

SPECIALE

Design, Innovation & Materials

Riferimenti sottili ma riconoscibili

Confronto tra refrazione soggettiva
autonoma con EyeQue VisionCheck 2
e refrazione soggettiva tradizionale

Avanzamenti nella progressione miopica

New York nello sguardo

PO[®]
platform optic

DAI OPTICAL INDUSTRIES

DIVEL ITALIA

ITAL-LENTI

MARK'ENNOVY

R.O.M | NIDEK

SEL OPTICAL

ZEISS VISION CARE

RIFERIMENTI SOTTILI MA RICONOSCIBILI



SI FA SEMPRE PIÙ EVIDENTE IL DIALOGO TRA IL MONDO DELL'OCCHIALERIA E QUELLO DEL DESIGN, ACCOMUNATI DA UN LINGUAGGIO CONDIVISO CHE ATTINGE AI COLORI E AI MATERIALI DELLA NATURA, PRIVILEGIA LINEE PULITE E MINIMALISTE E SI ESPRIME ATTRAVERSO FORME MORBIDE E ORGANICHE. UN LEGAME RAFFORZATO DALLE SEMPRE PIÙ FREQUENTI COLLABORAZIONI TRA BRAND E DESIGNER, CHE TRASFORMANO ENTRAMBI I SETTORI IN VERI E PROPRI LABORATORI CREATIVI, DOVE ESTETICA E FUNZIONE CONVERGONO.

Paola Ferrario



Tra superfici materiche, giochi di luce e geometrie essenziali, si consolida un confronto sempre più stretto tra oggetti di design ed eyewear: due universi che condividono linguaggi, ispirazioni e approcci progettuali. Le affinità emergono nei materiali, nelle forme e nella ricerca estetica, ma anche nella capacità di trasformare la funzione in esperienza visiva e sensoriale. Un esempio significativo è la collezione Astral di Ceramica Sant'Agostino, una linea di superfici in gres porcellanato effetto marmo ispirata alla profondità e alla luminosità dell'onice. Le superfici si distinguono per venature fluide, tonalità perlate e trasparenze che mutano con la luce, creando un effetto dinamico e in

continua evoluzione. Non si tratta di un semplice rivestimento, ma di un materiale capace di dialogare con l'ambiente, trasformandosi a seconda del punto di vista e delle condizioni luminose. La stessa attenzione alla resa di luce e colore si ritrova nella collezione eyewear Mara del brand italiano L.G.R, realizzata in acetato lucidato a mano in una raffinata tonalità verde smeraldo. Il modello fonde suggestioni anni Sessanta con una sensibilità contemporanea, mantenendo una silhouette essenziale e sofisticata. Come nelle superfici Astral, anche qui il materiale non è mai statico: l'acetato artigianale offre profondità e riflessi che cambiano con la luce, rendendo ogni pezzo unico e vibrante.

EYEWEAR
L.G.R, MARA

DESIGN
CERAMICA SANT'AGOSTINO, ASTRAL COLLECTION



Il tema del minimalismo emerge con forza anche nella collezione Ayra di TREE Spectacles. Montature ultraleggere, linee pulite, trasparenze e colori desaturati definiscono un'estetica che mira a ridurre l'oggetto alla sua essenza, lasciando spazio all'interazione tra materia e luce. Questo approccio trova un interessante parallelismo nella filosofia di Edizioni Design, dove il concetto di "Naked Design" elimina ogni elemento superfluo per valorizzare materiali come acciaio, ottone e marmo. Anche nel parascintille ed009, realizzato in lamiera tagliata al laser e piegata, la forma si riduce all'essenziale, trasformandosi in espressione diretta della funzione e della materia.



EYEWEAR
TREE SPECTACLES, ARYA COLLECTION

DESIGN
EDIZIONI DESIGN, ED009

La collaborazione tra Jil Sander e Oliver Peoples rappresenta un ulteriore punto di contatto tra mondi solo apparentemente distanti. Le montature combinano acetato e titanio, bilanciando linee organiche e influenze industriali in un'estetica sobria e senza tempo.



EYEWEAR
JIL SANDER OLIVER PEOPLES, EDITION 3

DESIGN
KASTHALL, BONBON BY BARBER OSGERBY



EYEWEAR
DITA LANCIER, LSA 447-3

DESIGN
LAGO, 36E8 CINEMA

Una visione che trova riscontro anche in progetti come il 36e8 Cinema di LAGO, dove il televisore diventa fulcro compositivo integrandosi in una struttura modulare che unisce tecnologia, luce e architettura domestica in un'unica esperienza immersiva.





Allo stesso modo, la lampada Papylia di Stilnovo interpreta la materia attraverso una composizione organica e dinamica, fatta di fili di vetro intrecciati che evocano petali sovrapposti. Un design leggero ma distintivo, in sintonia con il mondo dell'occhialeria nella ricerca di forme al tempo stesso strutturali ed espressive.



EYEWEAR
SABRINARÉGÉTURO, PERTH

DESIGN
FOSCARINI, ALICUDI | FILICUDI | PANAREA
BY ALBERTO & FRANCESCO MEDA, © GIULIANO KOREN



Nel panorama eyewear, modelli come quelli sviluppati da DITA Lancier e sabrinarégéturo confermano questa convergenza tra funzionalità e ricerca estetica: l'uso di materiali avanzati, la precisione costruttiva e l'attenzione al dettaglio danno vita a oggetti pensati per durare, ma anche per esprimere una chiara identità stilistica. Allo stesso modo, la SILK Collection di Ic! Berlin, con il modello DUA, gioca su leggerezza, sovrapposizioni cromatiche e geometrie, trovando un equilibrio tra rigore e personalità. In questo scenario, occhiali e oggetti di design convergono su un terreno comune fatto di ricerca materica, attenzione alla luce e centralità della forma. Che si tratti di una superficie ceramica, di una lampada o di una montatura, il principio resta lo stesso: creare oggetti capaci di dialogare con l'ambiente e con l'osservatore, trasformando la funzione in esperienza e l'estetica in un linguaggio condiviso.



EYEWEAR
IC! BERLIN, SILK COLLECTION, DUA

DESIGN
STILNOVO, PAPYLIA

A CURA DI: IRSOO

Confronto tra refrazione soggettiva autonoma con EyeQue VisionCheck 2 e refrazione soggettiva tradizionale

AUTORE: LORENZO FOSSETTI

La mancata correzione dei difetti refrattivi rappresenta un rilevante problema di salute pubblica a livello globale. Questa condizione è destinata ad aggravarsi ulteriormente in considerazione del progressivo aumento, a livello mondiale, della prevalenza di miopie di grado moderato ed elevato. La possibilità di effettuare una refrazione completamente autonoma in ambiente domestico potrebbe consentire di ottenere una correzione adeguata in tutti quei soggetti che non possono rivolgersi a un optometrista o che, per diverse ragioni, non hanno accesso a una valutazione professionale del proprio errore refrattivo. Tra i dispositivi sviluppati per rendere possibile una refrazione soggettiva autonoma, l'EyeQue VisionCheck 2 si distingue per l'elevata accuratezza riportata in letteratura (Sapiens & O'Neal, 2022). Il presente studio si propone di valutare l'accuratezza di EyeQue VisionCheck 2, confrontando le misurazioni ottenute con quelle derivanti da una refrazione soggettiva tradizionale eseguita da un optometrista mediante forottero computerizzato.

