

PO

platform optic



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

INTERVIEW

Enea Bastianini
Kilian Jornet
Fabrizio Venturelli
Ricardo Vernaglia

SPECIALE
Sport

COVERSTORY

Enrico Rinalduzzi
OTTICA RINALDUZZI

Contiene I.P. - ISSN 2420-8795





1DAYAIR Vitamin
Only One

**BENESSERE
VISIVO**



Massimo
comfort



Nutre, idrata
e protegge



Tecnologia
innovativa

La lente a contatto giornaliera arricchita con acido ialuronico e vitamine E, B6 e B12.

“Un concentrato di nutrienti per occhi più sani”

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



editorial



ANGELO DADDA

#sport #cinema #fashion #giugno

Sport&Cinema.

Non poteva esserci momento migliore per dedicare questo numero di P.O. Platform Optic al mondo dello *Sport* e a tutto ciò che, intorno, ne amplifica il racconto: design, tecnologia, immaginario fashion e cultura visiva. Nelle pagine dello Speciale sport attraverso due interviste vi immergiamo in due universi molto diversi, ma legati da un filo comune: l'uso dell'occhiale come strumento tecnico e come estensione della personalità. Da una parte c'è Kilian Jornet, icona assoluta delle corse in montagna, volto Julbo e riferimento mondiale quando si parla di resistenza, leggerezza e visione in condizioni estreme. Con lui entriamo nel cuore del rapporto tra atleta e prodotto: cosa significa affidarsi a una lente quando ogni dettaglio – luce, contrasto, protezione – può fare la differenza tra una prestazione straordinaria e un limite invalicabile. Lo sport outdoor, oggi, è un grande laboratorio per l'innovazione ottica, e il dialogo con Kilian ci ricorda quanto il nostro settore sia chiamato a pensare in termini di performance reale, sul campo. Dall'altra parte dei riflettori troviamo Enea Bastianini, pilota MotoGP e testimonial Police, che ci offre un punto di vista diverso ma altrettanto potente: la velocità, la concentrazione, l'atteggiamento. Nel motociclismo l'occhiale, fuori dalla pista, diventa codifica estetica, linguaggio di identità, prolungamento di un immaginario fatto di adrenalina, coraggio e personalità forte. L'incontro tra un brand lifestyle come Police e un atleta come Enea racconta come il confine tra sport e fashion sia sempre più sottile e fertile per chi progetta e propone occhiali. Restando sul tema del progetto, nella nostra rubrica dedicata ai creativi ospitiamo Riccardo Vernaglia, designer paulista, ceo e founder dell'azienda Dindi. Con lui attraversiamo un'altra dimensione ancora: quella della ricerca

formale e culturale. Il Brasile, con la sua energia metropolitana e la sua miscela di influenze, entra nel mondo dell'occhiale attraverso linee, volumi e colori che parlano di contaminazione e contemporaneità. È un dialogo che interessa da vicino l'ottico: capire da dove nascono certe scelte estetiche significa interpretare meglio il gusto del cliente e anticipare i trend che arriveranno in negozio. Lo sguardo fashion di questo numero si allarga fino alla Croisette, dove cinema e occhiale continuano a scrivere una storia fatta di icone, sguardi e inquadrature. Nel servizio dedicato al Festival di Cannes analizziamo il rapporto tra cinema e occhiale: come le montature in passerella e sui red carpet contribuiscono a costruire personaggi, narrazioni e desideri. Il cinema è da sempre uno dei più potenti amplificatori di stile, e osservare ciò che succede a Cannes significa leggere in anticipo alcune tendenze che ritroveremo nelle campagne, nei social e, infine, nelle scelte dei nostri clienti. Sport estremo, velocità, design d'autore, red carpet: mondi apparentemente lontani che in realtà convergono tutti in un unico punto, l'occhiale come interfaccia tra persona e mondo. Per il professionista dell'ottica, questo significa una cosa molto chiara: non vendiamo solo correzione visiva o protezione, ma strumenti per vivere meglio la propria identità, le proprie passioni, il proprio modo di stare nella realtà. Il numero di giugno vuole essere proprio questo: un invito a guardare oltre la montatura, a leggere lo sport come palestra di innovazione, il cinema come lente d'ingrandimento dello stile, il design come traduzione visiva di culture e sensibilità differenti. Perché chi lavora in ottica, oggi, è chiamato più che mai a essere mediatore tra funzione, emozione e immaginario. Buona lettura e buon allenamento dello sguardo.

on the cover



ENRICO RINALDUZZI
OTTICA RINALDUZZI,
RIETI (RI)

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 06_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

PER NOI
WATERINNOVATIONS™
PER I TUOI PORTATORI
COMFORT¹⁻⁴



Disponibili anche per Astigmatici

REFERENZE: 1. Fogt J, Patton K. Long day wear experience with water surface daily disposable contact lenses. Clin Optom. 2022(14):93-99. 2. 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. 3. Perez-Gomez I, Giles T. European survey of contact lens wearers and eye care professionals on satisfaction with a new water gradient daily disposable contact lens. Clin Optom. 2014;6:17-23. 4. In a clinical study wherein patients (n=66) used AOSEPT™ 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. ©2026 Alcon. IT-DTI-2600044

Da oggi è più facile prenotare gli appuntamenti online.



Il mondo è cambiato. Usa Blu Booking.

Blu Booking è il sistema di prenotazione online degli appuntamenti, adatto a tutti i centri ottici e utilizzabile con diversi touchpoint collegati con l'agenda di FOCUS 10.



Aperto 24 ore su 24
Offri la comodità di prenotare in qualsiasi momento, da qualsiasi luogo.



Ottimizzazione del tempo
L'algoritmo ottimizza i carichi di lavoro del personale e degli studi.



Evita le code
I clienti potrebbero essere scoraggiati dall'attesa in coda in negozio o se trovano il telefono occupato.



Acquisisci nuovi clienti
Non perdere l'occasione di convertire i visitatori del tuo sito web in clienti.

001
EDITORIAL
Sport & Cinema

006
COVER STORY
L'ottico con la passione per lo sport

014
FASHION
Cinema e occhiale rafforzano il loro legame

022
DESIGNER
The Brazilian vibe

026
OVERVIEW
Dalla fiducia alla nuova apertura

028
EVENTS
Save the date

041
SPECIALE
Sport

072
INTERIOR DESIGN
The best of

076
TRENDS
Fashion

078
REVIEW
Focus

086
AGGIORNAMENTO
Professionale

L'Ottico con la passione per lo Sport

NEL 1998 NASCE OTTICA RINALDUZZI, DA UN'IDEA DEI FRATELLI ENRICO E FRANCESCO RINALDUZZI. ATTUALMENTE, CON LE SUE TRE SEDI, RAPPRESENTA UN PUNTO DI RIFERIMENTO PER L'OTTICA A RIETI E I TERRITORI LIMITROFI.

Paola Ferrario

Ottica Rinalduzzi viene fondata alla fine degli anni Novanta, e nel tempo ha costruito un'identità sempre più solida nel panorama dell'ottica, non solo per l'attività legata al benessere visivo in senso stretto e commerciale, ma anche per una **spiccata expertise** nel mondo dello **sport**. La forte vocazione personale di uno dei due titolari, **Enrico Rinalduzzi**, per discipline come sci, snowboard e surf si è progressivamente trasformata in un valore professionale, integrato nell'offerta dei punti vendita e nella consulenza al cliente. Questa competenza si traduce in una selezione mirata di soluzioni visive dedicate allo sport, in particolare per contesti ad alta sollecitazione come la montagna e gli sport acquatici, dove la scelta delle lenti e delle protezioni visive è determinante. L'approccio è pratico, esperienziale e fortemente orientato alla performance: non si tratta solo di prodotti, ma di un know-how costruito sul campo, che unisce **passione personale, conoscenza tecnica e attenzione alle esigenze degli sportivi**. Un posizionamento che distingue l'azienda. Ed è proprio Enrico a raccontare la loro storia e peculiarità.

“Nasciamo nel 1998 e, tra l'altro, al di fuori di questo contesto sia commerciale che ottico, perché la nostra famiglia non veniva da questo tipo di lavoro: mio padre era bancario, mia madre invece insegnante. Io e mio fratello Francesco, attualmente i due soci titolari, eravamo felicemente iscritti all'università, però poi si è presentata questa occasione perché papà, lavorando fuori Rieti, ha conosciuto un ottico di Campagnano di Roma che voleva aprire dalle nostre parti. A quel punto ho avuto l'intuizione di chiedergli: perché non aprire in società? Da lì è partita la nostra storia. Abbiamo iniziato, come dicevamo, nel '98 all'interno del centro commerciale MZ, il primo centro commerciale del Centro Italia, quindi frequentatissimo e con orari estenuanti. Abbiamo fatto davvero una bella gavetta: è stato l'inizio di una grande avventura, ma anche molto dura, perché allo stesso tempo io e mio fratello abbiamo iniziato a studiare”.

Gli inizi non sono stati assolutamente facili e i due fratelli hanno dovuto affrontare una serie di difficoltà:

“Ovviamente è un settore in cui la formazione è fondamentale; quindi, lavoravamo durante la settimana e nel fine settimana c'era lo studio. Sono stati anni belli, ma impegnativi. Eravamo giovani, quindi siamo riusciti a farlo senza particolari problemi. Ci davano una mano anche mamma e papà, pur non essendo del settore, soprattutto nei weekend in cui io e mio fratello dovevamo assentarci per frequentare la scuola. Le prime difficoltà, come può immaginare, sono state quindi soprattutto legate al tempo. E non solo quello, ovviamente, perché non essendo del settore dovevamo aggiornarci costantemente”.

Oltre alla famiglia, i Rinalduzzi hanno potuto contare anche sul supporto iniziale del socio che li affiancava all'avvio dell'attività:

“Di fondamentale supporto è stato il socio con cui abbiamo aperto: lui aveva già altri sei punti vendita nella zona di Roma, era un ex rappresentante di macchinari per l'ottica e da questo punto di vista ci ha supportato molto. I macchinari nei punti vendita erano aggiornati, era un ottimo venditore e ci ha trasmesso molte competenze iniziali per entrare in questo mondo. All'epoca era tutto più semplice rispetto a oggi, ma è stato un grande aiuto. Poi la collaborazione con questo socio è terminata, ma all'inizio è stata fondamentale”.

L'innovazione nella crescita di un punto vendita di ottica è fondamentale e l'introduzione di strumenti espositivi moderni ha rappresentato un punto di svolta per il potenziamento dell'attività.

“Siamo stati tra i primi a introdurre gli espositori a vista nella nostra città. Questo tipo di vendita ha permesso al cliente di vivere un'esperienza più immersiva, più personalizzata e costruita sulle sue esigenze. Prima si trattava della classica vendita al banco: si apriva il cassetto e, dopo la terza o quarta montatura, magari l'ottico iniziava anche a perdere un po' di pazienza rispetto alle richieste del cliente. Con il nuovo sistema, invece, il cliente poteva scegliere liberamente, provare e arrivare all'acquisto in autonomia. Questo ha velocizzato molto”.





Esterno negozio Via Liberato



Interno negozio Via Cintia



Interno negozio Via Greco

la vendita, soprattutto per gli occhiali da sole, che allora si vendevano tantissimo rispetto a oggi. Inoltre, ci ha differenziato dai negozi tradizionali. Consideri anche che avevamo clienti da tutto il Centro Italia, perché il centro commerciale era frequentatissimo. Paradossalmente avevamo più clienti da fuori che locali”.

Tra i punti fondamentali della loro crescita c'è il focus sullo sport, un ambito che riflette la grande passione personale di Enrico:

“Un'altra svolta importante è arrivata con la partecipazione a MIDO. In quell'occasione ci siamo trovati di fronte a un mondo nuovo fatto di montature, lenti oftalmiche e lenti a contatto. È stato lì che mi sono innamorato del marchio Oakley. La passione per lo sport e la montagna ha fatto il resto. Rieti si trova ai piedi del Terminillo e il legame con il territorio è molto forte. Da qui è nata l'idea di sviluppare una proposta dedicata al mondo sportivo, includendo anche maschere da neve e soluzioni tecniche per diverse discipline. L'unione tra una passione personale e le esigenze del territorio ci ha permesso di ampliare l'offerta”.

Lo sport è entrato quindi in maniera importante nell'attività ed è stato l'occasione per rafforzare la loro professionalità:

“Non abbiamo un vero e proprio angolo dedicato esclusivamente alle montature e alle lenti sportive, ma tra le nostre esposizioni abbiamo dedicato una buona parte allo sport. In inverno esponiamo anche maschere da sci. Inoltre, spesso utilizzo un manichino che veste abbigliamento da snowboard e viene esposto in vetrina con occhiali e

maschere: funziona molto, i clienti lo apprezzano e spesso lo scambiano per una persona vera”.

L'expertise maturata in questo campo è frutto della passione e della caparbietà di Enrico:

“Lo sport è sempre stato una parte fondamentale della mia vita. Ho iniziato a sciare a 14 anni, poi sono arrivati lo snowboard e, successivamente, il surf. Pratico snowboard da quasi trent'anni e surf da circa dieci. Con il tempo ho cercato di mettere queste esperienze al servizio dei clienti, aiutandoli a scegliere le soluzioni visive più adatte alle diverse attività sportive, dalle lenti per la neve a quelle specifiche per l'acqua. Non ho seguito un percorso formativo dedicato a questo ambito: le competenze che ho acquisito derivano soprattutto dall'esperienza diretta e dalla passione che mi accompagna da sempre”.

Dal primo negozio aperto negli anni Novanta, i due fratelli hanno ampliato la propria attività fino ad arrivare alla titolarità di tre centri ottici, ci spiega Enrico:

“È stata una nuova sfida. Siamo sempre stati curiosi e abbiamo voluto fare un passo in più, sempre supportati da nostro padre per la parte economica. Abbiamo iniziato con un punto vendita in una zona storica di Rieti, poi ci siamo spostati nella via principale commerciale perché ci siamo resi conto che molti negozi erano statici. Ci siamo chiesti cosa potessimo migliorare e da lì le cose sono cambiate in meglio. Essere dinamici ci ha aiutato molto: non restare fermi e non dare la colpa agli altri se qualcosa non funziona, ma rimboccarsi le maniche. La terza opportunità è arrivata



Interno negozio Via Liberato



Interno negozio Via Liberato



con la chiusura di un ottico storico di Rieti: abbiamo rilevato la sua attività. I punti vendita sono così diventati tre. Manteniamo sempre la stessa filosofia: consegna in giornata, magazzino lenti fornito e laboratorio interno. Siamo soddisfatti, ma si può sempre migliorare”.

I due fratelli sono stati inevitabilmente anche testimoni dell'evoluzione della professione:

“I cambiamenti normativi hanno permesso all’ottico di accedere a tecnologie e strumenti innovativi: questo è stato un grande cambiamento. Oggi la formazione è sempre più orientata all’optometria. La tecnologia e il digitale hanno rivoluzionato il settore: comunicazione, vendita ed e-commerce hanno cambiato tutto. Oggi abbiamo anche un’attività online, che è un altro lavoro a tutti gli effetti. Le innovazioni sono quotidiane: questo offre molte opportunità ma richiede anche grande aggiornamento. L’ottico oggi non è più solo un tecnico, ma un consulente a 360 gradi”.

In questo contesto, secondo Rinalduzzi, le tecnologie fanno inevitabilmente parte dell'evoluzione e continueranno a svolgere un ruolo chiave per il futuro:

“Sono fondamentali per offrire un servizio di alto livello. Il cliente oggi è disposto a pagare di più se percepisce valore e tutela. La tecnologia è un grande aiuto, ma deve essere accompagnata da formazione e capacità di spiegare al cliente ciò che sta accadendo. Solo così si può creare fiducia e fidelizzazione”.

Ottica Rinalduzzi pone anche grande attenzione ai protocolli operativi, spiega Enrico Rinalduzzi:

“I protocolli sono fondamentali nella nostra attività,



In primo piano Francesco Rinalduzzi e sullo sfondo Raffaele Margutti - dipendente ottico



Sabrina Galvani - dipendente, ottica



Enrico Rinalduzzi e Andrea De Angelis - dipendente, ottico ortottista



In primo piano Francesco Rinalduzzi e sullo sfondo Raffaale Margutti - dipendente, ottico



soprattutto per le lenti a contatto e per i controlli optometrici. Tutto il personale è altamente formato. Il cliente deve essere seguito con attenzione, soprattutto in un settore parafarmaceutico dove questa parte è fondamentale. Spieghiamo sempre bene la manutenzione e la compliance, per evitare problemi e abbandoni”.

Tra i temi più dibattuti e al centro della ricerca scientifica degli ultimi anni vi è il controllo della progressione miopica. Un ambito che il centro ottico segue con particolare attenzione, investendo in aggiornamento professionale e attività di prevenzione:

“Collaboriamo costantemente con gli studi oculistici, mantenendo un dialogo continuo e condividendo informazioni utili per la gestione dei pazienti. Organizziamo inoltre screening visivi, soprattutto in ambito sportivo, utilizzando autorefrattometri e test optometrici per individuare eventuali difetti visivi. La prevenzione rappresenta un aspetto centrale del nostro lavoro, in particolare quando si tratta dei più giovani. Per questo stiamo introducendo sempre più spesso soluzioni dedicate al controllo della progressione miopica. I primi risultati sono incoraggianti, anche se si tratta di un settore in continua evoluzione,

che richiede aggiornamento costante e grande attenzione alle evidenze scientifiche”.

Guardando al futuro, Enrico Rinalduzzi dichiara di essere pienamente soddisfatto dei risultati raggiunti:

“Siamo già dove vogliamo essere. Ci poniamo come centro di salute visiva e i clienti ce lo riconoscono. L'obiettivo è migliorare ogni giorno, senza un traguardo fisso, ma con una crescita continua”.

Conclude la chiacchierata con un consiglio alle giovani generazioni:

“La preparazione e la curiosità sono fondamentali. Quello dell'ottica è un settore che offre grandi opportunità, ma che richiede aggiornamento continuo. Oggi prodotti e servizi sono sempre più accessibili e competitivi, ma ciò che fa davvero la differenza è il fattore umano. A parità di offerta, sono le competenze, la professionalità e il rapporto di fiducia con il cliente a distinguere un professionista”.

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



CINEMA E OCCHIAIALE RAFFORZANO IL LORO LEGAME

IL FESTIVAL DI CANNES 2026 HA CONFERMATO UNA TENDENZA ORMAI CONSOLIDATA: L'EYEWEAR È PARTE INTEGRANTE DEL LINGUAGGIO DELLA MODA CONTEMPORANEA.

Tra gli accessori più osservati sulla Croisette, gli **occhiali** hanno avuto un **ruolo** sempre più **centrale**: dalle montature da sole oversize ai modelli dal design rétro e contemporaneo, l'eyewear si è confermato uno strumento di espressione personale capace di completare e valorizzare ogni look. Sul fronte cinematografico, la **Palma d'Oro 2026** è stata assegnata al film Fjord del regista Cristian Mungiu, confermando il prestigio internazionale della manifestazione e chiudendo un'edizione in cui **cinema, moda e lusso** hanno ancora una volta **condiviso lo stesso palcoscenico**.



DIANE KRUGER @ SILHOUETTE

L'ATTRICE HA TRASFORMATO LA CROISSETTE NELLA SUA PASSERELLA PERSONALE, INDOSSANDO IL MODELLO DA SOLE DORA DELLA NUOVA COLLEZIONE ICONIC SHADES. DEDICATO A DORA DEMMEL, PIONIERA DEL DESIGN SILHOUETTE, È REALIZZATO NELL'INNOVATIVO MATERIALE SILHOPURE® STAMPATO IN 3D E RIFINITO CON SOFISTICATI DETTAGLI IN TITANIO.



fashion

Ph. Getty Images – Aurore Marechal

ADAM BESSA @ CELINE

L'ATTORE FRANCESE INDOSSA 3 DOTS SQUARE, UN MODELLO DA SOLE CHE INTERPRETA CON AUTOREVOLEZZA L'ESTETICA CONTEMPORANEA DELLA MAISON FRANCESE ATTRAVERSO UNA SILHOUETTE SQUADRATA. L'ARCHITETTURA ESSENZIALE DELLA MONTATURA IN ACETATO PREMIUM ESPRIME UN LUSSO DISCRETO MA RICONOSCIBILE, MENTRE IL DETTAGLIO DELLE TRE BORCHIE METALLICHE, FIRMA DELLA COLLEZIONE 3 DOTS, AGGIUNGE UN ACCENTO DISTINTIVO.



ANNA FERZETTI @ VALENTINO

L'ITALIANA FERZETTI SI È APPARSA CON L'OCCHIALE DA SOLE IN ACETATO VG0044S DALLA FORMA LEGGERMENTE CAT-EYE DI ISPIRAZIONE ANNI SETTANTA. IL MODELLO È CARATTERIZZATO DA DETTAGLI IN SMALTO E STRASS SUL FRONTALE E SULLE ASTE, COMPLETATO DAL V LOGO INCISO AL LASER.



CARLA BRUNI @ ROBERTO CAVALLI EYEWEAR

L'EX PREMIÈRE DAME SI È PRESENTATA CON L'OCCHIALE DA SOLE IN EDIZIONE SPECIALE "SERPENTINE", ISPIRATO ALL'OMONIMA NUOVA FRAGRANZA ROBERTO CAVALLI.



ITAL·LENTI
LENTI DA VISTA ITALIANE

4SPORT



DEMI MOORE @ GUCCI

AMANTE DEL BRAND, L'ATTRICE HA OPTATO PER L'OCCHIALE DA SOLE GG2271S 001, UN PILOT IN METALLO CON LENTE A MASCHERA, CERNIERE FLESSIBILI E ASTE IN METALLO INCISE CON IL LOGO GUCCI.



Ph. Getty Images – Stephane Cardinale-Corbis

EYE HAÏDARA @ CELINE

L'ATTRICE FRANCO-MALIANO RESA CELEBRE IN "LE SENS DE LA FÊTE", PRESENTATRICE DELLE CERIMONIE DELLA 79ª EDIZIONE DEL FESTIVAL DI CANNES, HA SFOGGIATO L'OCCHIALE DA SOLE CELINE TRIOMPHE MINI. LA MONTATURA È IN ACETATO SPESSO E LUCIDO, CON UNA FORMA LEGGERMENTE OVALE, DAL DESIGN PULITO E RÉTRO.



