



Anno Dodicesimo Numero 4 Duemilaventisei  
X I I • 0 4 • 2 0 2 6

# PO.

platform optic



INTERVIEW

**Alessia Alizé**  
**Eddie Lee**  
**Marco Locatelli**

COVERSTORY

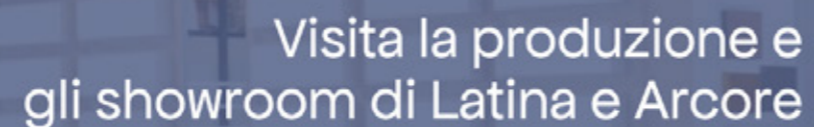
**Rita Peverati e Dunia Boni**  
**OTTICA GARAGNANI**

Contiene I.P. - ISSN 2420-8795




 TecnItalia


 RETAIL  
MEETS  
DESIGN


 Visita la produzione e  
gli showroom di Latina e Arcore


 info@tecnitaliaopty.com  
tel. 0773621126


ANGELO DADDA

#lentiottalmiche #fashion #luce #equilibrio

# Luce di primavera.

C'è un momento, in ogni primavera, in cui la luce cambia in modo deciso. Non ancora estiva, non più invernale: una luce che sa di passaggio, di promessa, di movimento. È la stessa luce che illumina questo aprile di P.O. Platform Optic, dove il mondo dell'ottica si racconta in trasformazione - più coraggioso, più sensibile, più umano. Il mese di aprile segna un nuovo punto di messa a fuoco per il nostro mercato: quello in cui innovazione, visione e identità si fondono in un unico sguardo sul futuro. Lenti oftalmiche, design, tecnologia e cultura si incontrano in questo nuovo numero di P.O. che celebra l'evoluzione del settore, sempre più consapevole del suo ruolo nel definire estetiche, esperienze e stili di vita. Partiamo dal nostro Speciale Lenti Oftalmiche, cuore di questa pubblicazione. Qui il tema è la visione non solo come funzione visiva, ma come equilibrio tra comfort, precisione e benessere cognitivo. In questo numero l'azienda ZEISS, ci racconta che con la sua nuova gamma ClearMind inaugura una prospettiva inedita: ridurre il carico mentale legato alla visione, restituendo agli occhi e al cervello un dialogo più confortevole e naturale. Una riflessione che apre a un concetto di lente sempre più "intelligente", capace di comprendere l'essere umano e non solo di correggerlo. Poi c'è la bellezza espressa dalla moda, quella che cambia pelle. Sul fronte del fashion, la parola chiave è "trasversalità". Con "Oltre i codici" raccontiamo di un occhiale che si libera dalle categorie di genere per esprimere pura attitudine. L'accessorio diventa linguaggio personale, identità fluida, gesto creativo. È in questo scenario che conosciamo

Alessia Alizé, dentro questa nuova estetica la giovane designer, intervistata questo mese, si muove ampliando il suo universo artistico con una capsule di abiti per la S/S 2026: un'estensione coerente del suo approccio al design, dove forma e materia si intrecciano con libertà e consapevolezza. Infine, mentre il design si reinventa, lo scenario globale si apre. Lo sguardo si allarga oltre i nostri confini. Con Mr. Eddie Lee, Associate Director Marketing di HKTDC, esploriamo le opportunità per le aziende italiane in un mercato asiatico sempre più aperto e interconnesso. La Hong Kong Optical Fair si conferma crocevia strategico per chi vuole dialogare con una rete globale di buyer e trendsetter: un'occasione per trasformare la creatività in business attraverso una competitività internazionale. È un aprile che invita a guardare lontano, ma anche dentro: all'interno delle lenti oftalmiche, dentro i materiali impiegati, dentro la mente di chi progetta e di chi sceglie, acquista e poi indossa. Perché la visione del futuro nasce sempre da uno sguardo consapevole - quello che sa unire tecnologia, emozione e umanità in un unico punto di vista. Aprile è dunque il mese in cui mettiamo a fuoco l'essenza stessa del nostro tempo: la visione come atto creativo e cognitivo. Vedere non basta più; vogliamo comprendere, sentire, tradurre ciò che la luce rivela. L'occhiale, la lente, il design diventano strumenti poetici di questa fine capacità, finestre su un mondo che cambia e che, finalmente, ci invita a guardare non solo con gli occhi - ma con tutta la mente e tutto il cuore. Buona visione e buona lettura.

**on the cover**



RITA PEVERATI E DUNIA BONI  
OTTICA GARAGNANI,  
BOLOGNA (BO)

Foto by  
ROBERTO DE RICCARDIS

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

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

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

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

**P.O. PLATFORM OPTIC**  
Mensile\_numero 04\_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 Bigliatti

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

**ADVERTISING**  
Sara Brero

**PROGETTO GRAFICO**  
Angelo Dadda

**GRAFICA | POST PRODUZIONE**  
Paolo Veirana

**IMPAGINAZIONE**  
Alice Ferrari

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

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

Lenti ZEISS ClearMind  
Vedi chiaro.  
Pensa chiaro.

Visione estremamente nitida, progettate per ridurre il carico cognitivo e migliorare la concentrazione.

Dal 7 Aprile, offri ai tuoi clienti una nuova esperienza di visione.  
**zeiss.it/professionisti**

# VAI OLTRE

VISIONE NITIDA A TUTTE LE DISTANZE



LENTI A CONTATTO GIORNALIERE MULTIFOCALI

 **Vivi un'esperienza ULTRA**

**BAUSCH + LOMB**

Lenti a contatto correttive giornaliere. È un dispositivo medico CE0050. Leggere attentamente le avvertenze e le istruzioni d'uso. Bausch + Lomb ULTRA® ONEDAY e MoistureSeal® sono marchi registrati di Bausch & Lomb Incorporated o sue affiliate. Tutti gli altri prodotti/nomi e/o loghi sono marchi registrati dai rispettivi proprietari. ©2024 Bausch & Lomb Incorporated. Aut. Min. del 10/07/2024. PR2/1211 - UOD-IT-2404-2856

## 001

EDITORIAL

**Luce di primavera**

## 006

COVER STORY

**Traguardo di rilievo**

## 012

FASHION

**Oltre i codici**

## 026

DESIGN CONNECTION

**Chiarezza geometrica**

## 028

DESIGNER

**Alessia amplia il suo linguaggio**

## 030

OVERVIEW

**Una porta d'accesso privilegiata all'Asia**

## 032

EVENTS

**Save the date**

## 041

SPECIALE

**Lenti oftalmiche**

## 070

INTERIOR DESIGN

**The best of**

## 072

REVIEW

**Focus**

## 080

AGGIORNAMENTO

**Professionale**

# Traguardo di rilievo

**OTTICA GARAGNANI** CELEBRA UN TRAGUARDO STORICO: **CENTO ANNI** DI ATTIVITÀ, CHE RICORRONO IL 19 APRILE. UNA REALTÀ PROFONDAMENTE RADICATA NEL TESSUTO BOLOGNESE, CHE OGGI VIVE UNA FASE DI CONTINUITÀ EVOLUTIVA SOTTO LA GUIDA DI **DUNIA BONI** E **RITA PEVERATI**, SUBENTRATE NELLA SOCIETÀ NEL 2023, AL FIANCO DI **ANDREA GARAGNANI**, DOPO UN LUNGO PERCORSO DI CRESCITA INTERNA ALL'AZIENDA.

Paola Ferrario

La storia di **Ottica Garagnani** affonda le sue radici nel cuore di **Bologna**, dove il 19 aprile 1926 Luigi Garagnani apre la prima sede in Via di Porta di Castello 5, a pochi passi dall'attuale ubicazione. L'attività nasce come laboratorio artigianale specializzato, inizialmente denominato "Laboratorio ottico e di fabbricazione di vetri per orologio di forme speciali e vendita di prodotti ottici e fotografici", espressione di una visione imprenditoriale già allora fortemente innovativa per il settore. Nel corso degli anni, l'azienda affronta anche le difficoltà del periodo bellico, durante il quale Luigi, affiancato dal figlio Ermanno, è costretto a trasferire temporaneamente il laboratorio in sedi provvisorie. Con il ritorno alla normalità nel 1945, l'attività riprende la propria sede originaria, dove rimane per oltre vent'anni, consolidando la propria presenza sul territorio. La crescita commerciale porta, nel 1969, al trasferimento in spazi più ampi e centrali in Via Montegrappa. Nel 1983 entra in azienda la terza generazione con **Andrea Garagnani**, che ne assume successivamente la guida, accompagnando l'evoluzione dell'attività attraverso un percorso di sviluppo continuo. Sotto la sua direzione si susseguono importanti tappe di espansione e rinnovamento: nel 2002 il raddoppio e la completa ristrutturazione del punto vendita storico, nel 2003 l'apertura di un secondo negozio in Via Mazzini e nel 2010 l'inaugurazione di una nuova sede in Via Santo Stefano. Il 2023 segna un passaggio significativo nella storia dell'azienda, con l'ingresso in società di **Dunia Boni** e **Rita Peverati**, già parte del team di Ottica Garagnani, a conferma di un percorso di crescita che unisce continuità e rinnovamento. Oggi l'attività si presenta come un centro ottico specializzato con tre punti vendita nel cuore di Bologna, fondato su un equilibrio costante tra tradizione artigianale e innovazione tecnologica, e su una forte attenzione alla qualità del servizio e alla soddisfazione del cliente. Al loro fianco c'è

**Andrea Garagnani**, la terza generazione della famiglia.

Le due imprenditrici descrivono l'assunzione della titolarità come un'evoluzione naturale di un percorso professionale già pienamente integrato nella realtà aziendale.

*"È stato un cambiamento naturale", spiega Rita Peverati. "Entrambe lavoriamo all'interno di Ottica Garagnani da molti anni: io dal 2014 e la mia socia dal 1998. Questo significa che non si è trattato di un ingresso in una nuova realtà, ma di una progressiva crescita all'interno di un'organizzazione che conoscevo in ogni sua dinamica operativa e relazionale. Nel corso degli anni abbiamo seguito l'evoluzione del punto vendita, la trasformazione del mercato e le esigenze della clientela, diventando parte attiva dei processi decisionali quotidiani. Quando si è presentata la possibilità di subentrare, il confronto con Andrea Garagnani è stato immediato e naturale".*

*"La sua presenza, ancora oggi centrale come supporto gestionale e rappresentante della terza generazione, ha garantito un passaggio estremamente fluido. Per noi si è trattato di assumere una responsabilità già in parte maturata nel tempo, con l'obiettivo di dare continuità a una realtà storica fortemente radicata nel territorio", sottolinea Dunia Boni.*

Il passaggio da collaboratrici a titolari ha comportato un'evoluzione soprattutto sul piano delle responsabilità e della governance interna, senza tuttavia alterare la struttura operativa del punto vendita.

*"Lo staff è rimasto invariato e questo è stato un elemento determinante per mantenere stabilità e continuità", prosegue Dunia.*

*"Abbiamo scelto consapevolmente di non intervenire in modo traumatico sull'organizzazione interna, proprio per valorizzare le competenze già presenti. Questo ha permesso*





*di preservare un clima di fiducia sia all'interno del team sia nei confronti della clientela. Molti clienti, infatti, non hanno percepito un cambiamento netto nella gestione, proprio grazie alla continuità delle figure professionali. Parallelamente, abbiamo avviato un percorso graduale di aggiornamento, che include formazione continua, introduzione di nuove metodologie di lavoro e un progressivo allineamento alle evoluzioni del settore ottico. Si tratta di un processo che richiede tempo, ma che riteniamo fondamentale per garantire competitività e qualità del servizio nel lungo periodo".*

La decisione di subentrare alla guida dell'attività si è sviluppata attraverso un percorso articolato, in cui elementi di continuità si sono intrecciati con una specifica fase di transizione aziendale.

*"È stato un percorso complesso, che ha avuto sia una componente di lungo periodo sia un momento preciso di accelerazione", spiega Rita.*

*"Tutto ha avuto origine quando i figli di Andrea Garagnani hanno scelto di non proseguire l'attività. In quel momento si è aperta una riflessione concreta sulla possibilità di garantire continuità al punto vendita, evitando soluzioni di discontinuità gestionale. Il confronto con Andrea è stato centrale: insieme abbiamo valutato diversi scenari, fino a individuare un modello che consentisse di preservare l'identità del negozio introducendo al tempo stesso una nuova fase gestionale".*

Il percorso di subentro, inizialmente previsto per il 2020, ha subito una significativa revisione a seguito della pandemia.

*"Avremmo dovuto formalizzare il passaggio ad aprile 2020, ma l'emergenza sanitaria ha imposto un blocco generalizzato*

*delle attività e una revisione delle priorità", racconta la Peverati. In quel contesto, Andrea ha ritenuto opportuno rinviare l'operazione, con l'obiettivo di tutelare la stabilità economica e organizzativa del punto vendita. È stata una scelta di grande responsabilità, che ha permesso di evitare pressioni in un momento estremamente delicato per tutto il settore retail.*

*"Per quanto ci riguarda, la volontà di proseguire non è mai venuta meno: il legame con l'attività era già consolidato da anni e il negozio rappresentava, e rappresenta tuttora, il nostro principale riferimento professionale. È la nostra 'casa'".*

Dal punto di vista gestionale, il modello attuale si fonda su un'impostazione fortemente orientata alla complementarità delle competenze e alla condivisione delle responsabilità.

*"Il nostro punto di forza è la complementarità", afferma la Boni. "Abbiamo percorsi formativi, esperienze e attitudini differenti che nel tempo si sono integrate in modo naturale.*

*Questa diversità rappresenta oggi un valore strategico, perché ci consente di affrontare la gestione del punto vendita da prospettive complementari, mantenendo sempre un confronto costante sulle decisioni operative e strategiche.*

*La condivisione delle scelte è un elemento centrale del nostro metodo di lavoro".*

La struttura operativa riflette questa impostazione, con una chiara distribuzione delle aree di competenza. Da un lato la gestione del laboratorio e degli aspetti tecnici legati alla realizzazione e personalizzazione dell'occhiale, dall'altro la sala rifrazione e l'area dell'ipovisione.

*"Per esempio, preferisco la sala refrazione e tutta la parte che riguarda l'ipovisione, anche perché, avendo Andrea - che è stato uno dei pionieri dell'ipovisione in Italia - da questo punto di vista ho avuto un'ottima scuola", racconta Rita.*

Le fa eco Dunia:

*"Andrea ci aiuta ancora quando abbiamo dubbi o perplessità ed è sempre ben lieto di dare una mano, anche se ora sta iniziando a godersi un po' di più la libertà data dal fatto di avere due persone che portano avanti il negozio. Sicuramente, anche per lui è stato un alleggerimento: prima era da solo e prendeva tutte le decisioni in autonomia, mentre adesso siamo in tre e tutto è più condiviso". Le nostre competenze si completano in modo estremamente naturale", concludono.*

*"Il laboratorio richiede precisione tecnica, conoscenza dei materiali e capacità di personalizzazione spinta del prodotto, mentre l'area dell'ipovisione e della consulenza visiva richiede un approccio altamente relazionale, basato sull'ascolto e sull'analisi delle esigenze specifiche del cliente. L'integrazione di questi due ambiti ci permette di offrire un servizio completo, che unisce componente tecnica e consulenziale. Questo equilibrio rappresenta oggi uno degli elementi distintivi della nostra realtà e contribuisce a rafforzare il posizionamento del punto vendita nel contesto del mercato ottico", sottolinea Dunia.*

Ma quanto incidono - e vengono percepite dal cliente - la personalizzazione e la qualità del montaggio?

*"Tantissimo, soprattutto perché oggi si ricercano materiali sempre più performanti", chiarisce Dunia.*

*"Anche il montaggio ha un valore fondamentale, così come l'aspetto estetico, che in determinate situazioni è molto*

importante. La miopia è sempre più diffusa, quindi creare un occhiale su misura, curando anche i centesimi di millimetro, aiuta moltissimo. Sono una persona a cui piace lavorare concretamente: toccare montature e lenti, osservare, giocare con gli spessori. Ho anche un figlio miope, quindi ho iniziato a studiare proprio su di lui: doveva essere tutto perfetto. Sono molto precisa, pignola, e anche il fatto di poter lasciare la montatura al cliente finché non arrivano le lenti, per poi procedere al montaggio, è un valore aggiunto che viene molto apprezzato”.

Il focus di Rita è invece l'ipovisione. Offrire una specializzazione verticale di questo tipo rappresenta un plus per un centro ottico:

“Secondo me è fondamentale. Specializzarsi e differenziarsi dagli altri centri ottici - che siano indipendenti, catene o grandi gruppi - è ciò che permette di essere riconosciuti e cercati. Riuscire a dare un aiuto concreto a una persona con problematiche importanti è qualcosa di estremamente gratificante. Oltre alla soddisfazione personale, c'è anche un forte impatto sul passaparola, che rimane centrale nel nostro lavoro, anche in un mondo sempre più digitale come quello del 2026. Con l'aumento dell'età media, stanno crescendo anche tutte le problematiche legate alla vista fragile e all'ipovisione: sono esigenze che abbiamo visto aumentare negli anni e che oggi sono sempre più richieste”, specifica Rita.

Questa specializzazione ha inevitabilmente delle ripercussioni sul posizionamento sul territorio.

“Siamo diventati un punto di riferimento sia per i clienti sia per gli oculisti. Siamo convenzionati con l'ASL e gestiamo anche pratiche legate al Nomenclatore tariffario, quindi il nostro ruolo è molto riconosciuto. Ma, oltre alla parte tecnica, è fondamentale anche la sensibilità: ascoltare le persone, capire le loro difficoltà e riuscire, anche quando sembra non esserci soluzione, a migliorare anche di poco la loro qualità di vita. Questo è impagabile”, prosegue Rita.

Sono diversi i vostri punti di forza che caratterizzano Ottica Garagnani secondo le titolari:

“Sicuramente l'ipovisione è uno dei principali. Ma non solo: abbiamo una persona specializzata in contattologia, molto competente, e collaboriamo con professionisti esterni, ad esempio per le protesi oculari. Ma il nostro vero punto di forza è il team: tutte le nostre collaboratrici. Siamo un gruppo interamente femminile e senza di loro saremmo perse. Ci seguono da anni, anche nei momenti di cambiamento, e sono sempre state eccezionali. Ci confrontiamo molto, anche fuori dal lavoro, e ci completiamo: dove non arriva una, arriva l'altra. L'aiuto reciproco è sempre stato fondamentale”.

La complementarietà sia professionale che umano è fondamentale, specificano entrambe:

“Il condividere tutto, anche a livello personale e quotidiano è una nostra caratteristica. Spesso una ha già vissuto una situazione che l'altra sta affrontando, e ci si aiuta continuamente. Ognuna ha il proprio ruolo, ma c'è sempre grande disponibilità a supportarsi a vicenda quando serve. Questo vale sia tra noi sia con il team: non potevamo davvero chiedere di meglio. Ci sentiamo molto fortunate. Nel corso



degli anni abbiamo avuto anche colleghi uomini, molti dei quali fanno ancora parte della famiglia di Ottica Garagnani, ma tra noi donne si è creata un'armonia speciale: niente gelosie, solo collaborazione e complementarità”.

Dunia e Rita hanno ereditato una realtà storica ed è stato fondamentale introdurre nuovi elementi per proiettarla nel 2026.

“Abbiamo puntato su prodotti all'avanguardia, ma anche più di nicchia. Ci piace il su misura, il prodotto unico, non standardizzato. Cerchiamo, analizziamo, ascoltiamo molto ciò che accade intorno a noi”, racconta Dunia.

“Abbiamo anche introdotto uno sguardo più contemporaneo sul mercato e sui clienti, che oggi sono molto attenti, ad esempio, ai temi ambientali. Per questo selezioniamo aziende con basso impatto ambientale e valorizziamo il made in Italy e le realtà locali, in cui il cliente può riconoscersi”, prosegue Rita.

Lo scouting dei prodotti è realizzato in maniera “tradizionale” “MIDO è il nostro riferimento principale. Inoltre, facendo parte del consorzio ottico Green Vision, durante le convention ci vengono presentate nuove linee e proposte interessanti. Per noi è fondamentale anche il confronto con altri ottici: parlare, condividere esperienze e ascoltare è un grande valore aggiunto”, dichiarano le nostre ottiche.

Il rapporto con il cliente è cambiato negli anni:

“Oggi i clienti sono molto più informati. Arrivano spesso con idee già chiare, anche se poi si lasciano comunque guidare. Una volta si affidavano più facilmente. Noi abbiamo fatto una scelta precisa: esporre poche montature da vista, per poter guidare meglio il cliente verso la soluzione più adatta. Non è una questione di fiducia, ma di competenza: spesso il cliente non è consapevole del proprio reale bisogno. Oggi è più difficile orientarlo, perché è influenzato da social, amici o tendenze, ma quando si spiegano bene le motivazioni, è disposto ad ascoltare”, prosegue Rita.

I due negozi rappresentano un continuum sotto certi aspetti ma presentano alcune differenze.

“La gestione è unica, ma abbiamo differenziato l'offerta. Il negozio di Santo Stefano, più recente, ha una proposta più giovane, anche per la vicinanza alla zona universitaria.

I due punti vendita sono molto vicini, quindi spesso i clienti visitano entrambi”, dichiara Dunia.

La storicità di Ottica Garagnani ha portato a una clientela consolidata, sottolinea Dunia:

“Vediamo crescere intere famiglie. Io lavoro qui da trent'anni e oggi i bambini di allora sono diventati adulti, alcuni con figli. È molto bello”.

Elemento imprescindibile nella loro quotidianità lavorativa è la fiducia per ambedue:

“È fondamentale. Abbiamo costruito un rapporto di grande onestà con i clienti: a volte diciamo anche dei “no” quando qualcosa non è adatto, e nel tempo questo viene riconosciuto e ripagato. La fiducia porta fidelizzazione”.

Interessante è la volontà di entrambe di impegnarsi a “creare valore”:

“Per noi è essenziale offrire un servizio che migliori davvero la qualità della vita. L'occhiale non è solo un dispositivo medico, ma parte del volto, qualcosa che si indossa ogni giorno. Vedere un cliente soddisfatto è la soddisfazione più grande”.

Fare impresa al femminile oggi è difficile e abbiamo voluto concludere la nostra intervista chiedendo loro un consiglio per tutte coloro che vogliono entrare nel mondo dell'ottica:

“Ci piacerebbe vedere più donne in questo ruolo, perché sono ancora poche. Il consiglio è avere coraggio, anche un po' di incoscienza, e buttarsi”.

“Noi siamo molto contente della scelta fatta. Ci sono momenti difficili, certo, ma sono pochi. Tornando indietro, rifaremmo tutto!”, conclude Rita.

SCANSIONA IL  
QR-CODE PER LA  
VIDEOINTERVISTA



Paola Ferrario

L'OCCHIALE SI TRASFORMA IN UN OGGETTO  
TRASVERSALE, CHE NON DEFINISCE PIÙ  
IL GENERE MA L'ATTITUDINE.



**1.  
JULBO**

VERMONT, IL LEGGENDARIO MODELLO  
DA GHIACCIAIO, TORNA COME PEZZO CULT.  
LE ICONICHE LENTI ROTONDE E LE PROTEZIONI  
LATERALI IN PELLE NON SONO SOLO DETTAGLI  
TECNICI, MA SIMBOLI DI UN'ESTETICA  
AVVENTURIERA CHE HA CONQUISTATO  
LE VETTE E LE PASSERELLE INTERNAZIONALI.  
È REALIZZATO CON LENTI IN POLICARBONATO  
SPECTRON, DI CATEGORIA 3 E 4.

Anche nel mondo  
dell'occhialeria si afferma  
sempre di più una moda fluida  
e genderless, che supera  
le tradizionali distinzioni tra  
maschile e femminile.

Le montature non sono più  
pensate per categorie rigide,  
ma per persone, stili e identità  
in continua evoluzione.

In questo scenario, ciò che  
funziona per la donna è  
perfettamente condivisibile  
anche dall'uomo, e viceversa:  
forme, volumi e palette  
cromatiche diventano universali  
- come caramello, rosa antico,  
verde celadon, giallo citrino  
e l'intramontabile nero - e si  
adattano in modo naturale  
a volti e personalità diverse.

**OUTRRE**

**ICORDI**

fashion



**2. CALVIN KLEIN**

GLI OCCHIALI CK26106ST SONO REALIZZATI CON UNA MONTATURA IN TITANIO LEGGERO, PENSATA PER GARANTIRE RESISTENZA, COMFORT E UN LOOK ELEGANTE MA ESSENZIALE. IL DESIGN RIPRENDE UNA SILHOUETTE TONDA REINTERPRETATA IN CHIAVE MODERNA, CON UN PONTE LEGGERMENTE RIALZATO CHE DONA UN ASPETTO DISTINTIVO E SOFISTICATO.

**3. MOSCOT**

ALLURE ANNI CINQUANTA PER AYGEN, OCCHIALE IN ACETATO E METALLO IMPREZIOSITO DA RIVETTI A DIAMANTE E NASELLI IN TITANIO.

**4. EINSTOFFEN**

OGNI PEZZO DELLA COLLEZIONE ÆTHERRA TRASMETTE LA CALMA DELLA PIETRA E LA LIMPIDEZZA DELL'ARIA. I COLORI SI DISPIEGANO COME LA PRIMA LUCE DELLA PRIMAVERA: NATURALI, SFUMATI, IN EQUILIBRIO TRA CALORE E FRESCHEZZA. IN FOTO: AEVIN



014

**TOTAL**<sup>TM</sup>  
LENTI A CONTATTO

Così comode.  
È quasi come non averle.<sup>1,2\*</sup>



SFERICHE

TORICHE

MULTIFOCALI

**LE LENTI A CONTATTO TOTAL<sup>TM</sup>: LA SOLUZIONE ALLE ESIGENZE VISIVE DEI TUOI PORTATORI.**

\*Si applica solo alle lenti TOTAL30<sup>TM</sup> e DAILIES TOTAL1<sup>TM</sup> sferiche e multifocali.  
**Referenze:** 1. DAILIES TOTAL1<sup>TM</sup> Monadic Claim Trial support. Alcon Data on file, 2024. Study Number: CLU484-P003. 2. In a clinical study wherein patients (n=66) used AOSEPT<sup>TM</sup> solution for nightly cleaning, disinfecting, and storing; Alcon data on file, 2021.  
 Sono dispositivi medici CE0123. Per l'utilizzo, la manutenzione, le precauzioni, le avvertenze, le controindicazioni e gli effetti indesiderati, consultare le istruzioni d'uso. Visitate il sito Alcon <https://ifu.alcon.com/> per importanti informazioni di prodotto. ©2025 Alcon. IT-DT1-2500041

**Alcon**



5.



6.



7.

**5. EMPORIO ARMANI**

APPEAL CONTEMPORANEO PER QUESTI OCCHIALI DA SOLE DI FORMA PILOT. REALIZZATI IN BIO-ACETATO, PRESENTANO UN'AMPIA COSTRUZIONE A DOPPIO PONTE CHE CONFERISCE UNO STILE NATURALMENTE ELEGANTE E DISTINTIVO.

**6. ITALIA INDEPENDENT**

L'OCCHIALE DA VISTA CORAGGIO, QUI PROPOSTO NEL COLORE CAMEL, È DECLINATO IN ACETATO CON DETTAGLI LOGO IN RILIEVO.