METODI

Sono stati esaminati 30 occhi appartenenti a 15 soggetti (6 donne e 9 uomini), di età compresa tra 22 e 58 anni (media 34,3; deviazione standard 13,6). Per ciascun partecipante è stata eseguita una refrazione soggettiva da parte di un optometrista, successivamente confrontata

con i risultati ottenuti mediante refrazione autonoma effettuata con EyeQue VisionCheck 2 (Fig. 1). Per fornire valori refrattivi affidabili, EyeQue VisionCheck 2 richiede almeno tre misurazioni tra loro coerenti. Considerata la relativa complessità della procedura, ogni soggetto ha inizialmente eseguito una procedura di prova, seguita da una prima misurazione valida. I partecipanti sono stati quindi richiamati per una seconda seduta, entro una settimana, per completare le ulteriori due misure necessarie (Fig. 2). Dopo il primo utilizzo del dispositivo, ai partecipanti è stato somministrato un questionario per valutare eventuali difficoltà incontrate durante l'uso e indagare la loro eventuale disponibilità a utilizzare il dispositivo nella vita reale. I dati raccolti sono stati successivamente trasformati nei vettori di potenza M (equivalente sferico), J0 e J45 (astigmatismo), e i valori ottenuti sono stati confrontati mediante analisi statistica. In particolare, l'accuratezza di EyeQue VisionCheck 2 rispetto alla refrazione tradizionale è stata valutata mediante analisi di Bland-Altman.

RISULTATI

Sebbene il test t non abbia evidenziato differenze statisticamente significative tra i valori medi ottenuti con la refrazione tradizionale e quelli rilevati con EyeQue VisionCheck 2, l'analisi di Bland-Altman



Fig. 1: utilizzo dello strumento EyeQue VisionCheck 2

evidenzia un'accuratezza clinica insufficiente. In base agli studi di ripetibilità della refrazione soggettiva, i limiti attesi sono pari a $\pm 0,75$ D per il vettore M e, al massimo, $\pm 0,50$ D per J0 e J45. Nel confronto tra EyeQue VisionCheck 2 e optometrista, l'intervallo di confidenza del vettore M risulta invece superiore a 3 D, ben oltre la soglia considerata accettabile. Analogamente, anche per J0 e J45 si osservano intervalli di confidenza pari rispettivamente a 0,6 D e 0,9 D, entrambi superiori ai limiti di riferimento. Dai questionari somministrati è emerso che i partecipanti hanno incontrato notevoli difficoltà nell'utilizzo del dispositivo. Oltre il 50% dei soggetti, pur avendo ricevuto istruzioni chiare da parte dell'operatore, ha dichiarato di aver avuto difficoltà nell'apprendimento della procedura. Tale disagio non si è limitato alla fase iniziale: più del 75% dei soggetti esaminati ha riferito di non riuscire a mantenere comodamente aperto l'occhio non esaminato; in quasi il 40% dei casi questa difficoltà è stata giudicata

severa. Ipotizzando una correlazione tra la difficoltà d'uso del dispositivo e l'accuratezza della misura, l'analisi di Bland-Altman relativa al vettore M è stata ripetuta distinguendo tra soggetti con elevata e bassa difficoltà di utilizzo. Nel primo gruppo, l'intervallo di confidenza è aumentato in modo marcato, raggiungendo quasi 6 D; nel secondo gruppo, si è ridotto a circa 1,5 D.

DISCUSSIONE

I risultati suggeriscono che EyeQue VisionCheck 2 non raggiunge un livello di accuratezza clinica soddisfacente. Tuttavia, se si interpretano questi dati alla luce delle difficoltà d'uso riportate dai partecipanti, appare evidente come l'usabilità del dispositivo giochi un ruolo determinante nel condizionare l'esito delle misurazioni. È quindi plausibile ipotizzare che, in uno studio condotto su un campione più ampio e composto da soggetti adeguatamente addestrati, le prestazioni del dispositivo possano avvicinarsi maggiormente ai livelli di accuratezza attesi. D'altra parte, un addestramento strutturato e intensivo risulta in contrasto con la filosofia stessa dello strumento, che è stato progettato per essere utilizzato autonomamente dall'utente, senza necessità di formazione specifica. Inoltre, le impressioni iniziali degli utilizzatori sono risultate in larga parte negative e, alla domanda circa un eventuale utilizzo routinario del dispositivo, solo il 12% dei partecipanti ha risposto positivamente. Le difficoltà legate all'esecuzione di una refrazione soggettiva autonoma sono numerose e il raggiungimento di un'elevata accuratezza non è scontato. Un obiettivo più realistico, e in linea con le principali indicazioni d'uso del dispositivo, potrebbe essere quello di monitorare nel tempo le variazioni refrattive, consentendo all'utente di individuare eventuali cambiamenti significativi e di ricorrere, in tali casi, a una valutazione professionale più approfondita.



Fig. 2: immagine vista dal paziente all'interno dello strumento

HOYA

Avanzamenti nella progressione miopica

UN POSSIBILE CAMBIO DI PARADIGMA NEL CONTROLLO DELLA MIOPIA INFANTILE È STATO RILEVATO AL CONGRESSO DELL'ASSOCIATION FOR RESEARCH IN VISION AND OPHTHALMOLOGY 2026. L'EVOLUZIONE PORTA LA FIRMA HOYA VISION CARE.

Paola Ferrario



Anna Maria Nicolini

I nuovi dati clinici presentati da **HOYA Vision Care** al congresso annuale **ARVO** di **Denver** mostrano risultati senza precedenti per le lenti **MiYOSMART iQ** che nei giovani miopi in età compresa tra 4 e 12 anni hanno dimostrato di arrestare in media la progressione miopica nel primo anno di utilizzo di ridurre l'allungamento assiale a livelli comparabili a quelli fisiologici degli emmetropi. Un traguardo che segna anche un passaggio importante nella gestione precoce della miopia, grazie all'efficacia dimostrata per la prima volta già a partire dai 4 anni. Ne abbiamo parlato con **Anna Maria Nicolini, Direttrice Marketing & Professional** di **HOYA Italia**, insieme a **Michele Liguori, Medical Relations Coordinator** di **HOYA Italia**.

I RISULTATI PRESENTATI AD ARVO 2026 PARLANO DI LIVELLI DI EFFICACIA SENZA PRECEDENTI. QUAL È, DAL VOSTRO PUNTO DI VISTA, IL DATO PIÙ RIVOLUZIONARIO EMERSO DA QUESTO STUDIO?

Michele Liguori. Il risultato più eclatante emerso da questo studio è il fatto che, nei soggetti che hanno indossato **MiYOSMART**, non sia stata osservata in media progressione della miopia nel primo anno di trattamento. Questo ci fa capire che stiamo entrando in una nuova fase: non parliamo più soltanto di correggere la vista, ma di offrire ai professionisti della visione strumenti sempre più evoluti per gestire attivamente la progressione miopica fin dai primi segnali.

UNO DEGLI ASPETTI PIÙ RILEVANTI È L'ETÀ DEI PAZIENTI: PERCHÉ È COSÌ IMPORTANTE INTERVENIRE GIÀ A PARTIRE DAI 4 ANNI?

Anna Maria Nicolini. Non diciamo che sia strettamente necessario iniziare a quattro anni, ma sicuramente prima si interviene, meglio è. Gli studi scientifici dimostrano che un approccio precoce può fare una grande differenza sul futuro visivo dei bambini. Parlare di gestione della miopia già a partire dai 4 anni significa offrire alle famiglie e ai



Michele Liguori

professionisti la possibilità di agire in una fase molto delicata dello sviluppo visivo. Sempre più spesso diciamo che non conviene aspettare che la miopia peggiori: bisogna adottare un approccio proattivo e strutturato fin dalle prime fasi.

LO STUDIO PARLA ANCHE DI ALLUNGAMENTO ASSIALE: PERCHÉ È UN PARAMETRO COSÌ CRUCIALE?

M.L. L'allungamento assiale rappresenta oggi il principale fattore di rischio nella progressione miopica ed è considerato uno dei parametri più importanti nella gestione clinica della miopia. La progressione non consiste semplicemente in un aumento refrattivo in diottrie, ma è associata a una crescita eccessiva del bulbo oculare. Questo processo è direttamente correlato all'aumento del rischio di complicanze oculari patologiche nel lungo termine, come distacco di retina, glaucoma o degenerazioni retiniche periferiche. Uno degli aspetti più interessanti emersi dallo studio su **MiYOSMART iQ** è proprio il controllo estremamente marcato dell'allungamento assiale. Nei bambini trattati, infatti, la crescita assiale osservata è risultata inferiore o comparabile a quella fisiologica dei bambini emmetropi, suggerendo non solo un rallentamento della progressione miopica, ma una possibile normalizzazione del pattern di crescita oculare.