GILLIAN ANDERSON @ AKONI

L'ATTRICE HA INDOSSATO IL MODELLO JURA. ISPIRATO AI MONTI JURA E ALLO STORICO OSSERVATORIO SVIZZERO, IL DESIGN UNISCE PRECISIONE E RICERCA ESTETICA ATTRAVERSO UNA SILHOUETTE QUADRATA MORBIDA E UNA COSTRUZIONE A DOPPIO PONTE.



Ph. Getty Images – Sameer Al-Doumy

JULIETTE BINOCHÉ @ CELINE

ANCHE LA NOTA ATTRICE FRANCESE HA SCELTO L'OCCHIALE DA SOLE TRIOMPHE MINI. IL DETTAGLIO DISTINTIVO È IL LOGO "TRIOMPHE" IN METALLO DORATO SULLE ASTE, ISPIRATO ALLA CATENA CHE CIRCONDA L'ARCO DI TRIONFO DI PARIGI.



JEFF WILBUSCH @ AKONI

L'ATTORE SI È DISTINTO SUL RED CARPET INDOSSANDO L'OCCHIALE EUROPA DALLA SILHOUETTE ISPIRATA AI NAVIGATOR DELL'AVIAZIONE, REINTERPRETATA IN CHIAVE MODERNA. CON UNA FORMA RETTANGOLARE COMPATTA E DETTAGLI ARCHITETTONICI, IL DESIGN UNISCE FUNZIONALITÀ ED ESTETICA, MANTENENDO IL LINGUAGGIO DISTINTIVO DEL BRAND.



ISABELLE HUPPERT @ GUCCI

OCCHIALI DA SOLE AUDACI E FUTURISTICI IN INIETTATO GG2168S HANNO INCORNICIATO IL VISO DELLA NOTA ATTRICE FRANCESE. CARATTERIZZATI DA UNA LENTE RETTANGOLARE AVVOLGENTE E DAL CILIARE DRITTO, SONO IMPREZIOSITI DAL LOGO GUCCI CREST SUL FRONTALE.



PHILIPPINE LEROY-BEAULIEU @ GUCCI

PER L'ATTRICE FRANCESE IL MODELLO DA SOLE OVERSIZE CON MONTATURA RIMLESS, DALLO STILE VINTAGE GG2174S, HA COMPLETATO IL LOOK. L'OCCHIALE È ARRICCHITO DA UN DETTAGLIO METALLICO HALF HORSEBIT CHE COLLEGA IL FRONTALE ALLE ASTE IN INIETTATO.



Ph. Getty Images – JB Lacroix

MÉLANIE THIERRY @ DIOR

IL MODELLO DA SOLE DIORIBBON SCELTI DALL'ATTRICE FRANCESE SI DISTINGUONO PER UN'ESTETICA ESTREMAMENTE FEMMINILE E SCENOGRAFICA, IN CUI IL DETTAGLIO DEL NASTRO (RIBBON) DIVENTA ELEMENTO CENTRALE DEL DESIGN.



MICHAEL FASSBENDER @ AKONI

L'ATTORE È APPARSO AL FESTIVAL DI CANNES INDOSANDO IL MODELLO LEO DURANTE LA PREMIERE DI "HOPE". L'OCCHIALE SI ISPIRA ALLA SPREZZATURA ITALIANA E AL CINEMA DELL'ETÀ D'ORO, RICHIAMANDO LE ICONICHE MONTATURE DEGLI ANNI '60 IN UN DESIGN CHE UNISCE PROPORZIONI DECISE E MODERNITÀ.



SHANINA SHAIK @ ROBERTO CAVALLI EYEWEAR

LA TOP MODEL AUSTRALIANA HA INDOSATO L'OCCHIALE DA SOLE IN EDIZIONE SPECIALE SERPENTINE, ISPIRATO ALL'OMONIMA NUOVA FRAGRANZA ROBERTO CAVALLI. IL FRONTALE SQUADRATO IN ACETATO DEFINISCE UNA SILHOUETTE DAL DESIGN DECISO. PROTAGONISTA ASSOLUTO È L'ICONICO SERPENTE DORATO, CHE SI AVVOLGE ATTORNO ALL'ASTA, TRASFORMANDOSI IN UN ELEMENTO GIOIELLO.



TOM STURRIDGE @ AKONI

L'ATTORE HA SCELTO IL MODELLO ATLANTIS A CUI HA ABBINATO UN TAILORING ESSENZIALE. L'OCCHIALE RIFLETTE QUESTA FILOSOFIA CON UNA SILHOUETTE PROFONDA, STRUTTURATA E RICCA DI DETTAGLI. ISPIRATO AL MITO DI ATLANTIDE E ALLE FORME OCEANICHE, IL DESIGN COMBINA VOLUMI SCULTOREI E PROPORZIONI ESSENZIALI, CREANDO UN EQUILIBRIO TRA MORBIDEZZA E STRUTTURA.



WILL SHARPE @ AKONI

L'ATTORE, SCENEGGIATORE E REGISTA È STATO AVVISTATO AL FESTIVAL DI CANNES CON IL MODELLO SPITZER. PARTE DELLA SERIE "VISIONS OF TELESCOPES", SI ISPIRA AL TELESCOPIO SPAZIALE NASA, TRADUCENDO LO SPIRITO DELL'ESPLORAZIONE IN UN LINGUAGGIO SCULTOREO FATTO DI VOLUMI STRATIFICATI, LINEE AERODINAMICHE E UNA COSTRUZIONE A TRIPLO PONTE.

RICARDO VERNAGLIA

THE BRAZILIAN VIBE

PAOLA FERRARIO

IN UN PANORAMA DELL'OCCHIALERIA SPESSO INFLUENZATO DA LINGUAGGI ESTETICI INTERNAZIONALI, **RICARDO VERNAGLIA, DESIGNER E FOUNDER DI DINDI** HA SCELTO UNA STRADA DIVERSA: QUELLA DELL'AUTORIALITÀ.



Ricardo Vernaglia ha voluto dare voce a un **design** profondamente radicato nella cultura, nei **paesaggi** e nel **modo di vedere il mondo tipici del Brasile**, senza mai cadere nella rappresentazione folkloristica o negli stereotipi. Prodotte in Brasile, Le sue montature raccontano un'identità fatta di **equilibrio, essenzialità e ricerca cromatica**, dove ogni dettaglio è pensato per esprimere un'**eleganza discreta ma riconoscibile**. In questa intervista, ci accompagna alla scoperta della filosofia che anima il marchio, del **rapporto tra design e memoria**, dell'**influenza dell'architettura brasiliana** e delle sfide che accompagnano la creazione di **occhiali** capaci di **coniugare carattere, raffinatezza e innovazione**.

COME È NATO IL BRAND E QUALE ESIGENZA CREATIVA VOLEVI SODDISFARE?

Dindi nasce una riflessione semplice, ma per me fondamentale: il design brasiliano ha una voce propria e distintiva, eppure gran parte dell'occhialeria prodotta nel Paese continua a guardare soprattutto all'Europa come riferimento estetico. Fin dall'inizio non mi interessava tradurre il Brasile in un insieme di simboli o cliché visivi. Volevo progettare partendo dal nostro modo di osservare il mondo, dalla nostra sensibilità e dal nostro immaginario. L'esigenza che ha dato origine a Dindi non era quindi soltanto estetica, ma profondamente legata all'autorialità: creare oggetti che potessero nascere solo qui e che lo comunicassero senza bisogno di alzare la voce. Anche il nome riflette questo sentimento. Dindi suona come una ninna nanna brasiliana e racchiude affetto, memoria e la serenità di qualcosa che senti tuo. Ed è proprio da qui che ancora oggi prende forma ogni pezzo che realizziamo.

IN CHE MODO IL BRASILE INFLUENZA L'ESTETICA, LE FORME E LA PALETTE CROMATICA?

Il Brasile è una fonte inesauribile di ispirazione: la nostra cultura, i paesaggi, i colori, il modo in cui viviamo. Ma non li traduciamo mai in maniera letterale. Lavoriamo attraverso l'astrazione piuttosto che l'illustrazione. Evitiamo ciò che è ovvio e leggiamo la natura, il colore e la geometria, interpretandoli in ogni collezione attraverso l'identità e l'estetica del tema che scegliamo di esplorare. La collezione Floresta richiama l'Amazzonia come sensazione, profondità, colore e luce filtrata. La linea Lençóis Maranhenses segue invece le curve delle dune e le tonalità della sabbia, del cielo e dei colorati uccelli locali

chiamati "guarás". Anche l'estetica del Neomodernismo brasiliano e il lavoro di grandi architetti e designer come Niemeyer, Mendes da Rocha e Márcio Kogan influenzano il nostro senso della geometria, portando rigore nelle linee, strutture audaci, attenzione al modo in cui i materiali si incontrano e alla bellezza di ciò che è essenziale e pulito. Selezioniamo materiali tra i migliori al mondo, ma il nostro modo di guardare e interpretare resta profondamente brasiliano.

ESISTE UNA SPECIFICITÀ DELL'ANATOMIA O DEL GUSTO BRASILIANO CHE TENETE IN CONSIDERAZIONE NELLO SVILUPPO DELLE MONTATURE?

Penso meno all'anatomia e più al patrimonio culturale. Cerchiamo sempre di portare nelle collezioni eleganza ed equilibrio tra forme e colori. Ci sentiamo a nostro agio con montature che hanno personalità e presenza, ma per Dindi la presenza coincide con l'equilibrio e la raffinatezza estetica, mai con l'eccesso. Una montatura può avere un carattere forte e allo stesso tempo risultare leggera, e il nostro lavoro consiste proprio nel trovare il punto esatto in cui queste due qualità si incontrano.

IL NOME "DINDI", DICEVA, EVOCA AFFETTO, MEMORIA E COMFORT. QUANTO È IMPORTANTE LA DIMENSIONE EMOTIVA NEL DESIGN DI UN OCCHIALE?

L'affetto inizia dal nome e si riflette nella cura che dedichiamo a ogni montatura, nei dettagli e nel processo produttivo. Il nome Dindi nasce dall'ambiente familiare: i miei figli, fin da piccoli, usavano la parola "Dindi" per indicare tutto ciò che piaceva loro, che trovavano bello, divertente o speciale. È diventata parte del nostro linguaggio quotidiano. Quando ho creato il marchio volevo un nome che avesse un significato personale, che fosse parte di me e della mia essenza. Dindi rappresentava tutto questo nel modo migliore. Creiamo oggetti che diventano parte della persona che li indossa e che trasmettono il comfort discreto di qualcosa che senti davvero tuo.



G&P ARREDAMENTI

Dalla fiducia alla nuova apertura

DOPO UNA POSITIVA ESPERIENZA PREGRESSA, **FABRIZIO VENTURELLI** HA SCELTO NUOVAMENTE **G&P ARREDAMENTI** PER REALIZZARE IL SUO **NUOVO CENTRO OTTICO**: UN PROGETTO IN **STILE INDUSTRIAL** CHE **CONIUGA FUNZIONALITÀ, IMPATTO VISIVO E ATTENZIONE ALLE ESIGENZE DEL CLIENTE**.

Paola Ferrario



Nel 2024, dopo il primo intervento realizzato presso la sede di Castelvetro di Modena, **Fabrizio Venturelli**, titolare di **Ottica Venturelli**, si è rivolto nuovamente **G&P Arredamenti** per l'apertura del nuovo punto vendita nel centro di Vignola (MO): "Ero rimasto molto soddisfatto del lavoro svolto. Ciò che mi aveva colpito era la loro capacità di adattarsi alle esigenze del cliente senza essere troppo rigidi. Sono stati precisi e sono riusciti a realizzare un risultato che mi è piaciuto molto", ha dichiarato Venturelli alla nostra rivista. "Quando ho iniziato a cercare una nuova sede per ampliare l'attività, ho chiesto a loro di effettuare un sopralluogo".

Rispetto alla sede storica, per il nuovo negozio di Vignola sono cambiate sia le esigenze sia il concept d'arredo. Se per il punto vendita di Castelvetro di Modena il committente aveva richiesto un restyling parziale, caratterizzato da elementi in acciaio cromato, legno bianco e vetro, per la **nuova apertura** ha optato per un progetto completamente nuovo, ispirato allo **stile industrial**. "Mi hanno presentato un rendering preliminare di ciò che avevamo in mente di realizzare. Successivamente ci siamo incontrati per discutere alcune modifiche e, dopo diversi confronti, abbiamo trovato un accordo. All'inizio mi avevano proposto una soluzione piuttosto diversa da quella che immaginavo, ma sono riusciti a recepire le mie richieste e a realizzare esattamente ciò che desideravo. Anche le tempistiche sono state rispettate: sotto questo aspetto sono stati molto precisi", ha spiegato il titolare. L'esposizione del nuovo negozio si sviluppa attraverso una serie di moduli singoli, ciascuno composto da una **cassettiera in nobilitato effetto cemento**, dalla **finitura** particolarmente **realistica**, una **struttura** in **ferro verniciato nero** con **fondale** in **lamiera grigliata**, **mensole espositive bianche** con **illuminazione LED integrata** e una **struttura** con **telo retroilluminato**



facilmente **intercambiabile**. Per quanto riguarda i **banchi vendita**, è evidente il richiamo a quelli della sede di Castelvetro, sia nei materiali sia nelle forme. Il piano dei nuovi banchi, dotato di **teca** in **vetro**, svolge una duplice funzione: **valorizzare i prodotti esposti**, facilmente sostituibili grazie a un apposito **sistema estraibile**, e offrire un **comodo piano d'appoggio** che facilita la vendita assistita. Positivo anche il giudizio del committente riguardo alle tempistiche di realizzazione. "I lavori sono andati molto bene. Hanno consegnato tutto in tempi rapidi: nel giro di un paio di settimane era praticamente tutto completato. Considerando che c'era di mezzo anche il mese di agosto e che io dovevo aprire il 9 settembre, sono riusciti a rispettare pienamente le scadenze concordate. A fine lavori mi sono ritrovato esattamente ciò che mi aspettavo. Non ci sono state sorprese o modifiche indesiderate; anzi, sono stato io ad aggiungere alcune richieste che inizialmente non erano previste". L'attenzione e il supporto forniti da G&P Arredamenti si sono dimostrati completi sotto ogni aspetto, ha sottolineato Venturelli. "Si sono occupati di tutto a 360 gradi, compresi gli aspetti legati alla sicurezza. Hanno gestito la saracinesca, le porte e altri interventi necessari. Ad esempio, alcune porte si chiudevano male e hanno coinvolto artigiani specializzati per risolvere il problema. La parte elettrica è stata affidata ai miei elettricisti, mentre loro hanno fornito anche l'illuminazione. In generale, hanno una grande capacità artigianale nell'adattare ogni elemento del negozio e nel seguire il progetto nel suo insieme.

Lo definirei un lavoro eseguito a regola d'arte. Sono molto soddisfatto. Ho richiesto alcune soluzioni particolari e mi hanno spiegato che erano realizzabili, naturalmente con costi differenti. Ho valutato le varie opzioni e ho deciso di procedere. Il risultato finale è stato esattamente quello che desideravo". Anche il riscontro della clientela si è rivelato particolarmente positivo. "L'impatto è stato molto favorevole. Sia la posizione del punto vendita sia la realizzazione di un negozio innovativo e di forte impatto visivo sono stati molto apprezzati. Fin dall'inizio abbiamo registrato una crescita costante che continua ancora oggi. Avere un'attività nuova e un negozio di un certo livello ha contribuito in modo significativo allo sviluppo del business. La crescita non è legata soltanto alla mia professionalità e alla conoscenza del territorio, ma anche all'immagine e all'aspetto estetico che siamo riusciti a dare all'attività". Venturelli non ha dubbi nemmeno sul futuro rapporto con l'azienda: "se dovessi avere ancora bisogno di una ristrutturazione o decidessi di aprire un nuovo centro ottico, mi rivolgerei sicuramente a loro. Le dirò di più: li consiglierei ai miei colleghi. Uno dei loro punti di forza è la capacità di adattare il progetto alle esigenze del cliente". Il titolare conclude infine ponendo l'attenzione sulla completezza del servizio offerto: "vorrei sottolineare anche la qualità dei materiali utilizzati. Inoltre, collaborano con artigiani molto competenti, capaci di rispondere a qualsiasi esigenza. Offrono un servizio completo, praticamente 'all inclusive'. Anche il titolare è sempre reperibile, disponibile all'ascolto e pronto a venire incontro alle richieste del cliente".

La nuova visione dell'ottica indipendente

EXPOCECOP 2026 HA RIUNITO A LAZISE (VR) OTTICI INDIPENDENTI, PARTNER E PROFESSIONISTI DEL BENESSERE VISIVO PER UN CONFRONTO SULLE SFIDE E LE OPPORTUNITÀ DEL SETTORE.



Il 24 e 25 maggio si è svolta a Lazise, presso l' Hotel Parchi del Garda, la nuova edizione di **ExpoCECOP**, l'evento annuale di **CECOP Italia** dedicato agli **ottici indipendenti**, ai **partner strategici del settore** e ai **professionisti della visione**. Due giornate di incontri, formazione e networking che hanno confermato la volontà di CECOP di accompagnare il network di associati in un percorso di evoluzione professionale sempre più orientato alla **relazione**, alla **consulenza** e al **benessere visivo della persona**. Al centro di questa edizione il concetto di community: creare connessioni, condividere visioni e rafforzare il ruolo dell'ottico in un mercato in continua trasformazione. Un professionista capace di distinguersi non solo per competenza tecnica e qualità del servizio, ma soprattutto per la capacità di costruire un rapporto di fiducia e accompagnamento con la persona. Una direzione chiara che ha trovato spazio anche nella giornata formativa del 25 maggio, attraverso gli interventi dei principali partner del settore e la partecipazione speciale di **Tiziano Melchiorre**, Segretario Generale della Fondazione IAPB Italia, con un approfondimento dedicato al valore della prevenzione e della relazione nel percorso di salute visiva. La visione promossa da CECOP Italia punta, infatti, a valorizzare l'ottico indipendente come figura centrale nella prevenzione e nell'accompagnamento del paziente,

differenziandolo sempre più dai modelli impersonali delle grandi catene attraverso consulenza, ascolto e prossimità. Accanto al tema del benessere visivo, ExpoCECOP 2026 ha mantenuto forte l'attenzione sulla **crescita** e sulla **redditività** del centro ottico, affrontando temi legati all'innovazione, alla digitalizzazione e alle nuove opportunità di business. Tra i momenti più significativi dell'evento, la presentazione della nuova partnership nel mondo dell'**audiologia**, che ha offerto ai partecipanti un'esperienza immersiva e uno sguardo concreto sulle evoluzioni legate a intelligenza artificiale, telemedicina e nuovi ecosistemi digitali dedicati al benessere uditivo e visivo della persona. L'evento ha visto inoltre momenti dedicati alla **formazione specialistica**, agli **incontri con i partner strategici** e allo **shopping professionale**, consolidando ExpoCECOP come appuntamento di riferimento per gli associati. *"L'ottico indipendente ha oggi un'opportunità unica: diventare sempre più un punto di riferimento per il benessere visivo delle persone. Relazione, consulenza e innovazione saranno gli elementi chiave per costruire il futuro del settore"*, commentano da CECOP Italia. Con ExpoCECOP 2026, CECOP Italia rinnova così il proprio impegno nel **supportare** gli ottici indipendenti attraverso **formazione, servizi, innovazione e progetti strategici** capaci di generare **valore concreto** e **crescita sostenibile**.

Everyone's happier



l'85%
degli utilizzatori ha
valutato
Miru 1day UpSide
la migliore
per comfort³

Miru
1day UpSide

30 contact lenses

Aiuta i tuoi portatori a sorridere con Miru 1day UpSide



SEGUICI



- Grazie alla tecnologia Smart Touch™ le lenti sono due volte più rapide da applicare¹
- Superficie altamente bagnabile, a bassissimo modulo e a basso attrito, per un comfort ottimale²
- Disponibile in versione sferica, torica e multifocale

Consiglia le lenti a contatto Miru 1day UpSide

1, 2 & 3 Menicon data on file, 2022. Daily contact lens clinical study (n=26). 4 Menicon data on file, 2017.

Centro Style festeggia 50 anni di crescita

LA STORICA AZIENDA DI VEDANO OLONA HA CELEBRATO **MEZZO SECOLO** DI ATTIVITÀ CON UN EVENTO, OSPITATO NEL NUOVISSIMO **OPERATIONS INNOVATION CENTER**, INAUGURATO PER L'OCCASIONE. ALL'EVENTO PRESENTI **380 OSPITI** TRA **COLLABORATORI, DISTRIBUTORI INTERNAZIONALI, ISTITUZIONI E STAMPA** DI SETTORE.