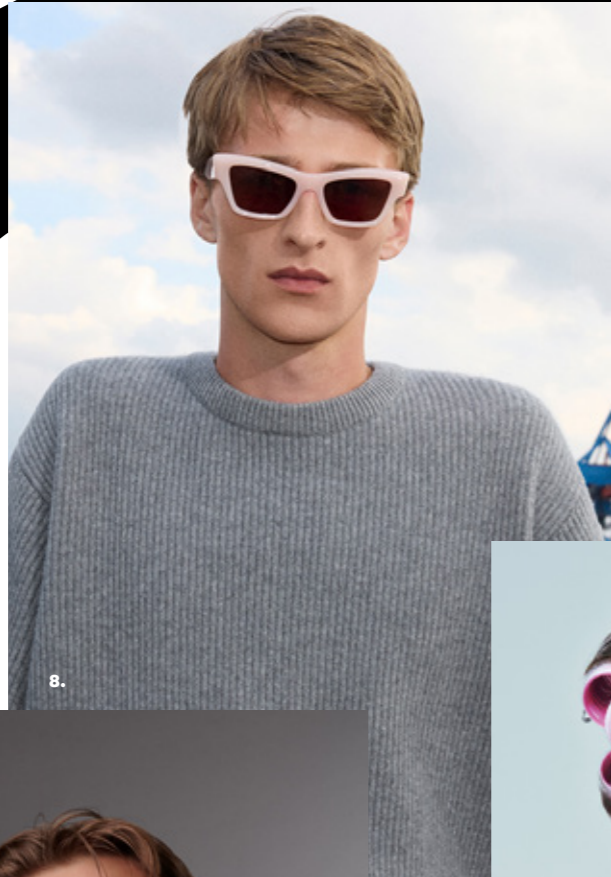
**7. SAINT LAURENT**

HOWL È LA NUOVA LINEA DI OCCHIALI LANCIATA CON LA COLLEZIONE UOMO ESTATE 2026 E PRESENTATA ANCHE SULLA PASSERELLA DONNA ESTATE 2026 E NELLA COLLEZIONE P/E 2026. DEFINITA DA VOLUMI AUDACI E DA UN CARATTERISTICO EFFETTO RIGONFIO, HOWL SI DISTINGUE PER LA SUA PRECISIONE CONTEMPORANEA E IL SUO STILE SCULTOREO.



**LENTI ULTRA DINAMICHE  
CON UN TOCCO DI COLORE SEMPRE**

2 effetti : Uniforme & Sfumato  
5 colori



8.



9.



10.

**8. JIL SANDER OLIVER PEOPLES**

L'ENERGIA CHE SCATURISCE DAI CONTRASTI ATTRAVERSA DA SEMPRE L'ESTETICA JIL SANDER. NELLA COLLEZIONE JIL SANDER OLIVER PEOPLES, QUESTO DUALISMO SI TRADUCE IN UN EQUILIBRIO TRA LINEE SPIGOLOSE E FORME ORGANICHE, TRA SUGGERZIONI INDUSTRIALI E NATURALI. TUTTI I MODELLI, REALIZZATI A MANO IN GIAPPONE, VANTANO LENTI IN VETRO PRODOTTE IN ITALIA E FIRMATE CON IL CARATTERISTICO LOGO "BREATH".

**9. OWP**

NELL'OCCHIALE BY26042 IL FREDDO ACCIAIO INOSSIDABILE INCONTRA IL CALDO ACETATO CREANDO COSÌ UNA MONTATURA MINIMALISTA CHE BILANCIA DESIGN CLASSICO E SOBRIETÀ RAFFINATA. LINEE PULITE, ESTETICA PURISTA E UN EFFETTO ARCHITETTONICO DI GRANDE IMPATTO.

**10. POLICE**

LA COLLEZIONE UNLOCKED REINTERPRETA IN CHIAVE CONTEMPORANEA L'ICONICO SIMBOLO DELL'AQUILA. IL DETTAGLIO METALLICO CHE UNISCE FRONTALE E ASTE DIVENTA IL SEGNO GRAFICO DISTINTIVO DELLA LINEA: UN'ALA D'AQUILA CHE SI DISPIEGA, IN CUI IL METALLO SI TRADUCE IN MOVIMENTO E LA FUNZIONE IN LIBERTÀ.



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.



11.



12.



13.

**11.  
K-WAY**

IL PILOT IN ACETATO 0039\_39V SFOGGIA ASTE SOTTILI E PROFILO MORBIDO. IL LOGO COMPARE ALL'ESTERNO DELLE ASTE, MENTRE L'ANIMA METALLICA È VISIBILE ALL'INTERNO E INTEGRA IL TAPE, CREANDO UN RAFFINATO GIOCO GRAFICO.

**12.  
GCDS**

GD5053\_045 È UN PILOT MODERNIZZATO CON PROFILI TONDI E SOTTILI. LO STICKER METALLICO GCDS A FORMA DI COMMA RISALTA, SOPRATTUTTO NELLA VERSIONE IN ACETATO TRASPARENTE COLOR AMBRA.

**13.  
MYKITA | RIMOWA**

IL MODELLO LEON DAME INDOSSA CLAY GREEN, UNA VARIANTE CROMATICA TONO SU TONO IN KAKI OPACO DISPONIBILE IN VARI MODELLI DELLA SERIE HERITAGE. ABBINATA ALLE LENTI RAW BROWN GRADIENT, LA PALETTE SUGGERISCE UNA SUPERFICIE DELICATAMENTE INVECCHIATA PUR MANTENENDO UNA NITIDEZZA DISTINTAMENTE CONTEMPORANEA.

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

FOCUS CRM

Crea e gestisci  
in modo semplice  
le attività cicliche

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

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

Acquisto occhiale progressivo



Chiamata verifica adattamento

**7 giorni**



Invito controllo assetto occhiale

**6 mesi**



SMS appuntamento controllo vista

**12 mesi**



SMS promo cambio occhiale

**24 mesi**



Integrato con FOCUS

Piattaforma web integrata  
con il software gestionale  
FOCUS 10.



Desktop o Web

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



Pianifica e controlla

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

fashion

14.



17.

RE

15.



16.

**14. FERILLI EYEWEAR**

IL MARCHIO ITALIANO DI OCCHIALI ARTIGIANALI HA AMPLIATO LA SUA COLLEZIONE DI OCCHIALI ECOSOSTENIBILI CON TRAME - AFTER COLLECTION, REALIZZATA IN ACETATO DI CELLULOSA E IMPREZIOSITA DA FIBRE DI FICO D'INDIA. IN FOTO: SPINAE

**15. LACOSTE**

LA COLLEZIONE EYEWEAR PRIMAVERA/ESTATE 2026 DI LACOSTE INTERPRETA IL CARATTERISTICO EQUILIBRIO DEL BRAND TRA SICUREZZA E NATURALITÀ, PRESENTANDO SILHOUETTE MODERNE ARRICCHITE DA UNA SOFISTICAZIONE DISCRETA. IN FOTO: L6082S5519301

**16. SWAROVSKI**

ISPIRATI ALLA BELLEZZA GIOIELLI DULCIS, PRESENTANO UNA MONTATURA OVERSIZE IN ACETATO PUFFY DECORATA A MANO CON OLTRE 900 CRISTALLI APPLICATI CON LA TECNICA PAVÉ. DISPONIBILI IN ROSA O VERDE TRASLUCIDO, SONO ARRICCHITI DA DELICATI CRISTALLI COLORATI CHE RIPRENDONO LA NUANCE DELLA MONTATURA.

**17. UNSUIKYO**

ISPIRATO ALLA BELLEZZA STRUTTURALE DEI PONTI IN ACCIAIO CHE ATTRAVERSANO I PAESAGGI NATURALI, M\_WAVECUT\_RS COMBINA UNA STRUTTURA IN TITANIO CON ELEMENTI IN PIETRA NATURALE PER CREARE UNA SILHOUETTE ARCHITETTONICA AUDACE MA RAFFINATA.

# PRECISIONE, ESTETICA, PERFORMANCE VISIVA.

LOV Oftalmica presenta **Elite** ed **Elevia**: le nuove lenti raccordate freeform negative e positive che esaltano comfort e naturalezza.



## elite

**Lenti raccordate negative progettate per gestire elevate ametropie.**

Queste lenti permettono di ottenere un profilo armonioso riducendo significativamente lo spessore periferico, rendendo più fluido il passaggio tra le zone ottiche ed eliminando tensioni visive.

## elevia

**Lenti raccordate positive progettate per gestire elevate ipermetropie.**

Sviluppate per ridurre al minimo lo spessore centrale attraverso una distribuzione controllata delle curvature che alleggerisce la lente e ne migliora il bilanciamento.

Scopri l'innovazione ottica progettata in Italia.

**LOV**  
OFTALMICA

commerciale@laboratoriootticovaresino.com

+39 0332 336319

Via Friuli, 8/B, 21100 Varese (VA)



18.



19.



20.

**18. DOLCE&GABBANA X RAY-BAN**

DETTAGLI D'ARCHIVIO SONO PROTAGONISTI NEL MODELLO SHOOTER CHE SI DISTINGUE PER UNA FORMA DECISA, CARATTERIZZATA DA UNA BARRA FRONTALE IN MADREPERLA E DA UN PORTA-SIGARETTA INTEGRATO. LA SOTTILE STRUTTURA IN METALLO SEGUE LA CLASSICA FORMA DA AVIATORE, CREANDO UNO SPAZIO TRALENTE E MONTATURA PER UN ELEGANTE EFFETTO RIMLESS.

**19. MIGA STUDIO**

ISPIRATA ALL'ARCHITETTURA MODERNA, OGNI MONTATURA DELLA COLLEZIONE P/E 2026 RIVELA UN DIALOGO TRA MATERIALE, PROPORZIONI E FUNZIONALITÀ, DOVE NULLA È ORNAMENTALE E OGNI LINEA HA UNO SCOPO PRECISO.

**20. VIVIENNE WESTWOOD**

LE MONTATURE DI VIVIENNE WESTWOOD RIFLETTONO UN APPROCCIO CHE SUPERA OGNI CATEGORIA RIGIDA, DIVENTANDO ESPRESSIONE DI PERSONALITÀ, STILE E IDENTITÀ IN CONTINUA EVOLUZIONE, IN PERFETTA SINTONIA CON L'ESTETICA LIBERA E ANTICONVENZIONALE DELLA MAISON.

Il design assume qualsiasi forma con

**ITAL•LENTI**  
LENTI DA VISTA ITALIANE



Per maggiori informazioni,  
chiedi al tuo agente di zona o  
scrivi a [marketing@italenti.com](mailto:marketing@italenti.com)

# CHIAREZZA GEOMETRICA

FRIDA ST PAUL



**INNOVAZIONE, LINGUAGGIO VISIVO DISTINTIVO E CONTEMPORANEITÀ  
MINIMALISTA** DEFINISCONO GLI **OCCHIALI DI MYKITA** E LA **LAMPADA  
FLAMINGO**.

Il concetto di riduzione come forma di espressione radicale si traduce, in questo dialogo tra Nemo Lighting e Mykita, in una tensione progettuale che sottrae per rivelare. Non si tratta semplicemente di minimalismo, ma di un processo più profondo e consapevole: eliminare il superfluo per portare in superficie la struttura, il gesto e la funzione nella loro forma più pura. Questa ricerca si traduce in oggetti che non impongono una presenza, ma la suggeriscono con precisione e leggerezza.



**NEMO LIGHTING | LAMPADA FLAMINGO  
| DESIGNER BERNHARD OSANN |  
PHOTO BY MARCO REGGI**

La lampada da terra Flamingo ridefinisce il rapporto tra movimento, equilibrio e luce attraverso un design puro ed essenziale. La lampada è dotata di un meccanismo basato sulla distribuzione del peso e su un baricentro centrale. Ciò consente a Flamingo di muoversi con fluidità con un semplice tocco e di bilanciarsi autonomamente, garantendo stabilità e libertà di movimento senza attrito. La sua flessibilità invita all'interazione, adattandosi intuitivamente ai gesti dell'utente e creando soluzioni luminose sempre diverse. La base in pietra garantisce maggiore stabilità, mentre un discreto pulsante sul corpo permette l'accensione, lo spegnimento e la regolazione graduale dell'intensità.

**MYKITA | MOD. STUDIO 15.1**

Il design del modello di occhiali rimless Studio 15.1 si fonda sul principio della decostruzione visiva ed è caratterizzato da un'estetica affilata e angolare con richiami art déco. L'acciaio inossidabile si fonde nella scanalatura delle lenti, lasciando che elementi come il ponte nasale e le aste emergano come tratti distintivi e volutamente esposti. Studio 15.1 ha una silhouette rettangolare compatta dai contorni netti ed è declinato in una palette cromatica, raffinata e metallica, che amplifica il concetto con combinazioni sofisticate: Black/Silver, Frozen Silver/Shiny Silver e Glossy Gold/Black. Moderno e allo stesso tempo radicato nelle geometrie vintage, Studio 15.1 incarna lo spirito concettuale e couture della linea Mykita Studio.

ALESSIA ALIZÉ

# Alessia amplia il suo linguaggio

Alessia Alizé, giovane designer di occhiali, ha recentemente allargato la sua creatività con una **capsule** di **abiti** che vede il suo **debutto** proprio per la S/S 2026.

Paola Ferrario



Nika notte

Caratterizzata da un'estetica fortemente identitaria e non convenzionale, la designer fiorentina **Alessia Alizé** ha portato nell'eyewear uno spirito punk, intriso di simbolismi e dettagli che richiamano il rock. Ora, Alessia Alizé ha deciso di allargare i suoi orizzonti, dando vita alla sua **prima capsule ready to wear**. Un passo importante, caratterizzato da un fil rouge stilistico tra i suoi occhiali e i suoi capi. Scopriamo come si è sviluppata questa contaminazione.

## ALESSIA, COME NASCE QUESTA PRIMA CAPSULE READY TO WEAR?

La collezione Spring/Summer 2026 nasce dal desiderio di portare l'estetica del mio lavoro nel mondo eyewear dentro l'abbigliamento. È un'estensione naturale del mio linguaggio creativo, che si basa su identità, struttura e contaminazione. Volevo creare capi che avessero la stessa forza espressiva degli occhiali: oggetti che non sono solo funzionali, ma dichiarazioni visive.

## QUAL È IL CONCEPT ALLA BASE DELLA COLLEZIONE?

Tutto nasce dal dialogo tra struttura e fluidità. Le silhouette sono essenziali, ma molto caratterizzate. Mi interessa lavorare su una tensione continua tra rigore e movimento, tra costruzione e libertà del corpo. È una collezione che non vuole mediazioni.

## CHE RUOLO HA LA PALETTE CROMATICA?

Il colore è una parte fondamentale del racconto. Ho scelto blu intensi, sfumature taupe e nero perché definiscono un linguaggio visivo diretto, senza compromessi. Sono tonalità che rafforzano l'identità dei capi e il loro carattere. I materiali sembrano avere una forte componente narrativa.

## CHE TIPO DI MATERIALI UTILIZZI E CHE RUOLO HANNO NEL TUO PROCESSO CREATIVO?

Seleziono materiali per qualità e sostenibilità, lavoro con denim e velluto a base di cotone biologico, maglina in fibra riciclata e lino irlandese. Nel mio processo creativo è centrale il dialogo tra qualità, tattilità e sostenibilità.

## IL LINO IRLANDESE È UNO DEI PROTAGONISTI DELLA COLLEZIONE. IN CHE MODO LO HAI REINTERPRETATO?

Il lino irlandese ha un immaginario molto tradizionale, che ho voluto sovvertire. L'ho reinterpretato attraverso l'applicazione di piercing, creando un contrasto tra naturalezza e spirito anarcho-punk. È un materiale che diventa quasi provocazione.



Amy lena

## QUALI CAPI LO RAPPRESENTANO?

Nella tonalità taupe, il lino entra in collezione con tre pezzi: un crop top con cappuccio, una lunga gonna sartoriale con spacco profondo e un pantalone cargo a otto tasche. I piercing sono elementi che rafforzano il carattere identitario di ogni capo.

## E IL DENIM CHE RUOLO HA?

Il denim è uno dei punti più forti della collezione. È compatto, strutturato, profondamente identitario. Le cuciture non sono nascoste, ma diventano parte del design. Il risultato è un materiale che segue il corpo senza irrigidirlo.

## COME SI TRADUCE NEI MODELLI?

Il crop top è aderente e pulito nella costruzione. Il cargo è più morbido e funzionale. La tuta invece accompagna il corpo senza rigidità. Anche qui il piercing sul petto diventa un segno centrale, quasi un elemento iconico.

## IL VELLUTO NERO INTRODUCE UNA DIMENSIONE PIÙ SENSUALE. È CORRETTO?

Sì, il velluto è profondo, notturno e sensuale. Le silhouette sono aderenti e precise. I piercing trasformano ogni capo in un gesto visivo, quasi una dichiarazione estetica. È una sensualità forte, ma consapevole.

## QUALI SONO I PEZZI CHIAVE DI QUESTA PARTE DELLA COLLEZIONE?

La fascia e il corsetto lavorano sulla femminilità con carattere. Le gonne, una a tubino e una asimmetrica, slanciano la figura e creano equilibrio tra tensione e armonia.

## LA MAGLINA SEMBRA INVECE PIÙ FLUIDA E LEGGERA...

Esatto. La maglina è il contrario della rigidità: è fluida, avvolgente, segue il movimento del corpo. Qui il design diventa quasi un'estensione del gesto.

## CHE TIPO DI CAPI TROVIAMO IN QUESTO MATERIALE?

Un coprispalle corto con maniche a campana e cappuccio, un abito lungo e una sovra gonna che lascia spazio al movimento. Sono capi che non impongono una forma, ma la seguono.

## A CHI SI RIVOLGE LA COLLEZIONE?

È pensata per una donna che vuole essere protagonista del proprio linguaggio estetico. Tutti i capi sono disponibili dalla taglia 40 alla 46 e acquistabili nei concept store internazionali e online su [alessia-alize.com](http://alessia-alize.com).

HKTDC

# Una porta d'accesso privilegiata all'Asia

IN QUESTA INTERVISTA **MR. EDDIE LEE, ASSOCIATE DIRECTOR, MARKETING DI HKTDC**, ILLUSTRARE LE **OPPORTUNITÀ** OFFERTE ALLE **AZIENDE ITALIANE**, IL **RUOLO CRESCENTE DEI BUYER INTERNAZIONALI** DA PARTE DELLA **HONG KONG OPTICAL FAIR** E LE **PROSPETTIVE DI SVILUPPO** DI UN **MERCATO SEMPRE PIÙ GLOBALE E INTERCONNESSO**.

Paola Ferrario



Nel cuore dell'Asia, **Hong Kong** rappresenta oggi uno dei principali snodi internazionali per il settore dell'ottica-occhialeria. Grazie alla sua posizione geografica, alla solidità delle infrastrutture logistiche e alla capacità di attrarre operatori da tutto il mondo, la città si conferma un punto di riferimento per le aziende che vogliono espandere il proprio business nei mercati asiatici. L'**Hong Kong Optical Fair**, in calendario dal 4 al 6 novembre 2026 presso l'Hong Kong Convention and Exhibition Center, rappresenta da 34 anni una piattaforma fisica e digitale in grado di creare opportunità di business per l'intero comparto. Approfondiamo la tematica con **Mr. Eddie Lee, Associate Director, Marketing dell'Hong Kong Trade Development Council (HKTDC)**, organizzatore insieme all'**Hong Kong Optical Manufacturers Association (HKOMA)** dell'evento.

## PERCHÉ HONG KONG RAPPRESENTA UNA SCELTA STRATEGICA PER L'INDUSTRIA DELL'OTTICA-OCCHIALERIA?

Hong Kong è perfettamente posizionata nel cuore dell'Asia. Questa collocazione geografica la rende un hub ideale per il business. In particolare, la prossimità con la Cina continentale rappresenta un grande vantaggio strategico. Molti operatori del settore hanno basi produttive nella Cina continentale, spesso nelle aree vicine a Hong Kong come Shenzhen, e gestiscono le loro attività commerciali proprio da Hong Kong, beneficiando della sua connessione con il resto del mondo in termini di comunicazione e logistica. Per questo motivo, le aziende presenti a Hong Kong possono sviluppare relazioni commerciali non solo con partner in Italia, ma anche in altri mercati globali, tra cui Asia e America. Inoltre, ogni spedizione o movimentazione di merci passa spesso attraverso Hong Kong: il porto è altamente efficiente e garantisce costi contenuti e, allo stesso tempo, grande efficienza operativa.

## QUALI OPPORTUNITÀ CONCRETE DI BUSINESS PUÒ ASPETTARSI OGGI UN'AZIENDA ITALIANA CHE DECIDE DI ESPORRE A HONG KONG?

Hong Kong rappresenta naturalmente un hub strategico per l'industria dell'ottica. Per questo motivo, da molti anni organizziamo l'Hong Kong Optical Fair. Nell'ultima edizione (ndr. 2025) abbiamo ospitato oltre 660 espositori provenienti da tutto il mondo, rappresentanti 19 Paesi e regioni, e abbiamo proposto diversi eventi tematici. La fiera ha attirato circa 1.200 buyer. Partecipare a un evento di questo tipo significa avere accesso diretto ai mercati. Non si tratta di una fiera di carattere locale, ma di un evento fortemente internazionale. Negli ultimi anni abbiamo inoltre invitato un numero sempre più crescente di buyer dai mercati limitrofi, in particolare dal Sud-Est asiatico, dove il potenziale di crescita è molto elevato. L'aumento della partecipazione da questi Paesi apre nuove opportunità per gli espositori nell'esplorazione di nuovi mercati. Allo stesso tempo, manteniamo relazioni consolidate con buyer provenienti da mercati maturi a livello globale, garantendo così ulteriori opportunità di business per gli espositori.

## QUALI SONO I PRINCIPALI PUNTI DI FORZA DELLA HONG KONG OPTICAL FAIR?

Per una fiera di questo tipo è fondamentale mettere in contatto diretto buyer ed espositori, favorendo incontri e relazioni commerciali concrete. Dopo la pandemia, abbiamo compreso ancora di più l'importanza di integrare modalità fisiche e digitali. Oltre ai tre giorni di evento in presenza, abbiamo sviluppato strumenti online che consentono ai buyer di incontrare gli espositori anche in anticipo. Ad esempio, è possibile consultare le collezioni e i prodotti prima della fiera, così da ottimizzare gli incontri durante l'evento. Inoltre, durante la fiera utilizziamo strumenti digitali come QR code dedicati per ogni espositore, che permettono di accedere a ulteriori informazioni e di continuare la conversazione anche dopo l'evento. Questo approccio consente di ampliare significativamente le opportunità di contatto e collaborazione. L'Italia è storicamente sinonimo di design, qualità e manifattura nell'occhialeria.

## CHE TIPO DI INTERESSE RISCOGLIA IL MERCATO ASIATICO VERSO IL PRODOTTO ITALIANO?

Il mercato asiatico accoglie molto positivamente il design italiano, che nell'eyewear è ormai considerato parte integrante dello stile di vita e della moda. Per questo motivo è fondamentale coniugare un buon design con un'elevata qualità produttiva. L'Italia ha grandi opportunità di crescita nel mercato asiatico e uno dei modi migliori per entrare in questo contesto è proprio attraverso Hong Kong, che rappresenta un hub strategico e un ponte culturale e commerciale verso la Cina.

## QUALI MERCATI EMERGENTI STANNO MOSTRANDO MAGGIORE INTERESSE ATTRAVERSO HONG KONG?

Negli ultimi anni abbiamo osservato una forte presenza di buyer asiatici alla fiera. Il potere di consumo e di acquisto di questi mercati è in costante crescita. L'Asia comprende numerosi Paesi con una popolazione giovane e dinamica, il cui reddito

e capacità di spesa stanno aumentando progressivamente. Un'altra area di grande interesse è il Medio Oriente, dove il potenziale di consumo è significativo e dove la connessione commerciale con l'Asia è sempre più forte. Questo favorisce una crescente partecipazione di buyer internazionali alla fiera di Hong Kong.

## UNO DEI PRINCIPALI TEMI PER GLI ESPOSITORI È LA QUALITÀ DEI VISITATORI. PUÒ APPROFONDIRE QUESTO ASPETTO?

La qualità dei visitatori è un elemento fondamentale dell'Hong Kong Optical Fair, poiché rappresenta una delle principali motivazioni per cui gli espositori partecipano. Per questo motivo, la nostra organizzazione investe molto nell'attività di acquisizione di buyer qualificati da tutto il mondo. Collaboriamo con numerose realtà internazionali per organizzare missioni e delegazioni che possano partecipare all'evento. Tradizionalmente ci concentriamo su importatori e operatori del settore ottico, ma negli ultimi anni abbiamo ampliato il nostro focus anche verso nuovi segmenti, inclusi operatori legati al lifestyle e alla distribuzione specializzata. Inoltre, abbiamo iniziato a esplorare con maggiore attenzione anche il potenziale dell'e-commerce, consapevoli del ruolo crescente delle piattaforme digitali nel settore. L'obiettivo è garantire un pubblico sempre più qualificato e diversificato, in grado di offrire reali opportunità di business agli espositori.

## COME SUPPORTATE LE AZIENDE ITALIANE PRIMA E DURANTE L'EVENTO?

La fiera dura tre giorni, ma il nostro obiettivo è estendere l'efficacia dell'evento ben oltre questa durata, attraverso attività pre e post fiera. Come già accennato, utilizziamo strumenti digitali che permettono il contatto tra buyer ed espositori prima dell'evento. Durante la fiera, organizziamo numerose attività di matchmaking. Abbiamo un team dedicato che si occupa di abbinare espositori e buyer: raccogliamo in anticipo informazioni ed esigenze di entrambe le parti per facilitare incontri mirati e il più possibile efficaci. Inoltre, offriamo supporto in termini di visibilità e promozione, anche attraverso attività di marketing digitale e social media, strumenti oggi fondamentali per la comunicazione nel settore.

## UN MESSAGGIO FINALE PER LE AZIENDE ITALIANE INTERESSATE A HONG KONG?

Le aziende italiane sono le benvenute all'Hong Kong Optical Fair. Hong Kong non deve essere considerato solo come un mercato, ma come un partner strategico per lo sviluppo del business in Asia. Il Made in Italy è altamente apprezzato in Asia per la qualità e il design, e si trova in una posizione ideale per crescere in un mercato molto promettente, in particolare in Cina. Hong Kong, pur avendo una popolazione di circa 7 milioni di abitanti, è fortemente connessa con la Greater Bay Area, che conta circa 87 milioni di persone. Partecipare alla fiera significa quindi accedere a un mercato molto più ampio e beneficiare di un hub strategico per l'espansione del business in Asia.

# Un tour per quattro città

**ALCON** PROPONE ANCHE PER QUEST'ANNO L'INIZIATIVA **POP UP YOUR VISION**, DEDICATA AL MONDO DELLE **LENTI A CONTATTO**. I POP UP DEL 2026 SI SVOLGERANNO A **ROMA, MILANO** (CON DUE MOMENTI, UNO A **MAGGIO** E UNO A **OTTOBRE**), **BARI** E **RICCIONE**.

Torna nel 2026 **Pop Up Your Vision**, l'iniziativa firmata **Alcon** pensata per avvicinare il pubblico al mondo delle lenti a contatto e rafforzare la cultura della correzione visiva attraverso il supporto dei professionisti della visione. Dopo l'esperienza pilota dello scorso anno, il progetto evolve in un **hub itinerante** che attraverserà quattro città italiane – Roma, Milano, Bari e Riccione – tra aprile e ottobre, con l'obiettivo di intercettare un pubblico ampio e stimolare una maggiore consapevolezza sulle opportunità offerte dalle lenti a contatto. A partire dal mese di aprile il pop up offrirà ai visitatori la possibilità di entrare in contatto diretto con il mondo delle lenti a contatto attraverso un'esperienza guidata: check visivo preliminare, consulenza con professionisti del settore, prova delle lenti.