ENTRIAMO NELLA TECNOLOGIA: COSA DISTINGUE MIYOSMART IQ DALLE PRECEDENTI SOLUZIONI D.I.M.S.?

M.L. La principale differenza di **MiYOSMART iQ** è l'introduzione del cosiddetto **Triple Enhanced Design**, basato su tre elementi fondamentali. Il primo è l'estensione della zona di trattamento, che consente una copertura più ampia del campo visivo periferico del bambino, anche in presenza di montature più grandi. Il secondo è il maggiore potere dei segmenti multipli, che permette di inviare alla retina un segnale di defocus più forte per rallentare la progressione della miopia. Il terzo, forse il più importante, è il posizionamento dei segmenti di defocus più vicino al centro della lente, in un'area retinica particolarmente sensibile al segnale di defocus, definita **sweet spot**. Negli ultimi anni, diversi studi hanno dimostrato che la retina periferica paracentrale, in particolare tra i sei e i dieci gradi di eccentricità retinica, presenta una sensibilità particolarmente elevata ai segnali di defocus positivo e potrebbe svolgere un ruolo chiave nella regolazione della crescita oculare. Stimolare in modo più efficace questa specifica area retinica potrebbe quindi aumentare la capacità della lente di inviare un segnale di rallentamento dell'allungamento assiale. L'integrazione di questi tre aspetti ha consentito di raggiungere livelli di efficacia estremamente elevati nel controllo della progressione miopica.

CONSIDERANDO L'AUMENTO GLOBALE DELLA MIOPIA INFANTILE, COME VEDE EVOLVERE IL RUOLO DELLE LENTI OFTALMICHE RISPETTO AD ALTRE STRATEGIE DI GESTIONE?

A.M.N. La miopia sta diventando una delle grandi sfide sanitarie globali dei prossimi anni e richiede un approccio sempre più multidisciplinare. Le lenti oftalmiche hanno e avranno un ruolo centrale, perché rappresentano una soluzione non invasiva, accessibile e facilmente integrabile nella quotidianità del bambino e della famiglia. Parallelamente sarà sempre più importante lavorare sulla cultura della prevenzione, perché non stiamo parlando di una semplice lente correttiva, ma di un vero strumento di prevenzione. È quindi fondamentale la collaborazione tra medico oculista, ottico optometrista ed eventualmente anche pediatra o ortottista nella gestione del bambino. Crediamo che il futuro della gestione della miopia sia proprio questo: creare un ecosistema integrato intorno al giovane miope.

COME SI TRADUCE QUESTO RISULTATO SCIENTIFICO NELLA COMUNICAZIONE VERSO OTTICI E GENITORI?

A.M.N. Si tratta di un'attività a 360 gradi. Lavoriamo con i medici oculisti attraverso attività informative e formative, affinché siano sempre più aggiornati sui benefici reali e tangibili del prodotto, supportati da evidenze scientifiche e non da semplici promesse. Parallelamente lavoriamo con ottici e optometristi, ma realizzeremo attività importanti anche rivolte alle famiglie, perché è fondamentale coinvolgere tutti e tre i target di riferimento. Per gli ottici e i professionisti vogliamo trasferire strumenti concreti, protocolli e conoscenze che consentano una gestione sempre più

MiYOSMART iQ

**Alza il livello nel controllo della miopia.
Eleva lo standard della prevenzione.**

HOYA



strutturata e multidisciplinare. Abbiamo creato, a questo proposito, un protocollo clinico che nasce proprio con l'obiettivo di tradurre le evidenze scientifiche nella pratica clinica quotidiana e favorire un approccio condiviso.

QUINDI LA FIGURA CENTRALE RESTA COMUNQUE QUELLA DELL'OTTICO?

A.M.N. Insieme all'oculista. L'ottico optometrista è spesso il professionista che accompagna la famiglia nel percorso quotidiano e, molto spesso, rappresenta anche il primo riferimento. Ha quindi un ruolo fondamentale nell'aumentare la consapevolezza sulla gestione della miopia. Oggi più che mai è importante creare sinergie tra tutte le figure professionali, condividendo conoscenze, linguaggi e obiettivi comuni. È per questo che investiamo molto nella formazione e nel supporto ai professionisti: crediamo che l'innovazione abbia valore solo quando riesce davvero ad arrivare nella pratica quotidiana.

LA PROGRESSIONE MIOPICA E QUESTE NUOVE SOLUZIONI, IN PARTICOLARE LA VOSTRA, HANNO RAFFORZATO LA COLLABORAZIONE TRA OTTICO OPTOMETRISTA E MEDICO OCULISTA?

A.M.N. Se penso a diciotto anni fa, quando sono entrata in questo settore, si parlava esclusivamente di correzione; successivamente si è iniziato a parlare anche di estetica. L'arrivo di MiYOSMART, affrontando aspetti più legati alla salute del giovane miope, ha sicuramente rappresentato una grande rivoluzione. Direi quindi di sì: la sinergia tra le diverse

figure professionali è fondamentale per una migliore gestione del giovane miope.

M.L. MIYOSMART ha contribuito in modo significativo a creare una sorta di fil rouge tra ottico optometrista e medico oculista. È fondamentale collaborare insieme per il futuro dei nostri giovani e, come azienda, cerchiamo sempre più di stimolare e rafforzare questo tipo di collaborazione tra le due figure professionali.

SE DOVESTE SINTETIZZARE IN UN MESSAGGIO CHIAVE CIÒ CHE MIYOSMART IQ RAPPRESENTA OGGI PER IL CONTROLLO DELLA MIOPIA, QUALE SAREBBE?

A.M.N. La forza di MiYOSMART iQ è anticipare il problema anziché inseguirlo. Significa intervenire precocemente, iniziando a utilizzare la lente quando il bambino mostra i primi segnali di progressione.

M.L. Sicuramente parliamo di una riduzione significativa della progressione miopica. I nuovi studi ci dicono addirittura che, in media, nell'arco di un anno si può arrivare anche a bloccare la progressione della miopia. Questo è un tema fondamentale per il futuro visivo e la crescita del giovane miope.

SCANSIONA IL QR-CODE PER LA VIDEOINTERVISTA



MOSCOT

New York nello sguardo

OLTRE 100 ANNI DI VISIONE TRA LOWER EAST SIDE, HERITAGE E DESIGN CONTEMPORANEO

Paola Ferrario



C'è un filo che lega il **Lower East Side** di New York alle montature che oggi sono diventate riconoscibili in tutto il mondo. È il filo di **Moscot**, marchio fondato nel 1915 da **Hyman Moscot** come piccolo business familiare e cresciuto nel tempo fino a diventare uno dei nomi più iconici dell'eyewear internazionale. Il brand è una narrazione che attraversa oltre un secolo di storia americana: l'immigrazione, la vita di quartiere, la cultura popolare e l'evoluzione del design newyorkese. Un'identità rimasta sorprendentemente coerente attraverso cinque generazioni della stessa famiglia, che ancora oggi guida l'azienda mantenendo saldo il legame con le origini. Nel cuore del Lower East Side, tra passato e presente, continua a sviluppare collezioni che partono dall'archivio storico ma si confrontano con il linguaggio contemporaneo della moda e del design. È proprio in questo equilibrio tra memoria e innovazione che il marchio ha costruito la sua identità globale, trasformando un heritage

locale in un codice stilistico riconosciuto a livello internazionale. Abbiamo incontrato **Harvey Moscot** e suo figlio **Zack**, rispettivamente quarta e quinta generazione della famiglia.

QUANTO È IMPORTANTE OGGI PRESERVARE UN PATRIMONIO CHE RISALE AL 1915 E COME RIUSCITE A MANTENERLO VIVO SENZA FARLO SEMBRARE NOSTALGICO?

