

EurOk: da Sciacca a Chinellato

Riorganizzazione interna per la sezione italiana dell'associazione europea che si occupa di ortocheratologia e, come si evince dal cambio di nome, anche di controllo della miopia



Nei mesi scorsi è stato chiesto ai soci di approvare alcune modifiche per migliorare organizzazione e competenze dell'associazione: il cambiamento più importante riguarda lo statuto, che ha portato EurOk a diventare, dall'inizio del 2016, European Academy of Orthokeratology and Myopia Control-EurOk. Secondo un comunicato dell'associazione, «l'esigenza nasce dalla volontà di proporre quelle strategie ottiche che hanno dimostrato essere, in qualche modo, efficaci nel controllo della miopia e di presentare l'ortocheratologia non solo per un fattore estetico, ma anche per la sua comprovata efficacia nel rallentare la progressione miopica». Il nuovo regolamento per le sezioni nazionali impone che il rappresentante non abbia altri ruoli nel Consiglio Direttivo: da qui il passaggio di consegne tra Sandro Sciacca, in carica dal gennaio 2012 e che continuerà comunque il suo impegno come segretario e tesoriere, e Mirko Chinellato (nella foto), optometrista trevigiano, docente all'Università di Padova e all'Istituto Zaccagnini di Bologna.

Il primo appuntamento pubblico del nuovo vertice italiano di EurOk, che coinvolge oltre un centinaio di professionisti del nostro paese, sarà il meeting "Ortocheratologia Talk Show", in programma in luglio a Varese e in ottobre a Salerno.

Salmoiraghi & Viganò: gaming e realtà aumentata per il negozio virtuale

L'insegna, che conta 450 centri ottici in Italia, lancia il primo Invisible Store dove i partecipanti potranno vincere uno degli otto modelli di occhiale da sole di Italia Independent, realizzati in limited edition per celebrare i 150 anni della catena

All'Invisible Store sarà possibile accedere tramite una particolare applicazione. «L'idea di Salmoiraghi & Viganò di realizzare un'app è stata frutto di una fusione di idee originali e soluzioni tecnologiche derivate dalla collaborazione con Cefriel, azienda specializzata in innovazione attraverso il design e lo sviluppo di applicazioni mobile b2c – si legge in un comunicato della catena - L'applicazione, che è nativa e quindi sviluppata in modo specifico sia per dispositivi Android sia iOS, utilizza i meccanismi di geolocalizzazione in accoppiata con la realtà aumentata, ingaggiando l'utente in maniera giocosa e coinvolgente. Alla user experience accattivante si aggiunge il divertimento nel gareggiare in un'ottica di "Rush & Win" per accaparrarsi il premio rappresentato da un paio di occhiali da sole della special edition 150 anni».

Scaricando gratuitamente sul proprio smartphone da App Store o Google Play l'applicazione "S&V 150 anni" ed entrando nella sezione "Evento Speciale", sarà possibile partecipare al concorso (nella foto, la locandina) che consentirà di vincere un occhiale da sole Italia Independent special edition 150 anni S&V.

«Una volta effettuata la registrazione, bisognerà recarsi nella giornata di domani, sabato 11 giugno, dalle 16 alle 18, in piazza Duomo a Milano con il proprio smartphone, aprire l'applicazione e inquadrare il Duomo – prosegue la nota - Tale inquadratura, effettuata nel corretto timing, permetterà allo smartphone di entrare nell'"Invisible Store" e visualizzare uno dei modelli della limited edition in palio. I primi 150 utenti che cliccheranno sull'immagine virtuale si aggiudicheranno l'occhiale. Inoltre, portando a termine la partecipazione, indipendentemente dall'aggiudicazione o meno del premio, l'utente riceverà una mail con un buono sconto del 50% per l'acquisto di un occhiale special edition 150 anni S&V».

L'applicazione contiene anche un estratto della storia del marchio Salmoiraghi & Viganò rappresentato da una timeline di avvenimenti, luoghi e immagini storiche del marchio e dei manifesti d'epoca.



