale dei Fabbricanti di Articoli Ottici, per il futuro.

QUALI SONO LE DIRETTRICI STRATEGICHE SU CUI STATE PUNTANDO PER MIDO 2026?

Sono tre: rafforzare il business, valorizzare la creatività e potenziare la dimensione internazionale del salone. L'obiettivo è favorire l'ecosistema dell'occhialeria, essere luogo unico e irrinunciabile in cui l'intera filiera possa incontrarsi, generare nuove opportunità commerciali e condividere competenze, stimolando dialoghi e contaminazioni tra mercati diversi. Per gli espositori questo significa

maggior visibilità globale e strumenti concreti per connettersi con nuovi partner e consolidare rapporti esistenti. Per i visitatori, MIDO 2026 offrirà un accesso privilegiato a nuove collezioni, trend emergenti e innovazione di prodotto insieme alla possibilità di confrontarsi direttamente con i protagonisti del settore. La visione che guida queste direttive è chiara: permettere a ogni partecipante di tornare a casa con idee nuove, contatti di valore e una prospettiva più ampia sul futuro dell'occhialeria.

GLI OLTRE 20 EVENTI DEL THE VISION STAGE COINVOLGERANNO PERSONALITÀ DI CULTURA, SPETTACOLO, SPORT E GIORNALISMO. QUAL È LA LOGICA DIETRO QUESTA SCELTA E CHE TIPO DI MESSAGGIO VOLETE TRASMETTERE AL SETTORE?

Vogliamo offrire ai professionisti occasioni di approfondimento realmente utili alla loro attività. Si parlerà di analisi di mercato, comportamenti d'acquisto e scenari globali, tendenze e temi legati al settore medico e ottico, sostenibilità e responsabilità sociale. Desideriamo inoltre che gli incontri del The Vision Stage diventino momenti di cultura, ospitando personalità che, pur provenendo da ambiti apparentemente lontani dal nostro, possano portare nuove prospettive e arricchire la visione di tutti.

COME VERRÀ POTENZIATA L'ESPERIENZA ESPOSITIVA PER LE AZIENDE - SOPRATTUTTO PER LE PICCOLE E MEDIE - IN TERMINI DI VISIBILITÀ E MATCHING CON BUYER INTERNAZIONALI?

Cerchiamo costantemente di migliorare l'esperienza degli espositori e dei visitatori, potenziando gli strumenti che favoriscono la visibilità delle aziende e l'incontro con buyer internazionali. MIDO è infatti un ecosistema aperto, dove il networking non si concentra in un unico punto ma si sviluppa in ogni area del salone: dalle piazze agli stand, dalle lounge agli spazi condivisi. Questo modello diffuso facilita connessioni spontanee e continue, offrendo alle realtà più piccole l'opportunità di emergere e farsi conoscere. La presenza di espositori da circa 50 Paesi e di visitatori provenienti da oltre 160 mercati amplia in modo significativo le possibilità di matching qualificato. Le aziende hanno così l'occasione di dialogare direttamente con buyer selezionati, intercettare nuove opportunità commerciali e posizionarsi su scenari internazionali. In questo senso, MIDO si conferma un acceleratore naturale di visibilità e business, capace di offrire un accesso privilegiato a trend globali, mercati emergenti e relazioni di valore.

IL 2025 È STATO CARATTERIZZATO ANCHE DALL'INIZIATIVA "THE LENS OF TIME", LA MOSTRA IDEATA DA ANFAO CHE AVETE INAUGURATO A VENEZIA LA SCORSA PRIMAVERA. PORTERETE QUESTO PROGETTO A MIDO?

Dopo il successo della tappa veneziana, la mostra arriverà a

MIDO con un allestimento scenografico nella piazza del Padiglione 6 pensato appositamente per il pubblico del salone. Dopo MIDO, la mostra proseguirà a Roma, presso Palazzo Piacentini, sede del Ministero delle Imprese e del Made in Italy, nell'autunno 2026, con l'obiettivo di approdare successivamente anche all'estero. Stiamo lavorando a questo progetto insieme ad Agenzia ICE, con l'obiettivo di valorizzare ed esportare il Made in Italy, in una forma diversa ma estremamente efficace, verso i mercati nevralgici del nostro settore.

AVETE REALIZZATO UNA COMUNICAZIONE COMPLETAMENTE NUOVA PER IL 2026. IN COSA SI DIFFERENZIA DALLE CAMPAGNE PRECEDENTI E QUALE IMMAGINARIO VOLETE COSTRUIRE PER IL BRAND MIDO NEL MONDO?

Per il 2026 abbiamo scelto una comunicazione che si discosta dalle campagne precedenti per un tono più deciso e fortemente identitario. Il payoff "Global Eyewear. Gold Standard" sintetizza ciò che MIDO rappresenta oggi nel mondo: il punto di riferimento assoluto per qualità, innovazione e stile nel settore dell'occhialeria, l'equivalente della medaglia d'oro del comparto. Con questa narrativa abbiamo voluto costruire un immaginario che posizionasse MIDO come il luogo in cui si definiscono gli standard globali: una piattaforma dove nascono le tendenze, si creano connessioni strategiche e si anticipano i futuri scenari del mercato. È un messaggio che afferma la nostra ambizione e il nostro impegno: mantenere, e ogni anno alzare, il livello delle aspettative e dell'eccellenza che MIDO porta nel mondo.

MIDO E I PREMI: QUALI SONO PREVISTI PER LA PROSSIMA EDIZIONE?

Per la prossima edizione, MIDO conferma e rafforza i premi dedicati a valorizzare l'eccellenza del settore: il Best Store Award, che celebra i migliori centri ottici del mondo, premiadone creatività, qualità dell'esperienza e capacità di innovazione nelle categorie Design e Innovation; il CSE Award - Certified Sustainable Eyewear - che riconosce i produttori che si distinguono per pratiche sostenibili e per l'attenzione all'impatto ambientale dei propri prodotti. A completare il quadro, il nuovo CSE Corporate Award, che premia l'azienda espositrice più virtuosa in ambito ESG. Non perdete la **cerimonia di premiazione** che si terrà **domenica 1° febbraio alle 12:30** nella **piazza del Padiglione 1**.

QUALI SEGNALI PREVEDETE PER IL MERCATO ITALIANO E QUALI INDICATORI STATE MONITORANDO CON MAGGIORE ATTENZIONE?

Le indagini più recenti ci raccontano un comparto che, nonostante tutto, mantiene la sua solidità. L'export è l'indicatore che stiamo monitorando maggiormente e i dati ci dicono che c'è una sofferenza negli Stati Uniti, come prevedibile, ma che le esportazioni si stanno rafforzando

in altri mercati. Innanzitutto, l'Europa, con buoni risultati in Francia e Spagna, e ottimi riscontri dall'Europa dell'Est. Sono segnali che ci dicono che la direzione è giusta: dobbiamo continuare a lavorare uniti, investendo su qualità, reputazione e sistema.

QUALI ELEMENTI CONCRETI RENDONO ANCORA OGGI L'ITALIA IL CUORE PRODUTTIVO DELL'OCCHIALERIA MONDIALE?

Sicuramente grazie a elementi molto concreti: un patrimonio unico di competenze, una filiera altamente specializzata e una creatività riconosciuta a livello globale.

La forza del nostro sistema si fonda sulla qualità dei materiali, sulla cura dei dettagli e su un know-how che unisce tradizione e capacità innovativa.

A questo si aggiunge una sfida centrale per il settore: restare in equilibrio tra la fedeltà alla nostra identità e alle radici di un saper fare unico al mondo, e la necessità di confrontarci con mercati globali sempre più competitivi, esigenti e in continua evoluzione. È un equilibrio delicato, ma proprio lì si misura la solidità dell'occhialeria italiana: nella capacità di coniugare tradizione e innovazione, valori e visione, territorio e mondo. Per mantenere questa leadership, è essenziale continuare a investire nella formazione delle nuove generazioni, nella tecnologia, sia di prodotto che di processo, e in modelli produttivi sostenibili. Allo stesso tempo, occorre che le istituzioni italiane ed europee supportino le imprese con politiche industriali e commerciali adeguate, capaci di tutelare il Made in Italy e rafforzarne la competitività internazionale, fornendo strumenti concreti per sostenere produzione e promozione all'estero.

COME ANFAO PUÒ CONTINUARE A GARANTIRE EQUILIBRIO E TUTELA TRA GRANDI GRUPPI E AZIENDE INDIPENDENTI?

Continuando a operare come casa dell'intero settore, dove ogni impresa, a prescindere da dimensione e posizionamento, trova rappresentanza, ascolto e supporto. Il nostro ruolo è favorire un dialogo costante all'interno della filiera, così da individuare priorità condivise e costruire politiche che valorizzino tanto la forza dei grandi player quanto la ricchezza creativa e produttiva delle realtà indipendenti. Questo significa lavorare su più piani: promuovere regole chiare e trasparenti, sostenere l'accesso alle competenze e all'innovazione, agevolare la partecipazione delle PMI ai mercati internazionali e difendere, in sede istituzionale, gli interessi dell'intero comparto. L'obiettivo è mantenere un ecosistema competitivo, inclusivo e sostenibile, in cui ogni impresa possa crescere e contribuire allo sviluppo dell'occhialeria italiana. Solo valorizzando tutte le componenti del settore possiamo preservare la sua solidità, la sua identità e la sua capacità di innovare.

QUALI NUOVE MISURE, ECONOMICHE, FORMATIVE O PROMOZIONALI, SONO PREVISTE

PER SUPPORTARE LA CRESCITA DELLE PMI NEL 2025/2026?

ANFAO è impegnata a realizzare e promuovere diverse iniziative concrete a sostegno delle imprese e di tutto il settore. I principali asset su cui lavoriamo sono quelli della sostenibilità, dell'innovazione, della formazione, dell'inclusione e naturalmente dell'internazionalizzazione. Tra le iniziative principali, programmi formativi gratuiti per le aziende, la Certificazione CSE - Certified Sustainable Eyewear, che vogliamo trasformare in uno standard riconosciuto a livello europeo, la prosecuzione del progetto "Walk the Talk" incentrato sull'attrazione dei giovani talenti e, infine, siamo al lavoro su un nuovo progetto che ha l'obiettivo di supportare le imprese nella digitalizzazione dei processi, nell'adozione dell'AI e nello sviluppo di nuovi modelli organizzativi e produttivi. Non posso svelare troppo perché il progetto sarà presentato nel dettaglio nei primi mesi del 2026.

Per quanto riguarda l'internazionalizzazione, resta una delle priorità strategiche del nostro settore e di ANFAO:

la chiave per competere, per espandere i mercati e consolidare la leadership dell'occhialeria italiana nel mondo. Su questo fronte abbiamo raggiunto un risultato importante: il potenziamento del piano dell'Agenzia ICE dedicato al nostro settore per il 2026, che ci consentirà di ampliare all'estero la promozione del Made in Italy, sostenendo le imprese italiane e aprendo nuove opportunità nei mercati emergenti. È un risultato che dà forza al sistema e che dimostra quanto sia efficace il gioco di squadra tra ANFAO, istituzioni e aziende.

Tra le prime "missioni" che faremo all'estero in collaborazione con Agenzia ICE ci sono, al momento, Italian Eyewear Exhibition (IEE) Milano il 30 gennaio, con oltre 60 aziende italiane, IEE New York il 4 marzo e IEE Parigi il 25 settembre.

CHE MESSAGGIO DESIDERÀ INDIRIZZARE OGGI ALLE AZIENDE CHE STANNO FATICANDO MA CONTINUANO A CREDERE NEL MADE IN ITALY?

Vorrei dire che il loro impegno è fondamentale: sono loro a custodire la qualità, l'identità e il valore autentico della nostra filiera. Continuare a investire nel proprio lavoro, nella creatività e nel saper fare italiano significa difendere un patrimonio che il mondo intero riconosce e apprezza. Proprio per questo rivolgo a loro, e a tutti i professionisti del settore, un invito a essere presenti a MIDO dal 31 gennaio al 2 febbraio a Fieramilano Rho: è il luogo dove si fa business, si costruiscono relazioni, si accendono opportunità e si ritrova slancio.

Partecipare significa dare visibilità al proprio lavoro, incontrare partner internazionali, scoprire nuove energie e misurarsi con un sistema che può davvero fare la differenza. MIDO è, oggi più che mai, uno spazio in cui sapere di non essere soli: un punto di incontro per camminare insieme, con fiducia e con lo sguardo rivolto al futuro.



DISTRIBUTORE UFFICIALE ASAHI-LITE IN ITALIA
OFFICIAL ASAHI-LITE DISTRIBUTOR IN ITALY

JAPAN
ASAHI-LITE®



**DOUBLE-SIDED ASPHERIC (DAS) 1,74
DOUBLE-SIDED ASPHERIC (DAS) 1,67**

Disponibili pronte a magazzino e di ricetta RX

Le lenti Double-Sided Aspheric di Asahi-Lite rappresentano l'evoluzione della tecnologia ottica: entrambe le superfici della lente (anteriore e posteriore) sono progettate con geometria asferica e atorica, garantendo una visione più nitida e naturale in ogni direzione di sguardo.

MIDO
PAD. 1
STAND
PR11

P.O. Platform Optic a MIDO 2026

LO SPAZIO ESPOSITIVO DEL NOSTRO MAGAZINE OSPITERÀ UN **SET FOTOGRAFICO** DEDICATO AI **PROTAGONISTI DELLA VISIONE**. I VISITATORI POTRANNO ESSERE **IMMORTALATI** DAI NOSTRI **RITRATTISTI**, VIVENDO COSÌ UN MOMENTO DI INCONTRO CON LA REDAZIONE E PARTECIPANDO ALLO SCOUTING DEI **FUTURI VOLTI** DELLE **COPERTINE** DEL MAGAZINE.



Dopo il grande successo degli ultimi due anni, con un totale di circa 10.000 scatti realizzati durante le edizioni 2024 e 2025 di **MIDO**, **P.O. Platform Optic** rinnova anche quest'anno l'appuntamento. All'interno dello spazio espositivo sarà allestito un set fotografico dove i professionisti della visione potranno essere immortalati dai fotografi professionisti. La scelta di riproporre il racconto fotografico riflette la volontà consolidata della nostra rivista di **mettere al centro gli ottici-optometristi**: lo shooting, infatti, sarà l'occasione per effettuare la selezione dei volti che arricchiranno i prossimi numeri della rivista. Da qualche anno il nostro magazine ha rilanciato il **"progetto cover"**, pensato per dare maggiore visibilità ai protagonisti del mondo dell'ottica. Un settore in cui la professionalità degli ottici-optometristi, spesso

sottovalutata, riveste un ruolo centrale per il benessere visivo della comunità intera, dai più piccoli fino alle persone in età matura. Quotidianamente, questi professionisti affrontano un mercato sempre più competitivo, impegnandosi a migliorare la qualità della visione dei loro clienti. Metterli al centro significa dunque **riconoscere il loro valore e la loro expertise**. Il progetto cover non si limiterà a MIDO: durante tutto l'anno, gli scatti di copertina saranno seguiti da una **cover story** di sei pagine nel magazine abbinata a una **videointervista** che verranno pubblicate sul nostro magazine e viralizzate sul nostro sito e i nostri canali social.

Vi aspettiamo quindi al **Padiglione 1 Stand PR11** per un saluto, conoscervi, soprattutto, per rendervi protagonisti del racconto fotografico di P.O. Platform Optic.