## UN'OPPORTUNITÀ CONCRETA PER SVILUPPARE IL MERCATO DELLE LENTI A CONTATTO

L'edizione 2025 ha evidenziato il forte potenziale di iniziative di engagement diretto con il pubblico, i **nuovi portatori (30%)** si sono mostrati molto interessati a soluzioni più innovative o performanti. Questi risultati confermano l'esistenza di una domanda latente che può essere intercettata grazie a una maggiore informazione e a un'esperienza guidata, favorendo sia la **prima applicazione** sia l'**upgrade**



**verso lenti più evolute**, oltre a contribuire a ridurre il rischio di abbandono tra i portatori. Elemento chiave dell'iniziativa è la **valorizzazione** della **figura dell'ottico**, protagonista dell'esperienza e punto di riferimento per accompagnare il consumatore nella scelta e nell'utilizzo delle lenti a contatto. All'interno del pop up, gli ottici supporteranno i visitatori nelle diverse fasi dell'esperienza – dalla valutazione preliminare alla prova delle lenti. *“L'esperienza dello scorso anno ha confermato quanto le lenti a contatto rappresentino ancora un'importante opportunità di crescita per il settore. Abbiamo registrato un forte interesse sia da parte di persone che non avevano mai provato le lenti sia tra portatori già esperti ma alla ricerca di soluzioni più confortevoli e innovative. In questo contesto, il ruolo dell'ottico è fondamentale: è il professionista che può intercettare questa domanda, guidare il consumatore nella scelta più adatta e accompagnarlo lungo tutto il percorso di applicazione e utilizzo. Iniziative come Pop Up Your Vision di Alcon contribuiscono a rafforzare questa relazione e a diffondere una maggiore conoscenza delle lenti a contatto”,* dichiara **Filippo Pau, Franchise Head Vision Care di Alcon Italia**.

## UN HUB PER PROMUOVERE IL BENESSERE VISIVO

Il pop-up sarà uno **spazio dedicato** alla **salute** e al **benessere visivo**, dove i visitatori potranno provare gratuitamente – sotto la supervisione di professionisti



della visione – la gamma di lenti a contatto Alcon per la correzione visiva. Tra le soluzioni disponibili: **PRECISION7™**, la nuova lente a ricambio settimanale progettata per offrire fino a 16 ore di comfort ottimale e una visione precisa anche al giorno 7<sup>1</sup>, insieme a **PRECISION1™**, **DAILIES TOTAL1™** e **TOTAL30™**. I partecipanti potranno inoltre ricevere informazioni utili su come integrare le lenti a contatto nella vita quotidiana in modo semplice e sicuro. L'iniziativa sarà supportata anche da attività di **comunicazione online e offline**, con campagne digitali, social e iniziative di engagement sul territorio per invitare il pubblico a prenotare la propria esperienza. Attraverso questo progetto, Alcon conferma il proprio impegno nel promuovere la cultura della visione e sostenere la crescita professionale del settore, creando occasioni di incontro tra consumatori e professionisti della visione e contribuendo allo sviluppo del mercato delle lenti a contatto. Alcon, attraverso questa iniziativa, conferma ancora una volta il proprio impegno a sostenere la crescita culturale e professionale del settore, mettendo al centro l'**innovazione di prodotto** e la **partnership con gli ottici**.

## 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.

# Evoluzione fisiologica

IN LINEA CON LE **RICHIESTE** SEMPRE PIÙ **CRESCENTI** ED **ESIGENTI** DEL **MERCATO**, LA **FIGURA** DELL'**OTTICO** È DIVENTATA SEMPRE PIÙ **CENTRALE** E **TRASVERSALE**, PASSANDO DALLA **CONSULENZA** ALLA **PREVENZIONE** E AL **BENESSERE VISIVO**.



Giornata di formazione ExpoCECOP 2025

Il ruolo dell'ottico sta vivendo una trasformazione significativa. Cambiano le esigenze visive dei clienti, evolvono le tecnologie e cresce l'attenzione verso il **benessere visivo**. Tutti questi fattori stanno ridefinendo il valore del centro ottico e, soprattutto, quello del professionista che lo guida. Se in passato l'ottico era percepito principalmente come un punto vendita di occhiali, oggi questa visione appare sempre più limitata. Il negozio ottico sta evolvendo verso un modello più completo: uno spazio in cui il cliente non cerca soltanto una montatura, ma una consulenza qualificata per migliorare la propria qualità visiva e, più in generale, il proprio benessere.

## UN CLIENTE PIÙ INFORMATO E CONSAPEVOLE

L'accesso diffuso alle informazioni ha trasformato profondamente il comportamento dei consumatori. Sempre più persone arrivano in negozio con una maggiore consapevolezza delle proprie esigenze e con aspettative più elevate in termini di servizio, personalizzazione e competenza. Parallelamente, l'uso intensivo dei dispositivi digitali, l'invecchiamento della popolazione e i cambiamenti nello stile di vita stanno generando bisogni visivi sempre più specifici. In questo contesto, l'ottico indipendente ha un'opportunità

concreta: rafforzare il proprio ruolo come figura di riferimento nella consulenza visiva.

## IL VALORE DELLA CONSULENZA PROFESSIONALE

Oggi, il vero elemento distintivo di un centro ottico non è soltanto il prodotto, ma la capacità di comprendere a fondo le necessità del cliente e tradurle in soluzioni personalizzate. Analisi visiva, scelta delle lenti in base allo stile di vita, applicazione di lenti a contatto e gestione di esigenze specifiche richiedono competenze tecniche, esperienza e capacità di ascolto. È proprio su questo terreno che si gioca la differenza. Il negozio ottico si configura quindi sempre più come uno spazio di consulenza professionale, in cui il percorso del cliente va oltre l'acquisto e diventa un'esperienza costruita su misura.

## PREVENZIONE E BENESSERE VISIVO

Accanto alla consulenza, cresce anche il ruolo dell'ottico nella promozione della **prevenzione visiva**. Temi come l'affaticamento digitale, la progressione miopica nei più giovani o la gestione della vista nelle diverse fasi della vita richiedono attenzione e competenze specifiche.

In questo scenario, il centro ottico può diventare un punto di riferimento continuativo, capace di accompagnare il cliente nel tempo, offrendo non solo soluzioni ma anche informazione e orientamento.

## DIFFERENZIARSI IN UN MERCATO COMPETITIVO

Il mercato dell'ottica è oggi sempre più competitivo, caratterizzato dalla presenza di grandi catene e dalla crescita dei canali online. Nonostante questo, oltre l'83% delle vendite di occhiali avviene ancora nei punti vendita fisici, a conferma del ruolo centrale del negozio nell'esperienza di acquisto. In questo contesto, il prezzo non può essere l'unico elemento di confronto. Per gli ottici indipendenti, la leva strategica resta la **qualità del servizio**, la **relazione con il cliente** e la capacità di **offrire un'esperienza** che vada oltre il semplice acquisto. A conferma di questa evoluzione e della volontà di accompagnare gli ottici indipendenti in questo percorso, **CECOP** organizza la **ExpoCECOP 2026**, in programma il 24 e 25 maggio a Lazise: un momento di incontro e aggiornamento dedicato ai professionisti del settore, per approfondire i temi chiave e condividere visioni sul futuro della professione.

## GUARDANDO AL FUTURO

Anche alla luce dei momenti di confronto e aggiornamento che accompagnano il settore, appare sempre più chiaro che il successo del centro ottico sarà legato alla sua capacità di evolversi da punto vendita a vero e proprio **centro di competenza visiva**, dove professionalità, tecnologia e relazione con il cliente si integrano per offrire un **servizio completo** e **personalizzato**.

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

# NOA

NATIONAL OPTICS AWARDS

II EDIZIONE

**MONTATURE**

**LENTI OFTALMICHE**

**CONTATTOLOGIA**



**SCANSIONA IL CODICE  
QR E PARTECIPA!**

# Tutte le novità di Eos Catania 2026

CRESCÈ L'ATTESA PER L'UNDICESIMA EDIZIONE DI EXPO OTTICA SUD (EOS), IN PROGRAMMA DAL 10 AL 12 OTTOBRE 2026 PRESSO IL POLO SICILIAFIERA DI MISTERBIANCO (CATANIA). FORTE DI UN TREND POSITIVO IN TERMINI DI ESPOSITORI E VISITATORI, LA MANIFESTAZIONE SI PREPARA AD APRIRE NUOVAMENTE LE PORTE CON NUMERI IN COSTANTE AUMENTO E UN'IDENTITÀ RINNOVATA.



SiciliaFiera  
Misterbianco (CT)  
10 - 12 OTTOBRE 2026

ANIMA MEDITERRANEA



In vista dell'appuntamento, **Expo Ottica Sud** presenta infatti la sua **nuova immagine visiva**: una campagna che va oltre la semplice promozione e si configura come un omaggio alle radici territoriali e all'eccellenza del comparto ottico del Mezzogiorno. "Volevamo che l'immagine di Eos 2026 - commentano gli organizzatori - *trasmettesse immediatamente l'accoglienza, il calore e la bellezza della Sicilia, ma con un linguaggio grafico pulito e moderno. L'ottica è moda, è protezione, ma è soprattutto identità*". I segnali dal mercato confermano il forte interesse verso la manifestazione: l'edizione 2026 si preannuncia già **sold out**, con il 90% degli espositori delle precedenti dieci edizioni che ha riconfermato la propria partecipazione, a cui si aggiunge un numero crescente di aziende alla prima presenza.

## UNA LOCATION MODERNA E FUNZIONALE

A ospitare l'evento sarà ancora una volta **SiciliaFiera**, centro espositivo di oltre 5.000 metri quadrati situato a soli 15 minuti dal centro di **Catania**. Una scelta confermata dagli organizzatori per le caratteristiche di modernità e per i servizi offerti, in linea con le esigenze di una manifestazione in continua crescita. "Abbiamo riconfermato la nuova sede fieristica della passata edizione - spiegano - perché risponde a tutte le necessità di una fiera come Eos. Flessibilità e mobilità sono garantite da una logistica interna ed esterna efficiente, da ampi parcheggi gratuiti e da padiglioni completamente cablati e dotati di sistemi informatici all'avanguardia".



**UN HUB DI RELAZIONI E OPPORTUNITÀ**

Expo Ottica Sud si conferma un appuntamento capace di coniugare business, networking e aggiornamento professionale in un contesto accogliente e dinamico. L'edizione 2026 prevede oltre 2.000 visitatori specializzati, contribuendo a creare un ambiente favorevole agli incontri tra operatori e allo sviluppo di nuove opportunità commerciali. La manifestazione rappresenta un punto di riferimento per i professionisti del settore ottico e optometrico provenienti dalla Sicilia, dalla Calabria e, più in generale, dall'area mediterranea. Negli anni, tuttavia, Eos ha saputo attrarre anche un numero crescente di visitatori dal Centro-Nord Italia, interessati a coniugare l'esperienza fieristica con la scoperta del territorio siciliano. In questo contesto, Eos si configura non solo come piattaforma di business, ma anche come esperienza capace di trasmettere quell' "anima mediterranea" che caratterizza l'evento e il suo territorio. L'invito per tutti i professionisti della visione è dunque a segnare in agenda le date di ottobre, per partecipare a un appuntamento che unisce aggiornamento, relazioni e opportunità di crescita per l'intero comparto.



**cleadew**  
**Scopri l'eccellenza**  
**Paragon CRT® & Cleadew GP**

Paragon CRT® è la prima lente notturna approvata FDA per l'ortocheratologia, con correzione fino a -6.00D di miopia (con o senza 1.75D di astigmatismo), adatta a tutte le età.

Cleadew GP è il sistema completo a base di iodopovidone per una disinfezione superiore; ideale la pulizia e il risciacquo di lenti a contatto gas-permeabili.

**Scegli EasyLac.**  
 Scegli il meglio per il tuo trattamento ortocheratologico e la manutenzione delle tue lenti a contatto.



**EASYLAC**  
 true innovative solutions

a brand of FE-GROUP

SCOPRI DI PIÙ





# Lenti SPECIALE Oftalmiche

IRSOO  
ZEISS VISION CARE  
DAI OPTICAL INDUSTRIES  
DIVEL ITALIA  
ESSILOR®  
GALILEO  
HOYA  
ITAL-LENTI  
LOV OFTALMICA  
NIKON  
RODENSTOCK  
SEL OPTICAL  
VARILUX®

# SKN

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

  
**DAI**  
OPTICAL INDUSTRIES  
daioptical.com

# P.O.

A CURA DI: IRSOO

# Ripetibilità e affidabilità della misura della distanza interpupillare tramite App

**AUTORI:** ANDREA PADIGLIONE, FRANCESCO CALOSI  
CORSO DI LAUREA IN OTTICA E OPTOMETRIA, UNIVERSITÀ DI FIRENZE

Negli ultimi anni la tecnologia digitale, anche grazie al supporto dell'intelligenza artificiale, ha conosciuto una rapida diffusione, rendendo accessibili strumenti e competenze a tempo riservati esclusivamente ai professionisti del settore. In ambito optometrico e oftalmologico, tale evoluzione sta avendo un impatto rilevante, aprendo la strada a nuove modalità operative. Sono oggi disponibili applicazioni mobili dedicate alla misurazione della refrazione, dell'acuità visiva, della visione dei colori, al monitoraggio della salute oculare e al visual training. Già nel 2019, lo studio di Karthikeyan et al. ha censito 475 applicazioni per dispositivi Android, la maggior parte delle quali era destinata all'uso del pubblico generale (60,84%), seguita da applicazioni in ambito oftalmologico (15,15%) e optometrico (7,78%). Parallelamente, si stanno sviluppando rapidamente tecniche di gestione del paziente e del cliente a distanza, in particolare nei contesti della teleoptometria e della vendita online di dispositivi correttivi, quali lenti a contatto e occhiali. Nel caso della vendita di occhiali online, la misurazione della distanza interpupillare, la scelta della montatura e l'inserimento dei dati refrattivi devono essere effettuati in autonomia dal cliente durante il processo di acquisto. In questo contesto, si è recentemente diffusa la disponibilità di applicazioni per smartphone e tablet, completamente gratuite e facilmente accessibili, che consentono ai consumatori di misurare autonomamente la distanza interpupillare in ambiente domestico, senza il supporto

diretto di un professionista. Un errore nella misura della distanza interpupillare è tanto più rilevante quanto maggiore è il potere delle lenti oftalmiche che poi saranno montate sull'occhiale. Per questo motivo, le tolleranze riportate dalla norma BS 2738 (Cridland, 1962) sono espresse in funzione del potere delle lenti, da un minimo di errore di 0,5 mm (in orizzontale e verticale) per lenti di potere superiore a  $\pm 2,50$  D, a un massimo di 2 mm in orizzontale e 1 mm in verticale per lenti di potere inferiore a  $\pm 1,25$  D. Lo scopo del presente lavoro è valutare la ripetibilità di quattro applicazioni per la misurazione autonoma della distanza interpupillare (DI), selezionate tra quelle gratuite e facilmente reperibili negli store degli smartphone, e confrontare i risultati ottenuti con quelli forniti dall'interpupillometro e da altri metodi professionali, al fine di valutarne l'affidabilità e la precisione.

## METODI

Su un campione di 47 soggetti è stata misurata la distanza interpupillare (DI) utilizzando quattro metodi professionali e quattro applicazioni per smartphone. I metodi professionali comprendevano l'interpupillometro, considerato il gold standard per la misurazione clinica della distanza interpupillare (McMahon et al., 2012), il metodo eye-to-eye secondo Viktorin mediante l'impiego di un righello, il videocentratore a colonna Visioffice 2 (Essilor®) e l'Eye-Ruler 2 (Essilor®), un dispositivo digitale che

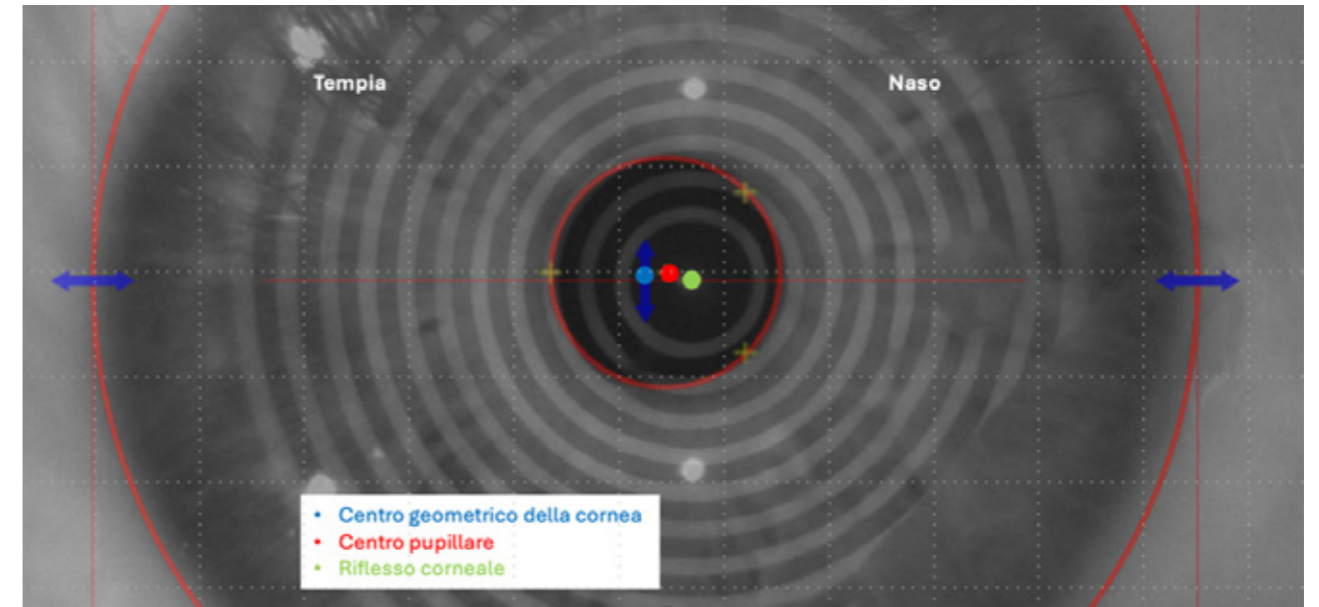


Fig. 1: posizione dei diversi punti dell'occhio che si possono prendere come riferimento nella misura della DAV

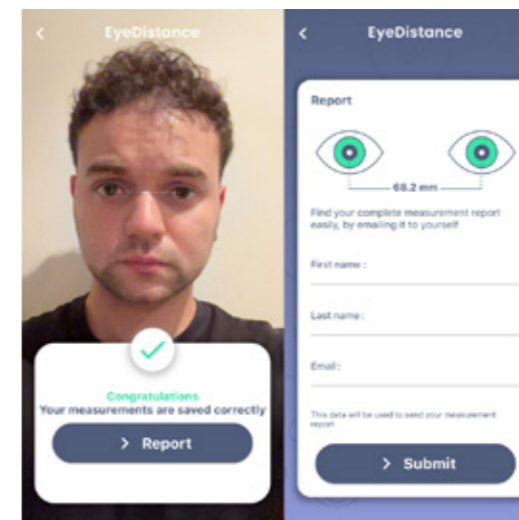


Fig. 2: interfaccia dell'app PD+

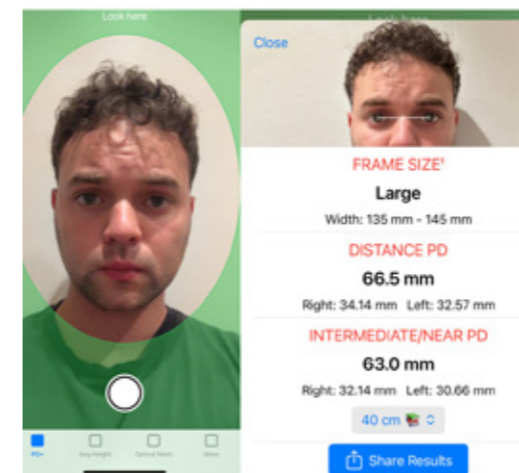


Fig. 3: interfaccia dell'app EyeDistance

si posiziona sulla parte superiore dell'iPad tramite supporto magnetico e si collega via Bluetooth al tablet. Le applicazioni per smartphone sono state individuate utilizzando il termine di ricerca "pupillary distance" nella barra di ricerca dell'Apple Store italiano. Sono state quindi selezionate quattro applicazioni gratuite (Figg. 2-5) che non richiedono alcuna registrazione: PD+ (Zernike LLC, USA), EyeDistance PD (St Solution, Belgio), PDCheck AR (EyeQue Corporation, USA) e GlassesOn (6 over 6 Vision LTD, Israele). Le misurazioni, effettuate presso i laboratori della scuola IRSOO (Vinci), sono state condotte in ordine casuale e ciascuna misura è stata ripetuta tre volte. I dati raccolti sono stati sottoposti ad analisi statistica al fine di individuare eventuali differenze significative tra i valori ottenuti. Sono stati calcolati i seguenti parametri: precisione, ripetibilità, coefficiente di variazione (CoV) e coefficiente di correlazione intraclassa (ICC). Il livello di concordanza tra i diversi metodi è stato inoltre valutato mediante l'analisi di Bland e Altman.

## PUNTI DI RIFERIMENTO

Idealmente, la distanza tra i centri ottici delle lenti oftalmiche dovrebbe coincidere con la distanza tra gli assi visivi (DAV). In realtà, il punto in cui l'asse visivo incontra la cornea non è identificabile con precisione e si colloca verosimilmente in una posizione intermedia tra il centro pupillare e il riflesso corneale. Negli occhi normali, in assenza di una marcata decentrata pupillare, tali differenze risultano trascurabili (Zeri et al., 2012). Per questo motivo, nella pratica clinica si ricorre a punti e distanze di riferimento alternativi. Per misurare la distanza interpupillare sarebbe necessario individuare il centro di ciascuna pupilla. Tale punto è identificabile in modo preciso solo tramite specifici software di analisi di immagine, ma nel metodo manuale può essere solo stimato valutando i contorni delle pupille. Ciò può diventare particolarmente difficoltoso in caso di pupille

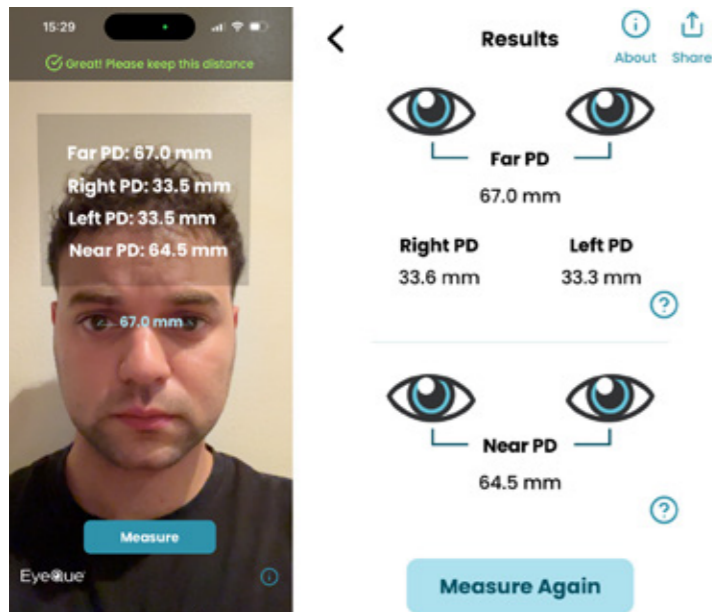


Fig. 4: interfaccia dell'app PDCheck

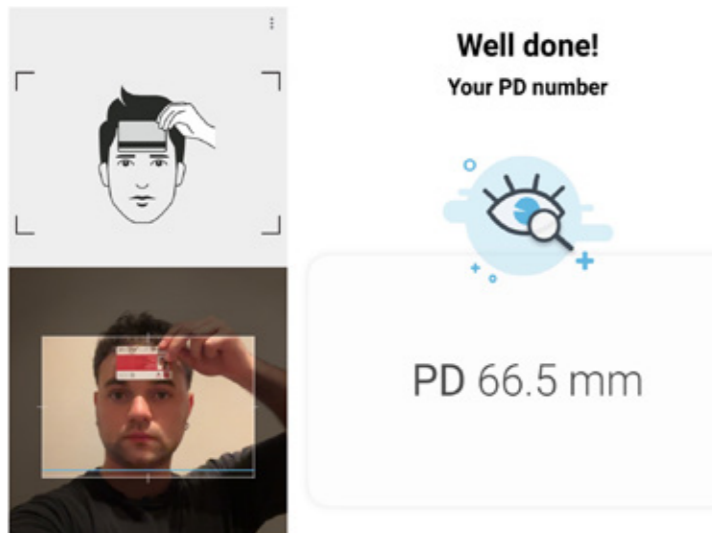


Fig. 5: interfaccia dell'app GlassesOn

scure o irregolari. Se la pupilla è molto decentrata a causa di traumi o patologie, il centro pupillare non può essere utilizzato come approssimazione dei punti in cui l'asse visuale incontra la cornea. Una possibile alternativa è quella di misurare la distanza fra i margini limbari dei due occhi. Questa misura equivale a misurare la distanza fra i centri geometrici delle due cornee, facendo riferimento al centroide del limbus. Il centro geometrico della cornea è spostato temporalmente rispetto al centro della pupilla. In alternativa, può essere considerato il riflesso prodotto sulla cornea da una sorgente luminosa (primo riflesso di Purkinje). Il riflesso pupillare è ovviamente indipendente dal diametro e dalla posizione della pupilla. Negli occhi normali, in media il riflesso corneale è spostato verso il naso di circa 0,2 mm (Yang et al., 2002) rispetto al centro pupillare (Fig. 1) e quindi, in generale, la distanza interpupillare è maggiore rispetto alla distanza fra i riflessi corneali di circa mezzo millimetro.

## RISULTATI

Sono stati inclusi nello studio 47 soggetti con età compresa fra 18 e 53 anni (media  $\pm$  SD:  $28,5 \pm 7,7$ ), 22 soggetti erano femmine. I valori di distanza interpupillare erano compresi fra 56,8 e 69,3 mm (media  $\pm$  SD:  $62,3 \pm 3,6$  mm). È stata trovata una alta ripetibilità per l'interpupillometro, il videocentratore Visiooffice 2 e per PDCheck, con CoV inferiore all'1%. Invece, per il righello, PD+, GlassesOn, EyeDistance e Eye-Ruler 2 il CoV è risultato superiore all'1% (Tab. 1). Nel confronto fra lo strumento di riferimento (interpupillometro) e ciascun metodo di misura, il Visiooffice 2, PD+ ed Eye-Ruler 2 hanno evidenziato differenze statisticamente significative, ma clinicamente rilevanti solo nel caso di PD+, essendo il bias superiore a 1 mm. Negli altri casi non ci sono differenze statisticamente significative. Fra i metodi professionali, l'intervallo di concordanza più ampio è stato riscontrato per il righello (+/- 3,21 mm), mentre quello più ristretto per l'Eye-Ruler 2 (+/- 1,23 mm). Invece, fra le app, quella con l'intervallo maggiore è EyeDistance (+/- 4,02 mm), mentre quella con l'intervallo minore è GlassesOn (+/- 1,89 mm) (Tab. 2).