Harvey Moscot. Il patrimonio è qualcosa che non si può creare, è autentico. Continuiamo a portare avanti i valori del passato e ad applicarli nelle nostre aziende: trattare le persone con giustizia, accoglierle, essere grati per il loro contributo. È qualcosa che ho sempre visto mio padre esemplificare in tutte le nostre attività. Non sai dove stai andando finché non conosci il tuo passato. È una domanda molto interessante, perché spesso la storia può essere raccontata in modo nostalgico.



Jared

Zack Moscot. Non stiamo cercando di essere nostalgici. Utilizziamo la nostra storia, come ha detto Harvey, per dimostrare la nostra autenticità e la nostra esperienza. Ma il modo in cui ci presentiamo, parliamo ai clienti e progettiamo i prodotti rende il brand attuale e rilevante, non nostalgico. È quindi una combinazione: non ci concentriamo solo sul passato, ma anche sul presente e sul futuro.

IL LOWER EAST SIDE DI NEW YORK È PARTE INTEGRANTE DELLA VOSTRA IDENTITÀ. IN CHE MODO QUESTO QUARTIERE CONTINUA A INFLUENZARE LO STILE E L'ATTEGGIAMENTO DEL MARCHIO OGGI?

Z.M. Molto. Harvey insiste perché il nostro ufficio di design e marketing a New York rimanga nel Lower East Side, perché è una forte fonte di ispirazione creativa: energia, passione e diversità. Nel nostro ufficio abbiamo anche una stampa originale di Norman Rockwell, che mio padre aveva inserito in azienda all'epoca e che rappresenta le persone del Lower East Side: provenienti da culture, paesi e background diversi. È proprio questa diversità che ci ispira. **H.M.** Devi trattare gli altri come vorresti essere trattato. È una virtù del passato che continuiamo a portare avanti nella nostra realtà ed è riflessa anche nel nostro servizio clienti. C'è sempre una connessione tra passato e presente in tutto ciò che facciamo.

LE MONTATURE MOSCOT SONO IMMEDIATAMENTE RICONOSCIBILI: FORME CLASSICHE, DETTAGLI DISTINTIVI, CARATTERE DECISO. DA DOVE PARTE OGGI IL PROCESSO CREATIVO? È GUIDATO MAGGIORMENTE DALL'ARCHIVIO O DALL'OSSERVAZIONE DELLA VITA CONTEMPORANEA?

Z.M. È una buona domanda. Le persone percepiscono le nostre montature come classiche perché lo sono diventate nel tempo. Molti dei modelli sono rimasti in collezione per decenni, ma introduciamo sempre nuovi modelli. Il processo creativo, come dice Harvey, parte dal sapere da dove vieni per capire dove stai andando. Non puoi progettare qualcosa senza conoscere ciò che è venuto prima. Gran parte dell'ispirazione arriva infatti dall'archivio storico dell'occhialeria. Ad esempio, un nuovo modello della collezione estiva

è ispirato a un occhiale indossato da Marty Supreme nel film. Ha nuove caratteristiche, materiali e costruzioni, ma mantiene sottili richiami al design originale.

POTETE RACCONTARCI LA STORIA DEL MODELLO LEMTOSH E PERCHÉ È DIVENTATO COSÌ ICONICO PER MOSCOT?

H.M. È il nostro modello più famoso. È un design che esiste dagli anni '40, un'epoca in cui le opzioni di montature erano molto limitate. Il Lemtosh è diventato popolare perché ha una forma particolare, tra il rotondo e lo squadrato. Il nome deriva da un soprannome di famiglia: quando un fratello chiamava l'altro, usavano proprio "Lemtosh".

VEDE MOSCOT PRINCIPALMENTE COME UN BRAND DI MODA, DI DESIGN O CULTURALE, O QUALCOSA A METÀ TRA QUESTE DEFINIZIONI?

H.M. Mi piace pensarlo come un brand di moda, ma anche qualcosa di più. Parliamo a un pubblico globale come brand fashion, ma vogliamo che ogni store abbia un'identità locale. Allo stesso tempo, siamo profondamente legati all'esperienza ottica: la mia famiglia è composta da ottici e vogliamo che le persone nei nostri negozi siano seguite e guidate nella scelta della montatura più adatta al loro stile di vita. L'esperienza è quindi un elemento fondamentale di tutto ciò che facciamo.

COME AVETE SVILUPPATO LA VOSTRA PRESENZA SUL MERCATO ITALIANO?

H.M. Abbiamo collaborato con i migliori ottici indipendenti in tutta Italia. Nel 2015 abbiamo costruito la nostra struttura distributiva europea, creando un ufficio con un team italiano. Oggi contiamo circa 40 persone. L'obiettivo è garantire il miglior servizio possibile ai nostri clienti e agli ottici indipendenti: disponibilità immediata dei prodotti, stock sempre aggiornato e un servizio efficiente. **Z.M.** Selezioniamo partner che condividano la nostra storia e i nostri valori. Vogliamo crescere insieme a loro, come una famiglia. In Italia collaboriamo con circa 250 ottici indipendenti selezionati, scelti per qualità, reputazione e capacità di rappresentare il brand.

DAI OPTICAL INDUSTRIES

Esperienza visiva moderna e personalizzata

CON PUPYL SCAN E SKIN, DAI OPTICAL INDUSTRIES RAFFORZA LA PROPRIA VISIONE DI INNOVAZIONE INTEGRATA, COMBINANDO TECNOLOGIA AVANZATA, QUALITÀ VISIVA E RICERCA ESTETICA.



Nel panorama dell'ottica contemporanea, **precisione tecnica** ed **esperienza estetica** sono diventate due dimensioni sempre più complementari. È proprio in questa direzione che si muove **DAI Optical Industries**, attraverso soluzioni capaci di unire **innovazione digitale, qualità visiva e attenzione all'immagine del portatore**.

Tra queste, **Pupyl Scan** rappresenta una delle evoluzioni più avanzate nel campo della consulenza ottica digitale. La piattaforma è stata progettata per ottimizzare il processo di centratura

delle lenti attraverso un sistema di misurazione preciso e intuitivo, capace di rilevare distanza interpupillare, altezza di montaggio, inclinazioni e parametri biometrici individuali con estrema accuratezza. Grazie al regolo intelligente integrato, il professionista può ridurre il margine di errore e garantire una personalizzazione sempre più affidabile del dispositivo visivo. Accanto all'aspetto tecnico, Pupyl Scan introduce un nuovo modo di coinvolgere il cliente durante la consulenza. Il simulatore ottico in

realtà aumentata permette infatti di visualizzare in tempo reale le differenze tra geometrie di lenti, trattamenti e performance visive nei diversi contesti quotidiani, dalla guida alla lettura, fino all'utilizzo dei dispositivi digitali. Un approccio che rende la scelta più consapevole e valorizza il ruolo consulenziale dell'ottico. A completare questa visione interviene **SKIN**, il nuovo trattamento antiriflesso sviluppato da DAI Optical Industries per coniugare elevate prestazioni ottiche e ricerca estetica. Il suo elemento



distintivo è il residuo cromatico color pelle, studiato per ridurre l'impatto visivo dei riflessi e restituire allo sguardo un aspetto più naturale, armonioso e pulito una volta indossata la lente. Dal punto di vista tecnologico, SKIN utilizza nanoparticelle di ultima generazione che consentono di abbattere la riflessione residua fino a valori estremamente bassi, compresi tra lo 0,3% e lo 0,4%. Il trattamento garantisce inoltre protezione completa dai raggi UVA e UVB e contribuisce a ridurre il fastidio provocato dalle fonti luminose intense, sia naturali che artificiali. La superficie super-oleofobica e anti-imbrattante facilita la pulizia quotidiana e mantiene la lente esteticamente impeccabile nel tempo, mentre l'elevata resistenza ai graffi è confermata dal valore Bayer test pari a 16. Anche la comunicazione di SKIN riflette una precisa scelta di posizionamento. L'immaginario visivo richiama infatti i codici del mondo fashion e del beauty, mettendo al centro luce, superfici e sguardo per raccontare l'antiriflesso non soltanto come elemento tecnico, ma come componente dell'identità estetica del portatore. Una filosofia che trova continuità anche nel packaging, elegante e curato nei dettagli, pensato per rafforzare la qualità percepita e valorizzare l'esperienza in negozio. Con Pupyl Scan e SKIN, DAI Optical Industries conferma così la propria capacità di sviluppare soluzioni integrate in cui **tecnologia, performance ed estetica** dialogano in modo sempre più naturale, offrendo all'ottico strumenti evoluti e al cliente finale un'esperienza visiva completa e contemporanea.