Scarica gratuitamente la **nuova**
APP di b2eyes TODAY

Disponibile su APP Store e Play Store.

De Marco: nella mia attività porto i valori che ho appreso nello sport

Si è disputata il 5 giugno presso il palazzetto di Cordenons, in provincia di Pordenone, l'ottava edizione del torneo di minibasket sponsorizzato dal centro ottico friulano



È dal 2009 che Ottica De Marco lega la propria insegna al torneo di minibasket in cui si sfidano 90 bambini di sei squadre provenienti dalle province di Pordenone, Udine e Treviso. «Ho accettato di dargli il mio nome perché conosco bene la società sportiva 3 S Basket che lo organizza e condividiamo gli stessi valori – spiega a b2eyes TODAY Massimo De Marco, titolare dell'omonimo punto vendita di Cordenons - lo ho praticato vent'anni di nuoto agonistico: non ho raggiunto grandi traguardi ma gli insegnamenti dello sport sono stati potentissimi. Se dovessi trovare una chiave del mio piccolo successo, nella vita lavorativa ma anche familiare e relazionale in genere, la rintraccerei proprio in ciò che ho imparato fin da bambino facendo gli allenamenti e le gare. Lo sport è una palestra di vita, ti insegna a vincere, a perdere, a relazionarti e soprattutto ad allenarti duro anche in assenza di risultato, diversamente dal modello sociale che oggi vediamo più spesso: tutto subito e senza fatica».

L'evento è stato anche un'occasione «per diffondere cultura – sottolinea De Marco - Come negozio ci occupiamo sì di occhiali ma più in generale di far star bene le persone, crediamo in uno stile di vita sano ed equilibrato, che non coinvolga solo gli occhi ma tutto il corpo, alla ricerca di una completa armonia. È importante mandare messaggi trasversali e noi, mettendo a disposizione al torneo un buffet di frutta e verdura fresca di qualità del territorio circostante, abbiamo cercato di far capire ai bambini l'importanza per il loro benessere dell'alimentazione».

Un legame con la sponsorizzazione della manifestazione sportiva dedicata ai più piccoli è però rappresentato anche dalla grande attenzione rivolta al bambino da Ottica De Marco, che al suo interno ospita l'area specializzata Kids Lab, realizzata con 40 mila mattoncini colorati. «Cerchiamo sempre di mettere in atto con i bambini iniziative creative volte all'informazione e alla sensibilizzazione – conclude il professionista friulano – Ad esempio, abbiamo in programma di avviare nel 2017 un progetto incentrato sul benessere visivo, già partito a livello embrionale e che ha riscontrato molto interesse da parte dei genitori. Oggi i più piccoli nascono con la tecnologia in mano e l'impegno richiesto ai loro occhi sarà sempre maggiore: togliergliela è irrealistico, possiamo però dare delle regole, renderli consapevoli di come funzioni la visione e insegnare come preservarla».

Convivio: anche i big dell'occhialeria per lo shopping solidale

Fino a domenica 12 giugno è in scena presso FieraMilanoCity la tredicesima edizione della mostra mercato di beneficenza, organizzata in Italia a favore della sezione lombarda dell'Associazione Nazionale per la Lotta contro l'Aids, cui prendono parte Italia Independent, Luxottica, Marchon e Safilo

Sono 230 le società espositrici di Convivio, contro le 110 del 2014: un'edizione record cui sono presenti anche quattro realtà del mondo dell'eyewear, Italia Independent, Luxottica, Marchon e Safilo.

Le aziende che vi partecipano donano a Convivio capi di abbigliamento, accessori e oggetti di design delle proprie collezioni, venduti al pubblico a metà prezzo per contribuire a sostenere la ricerca di Anlaids.

Grazie alla rinnovata struttura Convivio si trasforma quest'anno in un big store, dove, oltre ai singoli corner monomarca e alla già affermata sezione vintage, si alternano spazi come il "shoes and bag district", dedicato interamente a scarpe e borse, la "kids area" e una zona destinata alla vendita di food & wine (nella foto, di Marco Erba/Sgp, Alessandro Cattelan, uno dei testimonial di Convivio).