Pietro, Francesco, Luca e Claudia Conti

030

Cinquant'anni di storia, crescita e innovazione. Centro Style ha celebrato il proprio anniversario lo scorso 18 maggio inaugurando il nuovo **Operations Innovation Center** di Vedano Olona, un investimento strategico che segna una nuova tappa nello sviluppo dell'azienda e rafforza il suo posizionamento nel panorama internazionale dell'ottica. La serata ha riunito circa **380 ospiti** tra **collaboratori, ex dipendenti, rappresentanti delle istituzioni, operatori del settore, giornalisti specializzati** e oltre **80 distributori** provenienti da tutto il mondo. Un appuntamento che ha permesso di ripercorrere mezzo secolo di attività e, al tempo stesso, di presentare la visione che guiderà l'azienda negli anni a venire. Cuore dell'evento è stata l'inaugurazione del nuovo polo logistico e operativo, recentemente ampliato grazie all'introduzione di sistemi di automazione avanzata, robotica AGV e innovative tecnologie per la movimentazione delle merci. Un'infrastruttura pensata per incrementare l'efficienza e la capacità operativa, con l'obiettivo di offrire un servizio sempre più rapido e qualificato ai clienti e di migliorare ulteriormente l'organizzazione del lavoro. Fondata nel **1976**, Centro Style è oggi una realtà presente in oltre **80 Paesi** e al servizio di circa **16.000 punti vendita** nel mondo. Un percorso di crescita costruito attraverso investimenti continui, ricerca e una costante attenzione alle esigenze del mercato. Ad aprire la serata, moderata da **Silvia Giovannini**, sono stati gli interventi istituzionali di **Astrid Galimberti, Sergio Mina** e **Luigi Galdabini**, che hanno



Pietro, Francesco e Luca Conti



Silvia Giovannini, Sergio Mina, Astrid Galimberti e Luigi Galdabini

031

evidenziato il ruolo dell'azienda come esempio di imprenditorialità capace di coniugare innovazione, internazionalizzazione e radicamento territoriale. Particolarmente significativo l'intervento del **Presidente Francesco Conti**, che ha ripercorso le tappe più importanti della storia aziendale: dagli esordi nel settore della minuteria all'ingresso nel mercato degli accessori per ottica, fino alla trasformazione in un gruppo riconosciuto a livello internazionale. Nel suo racconto è emersa la centralità delle relazioni umane e della fiducia, valori che continuano a rappresentare il fondamento della cultura aziendale. A delineare le prospettive future è stato invece **Pietro Conti**, che ha illustrato una strategia orientata a innovazione, efficienza operativa e ulteriore espansione sui mercati internazionali, senza perdere di vista la valorizzazione delle competenze e delle persone. Tra i momenti più apprezzati della serata anche l'intervento del **Prof. Paolo Nucci**, che ha proposto una riflessione sul valore della visione come elemento non solo clinico, ma anche culturale e sociale. A testimoniare il percorso compiuto dall'azienda è stato infine presentato un **volume celebrativo** dedicato ai primi cinquant'anni di attività. Un racconto che guarda al passato, ma soprattutto al futuro di una realtà che continua a investire in innovazione, tecnologia e relazioni, confermando il proprio ruolo di protagonista nel settore ottico internazionale.



events



Silvia Giovannini e Francesco Conti



Pietro Conti



Pietro e Francesco Conti



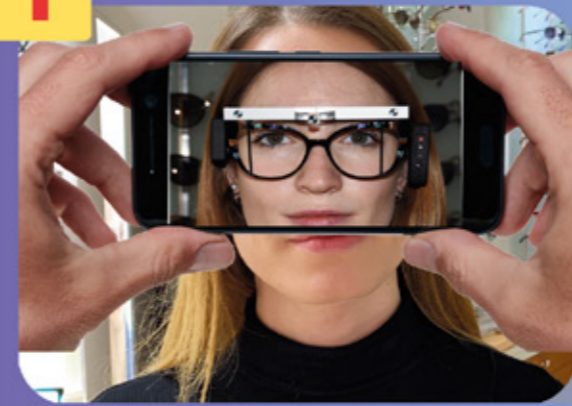
Pietro Conti e Paolo Nucci

Oltre la Colonna!

Il FUTURO della centratura sono VisionEASY & ZerO

VISION Easy
by TutorNET

1



2



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.

Precisione & Praticità



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 StablioNET TutorCAM

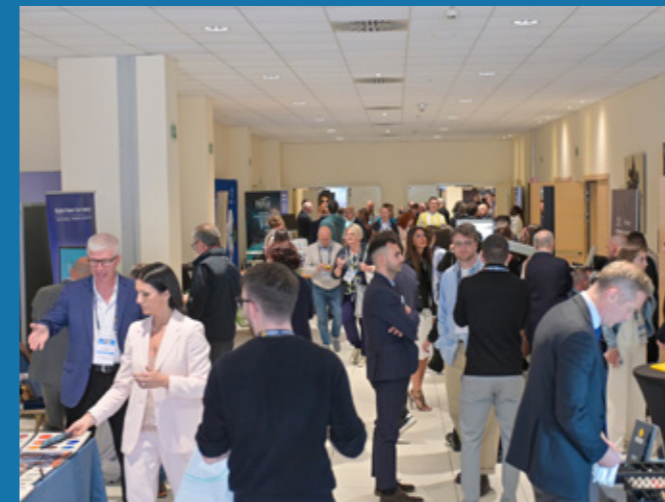
Progettualità condivisa

FEDEROTTICA/ADOO E SOPTI HANNO UNITO LE FORZE PER LA PRIMA EDIZIONE DEL **CONGRESSO INTERASSOCIATIVO FEDEROTTICA/ADOO-SOPTI**, TENUTOSI IL 17 E 18 MAGGIO SCORSI A LAZISE (VR). LA NOSTRA RIVISTA È STATA INVITATA A VIVERE QUESTO MOMENTO. IN QUESTE PAGINE VI RACCONTIAMO I MOMENTI SALIENTI DELL'EVENTO.



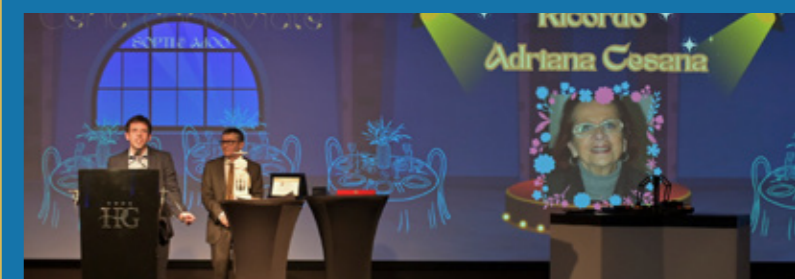
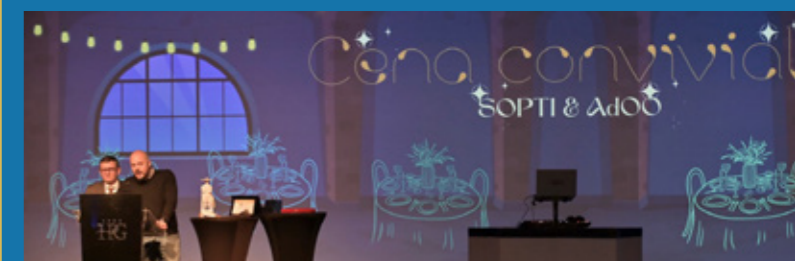
Oltre **420 partecipanti** tra congressisti, operatori del settore, studenti e rappresentanti della stampa, insieme a **24 aziende espositrici**, hanno animato due giornate di lavori articolate tra relazioni e workshop, per un totale di 45 interventi. È questo il bilancio del primo **Congresso Interassociativo Federottica/AdOO - SOPTI**, dal titolo **"Optometria e Ottica al Centro. AdOO & SOPTI: due associazioni, una visione"**, ospitato presso il TH Lazise – Hotel Parchi del Garda. L'evento ha registrato una partecipazione costante e qualificata lungo l'intero arco dei lavori, con una significativa presenza in tutte le sessioni,

sia plenarie sia nei workshop tematici. Particolarmente rilevante anche il clima di confronto, improntato alla collaborazione e alla condivisione, che ha favorito l'approfondimento dei contenuti scientifici e lo scambio di esperienze tra i professionisti presenti. Il programma, frutto della collaborazione tra Federottica/AdOO e SOPTI, ha rappresentato il primo appuntamento nazionale interassociativo del settore, con l'obiettivo di contribuire all'**orientamento del dibattito scientifico, professionale e culturale** dell'ottica e dell'optometria su temi centrali per la disciplina. L'iniziativa si inserisce in un percorso di



continuità con l'esperienza formativa del 2023 a Bergamo, **"Myopia: Update"**, confermando la volontà di rafforzare la crescita dell'aggiornamento professionale attraverso contenuti di alto profilo. Accanto alle sessioni scientifiche, il congresso ha previsto anche momenti di carattere conviviale, tra cui la cena di domenica 17 maggio, che ha rappresentato un'ulteriore occasione di networking e condivisione, durante la quale si è svolta la consegna di premi e riconoscimenti alla categoria. La serata si è aperta con l'assegnazione del riconoscimento **"Salvino d'argento"** ai professionisti con 35 anni di attività, conferito ad Andrea Afragoli, Vanessa Arduini, Luigino Antonio Bordin, Giovanni Meli, Gianfranco Passuello, Paola Pederzani, Denise Polzotto e Nicola Zampillo. Successivamente sono stati proclamati i vincitori della **Poster Competition SOPTI/AdOO**: il premio AdOO è stato assegnato a Claudia Stratta per il lavoro **"Lenti a contatto prismatiche per la compensazione della diplopia: analisi della nostra esperienza"**, mentre il premio SOPTI è stato conferito a **Marica Vampo** per "Confronto dei sintomi dell'occhio secco tra portatori e non portatori di lenti a contatto mediante i questionari SPEED e CLDEQ-8". Il **Photo Contest** è stato vinto da Miriam Erigozzi. Particolarmente significativo il momento dedicato al ricordo di **Adriana Cesana**, optometrista scomparsa

lo scorso anno, figura di riferimento per la crescita culturale della professione e storica direttrice scientifica della Rivista Italiana di Optometria, da lei guidata per quasi quarant'anni. Il momento centrale della serata è stato rappresentato dalla consegna del Guerriero di Capestrano ad Alessio Facchin, vincitore del 33° Premio nazionale di Optometria **"Francesco Ferrante"**. Alla cerimonia ha preso parte, come da tradizione, Silvana Ferrante, giornalista e sorella dell'optometrista a cui il premio è intitolato, insieme a Domenico De Simone. **Alessio Facchin**, ottico optometrista e psicologo, è stato premiato con la seguente motivazione: *"per il contributo autorevole allo sviluppo dell'optometria contemporanea, per l'integrazione tra ricerca scientifica e psicologia applicata alla visione e per la promozione di una cultura professionale fondata su metodo, responsabilità e centralità della persona"*. Infine, è stato annunciato il vincitore del **Premio Federottica 2026**: Michele Schirone, ottico optometrista di Canosa di Puglia, vicepresidente nazionale Federottica ed ex presidente della territoriale Bari Bat per 18 anni. Il riconoscimento è stato conferito *"in segno di gratitudine per il contributo offerto all'associazione e all'intera categoria, con continuità, competenza e senso di responsabilità"*.





Visita il sito

ASSOCIATI A



SOPTI

SOCIETÀ OPTOMETRICA ITALIANA

Formazione e corsi di aggiornamento
Strumenti professionali
Community scientifica



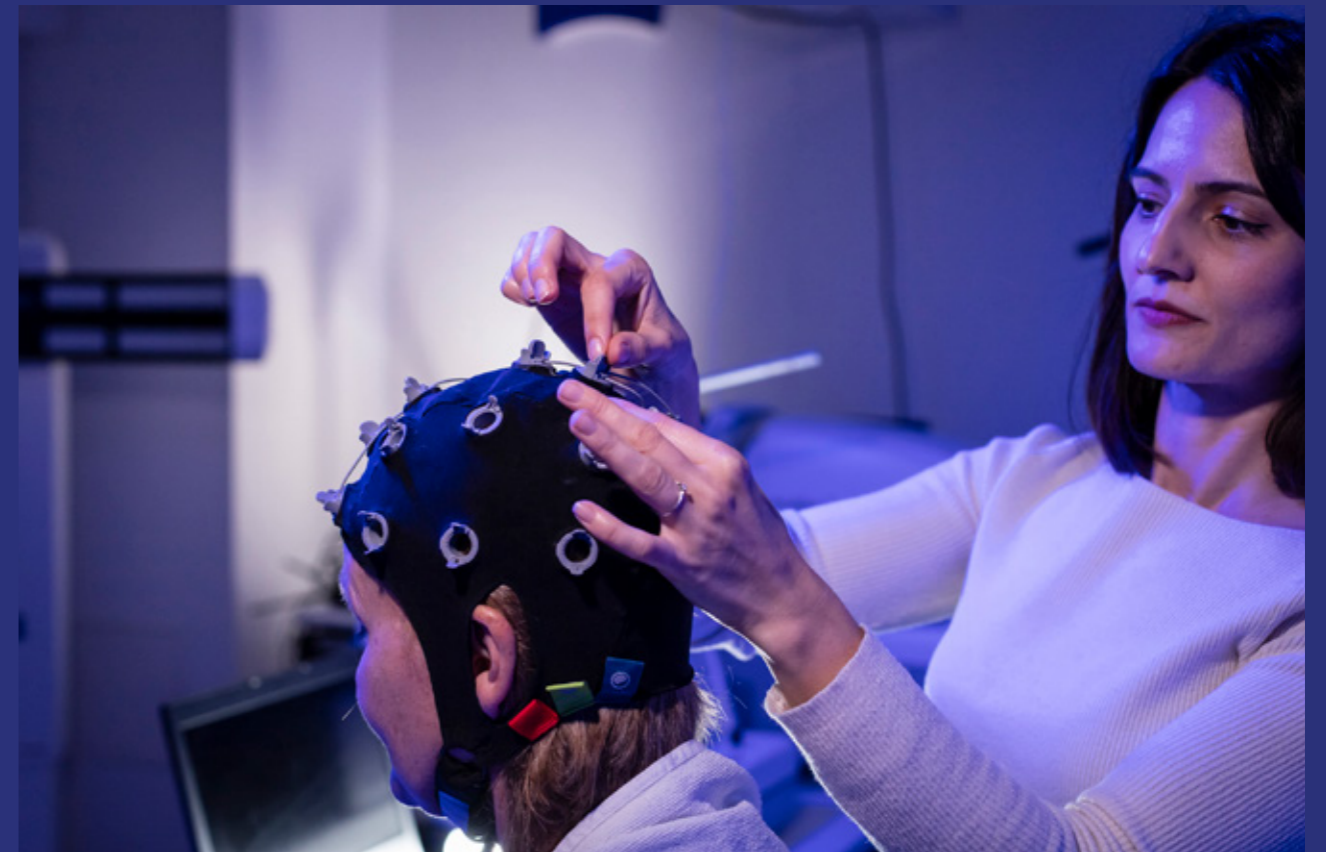
WWW.SOPTI.IT

Le neuroscienze entrano nell'ottica

LA VISIONE NON DIPENDE SOLTANTO DAGLI OCCHI. È IL **CERVELLO** A **TRASFORMARE** GLI **STIMOLI VISIVI** IN **AZIONI, DECISIONI E COMPORTAMENTI QUOTIDIANI**. DA QUESTA CONSAPEVOLEZZA PRENDE AVVIO IL PERCORSO DI RICERCA PRESENTATO DA **ZEISS** LO SCORSO 28 MAGGIO A MILANO, CHE HA RIUNITO NEUROSCIENZIATI, RICERCATORI E REFERENTI DELL'AZIENDA PER APPROFONDIRE IL **RAPPORTO** TRA **QUALITÀ DELLA VISIONE, ATTIVITÀ CEREBRALE** E CARICO COGNITIVO.



In un mondo sempre più ricco di stimoli e informazioni da elaborare, vedere bene non significa soltanto distinguere meglio i dettagli. Significa anche aiutare il cervello a lavorare in modo più efficiente. Da questa premessa nasce **ZEISS ClearMind**, il nuovo portafoglio di lenti presentato a Milano insieme ai risultati di una serie di studi neuroscientifici che hanno indagato il rapporto tra qualità della visione e carico cognitivo. *“Noi non vediamo con gli occhi, ma con il cervello”*, ha ricordato **Roberta Celin, Communication and Brand Manager ZEISS Vision**, ripercorrendo il percorso di innovazione che ha portato ZEISS dalle prime lenti oftalmiche del 1912 alle più recenti tecnologie personalizzate. Oggi la sfida si spinge oltre la semplice correzione visiva per **comprendere** come il **cervello elabori le informazioni provenienti dagli occhi**. Al centro della ricerca c'è il concetto di **carico cognitivo**, ovvero l'insieme delle risorse mentali necessarie per svolgere un'attività. Quando le informazioni visive sono poco nitide o degradate, il cervello deve impegnarsi maggiormente per interpretarle, aumentando lo sforzo richiesto. Per studiare questo fenomeno, ZEISS ha collaborato con l'Università di Bologna e con l'Institute for Ophthalmic Research dell'Università di Tübingen. Utilizzando tecniche avanzate di neuroimaging, i ricercatori hanno osservato come il cervello reagisca a differenti livelli di sfocatura visiva. *“I test effettuati dimostrano che anche un lieve*



degrado ottico, ovvero una visione leggermente sfocata, ha un rapido impatto sull'elaborazione corticale degli stimoli visivi e quindi sul carico di lavoro del cervello”, ha spiegato, **Annalisa Bosco, Professoressa e Ricercatrice in Neuroscienze** presso l'**Università di Bologna**. Una conclusione confermata dagli studi condotti a Tübingen. *“Quando il cervello è impegnato in attività che richiedono attenzione e coordinazione, diventa molto più sensibile alla qualità delle informazioni visive”,* ha sottolineato **Rajat Agarwala, Ricercatore Senior** presso l'**Institute for Ophthalmic Research** dell'**Università di Tübingen**. *“Anche una lieve sfocatura può aumentare il carico cognitivo durante attività quotidiane come guidare, lavorare o interagire con gli oggetti”*. Per la prima volta, gli studi dello ZEISS Vision Science Lab hanno dimostrato in modo oggettivo il **legame** tra **nitidezza visiva** e **carico cognitivo**. Le ricerche hanno evidenziato come le distorsioni periferiche delle lenti possano costringere il cervello a un maggiore sforzo di elaborazione, aumentando il cosiddetto carico cognitivo estraneo. Da queste evidenze è nata la **tecnologia NeuroOptics**, alla base delle nuove lenti ZEISS ClearMind. Come ha spiegato **Fabio Briganti, Product Manager** presso **ZEISS Vision**, il progetto integra conoscenze provenienti dall'ottica, dall'analisi del comportamento visivo, dalla morfologia oculare e dalle neuroscienze, con l'obiettivo di ottimizzare la qualità dell'immagine lungo tutto il campo visivo e ridurre le sfocature percepibili nelle aree periferiche della lente. Per verificare l'efficacia del nuovo

design, i ricercatori dell'Università di Tübingen hanno condotto studi comparativi utilizzando EEG, eye tracking e questionari soggettivi. In una prima fase è stato confermato che all'aumentare della sfocatura cresce anche il carico cognitivo. Successivamente, confrontando le nuove ClearMind con lenti tradizionali, nove partecipanti su dieci hanno riportato una riduzione dello sforzo mentale percepito, mentre le misurazioni fisiologiche hanno evidenziato livelli inferiori di carico cognitivo e un aumento del 16% della frequenza di ammiccamento. Disponibili nelle versioni monofocali, con supporto accomodativo e progressive, le nuove ZEISS ClearMind rappresentano oggi il segmento premium dell'offerta dell'azienda. Secondo i dati presentati, le lenti garantiscono campi visivi più ampi rispetto alle generazioni precedenti: nelle progressive, in particolare, l'area di **visione da lontano** è stata ampliata del **9%**, quella **intermedia** del **26%** e quella per **vicino** del **41%** rispetto alla precedente generazione SmartLife. Anche i **tempi di adattamento** risultano particolarmente **rapidi**, con oltre la metà degli utilizzatori che si abitua alle lenti entro un'ora e l'88% entro un giorno. L'obiettivo, secondo ZEISS, non è soltanto offrire una visione più nitida, ma consentire al cervello di **elaborare le informazioni visive** in modo più efficiente, favorendo **concentrazione, comfort e benessere** durante l'intera giornata. Un approccio che apre una nuova frontiera nel dialogo tra ottica e neuroscienze, spostando l'attenzione dal semplice “vedere meglio” al più ampio concetto di **“vivere meglio attraverso la visione”**.



LA GAMMA DI LENTI PER GLI SPORTIVI



+35%
VOLUME DEI COLORI
PERCEPITI

CRF FINO A
137%
UNA LENTE DA SOLE STANDARD
HA UN CRF 100%

IMMERGITI IN
UN'ESPERIENZA VISIVA
STRAORDINARIA

daioptical.com

SPECIALE
Sport

Sport Vision Training
e motociclismo
Sport e sicurezza
L'importanza
di essere autentici
La filosofia di Kilian



CENTRO STYLE
DAI OPTICAL INDUSTRIES
DAO
ESOFORM
HOYA
ITAL-LENTI
MENICON SOLEKO
SEL OPTICAL

A cura di: **IRSOO**

Sport Vision Training e motociclismo

Edoardo Franceschi



Fig. 1: Mattia Paolucci in pista

Nel motociclismo si tende spesso a pensare che tutto dipenda dalla velocità. Più forte vai, più possibilità hai di vincere. Ma chi vive davvero la pista sa che non è così semplice. A fare la differenza non è soltanto la velocità pura: è la capacità di adattarsi, reagire, leggere ciò che accade prima degli altri. In altre parole, essere dinamici.

Quando un pilota entra in curva a oltre duecento chilometri orari, il tempo si comprime. Ogni dettaglio assume un peso enorme: una traiettoria che cambia improvvisamente, un avversario che chiude lo spazio, una staccata da reinterpretare all'ultimo istante. In quei momenti non basta avere talento meccanico o coraggio. Serve un cervello allenato a gestire l'imprevisto, a mantenere lucidità sotto pressione e a trasformare informazioni rapidissime in decisioni precise. È proprio qui che entra in gioco lo **Sport Vision Training**.

Lo Sport Vision Training è un metodo di allenamento che mira a migliorare la performance sportiva attraverso il potenziamento delle capacità visive, cognitive e neuro-motorie dell'atleta. Non si tratta semplicemente di "vedere meglio", ma di imparare a elaborare più velocemente ciò che gli occhi percepiscono. La differenza è sostanziale: l'occhio raccoglie le informazioni, ma è il cervello che decide come utilizzarle. E nello sport motoristico, dove ogni millesimo può cambiare una gara, la rapidità con cui il cervello interpreta la realtà diventa un vantaggio concreto.