ORARI DELLO SHOOTING

Sabato 31 gennaio
13.30 – 18.30

Domenica 1 febbraio
11.00 – 13.00
14.00 – 18.30

Lunedì 2 febbraio
10.00 – 13.00
14.00 – 16.30

Il luogo dove l'eyewear ridisegna il futuro

A FIERAMILANO RHO, DAL **31 GENNAIO AL 2 FEBBRAIO 2026** TORNA **MIDO**, LA MANIFESTAZIONE CHE ESPRIME GLI **STANDARD DI ECCELLENZA** DELLE **EYEWEAR** A LIVELLO MONDIALE. IN UN ANNO STRATEGICO PER **MILANO**, A POCHI GIORNI DALL'APERTURA DELLE OLIMPIADI INVERNALI, IL SALONE SI CONFERMA L'**HUB INTERNAZIONALE** DOVE **BUSINESS**, **CREATIVITÀ E INNOVAZIONE** SI INTRECCIANO, OFFRENDO A TUTTA LA FILIERA UN **PUNTO DI RIFERIMENTO** UNICO NEL SUO GENERE.



Le previsioni parlano chiaro: circa **1.200 espositori** da **50 Paesi**, oltre **160 nazioni** rappresentate sul fronte visitatori, **140 new entry**, grandi ritorni e spazi espositivi in waiting list. È il segnale di un settore dinamico che continua a trovare in MIDO la piattaforma ideale per crescere, confrontarsi e aprire nuove rotte nel mercato internazionale.

LE AREE ESPOSITIVE: UN ECOSISTEMA CHE EVOLVE

Nel 2026 MIDO potenzia ulteriormente la sua struttura. La **Fashion Square** del **Padiglione 1**, spazio in cui i grandi player e le realtà emergenti Fashion & Luxury svelano le nuove collezioni e definiscono lo stile della stagione, si presenterà completamente rinnovata. Nei **Padiglioni 2 e 4**, l'iconica **Area Design** torna a essere il regno della creatività:

fulcro delle tendenze più visionarie, ospiterà ancora una volta un'**inedita installazione dedicata a DaTE**, in programma a **Napoli dal 12 al 14 settembre 2026**. L'**Academy**, al **Padiglione 6**, ospiterà oltre **90 espositori**, con un fermento che racconta bene la vitalità della nuova generazione dell'eyewear. Sempre qui trova spazio la sezione **Start Up**, con **20 realtà** pronte a presentare concept, materiali e visioni che anticipano le tendenze dei prossimi anni.

“THE LENS OF TIME”: IL RACCONTO CULTURALE DELL’OCCHIALE

Dopo la tappa veneziana, la mostra **The Lens of Time** debutta a MIDO con un allestimento completamente riprogettato per il pubblico del salone (**piazza del Padiglione 6**).



Una narrazione immersiva che ripercorre la storia dell'occhiale dalle origini al contemporaneo, mostrando come questo oggetto sia diventato patrimonio culturale, espressivo e identitario. Dopo MIDO, in autunno, la mostra approderà a **Roma**, a **Palazzo Piacentini**, nel cuore del Ministero delle Imprese e del Made in Italy.

THE VISION STAGE

Torna a MIDO anche **The Vision Stage**, il palcoscenico che animerà il salone con oltre **20 workshop**. Un programma trasversale che affronterà sostenibilità e responsabilità sociale, analisi dei mercati globali, comportamenti d'acquisto, trend emergenti, rapporti tra classe medica e ottica, fino ai temi più attuali sulla crescita del settore in USA. A queste voci si affiancheranno protagonisti della cultura, dello spettacolo e dello sport, chiamati a offrire nuove prospettive e ispirazione a una platea professionale sempre più internazionale. Il programma a breve sul sito ufficiale **mido.com**.

BUSINESS, NETWORKING E STRUMENTI DIGITALI

MIDO rafforza la dimensione business con un ecosistema pensato per rendere l'incontro tra aziende e buyer ancora più immediato. La presenza internazionale, 50 Paesi espositori e oltre 160 mercati visitatori, favorisce un matching continuo, spontaneo e diffuso, in grado di valorizzare tanto i grandi player quanto le piccole realtà che si presentano sul mercato per la prima volta. A supporto, un set di **strumenti digitali avanzati**: tool per gestire contatti e attività, media kit per ampliare la propria visibilità, app per orientare la visita, salvare percorsi,

note e immagini, e un pass digitale che consente di connettersi direttamente agli espositori.

UN MIDO PENSATO ANCHE PER CHI ARRIVA DA LONTANO

Grazie alla collaborazione con **MiCodmc**, i visitatori potranno organizzare viaggio, hotel ed esperienze in città in pochi clic. Gli ottici italiani avranno **treni gratuiti dedicati** (prenotabili sul sito ufficiale fino a esaurimento posti), mentre il **YesMilano City Pass** riserverà vantaggi e accessi facilitati a musei, trasporti e attrazioni con uno sconto del 10% per tutto il pubblico della manifestazione. Un modo per vivere MIDO e Milano come un'unica esperienza, immersa nel fermento che precede i Giochi Olimpiici.

MIDO AWARDS 2026: L'ECCELLENZA SALE SUL PALCO

Tornano i premi che celebrano il meglio dell'eyewear: il **Best Store Award** - nelle categorie **Design** e **Innovation** - il **CSE Award - Certified Sustainable Eyewear** e il nuovo **CSE Corporate Award** dedicato alle aziende più virtuose in ambito ESG. La cerimonia si terrà **domenica 1° febbraio** alle **12:30** nella piazza del **Padiglione 1**.

UN MESSAGGIO AL SETTORE

In un contesto globale complesso, MIDO 2026 si presenta come un acceleratore di opportunità, un luogo dove la filiera può ritrovare slancio, confrontarsi con i mercati esteri e far emergere il valore del Made in Italy. La forza del settore nasce dalla capacità di coniugare tradizione e innovazione, creatività e industria, identità e visione internazionale. Ed è proprio questa sintesi che MIDO mette in scena ogni anno.

EQUIPE PROJECT



L'EBOOK PER IL SUCCESSO DELLO STORE

"OPTICAL STORE"
È LA NUOVA **GUIDA**
PRATICA CONCEPITA
PER **TRASFORMARE**
IL CENTRO OTTICO
IN UNO **SPAZIO**
MEMORABILE,
CAPACE DI ATTRARRE
CLIENTI DI FASCIA
MEDIO-ALTA E
COMUNICARE
AUTOREVOLEZZA
E **COMPETENZA**.

Per maggiori informazioni:
Tel. +39 02 9965302
www.equipeproject.it
info@equipeproject.it

Il settore dell'ottica, sempre più influenzato dalle dinamiche del retail e della moda, sta vivendo una profonda **trasformazione**. Oggi il centro ottico non è più soltanto un punto vendita, ma un **luogo di esperienza**, capace di comunicare competenza professionale, identità e valore attraverso **design, funzionalità** e **visione strategica**. In questo scenario in continua evoluzione, molti ottici si confrontano quotidianamente con sfide decisive: come **attrarre un'utenza** di **fascia medio-alta** senza far risultare il centro ottico sfarzoso allontanando il cliente, come **progettare un'esperienza "chiavi in mano"** che renda ogni visita memorabile e, soprattutto, come **trasmettere il valore** del proprio servizio in modo **credibile e distintivo**, differenziandosi dalla concorrenza. Per rispondere a queste esigenze è nato l'ebook **"Optical Store"** di **EQUIPE PROJECT**: una guida pensata per accompagnare l'ottico in un percorso di **crescita consapevole**, unendo **ispirazione e concretezza**.

All'interno, non solo consigli pratici su come progettare e rinnovare il punto vendita attraverso design e funzionalità, ma anche strategie di comunicazione mirate per dialogare efficacemente con un pubblico esigente e orientato alla qualità. Un focus particolare è dedicato al concetto dell'importanza nell'**affidarsi** a degli **arredatori professionisti** che sappiano coniugare il design ai concetti chiave del marketing attraverso la giusta emozionalità del centro ottico. Attraverso esempi concreti, case study e suggerimenti operativi, l'ebook mostra come trasformare il negozio in uno spazio capace di esprimere autorevolezza, affidabilità e valore percepito. *"Non anticipiamo oltre"*, dichiara l'azienda che prosegue: *"Optical Store è stato pensato per offrire risposte, visione e strumenti a chi desidera costruire il proprio successo nel tempo. È sufficiente scannerizzare il QR code e scaricare l'ebook per essere guidati verso una nuova idea di centro ottico."*



**TRASFORMA IL TUO CENTRO OTTICO
IN UN'ESPERIENZA DI BRAND**

Scopri i 5 concept che fanno vendere di più.

INQUADRA IL QR CODE E
SCARICA L'EBOOK GRATUITO



TECNITALIA

MIDOPAD. 2
STAND PE57
E59 F58 F60

COME TRASFORMARE L'ESPERIENZA IN-STORE

Isola Filicudi

SARÀ UN **MIDO** RICCO DI LANCI PER TECNITALIA, L'AZIENDA CHE SOTTO LA GUIDA DELL'**ARCHITETTO CLAUDIO VIGLIERCHIO** SI È RITAGLIATA UN POSTO DI RILIEVO NEL RETAIL.

A **MIDO**, Tecnitalia porterà **nuove soluzioni innovative** in grado di **ridefinire il punto vendita**. Tra le anteprime, spiccano le **isole multi-funzione** e i **sistemi espositivi** che **uniscono design, tecnologia e interattività**. **Habitat**, il negozio in miniatura di 8 metri quadrati, diventa un concentrato di funzionalità. L'isola compatta non solo ottimizza gli spazi, ma offre esperienze in-store più coinvolgenti, combinando più funzioni: esposizione, vendita riservata, analisi refrattiva, gestione ordini e pagamenti smart. Le couvette retroilluminabili e intercambiabili permettono di esporre fino a 500 montature, mentre l'allungo rototraslante e la seconda sezione traslante garantiscono la privacy e le

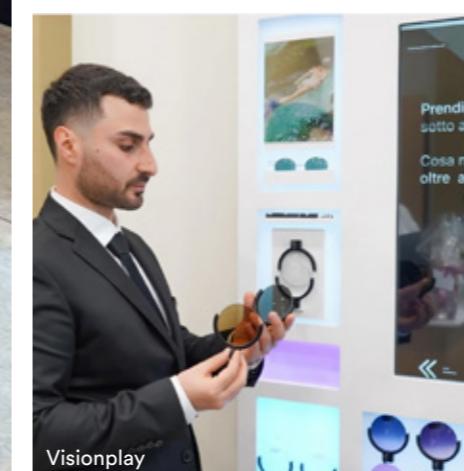
funzionalità necessarie all'ottico. Non mancano le **soluzioni per il centro negozio**: • **Supersbank**, luminosa e capiente, con oltre 300 montature per metro quadro. • **Visionplay ZEISS**, il sistema educational per ZEISS Italia, con test dimostrativi e spiegazioni interattive su lenti office, digital, progressive, PhotoFusion X, colorate e polarizzate, MyoCare, BlueGuard, trattamenti Duravision e indici di rifrazione. • **Dune**, nuovo espositore da 40 montature illuminate, pronto consegna nel primo trimestre 2026. • **Nuove collezioni di cassettiere in plexiglas luminose, con ruote**, da 108 e 180 montature. • Due **nuove isole** centro negozio: **Isola del Giglio**, in Krion con



Isola Filicudi



Vetrina Praga



Visionplay



Dune



Supersbank

Visionplay



051

JOHN RICHMOND EYEWEAR | JET SET GROUP

MIDO

PAD. 1
STAND P02
P10 T01 T09

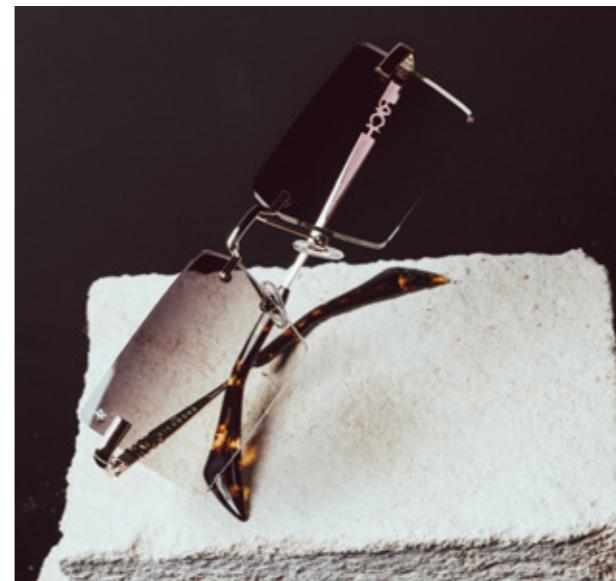
Identità forte

TRA DETTAGLI ICONICI, NUOVE ASTE E Sperimentazione Materica, l'eyewear di JOHN RICHMOND evolve in chiave premium senza dimenticare il suo DNA ROCK.



La nuova collezione **John Richmond Eyewear** S/S 2026 rappresenta un'**evoluzione decisa** del percorso che sta rafforzando l'identità **"luxury rock"** del brand nel segmento eyewear. La collezione introduce **11 modelli da vista e 9 da sole**, confermando una proposta **ampia, coerente e ad alto contenuto stilistico**. La stagione rinnova alcuni degli elementi più ricercati dal mercato. Torna la richiestissima **placca interna**, ora impreziosita da una **placcatura in oro 24K**, che eleva la percezione premium e accompagna la strategia di posizionamento superiore che **Jet Set Group** sta guidando per il brand. Viene riproposta la **cerniera "cubica"**, ormai iconica per la sua architettura geometrica, mentre per la linea sole è confermata la **cerniera XL**, tra gli elementi più venduti delle precedenti stagioni, qui utilizzata in esclusiva sui modelli sunglasses per mantenere massima riconoscibilità. La collezione introduce inoltre due **nuove tipologie di asta**: una in **acetato** con **logo lettering in rilievo**, pensata per

enfatizzare l'identità del brand, e una in metallo **squadrato** con **cerniera XL**, che coniuga ricerca materica e pulizia formale. Tra le novità più scenografiche spicca un modello caratterizzato da un inedito abbinamento di **legno** e **metallo sul frontale**, anticipando una direzione creativa orientata alla combinazione di materiali differenti. L'**offerta femminile** cresce significativamente: la S/S 2026 introduce **5 modelli vista e 1 modello sole dedicati**, affiancati da **nuove proposte unisex**. I dettagli derivano dai best seller del brand, reinterpretati per rispondere alla crescente richiesta del pubblico femminile. La **crescita internazionale** del marchio è sostenuta da un **posizionamento** in forte ascesa e dalle strategie di Jet Set Group, che continua a investire nel potenziamento del segmento eyewear. Con la collezione S/S 2026, John Richmond Eyewear consolida un'**identità audace, sofisticata e immediatamente riconoscibile** nel panorama ottico contemporaneo.



JULBO

trends

MIDO
PAD. 2
STAND
K63 K67

Lo sport senza compromessi

CON RX LAB, JULBO METTE A DISPOSIZIONE DEGLI OTTICI UNA SOLUZIONE AVANZATA PER LA REALIZZAZIONE DI LENTI GRADUATE SPORTIVE, INTERAMENTE SVILUPPATA E CONTROLLATA IN-HOUSE.

054

trends

Per chi pratica **attività outdoor** e necessita di **occhiali correttivi**, Julbo propone **RX Lab**, la propria soluzione tecnologica per la **realizzazione di lenti graduate sportive**.