## DISCUSSIONE

La misura della distanza interpupillare è generalmente soggetta a limiti di precisione e scarsa ripetibilità, dovuti alle difficoltà nell'identificazione degli assi di riferimento, nella localizzazione del punto corrispondente sulla cornea, nel controllo della postura del soggetto e della posizione e dell'esperienza dell'operatore (Rossetti & Battistin, 2003). Nel presente studio si è scelto di non escludere i valori anomali (outlier) dalle analisi statistiche. Tale decisione è motivata dal fatto che, in contesti operativi reali, soprattutto in assenza di una consolidata esperienza da parte dell'operatore, è plausibile che si verifichino misurazioni anomale. L'inclusione di tali valori consente di valutare la ripetibilità e l'affidabilità della misura della distanza interpupillare in condizioni che riflettono più fedelmente la pratica quotidiana. Nel nostro studio, le differenze medie sono piccole, ma sui singoli soggetti abbiamo riscontrato anche differenze fra un metodo e l'altro fino a 6 mm. Per migliorare la precisione è possibile ripetere le misure, non accontentandosi del primo risultato ed eventualmente confrontare diversi metodi, per esempio, usando diverse app disponibili. Le misurazioni ottenute con i metodi professionali si sono dimostrate

Metodo	Precisione	Ripetibilità	CoV	ICC
Interpupillometro	0,665	0,941	0,54%	0,98258
Righello	2,050	2,899	1,68%	0,84951
VisioOffice 2	1,076	1,522	0,88%	0,95526
Eye-Ruler 2	1,572	2,224	1,28%	0,90765
PD+	1,517	2,146	1,28%	0,91364
EyeDistance	1,305	1,845	1,06%	0,93516
PDCheck	0,686	0,970	0,57%	0,98152
GlassesOn	1,469	2,078	1,20%	0,91872

Tab. 1: analisi della ripetibilità delle misure

Metodo	Bias	Concordanza -	Concordanza +	P value
Righello	-0,02	-3,23	3,19	0,92948
VisioOffice 2	0,27	-1,02	1,56	<0,01
Eye-Ruler 2	0,36	-0,86	1,59	<0,01
PD+	-1,60	-4,77	1,58	<0,01
EyeDistance	0,50	-3,51	4,52	0,09755
PDCheck	-0,42	-3,98	3,14	0,11821
GlassesOn	-0,02	-1,91	1,87	0,90013

Tab. 2: concordanza fra interpupillometro (gold standard) e gli altri metodi testati

generalmente coerenti con quelle rilevate tramite l'interpupillometro, ad eccezione del righello, che ha fornito risultati sensibilmente meno attendibili. L'interpupillometro, considerato il gold standard per la misurazione della distanza interpupillare, ha confermato anche nel presente studio un'elevata precisione e ripetibilità. Il righello ha mostrato valori inferiori, sia in termini di precisione sia di ripetibilità, rispetto a tutti gli altri metodi considerati. La scarsa affidabilità emersa in questo studio può essere attribuita a diversi fattori: in primo luogo, il corretto posizionamento dello strumento dipende fortemente dall'esperienza dell'operatore. Inoltre, anche lievi movimenti involontari del soggetto possono compromettere la misurazione, mentre l'angolo di osservazione dell'operatore può introdurre errori di parallasse. I principali vantaggi dell'utilizzo del righello risiedono nel costo trascurabile e nella facile disponibilità. Il videocentratore Visiooffice 2 ha dimostrato elevate prestazioni in termini di precisione e ripetibilità della misura della distanza interpupillare. Tra tutti i metodi di misura ha infatti evidenziato il CoV più vicino a quello dell'interpupillometro. Un vantaggio di questo strumento risiede nella presenza di un sistema di centraggio automatico, che ha ridotto al minimo l'errore dell'operatore, minimizzando gli errori soggettivi tipici dei metodi manuali. Il secondo videocentratore utilizzato, l'EyeRuler 2, presenta una configurazione tale da rendere il processo di acquisizione delle misure semplice e intuitivo, adatto anche a utenti meno esperti. Dal punto di vista statistico, ha dimostrato una precisione discreta, ma con un coefficiente di variazione (CoV) superiore all'1%, indicando una buona affidabilità ma ripetibilità inferiore rispetto ad altri strumenti esaminati. Le applicazioni per smartphone si sono dimostrate valide alternative per la misurazione della distanza interpupillare, grazie alla loro immediatezza, accessibilità e gratuità.

Dal punto di vista operativo, tutte le applicazioni analizzate hanno mostrato tempi di acquisizione rapidi rispetto ai metodi professionali, con un tempo medio inferiore a un minuto per l'esecuzione delle tre misurazioni previste. Tuttavia, l'esperienza d'uso e le prestazioni variano in modo significativo da un'applicazione all'altra. PDCheck è risultata l'applicazione più affidabile in assoluto, con un coefficiente di variazione (CoV) pari allo 0,57%, avvicinandosi ai valori ottenuti con l'interpupillometro, sebbene presenti un intervallo di concordanza più ampio rispetto ai metodi clinici. EyeDistance ha mostrato un'accuratezza complessivamente accettabile (CoV 1,06%) ed elevata praticità d'uso, fornendo la misurazione in modo istantaneo e senza la necessità di acquisire immagini fotografiche. PD+, pur caratterizzandosi per una notevole rapidità di utilizzo, ha evidenziato la minore precisione tra le applicazioni analizzate (CoV 1,28%). GlassesOn si è rivelata la meno efficiente, principalmente a causa di un'interfaccia poco intuitiva e della necessità di utilizzare una tesserina plastificata da posizionare sulla fronte; dal punto di vista statistico ha registrato un CoV pari all'1,20%, indicando una maggiore variabilità dei risultati.

## CONCLUSIONI

I risultati di questo studio indicano che alcune applicazioni per smartphone possono rappresentare una soluzione utile per un utilizzo non clinico, come nel caso di utenti che intendono acquistare occhiali online. Tuttavia, pur mostrando in alcuni casi una buona ripetibilità, nessuna delle applicazioni analizzate ha raggiunto i livelli di precisione e affidabilità offerti dagli strumenti professionali. È consigliato dunque un uso prudente di tali strumenti digitali e, nei casi in cui sia necessaria una centratura particolarmente accurata, ad esempio con lenti progressive o ad alto potere, è preferibile rivolgersi a un professionista.

*Da questo studio è stata tratta la tesi di Laurea in Ottica e Optometria di Andrea Padiglione, con relatrice Laura Boccardo.*

ZEISS VISION CARE

# La visione che nasce dal cervello

Con la nuova gamma di lenti ZEISS ClearMind, l'azienda tedesca ripensa il design delle lenti introducendo per la prima volta il concetto di riduzione del carico cognitivo.

Paola Ferrario



Marco Locatelli, Product Manager di ZEISS Vision Care

Forte dello spirito pionieristico che la contraddistingue, ZEISS ha scelto di andare ad analizzare per la prima volta in maniera approfondita lo stretto legame tra vista e cervello, per approcciare lo sviluppo di una nuova lente in maniera completamente diversa. A raccontare questo cambio di paradigma è Marco Locatelli, Product Manager di ZEISS Vision Care, che spiega come la ricerca neuroscientifica condotta in collaborazione con l'Università di Tubinga abbia guidato lo sviluppo di un portafoglio di lenti - monofocali, supporto accomodativo e progressive - pensato per rispondere alle esigenze di una **visione sempre più sollecitata dalla complessità del mondo contemporaneo**.

## DA QUALI BISOGNI DEL CONSUMATORE NASCE LA NUOVA GAMMA ZEISS CLEARMIND?

ClearMind non è un singolo prodotto, ma un vero e proprio portafoglio di soluzioni: monofocali, lenti a supporto accomodativo e progressive. Nasce da uno studio preliminare condotto da ZEISS in collaborazione con l'Università di Tubinga, da sempre partner scientifico dell'azienda. Il punto di partenza è una considerazione fondamentale: gli stimoli visivi che arrivano al cervello sono sempre più numerosi e complessi e questo influisce direttamente sul benessere della persona. L'immagine nitida viene elaborata dalla corteccia visiva e poi interpretata dalle aree prefrontali del cervello. In condizioni normali

questo processo è efficiente. Quando invece la visione non è perfettamente nitida o è distorta, il cervello deve lavorare di più per interpretare le informazioni. Questo significa un aumento del cosiddetto carico cognitivo, cioè lo sforzo mentale necessario per elaborare ciò che vediamo.

## COME AVETE MISURATO QUESTO "CARICO COGNITIVO"?

Per la prima volta abbiamo cercato di quantificarlo in modo scientifico. Grazie alla collaborazione con istituti di ricerca, sono stati condotti studi utilizzando strumenti come l'elettroencefalogramma (EEG) per misurare l'attività cerebrale durante compiti visivi con differenti livelli di nitidezza. I partecipanti svolgevano attività pratiche - come la composizione di pattern con perline - indossando occhiali con visione corretta oppure volutamente alterata. Nella seconda fase dello studio sono stati aggiunti anche strumenti avanzati per il tracciamento oculare, in grado di misurare il movimento degli occhi e la frequenza dell'ammicciamento (blink rate). L'ammicciamento è un indicatore importante: meno si sbatte le palpebre, maggiore è lo sforzo attentivo. Più rilassamento visivo, invece, si traduce in una maggiore frequenza di ammicciamento.

## QUALI RISULTATI AVETE OSSERVATO?

I risultati sono stati molto chiari. Con le nuove lenti ClearMind si è osservato un aumento dell'ammicciamento, segnale di maggiore comfort, una riduzione dello sforzo percepito e una sensazione soggettiva di maggiore naturalezza della visione. I partecipanti hanno riportato un'esperienza visiva più fluida e meno affaticante rispetto alle lenti tradizionali.

## LO STUDIO QUANTO È DURATO?

Si tratta di due studi collegati, condotti nell'arco di circa sei mesi. Sono state coinvolte inizialmente 29 persone e, in una seconda fase, 32 partecipanti, per un'analisi approfondita degli effetti del carico cognitivo durante compiti visivi controllati.

## POSSIAMO DIRE CHE CLEARMIND RAPPRESENTA UN CAMBIO DI PARADIGMA?

Sì, assolutamente. Il vero cambiamento è che ZEISS non ha semplicemente migliorato un design esistente, ma ha sviluppato un progetto partendo dagli studi neuroscientifici.



Il design della lente nasce direttamente dai dati, con l'obiettivo di ridurre il carico cognitivo. Si tratta di un approccio diverso rispetto al passato, in cui si partiva da un prodotto ottico per poi validarne le prestazioni. Oggi il punto di partenza è il funzionamento del cervello e della percezione visiva.

## CHE IMPATTO HA QUESTO SULLA QUALITÀ DELLA VITA DEL PORTATORE?

Non si tratta di aumentare la "performance" in senso assoluto, ma di liberare risorse cognitive. Se il cervello non deve compensare una visione imperfetta, può concentrare energia su altre attività: attenzione, concentrazione e benessere generale. Il risultato è una maggiore capacità di mantenere il focus più a lungo e con meno affaticamento. Dato che il cervello è l'organo che consuma più energia, ridurre il suo "sforzo inutile" contribuisce a una sensazione complessiva di benessere e minore stanchezza.

## A CHI SI RIVOLGONO QUESTE LENTI?

ClearMind è una gamma trasversale, pensata per tutti i portatori. Essendo un prodotto top di gamma, può essere proposto a diverse tipologie di clienti. Un consiglio pratico per gli ottici è iniziare da clienti particolarmente attenti alla qualità visiva, quelli più sensibili a imperfezioni e distorsioni. Sono proprio questi i portatori che percepiscono immediatamente la differenza.

## QUALI BENEFICI PERCEPISCE IL PORTATORE?

Uno dei principali benefici è la riduzione dell'effetto "swim" tipico delle lenti progressive, ovvero la sensazione di ondeggiamento visivo. Con ClearMind, i portatori riferiscono una visione più stabile, naturale e senza distorsioni percepibili.

## COME È STATO PROGETTATO IL DESIGN DELLALENTE?

Il processo parte dalla mappatura dell'ambiente visivo del portatore, individuando le aree di maggiore interesse: soprattutto distanza intermedia e vicino. Da qui, il design viene costruito per ottimizzare le zone di utilizzo frequente, ridurre le aberrazioni nelle aree più sensibili e posizionare le distorsioni in zone meno rilevanti per lo sguardo. Il risultato è un ampliamento dei campi visivi utili e una riduzione delle aree sfocate rispetto alla generazione precedente.

## CI SONO DATI COMPARATIVI RISPETTO AL PRODOTTO PRECEDENTE?

Sì, rispetto a ZEISS SmartLife: +9% di area di visione da lontano, +26% nell'area intermedia e +41% nell'area da vicino, oltre a una riduzione del 10% delle aree di distorsione complessive.

Questi risultati sono stati confermati sia in laboratorio sia in test reali con portatori in diversi Paesi.

## COME È STATO VALIDATO IL PRODOTTO SUL MERCATO?

Sono stati coinvolti ottici e clienti in diversi Paesi, tra cui Italia, Germania, India, Cina e Regno Unito. I risultati hanno confermato quanto emerso dagli studi scientifici: una maggiore ampiezza percepita del campo di visione, un comfort immediato più elevato e un miglioramento del benessere visivo nel tempo. Per quanto riguarda gli ottici partner coinvolti nei test pilota: oltre il 90% ha affermato che le nuove lenti sono facili da proporre alla clientela.

## COME SI POSIZIONA CLEARMIND RISPETTO A SMARTLIFE?

ClearMind si posiziona al di sopra di SmartLife, che fino a oggi rappresentava il top di gamma. SmartLife rimane una soluzione eccellente, pensata per uno stile di vita digitale e dinamico, ma ClearMind introduce un ulteriore livello evolutivo: l'integrazione della neuroscienza applicata alla visione.

## ESISTE UNA VERSIONE PERSONALIZZATA?

Oltre alla versione Individual 3, è disponibile anche la versione ClearMind Pro, ordinabile presso i centri ottici dotati di strumentazione ZEISS come iProfiler, VisuRef 600 o VisuCore 500. Questa soluzione permette una personalizzazione avanzata della lente, includendo: misurazioni individuali più precise, ottimizzazione della centratura e algoritmi avanzati come iScripton per la correzione delle aberrazioni.

## QUAL È IL MESSAGGIO CHIAVE PER L'OTTICO?

Il messaggio fondamentale è semplice: meno distorsione significa meno carico cognitivo. E meno carico cognitivo significa più concentrazione, più comfort e maggiore benessere per il portatore.

## QUALI STRUMENTI DI SUPPORTO AVETE PREVISTO PER IL LANCIO?

ZEISS metterà a disposizione campagne marketing, materiali per il punto vendita e supporto digitale e televisivo.

## CI SONO NOVITÀ ANCHE SUI TRATTAMENTI ANTIRIFLESSO?

Sì. I trattamenti ZEISS DuraVision Plus integrano la nuova tecnologia CleanGuard. Si tratta di un'evoluzione del rivestimento superficiale che migliora: la resistenza a impronte e sporco, l'idrorepellenza, la facilità di pulizia e la riduzione dell'elettricità statica. Il risultato è una lente più pulita, più duratura e più facile da mantenere nel tempo.



DAI OPTICAL INDUSTRIES

# Quando l'estetica incontra la performance

**SKIN**, il nuovo **trattamento antiriflesso**, dona allo sguardo **naturalità**, **migliora la percezione** della lente, oltre a offrire **comfort** e **prestazioni**.



# SKIN

L'antiriflesso color pelle che unisce  
estetica, tecnologia e protezione

daioptical.com

Con **SKIN**, DAI Optical Industries ha introdotto sul mercato italiano un nuovo modo di interpretare il **trattamento antiriflesso**, combinando prestazioni ottiche elevate e una forte attenzione all'estetica della lente. Elemento distintivo di SKIN è il **residuo cromatico color pelle**,

studiato per ridurre l'impatto visivo dei riflessi e restituire allo sguardo un aspetto più naturale e armonioso. Una scelta che risponde a un'esigenza sempre più sentita dal mercato: migliorare non solo la qualità della visione, ma anche la percezione del prodotto una volta indossato.

Dal punto di vista tecnico, SKIN si basa su nanoparticelle di ultima generazione che consentono di ridurre la riflessione residua a valori estremamente bassi, compresi tra lo 0,3% e lo 0,4%. Il trattamento garantisce inoltre una protezione completa dai raggi UVA e UVB e contribuisce a ridurre il fastidio causato da fonti luminose intense, naturali o artificiali. La superficie super-oleofobica e anti-imbrattante, con un angolo di contatto di 117°, assicura facilità di pulizia e un aspetto costante nel tempo, mentre il valore Bayer test pari a 16 conferma un'elevata resistenza ai graffi. Accanto alle caratteristiche tecniche, SKIN si inserisce in una strategia di comunicazione che valorizza il prodotto anche dal punto di vista dell'immagine. Il nuovo spot, presentato in occasione di MIDO, adotta un linguaggio visivo ispirato al mondo fashion, mettendo al centro luce, superfici e sguardo, per raccontare l'antiriflesso come elemento di stile oltre che di funzione. A completare il posizionamento, un packaging elegante e curato nei dettagli, pensato per trasmettere fin dal primo contatto il valore del prodotto e rafforzare la qualità percepita in negozio. Con SKIN, DAI Optical Industries propone un antiriflesso che va oltre la performance pura, interpretando la lente come parte integrante dell'immagine del portatore e dell'esperienza complessiva offerta dall'ottico.

# Ecosistema della visione evoluta

La **tecnologia attiva Safer Contrast** ridefinisce l'approccio all'**ipovisione** ottimizzando le **informazioni** che raggiungono la **retina**.



Nel trattamento ottico delle gravi disabilità visive, il paradigma tradizionale che separava **geometrie ottiche** (prismi, sistemi ingrandenti, superfici asferiche) e **filtri fotoselettivi** lascia oggi spazio a un approccio integrato: un **ecosistema della visione**. Al centro di questa evoluzione si colloca **Safer Contrast**, tecnologia che non si limita a filtrare la luce, ma interviene sulla qualità del segnale visivo. L'ausilio ottico diventa così un sistema dinamico che ottimizza l'informazione che raggiunge la retina.

**OLTRE L'INGRANDIMENTO: LA QUALITÀ DEL SEGNALE VISIVO**  
Per il paziente ipovedente la sfida non è solo ingrandire l'immagine, ma **migliorarne la leggibilità**. La diffusione della luce blu e la saturazione delle componenti gialle dello spettro riducono contrasto

e dettaglio. In questo contesto, l'impiego di ausili complessi come gli ipercorrettivi prismatici richiede adattamento e può essere penalizzato da aberrazioni cromatiche e condizioni ambientali sfavorevoli. Diventa quindi essenziale intervenire anche sulla qualità del segnale visivo.

## IL RUOLO DEL NEODIMIO: FILTRAGGIO SELETTIVO E CONTRASTO

Elemento distintivo di Safer Contrast è l'integrazione di nanoparticelle di neodimio all'interno della lente. Diversamente dai filtri tradizionali, il sistema agisce in modo selettivo su specifiche lunghezze d'onda. Il filtro "notch" centrato a 589 nm interviene sulle componenti gialle responsabili di abbagliamento e riduzione del contrasto. I colori recuperano saturazione, il bianco appare più neutro e i neri maggiore profondità. Il controllo delle lunghezze d'onda corte riduce inoltre lo scattering intraoculare, migliorando stabilità dell'immagine retinica e percezione dei contorni.

## NUOVA EFFICACIA PER LE LENTI PRISMATICHE

L'integrazione tra design prismatico e materiale Safer Contrast crea una **sinergia efficace** nella **visione da vicino**. La riduzione delle aberrazioni cromatiche migliora la nitidezza ai bordi, mentre l'aumento del contrasto rende i caratteri più definiti. La diminuzione dell'abbagliamento contribuisce inoltre a ridurre la fatica

visiva, favorendo tempi d'uso più lunghi e maggiore autonomia.

## UN ECOSISTEMA OTTICO INTEGRATO

Integrata con soluzioni costruttive avanzate, come quelle sviluppate da **DAI Optical Industries** attraverso l'**algoritmo AIO**, questa tecnologia estende i benefici ai diversi ausili per l'ipovisione: dagli ipercorrettivi prismatici ai sistemi per fissazione eccentrica fino agli strumenti per la visione da lontano. Il campo visivo risulta più uniforme e il contrasto elevato facilita il riconoscimento dei dettagli anche in condizioni critiche, soprattutto nei pazienti che utilizzano aree retiniche extrafoveali, dove la sensibilità al contrasto è ridotta. L'approccio si completa con filtri fotoselettivi a 450 e 500 nm, progettati per proteggere la retina dalla luce blu ad alta energia e ridurre la fotofobia. L'evoluzione tecnologica ridefinisce così il ruolo dell'ausilio ottico nell'ipovisione: non solo ingrandire o filtrare, ma **ottimizzare il segnale visivo nella sua complessità**. L'integrazione tra design ottico avanzato e materiali innovativi come Safer Contrast apre nuove prospettive **non solo nel miglioramento della funzione visiva, ma anche nel recupero dell'esperienza percettiva e della qualità della vita**.

**Il futuro dell'ipovisione non è più una visione attenuata o desaturata, ma un sistema ad alto contrasto, più efficiente e più vicino alle reali esigenze del paziente.**

DIVEL ITALIA

# Nuovo paradigma per le progressive

**Eteera**, la lente che si adatta alla forma, **rivoluziona** il mondo delle lenti progressive.



Le **lenti progressive** rappresentano oggi la massima espressione dell'**evoluzione tecnologica** nel settore oftalmico. Integrando in un'unica superficie diverse correzioni visive, consentono una visione nitida a tutte le distanze, garantendo continuità e fluidità dello sguardo. Il loro punto di forza risiede nel **design multifocale**, che assicura una progressione continua dell'addizione e una maggiore efficacia nelle aree dedicate alla visione da vicino e intermedia. Tuttavia, proprio la complessità del design comporta una sfida non trascurabile: l'integrazione con la montatura. In molti casi, infatti, la scelta della montatura risulta condizionata dalle caratteristiche della lente progressiva. Il design ottico, per garantire prestazioni elevate, può non adattarsi in modo ottimale a tutte le forme di occhiale, costringendo talvolta il cliente a rinunciare al modello preferito per preservare la qualità visiva.

## ETEREA: LA PROGRESSIVA CHE SI MODELLA SULLA MONTATURA

In questo scenario si inserisce **Eteera**, la nuova lente progressiva che ribalta il paradigma tradizionale: non è più la montatura ad adattarsi alla lente, ma **la lente a modellarsi sulla montatura**. Attraverso un software avanzato di calcolo, Eteera seleziona il design progressivo più idoneo in funzione della geometria della montatura scelta. Il sistema consente una **personalizzazione completa** dei parametri ottici, intervenendo su tutte le aree della lente: visione da lontano, intermedia e da vicino, oltre a elementi chiave come il canale di progressione,

l'inset e i decentramenti verticali e orizzontali. In base alle esigenze visive del portatore, il software è in grado di ottimizzare automaticamente i parametri, adattando il design per garantire il miglior equilibrio tra prestazioni ottiche e comfort visivo.

## PERSONALIZZAZIONE E LIBERTÀ DI SCELTA

Eteera consente di ottenere una lente progressiva completamente personalizzata, restituendo al portatore **piena libertà nella scelta della montatura**, senza compromessi sulla qualità visiva finale. Il sistema è in grado di adattarsi a un'ampia varietà di forme - dalle montature compatte e strette, fino a modelli quadrati, cat-eye, rotondi o a goccia - simulando in pochi secondi le diverse configurazioni possibili. La simulazione avviene all'interno della forma reale della montatura selezionata, confrontando parametri come astigmatismo, spessori massimi e minimi e tenendo conto delle specifiche esigenze visive. In questo modo, il potere diottrico viene distribuito in maniera ottimale, riducendo le aberrazioni e ampliando le aree di visione nelle diverse distanze. Il risultato è una lente che coniuga precisione ottica e libertà estetica, aprendo nuove possibilità anche alle montature più creative.

## TECNOLOGIA E TRATTAMENTI

Eteera è disponibile in tutti gli indici e può essere abbinata all'intera gamma di trattamenti Divel Italia, tra cui Hard, Silken, Chroma, Silken White, Performance, Performance Plus e Performance NoUV.

ESSILOR®

# Un viaggio immersivo

Da **Varilux® Immersia™** a **Stellest® 2.0**, da **Color Touch™** di **Transitions®** all'innovativo trattamento antiriflesso **Crizal® Natural Look™**: in queste pagine esploriamo l'universo delle lenti Essilor®.



## UN ECOSISTEMA IN EVOLUZIONE

L'universo delle lenti oftalmiche è oggi protagonista di una profonda evoluzione, con una visione sempre più orientata a **personalizzazione, comfort visivo, estetica e innovazione tecnico-scientifica**, trovando piena espressione nella mission **Empowering Humans**, che attraverso una tecnologia inclusiva e orientata alle persone contribuisce a migliorare la qualità della vita e ad aprire nuove possibilità per individui e settore. Le soluzioni di nuova generazione rispondono alle esigenze visive di portatori e professionisti lungo tutto l'arco della vita, valorizzando ricerca, competenze cliniche e tecnologie applicate alla visione. Al centro di questo percorso, un approccio integrato che combina design, scienza e tecnologia per offrire esperienze visive su misura, capaci di adattarsi ai diversi stili di vita e alle sfide quotidiane della visione moderna. In questo contesto si inserisce il **nuovo catalogo Essilor®**, che valorizza un'ampia gamma di soluzioni innovative dedicate alla correzione visiva, alla protezione degli occhi e al miglioramento della trasparenza. Grazie a un'offerta in continua evoluzione, sempre più completa e orientata alla qualità, l'azienda continua a supportare i professionisti nell'offrire ai propri clienti le migliori esperienze visive, garantendo al contempo l'affidabilità e l'eccellenza del servizio che da sempre la contraddistinguono.

## VARILUX® IMMERSIA™: IL COMFORT NELL'ERA DIGITALE

Tra le principali novità del 2026 spicca **Varilux® Immersia™**,

la nuova lente progettata per rispondere alle esigenze visive legate all'uso intensivo della visione a distanze ravvicinate e intermedie, tipico dell'impiego quotidiano dei dispositivi digitali. La visione prolungata da vicino e il continuo passaggio tra schermi contribuiscono ad aumentare lo stress visivo. Grazie a modelli ergonomici avanzati e a tecnologie basate sull'intelligenza artificiale, **Varilux® Immersia™** ottimizza la visione a distanza ravvicinata<sup>1</sup>, favorisce una postura naturale del capo e contribuisce a ridurre l'affaticamento visivo<sup>2</sup>. La gamma si articola in due versioni: **Immersia.mid™**, ottimizzata per una visione fino a 1,5 metri, e **Immersia.room™**, pensata per una visione fino a 3 metri. La nuova **Varilux® Immersia™** sarà disponibile a partire dal **5 maggio**.

## STELLEST® 2.0: UN NUOVO STANDARD PER LA MIOPIA INFANTILE

Con **Essilor® Stellest® 2.0** viene compiuto un ulteriore passo avanti nella gestione della miopia infantile. Questa nuova generazione di lenti, sviluppata con la **tecnologia H.A.L.T.\* MAX**, rafforza l'efficacia nel rallentare la progressione miopica nei bambini, mantenendo elevati standard di qualità visiva, sicurezza ed estetica. Le lenti **Stellest®** di prima generazione hanno già dimostrato di inibire la progressione miopica in media del 67%<sup>†‡</sup>. Le nuove **Stellest® 2.0** raddoppiano il volume di segnale di



luce non focalizzata davanti alla retina<sup>‡</sup>, contribuendo a rallentare ulteriormente l'allungamento del bulbo oculare<sup>§4</sup>.