Questo tipo di training lavora su aspetti fondamentali come attenzione, percezione periferica, anticipazione e coordinazione visuo-motoria. Allenare l'attenzione significa mantenere la mente stabile e lucida anche nelle

situazioni più stressanti, quando il rumore del pubblico, la pressione della competizione o la presenza aggressiva degli avversari rischiano di compromettere la concentrazione. Un pilota allenato riesce a restare focalizzato sul proprio obiettivo senza disperdere energie mentali, anche nelle fasi più intense della gara. La percezione periferica permette invece di "sentire" ciò che accade intorno senza perdere il focus principale. In pista significa percepire i movimenti degli altri piloti, interpretare gli spazi, cogliere variazioni improvvise dell'ambiente mantenendo lo sguardo orientato verso la traiettoria ideale. È una capacità essenziale, perché spesso la differenza tra una manovra efficace e un errore nasce proprio dalla qualità delle informazioni che riusciamo a percepire senza accorgercene consapevolmente. Poi c'è l'anticipazione, forse l'abilità più affascinante. Anticipare significa leggere la pista prima ancora di arrivarci. È come se il cervello imparasse a prevedere ciò che sta per accadere, elaborando scenari futuri in anticipo rispetto all'azione reale. Questo consente al pilota di reagire prima, con movimenti più fluidi, precisi ed efficaci.

Non è istinto puro: è allenamento neurologico. È il cervello che impara a processare informazioni con maggiore velocità e qualità. Un altro elemento centrale dello Sport Vision Training è la coordinazione visuo-motoria, cioè la capacità di trasformare rapidamente ciò che si vede in un'azione puntuale e precisa. Negli sport motoristici, la connessione tra occhi, mani e corpo deve essere immediata: una minima esitazione sul manubrio, una frenata leggermente ritardata o una correzione imprecisa possono compromettere una

curva o un intero giro. Allenare la coordinazione occhio-mano significa rendere i movimenti più automatici, rapidi e fluidi, migliorando il controllo del mezzo anche nelle situazioni più estreme. Fondamentale è anche il lavoro sulla gestione dell'attenzione in relazione alla fatica fisica. Quando il corpo si affatica, infatti, anche il cervello tende a perdere precisione: cala la concentrazione, aumenta il tempo di reazione e diventa più difficile prendere decisioni lucide. Lo Sport Vision Training abitua l'atleta a mantenere alte le prestazioni cognitive anche sotto stress e stanchezza, simulando condizioni molto vicine a quelle reali della competizione. È proprio nei momenti finali di una gara, quando la fatica mentale e quella fisica diventano oppressive e la frequenza cardiaca oltrepassa i 200 bpm, che la capacità di restare presenti e reattivi può fare la differenza. Per questo motivo oggi si parla sempre più spesso di neurotraining applicato allo sport. Un allenamento che unisce mente e corpo attraverso esercizi visivo-cognitivo-motori studiati per stimolare le aree cerebrali coinvolte in attenzione, reazione, decisione e controllo motorio. Nel contesto dello Sport Vision Training, questo approccio diventa un vero percorso di coaching pratico, capace di migliorare concentrazione, gestione dell'imprevisto e connessione tra mente e movimento. Negli sport motoristici tutto accade troppo in fretta per affidarsi soltanto al riflesso naturale. Serve preparazione mentale, capacità di lettura e controllo cognitivo. Perché quando il cervello impara a vedere prima, il corpo riesce anche ad agire prima. Ed è proprio lì, in quell'anticipo invisibile di pochi istanti, che spesso si decide se guidare l'azione o subirla.

LA VISIONE IN PISTA: PAROLE DI MATTIA PAOLUCCI, PILOTA MOTOCICLISTICO**QUANDO È NATA LA TUA PASSIONE PER LE MOTO E DOVE TI HA PORTATO OGGI?**

Ho iniziato ad andare in moto a 4 anni, con una piccola minimoto da cross regalata da un amico di mio padre. All'inizio era solo divertimento nei campi dietro casa, poi tutto è cambiato quando mio padre mi regalò per Natale una minimoto da pista. Da lì è iniziato il legame con l'asfalto e, poco dopo, sono arrivate le prime gare in minimoto, intorno ai 9 anni. Oggi corro nel Campionato Italiano Velocità, il Dunlop CIV, nella categoria Super Sport, con il Team MRT Corse e il supporto di Kawasaki Italia. È un campionato nuovo per me, dove sto maturando esperienza per migliorarmi e spingermi sempre oltre. È il sogno che avevo da bambino e che continuo a inseguire ogni volta che entro in pista.

QUAL È LA SFIDA PIÙ GRANDE PER UN PILOTA E COME TI PREPARI A UNA GARA?

La sfida più grande è riuscire a mantenere lucidità e costanza dall'inizio alla fine della gara. Nel motociclismo non basta essere veloci per un giro: serve avere una condizione fisica e mentale che ti permetta di restare concentrato anche nei momenti più difficili. Per questo la preparazione mentale è fondamentale quanto quella fisica. Prima di una gara cerco di isolarmi completamente dal mondo esterno: faccio qualche minuto di meditazione, utilizzo tecniche di respirazione e provo a liberare la mente da qualsiasi pensiero che

non sia la pista. Durante la settimana, oltre allo Sport Vision Training, lavoro molto sulla mindfulness, faccio ciclismo e seguo allenamenti specifici in palestra studiati per le esigenze di un pilota. Ogni dettaglio può fare la differenza.

QUANTO CONTA LA VISIONE NEL MOTOCICLISMO?

La visione è tutto. In gara fai affidamento sugli occhi in ogni istante, sia quando sei nel gruppo con le moto a pochi centimetri, sia quando sei da solo a cercare il limite. Avere una visione efficace significa riconoscere prima i riferimenti del tracciato, anticipare le situazioni e reagire più velocemente. Spesso sono frazioni di secondo che cambiano completamente una gara.

QUALI MIGLIORAMENTI HAI NOTATO GRAZIE AL LAVORO VISIVO E ATTENTIVO?

Ho avuto la fortuna di iniziare questo percorso fin da piccolo, quindi è difficile fare un confronto netto. Però ricordo che, soprattutto nei momenti di stanchezza, i tempi di reazione non erano quelli che ho oggi e anche la visione periferica era meno efficace. Con il lavoro svolto ho imparato a restare più lucido, più rapido nelle decisioni e più stabile nella concentrazione, anche dopo tanti giri tirati. In pista senti davvero la differenza.

QUANTO CONTA OGGI L'ALLENAMENTO VISIVO**E ATTENTIVO PER UN PILOTA DI ALTO LIVELLO?**

Conta tantissimo. Nel nostro sport il livello è altissimo e spesso a fare la differenza non è un secondo, ma un dettaglio. L'allenamento visivo e attentivo ti dà quel qualcosa in più che, soprattutto sulla lunga distanza, può diventare decisivo. Quando il fisico cala e la pressione aumenta, avere una mente allenata e una visione pronta può cambiare il risultato finale.

CONCLUSIONI

Le parole e l'esperienza di Mattia Paolucci mostrano con chiarezza quanto il motociclismo moderno non sia più soltanto una sfida di motori, tecnica e coraggio. Oggi, a livelli sempre più competitivi, la vera differenza nasce dalla qualità con cui un pilota riesce a percepire, interpretare e trasformare le informazioni in azione. Dal racconto del suo percorso emerge un aspetto fondamentale: la visione non è un elemento secondario della performance, ma una componente centrale della guida. Allenare attenzione, percezione periferica, anticipazione e controllo mentale significa costruire un pilota più completo, più stabile e più consapevole. Non si tratta semplicemente di reagire più velocemente, ma di arrivare mentalmente prima degli eventi, mantenendo lucidità anche quando pressione, fatica e adrenalina raggiungono livelli estremi. L'esperienza pratica dello Sport Vision Training, integrata con il lavoro sulla



Fig. 2: esercizi con palla di Marsden

mindfulness e sul neurotraining, dimostra come mente e corpo non possano essere separati nella preparazione sportiva. Quando il cervello impara a gestire meglio gli stimoli, a filtrare le distrazioni e a restare nel momento presente, anche il gesto tecnico diventa più fluido, preciso ed efficace. È in questa connessione profonda tra percezione, decisione e movimento

che nasce il vero salto di qualità. Mattia Paolucci racconta un percorso fatto non solo di velocità, ma di crescita personale, adattamento e ricerca continua della migliore versione di sé. Ed è forse proprio questo il messaggio più importante: il pilota vincente non è soltanto quello che accelera di più, ma quello che riesce a restare lucido quando tutto intorno corre troppo veloce.

Lo Sport Vision Training rappresenta oggi una nuova frontiera della preparazione negli sport motoristici. Una frontiera in cui neuroscienze, allenamento cognitivo e performance si incontrano per sviluppare atleti più completi, più resilienti e più consapevoli. Perché in pista, spesso, la differenza tra vedere e prevedere vale molto più di qualche cavallo in più.

A cura di: **CERTOTTICAGROUP**

Sport e sicurezza

CERTOTTICAGROUP SVOLGE UN RUOLO CHIAVE IN TEMA DI **SICUREZZA, INNOVAZIONE E RICERCA** NEL MONDO DELLO **SPORT**. È QUI INFATTI CHE SI **TESTANO I MATERIALI** E LE **ATTREZZATURE SPORTIVE** (DALL'ALPINISMO AL MOTOCICLISMO, PASSANDO PER LE ULTIME NOVITÀ LEGATE ALLO SCI), MA NON SOLO: IL COMPETENCE HUB SI OCCUPA ANCHE DI **NORMAZIONE** E, SEDENDO AI PRINCIPALI TAVOLI NAZIONALI ED EUROPEI, CONTRIBUISCE ALLA **STESURA DELLE NORME** CHE INDICHERANNO LA STRADA DEL FUTURO NELL'AMBITO DELLA **SICUREZZA**.

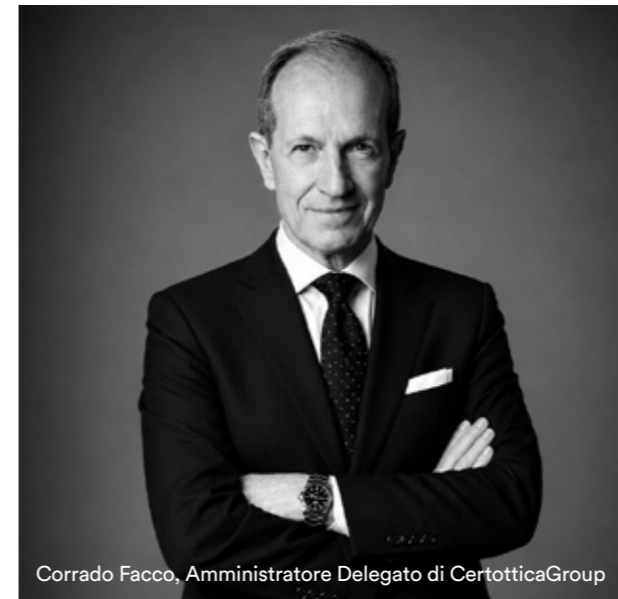


Test, certificazione, normazione, qualità: questi i pilastri dell'attività di CertotticaGroup che al fianco delle aziende leader di settore lavora per attività sportive sempre più all'avanguardia, performanti e - allo stesso tempo - sicure. La mission aziendale fondante, legata al mondo dell'occhiale e della vista, è sempre salda nel DNA di CertotticaGroup: inevitabile quindi parlare dei test e delle certificazioni di occhiali e visiere per le diverse discipline sportive, dove evoluzione e innovazione si fanno sentire tanto nel campo dei materiali (sempre più all'insegna dell'economia circolare e della sostenibilità) quanto nell'ergonomia; fondamentale resta poi la capacità di **garantire la massima qualità e sicurezza della vista, garantendo comfort, qualità, leggerezza e adattabilità.** Questioni importanti e complesse da far convivere tra loro, per le quali le competenze e le conoscenze di CertotticaGroup rappresentano da anni i punti di riferimento per le grandi aziende dello sportssystem.

L'innovazione dell'occhiale, anche nello sport, oggi si può poi riassumere in due parole: **Smart Glasses**. L'attività sportiva apre scenari importanti per la progettazione e realizzazione di prodotti di tecnologia d'eccellenza e ad altissima sicurezza, in grado di coniugare analisi delle performance e connettività, potenzialità dell'Intelligenza Artificiale e interazione con l'utente-atleta. Un mondo in fase di costruzione dove le competenze in materia di stesura dei disciplinari, definizione di nuove normative, test di laboratorio e ricerca avanzata sono fondamentali per la qualità, la sicurezza e - in una parola - il successo del prodotto.

CON DOLOMITICERT, PARAMETRI STANDARD PER GLI AIRBAG DA SCI

Sulla scia di questi impegni, va anche una delle ultime attività avviate da CertotticaGroup, attraverso la sua **business unit DolomitiCert** che dall'autunno 2025 è impegnata, assieme

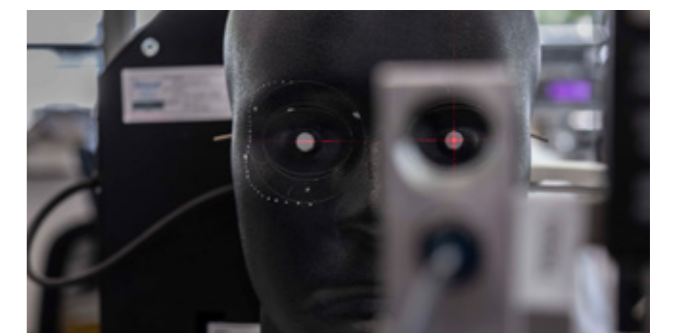


Corrado Facco, Amministratore Delegato di CertotticaGroup

al Dipartimento di Ingegneria Industriale dell'Università di Padova, nei test di simulazione dedicati agli **airbag** elettronici per lo sci. Si tratta di un progetto, unico in Europa, che attraverso l'uso di un dispositivo di lancio controllato permette di ricreare scenari realistici di caduta e impatto; gli esiti porteranno alla realizzazione di un disciplinare avanzato per la certificazione e validazione di airbag ad attivazione elettronica che potranno così garantire ancora maggior efficacia, sia nell'utilizzo sportivo che in quello amatoriale. Si passa così da una certificazione basata su dati di gara e video - forniti dai produttori - a una certificazione fondata su parametri verificati e comparabili; un sistema imparziale e obiettivo che permetterà alle ditte produttrici di mettere a punto, testare e certificare i propri algoritmi e tecnologie di protezione, garantendo la diffusione della tecnologia (e quindi della sicurezza) e favorendo di riflesso la concorrenza, portando anche ad una possibile riduzione dei costi. Un'eccellenza unica, nata non a caso tra le Dolomiti patrimonio dell'umanità UNESCO e nella terra che tra febbraio e marzo ha ospitato molte delle gare dei Giochi Olimpici e Paralimpici invernali di Milano Cortina 2026. *"Sicurezza e innovazione non possono essere due linee di sviluppo separate.* - commenta l'**Amministratore Delegato di CertotticaGroup, Corrado Facco** - *Oggi lo sci alpino e le sue discipline più veloci richiedono nuovi standard: servono infatti metodologie, protocolli validati scientificamente, test fisici e disciplinari normativi, supportati da reali competenze. È il lavoro che CertotticaGroup ha costruito con investimenti concreti e una visione chiara: rendere il capitale umano e la tecnologia una leva di prevenzione reale.* Non c'è solo sci nell'attività sportiva di DolomitiCert: sono infatti già attivi disciplinari di certificazione per airbag in specialità come la MotoGP, l'enduro e il motocross, e l'esperienza può essere estesa a settori emergenti come la bici o l'equitazione e potenzialmente anche in ambito medicale/preventivo come, ad esempio, protezioni anticaduta gonfiabili per anziani o per persone con epilessia.

SPORT PIÙ SICURO CON RICERCA E INNOVAZIONE

All'attività di normazione si affianca poi quella di ricerca e innovazione: CertotticaGroup negli anni ha infatti consolidato il suo ruolo di riferimento nazionale ed europeo, affermandosi come partner e project leader di progetti finanziati da fondi europei, PNRR e programmi di cooperazione transfrontaliera. L'obiettivo dichiarato è quello di non fare ricerca fine a sé stessa, ma - come detto prima - di "scrivere il futuro" dell'industria, applicando autorevolezza, conoscenze e capacità al mondo dell'innovazione per risolvere problemi reali nei più vari campi, dall'occhialeria alla sicurezza in montagna, dallo sportssystem al mondo del lavoro. Lo fa grazie a una rete di partner che oggi conta oltre venti realtà tra università, istituzioni e reti industriali; negli ultimi 10 anni, sono stati oltre 30 - tra programmazioni europee, nazionali e regionali - i progetti sviluppati dall'Area Ricerca e Innovazione di CertotticaGroup. La ricerca applicata rappresenta uno degli strumenti attraverso cui CertotticaGroup contribuisce all'evoluzione del mondo sportivo, sviluppando soluzioni innovative pensate per migliorare sicurezza, prestazioni e sostenibilità. Le attività di ricerca sviluppate da CertotticaGroup non si limitano però al mondo dello sport. Un esempio significativo è rappresentato dal progetto S.O.S. - Smart Glasses al supporto della medicina d'emergenza e urgenza extraospedaliera nei contesti montani, concluso nel 2025. L'iniziativa, finanziata tramite fondi PNRR, ha permesso di esplorare le potenzialità delle tecnologie degli smart glasses a supporto degli operatori del soccorso impegnati in contesti critici, in particolare con un focus specifico sul soccorso alpino in alta quota e sulla gestione delle malattie tempo-dipendenti in ambito SUEM. CertotticaGroup si sta già muovendo per avviare collaborazioni strategiche con aziende produttrici di smart glasses con l'obiettivo di dare vita a ulteriori sperimentazioni, in laboratorio e in campo, al fine di definire nuove pratiche e nuovi standard tecnologici a supporto della medicina d'emergenza e urgenza extraospedaliera.



ENEBA BASTIANINI

L'importanza di essere autentici

PER IL 2026 **POLICE**, HA SCELTO **ENEBA BASTIANINI** COME NUOVO AMBASSADOR, AFFIANCANDO IL PILOTA ITALIANO NEL SUO PERCORSO TRA **RACING** E **LIFESTYLE**, DENTRO E FUORI DALLA PISTA.

Paola Ferrario

Protagonista della MotoGP™ con il team Red Bull KTM Tech3, **Enea Bastianini** incarna valori come **autenticità**, **determinazione** e **audacia**, gli stessi che da sempre caratterizzano l'identità di Police. Una sintonia che trova espressione anche in **Police Unlocked**, la collezione che reinterpreta l'iconico simbolo dell'**aquila** come emblema di **libertà**, **personalità** e **stile**.

In questa intervista, il pilota racconta il suo rapporto con il brand, il significato dell'autenticità e l'importanza di esprimere la propria identità, in pista come nella vita quotidiana.

COSA L'HA COLPITO DELLA COLLABORAZIONE CON POLICE E COSA SENTE DI AVERE IN COMUNE CON IL BRAND?

Primariamente mi ha colpito il prodotto e l'attenzione a certi dettagli che lo rendono particolare e immediatamente riconoscibile. Si vede che dietro c'è una grande cura sia estetica sia tecnica, e questo per me è fondamentale. Anche nel mio lavoro ogni dettaglio fa la differenza. Mi rivedo nel fatto che Police punta su carattere, identità e performance: sono aspetti che fanno parte anche del mio modo di essere, in pista e nella vita di tutti i giorni.

POLICE RACCONTA DA SEMPRE PERSONALITÀ FORTI E AUTENTICHE. TI RICONOSCI IN QUESTA VISIONE?

Sì, mi riconosco in questi aggettivi. Police usa parole che caratterizzano molto bene anche il mio approccio, come "audacia": è un concetto che sento vicino, perché in gara devi sempre avere il coraggio di spingere, di rischiare e di esprimerti al massimo.

LA COLLEZIONE POLICE UNLOCKED REINTERPRETA IL SIMBOLO DELL'AQUILA COME ELEMENTO DI DESIGN E LIBERTÀ ESPRESSIVA. QUANTO CONTA PER LEI ESPRIMERE LA SUA IDENTITÀ ANCHE ATTRAVERSO LO STILE?

La libertà è un valore molto importante, in tutte le sue sfaccettature. Libertà di espressione nello stile, nel modo di vestirsi, di comunicare e di comportarsi. Ognuno ha il proprio modo di raccontarsi, ed è giusto che ci sia libertà nel farlo. Mi piace l'idea dietro Unlocked: questo simbolo dell'aquila che si apre e diventa design rappresenta proprio la possibilità di esprimere sé stessi senza compromessi. Anche attraverso gli occhiali puoi trasmettere qualcosa di tuo, del tuo carattere.



COSA SIGNIFICA PER LEI AUTENTICITÀ, DENTRO E FUORI DALLA PISTA?

Per me autenticità significa essere sempre coerente con sé stessi, senza costruzioni. In pista vuol dire dare tutto, essere concentrato al massimo.

QUANTO È IMPORTANTE SENTIRSI RAPPRESENTATO DA CIÒ CHE INDOSSA ANCHE LONTANO DALLA COMPETIZIONE?

In ogni occasione è sempre bello indossare le cose che ci piacciono e in cui ci si riconosce. Anche lontano dalla gara, quello che indossi fa parte del tuo modo di esprimerti. Avere la possibilità di scegliere modelli diversi che riflettono stati d'animo e situazioni è un plus.

HA SVILUPPATO NEL TEMPO UNA PARTICOLARE ATTENZIONE ALLA QUALITÀ VISIVA E AL COMFORT DEGLI OCCHIALI CHE UTILIZZA FUORI DALLA PISTA?

Sì, devo dire che l'occhiale è un accessorio che mi piace indossare molto. Con il tempo ho iniziato a dare



sempre più attenzione alla qualità della visione e al comfort, perché sono aspetti fondamentali, soprattutto per chi fa sport ad alto livello. Allo stesso tempo mi diverto anche a cambiare modello a seconda del momento che si vive: a volte qualcosa di più sportivo, altre volte più urbano o particolare. Fa parte del gioco.

POLICE ACCOMPAGNERÀ LA SUA STAGIONE NEI Paddock INTERNAZIONALI E NEGLI EVENTI LIFESTYLE DEL 2026: COSA SI ASPETTA DA QUESTA ESPERIENZA?

Rappresentare un brand di alto profilo, che produce occhiali che piacciono davvero, rende sicuramente felici e orgogliosi di questa partnership. Mi aspetto di vivere tante esperienze nuove, tra paddock ed eventi, e di portare avanti questo legame tra performance e stile che secondo me funziona molto bene.