Da oltre 20 anni l'azienda sviluppa proposte specifiche per gli sportivi con prescrizione, un percorso iniziato nel 2010 e premiato con il Silmo d'Or nello stesso anno. Grazie al processo RX Lab, offre montature tecniche con lenti graduate per atleti di ogni livello. Il procedimento, **interamente gestito nei laboratori dell'azienda**, permette un controllo totale sulla produzione. Dopo la prescrizione inviata dall'ottico tramite una piattaforma B2B dedicata e di facile utilizzo, la realizzazione delle lenti prevede **otto fasi**: selezione del disco, levigatura punto per punto, lucidatura, incisione laser, trattamento, taglio, montaggio e controllo qualità. Le tecnologie digitali utilizzate assicurano una visione nitida e stabile in ogni direzione.

Le lenti graduate possono essere applicate su montature sportive half-frame, monolente e su montature tradizionali con lenti separate base 6 o base 8, differenti per curvatura. Julbo si è inoltre specializzata nella realizzazione di mascherine sportive graduate, sia con lenti sferiche base 6 sia con lenti cilindriche base 5, grazie a un sofisticato sistema di taglio e all'inserto Nilor della lente graduata.

Con la collezione 2026, già in negozio, Julbo presenta tre modelli compatibili con **RX Lab** e **RX Clip**:

- **Faster L**: montatura leggera e avvolgente con monolente sferica frameless panoramica. Solo 23 grammi, ideale per volti medio-ampi e attività intense.
- **Faster M**: stesse caratteristiche tecniche del modello L, ma in formato più compatto per visi piccoli e femminili.
- **Liry**: design half-frame con lenti sospese, pensato per garantire ventilazione e ampiezza di visione nelle discipline più dinamiche.



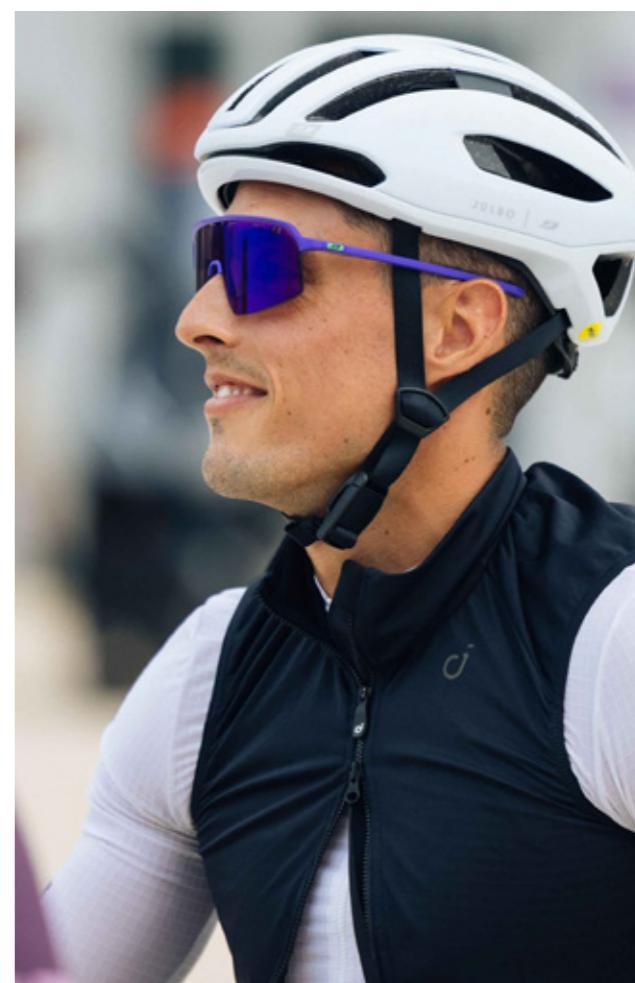
Mod. Faster L



Mod. Faster M



Mod. Liry



L'OFFERTA DI LENTI: REACTIV, SPECTRON E SPECTRON HD

Il brand propone **tre famiglie di lenti**, tutte realizzabili con prescrizione a seconda della montatura:

- **Reactiv**, fotocromatiche in NXT, realizzate da Barberini, che garantiscono cambi di luce rapidi, leggerezza, resistenza e fotocromia permanente. Disponibili in versioni Polarized, Glare Control, Light Amplifier e High Contrast. Queste lenti sono al centro dell'offerta Julbo, e permettono di offrire, agli sportivi più esigenti, occhiali con la più alta performance visiva, anche correttiva, per ogni condizione di luce.
- **Spectron**, in policarbonato, offrono protezione UV, leggerezza e resistenza agli urti, con filtri da 0 a 4 e trattamenti flash o polarizzati.
- **Spectron HD**, evoluzione ad alta definizione, migliorano contrasto e resa cromatica per una percezione più accurata del terreno.

MIDO 2026

Julbo sarà presente alla fiera milanese: un'occasione per scoprire da vicino le ultime innovazioni del marchio, le nuove montature compatibili con RX Lab e RX Clip, l'intera gamma di lenti Reactiv dedicate alla visione sportiva e la linea Optical di occhiali da vista per tutte le età.

Per maggiori informazioni e fissare un appuntamento a MIDO:
Stefano Cronst – Julbo Country Manager Italia
Stefano.c@julbo.ch
www.julbo.com

055

MOREL

Eccentricità audace



MIDO
PAD. 4
STAND R19
R23 S20 S22

La **Maison francese** rende omaggio alla **libertà creativa** con **Enigma**, un'edizione speciale che racchiude l'essenza della sua ultracentenaria maestria artigianale.



Con la sua **nuova edizione speciale Enigma**, **Morel** apre le porte a un universo onirico in cui fantasia e realtà si fondono, i colori si intensificano fino alla saturazione e ogni elemento sembra prendere vita. In questo mondo vibrante, i fiori si trasformano in occhi, gli uccelli scrutano l'orizzonte e l'architettura si anima. La bellezza si amplifica, la natura diventa stravagante e tutto si trasforma in uno spettacolo quasi ipnotico. Concepita come un'esplorazione senza fine, **Enigma** celebra la **libertà creativa assoluta**. Le montature si rivelano attraverso una paletta elettrizzante, audace e vibrante, in cui ogni modello si distingue per una **combinazione bicolore** unica. Questo contrasto incarna il sottile confine tra immaginazione e realtà: due mondi che si sfiorano, si intrecciano e si fondono. La trasparenza degli acetati amplifica la sensazione di leggerezza, evocando

il momento sospeso tra il sonno e il risveglio, mentre i colori pieni fungono da ancora, radicando il design nel tangibile. Oltre il concetto, Enigma racchiude tutta l'esperienza Morel: **comfort impeccabile, design intuitivo, tecnologia esclusiva** con cerniera brevettata, **finiture precise** al millimetro e un **raffinato equilibrio** tra innovazione nell'occhialeria ed espressione artistica. Ogni montatura diventa un enigma: intrigante, accattivante, quasi magnetica. Attira lo sguardo senza mai svelare tutto, echeeggiando un segreto nascosto che alimenta l'immaginazione. Enigma interroga, stupisce, sorprende. Indossarla significa affermare sé stessi, abbracciare un'eccentricità audace, rivelare la propria personalità conservando un tocco di mistero. Una montatura, una personalità, uno sguardo unico che si fa linguaggio.

MIDO

PAD. 4
STAND
M04 M10

SABRINARÉGÉTURO

Estetica intima

ASSOLUTAMENTE CONTEMPORANEA, ESSENZIALE
NEL DESIGN, LA S/S 26 DEL BRAND SABRINARÉGÉTURO
DELINA UN CONCETTO DI BELLEZZA RAFFINATA.

sabrinarégéturo segna un ulteriore passo nella definizione di un **stile intimo, essenziale** e profondamente **contemporaneo**.

Nella collezione S/S 26 le forme prendono vita dal movimento dei volumi, dal frontale alle aste, costruendo un equilibrio naturale tra forza ed eleganza, gli acetati e una paletta cromatica misurata danno vita a montature che non cercano l'effetto, ma la **presenza**. Creazioni che accompagnano lo sguardo con **leggerezza**, restituendo uno **stile autentico** ed **equilibrato**. La collezione unisce **ricerca estetica, qualità artigianale** **Made in Italy** e un'**etica produttiva** fondata su **responsabilità e durata**. Due accenti dorati sul frontale e all'inizio delle aste dialogano con un decoro metallico sul finale d'asta impreziosito dalla "S": un dettaglio discreto che sigla ogni montatura con eleganza.



Mod. Fiesole

SOFT HERITAGE

Modelli che interpretano la memoria delle forme classiche attraverso uno sguardo nuovo. Le **linee si ammorbidiscono**, gli **spessori si addolciscono** e l'occhiale diventa espressione di una **femminilità naturale**. **Roma** è un modello dalla struttura geometrica e decisa, con frontale quadrato e angoli smussati. Nel colore tartaruga, la forma assume un tono più classico, le varianti verde e blu sfumate alleggeriscono i volumi con passaggi cromatici morbidi, mentre il nero ne mette in risalto la pulizia formale. **Carrara** propone una rettangolare morbida, costruita sull'equilibrio tra lineerette e curvature controllate. Il grigio ne esprime l'anima più rigorosa, il marrone introduce sfumature ricche, la tartaruga amplifica la profondità materica e il sabbia illumina il viso con una tonalità lieve. **Natal** si distingue per una silhouette ovale e avvolgente. Nella variante havana emergono atmosfere mediterranee, mentre la tartaruga restituisce una presenza più materica; il nero accentua il tratto grafico e il verde, abbinato all'asta tartarugata, aggiunge un contrasto più deciso. **Perth** unisce morbidezza e presenza con la sua rotondità iconica. Il modello si fa più netto nella versione nera, avvolgente nel marrone, dinamico con il blu sfumato al viola, mentre la tartaruga ne interpreta la classicità in una chiave equilibrata.

rigidità e geometrie che si fanno leggere, dando vita a una **silhouette contemporanea e misurata**. **Fiesole** si distingue per proporzioni armoniose e curvature leggere. Il rosso ne accentua il carattere, mentre il blu introduce una luminosità più fresca. Il sabbia offre una lettura più morbida e naturale, e il nero aggiunge una presenza essenziale. **Verona** propone una geometria addolcita, interpretata dalla tartaruga con un'impronta classica e definita. La linearità del modello emerge nel nero, mentre il blu trasmette un senso di stabilità e il verde, con la sua sfumatura trasparente sulle aste, porta una nota di profondità visiva. **Napoli** unisce una linea superiore più piena a un profilo bilanciato. Le sue varianti spaziano da un verde corposo a un blu più intenso; il marrone avvolge il modello con un tono caldo, mentre il nero ne rafforza la presenza. **Lecce** propone una geometria dal profilo netto: blu e nero rivelano aste marmorizzate tono su tono, la tartaruga restituisce una percezione più calda e materica, mentre il prugna sfumato introduce una variazione cromatica più morbida e sofisticata. **Cortina** è una geometria bold dalle linee fluide. Il rosso aggiunge una nota vivace, la tartaruga rivela una texture più densa, il blu sposta la montatura verso un'estetica contemporanea e il nero ne definisce il profilo con nitidezza.



Mod. Sabro

SCULPTED SHADES

Montature dalla presenza chiara ma sempre **equilibrata** che trasformano la luce in **volume**. Le forme, scolpite nei contorni e più dolci nei profili, si combinano a palette cromatiche dal carattere distinto. **Portofino**, disponibile sia nella versione sole che in quella vista, ha una forma quadrata leggermente a gatta che slancia lo sguardo. Il nero accentua il rigore della silhouette, il marrone ne rende più morbida la lettura cromatica, il turchese introduce contrasti stratificati e il cognac conferisce una tonalità piena e avvolgente. **Sabò** propone una forma quadrata scolpita, con volumi compatti dove il colore nero restituisce una silhouette più netta, la tartaruga mostra un gioco materico punteggiato da micro-variazioni cromatiche, il marmo porta un intreccio irregolare di riflessi e il rosso introduce un'accentuazione cromatica più intensa. **Venezia** si caratterizza per una forma ampia e rotondeggiante, che avvolge lo sguardo con continuità. Il nero crea un profilo classico, il rosso introduce una tonalità più intensa e la tartaruga restituisce un insieme di toni sfumati che ne ampliano il carattere. Ogni occhiale della collezione è accompagnato da una **pochette morbida nera con interno a stampa geometrica**, disponibile nelle varianti blu, beige o pesca e prugna, pensata per custodire l'occhiale da un lato e lo smartphone dall'altro. Il set si completa con un **astuccio morbido porta-occhiale** da agganciare alla pochette come uno charm e con una catenina versatile, da usare come tracolla o come accessorio da indossare.



Mod. Napoli

GENTLE GEOMETRIES

Occhiali che esplorano la forma attraverso un dialogo continuo tra **struttura e morbidezza**: profili che si definiscono senza

ALCON

Un nuovo inizio ogni settimana

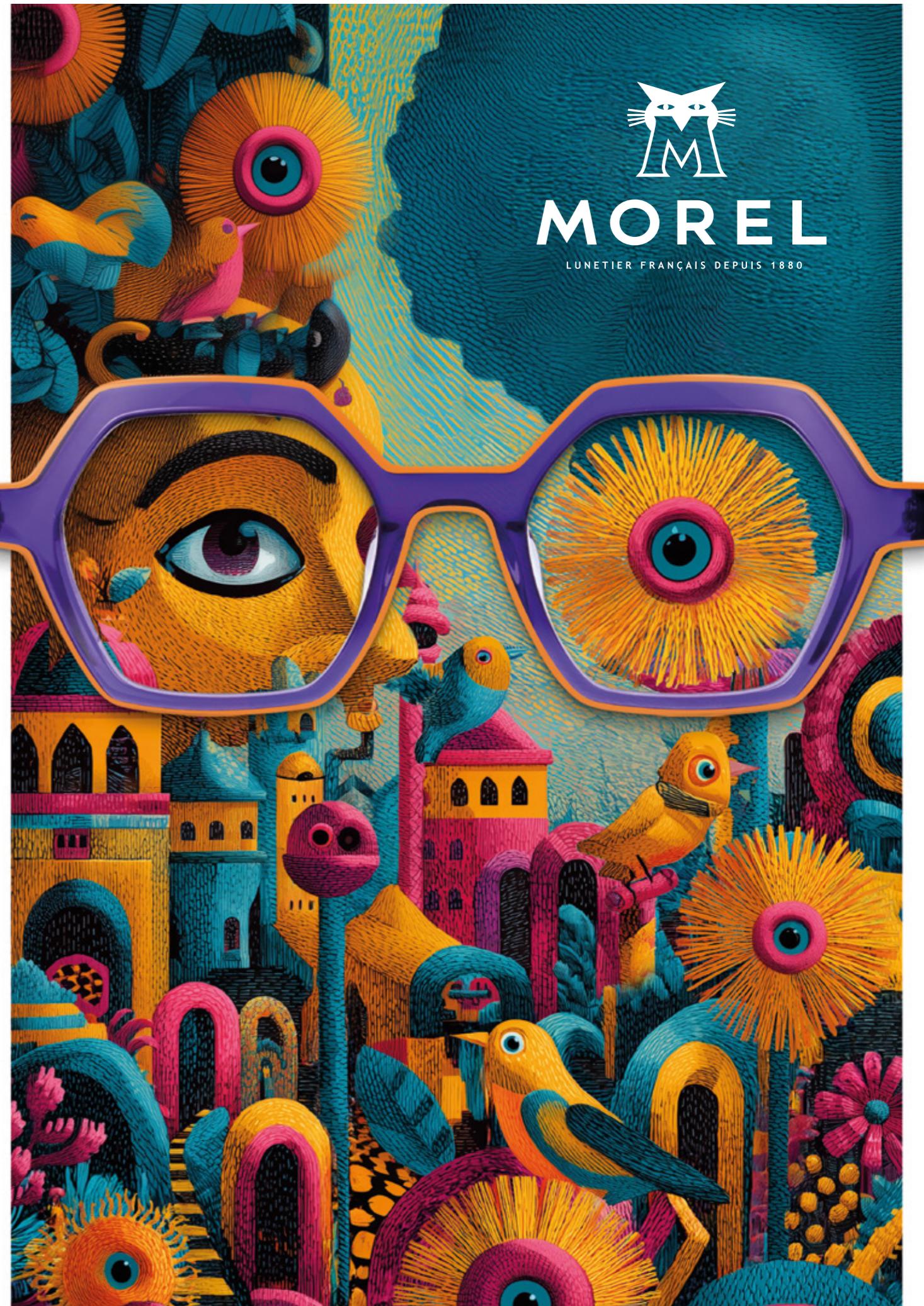
SBARCA IN ITALIA PRECISION⁷®, L'INNOVATIVA LENTE A RICAMBIO SETTIMANALE DESTINATA A CAMBIARE LE ABITUDINI DEL PORTATORE GRAZIE A UN CALENDARIO DI SOSTITUZIONE SEMPLICE.