## COLORE, ESTETICA E TRASPARENZA

Con **Transitions® Color Touch™** il concetto di lente dinamica si arricchisce di una nuova dimensione estetica: lenti ultra-dinamiche con un tocco di colore cosmetico "always-on", delicato indoor e più intenso outdoor. La collezione è disponibile in versioni uniforme e sfumato e in cinque colori ispirati a **Transitions® GEN S™**. A completare questo percorso, il lancio di **Crizal® Natural Look™**, novità che arricchisce ulteriormente l'offerta dedicata alla trasparenza e all'estetica delle lenti, confermando l'impegno dell'azienda nello sviluppo di soluzioni sempre più evolute in grado di coniugare performance visiva, comfort e naturalezza. Con **Crizal® Natural Look™**, EssilorLuxottica presenta il suo miglior trattamento antiriflesso **Crizal®** di sempre: i riflessi risultano appena percettibili, migliorando la trasparenza delle lenti e la naturalezza dello sguardo nelle interazioni quotidiane, senza rinunciare a protezione e resistenza. La **Advanced Aesthetics Technology™** brevettata, ridefinisce gli standard estetici dei trattamenti antiriflesso: il trattamento mantiene neutralità cromatica e minima intensità dei riflessi a tutti gli angoli di visione,

rendendo le lenti praticamente invisibili, sia in ambienti interni sia all'esterno<sup>5</sup>.

## BIBLIOGRAFIA

1. EssilorLuxottica. (2025) Internal R&D simulations- volume of vision simulation up to 80cm. Data on file.
2. Sánchez-Brau M, Domenech-Amigot B, Brocal-Fernández F, Seguí-Crespo M. Computer vision syndrome in presbyopic digital device workers and progressive lens design. *Ophthalmic Physiol Opt.* 2021 Jul;41(4):922-931. doi: 10.1111/opo.12832
3. Bao J, et al. Spectacle lenses with aspherical lenslets for myopia control vs single-vision spectacle lenses: a randomized clinical trial. *JAMA ophthalmology.* 2022;140(5):472-8. doi:10.1001/jamaophthalmol.2022.0401
4. Raveendran RN, et al. Effect of increased power and asphericity of highly aspherical lenslets on myopia control efficacy: a contralateral crossover study. *Transl Vis Sci Technol.* 2025;14(11):9.
5. Basato su test di preferenza dei consumatori IEC (n=61; sei scenari di illuminazione) e su una valutazione di un panel di esperti EUROSYN (n=15) che confrontavano prodotti **Crizal®** selezionati e trattamenti antiriflesso di concorrenti esterni su lenti chiare indice 1.6. **Crizal® Natural Look™** ha dimostrato una maggiore preferenza dei consumatori per visibilità degli occhi, appeal estetico ed elevata discrezione in tutte le condizioni di test. La valutazione degli esperti ha evidenziato le prestazioni di **Crizal® Natural Look™** in termini di visibilità degli occhi, effetto specchio, coerenza cromatica e variazione del tono della pelle.

\*. Highly Aspherical Lenslet Target

†. Rispetto alle lenti monofocali, se indossate per 12 ore al giorno, tutti i giorni, per due anni consecutivi.

‡. Le lenti Essilor® Stellest® creano un volume di luce non focalizzata davanti alla retina, che a sua volta genera lo stimolo per rallentare l'allungamento oculare nella miopia. Questo stimolo è due volte più intenso nelle lenti Essilor® Stellest® 2.0 rispetto alle Essilor® Stellest®. Il dato non implica un raddoppiamento dell'efficacia nel rallentare la progressione miopica.

§. In base ai risultati di 12 mesi di studio clinico prospettico, randomizzato, in doppio cieco e in crossover controlaterale condotto a Singapore su 50 bambini, in cui un occhio indossava una lente Essilor® Stellest® e l'altro una lente Essilor® Stellest® 2.0.

## Transitions®:

*Transitions e il logo Transitions sono marchi registrati di Transitions Optical, Inc. utilizzati su licenza di Transitions Optical Limited ©2026 Transitions Optical Limited. Le prestazioni fotocromatiche sono influenzate da temperatura, esposizione ai raggi UV e materiale delle lenti. I colori effettivi possono variare. Le lenti Transitions® Color Touch™ non sono adatte in condizioni di scarsa luminosità e per la guida notturna. Montature Persol e Oakley, lenti Transitions® Color Touch™ Zaffiro effetto uniforme e sfumato. Alcune montature potrebbero non essere disponibili per l'acquisto.*

## Crizal® Natural Look™:

*Basato su test di preferenza dei consumatori IEC (n=61; sei scenari di illuminazione) e su una valutazione di un panel di esperti EUROSYN (n=15) che ha confrontato prodotti selezionati **Crizal®** su lenti trasparenti con indice 1.6. **Crizal® Natural Look™** ha mostrato una maggiore preferenza da parte dei consumatori per la visibilità degli occhi, l'appeal estetico e la discrezione in tutte le condizioni di test. La valutazione del panel di esperti ha evidenziato le performance di **Crizal® Natural Look™** in termini di visibilità degli occhi, riduzione degli effetti specchio, uniformità del colore e minima alterazione del tono della pelle.*



GALILEO

# Una nuova evoluzione nella visione da vicino

Con il nuovo paradigma della **Visione da Vicino Avanzata** e il **Protocollo del Presbite**, Galileo introduce una gamma **“3 distanze”** che ottimizza **campi visivi, postura e performance** nelle attività prossimali e intermedie, supportata da tecnologie integrate e strumenti consulenziali evoluti per il centro ottico.



Con il lancio di **Easywork Prog Renew** - previsto per maggio - Galileo rinnova e rafforza la propria proposta nella categoria delle lenti “progressive indoor” introducendo un nuovo modo di interpretare la visione da vicino: la **Visione da Vicino Avanzata**. Questo concetto supera la tradizionale definizione di lente “occupazionale”, ampliandone il perimetro d’uso. Le nuove soluzioni sono infatti pensate

non solo per l’ufficio, ma per tutte le situazioni della vita quotidiana che richiedono comfort e continuità visiva a distanza ravvicinata e intermedia: da una mostra d’arte a un aperitivo, dal bricolage alle attività professionali manuali.

## EASYWORK PROG RENEW: 3 DISTANZE, UNA VISIONE SU MISURA

**EasyWork Prog Renew** rappresenta l’evoluzione della proposta Galileo dedicata alle esigenze visive contemporanee, sempre più dinamiche e personalizzate: una soluzione pensata in particolare per chi trascorre molte ore al computer o utilizza frequentemente dispositivi digitali, ma anche per chi necessita di grande flessibilità nei diversi contesti quotidiani, dall’attività lavorativa fino al tempo libero. La gamma si distingue per il concetto **“3 versioni per 3 distanze”** - **1 m, 2 m e 5 m** - che garantiscono una visione chiara e nitida, ampi campi visivi per vicino e intermedio e una postura ottimale durante le attività quotidiane: la versione **1 m** è ideale per chi lavora prevalentemente al laptop o svolge attività concentrate sulla visione da vicino e intermedia; la versione **2 m** è pensata per chi opera gestendo contemporaneamente più strumenti a distanza prossimale e necessita di un’area visiva più ampia; la versione **5 m**, infine, offre la massima flessibilità, risultando perfetta per ambienti più ampi e per una visione bilanciata da vicino, intermedio e a distanza fino, appunto, a 5 metri.

## NASCE IL PROTOCOLLO DEL PRESBITE

Dall’evoluzione dell’offerta prende forma il nuovo **Protocollo del Presbite firmato Galileo**, che introduce una segmentazione chiara e funzionale tra **giovane presbite** e **presbite consapevole**. L’obiettivo è supportare l’ottico in un **percorso di consulenza strutturato**, volto a favorire la scelta di lenti progressive rispetto a lenti monofocali e a promuovere, ove possibile, il concetto di **doppio equipaggiamento**. Questo approccio consente di ottimizzare la qualità della visione in ogni contesto d’uso, migliorando la soddisfazione e la fidelizzazione del cliente.



## UN’OFFERTA RINNOVATA E DISTINTIVA, TRA NOVITÀ E IL VALORE DELLA SIGNATURE G

Con la nuova EasyWork Prog Renew, l’introduzione del nuovo Protocollo del Presbite e il lancio della nuova progressiva entry level **Aplos**, Galileo rinnova e rafforza l’intera offerta di lenti progressive e lenti per la visione da vicino avanzata. Il portafoglio si configura così come una proposta completa e strutturata, in grado di coprire tutte le esigenze visive e i livelli di mercato, dalle soluzioni top di gamma alle proposte mid range, entry level e young. Tutte le lenti progressive Galileo, così come EasyWork Prog Renew e le monofocali evolute del brand, integrano inoltre la **Signature G**, elemento distintivo che garantisce autenticità e rafforza il legame tra prodotto e cliente.

## TECNOLOGIA E PROTEZIONE PER UNA VISIONE QUOTIDIANA EVOLUTA

Le lenti Galileo integrano tecnologie avanzate progettate per migliorare il comfort visivo a tutte le distanze, con particolare attenzione alla visione da vicino e intermedia, oggi sempre più centrale nella vita quotidiana. Le soluzioni sono disponibili anche in versione **Transitions®**, che si adattano rapidamente alle differenti condizioni di luce, scurendosi all’esterno e ritornando chiare in interni.

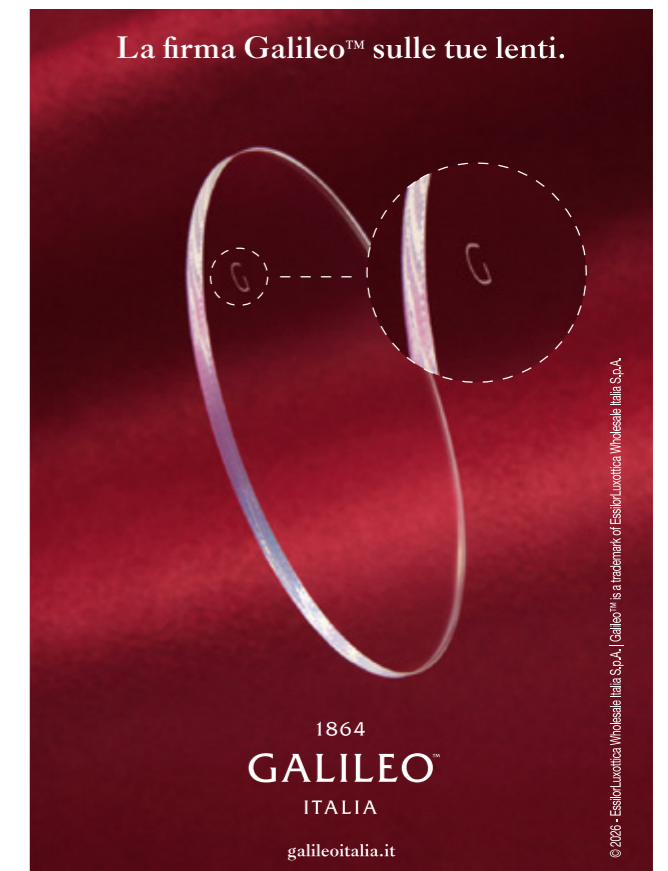
A queste si affiancano **BluV® Xpert**, la tecnologia che blocca i raggi UV e filtra la luce blu-viola<sup>1</sup>, e i trattamenti antiriflesso **NEVA®**, progettati per migliorare la nitidezza visiva, ridurre i riflessi e aumentare la resistenza ai graffi delle lenti, contribuendo a un’esperienza visiva confortevole e duratura.

## STRUMENTI EVOLUTI PER IL CENTRO OTTICO

A supporto del professionista, Galileo aggiorna anche il **demo tool digitale “Le tue lenti Galileo”**, che integra i nuovi prodotti e il nuovo protocollo. Lo strumento guida l’ottico attraverso un percorso interattivo di anamnesi visiva, adattandosi in tempo reale alle risposte e suggerendo soluzioni personalizzate in base alle reali esigenze del cliente. A completamento, è disponibile un nuovo kit di materiali dedicati alla gamma progressive e alla novità in lancio, EasyWork Prog Renew.

## UNO SGUARDO AL FUTURO DELLA VISIONE

Galileo conferma il proprio impegno nel fornire strumenti concreti e innovativi al centro ottico: un approccio che unisce tecnologia, consulenza e visione strategica, con l’obiettivo di rispondere in modo sempre più efficace alle esigenze di un mercato in continua evoluzione.



## BIBLIOGRAFIA

1. Luce blu-viola compresa tra i 400 e 455nm come indicato da ISO TR 20772:2018. BluV Xpert: sulla superficie anteriore delle lenti i raggi UV sono bloccati al 100% fino a 380 nm. La luce blu-viola è filtrata al 100% fino a 404 nm per indici 1.6 e 1.67 e fino a 402 nm per l’indice 1.5. La luce blu-viola, tra 415 e 455 nm, è filtrata a partire da un minimo del 20%.

HOYA

# Il catalogo che semplifica il lavoro

In un contesto in cui le **esigenze visive** dei **portatori** diventano sempre **più articolate** e **consapevoli**, l'ottico-optometrista ha bisogno di strumenti capaci di coniugare **chiarezza, affidabilità e valore consulenziale**. Da questa esigenza concreta prende forma il **nuovo catalogo HOYA 2026**, pensato per supportare gli ottici-optometristi nella gestione quotidiana delle **diverse necessità visive**, in ogni fase della vita.



Oggi i portatori cercano **soluzioni** che garantiscano **comfort, protezione e qualità di visione costante ed elevata** in tutte le situazioni, dal lavoro agli ambienti outdoor, dal tempo libero alle attività digitali.

Il **catalogo 2026** è stato progettato per aiutare il centro ottico a orientarsi con maggiore semplicità in questo scenario, offrendo una proposta strutturata che rende più immediata la scelta della soluzione più adatta e favorisce un dialogo efficace con il cliente finale.

Elemento centrale del nuovo catalogo è **Hoyalux iD MySense**, la lente progressiva più evoluta e l'unica di **HOYA** progettata sull'Intelligenza Visiva Sensoriale<sup>1</sup> di ogni persona. Una soluzione che considera non solo la correzione, ma anche il modo in cui ciascun portatore vive la propria esperienza visiva nella quotidianità: movimenti naturali di testa e occhi, postura e sensibilità individuale alla direzione della sfocatura diventano parte integrante del progetto della lente, per un'esperienza visiva più naturale, spontanea e confortevole.

Tra le principali novità del catalogo 2026 spicca **MiYOSMART iQ**, evoluzione della tecnologia MiYOSMART basata su evidenze cliniche consolidate. Nei primi 6 mesi di studio clinico MiYOSMART iQ ha dimostrato in media nessuna progressione della miopia<sup>2-4</sup>. Un risultato che segna un nuovo standard nella gestione della miopia e rafforza il ruolo del centro ottico come punto di riferimento nella prevenzione e nel monitoraggio della miopia a lungo termine. Il catalogo introduce inoltre importanti evoluzioni di gamma pensate per rispondere ai bisogni del portatore attento all'esigenza di protezione e benessere visivo, come le nuove lenti fotocromatiche **Sensity 3**, ancora più rapide, resistenti e performanti, e **LongLife UV**, il trattamento antiriflesso che offre protezione UV al 100%, anche su basso indice grazie al materiale 1.5UV400, senza compromessi estetici.

Accanto alle novità, il catalogo 2026 conferma l'impegno di HOYA in categorie strategiche per differenziarsi.

**VisuPro**, dedicata ai neopresbiteri, accompagna i primi cambiamenti visivi degli over 40 con soluzioni orientate al comfort e alla qualità di visione, mentre **Meiryo** completa l'offerta con un trattamento antiriflesso che unisce massima trasparenza, protezione e qualità ottica. Più che un semplice catalogo prodotti, quello 2026 è pensato come uno strumento di lavoro concreto: una proposta chiara, coerente e facilmente consultabile, che aiuta il centro ottico a semplificare le scelte, valorizzare la

consulenza e costruire una proposta distintiva. Un supporto quotidiano per trasformare l'innovazione tecnologica in valore reale per il portatore e per il successo del centro ottico.

## BIBLIOGRAFIA

1. La Visual Sensory Intelligence è definita da HOYA come il modo individuale con cui ogni persona percepisce e risponde agli stimoli visivi, sulla base delle proprie esperienze personali e delle esigenze sensoriali. La Visual Sensory Intelligence comprende le necessità di nitidezza, i modelli di rifocalizzazione dello sguardo e la postura del portatore.
2. Dati HOYA on file. Efficacia nella gestione della miopia di lenti oftalmiche con Defocus Incorporated Multiple Segments – Triple Enhanced Design: risultati a 6 mesi. 11/2025. Risultati intermedi a 6 mesi di uno studio randomizzato, con controllo attivo, in doppio cieco, condotto su 202 bambini miopi di età compresa tra 4 e 12 anni. La variazione media aggiustata dell'equivalente sferico in cicloplegia, misurata mediante autorefrattometria, è risultata pari a  $+0,136 \pm 0,044$  D nell'arco di 6 mesi, dopo aggiustamento per età basale e per l'errore refrattivo sferico equivalente basale mediante ANCOVA. Identificativi ClinicalTrials.gov: <https://clinicaltrials.gov/study/NCT05888792> (data di accesso: 04.02.2026) <https://clinicaltrials.gov/study/NCT05888805> (data di accesso: 04.02.2026). È prevista una pubblicazione peer-reviewed.
3. Hon Y., Chun R.K.M., Leung T.W., et al. (2025). Efficacia nella gestione della miopia di lenti oftalmiche di seconda generazione con Defocus Incorporated Multiple Segments in soggetti con progressione miopica rapida: protocollo di uno studio clinico randomizzato controllato. PLoS One 20(10): e0335061. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0335061>
4. Tse D.Y.Y., Chun R.K.M., Hon Y., et al. Efficacia nella gestione della miopia di lenti oftalmiche con Defocus Incorporated Multiple Segments – Triple Enhanced Design. 41° Congresso dell'Asia-Pacific Academy of Ophthalmology, 2026. <https://2026.apaophth.org/abstract/?code=205567> (data di accesso: 04.02.2026). 41° Congresso APAO, 2026.

ITAL-LENTI

# Quando la visione incontra il design

Tra **tecnologia adattiva, ricerca cromatica e lavorazioni artigianali**, la lente firmata **Ital-Lenti evolve** da strumento ottico a **elemento progettuale**, capace di unire **comfort visivo, protezione e identità estetica**.



Con il ritorno della luce primaverile, la visione si confronta con nuove condizioni di intensità e variabilità luminosa, rendendo sempre più centrale il ruolo della lente nel garantire **protezione, comfort e qualità visiva**.

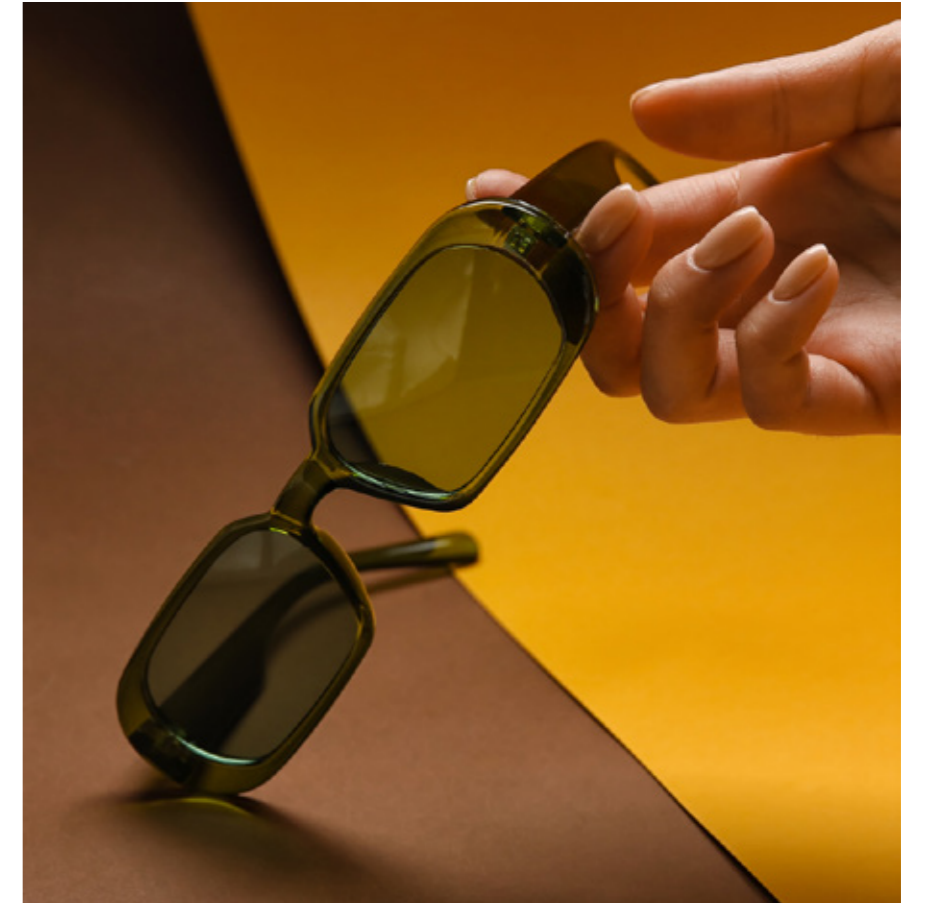
In questo scenario, **Ital-Lenti** sviluppa un approccio che **unisce tecnologia fotocromatica e ricerca estetica**, interpretando la lente non solo come dispositivo ottico, ma come elemento progettuale capace di dialogare con l'identità del portatore. Le lenti colorate rispondono oggi a una duplice esigenza: da un lato proteggere dalle radiazioni solari, migliorare il contrasto, aumentare la nitidezza e ridurre l'abbagliamento; dall'altro contribuire a definire uno stile, attraverso una palette cromatica che incide direttamente sulla percezione visiva e sull'estetica dell'occhiale. In questo contesto, le lenti

fotocromatiche rappresentano una soluzione evoluta, in grado di adattarsi dinamicamente ai cambiamenti di luce, scurendosi e schiarendosi in modo progressivo per garantire continuità visiva tra ambienti interni ed esterni. Le tecnologie più avanzate lavorano sulla stabilità della resa cromatica e sulla fluidità della transizione, evitando variazioni brusche e assicurando un comfort costante durante l'intero arco della giornata.

Accanto alla performance, cresce l'**attenzione** per il **design**: le nuove generazioni di fotocromatiche si integrano sempre più con la montatura, proponendo tonalità studiate per valorizzare l'insieme e rafforzare la coerenza estetica del prodotto finale. In questo panorama si inseriscono diverse interpretazioni della lente fotocromatica, che rispondono a esigenze

differenti: da un lato soluzioni orientate alla massima versatilità e rapidità di attivazione, come le **Transitions®**; dall'altro approcci più espressivi, come le varianti **Sunset** che introducono una componente stilistica più marcata attraverso tonalità distintive e una maggiore caratterizzazione visiva. La personalizzazione si estende ulteriormente grazie alla possibilità di applicare una colorazione di base, uniforme o degradante, che si combina con la dinamica fotocromatica generando effetti "tono su tono" e conferendo alla lente un'identità riconoscibile anche prima della completa attivazione. È in questa integrazione tra funzione e immagine che la lente evolve da superficie tecnica a elemento di design: **colore, luce e forma** diventano parte di un **unico progetto**, in cui ogni dettaglio contribuisce alla qualità dell'esperienza visiva.

A completare questo percorso intervengono le lavorazioni artigianali che trasformano la lente in materia espressiva. Nei laboratori Ital-Lenti, le lavorazioni speciali - come le **Diamond** nelle varianti effetto onda o soft, insieme a sfaccettature e incisioni personalizzate - interagiscono con la luce filtrata dalla lente, creando giochi di riflessi e profondità che amplificano la resa estetica senza compromettere la funzione ottica. Le configurazioni ibride, ottenute combinando diverse lavorazioni, ampliano ulteriormente le possibilità progettuali, dando vita a soluzioni uniche e altamente personalizzate. In questa visione, colore e lavorazione non sono più elementi separati, ma parti di un linguaggio integrato: quello di una lente che non si limita a correggere la visione, ma contribuisce a **definirla, unendo performance visiva e identità estetica** in un'unica esperienza coerente.

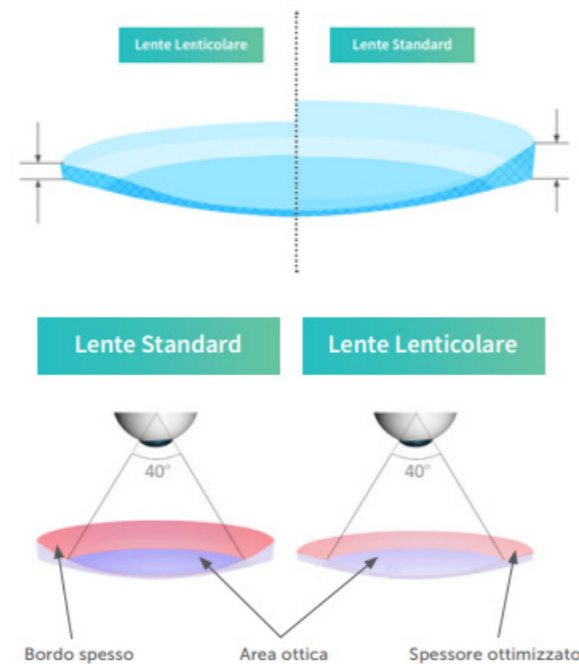


LOV OFTALMICA

# Precisione ottica e armonia estetica

Le lenti raccordate **Elite** ed **Elevia** uniscono **tecnologia free-form, design evoluto e comfort visivo** per rispondere alle esigenze dei **portatori più esigenti**.

Nel campo dell'ottica oftalmica, la costante ricerca da parte di **LOV Oftalmica** di soluzioni che coniughino qualità visiva, comfort e resa estetica è un obiettivo imprescindibile. Le **lenti raccordate digitali/free-form** rappresentano una delle risposte più evolute a questa esigenza: una tecnologia capace di unire precisione geometrica e personalizzazione ottica, migliorando l'esperienza visiva del portatore e il risultato estetico del montaggio. Le **lenti raccordate negative Elite** di LOV Oftalmica sono il risultato di anni di sviluppo e di una profonda conoscenza delle dinamiche ottiche. Progettate per gestire poteri elevati e differenze di spessore tra centro e bordo, le lenti Elite permettono di ottenere un profilo armonioso, riducendo significativamente lo spessore periferico e migliorando l'estetica della lente. Grazie alla geometria digitale e alla tecnologia di realizzazione del raccordo, il passaggio tra le zone ottiche è fluido e naturale, eliminando tensioni visive e garantendo un montaggio ottimale anche su montature sottili o di design. Nella versione **semiraccordata**, la transizione lenticolare risulta ancora più morbida e visivamente discreta, con un compromesso ideale tra estetica e ampiezza del campo visivo. A completare la gamma, **Elevia** introduce il concetto di **raccordo positivo**, applicato alle lenti con poteri positivi elevati. Qui l'ottimizzazione è centrata sulla riduzione dello spessore centrale, con una distribuzione controllata delle curvature che alleggerisce la lente e ne migliora il bilanciamento. Il risultato è una lente sottile, stabile e di grande comfort visivo, ideale anche per montature di



design. Con **Elite** ed **Elevia**, LOV Oftalmica conferma la propria capacità di innovare nella costruzione delle lenti oftalmiche, mettendo la **tecnologia digitale al servizio del benessere visivo**. Entrambe le linee sono **100% Made in Italy**, realizzate con materiali di ultima generazione di alta qualità, disponibili in indice 1,67 e 1,74 con trattamenti antiriflesso per soddisfare ogni esigenza visiva e stilistica. Le lenti raccordate LOV Oftalmica rappresentano oggi una sintesi perfetta tra **innovazione, precisione e cura del dettaglio**, pensate per offrire al professionista dell'ottica soluzioni personalizzate, performanti e dal risultato estetico impeccabile.