E poi sicuramente di continuare a esplorare nuovi modelli e a divertirmi anche in questo aspetto più lifestyle del mio lavoro.

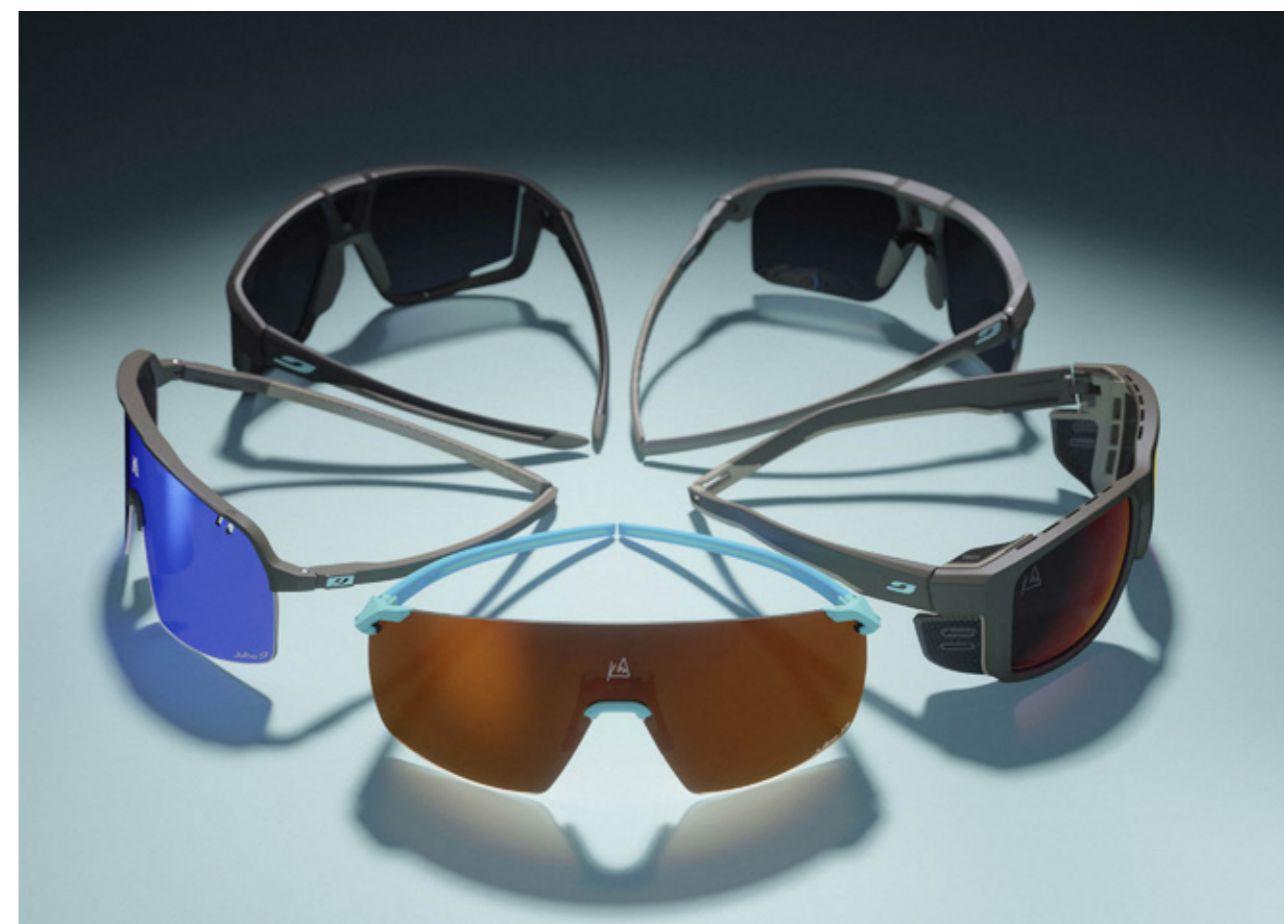
KILIAN JORNET

La filosofia di Kilian

Paola Ferrario



KILIAN JORNET, ATLETA DI FAMA MONDIALE DEL TRAIL RUNNING E DEL MONDO DELL'OUTDOOR, RACCONTA IN QUESTA INTERVISTA IL RAPPORTO CON LA VISIONE.



Julbo Kilian Jornet Series

Per chi vive la **montagna** ai massimi livelli, la **qualità della visione** non è un dettaglio tecnico, ma uno **strumento essenziale** per interpretare il **terreno, prendere decisioni** e **affrontare condizioni** in continua evoluzione. In questa intervista, **Kilian Jornet** ripercorre il legame che lo unisce a Julbo, approfondendo il ruolo della visione nelle attività di endurance, il processo di sviluppo della capsule collection che porta il suo nome e i valori che guidano il suo approccio allo sport: **autenticità, affidabilità e sostenibilità**. Dalle sfide estreme del progetto "States of Elevation" all'importanza di prodotti testati sul campo, emerge una visione della performance che va oltre il risultato e mette al centro consapevolezza, sicurezza e rispetto per l'ambiente montano.

CHE RUOLO HA LA VISIONE NEI TUOI SUCCESSI E NELLE SFIDE CHE AFFRONTI?

In montagna, vedere bene non è un semplice dettaglio: è parte integrante del modo in cui ti muovi, interpreti il terreno e prendi decisioni. Una buona visione trasmette sicurezza, ma è anche fondamentale per la protezione personale. Quando le condizioni cambiano rapidamente, permette di mantenere la calma, leggere meglio l'ambiente e reagire con maggiore precisione.

COSA TI HA PORTATO A SCEGLIERE JULBO PER QUESTA COLLABORAZIONE?

È stata una scelta molto naturale. Julbo fa parte della mia vita in montagna fin da quando ero bambino e ho utilizzato i suoi prodotti in moltissime esperienze e progetti. Questa collaborazione non è nata dalla scoperta di qualcosa di nuovo, ma dalla prosecuzione di un rapporto già consolidato, costruito nel corso di innumerevoli ore trascorse all'aria aperta.

QUANTO È IMPORTANTE PER TE ESSERE COINVOLTO ATTIVAMENTE NELLO SVILUPPO E NELLA SELEZIONE DEI PRODOTTI CHE PORTANO IL TUO NOME?

Per me è essenziale. Se un prodotto porta il mio nome, devo essere sicuro di poterlo utilizzare realmente e di potermi affidare ad esso in montagna. Questo significa testarlo in situazioni concrete, comprenderne i punti di forza, individuare gli aspetti migliorabili ed essere sempre onesto nelle valutazioni. Un prodotto non dovrebbe nascere soltanto da un'idea, ma soprattutto dall'esperienza.

LA KILIAN JORNET SERIES NASCE DA MODELLI CHE HAI SELEZIONATO PERSONALMENTE E TESTATO

SUL CAMPO. QUALI CARATTERISTICHE RITIENI DAVVERO INDISPENSABILI IN UN OCCHIALE SPORTIVO?

Per me un occhiale deve quasi scomparire quando lo si indossa. Deve essere leggero, stabile, protettivo e confortevole anche dopo molte ore di utilizzo. Allo stesso tempo deve sapersi adattare alla montagna e alle sue continue variazioni: luce, neve, nebbia, pioggia, quota, ombra e sole. È proprio questo che apprezzo degli occhiali Julbo: la loro capacità di adattarsi alle condizioni mutevoli senza distrarmi dall'esperienza. L'aspetto più importante è che consentano di leggere il terreno in modo chiaro, senza dover pensare al prodotto che si indossa.

QUESTA CAPSULE COLLECTION NASCE DA UN'ESPERIENZA ESTREMA E AUTENTICA. NEL PROGETTO "STATES OF ELEVATION" HAI PERCORSO OLTRE 5.000 CHILOMETRI E ACCUMULATO PIÙ DI 123.000 METRI DI DISLIVELLO POSITIVO. COME CAMBIA IL RAPPORTO CON LA PERCEZIONE VISIVA DURANTE UNO SFORZO COSÌ PROLUNGATO?

Negli sforzi di lunga durata tutto diventa più intenso. La fatica modifica il modo in cui si vede, si pensa e si reagisce. La luce, le condizioni meteorologiche, l'altitudine e la mancanza di sonno possono influenzare profondamente la percezione. In quei momenti, una visione chiara aiuta a rimanere connessi all'ambiente e a prendere decisioni migliori. Con Julbo non si tratta di aggiungere qualcosa in più, ma di poter contare su uno strumento affidabile, che mi permetta di concentrarmi sul terreno, sulle condizioni e sulle scelte che devo compiere. A quel punto non si parla più soltanto di performance in senso tradizionale, ma di presenza, consapevolezza e sicurezza nel muoversi in montagna.

DURANTE "STATES OF ELEVATION" HAI COLLEGATO LE VETTE IN BICICLETTA E A PIEDI, RIDUCENDO AL MINIMO L'IMPATTO AMBIENTALE. QUANTO È CENTRALE LA SOSTENIBILITÀ NEL TUO STILE DI VITA?

Per me la sostenibilità non è qualcosa di separato dallo sport o dalla vita quotidiana. Fa parte del modo in cui cerco di vivere e muovermi in montagna. Naturalmente nessuno è perfetto, ma possiamo compiere scelte più consapevoli: nel modo in cui viaggiamo, in ciò che consumiamo, nella durata dei prodotti che utilizziamo e nel rapporto che instauriamo con i luoghi che amiamo. Le montagne non sono soltanto un terreno di gioco: sono ecosistemi vivi, verso i quali abbiamo una responsabilità.



Julbo Intensity - Kilian Jornet Series



Julbo Fury - Kilian Jornet Series



Julbo Faster L - Kilian Jornet Series



Julbo Faster L - Kilian Jornet Series

QUALI SONO LE CONDIZIONI VISIVE PIÙ DIFFICILI DA GESTIRE DURANTE LE ATTIVITÀ DI ENDURANCE?

Le situazioni più complesse sono spesso quelle in cui le condizioni cambiano rapidamente: passare dall'ombra al sole intenso, dal bosco alla neve, dalla nebbia ai riflessi abbaglianti, oppure affrontare pioggia e vento che riducono la nitidezza della visione. Anche la fatica gioca un ruolo determinante. Dopo molte ore, interpretare il terreno diventa più difficile ed è proprio in quei momenti che una buona qualità visiva aiuta a mantenere la concentrazione e a evitare errori.

QUANTO È IMPORTANTE CHE UN PRODOTTO RACCONTI UNA STORIA AUTENTICA E VISSUTA?

Credo sia molto importante. Un prodotto acquista valore quando nasce dall'utilizzo reale, dagli errori, dai test sul campo e dalle lunghe giornate trascorse all'aperto. Per me la storia non dovrebbe essere qualcosa aggiunto in seguito per esigenze di comunicazione: dovrebbe essere già contenuta nel prodotto stesso, nel motivo per cui esiste, nel problema che risolve e nel modo in cui può aiutare le persone a muoversi meglio e con maggiore rispetto per l'ambiente che le circonda.



Julbo Faster L - Kilian Jornet Series

CENTRO STYLE

Approccio a 360°

CENTRO STYLE OFFRE UN PORTFOLIO COMPLETO ATTRAVERSO **SOLUZIONI SU MISURA** IN GRADO DI CONIUGARE **PROTEZIONE, COMFORT VISIVO E DESIGN ACCATTIVANTE.**



Il mondo dello **sport** e del **tempo libero** rappresenta oggi più che mai un segmento di mercato in costante crescita, dove la richiesta di tecnicità si fonde inestricabilmente con lo stile e il comfort. Per l'ottico optometrista, questo scenario non è solo una sfida professionale, ma una straordinaria opportunità di business. Progettare ausili visivi per lo sport per **Centro Style** significa mettere l'**atleta** - amatoriale o professionista - al **centro del processo creativo**, offrendo soluzioni su misura che uniscono **protezione, comfort visivo e design grintoso**. Lo sportivo non cerca semplicemente un occhiale da sole; cerca uno strumento che migliori la percezione dei contrasti, che protegga dagli urti e dagli agenti atmosferici e che, all'occorrenza, aiuti a correggere il proprio difetto visivo.

L'EVOLUZIONE DEL CONCETTO "VISTA SOLE SPORT"

Per anni il connubio tra occhiale sportivo avvolgente e lenti correttive ha rappresentato un compromesso

geometrico ed estetico. Centro Style ha superato questo limite ingegnerizzando soluzioni che integrano **aggiuntivi interni (clip-in) removibili**. Questa tecnologia permette all'ottico di montare lenti correttive mantenendo inalterata l'estetica avvolgente ed ergonomica dell'occhiale esterno. Dalla stabilità garantita dal doppio aggancio dei **modelli con coppiglia**, alla versatilità dei **sistemi flip-up** con lenti esterne ribaltabili e intercambiabili, ogni dettaglio è pensato per semplificare il lavoro in laboratorio dell'ottico e per offrire al cliente finale una visione nitida, sicura e priva di distorsioni periferiche.

LA SCIENZA DEL FILTRO E LA SEGMENTAZIONE PER ELEMENTI

La tecnologia che fa la differenza nella performance: i filtri fotoselettivi

La vera rivoluzione nella gestione della visione sportiva risiede nella capacità di manipolare la luce per scopi agonistici o di sicurezza. Centro Style introduce nel



segmento sportivo l'eccellenza dei **filtri fotoselettivi (dispositivi medici certificati)**, una soluzione avanzata che taglia le lunghezze d'onda della luce disturbante per incrementare la sensibilità al contrasto e rendere l'immagine più nitida. Nello sport, un millesimo di secondo fa la differenza:

- **Nel ciclismo e outdoor:** l'utilizzo di filtri selettivi specifici (come i 500nm, disponibili anche in versione Polarizzati Light) riduce l'affaticamento oculare e la tendenza a strizzare gli occhi. Supporta la visione del ciclista nel passaggio repentino dal pieno sole all'ombra.
- **Nella pesca e sport acquatici:** i filtri fotoselettivi dedicati (come i 511nm e 527nm Polar Light) eliminano i fastidiosi riflessi della superficie dell'acqua, consentendo di penetrare visivamente lo specchio d'acqua per osservare fondali e pesci con un relax visivo senza precedenti.

Tutti i filtri fotoselettivi sono dotati di trattamento antiriflesso interno **SUNCOAT** (specifico per lenti solari con indurimento su entrambi i lati) e, fattore cruciale per il business dell'ottico, **possono essere forniti graduati**.



SPECIALIZZAZIONE NELLA SICUREZZA PER FIDELIZZARE GLI SPORTIVI

La gamma sportiva si completa con linee specializzate per rispondere a ogni ambiente:

- **Linea galleggiante:** Pensata per la nautica, utilizza un nylon speciale a bassa densità che permette all'occhiale di non affondare. I filtri polarizzati di cat. 3 sono trattati per resistere all'azione corrosiva dell'acqua salata.
- **Nuoto:** occhialini da nuoto con oculari in materiale resistente e indeformabile disponibile con lente neutra o graduata.
- **Protezione sport certificato:** montatura sportiva di protezione individuale di seconda categoria conforme al regolamento (UE) 2016/425 e alla norma EN 166/2001 e al regolamento (UE) 2017/745 con servizio di taglio e montaggio lenti in diottria certificate. Disponibili con lenti monofocali o progressive chiare o *Transitions*®.

IL VALORE AGGIUNTO PER IL CENTRO OTTICO

Offrire la gamma sport e le soluzioni di visione sensibile di Centro Style significa disporre di un portafoglio completo, supportato da strumenti di marketing dedicati ed espositori compatti. Un'opportunità concreta per l'ottico professionista di proporsi come il vero specialista della visione e della performance sportiva a 360 gradi.

DAI OPTICAL INDUSTRIES

Innovazione visiva al servizio della performance

PROGETTATE PER LO **SPORT OUTDOOR**, LE **LENTI OFTALMICHE DAI SPORT** ASSICURANO **ELEVATA NITIDEZZA, CONTRASTO OTTIMIZZATO** E UN **COMFORT VISIVO COSTANTE** IN OGNI CONDIZIONE DI LUCE.



In ogni disciplina sportiva, la qualità della visione può fare la differenza. Leggere il terreno, percepire i movimenti con precisione e reagire in una frazione di secondo sono aspetti fondamentali per ogni atleta, professionista o appassionato. Per questo motivo, poter contare su lenti in grado di supportare e valorizzare la performance visiva rappresenta un vantaggio concreto. Nascono da questa esigenza le **DAI SPORT**, lenti oftalmiche progettate per garantire **elevata nitidezza, contrasto e comfort** durante le **attività all'aria aperta**.

Alla base delle DAI SPORT c'è **Power Color**, l'innovativa tecnologia sviluppata nei laboratori **DAI Optical Industries** che migliora la percezione cromatica, rendendo i colori più intensi e distinti. Il risultato è un aumento del contrasto tra oggetti e sfondi, con una visione più ricca di dettagli, più immediata e più efficace nelle situazioni dinamiche. Rispetto a una lente standard, le DAI SPORT

offrono un **CRF (Color Resolution Factor) superiore del 35%**, un dato che si traduce in una maggiore capacità di distinguere forme, colori e particolari dell'ambiente circostante. Questo consente allo sportivo di interpretare più rapidamente ciò che lo circonda, anticipare ostacoli e traiettorie e migliorare i tempi di reazione. Ideali per discipline come ciclismo, running, trail running, trekking e vela, le DAI SPORT sono pensate per tutte quelle attività in cui la precisione visiva è un elemento determinante. Oltre a garantire una protezione efficace dalla luce intensa, sono disponibili in diverse configurazioni personalizzabili per adattarsi a specifiche esigenze visive, montature e prescrizioni. Scegliere DAI SPORT significa affidarsi a una tecnologia progettata per accompagnare ogni sfida con la massima qualità visiva. Perché nello sport, come nella vita, vedere meglio significa esprimere al meglio il proprio potenziale.

DAI SPORT

LA GAMMA DI LENTI PER GLI SPORTIVI



DAO

Visione nitida... anche sott'acqua

DA OLTRE VENT'ANNI, L'AZIENDA TORINESE **DAO** RAPPRESENTA UN PUNTO DI RIFERIMENTO PER GLI OTTICI ITALIANI CHE DESIDERANO OFFRIRE **SOLUZIONI VISIVE SU MISURA** ANCHE IN AMBITO **SUBACQUEO**.

Grazie a un know-how consolidato e a una costante ricerca tecnologica, **DAO** ha trasformato l'accessorio da nuoto in uno strumento di precisione, in grado di garantire **comfort, sicurezza** e **benessere visivo** sotto la superficie dell'acqua.

La normativa italiana affida all'ottico professionista il compito di consigliare la soluzione più adatta per la visione subacquea corretta. In questo scenario, DAO affianca i professionisti del settore con un servizio altamente personalizzato: dalla scelta del modello di **maschera** o **occhialino** alla realizzazione di **lenti correttive graduate** per ogni esigenza visiva, comprese quelle più complesse.

UN SERVIZIO COMPLETO, DALLA A ALLA Z

L'offerta dell'azienda copre ogni necessità: occhialini da piscina e maschere da sub, sia neutri che graduati, sono disponibili in **pronta consegna** o **realizzati su misura**. Non mancano opzioni per lenti astigmatiche, bifocali o per alte diottrie. Inoltre, DAO è in grado di intervenire anche su maschere già in possesso del cliente, sostituendo le lenti originali con nuove **correzioni personalizzate**.



AMPIO CATALOGO E TECNOLOGIE AVANZATE

Il catalogo DAO include i brand più noti del settore, tra cui **Cressi, Aqua Sphere, Seac, Technisub, Mares, Tusa, Omer, Tabata** e la **novità Speedo Mariner**: un occhialino da piscina ad alte prestazioni, pensato per garantire massima resa visiva e comfort, anche durante l'uso intensivo.

Numerose le possibilità di **personalizzazione**: lenti con filtro UV, trattamento anti-fog, specchiate, polarizzate, scure o trasparenti. L'azienda offre modelli per adulti e bambini, con soluzioni che spaziano dalla massima portabilità a prodotti più tecnici, pensati per atleti e professionisti del nuoto.

VISIONE NITIDA, IN OGNI CONDIZIONE

Che si tratti di un allenamento settimanale in piscina o di un'immersione durante una vacanza tropicale, la tecnologia sviluppata da DAO permette di dire **addio** ad **appannamenti** e **abbagliamenti**. Ogni cliente può contare su una visione nitida e confortevole, anche sott'acqua. Con DAO, ogni momento trascorso nel blu diventa un'esperienza visiva completa: dalle immersioni allo snorkeling, dalle gare in vasca alle foto subacquee, il benessere visivo è sempre al centro.



ESOFORM

La lente a contatto entra in campo

LE **LENTI MONOUSO GIORNALIERE OXYGLIDE** RISPONDONO ALLE ESIGENZE DELLO **SPORTIVO CHE DESIDERA VEDERE MEGLIO**, INDIPENDENTEMENTE DALLA DISCIPLINA CHE PRATICA E DALL'ETÀ.

Nello sport, la vista vale quanto la preparazione atletica. È il senso con cui l'atleta legge il campo, anticipa i movimenti e calibra ogni reazione. Una revisione sistematica pubblicata nel 2024 sul Journal of Functional Morphology and Kinesiology (Buscemi et al.) ha analizzato settant'anni di letteratura scientifica confermando il **legame diretto** tra **funzione visiva** e **prestazione sportiva**: tempi di reazione, coordinazione oculo-motoria, capacità decisionale sotto pressione. Non a caso, le pubblicazioni nel campo della sport vision sono più che raddoppiate tra il 2015 e il 2023 - **lo sport sta scoprendo che vedere meglio significa anche performare meglio**. Eppure, nella pratica quotidiana del centro ottico, il tema delle lenti a contatto per lo sport è ancora trattato in modo generico. L'atleta - dal professionista al runner del weekend - ha esigenze visive specifiche che la lente a contatto può soddisfare in modo unico: campo visivo periferico libero, assenza di appannamenti, stabilità durante lo sforzo e un comfort che regge ore di attività intensa, in ogni condizione ambientale.