Da questo mese è disponibile sul **mercato italiano** PRECISION⁷®, l'unica **lente a contatto a sostituzione settimanale** con il rivoluzionario sistema ACTIV-FLO^{®2,5}, che offre **16 ore di comfort eccezionale e visione precisa**, anche al **giorno 7**¹. Sebbene quasi 9 ottici su 10 ritengano che le lenti a contatto giornaliere siano la scelta migliore per i portatori, più della metà dei nuovi portatori ricorre a lenti a contatto riutilizzabili, principalmente per ragioni economiche³. La maggior parte dei professionisti concorda sul fatto che una lente a sostituzione settimanale sia più **intuitiva** per i portatori rispetto a quella bisettimanale⁴. PRECISION⁷® rappresenta una svolta nel comfort e offre una frequenza di sostituzione facile da ricordare quando le giornaliere non sono un'opzione^{1,3-4,*}. “Il lancio di PRECISION⁷® rafforza il nostro impegno a migliorare l’esperienza del portatore grazie a un’innovazione concreta”, dichiara Filippo Pau, Country Manager & Franchise Head, Vision Care per Alcon Italia. “Con PRECISION⁷®, i portatori possono provare la prima lente a contatto al mondo con il sistema ACTIV-FLO, che idrata continuamente la superficie della lente per 7 giorni², offrendo 16 ore di comfort ottimale e visione precisa¹ con un calendario di sostituzione semplice e intuitivo⁴”. L’innovazione rivoluzionaria del sistema ACTIV-FLO combina un agente idratante all’interno della lente con un agente di reintegro che viene rilasciato gradualmente per mantenere la superficie idratata per tutta la settimana^{2,5}. Con PRECISION⁷®, la nuova lente a contatto settimanale Alcon, i portatori possono scegliere **“il loro giorno”** della settimana, così da memorizzare facilmente quando sostituire le lenti. Il lancio di PRECISION⁷® rappresenta la più recente aggiunta al portafoglio di lenti a contatto di Alcon.

Le lenti saranno disponibili in Italia con un ampio numero di parametri a partire da gennaio 2026.

BIBLIOGRAFIA

1. In a 2-week prospective clinical study in the US; n=181; CLEAR CARE Cleaning & Disinfecting Solution used for cleaning and disinfection; Alcon data on file, 2023.
2. Zheng Y, Dou J, Wang Y, et al. Sustained release of a polymeric wetting agent from a silicone-hydrogel contact lens material. ACS Omega. 2022;7(33):29223-29230. doi: 10.1021/acsomega.2c03310.
3. Alcon data on file, 2022.
4. Based on a survey of 500 US optometrists who fit contact lenses; Alcon data on file, 2023.
5. Phan CM, Chan VWY, Drolle E, et al. Evaluating the in vitro wettability and coefficient of friction of a novel and contemporary reusable silicone hydrogel contact lens materials using an in vitro blink model. Cont Lens Anterior Eye. 2024.
6. In a survey of 500 eye care practitioners and 500 contact lens wearers in the US; Alcon data on file, 2023.
7. Fogt J, Patton K. Long day wear experience with water surface daily disposable contact lenses. ClinOptom. 2022;14:93-99.
8. Perez-Gomez I, Giles T. European survey of contact lens wearers and eye care professionals on satisfaction with a new water gradient daily disposable contact lens. ClinOptom. 2014;6:17-23.



MOREL
LUNETIER FRANÇAIS DEPUIS 1880

BAUSCH + LOMB

Soddisfare le esigenze dei soggetti presbiti attraverso la scienza dei materiali e il design delle lenti a contatto

AUTORI: TEAM BAUSCH + LOMB

A causa della loro età e del loro stile di vita, i soggetti presbiti hanno esigenze visive particolari. Le lenti a contatto multifocali in silicone idrogel (SiHy) Bausch + Lomb ULTRA® ONE DAY sono state progettate per rispondere ai problemi più comuni che questi soggetti riscontrano con le lenti a contatto multifocali, come la secchezza oculare, segnalata da quasi il 70% di chi indossa lenti a contatto multifocali¹. La popolarità delle lenti a contatto giornaliere è cresciuta costantemente negli ultimi 15 anni². Questa tendenza crescente verso le lenti a contatto giornaliere viene comunemente associata a fattori quali praticità d'uso e gestione igienica, oltre che la convenienza, con il benessere oculare che supera di poco la convenienza come motivo per cui i consumatori preferiscono le lenti a contatto giornaliere (rispettivamente 60% contro 56%)². Le lenti a contatto giornaliere **Bausch + Lomb ULTRA® ONE DAY Multifocal** aiutano i professionisti della visione a soddisfare entrambe queste importanti esigenze dei soggetti presbiti.

Le lenti **Bausch + Lomb ULTRA® ONE DAY Multifocal** sono realizzate con un materiale di nuova generazione che integra la ComfortFeel™ Technology per offrire comfort per tutto il giorno. L'esclusivo 3-Zone Progressive™ design risponde alle esigenze visive dinamiche dei soggetti presbiti, offrendo una visione nitida con un passaggio graduale tra vicino, intermedio e lontano, con l'obiettivo di ottimizzare la visione alle diverse distanze.

SCIENZA DEI MATERIALI

L'omeostasi della superficie oculare è un sistema delicato e dinamico; qualsiasi cambiamento, compreso l'inserimento di una lente a contatto, può alterarne l'equilibrio^{3,4}.

Le lenti Bausch + Lomb ULTRA® ONE DAY sono realizzate con un innovativo materiale SiHy (kalifilcon A) che è stato sviluppato per bilanciare idratazione, modulo e trasmissibilità all'ossigeno per ridurre al minimo il suo impatto sulla superficie oculare⁵.

Prodotte con un innovativo processo di polimerizzazione a due fasi, il materiale delle lenti viene poi infuso con la ComfortFeel™ Technology, una combinazione brevettata di ingredienti rilasciati durante l'uso per aiutare a mantenere l'omeostasi della superficie oculare⁵. Nella prima fase della



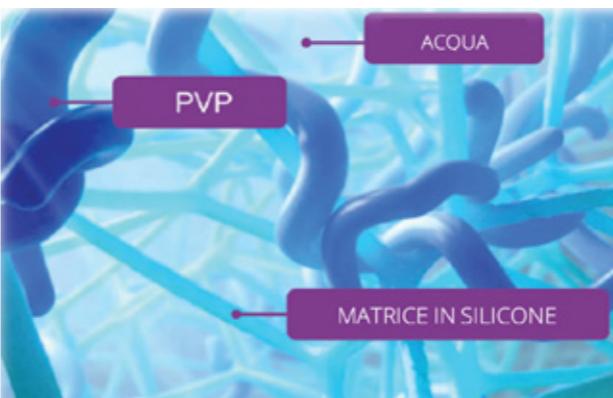
polimerizzazione del kalifilcon A, una combinazione unica di polimeri di silicone a catena lunga e corta creano una matrice flessibile per la trasmissione dell'ossigeno.

Il silicone a catena lunga fornisce un modulo basso, mentre quello a catena corta fornisce la maggior parte della sua capacità di trasporto dell'ossigeno e l'integrità strutturale per ottime caratteristiche di maneggevolezza. Durante la fase uno, un componente idrofilico, il dimetilacrilammide (DMA), viene integrato nella struttura portante del silicone, insieme a un agente di blocco dei raggi ultravioletti (UV) di classe II⁵. Nella seconda fase, il polivinilpirrolidone (PVP), un umettante, viene fatto crescere in modo permanente in tutta la matrice di silicone⁵.

I due componenti idrofili DMA e PVP conferiscono alle lenti a contatto Bausch + Lomb ULTRA® ONE DAY un contenuto d'acqua del 55%, mentre l'esclusivo materiale kalifilcon A è in grado di resistere alla disidratazione per un'ottica di precisione⁵.

Le lenti Bausch + Lomb ULTRA® ONE DAY mantengono il 96% del loro contenuto d'acqua per ben 16 ore⁵.

L'innovativa composizione chimica del materiale delle lenti Bausch + Lomb ULTRA® ONE DAY determina un modulo di 0,5 MPa (circa la metà del modulo dei materiali SiHy di prima generazione)⁵. Il basso modulo delle lenti Bausch + Lomb ULTRA® ONE DAY riduce l'impatto sulla superficie oculare e contribuisce a offrire un'esperienza di utilizzo confortevole⁶. Il materiale delle lenti Bausch + Lomb ULTRA® ONE DAY è stato progettato per essere altamente permeabile all'ossigeno, con una trasmissibilità dell'ossigeno (Dk/t) di 134⁵. La ComfortFeel™ Technology è una combinazione esclusiva di ingredienti ispirata al rapporto DEWS II della Tear Film and Ocular Surface Society (TFOS)⁸ e include osmoprotettori, elettroliti e agenti idratanti⁵.



Questa tecnologia viene infusa nel materiale delle lenti durante il processo di produzione e gli ingredienti brevettati vengono rilasciati durante l'uso delle lenti⁵. La ComfortFeel™ Technology contiene due osmoprotettori: glicerina ed eritritolo⁵.

Gli osmoprotettori aiutano a mantenere l'omeostasi della superficie oculare in condizioni di stress iperosmotico⁸. Secondo il rapporto TFOS DEWS II, i principali fattori che contribuiscono all'osmolarità del film lacrimale sono il sodio, il potassio, il cloro, il magnesio e il calcio, con particolare rilevanza del potassio^{4,8}. Pertanto, il potassio è stato incorporato nella ComfortFeel™ Technology per aiutare a mantenere l'omeostasi della superficie oculare. Per mantenere l'idratazione delle lenti, fornire una superficie liscia e bagnabile e mantenere l'attività delle proteine lacrimali, la ComfortFeel™ Technology include due agenti idratanti: poloxamer 181 e poloxamina 1107⁵. La combinazione unica di osmoprotettori e agenti idratanti nella ComfortFeel™ Technology aiuta a stabilizzare le proteine lacrimali in condizioni che normalmente le denaturerebbero. Studi di laboratorio dimostrano che la ComfortFeel™ Technology mantiene l'attività delle proteine lacrimali nel loro stato naturale⁵.

DESIGN MULTIFOCALE

La popolazione presbile odierna è impegnata in diverse attività in vari ambiti della vita e cerca soluzioni di correzione della vista che consentano loro di condurre uno stile di vita attivo e appagante. Durante lo sviluppo del 3-Zone Progressive Design, i ricercatori di Bausch + Lomb hanno riconosciuto che le caratteristiche ottiche e anatomiche dinamiche dell'occhio presbile di un individuo giocano un ruolo importante nel definire la qualità dell'immagine retinica, pur rimanendo consapevoli delle mutevoli esigenze dei soggetti presbiti e dei limiti del design ottico per la correzione della presbiopia.

Mentre i design convenzionali delle lenti a contatto multifocali utilizzavano solo l'errore di rifrazione o una combinazione di errore di rifrazione e dimensione della pupilla nello sviluppo del design ottico, il 3-Zone Progressive Design di **Bausch + Lomb ULTRA® ONE DAY Multifocal** ha applicato un approccio più completo, tenendo conto di 7 parametri biometrici tra cui rifrazione soggettiva, dimensione della pupilla, aberrazioni di alto ordine, curvatura e diametro corneale, profondità della camera anteriore, lunghezza assiale e accomodazione residua, nonché il loro impatto sulla visione a 9 distanze critiche⁹.

Durante lo sviluppo del 3-Zone Progressive™ Design, sono state

valutate nuove ottiche per lenti utilizzando queste caratteristiche uniche in una popolazione diversificata di occhi presbi. Regolando i diametri delle zone da vicino e intermedia e la variazione di potere all'interno di queste zone, è possibile ridistribuire la luce per migliorare i risultati visivi da vicino e da intermedio. Il 3-Zone Progressive™ Design è stato selezionato sulla base dei risultati visivi ottimali su 9 distanze (6 m, 2 m, 1 m, 67 cm, 50 cm, 40 cm, 33 cm, 28 cm e 25 cm) e delle esperienze "reali" dei soggetti che indossavano lenti multifocali a bassa e alta adduzione⁹. Con l'aumentare della diversità delle attività quotidiane dei soggetti che utilizzano lenti a contatto per presbiopia, cresce anche l'esigenza di una visione perfetta a diverse distanze. Una visione nitida a distanza ravvicinata e intermedia rappresenta una delle caratteristiche principali che determinano la soddisfazione dei pazienti. Le lenti **Bausch + Lomb ULTRA® ONE DAY Multifocal**, realizzate con l'innovativo 3-Zone Progressive™ Design, possono aiutare i soggetti presbiti a godere di uno stile di vita attivo.

BIBLIOGRAFIA

1. Du Toit R, Situ P, Simpson T, Fonn D. The effects of six months of contact lens wear on the tear film, ocular surfaces and symptoms of presbyopes. Optom Vis Sci. 2001;78(6):455-462.
2. Multisponsor Surveys, Inc. The 2019 study of the US consumer contact lens market. January 2020.
3. Craig JP, Wilcox MDP, Argüeso P; TFOS International Workshop on Contact Lens Discomfort. The TFOS International Workshop on Contact Lens Discomfort: report of the contact lens interactions with tear film subcommittee. Invest Ophthalmol Vis Sci. 2013;54(11):TFOS123-TFOS156.
4. Willcox MDP, Argüeso P, Georgiev GA, et al. TFOS DEWS II Tear Film Report. Ocul Surf. 2017;15(3):366-403.
5. Rah M. Ocular surface homeostasis and contact lens design. February 2021
6. Ozkan J, Willcox MD. The effect of lens modulus on insertion comfort with silicone hydrogel lenses. Invest Ophthalmol Vis Sci. 2011;52(14):6515.
7. Efron N, Brennan NA, Bright FV, et al. Contact lens care and ocular surface homeostasis. Contact Lens Anterior Eye. 2013;36(Suppl 1):S9-13.
8. Jones L, Downie LE, Korb D, et al. TFOS DEWS II Management and Therapy Report. Ocul Surf. 2017;15(3):575-628.
9. Kingston, A. Cox, I. Predicting Through-Focus Visual Acuity with the Eye's Natural Aberrations. Optometry and Vision Science, 2013; 90 (10): 1111-8.