## Vantaggi della lenticolarizzazione

- Riduzione dello spessore del bordo per le lenti negative
- Riduzione dello spessore centrale per le lenti positive
- Lenti più sottili
- Ampia gamma di prescrizioni (RX)
- Compatibile con qualsiasi design della lente, materiale e curva base
- Visione ottimale nella zona ottica
- Particolarmente vantaggiosa per elevate ametropie
- Ideale per montature sportive avvolgenti

NIKON

# Innovare con coerenza

Tra consolidamento e sviluppo, **Nikon** evolve il proprio ecosistema puntando su **tecnologia**, **formazione** e **valore** per il centro ottico.



In un mercato che corre veloce a volte sono i percorsi, le scelte coerenti, la capacità di costruire una visione nel tempo a fare la differenza: da qui che prende forma il racconto **Nikon**: una strategia che parte da lontano e guarda con decisione al futuro dell'ottica. Il 2025, per Nikon, è stato un anno di **consolidamento** e di **conferme**. Un anno che ha visto il brand rafforzare il proprio legame con i centri ottici e sottolineare, con azioni concrete, il valore di una proposta costruita sulla **qualità**, sull'**innovazione** e su una profonda **cultura della visione**.

## IL VIAGGIO IN GIAPPONE: UN MANIFESTO DI VALORI

Il viaggio in Giappone dello scorso novembre, che ha visto la partecipazione dei partner Nikon provenienti da tutto il mondo, non è stato solo un momento di incontro, ma un vero e proprio manifesto valoriale. Un'occasione per riportare al centro ciò che Nikon rappresenta da sempre: **eccellenza tecnologica**, **precisione progettuale** e una **visione industriale** che mette l'esperienza visiva del portatore al primo posto. Visitare insieme i luoghi dove la tecnologia Nikon prende forma ha significato entrare in contatto diretto



con un approccio che non si limita a seguire i trend del mercato, ma li anticipa e li guida. Un approccio che parla di **rigore**, di **ricerca continua** e di una **filiera globale** pensata per garantire standard qualitativi elevatissimi, oggi come domani. Questo percorso condiviso ha rafforzato ulteriormente il dialogo con i centri ottici, veri partner strategici del brand, chiamati ogni giorno a "tradurre" la tecnologia in valore concreto per il cliente finale.

## Z SUITE: IL CUORE DELL'INNOVAZIONE NIKON

Al centro di questa visione c'è la **Z Suite**, che nel 2025 ha confermato il proprio ruolo di pilastro dell'offerta Nikon e che si prepara a essere la protagonista assoluta anche nel 2026, una tecnologia incredibile capace di rivoluzionare il segmento progressivo Nikon tramite la potenza del contrasto per rispondere alle diverse esigenze visive progettate secondo i più alti standard tecnologici. Z Suite rappresenta l'equilibrio perfetto tra personalizzazione, performance e qualità visiva, caratteristiche che oggi il consumatore riconosce e premia. Guardando al futuro, Nikon conferma il **continuo investimento su questa tecnologia** con sviluppi già in arrivo nel corso dell'anno. Novità che andranno ad arricchire ulteriormente l'offerta, rafforzandone l'identità.

## LA VISIONE PER IL 2026

Per il 2026 le parole chiave sono **continuità**, **focus** e **valore**. Continuità nel percorso intrapreso, focus sulla Z Suite e sulla qualità dell'esperienza visiva, valore per il centro ottico che sceglie di affidarsi a un partner solido e strutturato. La strategia si fonda su un ecosistema che cresce e si rafforza, in cui prodotto, formazione e strumenti di supporto lavorano insieme per facilitare il lavoro dell'ottico e migliorare l'esperienza in store del cliente finale.

## NIKON DIFFERENCE APP: UN HUB DIGITALE PER IL CENTRO OTTICO

All'interno di questa visione si inserisce la **Nikon Difference App**, pensata per raccogliere in un unico spazio digitale tutte le risorse utili per scoprire, comprendere e presentare il mondo Nikon. Non un semplice contenitore, ma un vero hub operativo che

accompagna il centro ottico nelle diverse fasi del percorso di vendita. Tra le funzionalità principali:

- **Lens Selector**, il tool che aiuta a individuare la soluzione visiva più adatta alle esigenze del cliente;
- **I Revealer**, per simulazioni interattive di design e trattamenti;
- **Presentazioni interattive**, dedicate al brand, ai prodotti e alle tecnologie Nikon;
- **Video ufficiali delle campagne Nikon**, uno strumento pensato per valorizzare la proposta Nikon senza mai sostituirsi al ruolo centrale del prodotto e della consulenza professionale.

## SELLING PROTOCOL: IL NUOVO PERCORSO DI VENDITA NIKON

Attraverso la Nikon Difference App sono stati inoltre presentati due nuovi strumenti a supporto dei centri ottici:

- Il nuovo **Selling Protocol**, una guida pratica e strutturata per supportare l'ottico nella creazione di un vero e proprio viaggio in store alla scoperta del mondo Nikon. Il protocollo si articola in 7 step, spiegati in modo chiaro e dettagliato in un unico documento - dalla visibilità in vetrina ai demo tool, dalla sala refrazione alla consegna dell'occhiale completo. L'obiettivo è quello di offrire un'esperienza unica a chi sceglie le lenti Nikon e rendere la vendita più fluida, consapevole ed efficace.
- A supporto del protocollo, la presentazione interattiva **"Scopri il mondo Nikon"** che racconta la storia, i valori e l'eccellenza del marchio. Uno strumento prezioso per: conoscere il brand dalle origini a oggi; raccontare Nikon al cliente mettendone in luce unicità ed eccellenza; formare il personale del centro ottico in modo strutturato ed efficace.

Il percorso Nikon continua, con una direzione chiara e una visione condivisa. Il futuro si costruisce partendo da basi solide, investendo su ciò che funziona e continuando a innovare senza perdere coerenza. La Z Suite resta il cuore pulsante della strategia 2026, affiancata da strumenti concreti pensati per supportare il lavoro quotidiano dei centri ottici. Perché la vera differenza, oggi più che mai, nasce dall'**unione** tra **tecnologia**, **competenza** e **visione**.

RODENSTOCK

# Una nuova generazione di lenti intelligenti

Sotto il claim “**Reacts to light – responds to life**”, Rodenstock lancia sul mercato **due soluzioni fotocromatiche: ColorMatic® X e ColorMatic® Dark.**



Oggi fino al 30% degli adulti è sensibile alla luce, e la richiesta di soluzioni efficaci è in rapida crescita. Ma non tutte le lenti fotocromatiche sono uguali: a fare la differenza sono la **velocità** con cui si scuriscono e ritornano trasparenti, la **durata** e la nitidezza ottica, tutte caratteristiche che **Rodenstock**, tra i leader mondiali nell'innovazione visiva e produttore di lenti oftalmiche biometriche, presenta con la nuova generazione di lenti fotocromatiche: **ColorMatic® X** e **ColorMatic® Dark** per rispondere alle diverse esigenze visive e stili di vita. Queste innovazioni, unite a decenni di



ricerca e a oltre 45 brevetti, rappresentano l'**avanguardia delle lenti fotocromatiche** sviluppate nel laboratorio Rodenstock di Monaco.

## **COLORMATIC® X – VELOCITÀ E TRASPARENZA SENZA PARI**

Con ColorMatic® X, Rodenstock presenta la lente fotocromatica della sua gamma più veloce di sempre, con un ritorno allo stato chiaro 56% più rapido rispetto alla generazione precedente<sup>1</sup>. La rapidità nello schiarirsi è



fondamentale: più la lente torna chiara velocemente, più naturale e fluida sarà l'esperienza visiva. Anche piccole differenze nella nitidezza interna possono fare la differenza per il comfort quotidiano. Per questo, Rodenstock ha sviluppato lenti fotocromatiche con una chiarezza in interni del 93%, così da rendere impercettibile la presenza della tecnologia fotocromatica al chiuso. All'esterno, le lenti ColorMatic® X si scuriscono fino all'88%, offrendo una protezione solare di categoria 3, con una riduzione ulteriore della luce blu-violetta<sup>2</sup> (rispetto agli interni) e il blocco totale dei raggi UVA e UVB. Le lenti ColorMatic® X assicurano una tinta stabile e prestazioni durature. Progettate per climi moderati (23°C), offrono protezione affidabile tutto il giorno, tutto l'anno. Sono disponibili in tutti gli indici, per prestazioni elevate senza compromessi.

## **COLORMATIC® DARK – MASSIMO SCURIMENTO E COMFORT ANCHE ALLA GUIDA**

**ColorMatic® Dark** unisce il massimo scurimento delle lenti Rodenstock, prestazioni affidabili anche alle alte temperature e la capacità di attivarsi in auto, tutto in un'unica lente. All'aperto, si scurisce fino al 90%, offrendo sollievo immediato dall'abbagliamento. ColorMatic® Dark offre prestazioni eccellenti per tutta la giornata, anche in climi caldi fino a 35°C. È l'unica lente ColorMatic® in grado di attivarsi funzionalmente anche dietro il parabrezza dell'auto, per una visione chiara e comfort costante anche durante la guida. Blocca il 100% dei raggi UVA/UVB e riduce in modo potenziato la luce blu-violetta<sup>3</sup>. Il fotocromatismo si afferma oggi come un vero e proprio termometro del mercato, capace

di riflettere l'evoluzione delle abitudini, dei bisogni e della crescente sensibilità verso la protezione visiva: è proprio in questo scenario che le lenti ColorMatic® si distinguono come la risposta ideale con una soluzione intelligente, elegante e pratica, sempre più veloce, nitida, scura e versatile<sup>5</sup>, capace di offrire un comfort immediato e una protezione costante durante tutta la giornata. A completare e valorizzare la gamma, le lenti da sole intelligenti **ColorMatic® 3 Sun**, che partono da una base leggermente attivata e si intensificano automaticamente fino alla categoria 3, per poi schiarirsi in condizioni di minore luminosità, per una visione sempre confortevole e ben contrastata.

*Le lenti ColorMatic® sono ideali per l'uso quotidiano; per lunghe esposizioni al sole intenso si consiglia comunque l'uso di occhiali da sole.*

## **BIBLIOGRAFIA**

1. vs ColorMatic® 3
2. ColorMatic® X filtra fino al 55% in più di luce blu-violetta al chiuso e fino al 200% all'aperto rispetto a una lente trasparente
3. ColorMatic® Dark filtra fino al 95% in più di luce blu-violetta al chiuso e fino al 260% all'aperto rispetto a una lente trasparente
4. Disponibile solo per lenti 1.6 e 1.67
5. Rispetto alle generazioni precedenti di ColorMatic®

SEL OPTICAL

# Svolta nel mercato dell'alto indice

L'ingresso di **Asahi Lite** nel mercato italiano, grazie alla **partnership esclusiva** con **SEL Optical**, segna un momento di cambiamento per il settore dell'**ottica oftalmica di alta gamma** nel nostro Paese.



Fondata nel **1980** a **Sabae**, nel distretto di Fukui - cuore pulsante della tradizione ottica giapponese - **Asahi Lite** è stata pioniera nello sviluppo di materiali organici ad alto indice, consolidando una reputazione globale basata su precisione e innovazione costante. Oggi, **SEL Optical** porta questa **eccellenza tecnologica** agli ottici professionisti italiani, proponendo un catalogo che ridefinisce gli standard di estetica e performance visiva attraverso due pilastri fondamentali: **le lenti monofocali a doppia superficie** asferica e **le lenti progressive premium**.

## LA RIVOLUZIONE DELLE MONOFOCALI: GEOMETRIA DOPPIA SUPERFICIE ASFERICA (DAS)

La sfida storica delle lenti monofocali per ametropie elevate è sempre stata il compromesso tra qualità visiva e spessore della lente. Le lenti convenzionali, infatti, tendono a generare distorsioni periferiche e un effetto antiestetico di ingrandimento o rimpicciolimento dell'occhio. La tecnologia **Double Side Aspheric (DAS)** di Asahi Lite risolve radicalmente questo problema agendo contemporaneamente su entrambe le superfici della lente:

### Design ultrasottile

L'asfericità applicata sia alla superficie interna che a quella esterna permette di ridurre notevolmente lo spessore e la curvatura, rendendo la lente fino al **40%** più piatta, sottile e leggera rispetto alle soluzioni standard.

### Visione nitida a 360°

Mentre le lenti asferiche tradizionali ottimizzano parzialmente la visione, la geometria DAS di Asahi Lite elimina quasi completamente l'astigmatismo dei fasci obliqui dal centro fino ai bordi più esterni della lente. Il risultato è un campo visivo ampio e privo di distorsioni, anche utilizzando la visione periferica laterale.

### Estetica naturale

Di estrema importanza, grazie alla geometria e alla curvatura ridotta, viene minimizzato l'effetto di alterazione della dimensione degli occhi, garantendo un aspetto naturale al portatore, caratteristica fondamentale per chi utilizza indici di rifrazione elevati come l'1.67 e 1.74. Le lenti monofocali Asahi vengo proposte sia di ricetta RX che pronte di magazzino in ampio range nei poteri negativi.

## LENTI PROGRESSIVE ASAHI PREMIUM: L'INTELLIGENZA DEL FREE-FORM GIAPPONESE

Se le monofocali puntano alla perfezione geometrica, le **progressive Asahi Premium** presentate da SEL Optical rappresentano l'apice della personalizzazione digitale. In un'epoca dominata dal multitasking e dall'uso intensivo di dispositivi digitali, la stabilità visiva nel passaggio tra le diverse distanze è diventata il requisito primario per il comfort del portatore. Le lenti progressive del brand giapponese integrano tecnologie proprietarie che uniscono la geometria asferica e atorica sviluppata sulla superficie esterna e la geometria progressiva free-form realizzata sulla superficie interna della lente, garantendo **stabilità dinamica**. Gli algoritmi di calcolo Asahi riducono le oscillazioni laterali (effetto "swim"), facilitando un adattamento quasi immediato anche per i nuovi portatori di lenti progressive.

### Campi visivi ottimizzati

La costruzione con tecnologia free-form di nuova generazione sulla superficie interna della lente permette di ampliare sensibilmente i canali di visione intermedia e per vicino, aree spesso critiche nelle lenti multifocali standard.

### Personalizzazione avanzata

Ogni lente viene progettata tenendo conto dei parametri posturali e della montatura scelta, assicurando che la zona di lettura sia perfettamente allineata con l'ergonomia visiva del singolo individuo.



## TRATTAMENTI ANTIRIFLESSO ASAHI: L'ECCELLENZA TECNOLOGICA AL SERVIZIO DELLA VISIONE

Nel panorama mondiale dell'ottica e della fotografia, pochi nomi evocano un senso di innovazione e qualità costruttiva come **Asahi Optical**. L'evoluzione dei trattamenti antiriflesso applicati alle lenti Asahi non è solo una questione di tecnica produttiva, ma rappresenta un capitolo fondamentale nella storia della visione moderna. Dai primi obiettivi fotografici alle sofisticate lenti oftalmiche odierne, il "rivestimento" (coating) è diventato l'elemento distintivo che trasforma una buona lente in uno strumento di precisione assoluta.

## LA RIVOLUZIONE TORICA: IL SUPER MULTI COATING (SMC)

La vera svolta per Asahi avvenne nel **1971**, quando l'azienda presentò al mercato il **primo trattamento antiriflesso multistrato: il Super-Multi-Coating (SMC)**. In un'epoca in cui la maggior parte delle lenti utilizzava rivestimenti singoli o doppi, Asahi introdusse un processo **multistrato**, capace di abbattere drasticamente i riflessi interni e le immagini fantasma (ghosting). Questa tecnologia, inizialmente sviluppata in collaborazione con l'americana *Optical Coatings Laboratory Inc.* permise di aumentare la trasmittanza della luce (la quantità di luce che attraversa effettivamente la lente) a livelli mai visti prima, raggiungendo il **99,8%** per superficie. Questo significa che quasi tutta la luce che colpisce l'occhiale (o l'obiettivo) arriva all'occhio del portatore, garantendo una nitidezza e un contrasto senza pari.

## COME FUNZIONA IL TRATTAMENTO ANTIRIFLESSO MODERNO

Il trattamento antiriflesso applicato alle lenti Asahi non è una semplice stratificazione, ma un complesso sistema

di **deposizione sottovuoto**. Durante questo processo, microscopiche molecole di materiali minerali vengono "bombardate" sulla superficie della lente, creando strati sottilissimi e molto coesi che sfruttano il principio dell'interferenza delle onde luminose.

### Riduzione dei riflessi residui

Una lente senza trattamento riflette circa l'8% della luce, causando affaticamento visivo e fastidiosi aloni.

### Miglioramento estetico

Gli occhi del portatore sono chiaramente visibili attraverso la lente, eliminando l'effetto "vetro bianco" che nasconde lo sguardo.

### Trasparenza totale

La visione risulta più limpida, ideale per la guida notturna (riduzione dell'abbagliamento dei fari) e per il lavoro prolungato davanti agli schermi.

## CARATTERISTICHE TECNICHE E VARIANTI PREMIUM

Le lenti Asahi di fascia alta integrano oggi trattamenti che vanno oltre la semplice funzione antiriflesso, combinando diverse proprietà in un unico "pacchetto" protettivo:

### Indurimento

Fondamentale per le lenti in materiale organico (plastica), che sono naturalmente più tenere del vetro.

### Superidrofobico e oleofobico

Questi strati respingono acqua, impronte digitali e sporco, rendendo la lente molto più facile da pulire.

### Protezione UV

Tecnologie come l'**HPR** permettono di filtrare selettivamente le lunghezze d'onda nocive della luce emessa dai dispositivi digitali, offrendo una protezione attiva per il nostro sistema visivo.

## PERCHÉ SCEGLIERE LENTI CON ANTIRIFLESSO AVANZATO?

Investire in un trattamento avanzato, come quelli proposti dall'eredità tecnologica di Asahi, significa scegliere il **benessere visivo**. Oltre alla qualità ottica, queste lenti offrono una sicurezza e protezione superiore nella vita quotidiana.

## SEL OPTICAL E IL SUPPORTO AL PROFESSIONISTA

La scelta di SEL Optical di distribuire Asahi Lite non è solo una mossa commerciale, ma una strategia volta a elevare il valore della consulenza ottica in Italia. In un mercato sempre più polarizzato, l'accesso a prodotti "Made in Japan" di questo calibro permette ai centri ottici di distinguersi offrendo soluzioni che uniscono l'artigianalità tecnologica nipponica alla competenza distributiva italiana. Le lenti Asahi, presentate ufficialmente anche durante i recenti eventi di settore come il recente MIDO, si pongono come una risposta concreta alle esigenze del consumatore moderno: un utente consapevole, alla ricerca di leggerezza, resistenza e, soprattutto, di una visione che non scenda a compromessi con lo stile. Che si tratti di correggere miopie o ipermetropie medio-alte grazie alla precisione della doppia asfericità e atoricità, oppure di gestire la presbiopia con la fluidità delle progressive premium, la combinazione **Asahi Lite SEL Optical** è pensata per ridefinire il concetto di "benessere visivo", valorizzando una delle tecnologie più avanzate oggi disponibili.

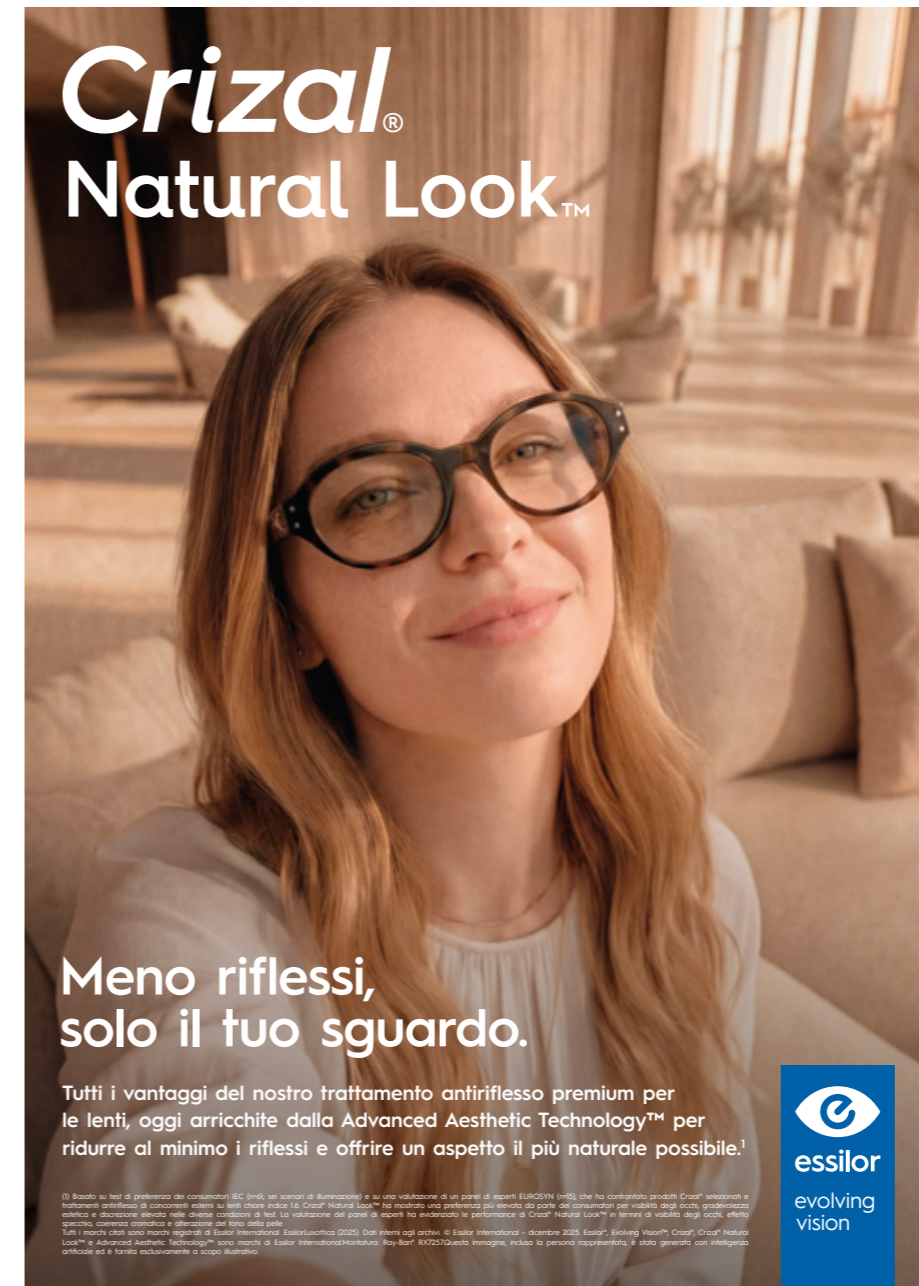
VARILUX®

# Visione ottimizzata nelle attività da vicino

Varilux® Immersia™ e Crizal® Natural Look™ sono state progettate per rispondere alle esigenze visive nell'era digitale.



Con **Varilux® Immersia™**, Essilor® arricchisce la propria offerta di lenti dedicate alla visione evoluta, introducendo una soluzione pensata per accompagnare le **abitudini visive contemporanee**. La lente è sviluppata per offrire un ampio campo di visione per le attività a distanza ravvicinata e intermedia, indoor e outdoor\*. Oggi, infatti, **fino al 72% del tempo visivo quotidiano è dedicato alla visione da vicino e intermedia**<sup>1</sup>, spesso in ambienti digitali. Questo scenario può comportare difficoltà di messa a fuoco, posture non corrette e affaticamento visivo, soprattutto tra i 40 e i 65 anni: l'80% dichiara di arrivare a fine giornata con occhi stanchi e il 71% riferisce uno sforzo continuo per mantenere la nitidezza dell'immagine<sup>2</sup>. In questo contesto, Varilux® Immersia™ offre una risposta concreta: migliora il comfort durante le attività digitali<sup>3</sup> e contribuisce a mantenere una postura più naturale<sup>4</sup>. È disponibile in due versioni - **Varilux® Immersia.mid™**, per una visione fino a 1,5 metri, e **Varilux® Immersia.room™**, per distanze fino a 3 metri - adattandosi così a diversi ambienti, professionali e domestici. La lente nasce da un'analisi approfondita delle abitudini visive e delle posizioni ergonomiche degli utenti.



Il design è stato validato attraverso la tecnologia del "gemello digitale" basata su intelligenza artificiale, che consente di simulare numerosi scenari reali e ottimizzare le performance visive. Questo approccio permette di aumentare sia l'ampiezza sia la profondità della visione da vicino, con un miglioramento del campo visivo nitido compreso tra il 35% e il 76% rispetto a una lente progressiva tradizionale<sup>5</sup>. Particolare attenzione è stata dedicata alle principali distanze d'uso quotidiane - smartphone, computer e conversazione. La zona per la visione ravvicinata è posizionata più in alto nella lente per facilitare l'utilizzo dei dispositivi digitali e favorire una postura più naturale<sup>6</sup>, ampliando al contempo le possibili posizioni di visione confortevole. Anche l'esperienza al computer è stata ottimizzata: la visione del monitor avviene con minimi movimenti di occhi e testa, riducendo l'inclinazione del capo rispetto alle lenti progressive standard e avvicinandola ai parametri ergonomici ideali<sup>7</sup>. Varilux® Immersia™ integra inoltre la **tecnologia W.A.V.E. 2.0™**, che tiene conto della dimensione pupillare per controllare le aberrazioni e migliorare la qualità visiva anche in presenza di variazioni luminose<sup>8</sup>.

In occasione del lancio, Essilor® introduce anche **Crizal® Natural Look™**, il nuovo trattamento antiriflesso studiato per ridurre i riflessi e migliorare la trasparenza delle lenti, garantendo al tempo stesso un'estetica più naturale. Grazie a tecnologie di ultima generazione, contribuisce a migliorare la qualità visiva anche in condizioni di luce complesse. Con Varilux® Immersia™ e Crizal® Natural Look™, Essilor conferma il proprio impegno nello sviluppo di soluzioni innovative. **I nuovi prodotti saranno disponibili a partire dal 5 maggio 2026.**

## BIBLIOGRAFIA

1. Ferreira TB et al., Analysis of Daily Visual Habits in a Presbyopic Population, Journal of Ophthalmology, 2023.
2. EssilorLuxottica, Vision Care U&A Quantitative Study, 2023. Data on file.
3. EssilorLuxottica, Internal R&D simulations - volume of vision simulation up to 80 cm, 2025. Data on file.
4. Sánchez-Brau M. et al., Computer visionsyndrome in presbyopic digital device workers and progressive lens design, Ophthalmic Physiol Opt, 2021.
5. EssilorLuxottica, Internal R&D simulations -visual acuity simulation for smartphone, laptop and computer distances, 2025. Data on file.
6. EssilorLuxottica, Internal R&D simulations -head posture simulation on several prescriptions and several distances per devices, 2025. Data on file.
7. EssilorLuxottica, Internal R&D simulations-head tilt simulation in regard to ergonomic OSHA recommendations, 2025. Data on file.
8. EssilorLuxottica, W.A.V.E. 2.0™ White Paper, 2015. Data on file.