PERCHÉ LALENTE A CONTATTO FA LA DIFFERENZA

Rispetto all'occhiale, la lente a contatto segue il movimento oculare senza distorsioni ai bordi, senza montature che scivolano con il sudore, senza ostacoli alla visione periferica. Vantaggi concreti, che diventano determinanti negli sport di squadra, nel ciclismo, nelle arti marziali e nelle discipline ad alta velocità. Per molti atleti, indossare le lenti a contatto è semplicemente il modo più naturale per praticare sport con una correzione visiva. Il ruolo del professionista della visione in questo scenario è fondamentale: orientare il paziente sportivo verso la scelta giusta - materiale, geometria, frequenza di sostituzione. Perché non tutte le lenti sono uguali e una scelta sbagliata in un contesto sportivo si traduce quasi sempre in discomfort, instabilità di centratura e una performance visiva compromessa.

OXYGLIDE: NATA PER CHI NON SI FERMA

Le **lenti monouso giornaliere OxyGlide** di **Esoform** sono realizzate in silicone idrogel, materiale che assicura un'elevata trasmissibilità dell'ossigeno. La sostituzione giornaliera risolve alla radice il problema degli accumuli lipidici e proteici, che nelle lenti mensili sono tra le prime cause di discomfort durante l'attività fisica prolungata. Si indossa, si gareggia, si butta via: una semplicità di gestione che gli sportivi apprezzano concretamente. A rendere OxyGlide adatta al contesto sportivo contribuisce anche la **tecnologia GrabSoo Plus**, che migliora la bagnabilità della superficie della lente e stabilizza il film lacrimale nel tempo - un aspetto critico per chi porta le lenti durante sessioni prolungate, in ambienti ventosi o in condizioni di stress evaporativo elevato. Il risultato è un comfort percepito che si mantiene costante dall'inizio alla fine dell'attività, senza quella sensazione di secchezza che spesso spinge lo sportivo ad abbandonare le lenti a contatto. La **geometria asferica HD** ottimizza la messa a fuoco su tutta la superficie ottica, riducendo le aberrazioni periferiche e garantendo una visione più nitida e definita - non solo al centro, ma anche nella visione periferica che in molti sport è altrettanto decisiva. A completare il profilo, il **filtro UV di classe 1** integrato nella lente blocca oltre il 90% dei raggi UVA e il 99% dei raggi UVB: una protezione concreta per chi pratica sport all'aperto. OxyGlide è disponibile in versione **sferica, torica e multifocale**. Una gamma completa che consente di offrire una risposta personalizzata anche ai soggetti astigmatici e presbinti. Portare la sport vision al centro dello studio ottico significa intercettare un **bisogno reale e crescente**: quello di chi pratica sport con la stessa dedizione con cui cura la propria salute visiva.

Le lenti OxyGlide offrono la base tecnica per rispondere a questa esigenza e rendere il centro ottico il punto di riferimento naturale per ogni sportivo che vuole vedere al meglio, in ogni disciplina e a ogni età.

esoform

Lenti a contatto Oxyglide 1day
Nitidezza, comfort e libertà in ogni disciplina



HOYA

Molto più che lenti fotocromatiche

LE NUOVE LENTI **SENSITY COLOURS** SONO UN CONNUBIO DI **TECNOLOGIA EVOLUTA, COLORI BRILLANTI E PROTEZIONE TOTALE.**



La nuova collezione di lenti **fotocromatiche Sensity Colours** unisce stile contemporaneo, comfort visivo e protezione completa, pronta a diventare il must-have degli ottici-optometristi che vogliono differenziarsi e dei clienti finali più attenti ed esigenti. Ideali per chi cerca occhiali da vista che riflettano la propria personalità senza rinunciare alla funzionalità, le nuove Sensity Colours offrono **sei tonalità fotocromatiche** vivaci e alla moda.

Il risultato? Lenti sensibili alla luce, che riducono l'abbagliamento e offrono protezione UV totale, senza compromessi sullo stile. "A poche settimane dal lancio, siamo molto soddisfatti del riscontro ricevuto dagli ottici-optometristi che hanno già proposto Sensity Colours ai loro clienti: ci confermano che la combinazione di tecnologia fotocromatica evoluta, protezione UV totale e colori moderni sta rispondendo perfettamente alle esigenze di un pubblico sempre più attento a comfort visivo e stile. Un successo che premia il nostro impegno nell'offrire soluzioni all'avanguardia e altamente distinte", dichiara **Anna Maria Nicolini, Direttrice Marketing di HOYA.**

Secondo recenti ricerche, 7 persone su 10 soffrono di sensibilità all'abbagliamento, in particolare nella fascia 18-44 anni*. Le nuove lenti fotocromatiche di HOYA rispondono a questa esigenza grazie allo strato fotocromatico grigio che offre comfort visivo e 100% protezione dai raggi UV.

COLORI ESTIVI E TRENDY, ANCHE PER L'ATTIVITÀ SPORTIVA

Pensate per portatori di occhiali di tutte le età, si presentano in sei tonalità ispirate alla stagione estiva: **rosa, verde, arancione e blu** in **versione sfumata**, oltre ad **arancione e giallo** in **tinta piena**. **Queste ultime sono ideali per migliorare il contrasto durante le attività all'aperto, ideali per chi ama lo sport e non rinuncia allo stile.**

TRATTAMENTI EXTRA PER UN LOOK PERSONALIZZATO

Per completare l'estetica delle Sensity Colours e soddisfare in modo totale i portatori, HOYA propone tre trattamenti:

- **Hi-Vision SUN Pro**, il trattamento antiriflesso acromatico con alta resistenza ai graffi;
- **Light Mirror Copper e Light Mirror Blue**, con effetto a specchio per un tocco sofisticato.

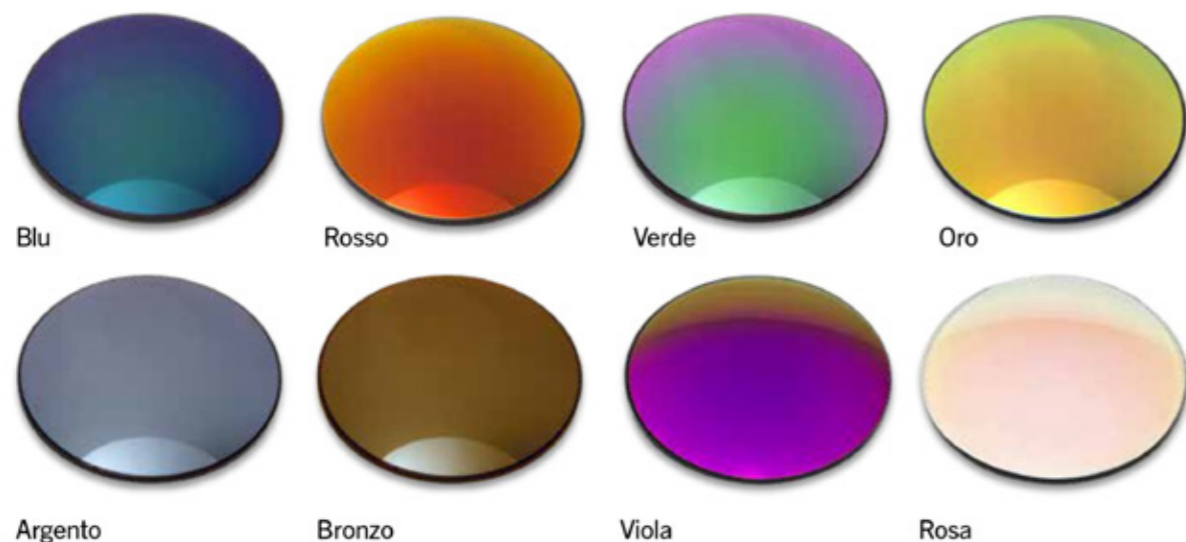
Con Sensity Colours, HOYA risponde alla crescente convergenza tra moda e protezione visiva, combinando tecnologia fotocromatica evoluta, controllo della luce blu e protezione UV in una proposta fresca e colorata, pensata per chi desidera prendersi cura dei propri occhi con stile.

ITAL-LENTI

Approccio professionale

PROGETTATE PER MONTATURE SPORTIVE AVVOLGENTI, LE SOLUZIONI **4SPORT** E **SKY 4SPORT** ASSICURANO **AMPIO CAMPO VISIVO**, **RIDUZIONE DELLE DISTORSIONI PERIFERICHE** E **MASSIMA PERSONALIZZAZIONE** GRAZIE ALLE **TECNOLOGIE FOTOCROMATICA, POLARIZZATA E SPECCHIATA**.

Specchiature



Nello **sport**, ogni dettaglio conta: il gesto più rapido, la traiettoria più precisa, la reazione più fulminea. Tutto parte da ciò che l'occhio percepisce. Per questo la qualità della visione è essenziale quanto l'allenamento e l'attrezzatura tecnica. Ital-Lenti ha sviluppato lenti dedicate all'attività sportiva – **4Sport monofocali** e **Sky 4Sport progressive** – progettate per garantire **massima definizione, comfort e protezione** in qualsiasi condizione e disciplina.

TECNOLOGIA E GEOMETRIA OTTIMIZZATE PER LO SPORT

Le lenti **4Sport** garantiscono un campo visivo ampio e stabile, con geometria studiata per montature sportive avvolgenti, anche per le montature più curve. La costruzione interna riduce le distorsioni periferiche, assicurando chiarezza in ogni situazione. Nella versione **Sky 4Sport**, la distribuzione dei poteri correttivi è fluida e naturale, consentendo passaggi



rapidi tra vicino, intermedio e lontano anche durante movimenti dinamici e cambi improvvisi di direzione dello sguardo. Realizzate con materiali organici ad alto indice di rifrazione, entrambe le lenti uniscono leggerezza, nitidezza e resistenza, compensando gli effetti prismatici delle montature sportive e garantendo stabilità laterale. Questo è fondamentale durante attività come corsa, ciclismo, sci o sport acquatici, dove la visione periferica è sempre sollecitata.

PERSONALIZZAZIONE E TECNOLOGIE AVANZATE

Ital-Lenti offre la possibilità di integrare nelle lenti tre soluzioni tecnologiche:

- **Fotocromatica con Transitions® GEN S™ o XTRActive®:** la lente si adatta automaticamente alla luce ambientale, scurendosi all'esterno e tornando trasparente all'interno, senza interruzioni della visione.
- **Polarizzata con tecnologia NuPolar®:** elimina i riflessi orizzontali da superfici come acqua, neve o asfalto, migliorando contrasto e percezione dei contorni.
- **Specchiata:** disponibile in diverse colorazioni, tra cui la versione rossa che riflette la radiazione termica, riducendo il

calore nella zona oculare e mantenendo freschezza e comfort visivo.

La protezione dai raggi UV è garantita in tutte le versioni, assicurando sicurezza e benessere durante ogni allenamento o gara.

VANTAGGI CONCRETI PER CHI PRATICA SPORT

L'adozione di queste lenti consente:

- **Precisione visiva:** campo ampio, stabilità percettiva e correzione ottimale su tutte le distanze.
- **Comfort e resistenza:** materiali performanti e geometrie studiate per ridurre fatica visiva e distorsioni.
- **Versatilità:** possibilità di personalizzare la lente in base all'attività e alle condizioni di luce, garantendo sempre la migliore esperienza visiva.

UN SISTEMA VISIVO COMPLETO

Scegliere le lenti 4Sport e Sky 4Sport significa adottare un approccio professionale alla visione nello sport. Ital-Lenti trasforma la competenza tecnica in soluzioni concrete, dove tecnologia, geometria e materiali lavorano insieme per offrire prestazioni elevate, protezione e comfort, supportando lo sportivo moderno in ogni movimento e condizione visiva.

MENICON SOLEKO

La prevenzione scende in campo

VISIONE, SICUREZZA E PERFORMANCE: IL PROGETTO SPORT DI MENICON SOLEKO ENTRA NEL TERZO ANNO E PORTA SCREENING, INFORMAZIONE E CULTURA DELLE LENTI A CONTATTO TRA ATLETI, FAMIGLIE E PROFESSIONISTI DELLA VISIONE.



In una frazione di secondo si decide un passaggio, una ricezione, un salto, una traiettoria. Nello **sport**, la **vista** non è un dettaglio tecnico: è parte della **performance**. Significa leggere lo spazio, percepire la profondità, anticipare il movimento, reagire con prontezza. E significa anche sicurezza, soprattutto quando la pratica sportiva richiede contatto, rapidità e libertà di movimento. Da questa consapevolezza nasce il **progetto sport** di **Menicon Soleko**, oggi al suo terzo anno: un percorso di **prevenzione visiva**,

informazione e presenza sul territorio che ha trasformato campi, palazzetti e grandi eventi sportivi in luoghi di dialogo sulla salute degli occhi. Menicon Soleko ha scelto lo sport come megafono naturale per parlare a pubblici diversi: atleti, famiglie, bambini, appassionati, tecnici e comunità locali. Lo fa attraverso partnership con realtà di primo piano come Pallacanestro Trieste, Capitolina Rugby, Pallavolo Firenze Il Bisonte e FISE, nel mondo dell'equitazione. Non una semplice attività di sponsorizzazione, ma un progetto che mette al



Gli screening visivi Menicon Soleko portano la prevenzione direttamente nei luoghi dello sport

centro la prevenzione e il **ruolo dei professionisti della visione**. Durante gli eventi, gli **screening visivi** diventano il primo punto di contatto con le persone. Sono momenti semplici, accessibili, concreti, ma anche occasioni preziose per far emergere un bisogno ancora troppo sottovalutato: la **conoscenza corretta** delle **lenti a contatto** e dei loro **benefici**, nello sport come nella vita quotidiana. Sul campo, Menicon Soleko ha potuto verificare quanto sia ancora diffusa una conoscenza parziale della contattologia. Molti associano le lenti a contatto solo a un'alternativa estetica all'occhiale, senza considerare il loro valore funzionale: campo visivo ampio, assenza di montatura, maggiore libertà, stabilità durante il movimento, percezione più naturale dello spazio. Per chi pratica sport, questi aspetti possono fare la differenza. Le lenti a contatto eliminano il limite della cornice dell'occhiale e consentono una visione più ampia, utile nelle discipline in cui lateralità, tridimensionalità e tempi di reazione sono determinanti. Negli sport di contatto, inoltre, riducono il rischio legato alla rottura della montatura, contribuendo a una pratica più sicura. Ma informare significa anche **educare** alla **corretta gestione**. Le lenti a contatto sono dispositivi medici e il "fai da te" va evitato. Parlare con le persone, spiegare, indirizzare verso il professionista della visione, ricordare le buone pratiche di utilizzo e manutenzione è parte integrante del progetto. Perché una corretta informazione può generare portatori più consapevoli, più soddisfatti e più sicuri. *"Il progetto sport rappresenta il modo più concreto con cui Menicon Soleko interpreta il proprio ruolo nella contattologia: essere vicina alle persone, ai partner sportivi e ai professionisti della visione"*, cita una nota dell'azienda. *"Attraverso lo sport riusciamo a portare*

la prevenzione fuori dai contesti tradizionali e a creare occasioni reali di incontro. La collaborazione con ottici, optometristi, oculisti e partner territoriali è centrale: solo insieme possiamo costruire cultura, ridurre il fai da te e valorizzare il corretto utilizzo delle lenti a contatto". I numeri raccontano un impegno concreto: **oltre 450** screening visivi effettuati, **4.410** coupon distribuiti per la prova delle lenti a contatto giornaliere in silicone hydrogel **Miru 1day UpSide** e **48 ore** dedicate all'informazione sulla vista e sui benefici delle lenti a contatto. Le tappe hanno coinvolto contesti sportivi diversi e pubblici numerosi: dagli eventi FISE ad Arezzo, durante i Campionati Italiani, a Piazza di Siena, appuntamento internazionale di salto ostacoli con cavalieri provenienti da tutto il mondo; dalle partite casalinghe della Pallacanestro Trieste agli incontri con le società partner sul territorio. La prevenzione visiva, così, esce dagli ambulatori e dai centri ottici per raggiungere le persone nei luoghi in cui vivono le proprie passioni. È qui che il messaggio diventa più immediato: **vedere bene significa muoversi meglio, reagire meglio, sentirsi più liberi.**

Nello sport, ma anche nella vita di tutti i giorni, da bambini fino all'età adulta. Per Menicon Soleko, questo progetto è anche un modo per sostenere la crescita della categoria e rafforzare il legame con i professionisti della visione. Ogni screening, ogni prova prodotto, ogni conversazione con una famiglia o un atleta diventa un'opportunità per generare consapevolezza e accompagnare le persone verso scelte corrette. Lo sport resta il campo ideale per farlo: inclusivo, diretto, capace di parlare a generazioni diverse. L'azienda continuerà ad esserci, con un impegno che va oltre il prodotto e diventa cultura della prevenzione.

SEL OPTICAL

Il fotocromatismo al servizio dello sport

GRAZIE ALLA **TECNOLOGIA FOTOCROMATICA**, LE LENTI **SELENIA SPORT** MODULANO **AUTOMATICAMENTE** LA TRASMISSIONE LUMINOSA IN FUNZIONE DELL'INTENSITÀ DELLA RADIAZIONE SOLARE, ASSICURANDO **CONTRASTO, NITIDEZZA E PROTEZIONE** DURANTE LA **PRATICA SPORTIVA ALL'APERTO**, SENZA RINUNCIARE A UN **DESIGN ATTUALE**.

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



Selenia SPORT LENTI FOTOCROMATICHE COLORATE INTERE E SFUMATE

SWIMMING



Colore azzurro intero o sfumato con colorazione fotocromatica grigio quando attiva

FOOTBALL



Colore verde intero o sfumato con colorazione fotocromatica grigio quando attiva

RUGBY



Colore marrone intero o sfumato con colorazione fotocromatica brown quando attiva

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 un'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

VOLLEY



Colore rosa intero o sfumato con colorazione fotocromatica grigio quando attiva

KARATE



Colore viola intero o sfumato con colorazione fotocromatica grigio quando attiva

BASKET



Colore arancio intero o sfumato con colorazione fotocromatica brown quando attiva

EQUIPE PROJECT



COME IL LAYOUT INFLUENZA IL CLIENTE

UN LAYOUT STUDIATO MIGLIORA LA FRUIBILITÀ DEL CENTRO OTTICO, RAFFORZA L'IDENTITÀ DEL NEGOZIO E ACCOMPAGNA IL CLIENTE IN UN PERCORSO D'ACQUISTO PIÙ COINVOLGENTE.

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



In un **centro ottico**, il percorso inizia nei primi secondi dopo l'ingresso. Uno **spazio ordinato, luminoso e facilmente leggibile** trasmette immediatamente **professionalità e fiducia**. Al contrario, un ambiente disorganizzato o sovraccarico può generare confusione e ridurre il coinvolgimento del visitatore. La **disposizione** degli **arredi** e delle **esposizioni** contribuisce a guidare il cliente lungo un **percorso naturale**. Le collezioni più rappresentative, le novità o i marchi strategici dovrebbero occupare le aree a maggiore visibilità, creando punti focali che attirano l'attenzione senza risultare invasivi. Un **buon layout** non impone una direzione, ma **accompagna il cliente** nella **scoperta dell'offerta**. Anche il **comfort** gioca un ruolo **fondamentale**. Corridoi ampi,

percorsi fluidi e aree dedicate alla consulenza favoriscono una permanenza più lunga all'interno del negozio. Questo aspetto è particolarmente importante nell'ottica, dove la scelta della montatura richiede tempo, confronto e una componente emotiva significativa. L'**illuminazione completa il progetto**. Una luce ben studiata valorizza i prodotti, migliora la percezione dei colori e rende più piacevole la prova degli occhiali. In questo modo il cliente si sente a proprio agio e può valutare le montature in condizioni realistiche. Oggi il punto vendita non è più solo un luogo di acquisto, ma uno spazio di esperienza. Un layout efficace contribuisce a rafforzare l'identità del brand, valorizzare la consulenza professionale e creare una relazione più solida con il cliente.



Per questo motivo la progettazione degli spazi rappresenta un investimento strategico: non si limita a organizzare il negozio, ma aiuta concretamente a migliorare l'esperienza d'acquisto e i risultati commerciali. In sintesi, il layout non determina soltanto dove esporre i prodotti, ma come le persone vivono il negozio. Ed è proprio questa esperienza a influenzare, sempre più spesso, la decisione finale di acquisto.



Equipe Project non realizza semplicemente arredi per ottici. Progetta spazi che funzionano, comunicano e vendono.

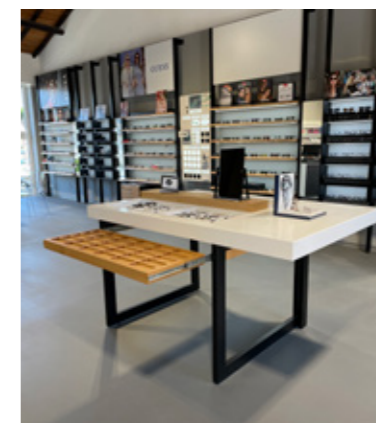


IL RUOLO DELLE ISOLE DI VENDITA

FUNZIONALITÀ, DESIGN E INTERAZIONE AL CENTRO DELL'ESPERIENZA D'ACQUISTO.