Le lenti a contatto correttive giornaliere multifocali sono un dispositivo medico. Bausch + Lomb ULTRA® ONE DAY e MoistureSeal® sono marchi registrati di Bausch & Lomb Incorporated o sue affiliate. ©2026 Bausch & Lomb Incorporated UODMF-IT-2512-3324

BLUDATA

MIDO

PAD. 3
STAND
L07 L09

L'importanza del Cloud

A MIDO DEBUTTERÀ **FOCUS CLOUD BLUDATA**, LA **VERSIONE EVOLUTA** DEL GESTIONALE FOCUS, PENSATA PER CHI DESIDERA LAVORARE CON **MAGGIORE LIBERTÀ E MENO VINCOLI TECNICI**.



FOCUS

Quando sentiamo parlare di **cloud**, può sembrare qualcosa di tecnico o lontano, ma in realtà fa già parte della nostra vita quotidiana. Il cloud è un modo per salvare e utilizzare dati e programmi via internet, invece che tenerli solo sul computer o sul server del negozio. In pratica, ogni volta che si guarda un film su Netflix, si ascolta musica su Spotify o si salva un documento su Google Drive, si sta usando il cloud. I file, le app e i dati non sono fisicamente sul dispositivo personale, ma “in una nuvola” di server sicuri, sempre accessibili online. Questo significa che:

- si può **accedere ai propri dati ovunque ci si trovi**, è sufficiente una connessione internet;
- non è necessario **installare programmi o aggiornamenti manuali**, perché è tutto gestito automaticamente;
- i dati di ciascuno sono **protetti e salvati in modo continuo**; quindi, non esiste rischio di perdita;
- si possono **usare diversi dispositivi** (computer, tablet, smartphone) in modo flessibile.

In sostanza, il cloud permette di lavorare in modo più **libero, sicuro e flessibile**, eliminando gran parte delle complicazioni tecniche. È una tecnologia che ha già semplificato la vita di milioni di persone, e ora sta trasformando anche il modo in cui lavorano le aziende.

UNA CURIOSITÀ: PERCHÉ SI CHIAMA “CLOUD”?

Il termine “cloud”, che in inglese significa **nuvola**, è stato scelto perché, fin dagli inizi di internet, nelle rappresentazioni grafiche delle reti i server remoti venivano disegnati proprio come una nuvola. Era un modo semplice per indicare tutto ciò che stava fuori dal computer: un insieme di sistemi, server e connessioni che non si trovano fisicamente davanti a te, ma ai quali puoi accedere via internet. Quella “nuvola” è diventata col tempo un simbolo: rappresenta uno spazio digitale leggero, flessibile e sempre accessibile, dove i dati risiedono e viaggiano in sicurezza. Da qui il nome **cloud computing**, ovvero “informatica nella nuvola”.

I VANTAGGI DEL CLOUD PER CHI LAVORA OGNI GIORNO CON I DATI

Lavorare in cloud significa **libertà**. Libertà di accedere alle informazioni in qualsiasi momento, da qualsiasi luogo, con il dispositivo preferito. Libertà di lavorare in negozio, a casa o in viaggio, continuando a gestire clienti, fornitori

e attività con la stessa efficienza di sempre. Poi c’è la **tranquillità**. Gli aggiornamenti sono automatici, i backup vengono eseguiti in modo continuo e sicuro e la protezione dei dati è gestita da sistemi affidabili. In questo modo, si riducono i rischi di perdita di informazioni e si elimina la necessità di interventi tecnici manuali. Infine, il cloud migliora la **collaborazione** e la **produttività**. Le informazioni sono sempre sincronizzate, accessibili ai diversi membri del team e aggiornate in tempo reale, favorendo una gestione più fluida e precisa.

IL CLOUD IN BLUDATA

La domanda sorge spontanea: **Bludata** ha sviluppato software in cloud? Certamente! Ecco due esempi.

Blu Booking: il sistema di gestione delle prenotazioni online

Blu Booking è un sistema di prenotazione online degli appuntamenti utilizzabile con diversi touchpoint collegati con l’agenda di FOCUS 10 e FOCUS WEB. Basato su cloud e integrato con il software gestionale FOCUS, Blu Booking è lo strumento ideale per gestire in modo moderno le prenotazioni degli appuntamenti nei centri ottici.

FOCUS CLOUD: il programma gestionale per ottici in cloud

Con **FOCUS CLOUD** Bludata porta tutti i benefici del cloud nel mondo dei centri ottici. È la versione evoluta del gestionale FOCUS, pensata per chi desidera lavorare con maggiore libertà e meno vincoli tecnici.

• **Accesso ovunque, in ogni momento:** puoi consultare e gestire i dati del tuo centro ottico in negozio, da casa o in viaggio, senza limiti di luogo o di orario.

• **Massima flessibilità operativa:** funziona su qualunque dispositivo e sistema operativo, così puoi usare quello che preferisci, quando ti serve.

• **Aggiornamenti e sicurezza senza pensieri:** il sistema si aggiorna automaticamente e i dati vengono salvati in modo continuo e protetto, per offrirti sempre la massima affidabilità. Con FOCUS CLOUD la gestione del centro ottico diventa più **semplice** e più **sicura**. È un passo naturale verso un modo di lavorare più **moderno, fluido e connesso**.

FOCUS CLOUD sarà disponibile da **MIDO 2026**.

DAI OPTICAL INDUSTRIES

MIDO

PAD. 3
STAND
L02 L10 M01

Evoluzione integrata

QUANDO LA MISURAZIONE INCONTRA L'ESTETICA: PUPYL SCAN E SKIN RIVOLUZIONANO L'OTTICA.



Nel panorama dell'ottica moderna, **precisione tecnica** ed **esperienza** del cliente sono diventati elementi centrali.

Con **Pupyl Scan** e **SKIN**, DAI Optical Industries propone due soluzioni complementari che rispondono a queste esigenze, **migliorando il lavoro dell'ottico** e la **qualità visiva** del portatore. **Pupyl Scan** è una **piattaforma digitale avanzata** per la **centratura ottica** e la **consulenza personalizzata**. Grazie all'utilizzo di un regolo elettronico e alla tecnologia LiDAR dei tablet compatibili, consente di acquisire in un'unica immagine tutti i principali parametri biometrici necessari alla realizzazione della lente. Distanza interpupillare, inclinazione pantoscopica, angolo di avvolgimento, distanza apice corneale-lente e altezza di montaggio vengono rilevati in modo rapido, preciso e ripetibile. La presenza della **Realtà Aumentata** trasforma la misurazione in un momento di consulenza evoluta, permettendo al cliente di visualizzare in tempo reale l'effetto di lenti e trattamenti e aumentando consapevolezza e coinvolgimento. Accanto alla precisione digitale, **SKIN** introduce un nuovo concetto di **trattamento antiriflesso**,

in cui **estetica** e **performance convivono in perfetto equilibrio**. Caratterizzato da un esclusivo **residuo cromatico color pelle**, **SKIN** riduce la visibilità del trattamento e rende lo sguardo più naturale e armonioso. Dal punto di vista tecnico, garantisce una riflessione estremamente ridotta (0,3-0,4%), protezione completa dai raggi UVA e UVB e una parziale schermatura delle radiazioni infrarosse, offrendo una visione più nitida e confortevole in ogni condizione di luce. Completano il profilo prestazionale di **SKIN** un'elevata resistenza ai **graffi** (Bayer test 16) e una **superficie super-oleofobica** e **anti-imbrattante**, che facilita la pulizia quotidiana e mantiene le lenti brillanti nel tempo. Insieme, rappresentano un approccio integrato alla visione: da un lato la massima accuratezza nella misurazione e nella consulenza, dall'altro un trattamento antiriflesso capace di unire estetica, protezione e comfort. **Due strumenti diversi ma complementari**, pensati per supportare l'ottico in un percorso di professionalità evoluta e offrire al cliente finale un'esperienza visiva superiore.



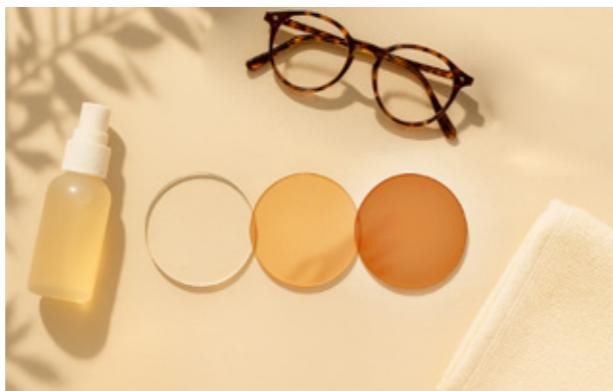
SKN

**l'antiriflesso color pelle che unisce
estetica, tecnologia e protezione**

DIVEL ITALIA

Elevata reattività

DEBUTTANO A MIDO LE LENTI FOTOCROMATICHE DI NUOVA GENERAZIONE: FOTOCHROMA S8.



Le nuove lenti fotocromatiche **Fotochroma S8** introducono una **finitura fotoreattiva inedita**, ottenuta grazie a un avanzato **trattamento a dispersione centrifuga uniforme spin-coated** ad **alta precisione**. Il processo consente l'applicazione di un rivestimento a spessore controllato, elemento chiave per garantire prestazioni ottimali in condizioni luminose differenti. Il risultato è una lente in grado di assicurare un'**attivazione luminosa ottimizzata** e una **risposta fotocromatica potenziata**, con una variazione intelligente della luminosità che si traduce in un elevato comfort visivo in ogni situazione. Le Fotochroma S8 si distinguono per un'elevata **reattività**: l'attivazione avviene più rapidamente rispetto alle lenti fotocromatiche tradizionali, caratteristica particolarmente

utile nei frequenti passaggi tra ambienti interni ed esterni o in contesti in cui la luce varia rapidamente, come in montagna o in ambito urbano tra zone d'ombra e aree esposte. La rapidità di transizione consente di ridurre l'abbagliamento improvviso, garantendo un comfort visivo immediato. Il passaggio da chiaro a scuro avviene in modo estremamente rapido, risultando quasi impercettibile all'occhio. Le nuove Fotochroma S8 sono disponibili in **sette colorazioni**, tra proposte classiche e soluzioni più fashion: grey, brown, green G15, blue, pink, purple e orange. Ogni tonalità risponde a specifiche esigenze visive ed estetiche del portatore.

- **Grey:** riduce la luminosità totale mantenendo una percezione naturale dei colori, che restano fedeli alla realtà.

MIDO
PAD. 3
STAND C02
C10 D01 D09



È la scelta più neutra e versatile, ideale per l'uso quotidiano, la guida e le attività all'aperto in condizioni di luce variabile.

- **Brown:** offre una visione più calda, aumentando contrasto e profondità. Migliora la percezione dei dettagli e la nitidezza, risultando particolarmente indicato per attività outdoor come ciclismo, passeggiate e lavori all'esterno.
- **Green G15:** rappresenta un equilibrio tra contrasto e naturalezza cromatica. Rilassa la vista, riduce i riflessi ed è adatto a un utilizzo prolungato all'aperto. Una soluzione "tuttofare" per guida, camminate e uso quotidiano.
- **Blue:** offre una percezione più fresca e riposante, con una buona gestione dell'abbagliamento e un comfort elevato nelle giornate luminose. È una scelta apprezzata per l'uso outdoor e il tempo libero perché contribuisce a ridurre l'affaticamento visivo mantenendo una resa cromatica piacevole. Ideale per chi cerca una lente versatile con un tocco di stile, adatta a condizioni di luce variabile.
- **Pink:** indicato per il comfort visivo in ambienti con luce artificiale o indiretta, contribuisce a ridurre l'affaticamento visivo in interni e davanti a schermi. Offre una percezione più morbida e rilassata, pur risultando meno efficace in presenza di luce solare intensa.
- **Purple:** tonalità orientata principalmente a moda e stile, conferisce un carattere distintivo all'occhiale. La resa visiva è più estetica che tecnica, adatta a un utilizzo quotidiano moderato.
- **Orange:** proposta dal forte impatto stilistico, altera la percezione cromatica in modo marcato. Meno neutra rispetto alle colorazioni classiche, è indicata per chi ricerca un effetto visivo particolare o un'estetica distinta. Le Fotochroma S8 sono disponibili negli indici **1.50**, **1.61** e **1.67**, nelle versioni **progressiva** e **monofocale**. Nel dettaglio, l'indice **1.50** è proposto come lente progressiva di ricetta in tutte le colorazioni e come **filtro Base 4**, sempre in tutte le varianti cromatiche. L'indice **1.61** è disponibile come progressiva di ricetta e come lente di serie in quattro colorazioni (grigio, marrone, G15 e blu). L'indice **1.67** è infine proposto come lente progressiva di ricetta nelle colorazioni grigio e marrone.

Per maggiori informazioni: www.divel.it



HOYA VISION CARE

La visione al centro

A MIDO HOYA VISION CARE PORTA IN PRIMO PIANO L'INNOVAZIONE OFTALMICA CONCENTRANDOSI SU TECNOLOGIE D'AVANGUARDIA E NUOVI SERVIZI DEDICATI ALLA CRESCITA DEI CENTRI OTTICI PARTNER.

Alla kermesse milanese HOYA Vision Care accende i riflettori sulla propria missione: **"Improve Life Through Vision"**, migliorare la vita delle persone attraverso la visione.

Un principio che guida da sempre la filosofia del brand e che si traduce nelle innovazioni presentate in fiera, pensate per rispondere alle esigenze di un mondo in costante evoluzione.

UN'EREDITÀ DI INNOVAZIONE

Da oltre 80 anni, la tradizione giapponese di HOYA Vision Care guida un percorso di **innovazione continua**. A MIDO, questo impegno prende forma nel **Sensei Innovation Center**, uno spazio dedicato alla tecnologia e alla leadership di HOYA, dove scoprire le novità che ridefiniscono il futuro dell'ottica.

LE NOVITÀ DI PRODOTTO

HOYALUX ID MYSENSE: la prima lente progressiva basata sull'Intelligenza Visiva Sensoriale. Un approccio esclusivo che considera comportamento visivo dinamico, le variazioni posturali durante la messa a fuoco e la sensibilità personale allo sfocamento oltre alle esigenze di correzione e lo stile di vita. Attraverso la personalizzazione senza precedenti offre comfort visivo naturale in ogni situazione.

SENSITY 3: le lenti fotocromatiche di nuova generazione, sono la risposta a chi cerca durata e affidabilità senza compromessi perché sono "Faster. Stronger. For Longer". Velocità di schiarimento, resistenza ai graffi e colori stabili nel tempo: le lenti fotocromatiche HOYA diventano ancora più performanti.

MiYOSMART iQ: Con oltre 10 anni di ricerca, HOYA continua a impegnarsi nel contrastare la progressione della miopia nei giovani, elevando gli standard nella protezione visiva dei più giovani. Grazie alla tecnologia brevettata D.I.M.S., la cui efficacia è riconosciuta e dimostrata a livello mondiale da oltre 100 pubblicazioni scientifiche, MiYOSMART iQ, disponibile dal 2026, con il nuovo Triple Enhanced Design (TED), rappresenterà la prossima evoluzione nelle soluzioni per la gestione della miopia.

Per **SEIKO** precisione ed estetica sono valori profondamente radicati. Nel 2026 nasce la **SEIKO WORLD COLLECTION**: la gamma completamente nuova, progettata con tecnologie evolute che ottimizzano ulteriormente estetica e qualità visiva. Con Smartrix™, l'Ottico-Optometrista guida il cliente

attraverso quattro livelli di performance e quattro occasioni d'uso, per una consulenza più sicura e mirata.

PARTNERSHIP E CRESCITA

MIDO sarà anche il palcoscenico per le iniziative dedicate ai centri ottici partner:

HOYA CENTER: **"Metti in luce la tua Professionalità"** con strumenti di formazione e visibilità, per crescere e valorizzare il ruolo dell'Ottico-Optometrista come punto di riferimento per il benessere visivo.