DIVEL ITALIA

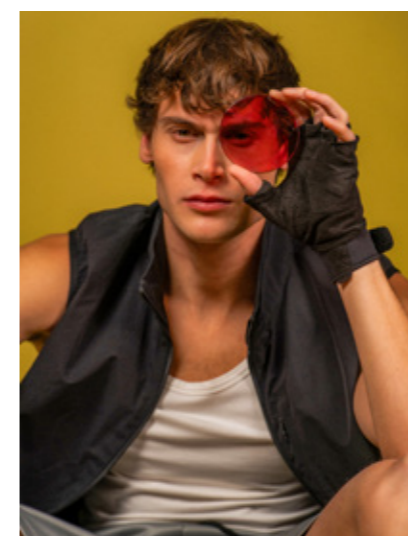
Precisione atletica

NEL MONDO DELLO **SPORT**, LA **QUALITÀ DELLA VISIONE** È UN **FATTORE DETERMINANTE** PER LA **PERFORMANCE**, LA **SICUREZZA** E LA **CAPACITÀ DI REAZIONE**. LEGGERE CORRETTAMENTE UNA TRAIETTORIA, INTERPRETARE LE VARIAZIONI DEL TERRENO O ANTICIPARE UN MOVIMENTO RICHIEDE INFATTI UN SISTEMA VISIVO CAPACE DI **ADATTARSI RAPIDAMENTE A CONDIZIONI AMBIENTALI IN EVOLUZIONE**.



È proprio da questa consapevolezza che nasce l'approccio di **Divel Italia** allo sviluppo delle **lenti sportive**: non un progetto guidato esclusivamente dall'estetica, ma dalla volontà di comprendere cosa accade realmente agli occhi durante l'attività fisica. Nello sport, infatti, la luce cambia continuamente, le condizioni visive si modificano in pochi istanti e superfici, contrasti e profondità diventano più complessi da interpretare, soprattutto quando velocità e ambiente interagiscono tra loro. In questo contesto, la qualità della lente assume un ruolo centrale. Migliorare la percezione della profondità significa affrontare con maggiore precisione una discesa in bicicletta o leggere meglio le irregolarità del terreno. Una corretta gestione della luminosità contribuisce invece a ridurre l'affaticamento visivo, favorendo concentrazione e continuità della performance. Allo stesso tempo, una visione stabile e naturale permette di rendere il gesto più fluido, preciso e sicuro. L'evoluzione delle lenti sportive va oggi nella direzione di soluzioni sempre più specializzate, progettate per intervenire attivamente sulla

qualità della visione senza rinunciare a comfort, naturalezza e continuità percettiva. Un percorso che Divel Italia porta avanti anche nello sviluppo di **lenti progressive dedicate allo sport**, pensate per accompagnare il movimento senza interrompere il ritmo dell'attività. Per i portatori presbiti che praticano sport, infatti, la sfida visiva diventa ancora più articolata. Non si tratta soltanto di garantire una buona visione da lontano, ma di offrire transizioni rapide e fluide tra lontano, intermedio e vicino anche in condizioni dinamiche. Leggere il ciclocomputer, controllare uno smartwatch, mettere a fuoco il terreno o seguire una traiettoria richiede infatti cambi di focalizzazione immediati, privi di distorsioni o tempi di adattamento che possano compromettere la performance. Le moderne lenti progressive sportive rispondono a queste esigenze attraverso design evoluti e tecnologie free-form, capaci di ottimizzare le aree di visione, ridurre le aberrazioni laterali e migliorare la stabilità dell'immagine durante il movimento. Nel progetto **Progressive Sport** di Divel Italia, le soluzioni vengono sviluppate in funzione dell'utilizzo reale e delle



specifiche discipline sportive. Le configurazioni outdoor privilegiano **profondità di campo** e **definizione del dettaglio** nella **visione da lontano**, mentre le versioni **indoor** sono progettate per offrire una **gestione più accurata e reattiva** delle **distanze vicino/intermedio**. Anche la personalizzazione assume un ruolo sempre più strategico. Colorazioni, trattamenti, filtri fotocromatici o polarizzati e configurazioni dedicate consentono infatti di adattare la lente non solo alla prescrizione oftalmica del portatore, ma anche al contesto sportivo e alle reali abitudini visive dell'utilizzatore. Parallelamente evolve anche il linguaggio dell'**eyewear sportivo**. Il confine tra performance e lifestyle si fa sempre più sottile: **design essenziali, palette ricercate e materiali tecnici** portano lo sport all'interno del mondo moda, mantenendo però al centro la funzione visiva. Perché, al di là dell'estetica, la vera differenza resta spesso invisibile: quella tra vedere e vedere bene, tra reagire e anticipare, tra muoversi e sentirsi realmente in controllo. Oggi più che mai, lo sport è precisione, percezione e consapevolezza. E tutto parte dallo sguardo.



ITAL-LENTI

L'AI sbarca nella comunicazione delle lenti

LA CAMPAGNA ADV DI PREMIUM ARMONIE TRADUCE LA TECNOLOGIA IN ESPERIENZA QUOTIDIANA.



Nel settore oftalmico, dove l'innovazione è spesso raccontata attraverso dati tecnici e performance, emerge sempre più la necessità di costruire narrazioni capaci di connettersi anche con la **dimensione emotiva** del **portatore finale**. È in questo scenario che si inserisce la **nuova campagna dedicata a Premium Armonie di Ital-Lenti**, concepita come un progetto integrato in cui tecnologia, storytelling e posizionamento dialogano in modo coerente.

UN RACCONTO EMOZIONALE PER IL TARGET FINALE

La campagna si sviluppa attorno a un video che segue un testimonial nel corso della sua giornata: **lavoro, guida, tempo libero, momenti domestici**. Un racconto fluido, senza interruzioni, in cui il protagonista indossa sempre lo stesso paio di occhiali, sottolineando in modo naturale **continuità visiva, adattabilità e comfort**. La scelta narrativa è chiara: **non spiegare la tecnologia, ma farla percepire**. L'attenzione si sposta dal prodotto alla persona, dalle caratteristiche tecniche all'esperienza vissuta, con l'obiettivo di **favorire identificazione e riconoscibilità nel target B2C**.

UN TESTIMONIAL GENERATO CON L'INTELLIGENZA ARTIFICIALE

Coerentemente con il posizionamento del prodotto, Ital-Lenti ha introdotto un elemento distintivo anche sul

piano creativo: **il testimonial stesso è stato realizzato attraverso l'intelligenza artificiale**. Una scelta che rafforza il concept della campagna, creando un parallelismo diretto tra **la tecnologia che progetta la lente e quella che costruisce il racconto visivo**. L'AI non è quindi solo contenuto del messaggio, ma diventa parte integrante del linguaggio con cui il brand si esprime.

DAL CONTENUTO EMOZIONALE AL SUPPORTO TECNICO

Se la campagna si rivolge al consumatore finale con un linguaggio emozionale, il racconto si completa attraverso contenuti tecnici destinati al professionista della visione. Premium Armonie nasce, infatti, da un processo progettuale avanzato che integra **algoritmi di machine learning e sistemi di calcolo come il Digital Ray Control 3D**, in grado di ottimizzare la superficie della lente attraverso migliaia di punti di analisi. Questo approccio consente di **ridurre le aberrazioni periferiche e migliorare la qualità dell'immagine su tutte le distanze**, offrendo una visione più stabile e naturale. La personalizzazione rappresenta un ulteriore elemento chiave: parametri legati alla montatura, alla posizione sul viso e al comportamento visivo vengono integrati nel design, dando origine a **una lente costruita sulle reali esigenze del portatore**.