Capaci di ospitare fino a 720 montature – di cui 72 esposte e illuminate – le nuove **isole di vendita da centro negozio** rappresentano una delle innovazioni più interessanti nel mondo dell'arredo per ottica. Progettate per valorizzare aree spesso sottoutilizzate, le isole sono disponibili in diverse **forme, finiture di legno massello, colori e configurazioni**. Possono essere dotate di **couvettes, cassetti e vassoi sottostanti**, permettendo una gestione razionale e personalizzata dello spazio. Uno degli aspetti più apprezzati è la **prossimità tra ottico e cliente**: la disposizione centrale consente un contatto diretto e informale, che abbatte le barriere tradizionali

del banco vendita e favorisce una consulenza più empatica e coinvolgente. A completare l'esperienza, le isole ospitano strumenti di supporto come **tablet, listini e campioni**, così da agevolare la fase conclusiva dell'acquisto senza interferire con il banco principale. Sono, inoltre, previsti **spazi con sgabelli** per una consulenza comoda ma dinamica, ideale soprattutto per chi si avvicina per la prima volta al mondo dell'occhiale e desidera un approccio più spontaneo e conviviale rispetto alla classica vendita seduta. Dal punto di vista espositivo, le isole esaltano la **percezione estetica delle montature**, presentate orizzontalmente



su **couvettes bianche lucide o bianche opaline retroilluminabili**. Le montature possono essere cambiate con facilità grazie alle cassettiere integrate, mentre **Tecnitalia**, oltre alle couvettes da 15 o 18 sedi, propone anche **couvettes retroilluminabili dedicate a lenti e aste**. L'integrazione dei **digital mirror** sulle testate consente al cliente di provare in **realtà aumentata** le montature desiderate, unendo così l'esperienza **fisica e digitale** in un perfetto equilibrio **"phygital"**, concetto ormai centrale nel retail contemporaneo. Grazie a questo approccio, le isole di vendita diventano **strumenti di vendita evoluti**, capaci non solo di ottimizzare lo spazio, ma anche

di potenziare la relazione tra ottico e cliente e valorizzare la collezione in ogni suo dettaglio. Forte di un'ampia esperienza nella **progettazione e realizzazione di soluzioni personalizzate**, **Tecnitalia** propone isole perfettamente integrabili anche in punti vendita già esistenti, offrendo **progettazioni gratuite e consulenze dirette** presso gli showroom di **Arcore e Latina**.

Per scoprire la soluzione più adatta al proprio spazio, è possibile contattare Tecnitalia al numero 0773 621126 o inviare una mail all'indirizzo info@tecnitaliaopt.com. È possibile richiedere la visita di un agente presso il punto vendita per una consulenza personalizzata.



MOREL

Un nuovo traguardo CREATIVO

CON **ÖRIGIN**, IL PRODUTTORE FRANCESE PORTA LA PROPRIA VISIONE DELLA **LAVORAZIONE DEL LEGNO AL MASSIMO LIVELLO ESPRESSIVO**, RIAFFERMANDO ANCORA UNA VOLTA L'**ECCELLENZA DEL PROPRIO KNOW-HOW** NELL'OCCHIALERIA, TRAMANDATO DA **QUATTRO GENERAZIONI**.



Concepita come una collezione esclusiva, **Örigin unisce** la **nobiltà** del **legno** alla **precisione** del **titanio**, in un progetto in cui ogni dettaglio riflette gli elevati standard qualitativi e la maestria artigianale che contraddistinguono il marchio. Nulla è stato lasciato al caso: le essenze lignee sono state accuratamente selezionate per la loro bellezza e personalità. Il palissandro valorizza le tonalità più luminose, mentre il rovere esalta quelle più profonde. Con questo modello,

Morel attinge inoltre al proprio patrimonio stilistico. Il concept richiama **modelli iconici del passato**, reinterpretati in chiave contemporanea e sofisticata. Su alcune montature, la lavorazione del legno assume una dimensione quasi architettonica: due linee metalliche proseguono naturalmente il doppio gancio della cerniera e attraversano le aste, creando una raffinata continuità visiva. In altri modelli, invece, una linea in acrilico traslucido viene inserita nel cuore del legno, giocando con luce e trasparenze per esaltare un'estetica premium e distintiva. Le aste, scolpite con linee morbide e organiche, offrono un'esperienza di calzata unica. Opportunamente trattato e protetto, il legno conserva il suo naturale calore garantendo al tempo stesso durata, resistenza e comfort nell'uso quotidiano. Örigin **racchiude** inoltre il **DNA tecnico** della **Maison** grazie alla cerniera senza viti e senza saldature, una soluzione che assicura flessibilità, ergonomia e comfort, incarnando una visione dell'occhiale in cui l'innovazione è al servizio dell'eleganza. Audace, raffinata e distintiva, questa proposta arricchisce ulteriormente l'universo del legno firmato Morel, già ampiamente apprezzato a livello internazionale. Dopo il successo della vibrante palette cromatica Enigma, Morel continua a sorprendere e a spingersi oltre i confini del design eyewear. Il brand esplora un nuovo territorio creativo, caratterizzato da un **approccio** più **essenziale** ed **esclusivo**, senza mai rinunciare ai valori che ne definiscono l'identità: **design, comfort** ed **eccellenza artigianale**.



ALCON ITALIA

Le prospettive future delle Lenti morbide

IN QUALE DIREZIONE ANDRANNO? IN QUESTO ARTICOLO, COMINCIANDO DAGLI ALBORI, PROViamo A DARE UNA RISPOSTA.



Le **lenti a contatto morbide** rappresentano una delle **innovazioni più importanti** nella storia della correzione visiva.¹⁻⁵ Dalle prime lenti rigide fino alle moderne lenti in silicone idrogel con superficie ad acqua, l'evoluzione tecnologica è stata guidata da un obiettivo preciso: migliorare **comfort, qualità visiva** e il **rispetto della superficie oculare**. Negli ultimi anni, inoltre, il cambiamento degli stili di vita e l'utilizzo sempre più intensivo dei dispositivi digitali hanno modificato profondamente le esigenze dei portatori. La richiesta non riguarda più soltanto una buona correzione visiva, ma anche un'esperienza d'uso **confortevole, stabile e compatibile** con lunghe ore trascorse davanti agli schermi, in ambienti climatizzati e con una ridotta frequenza di ammiccamento.

In questo scenario, la ricerca nel settore delle lenti a contatto ha accelerato il proprio percorso di innovazione, puntando su **materiali sempre più avanzati**. Una svolta decisiva arrivò negli anni Cinquanta con l'introduzione dell'**idrogel pHEMA** sviluppato da Otto Wichterle e Drahoslav Lim.² Questo materiale, morbido e capace di assorbire acqua, rese possibile la nascita delle prime lenti a contatto morbide moderne, aumentando significativamente il comfort e la tollerabilità rispetto alle lenti rigide tradizionali. Con la diffusione delle lenti morbide emerse però un limite importante: la **ridotta trasmissibilità all'ossigeno**. Una quantità insufficiente di ossigeno a livello corneale poteva in alcuni casi provocare arrossamento, discomfort

e riduzione del tempo di utilizzo.⁴⁻⁵ Per rispondere a questa esigenza, la ricerca si concentrò sullo sviluppo delle lenti in silicone idrogel (SiHy), caratterizzate da una trasmissibilità all'ossigeno significativamente superiore rispetto agli idrogel tradizionali.³⁻⁵ L'introduzione del silicone rappresentò una vera rivoluzione tecnologica. Le nuove lenti consentivano infatti una migliore ossigenazione della cornea e una riduzione delle complicanze associate all'ipossia oculare. I primi materiali SiHy presentavano tuttavia alcune criticità legate a rigidità e idrofobicità, elementi che potevano influenzare il comfort percepito dal portatore. La ricerca si è quindi concentrata sul **delicato equilibrio** tra **permeabilità all'ossigeno, morbidezza e qualità della superficie della lente**. Le prime generazioni di lenti SiHy presentavano tuttavia alcune criticità legate a rigidità e bagnabilità superficiale. Negli anni successivi, l'innovazione dei materiali ha permesso di migliorare progressivamente l'esperienza di utilizzo, fino ad arrivare alle moderne lenti con superficie ad acqua. Queste nuove tecnologie consentono di combinare un nucleo altamente traspirante con una superficie estremamente umettabile, progettata per imitare le caratteristiche biologiche della superficie oculare.⁹⁻¹³ Il risultato è una lente capace di offrire elevato comfort, ridotta interazione con la palpebra e una sensazione di freschezza prolungata durante tutta la giornata. L'obiettivo delle tecnologie con superficie ad acqua nelle lenti toriche è quello di migliorare la compatibilità tra lente e occhio, favorendo la stabilità del film lacrimale e riducendo l'attrito durante l'ammiccamento. Questo aspetto è particolarmente rilevante perché il discomfort di fine giornata continua a rappresentare una delle principali cause di abbandono delle lenti a contatto.^{8,10} Le innovazioni più recenti, nel segmento torico, mirano inoltre a offrire una **qualità visiva sempre più stabile**, grazie a design ottici evoluti e geometrie in grado di migliorare centratura, stabilità e precisione visiva anche durante il movimento dell'occhio e l'ammiccamento. L'evoluzione delle lenti a contatto non riguarda soltanto i materiali, ma anche la qualità visiva. Le moderne geometrie e i design avanzati permettono infatti una migliore stabilità della lente, una maggiore precisione ottica e una visione più stabile durante l'ammiccamento.^{10,3}

Oggi il settore guarda al futuro con prospettive sempre più orientate verso **personalizzazione, integrazione digitale e salute oculare avanzata**. Le future generazioni di lenti a contatto potrebbero evolvere verso dispositivi intelligenti capaci di integrare funzionalità diagnostiche, monitoraggio di parametri oculari e nuove applicazioni legate alla salute e al benessere generale. Parallelamente, continuerà l'attenzione verso **sostenibilità ambientale, materiali innovativi e modalità di sostituzione** sempre più orientate alle **esigenze individuali** del portatore. In questo scenario, innovazione tecnologica e benessere del portatore continueranno a rappresentare i principali motori dell'evoluzione delle lenti a contatto morbide.



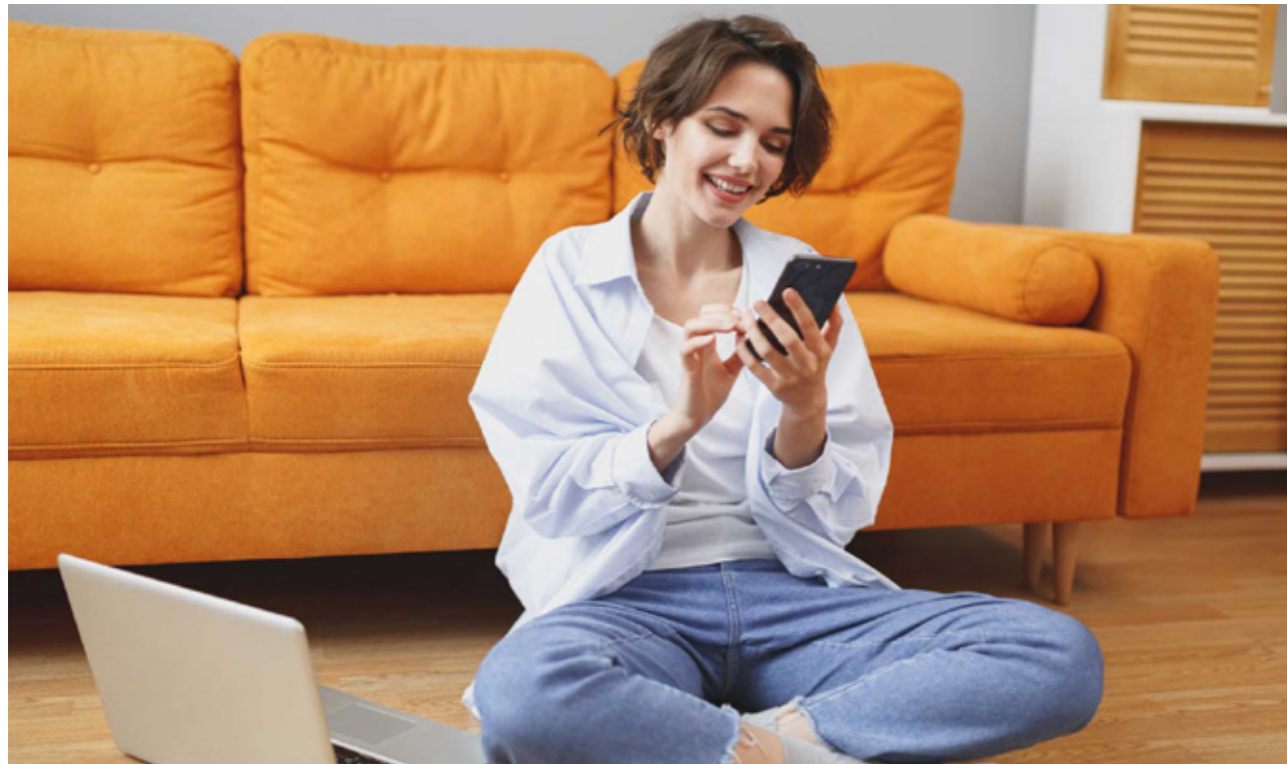
BIBLIOGRAFIA

1. Tuohy KM. Contact Lens. US Patent 2,510,438; 1950.
2. Wichterle O, Lim D. Hydrophilic gels for biological use. Nature. 1960;185:117-118.
3. Nicolson PC, Baron RC, Chabreck P, et al. Extended wear ophthalmic lens. US Patent 5,760,100; 1998.
4. Papas EB, Vajdic CM, Austen R, Holden BA. High-oxygen-transmissibility soft contact lenses do not induce limbal hyperaemia. Curr Eye Res. 1997;16(9):942-948.
5. Tahhan N, Naduvilath TJ, Woods C, Papas E. Review of 20 years of soft contact lens wearer ocular physiology data. Contact Lens and Anterior Eye. 2022;45(1):101525.
6. Fortune Business Insights. Contact Lenses Market 2023-2030.
7. Holden BA, Mertz GW. Critical oxygen levels to avoid corneal edema for daily and extended wear contact lenses. Invest Ophthalmol Vis Sci. 1984;25(10):1161-1167.
8. Dumbleton K, Woods CA, Jones LW, et al. The impact of contemporary contact lenses on contact lens discontinuation. Eye Contact Lens. 2013;39(1):93-99.
9. Jones L, Brennan NA, González-Méjome J, et al. The TFOS International Workshop on Contact Lens Discomfort. Invest Ophthalmol Vis Sci. 2013.
10. Stapleton F, Tan J. Impact of contact lens material, design, and fitting on discomfort. Eye Contact Lens. 2017;43(1):32-39.
11. Wolffsohn JS, Arita R, Chalmers R, et al. TFOS DEWS II diagnostic methodology report. Ocul Surf. 2017;15(3):539-574.
12. Pult H, Purslow C, Murphy PJ. The relationship between clinical signs and dry eye symptoms. Eye. 2011;25:502-510.
13. Papas EB. The role of oxygen in contact lens wear. Clin Exp Optom. 2014;97(5):394-404.

BLUDATA

Approccio di successo

È POSSIBILE TRASFORMARE UN APPUNTAMENTO MANCATO NEL CENTRO OTTICO IN UNA VENDITA? LA RISPOSTA È “SÌ”. IN QUESTO ARTICOLO ANALIZZIAMO L'ITER VINCENTE.



Gli appuntamenti mancati nel centro ottico non sono solo una poltrona vuota: sono un controllo della vista che salta, una vendita che non si chiude, un cliente che forse non tornerà per mesi. Se capita una volta ogni tanto, poco male; ma se capita spesso, il conto a fine anno si fa sentire. La buona notizia è che quasi sempre si può evitare. Nella stragrande maggioranza dei casi il cliente non salta l'appuntamento per disinteresse: si dimentica, ha un imprevisto, oppure gli sembra troppo complicato disdire. Sono tutti problemi risolvibili, a patto di avere gli strumenti giusti.

PERCHÉ IL CLIENTE NON SI PRESENTA

Il settore ottico è più esposto ai “no-show” rispetto ad altri ambiti: il controllo della vista non è percepito come urgente.

Tra un appuntamento e l'altro passa molto tempo, le esigenze visive cambiano gradualmente e l'appuntamento finisce per sembrare facilmente rimandabile. A questo si aggiunge il fattore tempo: chi prenota con settimane di anticipo, nel frattempo dimentica. Se il promemoria arriva troppo presto lo ignora; se non arriva affatto, perde l'appuntamento. La causa principale, quasi sempre, è la **dimenticanza**. E la soluzione è più semplice di quanto sembri: più promemoria, nei momenti giusti, sui canali che il cliente usa davvero.

QUANTO COSTA UN APPUNTAMENTO SALTATO

Un appuntamento cancellato non è solo il controllo mancato: significa nessuna montatura venduta, nessuna lente, nessun trattamento antiriflesso, nessuna applicazione di lenti a contatto.



Un singolo appuntamento “occhiale completo”, nel centro ottico medio, può valere diverse centinaia di euro tra servizio e vendita collegata. Se aggiungi il tempo dello staff per riorganizzare l'agenda, le telefonate per riprogrammare e le ore in cui uno studio resta vuoto, capisci perché anche un tasso di cancellazioni basso pesa sul bilancio. I centri che hanno introdotto **promemoria automatici** hanno visto i no-show ridursi in modo significativo: **più clienti presenti** e un'**agenda più ordinata**.

PROMEMORIA AUTOMATICI, SU PIÙ CANALI

La regola è semplice: i promemoria devono essere automatici, su più canali e arrivare nei momenti giusti. Telefonare a ogni cliente richiede tempo, difficilmente lo si fa con costanza e spesso, non riconoscendo il numero, il cliente non risponde. **Blu Booking** gestisce i promemoria in automatico, via e-mail e SMS, e si integra con l'agenda di **FOCUS 10** e **FOCUS CLOUD**: non serve che qualcuno si ricordi di mandarli, partono da soli, alle persone giuste, nel momento giusto. I centri che riducono di più le assenze usano una logica in più tempi. Alla conferma, un'e-mail con data, ora e link per modificare giorno o orario: è il momento in cui il cliente ha ancora tempo per spostare, se serve, senza sentirsi sotto pressione. La mattina stessa, un ultimo messaggio con tutti i riferimenti utili, per abbassare la percentuale di chi, pur avendo confermato, si dimentica all'ultimo. Con Blu Booking questi avvisi si configurano una volta e funzionano per sempre.

E-MAIL, APP IL MIO OTTICO O SMS?

Non è una scelta tra canali: servono tutti, in momenti diversi. L'e-mail funziona per il promemoria in largo anticipo, quando ci sono più informazioni da dare e il cliente ha tempo di

leggerle. La notifica sull'**App Il Mio Ottico** è un canale dedicato: a distanza di tempo da quando aveva preso l'appuntamento, il cliente potrebbe non ritrovare la mail, ma sa che sull'App ci sono i dettagli. L'SMS funziona meglio vicino alla data, quando serve una conferma rapida. Blu Booking gestisce tutti i canali in modo integrato, rispettando le preferenze di ogni singolo cliente nel rispetto del GDPR.

CONFERMA E DISDETTA CON UN CLICK

Un promemoria che chiede una risposta funziona meglio di uno che si limita a informare: se il cliente può confermare con un clic o disdire con un altro, l'appuntamento diventa un impegno attivo e non una nota mentale. C'è anche un vantaggio pratico: chi non può venire e disdice per tempo libera il posto, che può essere offerto a qualcun altro. Un appuntamento disdetto due giorni prima è sempre preferibile a uno mancato all'ultimo.

PRENOTAZIONE ONLINE, 24 ORE SU 24

Una causa poco evidente delle assenze è la fatica. Se per spostare un appuntamento il cliente deve telefonare in orario di negozio, spesso non lo fa, se ne dimentica e l'appuntamento si trasforma in un'assenza. Se invece può aprire il sito alle dieci di sera e spostare il controllo con due clic, lo fa. Blu Booking permette di prenotare e riprogrammare direttamente online, 24 ore su 24, dal sito del centro ottico, da una landing page dedicata o da un QR code stampato in negozio o su un volantino. L'agenda si aggiorna in tempo reale e il posto liberato torna subito disponibile per chi aspettava. **Le abitudini dei clienti sono cambiate: oggi poter prenotare quando e da dove si vuole non è un lusso, è parte del servizio.**

KONTAKT LENS V.A.O.

I nutrienti giocano un ruolo fondamentale

LE NUOVE LENTI A CONTATTO GIORNALIERE 1 DAY AIR VITAMIN PONGONO AL CENTRO IL **BENESSERE VISIVO** E SONO ARRICCHITE CON **ACIDO IALURONICO** E **VITAMINE**, NUTRIENTI CRUCIALI.

Al centro delle ricerche di **Kontakt Lens V.A.O.** nel settore delle lenti a contatto c'è sempre il **benessere visivo**. È importante proporre lenti con elevato **comfort** e **qualità visiva** per la soddisfazione del portatore. Ma è ancora più importante avere cura del benessere e della **salute oculare**. Proprio per questo motivo Kontakt Lens V.A.O., azienda con esperienza di oltre trent'anni nel settore, ha introdotto nella sua gamma prodotti una novità assoluta: **1 Day Air Vitamin**. Le nuove lenti rappresentano l'evoluzione del prodotto best seller degli ultimi 10 anni, **1 Day Air**, e combinano il comfort ormai comprovato con l'apporto di nutrienti importanti per il benessere oculare.

I NUTRIENTI CHE FANNO LA DIFFERENZA

Acido ialuronico

Grazie alla sua capacità di trattenere l'acqua mantiene stabile la bagnabilità delle lenti a contatto. La sua funzione primaria è fornire lubrificazione e idratazione. Lenti a contatto idratate per tutto il porto garantiscono un comfort ottimale.

Vitamina B6

Non viene prodotta dal corpo umano e deve essere assunta da fonti esterne. Supporta il metabolismo cellulare e la barriera immunitaria contrastando l'invecchiamento. Fornisce nutrimento a strutture come cornea e retina. Carenza di Vitamina B6 è spesso associata alla sindrome dell'occhio secco.

Vitamina B12

Nota per le proprietà antiossidanti, protegge i tessuti e le strutture oculari dallo stress ossidativo. Interviene nel metabolismo delle strutture cellulare, supporta la produzione lacrimale e riduce l'affaticamento dei muscoli oculari. Carenza di Vitamina B12 può comportare sensibilità alla luce, infiammazioni oculari, prurito bruciore e lacrimazione.

Vitamina E

Contrasta i radicali liberi e protegge dai danni causati da questi ultimi. Grazie alla sua funzione antiossidante è utile nella

prevenzione dei disturbi degenerativi e da invecchiamento. Le sue proprietà antiossidanti aiutano inoltre a mantenere stabile l'integrità del film lacrimale. Carenza di Vitamina E comporta disturbi della vista e delle strutture oculari. È utilizzata per alleviare da sintomi quali congestione, prurito e gonfiore.