SEIKO VISION SPECIALIST: un percorso esclusivo basato su unicità, crescita, evoluzione, per accompagnare ogni partner in un processo continuo di sviluppo e trasformazione.



MIDO
PAD. 3
STAND P02
P10 R01 R09

IRSOOISTITUTO DI RICERCA
E DI STUDI IN OTTICA
E OPTOMETRIA - VINCI

AGGIORNA LA TUA PROFESSIONALITÀ
ESPLORA L'OFFERTA FORMATIVA IRSOO

CORSO MODULARE DI OPTOMETRIA DELL'ETÀ EVOLUTIVA



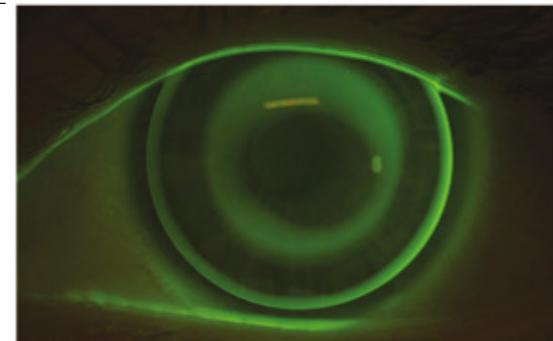
L'età evolutiva, per il suo ampio arco temporale, richiede un approccio optometrico flessibile, capace di proporre la soluzione ottica o il potenziamento delle abilità visive più adeguati. I temi dei moduli del corso, fruibili anche singolarmente, includono lo sviluppo di funzioni visive, la scelta degli strumenti, le modalità di somministrazione dei test e i trattamenti disponibili in base all'età.

Vinci, Febbraio - Maggio 2026

CORSO DI CONTATTOLOGIA SPECIALISTICA

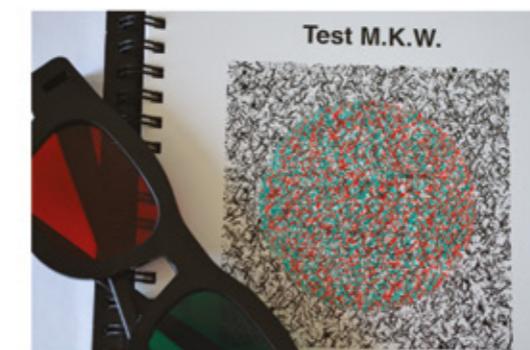
Parametri oculari anomali, ectasie corneali, esiti di traumi, chirurgie o trapianti, alterazioni della superficie oculare richiedono l'applicazione di lenti speciali, morbide, rigide corneali e sclerali.

Il corso è orientato alla gestione dei casi difficili e all'utilizzo delle strumentazioni più innovative, come Scheimpflug camera e OCT del segmento anteriore.



Vinci e FAD, Febbraio - Marzo 2026

L'USO DELL'MKW WEISS-MINICHIELLO NELL'ANALISI VISIVA



L'MKW consente un esame rapido, facile e affidabile; con le sue tavole è possibile effettuare la misura dell'acuità visiva, della stereopsi, della disparità di fissazione e dell'aniseiconia. È possibile inoltre eseguire una valutazione del comfort della prescrizione astigmatica e di quella prismatica, oltre ad uno screening della percezione cromatica.

Vinci, 15 Marzo 2026

Contattaci per
ulteriori informazioni:

0571 567923
345 6743218

info@irsoo.it
www.irsoo.it

IRSOO Istituto di Ricerca e di Studi in Ottica e Optometria

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

SCOPRI DI PIÙ



irsoo_istituto_ottica_vinci

P.zza della Libertà 18, Vinci (FI)

ITAL-LENTI

MIDO

PAD. 3
STAND N14
N22 P13 P21

Sfida alla miopia

LA LENTE PER CONTRASTARE LA PROGRESSIONE DELLA MIOPIA MYOPICA RAPPRESENTA OGGI LA SCELTA GIUSTA PER COSTRUIRE IL DOMANI.



Le previsioni parlano chiaro: entro il 2050, una persona su due nel mondo sarà miope. Un dato che non può essere ignorato e che rende la gestione della **miopia**, soprattutto in età pediatrica, una delle sfide più rilevanti per l'ottica oftalmica contemporanea. È in questo scenario che la ricerca tecnologica assume un ruolo determinante, trasformandosi in uno strumento concreto di prevenzione e tutela del benessere visivo futuro.

Ital-Lenti ha scelto di affrontare questa sfida con **Myopica**, la lente progettata per la **gestione** della **progressione miopica nei bambini** e nei **ragazzi**.

Una soluzione che nasce dall'ascolto delle evidenze scientifiche più recenti e dalla volontà di tradurle in un prodotto affidabile, efficace e facilmente integrabile nella quotidianità dei più giovani. Myopica rappresenta l'evoluzione di un concetto ottico consolidato, perfezionato

attraverso una nuova geometria di progettazione. Le zone ottiche sono state ripensate per garantire un **equilibrio ottimale** tra **comfort visivo** e **stimolo di defocus**:

la visione centrale resta nitida e stabile, mentre il profilo periferico genera un defocus miopico controllato.

Mantenendo la retina periferica in una condizione di defocus positivo, gli studi più recenti hanno evidenziato una riduzione della velocità di allungamento assiale del bulbo oculare, il principale fattore legato alla progressione della miopia. Ma l'efficacia non è l'unico parametro su cui si misura una lente pensata per i bambini.

Comfort, adattamento e qualità visiva sono elementi fondamentali per garantire continuità d'uso e serenità nella vita quotidiana. Anche sotto questo profilo, Myopica si distingue: **il 97% degli utenti si dichiara soddisfatto** delle prestazioni visive a tutte le distanze, il **95% trova**

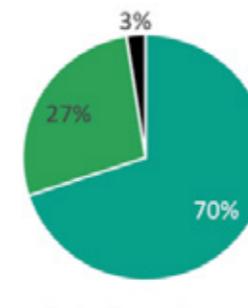
MYOPICA

La lente per la gestione della miopia per bambini e adolescenti.

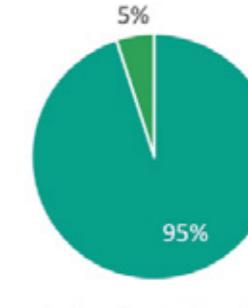


ITAL·LENTI
LENTI DA VISTA ITALIANE

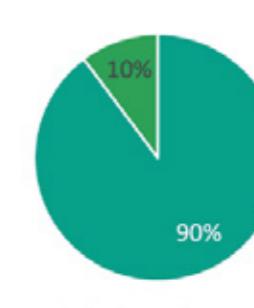
Prestazioni su tutte le distanze



Comfort



Nitidezza

**97%**

si è detto soddisfatto delle prestazioni delle lenti Myopica per la visione da lontano, intermedia e da vicino.

95%

ha affermato che le lenti Myopica offrono un comfort eccellente.

100%

ha riscontrato un'elevata nitidezza con le lenti Myopica.

confortevole indossare le **lenti** e il **100% sperimenta** una **visione nitida**. Dati che raccontano una lente capace di accompagnare i bambini nelle loro attività quotidiane, senza compromessi. Perché Myopica è, prima di tutto, **la lente che permette ai bambini di essere bambini**.

Di muoversi, giocare, studiare e crescere con naturalezza, senza percepire la lente come un limite, ma come un supporto discreto e affidabile. Una soluzione che protegge la vista oggi e contribuisce a costruire una prospettiva visiva più sana per il futuro. Con questa lente,

Ital-Lenti conferma la propria capacità di interpretare le tendenze internazionali e di trasformarle in soluzioni concrete, sviluppate e prodotte in **Italia**. Un percorso che unisce scienza, tecnologia e responsabilità, mettendo al centro le nuove generazioni e il loro benessere visivo. Perché **"la scelta giusta oggi per costruire il domani"** non è solo una promessa, ma una visione: offrire ai bambini una lente pensata per contenere la progressione della miopia significa investire sul loro futuro, con competenza, consapevolezza e attenzione.

KONTAKT LENS V.A.O.

MIDO
PAD. 3
STAND D21

Alla ricerca dell'eccellenza

DA OLTRE 35 ANNI L'AZIENDA AFFIANCA GLI OTTICI COME **PARTNER STRATEGICO E AFFIDABILE** GRAZIE ALLA **SERIETÀ** DEL SUO **TEAM** E ALLA **QUALITÀ** DELLE SUE **LENTI A CONTATTO**.

KONTAKT LENS V.A.O.: TRENTASEI ANNI DI INNOVAZIONE NELLE LENTI A CONTATTO

Fondata nel **1987**, Kontakt Lens V.A.O. si conferma oggi come punto di riferimento nella **ricerca** e nello **sviluppo** di **lenti a contatto** di **alta qualità**, pensate per soddisfare le esigenze di ottici e optometristi. La missione dell'azienda si articola su due fronti: da un lato, **garantire eccellenza applicativa**, offrendo lenti che assicurino performance elevate e comfort ottimale per i portatori; dall'altro, **tutelare** la **professionalità** dei **centri ottici**, sviluppando **marchi esclusivi** capaci di valorizzare il lavoro degli operatori e proteggerli dalla concorrenza, inclusa quella della distribuzione online. Nonostante i profondi cambiamenti del mercato, l'obiettivo di Kontakt Lens V.A.O. resta invariato: proporre **prodotti di qualità superiore e costruire con l'ottico una collaborazione attiva**, riconosciuta come vero motore della crescita professionale. Innovazione e sviluppo continuo hanno portato alla creazione dell'attuale gamma **Only One**, all'insegna di **qualità, passione e dinamismo**.

LE NOVITÀ DELLA GAMMA

1Day Air Vitamin

Lenti a contatto giornaliere in Etafilcon, arricchite con acido ialuronico e vitamine B6, B12 ed E. La formulazione avanzata nutre le strutture oculari e supporta il metabolismo cellulare dell'occhio, garantendo idratazione e lubrificazione ottimali per tutto il giorno, senza compromettere l'acuità visiva.

ComfyArt

Realizzate in silicone hydrogel, queste lenti combinano un polimero a basso modulo con un monomero idrofilo, assicurando grande



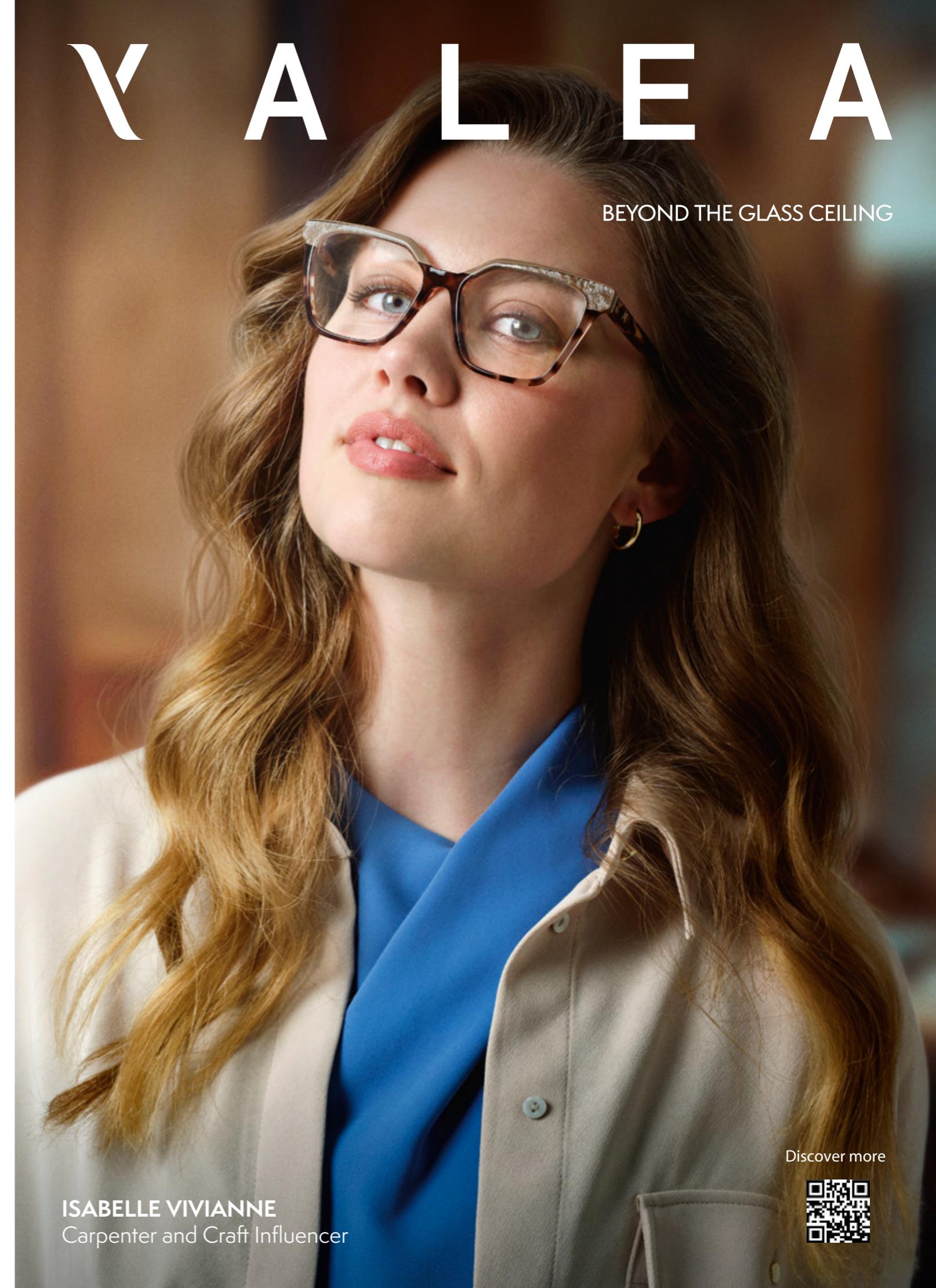
elasticità, comfort superiore ed elevata permeabilità all'ossigeno. La soluzione previene secchezza e fastidi, migliorando la tollerabilità e la qualità del porto.

1Day Custom

Lenti giornaliere in silicone hydrogel progettate per prestazioni eccellenti. Test comparativi con prodotti leader di mercato mostrano maggiore soddisfazione degli utenti, migliore acuità visiva in tutte le condizioni di illuminazione, stabilità del film lacrimale e maneggevolezza ottimale dall'inizio alla fine del porto, riducendo fastidi e rossori.

V A L E A

BEYOND THE GLASS CEILING



ISABELLE VIVIANNE
Carpenter and Craft Influencer



Discover more

MARK'ENNOVY

Alta personalizzazione

LA NUOVA LENTE PER ORTOCHERATOLOGIA MYLO NIGHT RAPPRESENTA LA SOLUZIONE SU MISURA PER LA MIOPIA DI OGNI PORTATORE, ANCHE DI NOTTE.



MYLO NIGHT: LA NUOVA LENTE ORTOCHERATOLOGICA SU MISURA PER LA GESTIONE DELLA MIOPIA

Dopo il successo di **MYLO**, la lente a contatto giornaliera sviluppata per il *Myopia Management*, **mark'ennovy** compie un nuovo passo nel percorso verso la personalizzazione totale delle soluzioni visive. Nasce così **MYLO Night**, la lente per ortokeratologia pensata per correggere la miopia durante il sonno, combinando **innovazione, sicurezza e personalizzazione**.