UNA STRATEGIA A DOPPIO LIVELLO

Il progetto evidenzia una strategia sempre più rilevante nel settore: **separare ma coordinare i livelli di comunicazione**. Da un lato, **un racconto emozionale, immediato e orientato all'esperienza**, pensato per il **cliente finale**; dall'altro, **un supporto tecnico e scientifico strutturato**, destinato al **centro ottico e funzionale alla consulenza**. La campagna rappresenta un esempio concreto di come il marketing oftalmico

sta evolvendo: non più solo comunicazione di prodotto, ma **costruzione di esperienze e significati**. In questo contesto, **l'intelligenza artificiale** assume un doppio ruolo: **strumento progettuale e leva narrativa**, capace di rafforzare il posizionamento e rendere più distintiva l'identità del brand. Un approccio che conferma come, anche in un settore altamente tecnico, la **capacità di raccontare l'innovazione sia oggi parte integrante del valore stesso del prodotto**.

MARK'ENNOVY

Un alleato per il Myopia Care

SI AFFACCIA SUL MERCATO ITALIANO **BE FREE® DAY**, LA LENTE A CONTATTO GIORNALIERA IN SILICONE IDROGEL PER LA GESTIONE DELLA MIOPIA.



Mark'ennovy amplia il suo portafoglio con **Be Free® Day**, la **nuova lente a contatto giornaliera in silicone idrogel** progettata specificamente per il **Myopia Care**. Alla base del lancio c'è principio chiave: quando si tratta di gestione della miopia, una soluzione è efficace solo se i portatori la utilizzano in modo **confortevole e costante**.

Be Free® Day è stata sviluppata per offrire un'esperienza d'uso eccezionale, un fattore determinante per l'utilizzo costante delle lenti a contatto. Negli studi clinici, 9 portatori su 10 hanno riportato un'elevata soddisfazione visiva e una forte intenzione di continuare a utilizzare questa lente, sottolineando l'importanza dell'esperienza del portatore nei percorsi di Myopia Care a lungo termine^{1,2,3}.

DESIGN OTTICO AVANZATO PER PRESTAZIONI VISIVE OTTIMALI

Grazie alla tecnologia del Brien Holden Vision Institute, le lenti Be Free® Day presentano un design ottico **MultiStep** con transizioni gradualità del potere. Questo design combina due meccanismi d'azione - defocus centrale e defocus periferico - progettati per mantenere buone prestazioni visive senza compromettere la qualità della visione del portatore.

COMFORT PER TUTTO IL GIORNO

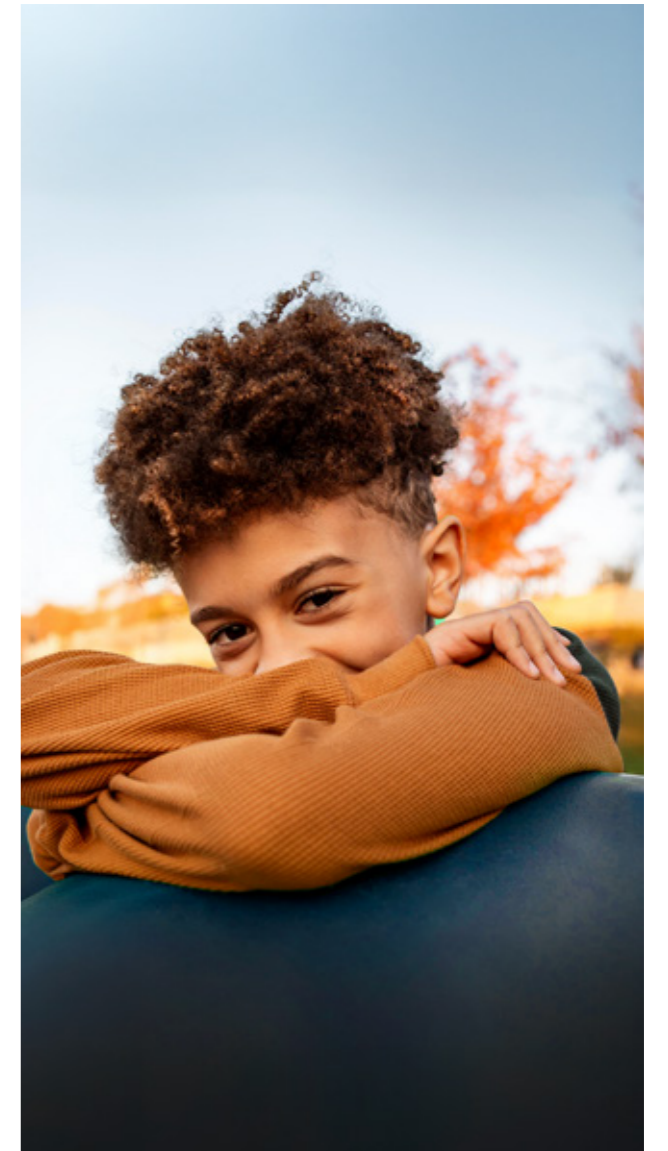
Il materiale è composto da una superficie biomimetica. Be Free® Day è quindi in grado di imitare le proprietà

del film lacrimale e dell'occhio del portatore, migliorando la bagnabilità della lente e resistendo ai depositi, contribuendo a mantenere il comfort per tutta la giornata^{4,5}.

Il risultato è una lente che garantisce comfort durante tutto il giorno, anche per i portatori più esigenti o con tempi di utilizzo prolungati.

BENESSERE OCULARE IN FORMATO GIORNALIERO

Be Free® Day è una lente giornaliera in silicone idrogel (Toufilcon B) con elevata permeabilità all'ossigeno (Dk/t 114) che contribuisce a un utilizzo quotidiano sicuro e rispettoso nei confronti delle esigenze fisiologiche dell'occhio. Il formato giornaliero offre inoltre un importante vantaggio igienico, particolarmente apprezzato da portatori e professionisti⁶. *"Una soluzione è efficace solo se utilizzata in modo confortevole e costante"*, Mark Bullimore, FCOptom, PhD



UN'ULTERIORE OPZIONE PER IL MYOPIA CARE

Come parte del portafoglio per la gestione della miopia di mark'ennovy, Be Free® Day integra le opzioni esistenti, consentendo ai professionisti di personalizzare la soluzione per ogni portatore in base alle esigenze visive ed allo stile di vita. Supportate dall'impegno di mark'ennovy verso eccellenza, qualità e innovazione, le lenti Be Free® Day rappresentano una nuova opzione affidabile per costruire un approccio personalizzato alla gestione della miopia nella pratica clinica.

BIBLIOGRAFIA

1. Bullimore M. Beyond Myopia Care: Visual Experience. [Sponsored lecture] Presented at: NCC; March 2026; Eindhoven, The Netherlands. Further details: Study conducted in 40 patients aged 9–16 years over 15 days of use.
2. Bullimore M, Lau J. The importance of treatment adherence in myopia control. [Lecture] Presented at: NCC; March 2026; Eindhoven, The Netherlands.

3. Bullimore M, Díaz-Gómez S, Burgos-Martínez M, Razquin-García A, Velasco de la Fuente M, Durán-Prieto E, et al. Performance comparison of two daily disposable myopia care contact lenses: stepped anti-myopia vs dual-focus. [Lecture] Presented at: NCC; March 2026; Eindhoven, The Netherlands.
4. Xinfeng Shi, David Cantu-Crouch, Vinay Sharma, John Pruitt, George Yao, Kyoko Fukazawa, James Yuliang Wu, Kazuhiko Ishihara, Surface characterization of a silicone hydrogel contact lens having bioinspired 2-methacryloyloxyethyl phosphorylcholine polymer layer in hydrated state, Colloids and Surfaces B: Biointerfaces, Volume 199, 2021, 111539, ISSN 0927-7765,
5. Be Free Day uses 2methacryloyloxyethyl phosphorylcholine (MPC) polymer. Although MPC has been studied on other materials, it is generally recognized to exhibit biomimetic properties. These characteristics should not be interpreted as productspecific claims.
6. Velasco De la Fuente M, Diaz S, Burgos Martínez M. Patient Outcome Evaluation (POE-057-02): Comparative on-eye performance of myopia contact lenses in pediatric myopia management. Data on file; available upon request. Euclid Vision Corporation; November 2025. N=40; 15-day evaluation.