\*. Simulazioni interne di R&S - 2025 - simulazione del volume visivo fino a 80 cm.

TECNITALIA

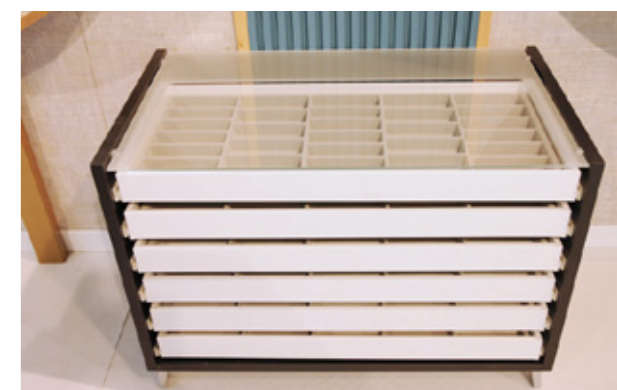


# IL DESIGN INCONTRA LE FUNZIONALITÀ

**LE CASSETTIERE PROFESSIONALI DI TECNITALIA TRASFORMANO IL MAGAZZINO IN UNO STRUMENTO DI VENDITA.**

Nel centro ottico contemporaneo l'**organizzazione** non è più soltanto una necessità operativa, ma diventa un **elemento strategico di vendita**. Le **cassettiere professionali** per ottica non si limitano a gestire il magazzino: permettono di **organizzare il lavoro in modo più efficiente, velocizzare il processo di vendita e contribuire in maniera diretta anche all'esposizione delle montature**. Gli ottici che utilizzano le soluzioni **Tecnitalia** riconoscono in questi sistemi un valore che va oltre la funzione contenitiva, perché integrano **design, praticità e supporto** alla consulenza. Le **cassettiere espositive con top in vetro** introducono una nuova idea di leggerezza all'interno dello spazio vendita. La trasparenza dei

materiali e la possibilità di adattare le profondità rendono questi elementi perfettamente integrabili con l'ambiente, creando continuità visiva tra esposizione e stoccaggio. Modelli come **Cassettiera Giant, More** e la **Cassettiera in plexiglass a 10 cassetti** interpretano questa esigenza con soluzioni versatili che uniscono estetica e funzionalità. In parallelo, le **cassettiere dedicate al servizio** rappresentano un supporto concreto alla vendita assistita. Consentono di portare le montature in aree consulenziali riservate, di continuare a lavorare anche quando le pareti espositive sono occupate e di creare veri e propri banchi mobili per la prova prodotto. Questa flessibilità permette di adattare lo spazio al flusso dei clienti



e di trasformare ogni momento della vendita in un'opportunità. Un'ulteriore evoluzione è rappresentata dalle **cassettiere a moduli continui**, pensate per chi necessita di grande capacità organizzativa senza rinunciare alla coerenza estetica con le pareti espositive. La combinazione di cassetti e vani con ante consente di gestire numerosi articoli mantenendo ordine e accessibilità, sia sotto le pareti espositive sia nelle aree retrostanti dedicate alla consulenza. La scelta della soluzione più adatta dipende dalla tipologia e dalla quantità di montature da gestire, dall'organizzazione degli spazi e dai flussi di lavoro interni, oltre che dall'identità estetica del centro ottico. Ogni punto vendita comunica

infatti uno stile preciso, che può essere moderno, minimale, elegante o industriale, e le cassettiere contribuiscono a rafforzarne la **coerenza visiva**. Allo stesso tempo, elementi come **cassetti scorrevoli** e **suddivisioni intuitive** incidono direttamente sull'accessibilità e sulla naturalezza del processo di vendita. In questo scenario la cassetteria non è più un semplice elemento d'arredo tecnico, ma uno strumento strategico che organizza lo spazio, valorizza l'esposizione e supporta attivamente l'attività commerciale del centro ottico.

**Per richiedere il catalogo:**  
[info@tecnitaliaopty.com](mailto:info@tecnitaliaopty.com)  
 +39 0773621126  
 +39 3471683024



BAUSCH+LOMB

# Dual wear: come proporre a ogni soggetto presbite la doppia opzione

Un estratto dall'articolo originale di John Womack, OD, West Point Optical Group/Family First Vision Care, "Dual wear: how to present the "and" proposition to every presbyopic patient", June 2024.

**John Womack dichiara:** "In qualità di optometristi, il nostro obiettivo principale è offrire ai nostri portatori le migliori opzioni possibili per la correzione visiva. Quando si valutano le soluzioni per la correzione della presbiopia, si osserva che, oltre agli occhiali da lettura, molti soggetti presbiteri hanno già provato in passato le lenti a contatto multifocali senza però rimanerne soddisfatti, oppure non le hanno mai provate. È fondamentale proporre le lenti a contatto multifocali come alternativa o come opzione aggiuntiva per la correzione visiva in entrambi questi gruppi".

**PERCHÉ LIMITARE SÉ STESSI E I PROPRI CLIENTI? Perché è fondamentale offrire questa opzione a tutti i soggetti presbiteri?** I dati parlano chiaro: una percentuale significativa di popolazione con ametropia preferisce le lenti a contatto agli occhiali per diverse attività, tra cui gli eventi sociali, l'attività fisica e lo sport. Inoltre, negli ultimi anni si è registrato un notevole aumento dell'interesse per le lenti a contatto multifocali, a testimonianza di una crescente domanda di alternative per la correzione della presbiopia. Ciò rappresenta un'ottima opportunità per proporre le **lenti a contatto multifocali** sia per un uso a tempo pieno che per un **dual wear** (ossia la pratica di alternare occhiali e lenti a contatto multifocali a seconda dell'attività). Dati recenti indicano che molti soggetti traggono beneficio dal dual wear: questi soggetti esprimono una preferenza per le lenti a contatto rispetto agli occhiali in particolare in contesti sociali e durante lo sport, mentre per rilassarsi a casa si tende a utilizzare

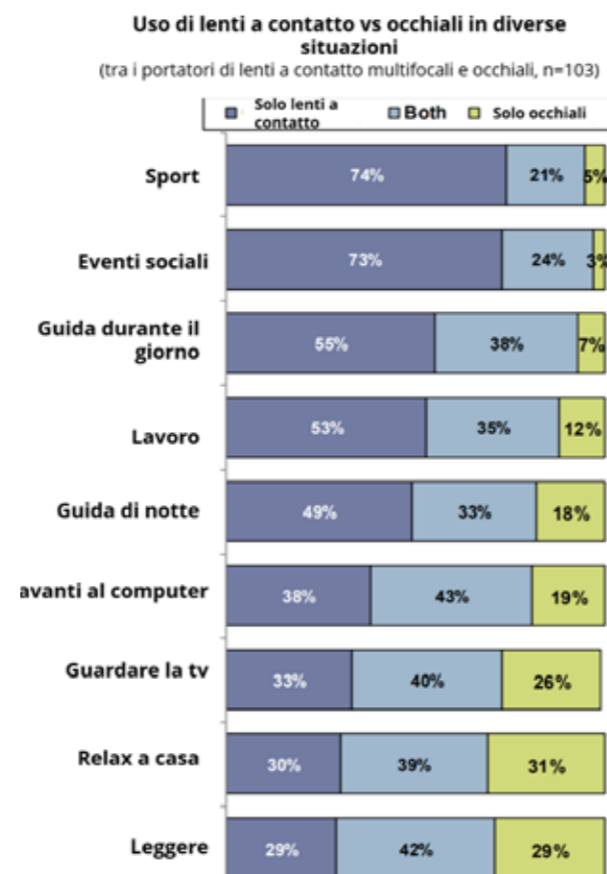


Grafico pag.18 MultiSponsor Surveys, Inc. The 2024 study of the US multifocal contact lens market. May 2024.



entrambe le soluzioni o gli occhiali<sup>1</sup>. Quando si interagisce con i soggetti presbiteri, è fondamentale comprendere le loro preferenze specifiche e le esigenze legate al loro stile di vita. Riconoscendo queste preferenze ed evidenziando i vantaggi delle lenti a contatto multifocali, i professionisti della visione possono guidare efficacemente i clienti verso la soluzione più adatta al loro stile di vita.

## CONVERSAZIONI CON CHI INDOSSA ENTRAMBI

È fondamentale sottolineare che esistono situazioni in cui i portatori preferiscono le lenti a contatto e altre in cui preferiscono gli occhiali. Quando si discutono i limiti di ciascuna soluzione, è opportuno **evitare di usare un linguaggio negativo** come "compromesso". Anche i soggetti che indossano gli occhiali non sono soddisfatti al 100% della loro visione da lontano, vicino e intermedio in ogni momento e in tutte le situazioni, e lo stesso vale per le lenti a contatto: ci sono vantaggi in entrambi gli scenari. È invece consigliabile incoraggiare i soggetti presbiteri a concentrarsi sulle attività o situazioni specifiche in cui le lenti a contatto offrirebbero il vantaggio maggiore, ad esempio in occasione di eventi sociali o attività all'aperto. Chiedete loro di descrivere qualcosa che vorrebbero poter fare senza gli occhiali, poi, spiegate che esiste un'ottima opportunità per raggiungere quell'obiettivo. Al controllo post-applicazione, festeggiate il risultato raggiunto piuttosto che concentrarvi su ciò che manca. Parlate di ciò che il portatore può fare invece che di ciò che non può fare. Lo stesso discorso vale per gli occhiali. Spiegate ai portatori che ci saranno momenti in cui vorranno indossare gli occhiali perché più adatti a un'attività specifica. Non si tratta di scegliere tra occhiali o lenti a contatto, ma **parliamo della doppia opzione: occhiali e lenti a contatto**. In breve, sottolineando gli aspetti positivi delle lenti a contatto multifocali e riformulando

le potenziali sfide come opportunità per migliorare la visione, si può aiutare chi indossa entrambe le soluzioni a cogliere il valore del dual wear.

## GUARDARE AVANTI, NON INDIETRO

Uno dei maggiori ostacoli nel proporre le lenti a contatto multifocali ai soggetti presbiteri è superare la resistenza e lo scetticismo. Alcuni potrebbero avere preconcetti sui limiti o sul discomfort associato alle lenti a contatto, mentre altri potrebbero essere riluttanti a provare una nuova opzione dopo esperienze passate non ottimali. Per affrontare queste sfide, concentrati sull'informazione e sui consigli personalizzati in base alle esigenze e alle preferenze specifiche di ciascun cliente. È fondamentale che i professionisti della visione affrontino queste preoccupazioni in modo aperto e trasparente. Invece di concentrarsi sui potenziali compromessi o svantaggi, **sottolineate gli aspetti positivi delle lenti a contatto multifocali**, come il **comfort**, la **praticità** e la **nitidezza visiva**, e non dimenticate di proporre l'opzione del **dual wear**. Incentrate la conversazione intorno agli **obiettivi e alle aspirazioni del futuro portatore di lenti a contatto**, evidenziando come indossare lenti a contatto multifocali per determinate attività possa **consentirgli di condurre uno stile di vita appagante e attivo**.

## BIBLIOGRAFIA

1. Multi-Sponsor Surveys, Inc. The 2024 Study of the US multifocal contact lens market. May 2024

VC-IT-2603-3377

Materiale ad uso esclusivo dei Sigg. Ottici.

©2026 Bausch & Lomb Incorporated

BLUDATA

# Il valore del CRM nell'ottica

LA CAPACITÀ DI **INTERCETTARE IL CLIENTE NEL MOMENTO GIUSTO** GRAZIE A **DATI, SEGMENTAZIONE E COMUNICAZIONI REALMENTE PERSONALIZZATE** È IL FATTORE CHE FA LA **DIFFERENZA IN UN CENTRO OTTICO.**



Nel marketing la **fidelizzazione** si gioca spesso su un fattore sottovalutato: il **tempismo**. Non basta avere un buon prodotto o uno staff competente. Conta anche **farsi trovare nel momento in cui il cliente sta già pensando a tornare o ne avrebbe bisogno senza ancora saperlo**. La buona notizia è che questo non richiede grandi investimenti: richiede **metodo**. Il CRM, acronimo di Customer Relationship Management, nasce per risolvere esattamente questo problema. È uno strumento che permette di costruire una relazione continuativa con il cliente, basata su informazioni concrete: la data di acquisto dell'ultimo occhiale, il tipo di lenti, le abitudini di acquisto, la presenza di figli in età scolastica. Dati che, organizzati e accessibili, trasformano una comunicazione generica in un messaggio pertinente. La differenza, in termini di risposta, è misurabile perché un messaggio personalizzato ottiene tassi di apertura e conversione significativamente più alti rispetto a una comunicazione di massa. Nel contesto di un centro ottico questo si traduce in appuntamenti fissati, rinnovi di forniture di lenti a contatto, controlli programmati prima che il cliente si accorga di averne bisogno. Per ottenere questo risultato è **fondamentale raccogliere i dati e poi bisogna saperli organizzare**. La segmentazione del database è il primo ragionamento concreto che un ottico dovrebbe fare, e il punto di partenza non è "come divido i miei clienti?" ma "a chi voglio dire cosa, e quando?". Cambia la prospettiva e cambia il risultato.

La variabile più immediata è il **tempo trascorso** dall'ultimo contatto. Chi non torna da più di diciotto mesi non è un cliente fidelizzato: è un cliente a rischio abbandono. Questa sola informazione permette già di costruire un flusso di comunicazione mirato, prima che il distacco diventi definitivo. Subito dopo viene il **tipo di correzione**. Portatori di occhiali monofocali, progressivi e lenti a contatto sono tre segmenti con cicli di acquisto diversi e bisogni diversi. Un portatore di lenti a contatto ha necessità di rinnovo periodico e prevedibile. Un portatore di occhiali progressivi ha tempi più lunghi ma un valore medio dello scontrino molto più alto. Comunicare allo stesso modo a entrambi significa non parlare davvero a nessuno dei due. La **fascia d'età** è un altro criterio utile, ma va usato con intelligenza: non come dato anagrafico fine a se stesso, ma **come indicatore del ciclo di vita vivo**. Un cliente tra i quaranta e i cinquanta anni è probabilmente nel pieno della presbiopia emergente, un momento delicato in cui il centro ottico può fare la differenza con un approccio proattivo. La **presenza di figli nel nucleo familiare** è una variabile spesso ignorata ma preziosa. Un genitore tende a rimandare il proprio controllo. Un messaggio che parla anche della vista dei bambini, specie in età scolastica, ha un tasso di risposta molto più alto di una comunicazione generica rivolta solo all'adulto. C'è anche un valore meno visibile, ma non meno importante: la **percezione del cliente**. **Quando un centro ottico si fa vivo nel momento giusto, con un messaggio che dimostra di conoscere la sua storia, il rapporto cambia**. Non è più un negozio tra tanti, ma un riferimento di cui ci si può fidare. Questo tipo di relazione è difficile da costruire e difficile da scalfire dalla concorrenza, perché non si basa sul prezzo ma sulla qualità del contatto, anche quando è mediato dalla tecnologia. Strumenti pensati per il settore, come **FOCUS CRM**, portano questa logica direttamente nel flusso di lavoro quotidiano, senza richiedere competenze di marketing avanzate: l'automazione si occupa di ricordare, segnalare, proporre il momento giusto per ricontattare, e l'ottico si occupa della relazione. È un cambio di prospettiva più che di tecnologia: smettere di aspettare che il cliente torni e iniziare a coltivare il rapporto anche quando non è in negozio.

# Armonia tra forma e materia.



Foto Ottica Rasconi - Polesella RO



**G&P Arredamenti Srl**

Via Newton, 29/1 41015 Nonantola (MO) - Italia - Tel. +39 059 548659  
[info@gparredamenti.it](mailto:info@gparredamenti.it) - [www.gparredamenti.it](http://www.gparredamenti.it)

KONTAKT LENS V.A.O.

# Una gamma, tre soluzioni, un'unica mission.

COMFORT, INNOVAZIONE E BENESSERE VISIVO SONO ALLA BASE DELLE NUOVE LENTI GIORNALIERE 1 DAY AIR DI ONLY ONE.

Nel mondo delle lenti a contatto giornaliere, la richiesta di soluzioni sempre più performanti è in costante crescita. I portatori cercano comfort immediato, qualità visiva stabile, idratazione duratura e sicurezza per la salute oculare. **Kontakt Lens V.A.O.**, con oltre trent'anni di esperienza nel settore, risponde a queste esigenze con una **gamma completa e rinnovata: 1 Day Air, 1 Day Air Vitamin e 1 Day Air Toric**. Tre soluzioni complementari, progettate per offrire benessere visivo e performance ottiche di nuova generazione.



1 Day Air



1 Day Air Vitamin



1 Day Air Toric

## 1 DAY AIR: LA BASE DELLA GAMMA, TRA SEMPLICITÀ E AFFIDABILITÀ QUOTIDIANA

**1 Day Air** rappresenta il punto di partenza della famiglia: una lente giornaliera pensata per offrire un equilibrio ideale tra idratazione, traspirabilità e stabilità visiva. È la scelta perfetta per chi desidera una lente confortevole, facile da indossare e adatta a un uso quotidiano intenso. La **tecnologia AquaMax** garantisce un'idratazione profonda e una stabilità del film lacrimale, mentre la protezione UV integrata offre una difesa invisibile contro i raggi nocivi. Il materiale ad alta traspirabilità assicura un corretto apporto di ossigeno alla cornea, contribuendo a un comfort prolungato per tutta la giornata. La bagnabilità stabile e il design ottimizzato permettono inoltre una visione nitida e costante, rendendo questa lente una soluzione affidabile e versatile. Nel tempo, 1 day air è diventata il best seller della gamma, conquistando migliaia di portatori e rappresentando la base su cui Kontakt Lens V.A.O. ha costruito le proprie innovazioni successive.

## 1 DAY AIR VITAMIN: LALENTE CHE NUTRE E PROTEGGE

Dall'evoluzione della versione base nasce **1 Day Air Vitamin**, una lente giornaliera arricchita con **acido ialuronico** e un complesso di vitamine essenziali per la salute oculare. È pensata per chi desidera un comfort superiore e un supporto attivo al benessere dell'occhio. L'acido ialuronico mantiene costante idratazione e bagnabilità, mentre la vitamina B6 supporta il metabolismo cellulare e la barriera immunitaria. La vitamina B12 svolge un'azione antiossidante, proteggendo i tessuti oculari e favorendo la produzione lacrimale, mentre la vitamina E contribuisce a contrastare i radicali liberi e a mantenere stabile il film lacrimale. Grazie a una tecnologia di rilascio intelligente, le lenti sono imbevute in una soluzione arricchita di nutrienti che vengono rilasciati gradualmente

durante il giorno attraverso il naturale ammiccamento. In questo modo, il portatore beneficia di un apporto costante che sostiene idratazione, comfort e benessere visivo per tutta la giornata, garantendo al tempo stesso una qualità visiva stabile e duratura.

## 1 DAY AIR TORIC: PRECISIONE E STABILITÀ PER L'ASTIGMATISMO

Per i portatori astigmatici, **Kontakt Lens V.A.O.** propone **1 Day Air Toric**, una lente progettata per offrire stabilità, precisione e comfort senza compromessi. Il **Prisma di Ballast** con **Smile Design** assicura una stabilizzazione rapida e precisa, mentre il design a spessore uniforme favorisce un ammiccamento naturale e una sensazione di comfort superiore. Il bordo setoso ottimizzato contribuisce a una piacevole morbidezza durante tutto il giorno. Anche in questa versione sono integrate la tecnologia AquaMax per l'idratazione profonda e la protezione UV per una difesa invisibile dai raggi nocivi. La precisione visiva è garantita da una gamma completa di parametri, con disponibilità in più cilindri e assi per una correzione accurata e personalizzata.

## TRE SOLUZIONI, UN'UNICA FILOSOFIA

La famiglia 1 Day Air offre una risposta completa alle esigenze dei portatori moderni: una lente affidabile e confortevole per l'uso quotidiano, una versione evoluta che supporta attivamente il benessere oculare e una soluzione dedicata alla correzione dell'astigmatismo con elevata precisione.

**Tre lenti, un'unica filosofia: mettere il benessere visivo al centro dell'innovazione.**

Oltre la Colonna!

Il FUTURO della centratura sono VisionEASY & ZerO

VISION Easy  
by TutorNET



1



2

Precisione & Praticità

VisionEASY trasforma il tuo smartphone in uno strumento di centratura preciso e veloce, eliminando la tradizionale colonna. Rivoluziona la tua esperienza di centratura e la soddisfazione dei tuoi clienti.

Scatti con lo smartphone ed elabori sul PC.



Zero determina la **POSTURA NATURALE** del cliente ed elimina gli errori di rilevamento delle altezze delle lenti progressive.

Zero è un brevetto internazionale esclusivo di TutorNET srl

Compatibile con tutti i sistemi di centratura



Innovazione brevettata

TutorNET  
TutorVISION TutorLENS StabiloNET TutorCAM

R.O.M. | NIDEK

# Precisi e versatili

PRESENTATI IN ANTEPRIMA ALL'EDIZIONE 2026 DI MIDO, I NUOVI SISTEMI DI MOLATURA NIDEK ME-1 E MSE-1 HANNO RICEVUTO UN RISCANTO POSITIVO DA PARTE DEGLI OPERATORI DEL SETTORE.



Nel panorama dell'ottica moderna, la qualità della lavorazione delle lenti rappresenta un elemento sempre più strategico, sia per il retail sia per i laboratori specializzati. In questo contesto si inseriscono due nuovi sistemi di molatura che segnano un'evoluzione significativa in termini di precisione, versatilità ed efficienza: **ME-1** e **MSE-1**.

#### ME-1

Rappresenta il nuovo modello di punta per il retail, progettato per la **multifunzionalità**, la **precisione** e la **semplicità di funzionamento**. Questa molatrice va oltre la foratura e la lavorazione a curvatura base elevata, offrendo **lavorazioni avanzate** come la bisellatura step (fino a 11 mm

di altezza) e parziale, la sfaccettatura, il controbisello speciale, per adattarsi facilmente a un'ampia gamma di stili della montatura. Dalle curve complesse ai dettagli più delicati, ME-1 offre sempre **risultati impeccabili**, in grado di competere con la migliore tradizione artigianale. Il nuovo potente design strutturale aumenta la solidità necessaria per una lavorazione stabile e accurata, affidabile anche con le lenti super-idrofobiche di nuova generazione, grazie al suo sistema anti-rotazione dell'asse.

#### MSE-1

È un **sistema ibrido di molatura**, ideale sia per laboratori che per retail, una vera novità per il mercato.



NIDEK ME-1



NIDEK MSE-1



Questa molatrice abbina un utensile fresatore per la sgrezzatura a dischi in finitura, garantendo una **lavorazione ad alta velocità** senza compromettere la **precisione**. Dai biselli a curva elevata a quelli a gradino (fino a 11 mm di altezza), dai tagli in base al design alla foratura, il modello MSE-1 consente di effettuare un'ampia gamma di lavorazioni in modo estremamente **affidabile**. MSE-1 è dotata di un separatore speciale per i detriti di



fresatura, così solo lo sfrido più fine fluisce nel serbatoio principale. Questo prolunga l'usabilità dell'acqua e ne riduce la frequenza della sostituzione. Il sistema di controllo avanzato di MSE-1 è stato progettato per aumentare l'efficienza di ogni lavorazione, offrendo risultati stabili e accurati grazie anche al suo sistema anti-rotazione dell'asse che assicura ottimi risultati anche con le lenti super-idrofobiche.

# Valutazione della stereoacuità globale: confronto tra test tradizionale TNO e test digitale SAT

**AUTRICE:** MIRIAM BETTAHI

**RELATRICI:** ALESSIA BELLATORRE E MICHELA GRECO

CORSO DI LAUREA IN OTTICA E OPTOMETRIA, UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI TORINO

## I. INTRODUZIONE

Il presente studio, in accordo con la letteratura corrente, indaga gli effetti di questa transizione, focalizzandosi su un confronto tra un metodo classico e una soluzione digitale. L'obiettivo della ricerca è stato determinare se l'utilizzo di queste nuove applicazioni comportino benefici in termini di precisione, riduzione dei tempi di esecuzione, facilità di gestione dei dati personali, coinvolgimento e comfort del soggetto esaminato durante lo screening.

### A. Visione binoculare

Il sistema visivo umano è un apparato complesso e coordinato, con il fondamentale compito di percepire, tradurre e trasmettere lo stimolo luminoso alla corteccia occipitale. Le diverse strutture anatomiche e funzionali degli occhi lavorano in sinergia per garantire una visione binoculare efficiente e completa in tutti i suoi gradi. Per ottenere la visione singola e nitida è fondamentale la cooperazione tra i due occhi. Essa si basa sul principio della corrispondenza retinica: a ogni area della retina dell'occhio destro è associata un'area retinica omologa nell'occhio sinistro. In tale configurazione, le fovee rappresentano i punti corrispondenti primari attorno ai quali si organizza l'intera mappatura retinica. Di fatto l'azione coordinata della muscolatura estrinseca oculare e l'architettura retino-corticale operano in sinergia per generare due proiezioni retiniche sovrapponibili [Rossetti 2003]. La visione binoculare presenta tre gradi con un ordine prestabilito, nella quale se uno non risulta presente quelli a seguire possono essere compromessi. I tre gradi sono: la percezione simultanea, la fusione e la stereopsi.

La percezione simultanea rappresenta il grado primario e consiste nella capacità del sistema visivo di recepire e elaborare contemporaneamente lo stimolo proveniente da entrambi gli occhi. La fusione, secondo grado, è il processo fisiologico che permette di fondere i due stimoli in un'unica immagine bidimensionale. Essa si distingue in due componenti:

- Fusione Motoria: consiste nell'attività coordinata della muscolatura extraoculare. Il suo obiettivo è orientare correttamente gli assi visivi affinché le immagini dell'oggetto d'interesse cadano su aree retiniche corrispondenti, ovvero le fovee;
- Fusione Sensoriale (o "Fusione Piatta"): rappresenta la capacità di integrare le due stimolazioni retiniche simili in un'unica immagine singola. [Rossetti 2003].

La stereopsi è il terzo e ultimo grado della visione binoculare e consente la percezione tridimensionale e di profondità dello stimolo. Questo è causato dalla diversa posizione lungo l'asse orizzontale dell'immagine percepita dai due occhi, di conseguenza le immagini retiniche dello stesso oggetto risultano leggermente differenti. In condizioni fisiologiche esiste un certo spostamento o disparità retinica binoculare orizzontale tra le due immagini [Rossetti 2003].

### B. Stereotest

I test per la valutazione della stereoacuità si eseguono a una distanza prossimale, generalmente di 40 cm, utilizzando la correzione ottica, se presente. Al soggetto viene richiesto di indicare quali immagini appaiono in rilievo, proseguendo fino al raggiungimento della soglia massima [Maffioletti 2016].

Le metodologie di valutazione si dividono in due categorie principali: i test per la stereopsi locale e quelli per la stereopsi globale. La stereopsi locale (Fig. 1) è determinata da stimoli caratterizzati da una disparità laterale, ovvero un micro spostamento orizzontale tra le due immagini.

Questa percezione riflette l'esperienza stereoscopica che il soggetto sperimenta quotidianamente nello spazio tridimensionale reale [Maffioletti 2016].