INNOVAZIONE TECNOLOGICA

Il design di MYLO Night viene calcolato attraverso **MyEuclid**, la piattaforma digitale di mark'ennovy dedicata ai professionisti della visione. Intuitiva e precisa, MyEuclid utilizza i dati topografici individuali del portatore per selezionare automaticamente la geometria ottimale della lente, riducendo i tempi di applicazione e aumentando la prevedibilità dei risultati. La piattaforma garantisce così un fitting efficace e sicuro, con un alto tasso di successo già

al primo paio di lenti, sia nei bambini che negli adulti.

SICUREZZA E COMFORT

Realizzata in **Boston XO (Hexafocon A)**, materiale noto per l'elevata permeabilità ai gas e le prestazioni affidabili in ortokeratologia, MYLO Night assicura comfort e sicurezza durante l'uso notturno. Un ulteriore dettaglio innovativo è rappresentato dai **diversi codici colore per ciascun occhio**, che semplificano il riconoscimento



da parte del portatore e migliorano l'esperienza d'uso quotidiana.

PERSONALIZZAZIONE AVANZATA

Grazie alla tecnologia **OTZ** (Optimized Treatment Zone), MYLO Night permette di scegliere tra **quattro differenti zone ottiche**, offrendo così un trattamento su misura per ogni tipo di miopia e morfologia corneale. Con questo nuovo lancio, mark'ennovy conferma la volontà di fornire ai professionisti strumenti sempre più efficaci per una **gestione completa e personalizzata della miopia**.

A completamento dell'offerta, l'azienda presenta anche il nuovo **Medmont Meridia Vantage**, dispositivo pensato per supportare l'applicazione e il monitoraggio delle lenti a contatto.



R.O.M. | NIDEK

MIDO

PAD. 3
STAND D02
D10 F01 F09

Valutazione completa

IL BIOMETRO OTTICO NIDEK AL-SCAN M SI PRESENTA SUL MERCATO COME LO STRUMENTO IDEALE PER LA GESTIONE DELLA MIopia.



L'aumento del carico di lavoro visivo da vicino dovuto alla larga diffusione dei dispositivi digitali e la tendenziale scarsità di vita all'aperto sta causando una crescente diffusione della **miopia**, soprattutto tra i bambini. È ormai risaputo che la semplice refrazione fornisca un quadro parziale della situazione, misurando anche la lunghezza assiale è invece possibile avere una prospettiva completa, per osservare l'evoluzione della miopia e consentire interventi adeguati.

In questo contesto si inserisce **AL-Scan M**, il biometro ottico NIDEK ideato per la **misurazione** e il **controllo** della **progressione miopica**. Il suo **Myopia Viewer**, software dedicato, è fondamentale per visualizzare e monitorare la progressione della miopia, valutare i progressi dei trattamenti ed eventualmente integrarli. Tramite il Myopia Viewer è possibile collegare AL-Scan M agli autoref NIDEK, condividendo i dati di refrazione e lavorando agevolmente, per poter iniziare immediatamente la gestione della miopia.

Il biometro NIDEK mette in contatto tutte le parti coinvolte in modo chiaro e accessibile fornendo un report facilmente comprensibile, particolarmente utile per i genitori, che possono osservare, assieme all'operatore, la curva tendenziale della crescita miopica dei figli e valutare le opzioni terapeutiche proposte e gli eventuali accorgimenti sullo stile di vita.



MIDO

Stand M04-M10 Hall 4
31 Gennaio > 1-2 Febbraio

Discover more

SEL OPTICAL

MIDO

PAD. 3
STAND L14
L22 M13 M21

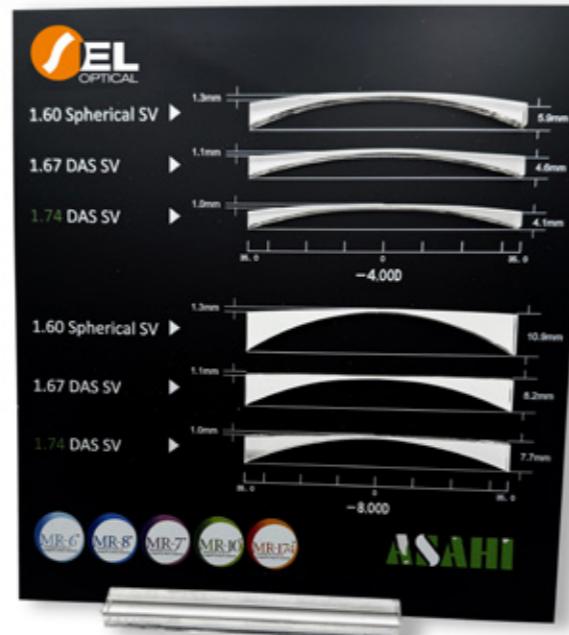
La tecnologia giapponese sbarca in Italia

DA QUEST'ANNO LA **PRECISIONE** DEI PRODOTTI DI **ASAHI LITE OPTICAL** HA SUL TERRITORIO ITALIANO UN PARTNER D'ECCELLENZA: SEL OPTICAL.

Il 2026 segna un passaggio decisivo per il mercato ottico italiano con la nuova partnership tra **Asahi Lite Optical** e **SEL Optical**, che porta per la prima volta nel Paese la **distribuzione esclusiva** delle lenti giapponesi ad alta tecnologia. L'accordo si integra con il lancio del **nuovo catalogo SEL Optical, operativo dal primo semestre** di quest'anno, e punta a ridefinire gli standard di precisione e performance nel settore oftalmico nazionale. L'ingresso delle lenti Asahi Lite in Italia rappresenta un **potenziamento** significativo dell'offerta rivolta ai professionisti della visione. L'azienda giapponese, riconosciuta a livello globale per aver rivoluzionato il mercato dei materiali ad alto indice di rifrazione - arrivando fino a 1.74 - porta ora il proprio know-how all'interno della rete distributiva capillare di SEL Optical. Questa collaborazione offre ai professionisti della visione oltre a tutta la gamma di lenti già contemplata nel catalogo SEL Optical, una innovativa, tecnologica ed esclusiva gamma di lenti che offrono al portatore finale una qualità di visione superiore agli standard: **geometria DAS**: doppia geometria asferica e atorica realizzata su entrambe le superfici; **design ultrasottili**: sfruttando la precisione giapponese, le lenti Asahi Lite garantiscono un'estetica impeccabile anche per ametropie elevate; **trattamenti avanzati**: integrazione con l'esclusivo trattamento antiriflesso **SETHA**, che offre 16 strati di protezione senza compromessi, super-idrorepellente, oleorepellente, antistatico.

LA STORIA: I PIONIERI DELL'ALTO INDICE

La storia di **Asahi Lite Optical** è quella di un pioniere che ha cambiato il volto dell'oftalmica moderna.



Fondata nel **1980** a **Sabae**, in **Giappone**, l'azienda si è imposta fin da subito come riferimento nello sviluppo di materiali plasticci ad alto indice. In un'epoca in cui le lenti per miopie elevate erano pesanti e ingombranti, Asahi Lite introdusse soluzioni rivoluzionarie: nel **1980** lanciò la prima lente al mondo con indice **1.60**, nel **1987** il debutto del materiale **1.67** e, negli **anni '90**, la prima lente organica **1.74**, ancora oggi tra le più sottili disponibili sul mercato. Questa vocazione alla ricerca le valse riconoscimenti internazionali, come il premio Technofuture al Silmo di Parigi nel 1991.

COSA FA OGGI: INNOVAZIONE E SVILUPPO TECNOLOGICO

Oggi, Asahi Lite continua nella ricerca e produzione di lenti di alta gamma, focalizzandosi sulla **combinazione** tra **estetica** e **protezione** della **salute oculare**.

Le tecnologie di punta includono:

- **Design a Doppia Asfericità e Atoricità (DAS)**: geometrie che minimizzano le aberrazioni periferiche, offrendo una visione nitida su tutta la superficie della lente.
- **Soluzioni FreeForm Avanzate**: utilizzo di algoritmi di calcolo "punto per punto" per personalizzare la lente in base ai naturali parametri individuali del portatore.
- **Sostenibilità**: Nel 2025, l'azienda ha introdotto lenti realizzate con **biomasse eco-friendly**, riducendo l'impatto ambientale della produzione.

La presenza globale di Asahi Lite si estende oggi a **oltre 50 paesi**.

La sede centrale resta a **Sabae**, cuore dell'industria ottica giapponese, mentre la distribuzione europea è coordinata attraverso **Asahi Lite Optical (Europe) GmbH** in **Germania**. Negli ultimi anni l'azienda ha consolidato la sua posizione in **Canada, Nord America, India e Medio Oriente**.

Dal 2026, anche l'**Italia** rientra tra i mercati presidiati direttamente grazie alla partnership con SEL Optical, che integra stabilmente le tecnologie Asahi Lite nel proprio portafoglio dedicato ai centri ottici.

LA STRATEGIA DI PENETRAZIONE SUL MERCATO ITALIANO

Per SEL Optical, azienda emiliana in forte crescita, l'accordo conferma una strategia orientata alla valorizzazione del **Made in Italy** capace di dialogare con le eccellenze globali.

Il 2026 sarà infatti un anno cruciale: la rete commerciale è stata ampliata fino a 20 agenti affiancati da 12 filiali e centri servizi sul territorio nazionale, mentre il catalogo si arricchisce di soluzioni ad alta tecnologia come la progressiva **MY Ultra HD** - basata su algoritmi evoluti e intelligenza artificiale - e la nuova generazione di lenti fotocromatiche **Selenia 2.0**, ora disponibile in un ventaglio cromatico più ampio e con protezione dalla luce blu fino a 420 nm. È stato inoltre potenziato il

catalogo dei **filtri solari**, arrivato oggi a oltre 350 varianti tra colori e materiali. Al lancio delle lenti Asahi Lite sarà affiancato un **tour formativo nazionale**, coordinato da **Paolo Marchesi, consulente tecnico e marketing** con oltre quarant'anni di esperienza nel settore oftalmico. L'obiettivo è accompagnare gli ottici optometristi nella comprensione delle nuove geometrie e dei processi produttivi, offrendo strumenti utili per proporre soluzioni personalizzate che coniughino il comfort visivo dei design FreeForm di seconda generazione con la qualità manifatturiera del partner giapponese. Con questa alleanza, SEL Optical porta nei centri ottici italiani la "*Japanese precision*", aprendo una nuova fase per un mercato sempre più orientato all'**eccezzionalità tecnologica** e alla **personalizzazione della visione**.

Lo staff SEL Optical è a disposizione per approfondire tutte le tematiche.

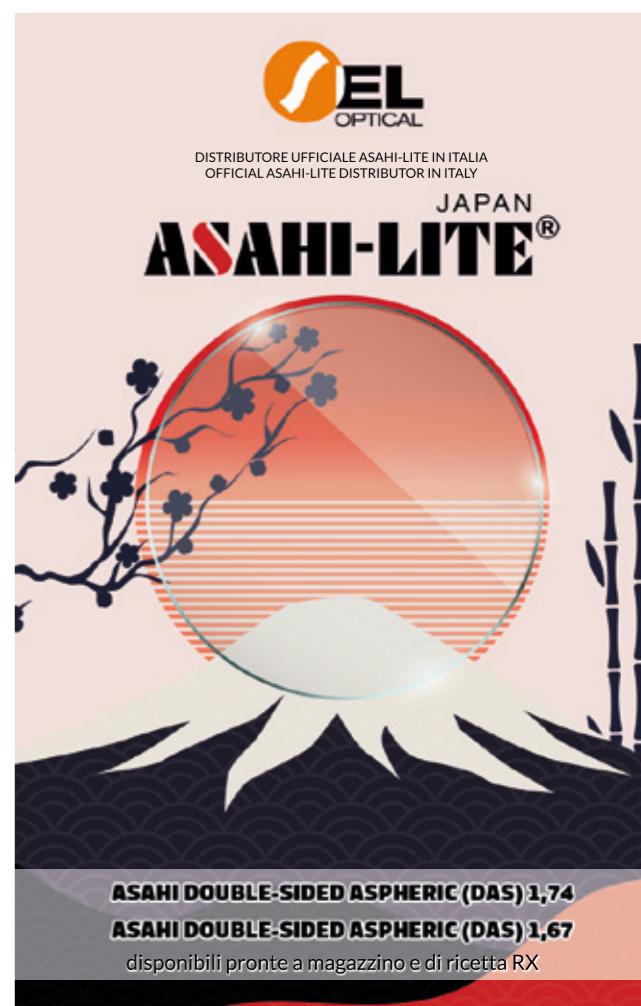
Per maggiori informazioni:

Tel.: +39 0533 728590

Fax: +39 0533 728537

customerservice@seloptical.it

www.seloptical.it



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

Studio comparativo tra due test di bilanciamento binoculare dell'accomodazione

AUTORI: ALESSIA MONTECALVO E LUCIANO PARENTI

Lo scopo di questo studio è confrontare due metodi di test di bilanciamento dell'accomodazione utilizzati nell'ottotipo Essilor CS POLA 600. I due test analizzati si differenziano per il metodo di dissociazione visiva: uno utilizza filtri polarizzati e l'altro filtri rosso/verde (R/V) con lettere di colore complementare. Mentre il test con filtri polarizzati è ampiamente documentato, non esistono studi precedenti che abbiano esaminato la ripetibilità e l'affidabilità del test R/V. Lo studio si propone di esaminare la precisione, la ripetibilità e l'affidabilità di entrambi i test, contribuendo così a una comprensione più approfondita dell'efficacia di ciascun metodo nella misurazione del bilanciamento dell'accomodazione.

INTRODUZIONE

Il bilanciamento dell'accomodazione è una componente fondamentale nella valutazione visiva, poiché assicura l'allineamento ottimale tra gli occhi, prevenendo disagi come l'affaticamento visivo. L'accomodazione è la capacità del cristallino di adattarsi alla distanza dell'oggetto osservato, e coinvolge la miosi pupillare, la modifica del potere del cristallino e la convergenza degli assi visivi. Nella refrazione monoculari si va a esaminare ogni occhio separatamente ed è proprio in questo processo che si può stimolare l'accomodazione nell'occhio non testato, influenzando i risultati, e portare a un aumento dell'accomodazione nell'occhio esaminato. In clinica, per garantire un corretto equilibrio binoculare, si ricorre all'uso di test di bilanciamento i quali valutano

la nitidezza delle immagini percepite da entrambi gli occhi simultaneamente. Questi test di bilanciamento permettono di confrontare le immagini percepite separatamente da ciascun occhio, dove si vedono stimoli visivi distinti ma coordinati. I test si suddividono in:

1. **Test binoculari**, che includono stimoli visivi separati e fusionali.
2. **Test bioculari**, dove non ci sono stimoli fusionali. I test di bilanciamento non sono eseguiti in caso di visione binoculare compromessa o di ridotta accomodazione (come nella pseudofachia).

Tra i test più comuni ci sono:

- Test con filtri polarizzati
- Test con occlusione alternata
- HIC Test
- Turville Infinity Balance Test (TIB)

Studi precedenti hanno confrontato diversi test di bilanciamento. Alcuni studi suggeriscono che il test con filtri polarizzati e il TIB siano preferibili, mentre altri non rilevano differenze significative tra i vari metodi. Lo studio in questione confronta due test di bilanciamento accomodativo presenti nello strumento Essilor CS POLA 600. I due test si basano sul confronto di nitidezza fra due righe di lettere, ognuna percepita con un solo occhio: la dissociazione avviene in un caso con filtri polarizzati (Fig. 1) e uno con filtri rosso/verde (R/V) con lettere di colore complementare (Fig. 2). Il test polarizzato presenta due linee di lettere polarizzate con filtri posti davanti agli occhi del paziente a polarizzazione opposta (45° e 135°).