R.O.M. | NIDEK

Visione naturale, precisione reale

CON NIDEK PHANTOM™ LA REFRAZIONE ENTRA IN UNA
NUOVA DIMENSIONE.



Ogni giorno guardiamo il mondo con entrambi gli occhi aperti. È così che leggiamo, guidiamo, lavoriamo, ci muoviamo nello spazio e interagiamo con ciò che ci circonda. Eppure, per molto tempo, la refrazione tradizionale ha seguito un approccio diverso: misurazioni monoculari, condizionate dai limiti strutturali degli strumenti convenzionali.

Oggi, in un contesto in cui tecnologie, abitudini visive e aspettative dei pazienti cambiano rapidamente, anche l'esame della

vista è chiamato a evolversi. È in questa direzione che si inserisce **Nidek Phantom™**, un sistema che propone un modo nuovo di vivere la refrazione: **più naturale, più confortevole e più vicino alle condizioni reali della visione quotidiana.** Phantom™ è un **sistema di refrazione binoculare a campo aperto** che integra in un'unica esperienza l'esame oggettivo e quello soggettivo. La sua particolarità è l'eliminazione delle lenti fisiche, sostituite da **lenti virtuali** in grado di simulare le stesse

proprietà ottiche delle lenti reali. Il risultato è un'immagine che appare sospesa nello spazio, permettendo al paziente di mantenere uno sguardo spontaneo e una postura più naturale durante l'esame.

Questo approccio contribuisce a ridurre alcune delle criticità tipiche dei metodi tradizionali, come la miopia strumentale, l'instabilità accomodativa e le variazioni della dimensione pupillare. L'ambiente di test, più simile alla visione di tutti i giorni, consente così di ottenere misurazioni precise e coerenti.



Anche nella refrazione soggettiva, il nuovo strumento punta a restituire un'esperienza più realistica: i test vengono eseguiti in condizioni binoculari, favorendo una valutazione equilibrata tra i due occhi e valori più vicini alla prescrizione finale. Ma l'innovazione non riguarda solo la qualità dell'esame. Phantom™ risponde anche alle esigenze organizzative dei centri ottici moderni, dove efficienza, rapidità e collaborazione tra professionisti sono sempre più importanti. L'esame visivo può infatti essere completato in circa **5 minuti**, contribuendo a ridurre il carico operativo dell'esaminatore, abbreviare i tempi di attesa dei clienti e migliorare la qualità complessiva del servizio. Con Phantom™, Nidek porta la refrazione verso un nuovo standard: una tecnologia pensata non solo per misurare meglio, ma per rendere l'esame più naturale, più rapido e più vicino al modo in cui davvero vediamo il mondo.



SEL OPTICAL

Il fotocromatismo al servizio dello sport

LE LENTI **SELENIA SPORT** UNISCONO **TECNOLOGIA FOTOCROMATICA AVANZATA, PROTEZIONE E PERFORMANCE VISIVA**, OFFRENDO UNA **VISIONE VIVIDA E PERSONALIZZATA** PER CHI VIVE L'**OUTDOOR** CON STILE E RICERCA UN PERFETTO EQUILIBRIO TRA **FUNZIONALITÀ E TENDENZA**.



Selenia SPORT LENTI FOTOCROMATICHE COLORATE INTERE E SFUMATE

Nel panorama dell'ottica moderna, la ricerca del perfetto equilibrio tra **protezione, performance visiva e life stile** ha trovato una risposta d'eccellenza: le lenti **Selenia Sport** di **SEL Optical**. Queste lenti rappresentano l'evoluzione della tecnologia fotocromatica, pensata non per chi cerca la praticità di un occhiale "tutto in uno", ma per chi è alla ricerca di uno stile di vita più trendy e per l'appassionato di outdoor che non vuole rinunciare a una visione vivida e personalizzata.

INNOVAZIONE MADE IN ITALY

Le lenti **Selenia 2.0** sono il frutto dell'esperienza di SEL Optical, azienda che punta sull'**innovazione tecnologica** e sulla **qualità produttiva italiana**. L'impiego delle più moderne

tecnologie produttive nel design delle lenti e l'attenzione ai trattamenti superficiali (come l'antiriflesso idro-oleofobico) rendono queste lenti un punto di riferimento per chi cerca **comfort e resistenza**, il tutto realizzato negli stabilimenti produttivi di **Codigoro (FE)**.

CARATTERISTICHE PRINCIPALI DELLE FOTOCROMATICHE SELENIA

- **Transizione rapida:** Le lenti si scuriscono velocemente all'aperto sotto l'azione dei raggi UV e tornano chiare in tempi brevissimi negli ambienti interni.
- **Ampia gamma di colori:** Oltre ai classici grigio e marrone, la linea include tonalità brillanti come il **blu** e il **verde**, ideali

per migliorare il contrasto in diverse condizioni ambientali.

- **Versatilità di indici:** Disponibili in vari indici di rifrazione (da 1.56 fino all'1.67 per le correzioni più importanti), si adattano a ogni tipo di montatura e correzione visiva.
- **Protezione totale:** Filtrano il 100% delle radiazioni UVA e UVB, garantendo la massima sicurezza per la salute oculare durante l'esposizione prolungata al sole.

QUALE COLORE SCEGLIERE?

La scelta del colore delle lenti per il proprio occhiale non è solo una questione estetica, ma una decisione tecnica che influenza la percezione visiva includendo profondità e contrasto. SEL Optical propone 4 differenti colorazioni base per le proprie lenti fotocromatiche:

- **Grigio:** Il colore più versatile. Riduce la luminosità senza alterare la percezione naturale dei colori. Ideale per la guida e lo sport quotidiano.
- **Marrone:** Aumenta il contrasto e la percezione della profondità. È la scelta d'elezione per ciclisti e amanti del trekking, poiché rende i colori più caldi e vividi.
- **Verde:** Offre un eccellente equilibrio tra contrasto e fedeltà cromatica. Molto apprezzato nel golf e nelle attività dove la nitidezza dei dettagli è fondamentale.
- **Blu:** Una novità brillante che aggiunge un tocco di stile moderno senza compromettere la velocità di attivazione della lente.

L'evoluzione tecnologica nel settore dell'ottica ha raggiunto nuovi traguardi con il lancio delle lenti fotocromatiche **Selenia Sport** di SEL Optical. Questo prodotto rappresenta la sintesi perfetta tra protezione visiva dinamica, prestazioni visive e un'estetica moderna, rispondendo alle esigenze di chi non vuole scendere a compromessi tra funzionalità e stile.

CHE COS'È LA PERFORMANCE SELENIA SPORT?

Le lenti Selenia Sport appartengono alla famiglia **Selenia 2.0**, un'innovativa generazione di lenti organiche fotocromatiche progettate per reagire istantaneamente ai cambiamenti di luce. A differenza delle lenti fotocromatiche tradizionali, nello stato di disattivazione non sono completamente

chiare, ma presentano una leggera colorazione di base intera o sfumata che valorizza il proprio look o stile di vita. L'abbinamento colore base e colore fotocromatico introducono una ampissima varietà di combinazioni che permettono di personalizzare l'esperienza visiva in base alla specifica attività praticata.

I SEI COLORI DEL CATALOGO 2026

La particolarità della linea "Sport" risiede nella possibilità di avere lenti fotocromatiche anche **colorate intere o sfumate**, caratteristica storicamente difficile da abbinare alla tecnologia fotocromatica su lenti graduate. La gamma che già contemplava 4 colorazioni per la nuova primavera 2026 si è ampliata con 2 nuovi colori per offrire una personalizzazione senza precedenti. Oltre ai classici intramontabili, i nuovi colori disponibili sono pensati per dare un tocco unico e distintivo alla propria personalità. Tutte le tipologie vengono realizzate di base con una colorazione 30% intera o sfumata e con fotocromatismo consigliato di riferimento grigio o marrone, ma è possibile richiedere intensità di colorazione differente e sulla base di colorazione fotocromatiche a scelta tra le 4 disponibili: grigio, marrone, verde e blu.