COME FUNZIONANO

Le lenti a contatto vengono imbevute in una soluzione arricchita di acido ialuronico e vitamine in modo da rilasciarle durante il porto. I nutrienti aggiunti sono preservati grazie ad tecnologie innovative di conservazione che ne prevengono la perdita e/o l'alterazione. A ogni ammiccamento la palpebra preme sulla lente a contatto e questo permette il rilascio dei nutrienti direttamente nel film lacrimale. Queste lenti a contatto sono solo in versione giornaliera poiché durante il porto giornaliero, circa 8 ore, si esaurisce il rilascio di nutrienti.



PERCHÉ SCEGLIERLE

- Perché grazie a questa formulazione innovativa di acido ialuronico e vitamine, idratazione e comfort risultano elevati per tutta la durata del porto.
- Perché le strutture oculari godono di un nutrimento straordinario che garantisce benessere oculare unico.
- Perché garantisce acuità visiva stabile e durata per tutto il porto.



SiciliaFiera
Misterbianco (CT)

10 - 12 OTTOBRE 2026

ANIMA MEDITERRANEA

EOS
EXPO OTTICA SUD

expotticasud.it

RODENSTOCK

Una nuova generazione di lenti fotocromatiche

CON IL CLAIM “REACTS TO LIGHT – RESPONDS TO LIFE”, **COLORMATIC® X** E **COLORMATIC® DARK** RAPPRESENTANO L'EVOLUZIONE DELLE LENTI FOTOCROMATICHE.

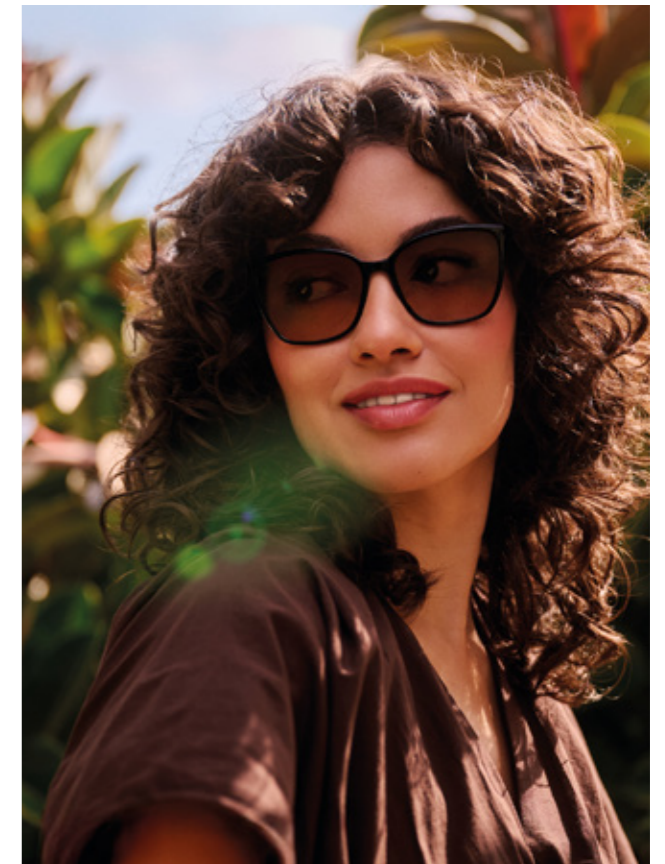


Oggi fino al 30% degli adulti è sensibile alla luce, e la richiesta di soluzioni efficaci è in rapida crescita. Ma non tutte le lenti fotocromatiche sono uguali: a fare la differenza sono la velocità con cui si scuriscono e ritornano trasparenti, la durata e la nitidezza ottica, tutte caratteristiche che **Rodenstock**, leader mondiale 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, unita 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 precedente¹. 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-violetta² (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-violetta³. 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 versatile⁵, 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.

Nota: 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®**

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

La disparità di fissazione come indicatore della condizione binoculare in soggetti con e senza cataratta

AUTRICE: ESMERALDA MANI
UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI TORINO - CORSO DI LAUREA IN OTTICA E OPTOMETRIA

INTRODUZIONE

Il comfort visivo è un elemento significativo nello svolgimento di molte attività quotidiane di ogni persona e può dipendere da vari e numerosi fattori che influenzano la condizione visiva della stessa. Uno di questi fattori è la condizione binoculare. Il sistema visivo deve infatti integrare correttamente le informazioni provenienti da entrambi gli occhi per ricostruire in modo accurato le immagini della realtà circostante arricchendola con il senso stereoscopico. Per verificare la condizione binoculare e la presenza di eventuali anomalie binoculari si possono valutare le deviazioni manifeste degli assi visivi e le deviazioni latenti in presenza o in assenza di un blocco fusionale. In generale per fissare un oggetto, gli assi visivi dei due occhi devono convergere sullo stesso, tuttavia, spesso la fissazione non è precisa: e si può tendere a guardare

troppo vicino rispetto alla distanza reale dell'oggetto (eso deviazione) o troppo lontano (exo deviazione). Nonostante la letteratura scientifica sul tema sia limitata rispetto ad altre tematiche inerenti alla visione, da ciò che è stato pubblicato nel tempo emerge che la misurazione della disparità di fissazione è un elemento significativo che permette di valutare in maniera oggettiva e soggettiva la condizione binoculare in soggetti con diverse condizioni oculari, e, come emerge dallo studio di Abdul-Kabir et al. [2023], disturbi come il mal di testa e l'affaticamento oculare durante e/o dopo la lettura, sembrerebbero significativamente associati ad una exo disparità di fissazione da vicino. Questi risultati sono tuttavia discutibili se si considerano i sintomi da vicino legati alla sindrome da visione al computer che secondo la revisione di Rosenfield del 2011 vedrebbero una diminuzione in presenza di una lieve exo-disparità

e un aumento in presenza di disparità nulla. Per quanto riguarda invece l'errore refrattivo sembrerebbe non esserci una particolare correlazione con la disparità di fissazione. Considerata l'importanza che la disparità di fissazione sembra avere per il comfort visivo, sarebbe opportuno integrare questo tipo di test nella pratica clinica optometrica e oftalmologica. È noto, infatti, che i protocolli relativi alle disfunzioni binoculari vengono spesso trascurati, in particolare nei pazienti sottoposti a chirurgia della cataratta. Secondo una review di Gracia-Montero et al. (2019), emerge che la maggior parte delle problematiche binoculari riscontrate dopo l'intervento chirurgico derivano da condizioni binoculari preesistenti non diagnosticate o non trattate. Pertanto, lo scopo di questo studio è analizzare la prevalenza della DF nella popolazione che si rivolge a uno studio oculistico, indagando le possibili correlazioni con la presenza di cataratta, con la presenza di una lente intraoculare (IOL), oppure con l'assenza di entrambe le condizioni. Nello svolgimento dello studio è stato considerato utile valutare anche la presenza di sintomatologie nella visione da vicino data la correlazione tra DF e sintomi riportata in letteratura. La disparità di fissazione viene misurata in secondi d'arco e viene compensata in diottrie prismatiche con il prisma di allineamento della foria associata, cioè della foria misurata in presenza di fusione. La foria dissociata si differenzia dalla foria associata in quanto si manifesta solo in condizione di dissociazione. Il presente studio valuta la presenza di foria associata in quanto l'exoforia dissociata a distanze di lavoro prossimali, aumentata dalle lenti positive utili nella presbiopia, non genera sintomi astenopici associati a questa condizione a differenza della foria associata [Sheedy et al., 1975]. L'entità della disparità di fissazione risulta variabile tra i diversi studi, in funzione delle tecniche di misurazione e delle condizioni sperimentali. Sebbene i metodi oggettivi presentino una maggiore affidabilità e ripetibilità, nella pratica clinica l'impiego di metodi soggettivi risulta più diffuso, grazie alla loro maggiore accessibilità e facilità d'uso. Per questo motivo, nel presente studio analizziamo la disparità di fissazione soggettiva rilevata mediante la Wesson Card, che è un test optometrico che misura la DF soggettivamente in minuti d'arco. Considerando che la cataratta è causata da una degenerazione del cristallino, è fondamentale comprendere come le modifiche strutturali di quest'ultimo siano correlate ai meccanismi della presbiopia. Per correggere la visione da vicino in soggetti presbinti si può fare uso di ausili ottici come occhiali da lettura, lenti a contatto o lenti intraoculari, migliorando così la qualità visiva nelle attività quotidiane.

Attualmente, la cataratta è una delle principali cause di perdita della vista, colpendo circa 16 milioni di persone a livello globale. Tuttavia, la cataratta rimane una sfida rilevante in tema di salute pubblica, destinata a crescere nella prevalenza con l'invecchiamento della popolazione mondiale [Asbell et al., 2005]. Per questo motivo, i progressi nella chirurgia della cataratta e lo sviluppo delle lenti intraoculari hanno reso il trattamento molto efficace e ampiamente utilizzato. In alcuni casi, i disturbi visivi rilevati dopo l'intervento si sono rivelati preesistenti ma non diagnosticati correttamente prima della chirurgia [Garcia-Montero et al., 2019]. Per questo motivo, sarebbe raccomandabile una valutazione completa della funzione binoculare e accomodativa in modo tale da identificare i fattori di rischio che potrebbero causare sintomi visivi postoperatori. Infatti, diversi studi confermano che la probabilità di scompensi sensoriali binoculari postoperatori è maggiore tra i pazienti con problemi binoculari preesistenti [Kushner&Kowal, 2003]. Particolarmente significativo è il fatto che il cambio di fissazione nei pazienti con una deviazione preesistente possa causare diplopia dopo l'intervento di cataratta [Kushner et al., 1995]. Oltre a valutare l'influenza della disparità di fissazione (DF) nei pazienti sottoposti a chirurgia della cataratta, lo studio ha indagato la sua possibile correlazione della foria associata con l'errore refrattivo.

MATERIALI E METODI

In questo studio sono stati esaminati 117 occhi di 117 soggetti con età compresa tra i 39 e 91 anni reclutati casualmente tra i pazienti di uno studio oftalmologico sito a Torino. Per ogni soggetto sono stati rilevati il sesso, l'età, la refrazione oggettiva, la cheratometria, la pachimetria, la tonometria ed infine è stata misurata la disparità di fissazione. La refrazione oggettiva è stata misurata attraverso l'autorefrattometro digitale TOPCON KR-800. Per l'esecuzione della misura è stato chiesto all'esaminato di appoggiare il mento e la fronte nelle componenti di alloggiamento dello strumento e di osservare la figura mostrata all'interno. A questo punto lo strumento ha rilevato tutti i parametri refrattivi ed i dati di cheratometria, di pachimetria e di tonometria. Per ogni parametro, lo strumento effettua tre misure e ne restituisce una media che sarà utilizzata come dato di riferimento per l'analisi dei dati commentata in seguito. Dopodiché è stata misurata la disparità di fissazione soggettiva usando la Wesson Card. La Wesson Card è un test composto da un cartoncino su cui è raffigurato un testo scritto attorno ad un quadrato che rappresenta il target per la misura. Il test è da effettuarsi con filtri polarizzati che permettono di vedere alcune parti della cartolina con un solo occhio o con entrambi.

In particolare, la cornice del quadrato centrale è visibile in binoculare e contiene un nonio di linee colorate visibile con l'occhio destro ed una freccia posta al di sotto del nonio visibile con l'occhio sinistro. Indossando i filtri polarizzati quindi il soggetto con un occhio vedrà solo le linee colorate e con l'altro solo la freccia nera. Con l'uso della correzione per vicino si chiede al soggetto di leggere, in binoculare e a distanza di 40 cm, le parole attorno al quadrato per garantire la stabilizzazione dell'accomodazione. Mentre l'esaminato sta leggendo, passati circa 10 secondi, lo si interrompe per effettuare la misura chiedendogli di riferire la posizione della freccia nera rispetto al nonio. In base alla risposta dell'esaminato si prende nota e si annotano i dati facendo riferimento ai valori in minuti d'arco presenti nella tabella riportata in alto e a destra sulla Wesson card. Qualora, durante l'esecuzione del test, il soggetto riferisse di percepire esclusivamente le linee oppure unicamente la freccia, ciò indicherebbe la soppressione di un occhio; pertanto, non sarebbe possibile procedere con la misurazione, in quanto essa richiede imprescindibilmente una visione binoculare. Se l'esaminato percepisce la freccia al centro del nonio, oppure spostata verso destra o sinistra, in base alla percezione riferita, si registra un valore negativo per uno spostamento a sinistra (ad indicare una eso disparità) e positivo per uno spostamento a destra (ad indicare una exo disparità) rispetto al centro del nonio, identificato dalla linea rossa più lunga.

Le misure sono sempre state eseguite alla stessa distanza per mantenere coerenza nei dati raccolti anche perché è dimostrato che il valore della disparità possa variare in funzione della distanza dell'esecuzione test [Langue et al., 2024].

Oltre alle misure strumentali, ai fini dello studio, sono stati raccolti dei dati anamnestici, sempre mantenendo l'anonimato dei rispondenti. In particolare, per ogni soggetto è stato riportato:

- Cataratta: presente/assente
- IOL: presente/assente
- Maculopatia: presente/assente
- Utilizzo correzione ottica: sì/no
- Presenta sintomi durante o dopo la lettura: sì/no

Tutti i dati raccolti sono stati inseriti in una tabella ed analizzati con lo scopo di capire se esistesse una correlazione tra la disparità di fissazione e la condizione binoculare in soggetti con e senza cataratta.

PRESENTAZIONE DEI RISULTATI

In questo studio sono state raccolte misurazioni su 117 soggetti, di cui il 69% di sesso femminile e il 31% di sesso maschile; l'età del campione è compresa fra 39 e 91 anni (Fig.1).

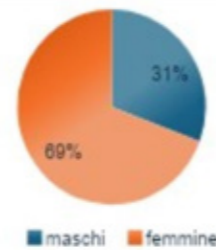


Fig. 1: distribuzione percentuale della popolazione in analisi

Nell'analisi dei dati i soggetti sono stati suddivisi in diverse sottocategorie in base alla condizione oculare presente. Sono risultati 26 soggetti affetti da cataratta, 55 soggetti operati di cataratta con impianto di lente intraoculare (IOL), 37 soggetti con maculopatia 12 dei quali hanno riferito anche segni di evoluzione della cataratta e 35 soggetti che non hanno riportato disturbi visivi, ad eccezione del difetto refrattivo (Fig. 2).

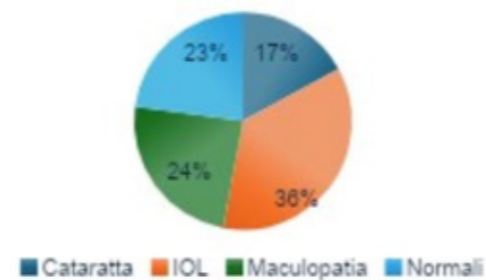


Fig. 2: distribuzione percentuale della popolazione in base alla condizione oculare

In ogni soggetto la DF è stata misurata utilizzando la Wesson Card con filtri polarizzati. Dodici soggetti hanno riferito di non percepire tutte le mire, indicando un fenomeno di soppressione; in questi casi non è stato possibile determinare la DF. Cinquanta soggetti hanno mostrato una DF pari a zero, mentre in 55 soggetti è stata rilevata una DF maggiore di zero (Fig. 3).



Fig. 3: variazione di DF in base alle risposte dei soggetti

La DF può variare nei soggetti con differenti condizioni oculari. Come mostrato nella Fig. 4, la prevalenza di variazione risulta differente a seconda della condizione esaminata.

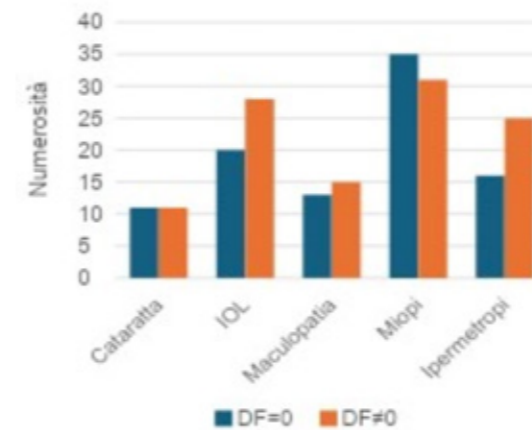


Fig. 4: DF in funzione alle diverse condizioni oculari

Inoltre, per verificare l'esistenza di una possibile correlazione tra la DF e le diverse condizioni oculari, sono state costruite delle tabelle di contingenza ed è stato effettuato il test χ^2 . Nelle tabelle, la DF è stata categorizzata come pari a zero o diversa da zero e messa a confronto per i soggetti con IOL / cataratta, per soggetti con/senza maculopatia, per miopi e ipermetropi, e per soggetti con/senza sintomi visivi. I casi in cui non è stato possibile rilevare una misura della DF sono stati esclusi dall'analisi. Nell'analisi dei dati di correlazione tra la DF e la presenza di cataratta è emerso un p-value pari a 0,515, indicando l'assenza di una correlazione significativa tra i due criteri. Lo stesso risultato è stato riscontrato anche nell'analisi della correlazione tra DF e maculopatia. In questo caso, il p-value risulta pari a 0,693, confermando l'assenza di una correlazione significativa tra i parametri considerati. Per valutare l'eventuale relazione tra la DF e il difetto refrattivo è stato applicato il test χ^2 su tabelle di contingenza. L'esito del test è di non rigetto dell'ipotesi nulla di indipendenza tra i due criteri, per cui si può affermare che non c'è relazione causa-effetto tra DF e il difetto refrattivo. In ultimo è stata valutata la correlazione tra sintomi, indagati in termini di generale discomfort riportato nelle attività da vicino, e presenza/assenza di disparità. Rispetto agli altri dati si è osservato che il fattore maggiormente correlato ai criteri di valutazione della disparità di fissazione (DF) è la presenza di sintomi, è stata evidenziata una correlazione significativa (p-value pari a 0,000028) riferendo la sintomatologia visiva come un indicatore rilevante nella misurazione della DF.

CONCLUSIONI

L'entità della disparità di fissazione varia tra gli studi e a seconda delle tecniche di misura e, sebbene i metodi più ripetibili siano quelli oggettivi, ciò che è più facilmente e ampiamente applicabile nella clinica è l'uso di metodi soggettivi. In questo studio, l'obiettivo è stato studiare soggettivamente la disparità di fissazione come indicatore della condizione binoculare in soggetti che afferiscono ad un centro medico oculistico con diverse condizioni oculari. In particolare, il campione esaminato si compone di soggetti con cataratta, IOL, maculopatia e difetti refrattivi. La scelta eterogenea del campione in termini di età e sesso è determinata dalla volontà di reclutamento casuale dei pazienti in maniera da descrivere la realtà di un qualunque centro. La disparità di fissazione è stata misurata in ogni soggetto con la Wesson card, escludendo coloro che presentavano soppressione. A tutti i soggetti è stata misurata la refrazione oggettiva ed è stato chiesto se riferissero sintomi e/o discomfort visivo durante o dopo le attività da vicino. Per valutare i sintomi non è stato usando un questionario validato per ritrarre realisticamente ciò che accade in un esame di routine. Si è osservato che il fattore maggiormente correlato ai criteri di valutazione della disparità di fissazione (DF) è la presenza di sintomi; infatti, è stata evidenziata una correlazione significativa (p-value pari a 0,000028) riferendo la sintomatologia visiva come un indicatore rilevante nella misurazione della DF. Non è stata invece riscontrata una correlazione significativa tra la DF e la presenza di cataratta o maculopatia (p-value pari a 0,515; p-value pari a 0,693) e tra DF e difetti refrattivi, confermando con quanto riportato nello studio di Abdul-Kabir et al. (2023). Tuttavia, è stato evidenziato che nei soggetti con DF \neq 0, è più frequente la presenza di una exo-disparità associata ai sintomi. La principale innovazione del presente studio risiede principalmente nell'aver misurato la DF in soggetti con diverse condizioni oculari e patologie, solitamente esclusi dagli studi sul tema. Un incremento della potenza statistica tramite campionamento esteso risulterebbe indispensabile in studi futuri finalizzati a validare la disparità di fissazione come parametro di funzionalità binoculare nelle tre coorti: catarattali, non catarattali e post-chirurgici. Un'altra limitazione dello studio consiste nell'aver eseguito la valutazione della DF su pazienti sottoposti a dilatazione pupillare, condizione che potrebbe aver influenzato la risposta binoculare. In ultimo sarebbe utile inserire un questionario validato per la ricerca dei sintomi e valutare se questi sono legati all'uso di dispositivi digitali o meno per verificare le differenze emerse rispetto allo studio di Rosenfield del 2011.

Alcon Italia
20154 Milano MI
Via Don Luigi Sturzo 43
Tel. 02818031

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

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

Esoform
45100 Rovigo RO
Viale del lavoro 10
Tel. 04251687929

Expo Ottica Sud
Per maggiori informazioni:
marketing@expoopticasud.it
Tel. 3200437522

HOYA Lens Italia
20024 Garbagnate Milanese MI
Via Zenale 27
Tel. 02990711

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

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

Mark'ennovy
www.markennovy.com
E-mail: ordini@markennovy.com
Tel. 800719481

Menicon Soleko
03037 Pontecorvo FR
Via Ravano, snc
Tel. 0776770901

SEL Optical
44021 Pontemaodino di Codigoro FE
Via Firenze 22
Tel. 0533728590

SOPTI
35126 Padova PD
Via dei Giacinti 44
Tel. 3391298771

Tecnitalia
04100 Latina LT
Strada Sandolara 201
Tel. 0773621126

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

LENTI FOTOCROMATICHE

Selenia SPORT

COLORATE INTERE E SFUMATE



Le lenti **Selenia Sport** aprono le porte ad un'esperienza visiva senza precedenti, un equilibrio perfetto tra funzionalità ed estetica.

Le lenti si adattano istantaneamente alle condizioni di luce circostanti. Le colorazioni, ricche e brillanti, si fondono armoniosamente con il proprio stile personale.



RUGBY



FOOTBALL



VOLLEYBALL



SWIMMING

NOVITÀ 2026



KARATE



BASKET



Tecnitalia

RETAIL MEETS DESIGN

Visita la produzione e
gli showroom di Latina e Arcore



info@tecnitaliaopty.com
tel. 0773621126