Il secondo, che risulta esclusivo di questo strumento, utilizza filtri rosso-verde e prevede la presentazione di due file di lettere (una verde e una rossa), con filtri rosso e verde posti davanti agli occhi. In questo caso, l'occhio con il filtro rosso vede la linea verde e viceversa.

Il test polarizzato è ben documentato nella letteratura, ma non esistono studi precedenti che abbiano analizzato la ripetibilità e l'affidabilità del test R/V.

Questo studio si propone di confrontare i due metodi in termini di ripetibilità e affidabilità, utilizzando l'ottotipo Essilor CS POLA 600, uno strumento utilizzato nella misurazione delle capacità accomodative.

MATERIALI E METODI

In questo studio sono stati coinvolti 22 studenti IRSOO, di età compresa tra 19 e 38 anni (media 22, SD ± 4), di cui 10 femmine. I partecipanti non presentavano patologie oculari gravi e non avevano anamnesi di

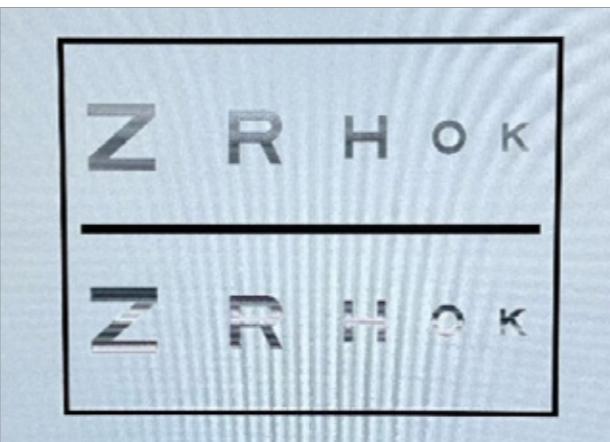


Fig. 1: Test di bilanciamento polarizzato.

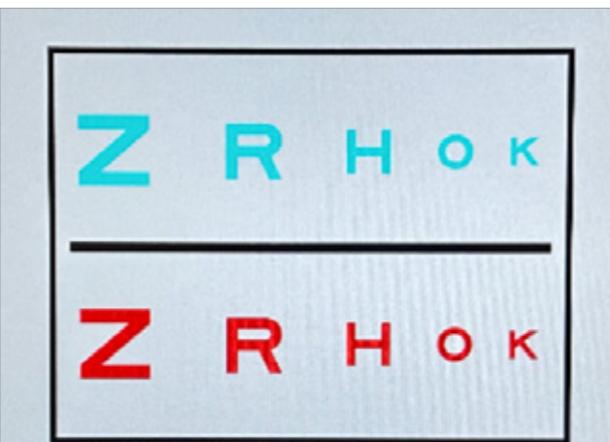


Fig. 2: Test di bilanciamento con filtro rosso-verde (R/V).

disfunzioni accomodative. È stata eseguita inizialmente una refrazione oggettiva con autorefrattometro a campo chiuso Essilor AKR 800. Successivamente, ponendo la sferocilindrica determinata sul forottero Essilor Vision-R 800 abbinato all'ottotipo Essilor CS POLA 600, si procede

con la refrazione soggettiva in monoculari perfezionando la componente sferica con la massima lente positiva o la minima lente negativa andando ad aumentare o diminuire la sfera a step di 0,25 D a seconda delle risposte del paziente per ottenere la migliore acuità visiva.

Si procede valutando e perfezionando la componente astigmatica con successiva rifinitura della sfera con l'utilizzo di lenti da $\pm 0,25$ D presentando la massima acuità visiva. Prima di passare ai test di bilanciamento, è stato determinato l'occhio dominante con l'utilizzo della lente con filtro rosso anteponendola in maniera alternata davanti agli occhi del paziente e successivamente posto i soggetti in binoculare per poter eseguire i test di bilanciamento. Per tutti e due i test è previsto un annebbiamento iniziale con lenti di +0,50 D, in entrambi gli occhi, per portare entrambe le immagini dei due occhi davanti alla retina evitando così fluttuazioni accomodative. I partecipanti sono stati testati prima con il test polarizzato (utilizzando filtri polarizzati) e poi con il test R/V (utilizzando filtri rosso-verde e lettere di colore complementare), in ordine casuale. Ogni partecipante ha eseguito ciascun test tre volte. La ripetibilità e l'affidabilità di ogni test è stata analizzata attraverso il calcolo del Coefficiente di Correlazione Intraclass (ICC), mentre la variabilità dei risultati è stata esaminata tramite il grafico di Bland-Altman.

RISULTATI

I risultati suggeriscono che il test con filtri polarizzati è più ripetibile e affidabile rispetto al test con filtri rosso-verde. L'ICC elevato del test polarizzato (0,91) conferma la sua precisione e l'assenza di variabilità significativa tra le misurazioni. Al contrario, il test R/V presenta una maggiore variabilità, con un ICC inferiore (0,58), indicando che i risultati non sono altrettanto consistenti. I grafici di Bland-Altman hanno mostrato che l'intervallo di concordanza per il test polarizzato (Grafico 1) era molto stretto (circa 0,1 D), mentre per il test R/V l'intervallo è sempre superiore a 0,50 D (Grafico 2).

Il confronto tra i due test ha evidenziato un ampio intervallo di concordanza di circa 0,75 D (Grafico 3), indicando che i due metodi non sono perfettamente intercambiabili.

I risultati mostrano che il test con filtri polarizzati presenta una buona correlazione tra le ripetizioni, mentre il test

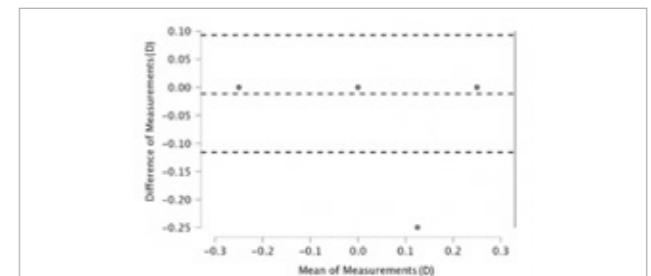


Grafico 1: Grafico di Bland - Altman per il confronto tra il test polarizzato 1 e il test polarizzato 2. Il numero di punti visibili è ridotto perché molti sono sovrapposti. Per gli altri confronti si ottengono grafici analoghi.

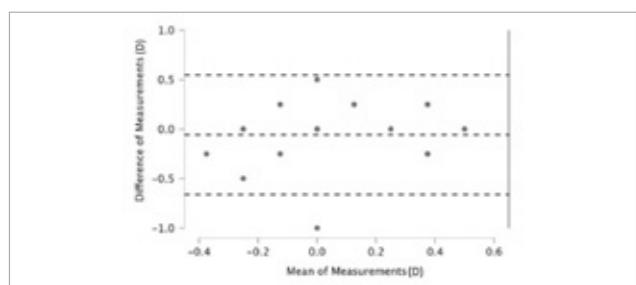


Grafico 2: Grafico di Bland - Altman per il confronto tra il test R/V 1 e il test R/V 2. Il numero di punti visibili è ridotto perché molti sono sovrapposti. Per gli altri confronti si ottengono grafici analoghi.

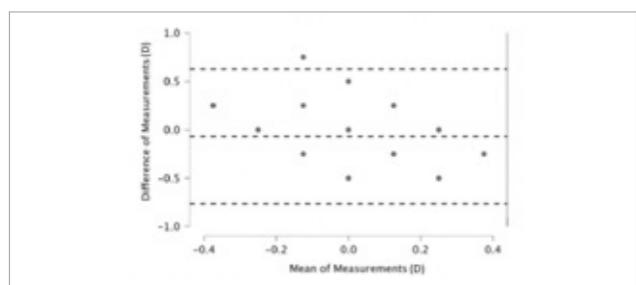


Grafico 3: Grafico di Bland - Altman per il confronto tra il test polarizzato 1 e il test R/V 1. Il numero di punti visibili è ridotto perché molti sono sovrapposti. Per gli altri confronti si ottengono grafici analoghi.

con filtri rosso-verde mostra una correlazione scarsa. I grafici di Bland-Altman e le tabelle di analisi evidenziano quindi che, sebbene non ci siano errori sistematici (bias), a livello clinico se un intervallo di confidenza risulta stretto (sotto le 0,25 D) non è significativo mentre un valore uguale o al di sopra delle 0,50 D risulta invece essere clinicamente significativo.

DISCUSSIONE

Il confronto tra i due test ha rivelato una differenza clinicamente significativa di circa 0,75 D. Sebbene entrambi i test siano utilizzabili per il bilanciamento dell'accomodazione, la differenza di concordanza suggerisce che il test polarizzato è preferibile per ottenere misurazioni più accurate e ripetibili. La variabilità osservata nel test R/V potrebbe essere attribuita alla difficoltà di ottenere una separazione ottimale tra i due occhi utilizzando filtri rosso-verde, che possono influire negativamente sulla precisione del test. I risultati sono in linea con studi precedenti che suggeriscono che il test polarizzato sia preferibile per la misurazione dell'accomodazione, grazie alla sua maggiore affidabilità. Tuttavia, l'utilizzo di filtri rosso-verde potrebbe essere un'alternativa in ambienti clinici dove non è disponibile il test polarizzato, ma occorre considerare la maggiore variabilità.

CONCLUSIONI

In conclusione, il test di bilanciamento dell'accomodazione con filtri polarizzati risulta essere significativamente più ripetibile e affidabile rispetto al test con filtri rosso-verde. Questo studio evidenzia la necessità di preferire il test polarizzato nei contesti clinici per garantire misurazioni

precise e ripetibili. Tuttavia, il test R/V può ancora essere utilizzato, ma con cautela, poiché la sua maggiore variabilità potrebbe influire sulla precisione della correzione accomodativa. Questi risultati potrebbero essere dovuti a un effetto confondente dovuto all'osservazione del test attraverso filtri colorati, che rendono non perfettamente confrontabili le mire viste dai due occhi (Fig. 3). Future ricerche dovrebbero esplorare l'uso di un campione più ampio e considerare la possibilità di errori sistematici legati all'occhio dominante, che non sono stati riscontrati in questo studio ma che potrebbero influire sui risultati. Un ampliamento della ricerca potrebbe anche includere la valutazione di altre variabili, come l'età, per comprendere meglio le differenze tra i due metodi.

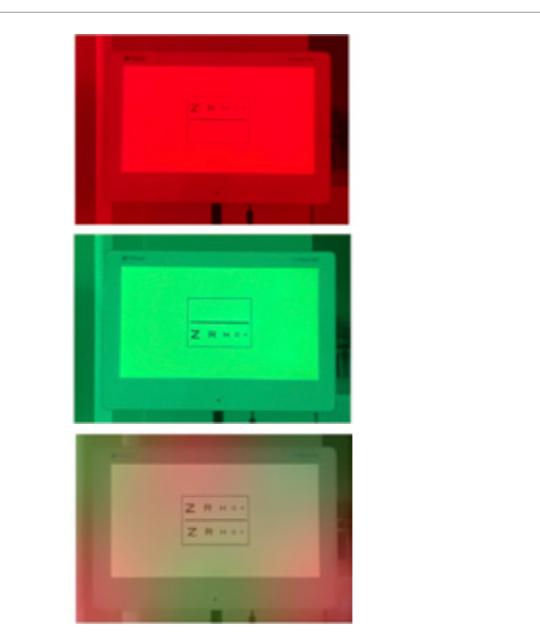


Fig. 3: Come viene visto il test R/V solo con l'occhio destro aperto, con solo l'occhio sinistro aperto e con entrambi gli occhi aperti.

BIBLIOGRAFIA

- Amigo, G. (1968). Binocular balancing techniques. Am. J. Optom. physiol. Opt. 45, 511-522.
- Rosenfield, M., & Logan, N. (2009). Optometry: science, techniques and clinical management. Elsevier Health Sciences.
- Rosenberg S., Sherman A. (1965). Vectographic project-o-chart slides. Journal of the American Optometric Association 39:1002-1006.
- Alva Ashraf, T., & Sarwar, M. S. (2016). Comparison of three different techniques of binocular balancing. Ophthalmology Pakistan, 6(03), 23-26.
- Mathebula, S. (2001). Comparison of methods for the determination of binocular refractive balance. S Afr Optom, 60(4), 135-138.
- West, D., & Somers, W. W. (1984). Binocular Balance Validity: A Comparison of Five Common Subjective Techniques. Ophthalmic and Physiological Optics, 4(2), 155-159.

ASSOCIAZIONE SOPTI
SOCIETÀ OPTOMETRICA ITALIANA

www.SOPTI.IT

visita il sito



#01 | 2026 ELENCO INSERZIONISTI

Alcon Italia

20154 Milano MI
Via Don Luigi Sturzo 43
Tel. 02818031

Bausch + Lomb-IOM

20090 Vimodrone MI
Viale Martesana 12
Tel. 0227407300

Bludata

31030 Breda di Piave TV
Via delle Industrie 10
Tel. 0422445442

D.A.I. Optical Industries

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

De Rigo Vision

32013 Longarone BL
Z.I. Villanova 12
Tel. 04377777
Tel. +34934735085

Divel Italia

40012 Calderara di Reno BO
Via Verde 5/a
Tel. 051721651

Hoya Lens Italia

20024 Garbagnate Milanese MI
Via Bernardino Zenale 27
Tel. 02990711

I.R.S.O.O.

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

Ital-Lenti

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

Jet Set Group

62012 Civitanova Marche MC
Via Enrico Mattei 97
Tel. 0733898660

Julbo

39400 Longchaumois
Rue Lacuzon - Francia
Stefano Cronst - Stefano.c@julbo.ch

Key Optical Europe

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

Kontakt Lens V.A.O.

20122 Milano MI
Viale Emilio Caldara 24
Tel. 0815706771

Meccanottica Mazza

20841 Carate Brianza MB
Via Tiziano 9
Tel. 0362902185

MIDO

20145 Milano MI
Via A. Riva Villasanta 3
Tel. 0232673673

MOREL France

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

Nuance Audio

32021 Agordo BL
Via Leonardo Del Vecchio 1
Tel. 800599189

Polyoftalimca

43123 Parma PR
Via Sabin 5/C
Tel. 0521642126

Safilo

20122 Milano MI
Piazza San Pietro in Gessate 2
Tel. 0277807611

SEL Optical

44021 Pontemaodino di Codigoro FE
Via Firenze 22
Tel. 0533728590

SOPTI

35126 Padova PD
Via dei Giacinti 44
Tel. 3391298771

ZEISS Vision Care Italia

21043 Castiglione Olona VA
Via S. e P. Mazzucchelli 17
Tel. 800437766



EYEWEAR by DAVID BECKHAM

Only One®

Occhio al benessere visivo

Comfort, idratazione e innovazione:

la nostra gamma
di lenti a contatto giornaliere
è progettata per rispondere
a ogni esigenza visiva.

1 Day Air Vitamin

Idratazione profonda con acido ialuronico
e vitamine per occhi freschi tutto il giorno.

1 Day Custom

La migliore lente in silicone hydrogel,
per un'esperienza di visione superiore.

1 Day ComfyArt

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



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



DIVEL ITALIA®



**NUOVA FOTOCHROMA S8,
DA CHIARO A SCURO IN UN BATTITO DI CIGLIA.
CI VEDIAMO A MIDO - PAD. 3 - STAND C02 C10 D01 D09**