- **Swimming:** Colore azzurro intero o sfumato con colorazione fotocromatica grigio.
- **Football:** Colore verde intero o sfumato con colorazione fotocromatica grigio.
- **Rugby:** Colore marrone intero o sfumato con colorazione fotocromatica marrone.
- **Volley:** Colore rosa intero o sfumato con colorazione fotocromatica grigio.
- **Karate:** Colore viola intero o sfumato con colorazione fotocromatica grigio.
- **Basket:** Colore arancio intero o sfumato con colorazione fotocromatica marrone.

Per ulteriori informazioni, lo staff SEL Optical è a disposizione per approfondire tutte le tematiche.

Tel. 0533.728590 – Fax. 0533.728537

www.seloptical.it – Email: customerservice@seloptical.it



ZEISS VISION CARE

Nuove evidenze scientifiche per il controllo della progressione miopica

PRESENTATI I DATI AGGIORNATI CHE CONFERMANO L'EFFICACIA DEL PORTFOLIO **ZEISS** PER IL CONTROLLO DELLA **PROGRESSIONE MIOPICA**: OLTRE ALLE GIÀ NOTE LENTI **MYOCARE**, ZEISS HA PRESENTATO LE PRIME EVIDENZE CLINICHE SULLE LENTI **ZEISS MYOACTIVE**, CHE VERRANNO LANCIATE NEI PROSSIMI MESI ANCHE SUL MERCATO ITALIANO.



Durante il congresso ARVO, tenutosi a Denver (USA) dal 3 al 7 maggio scorsi, ZEISS ha presentato i **dati aggiornati** relativi ai due **studi clinici multicentrici** in corso in **Asia** ed **Europa**, sulle **lenti ZEISS MyoCare** sottoposte a valutazione costante per garantire un'analisi completa, a lungo termine e solida della loro **efficacia nel rallentamento della progressione della miopia**. Nei **bambini asiatici**, dopo tre anni di utilizzo, ZEISS MyoCare ha rallentato la progressione miopica in media di 0,62D e 0,28 mm, mentre ZEISS MyoCare S ha mostrato una riduzione media di 0,45D e 0,18mm (rispetto alle lenti monofocali standard ZEISS). Nei **bambini europei**,

dopo due anni di utilizzo, ZEISS MyoCare ha rallentato la progressione in media di 0,37D e 0,22mm. Le lenti hanno inoltre ridotto del 76% **il rischio e la gravità della progressione miopica rapida** ($\geq -0,50D$ di equivalente sferico o $\geq +0,20$ mmd di allungamento assiale in due anni) rispetto alle lenti monofocali. Sempre ad ARVO sono stati presentati per la prima volta anche i dati relativi a **ZEISS MyoActive** una nuova lente che sfrutta innovativi schemi di defocus per ridurre l'adattamento neuronale e massimizzare l'efficacia del trattamento. La nuova lente ZEISS sfrutta un'innovativa tecnologia denominata **M.O.V.E.**



(Micro Optical Variable Elements) che si concentra sui segnali retinici spazialmente variabili e non ripetitivi, basati sulla direzione di sguardo, per assicurare un'efficacia elevata e duratura. Gli studi clinici presentati hanno infatti dimostrato che, dopo 6 mesi di utilizzo, i bambini che indossavano le lenti ZEISS MyoActive hanno avuto **variazioni minime della progressione miopica**: in media 0,13D e 0,02mm. Si tratta di una **riduzione significativa** rispetto alle lenti monofocali tradizionali, pari in media a 0,38D e 0,15 mm in meno di crescita refrattiva e assiale, confermando l'elevata efficacia di ZEISS MyoActive.

"ZEISS MyoActive rappresenta un passo avanti decisivo nella gestione della miopia tramite lenti oftalmiche", afferma la **prof.ssa Padmaja Sankaridurg**, che ha presentato i risultati dello studio per ZEISS. *"Le evidenze sono così solide da rendere ZEISS MyoActive probabilmente l'innovazione più rilevante all'interno del portfolio ZEISS dedicato al controllo della miopia".*



ECOSISTEMA PER LA GESTIONE DELLA MIOPIA ZEISS

Sulla base di un corpus crescente di evidenze cliniche, ZEISS sta trasformando le conoscenze scientifiche in un **ecosistema completo per una gestione efficace**

della miopia, pensato per supportare i professionisti della cura della visione lungo l'intero percorso miopico. **L'ecosistema ZEISS per la gestione della miopia** include prodotti, studi, approccio di comunicazione integrati e strumenti di misurazione. Questo consente un approccio proattivo, efficace e sostenibile alla gestione della miopia nei pazienti più giovani.

SI AMPLIA IL PROGRAMMA DI FORMAZIONE PER LA GESTIONE DELLA MIOPIA

Dopo il successo riscontrato nei primi mesi online, **ZEISS** ha rilasciato un secondo modulo formativo in italiano, denominato *"Tecniche avanzate e casi pratici"*, per consentire ai professionisti della visione di approfondire le loro competenze nella **gestione della miopia infantile** tramite casi pratici reali. Il programma di formazione ZEISS per la gestione della miopia **offre competenze tecniche, approfondimenti sempre aggiornati e opportunità di differenziazione** attraverso **moduli formativi avanzati**. L'azienda mette a disposizione dei professionisti della visione un approccio che mette al **centro la persona**, prima ancora delle soluzioni.

L'ECOSISTEMA INTEGRATO

Il percorso ZEISS di formazione sulla gestione della miopia è aperto a tutti, è totalmente gratuito ed è disponibile online in qualunque momento. I professionisti interessati possono accedere ai corsi tramite lo **ZEISS myopia insight hub**. Con questa iniziativa, ZEISS conferma il proprio impegno nel migliorare la formazione e supportare i professionisti in tutto il mondo. Il programma ZEISS di formazione della gestione della miopia fa parte dell'ecosistema ZEISS, che comprende prodotti, soluzioni e servizi integrati per offrire un supporto completo ai professionisti in tutte le fasi del percorso della gestione della miopia. Unendo questi elementi, con il know-how del Gruppo nell'ottica e nell'oftalmologia, i professionisti della visione possono contare su un partner affidabile a 360°.

BIBLIOGRAFIA

- Chen, X., et al. (2026, May 3-7). Rallentare la progressione della miopia con elementi rifrattivi anulari cilindrici (CARE) – risultati di uno studio prospettico multicentrico della durata di 3 anni. [Abstract di una presentazione a un convegno]. Congresso annuale dell'Associazione per la Ricerca in Oftalmologia e della Vista (ARVO), Denver, CO, Stati Uniti.
- Alvarez-Peregrina, C., et al. (2026, May 3-7). Evoluzione biennale dell'efficacia delle lenti CARE (Cylindrical Annular Refractive Elements). [Abstract di una presentazione a un convegno]. Congresso annuale dell'Associazione per la Ricerca in Oftalmologia e della Vista (ARVO), Denver, CO, Stati Uniti.
- Sanchez Tena, M.A., et al. (2026, May 3-7). Fattori di rischio ed effetto protettivo delle lenti per occhiali CARE sulla rapida progressione della miopia nei bambini europei. [Abstract di una presentazione a un convegno]. Convegno annuale dell'Associazione per la Ricerca in Oftalmologia e Scienze della Vista (ARVO), Denver, CO, Stati Uniti.
- Sankaridurg, P., et al. (2026, May 3-7). Efficacia nel controllo della miopia a 6 mesi di cinque nuovi modelli di occhiali con defocalizzazione spaziale variabile. [Abstract di una presentazione a un convegno]. Convegno annuale dell'Associazione per la Ricerca in Visione e Oftalmologia (ARVO), Denver, CO, Stati Uniti.