Con questa tipologia di test un soggetto che presenta una stereoacuità fragile (microtropie o anomalie binoculari)



Fig. 1: stereopsi locale a mire disparità laterale, Titmus [sito web Review of optometry]

potrebbe comunque rispondere correttamente, poiché non vedrebbe l'immagine sollevarsi dal piano del test (come avviene con una stereoacuità normale), ma sarebbe aiutato dal micro spostamento orizzontale. Al contrario della stereopsi locale, quella globale (Fig. 2) viene attivata da stimoli privi di indizi monoculari evidenti, "determinata dalla presenza di matrici di punti pseudo casuali". Questo richiede al soggetto un'elaborazione sensoriale più complessa e raffinata: la percezione tridimensionale nasce esclusivamente dalla stimolazione di punti retinici corrispondenti, in assenza di indizi di profondità o contorni [Maffioletti 2016].

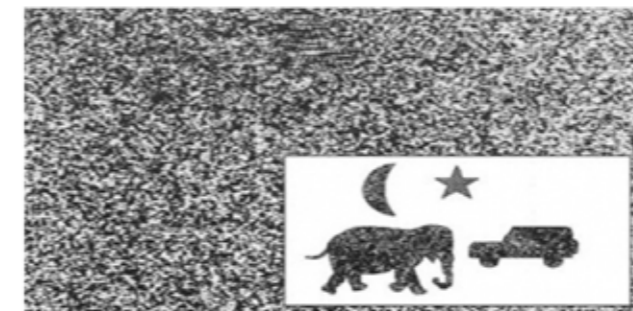


Fig. 2: stereopsi globale a mire randomizzate, lang II [sito web ophthalmology]

### C. Applicazioni digitali

Prima dell'introduzione delle applicazioni digitali, la valutazione della funzionalità visiva si avvaleva di supporti cartacei, che tuttavia presentavano ostacoli legati all'usura dei materiali, alla difficoltà di garantire un'illuminazione costante e adeguata e alla necessità di disporre di molteplici versioni per evitare il cosiddetto "effetto memoria" da parte del soggetto. Con la diffusione di smartphone e tablet, le soluzioni software hanno acquisito importanza, offrendo la possibilità di monitorare i parametri visivi fondamentali anche in contesti lontani dalla

consueta normalità [Bano 2024]. L'efficacia delle applicazioni digitali dipende dal superamento di complessi vincoli tecnologici, tra cui la densità dei pixel (essenziale per la nitidezza degli ottotipi nei test per vicino), la profondità della scala di grigi per la sensibilità al contrasto, l'estensione del display per la campimetria e l'accuratezza della resa cromatica [Bano 2024]. In questo contesto, la letteratura scientifica ha iniziato a esaminare specifiche applicazioni per la valutazione della stereoacuità. Tra queste vi è l'applicazione Android SAT, che integra diverse tipologie di test (TNO, LANG, LEA, tra gli altri). Questi si basano su:

- un set di immagini a puntini casuali rossi e verdi (anaglifici);
- una procedura di calcolo della soglia basata su un algoritmo a scala, completata in un arco temporale di 45-60 secondi [Bano 2024].

## II. MATERIALI E METODI

Lo studio ha coinvolto un campione di 62 giovani adulti, selezionati in una fascia di età compresa tra 19 e 35 anni. Il gruppo è composto in maggioranza da donne, con 46 partecipanti rispetto ai 16 uomini. Oltre alla suddivisione per sesso, i partecipanti sono stati classificati in base alla presenza o assenza di difetti visivi: 39 soggetti utilizzano una correzione ottica, mentre i restanti 23 sono emmetropi. Tutti sono stati sottoposti a due test, il SAT e il TNO, indicati per la valutazione della stereoacuità globale. Per entrambi i test, i soggetti sono stati cronometrati. Prima dell'inizio dei test, sono stati raccolti i dati anagrafici, come età e sesso, e il profilo visivo dei partecipanti, con particolare attenzione alla presenza di difetti visivi e all'eventuale uso di occhiali o lenti a contatto durante le prove. La raccolta dei dati si è svolta tra dicembre 2025 e l'inizio di febbraio 2026, presso l'Università di Torino e in un centro ottico specializzato.

### A. TNO

È un test composto da sei tavole (Tab. 1), le prime tre sono destinate allo screening, la quarta al rilevamento della soppressione, la quinta e la sesta alla misurazione della stereoacuità globale. Le ultime tavole presentano un range di stereoacuità da 480 a 60 secondi d'arco. In questo studio è stata utilizzata la diciannovesima edizione del TNO test (Fig. 3). Questo test si basa sull'utilizzo di stereogrammi a punti casuali, detti anche mire randomizzate (random dot stereograms), un sistema in cui figure inizialmente prive di struttura prendono forma e tridimensionalità grazie alla capacità del soggetto di far collaborare entrambi gli occhi. Le figure presenti nel TNO test si distinguono in due tipologie (Tab. 1). Nella prima sono incluse le immagini in cui la figura è riconoscibile senza occhiali anaglifici o con un solo occhio: queste sono dette mire con indizio monoculare. Sebbene tali mire, nel TNO, non siano destinate a misurare il grado di stereoacuità, svolgono un ruolo diagnostico fondamentale nello screening preliminare. Infatti, la IV tavola viene utilizzata per rilevare la presenza di soppressione di uno dei due occhi: se il soggetto non percepisce uno dei tre cerchi, viene identificata una soppressione oculare. In questo caso l'iter valutativo non può proseguire. La seconda tipologia di immagini è caratterizzata dalle mire randomizzate che consentono il

riconoscimento dell'immagine solo ed esclusivamente attraverso l'utilizzo di occhiali anaglifici e l'assenza di alterazioni a livello del sistema visivo binoculare. In questo caso la figura viene definita stereo o nascosta [Maffioletti 2016].

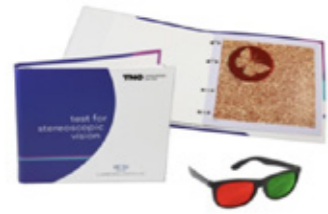


Fig. 3: TNO test 19esima edizione [sito web jutro vision]

N° tavole	Figure
I tavola	Due farfalle: -una con indizio monoculare -una stereo (nascosta)
II tavola	Quattro cerchi: -due con indizi monoculare -due stereo (nascoste)
III tavola	-una croce centrale monoculare -quattro figure stereo (nascoste) che la circondano
IV tavola	Tre cerchi: -una in mono occhio destro -una in mono occhi sinistro -una centrale in binoculare
V e VI tavola	Quattro cerchi stereo con un settore mancante e un diverso orientamento

Tab. 1: TNO descrizione delle tavole del TNO

### B. SAT

Come sostenuto da Bonfanti et al. [2021], l'applicazione SAT (stereotest digitale) utilizza la tecnologia anaglifca, ovvero il sistema genera un effetto stereoscopico tramite punti colorati randomizzati. Per isolare le immagini e identificare la figura, l'osservatore deve indossare occhiali anaglifici (come nel test TNO): l'applicazione garantisce flessibilità operativa, permettendo l'uso di diversi modelli di filtri colorati, purché dotati di lenti cromaticamente complementari [Bonfanti 2021]. In questo studio, i colori utilizzati per le lenti degli occhiali anaglifici sono il rosso e il verde; questa scelta è stata ponderata in base al confronto con il test TNO. L'applicazione consente di selezionare il set di immagini, tra cui TNO, LANG, LEA, contorni LEA, lettere e cerchi ai quali sono stati rimossi dei settori [Bonfanti2021]. All'avvio della sessione, il software presenta inizialmente una demo delle figure target. Successivamente, il sistema estrae in modo casuale un'immagine dal set predefinito e genera il corrispondente stereogramma a punti casuali. Il soggetto interagisce direttamente con il tablet selezionando la forma individuata; in caso di risposta corretta, l'algoritmo genera un nuovo stimolo, applicando una riduzione dell'angolo di disparità per aumentare la difficoltà del test (Fig. 4) [Bonfanti 2021]. Al fine di garantire una comparazione accurata

tra i due sistemi, l'applicazione SAT è stata configurata seguendo i parametri di riferimento del TNO test. Per replicare l'effetto della tridimensionalità "in avanti" (l'immagine viene verso il soggetto esaminato, emerge dal piano), per entrambi i test, è stato fatto indossare l'occhialino con la lente verde sull'occhio destro. Nel TNO cartaceo tale impostazione è già fissa e vincolata, nel SAT la calibrazione è stata effettuata tramite le barre di scorrimento nelle impostazioni, che permettono di modulare i filtri (Fig. 5). Per quanto riguarda la selezione dell'insieme di immagini per la somministrazione del test, è stato scelto il TNO (Fig. 6). La configurazione sperimentale è stata completata impostando la disparità di 12 pixel e la distanza di esecuzione del test a 40 centimetri (Fig. 4). In merito alla scelta dell'algoritmo, è stato deciso di utilizzare il BEST N threshold (BESTN). La sua caratteristica principale è la capacità di ridurre il numero totale di passaggi necessari per completare il test. Inoltre, si tratta di un protocollo con elevata tolleranza e flessibilità: riconosce la competenza già dimostrata dal soggetto esaminato e non penalizza un singolo errore isolato se l'andamento complessivo è stato ottimale, evitando così

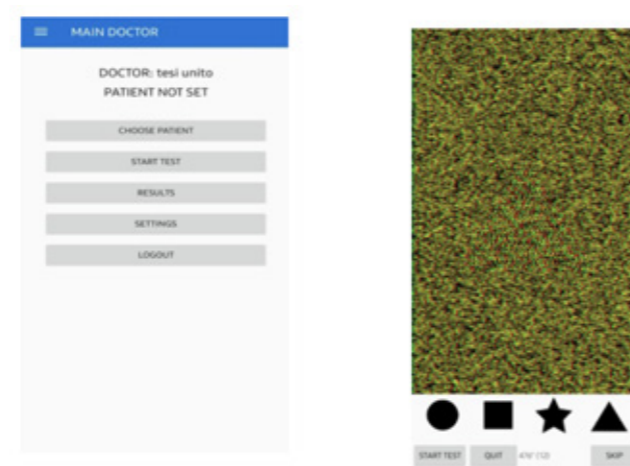


Fig. 4: applicazione SAT [Auto prodotta]

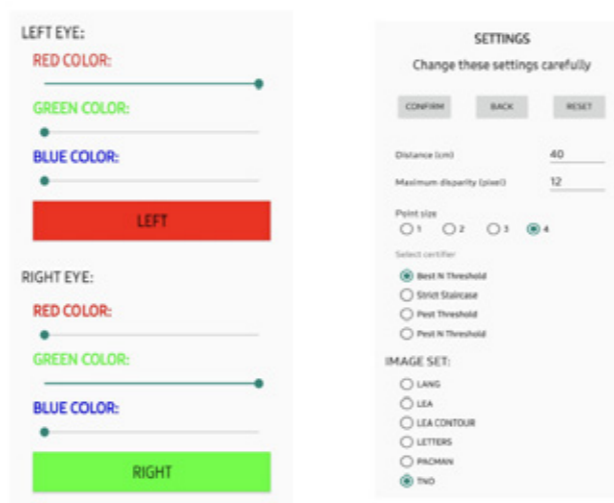
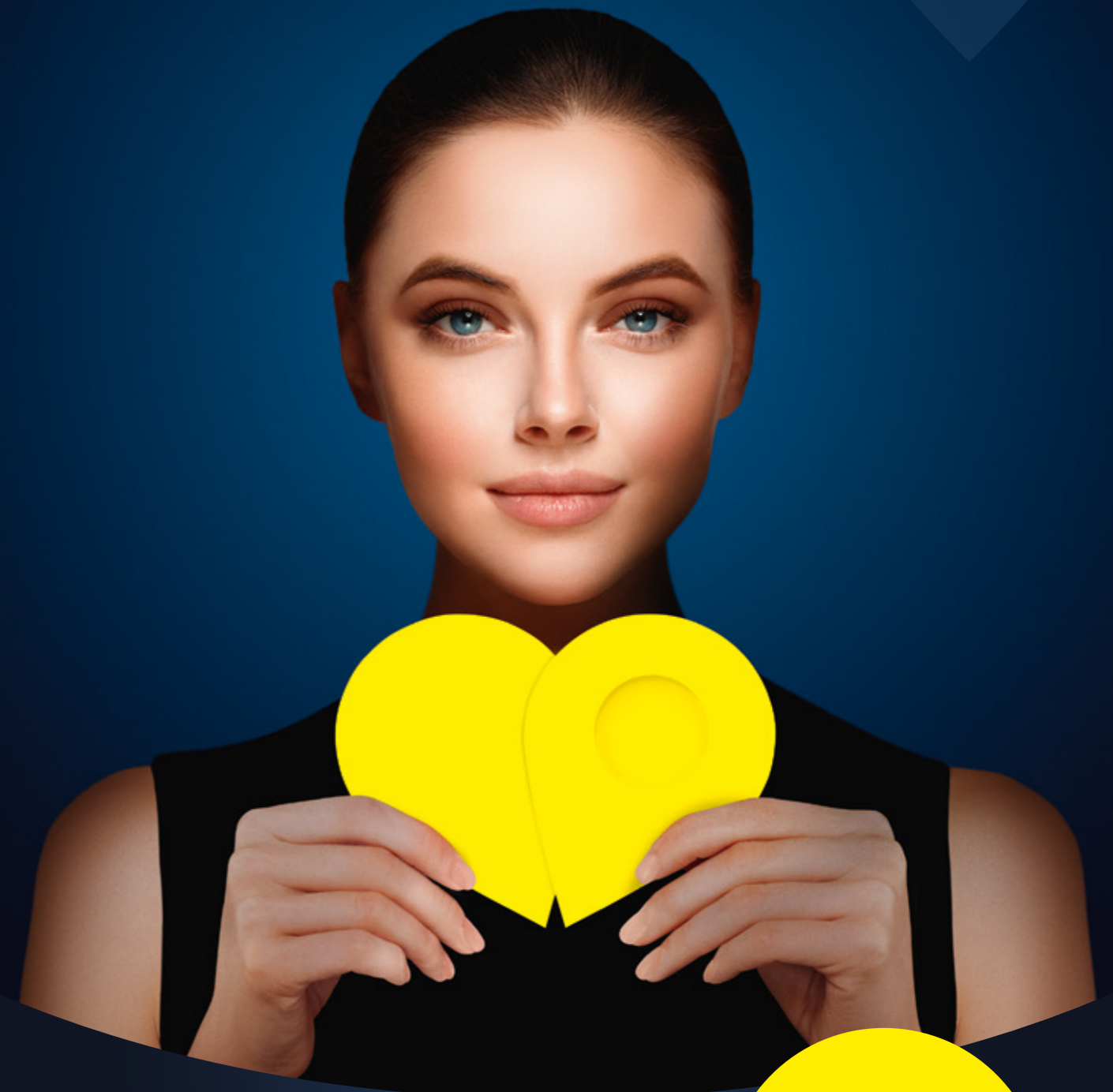


Fig. 5: Impostazioni SAT per la gestione dei colori per le lenti degli occhiali e setting [Auto prodotta]

# THE SEASON STARTS HERE



25 > 28  
SEPTEMBER 2026  
PARIS NORD VILLEPINTE



ripetizioni inutili di prove già superate. L'algoritmo regola la difficoltà (incrementando o decrementando la soglia) in base alle prestazioni in tempo reale del partecipante (Fig. 6) [Bonfanti 2021]. In questo studio il test SAT è stato eseguito utilizzando un tablet (Lenovo Tab M10 FHD Pus) con risoluzione di 1920 x 1200 pixel.



Fig. 6: Algoritmo BESTN [Bonfanti 2021]

### III. ANALISI DATI

Come indicato in precedenza il campione sperimentale è stato suddiviso in due macro-sottogruppi: per genere e per la condizione visiva (distinguendo tra soggetti con correzione ottica e soggetti senza correzione). L'analisi dei dati è stata articolata seguendo una procedura, applicata ai dati oggettivi dei singoli test (TNO e SAT), ovvero il tempo e il punteggio per ogni test. In primo luogo, i dati sono stati rappresentati mediante istogrammi ed è stata verificata la normalità delle distribuzioni con il test del chi-quadro. I dati sono stati rappresentati mediante diagramma a scatola e baffi (box plot) per identificare la dispersione e l'eventuale presenza di dati anomali. Questa procedura è stata replicata per un totale di 16 volte, partendo dall'analisi dell'insieme di dati del test SAT-Tempo per il campione femminile. Come si vede nell'istogramma (Fig. 7) la maggior parte dei dati si concentra nell'intervallo inferiore della scala (a sinistra). Tale evidenza è confermata dal confronto tra gli indici di tendenza centrale:

- Mediana: 32 s
- Moda: 28 s
- Media: 35,11 s

Il fatto che la mediana e la moda risultino sensibilmente inferiori alla media aritmetica rappresenta un segnale di una significativa deviazione dalla curva gaussiana. L'osservazione del box plot (Fig. 8) conferma la presenza di una dispersione non uniforme.

Sebbene gran parte del campione sia compreso in un intervallo relativamente circoscritto, l'estensione dei "baffi" del grafico e la presenza di valori anomali tendono ad allungare la coda della distribuzione verso destra. I test del chi-quadro hanno confermato l'assenza di normalità per tutte le distribuzioni esaminate. A seguire sono state fatte due analisi utilizzando lo stesso test, Mann-Whitney U, per due analisi. Prima analisi: confronto fra le variabili di genere e della condizione visiva. I dati sono stati suddivisi in gruppi di confronto. Seconda analisi: confronto tra le prestazioni tra i test SAT e TNO. I dati sono stati suddivisi in gruppi di confronto.

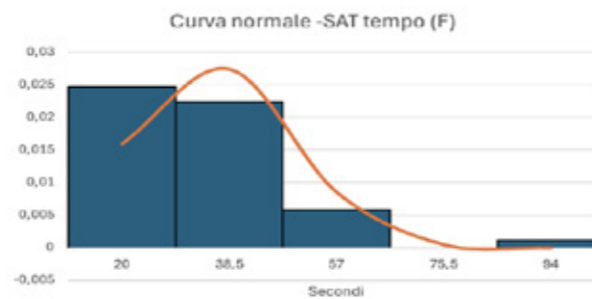


Fig. 7: Istogramma SAT-tempo Femmine

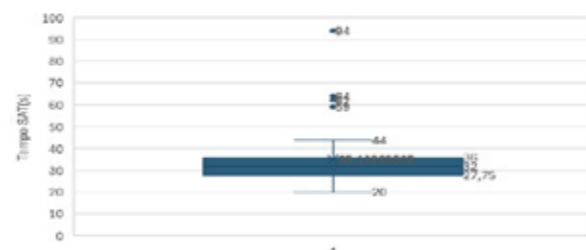


Fig. 8: Box plot SAT-tempo Femmine

### IV. RISULTATI

#### Prima analisi

L'ipotesi nulla è stata rifiutata nel confronto del tempo di esecuzione del test SAT per soggetti con e senza correzione ottica ( $p$ -value  $< 0,05$ ). Confrontando la media tra i due gruppi, si riscontra che il tempo di esecuzione migliore è stato ottenuto dai soggetti non provvisti di correzione. La differenza tra i due gruppi è statisticamente significativa e non dovuta al caso. Per tutti gli altri confronti, l'ipotesi nulla è accettata (Tab. 2).

#### Seconda analisi

Per tutti i gruppi di confronto, eccetto il quarto, le differenze sono statisticamente significative (ipotesi nulla rifiutata), con tendenza a valori alti per le prestazioni del test TNO. L'unico gruppo che per cui l'ipotesi nulla è accettata è quello di confronto del punteggio dei due test nel campione maschile ( $p=0,21$ ). Tali evidenze suggeriscono che il SAT test e il TNO test sollecitano risposte sulla performance e sul tempo di esecuzione nettamente diverse all'interno di tutto il campione esaminato (Tab. 3). In linea con quanto riportato da Bonfanti et al. [2021], i risultati ottenuti dimostrano che esiste una differenza statisticamente significativa tra i due test.



SiciliaFiera  
Misterbianco (CT)

10 - 12 OTTOBRE 2026

ANIMA MEDITERRANEA



GRUPPO DI CONFRONTO	P-VALUE	MEDIA
PRIMO (SAT tempo F e M)	0,05	femmine: 35,11 s maschi: 36,88 s
SECONDO (SAT tempo CC e SC)	0,04	con correzione: 38,15 s senza correzione: 32,39 s
TERZO (SAT punteggio F e M)	0,15	femmine: 63,85" maschi: 108,13"
QUARTO (SAT punteggio CC e SC)	0,53	con correzione: 79,74" senza correzione: 67,70"
QUINTO (TNO tempo F e M)	0,35	femmine: 89,93 s maschi: 81,75 s
SESTO (TNO tempo CC e SC)	0,31	con correzione: 89,79s senza correzione: 84,48s
SETTIMO (TNO punteggio F e M)	0,63	femmine: 116,09" maschi: 141,88"
OTTAVO (TNO punteggio CC e SC)	0,65	con correzione: 127,43" senza correzione: 114,78"

Tab. 2: confronto tra Maschi e femmine e con correzione e senza, valori: p-value e media

#### V. CONCLUSIONI

Il presente studio ha avuto come scopo principale confrontare una metodologia tradizionale di valutazione della stereopsi, il test TNO, con un'applicazione digitale chiamata SAT. Attraverso l'analisi dei dati raccolti su un campione di 62 soggetti, è stato possibile valutare non solo le differenze tra l'esecuzione e il punteggio del test TNO e del test SAT, ma anche effettuare una comparazione in base alla suddivisione del campione in due sottogruppi per genere e condizione visiva. Dall'analisi sono emerse le seguenti conclusioni: riguardo ai fattori che influenzano le performance dei test, l'unico riscontro significativo si è evidenziato nei tempi di esecuzione del test SAT, dimostrando che la variabile "difetto visivo" non agisce in modo casuale, ma determina una differenza rilevante. La distinzione tra soggetti con ametropia (utilizzo di correzione ottica) e soggetti emmetropi ha fatto emergere differenze significative. Chi utilizzava una correzione ottica durante il test SAT impiegava più tempo, ma la correzione ottica non ha influito sulla performance del test. Per quanto riguarda gli altri gruppi di confronto (variabile genere), l'analisi dei dati non ha prodotto evidenze sufficienti a supportare conclusioni analoghe a quelle formulate per il gruppo con e senza correzione ottica nei tempi del test SAT. Questo potrebbe essere dovuto alla differenza di numerosità tra il campione femminile (46) e quello maschile (16). Per approfondire il confronto di genere sarebbe opportuno condurre ulteriori analisi su campioni di numerosità comparabile. Nell'analisi che confronta le performance tra il test tradizionale TNO e l'applicazione digitale SAT sono state evidenziate differenze statisticamente significative sia nei tempi di esecuzione sia nella prestazione. I dati indicano che il test TNO richiede tempi di esecuzione più lunghi e genera punteggi mediamente più elevati, determinando una stereoacuità più bassa rispetto all'applicazione digitale. Questo può indicare

GRUPPO DI CONFRONTO	P-VALUE	MEDIA
PRIMO (femmine tempo)	<0.000001	SAT: 35,11 s TNO: 89,93 s
SECONDO (femmine punteggio)	<0.000001	SAT: 63,85" TNO: 116,09"
TERZO (maschi tempo)	<0.00001	SAT: 36,88 s TNO: 81,75 s
QUARTO (maschi punteggio)	0,21	SAT: 108,13" TNO: 141,88"
QUINTO (con correzione tempo)	<0.000001	SAT: 38,15 s TNO: 89,79s
SESTO (con correzione punteggio)	0,0001	SAT: 79,74" TNO: 127,43"
SETTIMO (senza correzione tempo)	<0.000001	SAT: 32,39 s TNO: 84,48s
OTTAVO (senza correzione punteggio)	0,02	SAT: 67,70" TNO: 114,78"

Tab. 3: confronto tra SAT e TNO, valori: p-value e media

che il TNO presenta ostacoli tecnici (ad esempio illuminazione, ripetibilità) che influenzano la performance del soggetto. Solo un gruppo di confronto ha ottenuto un risultato anomalo rispetto agli altri. Nel campione maschile (16 soggetti), l'analisi dei dati non ha evidenziato una differenza statisticamente significativa nei punteggi di stereoacuità tra i due test, probabilmente a causa della limitata numerosità del campione. Questi dati confermano nuovamente i benefici che le applicazioni digitali possono apportare nel campo optometrico. L'applicazione SAT garantisce una rapida esecuzione del test, ottimizzando l'efficienza della visita optometrica complessiva, e non pone limiti alla somministrazione del test in condizioni mesopiche, grazie all'illuminazione costante e adeguata fornita dalla retroilluminazione del display, in questo caso del tablet. Permette inoltre di ripetere il test senza che il soggetto memorizzi le immagini (soprattutto nei bambini), evitando così un'alterazione del risultato.

SCANSIONA IL  
QR-CODE PER  
BIBLIOGRAFIA



**ADOO & SOPTI**  
due associazioni, una visione

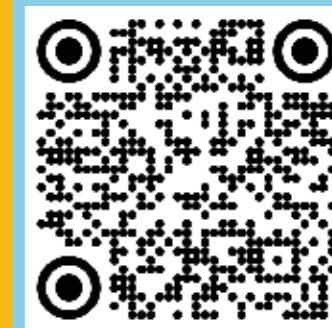


**17/18**  
maggio 2026  
Lazise (VR)

CONGRESSO NAZIONALE 2026

**Optometria ed Ottica  
al Centro**

Centro Congressi  
Hotel Parchi del Garda



per info  
congressointerassociativo.it

**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

**Cecop Italia**

20123 Milano MI  
Via Matteo Bandello 5  
Tel. 0287020697

**D.A.I. Optical Industries**

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

**Divel Italia**

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

**Expo Ottica Sud**

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

**FE-Group**

21058 Solbiate Olona VA  
Via IV Novembre 118  
Te. 0331342008

**G. & P. Arredamenti**

41015 Nonantola MO  
Via Newton 29/1  
Tel. 059548659

**Ital-Lenti**

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

**Kontakt Lens V.A.O.**

20122 Milano MI  
Viale Emilio Caldara 24  
Tel. 0815706771

**Laboratorio Ottico Varesino**

21100 VARESE VA  
Via Friuli 8/B  
Tel. 0332336319

**SEL Optical**

44021 Pontemaodino di Codigoro FE  
Via Firenze 22  
Tel. 0533728590

**Silmo**

185 rue de Bercy  
75012 Parigi  
Francia

**SOPTI**

35126 Padova PD  
Via dei Giacinti 44  
Tel. 3391298771

**Tecnitalia**

04100 Latina LT  
Strada Sandolara 201  
Tel. 0773621126

**Transitions Optical**

www.transitions.com/it  
www.mytransitions.it  
marketingitalia@transitions.com

**TutorNET**

10091 Alpignano TO  
Industrial Park, SS 24 - Km 16,2  
Tel. 0110465430

**ZEISS Vision Care Italia**

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

Only One<sup>®</sup>



LA NUOVA ERA DEL COMFORT VISIVO  
**1DAY AIR**



**1 DAY AIR**

La base della gamma:  
semplicità, affidabilità,  
comfort quotidiano.

*“La lente che  
ha conquistato  
migliaia di portatori”*

**1 DAY AIR VITAMIN**

La lente giornaliera  
che nutre, idrata  
e protegge.

*“Un concentrato  
di nutrienti per occhi  
più sani”*

**1 DAY AIR TORIC**

Tecnologia che si indossa.  
Comfort che si sente.

*“Stabilità, precisione  
e comfort senza  
compromessi”*



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

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



Forme senza limiti.



DIVE ITALIA