

Gli "occhiali autoregolabili" invadono tv e web

Perché spendere centinaia di euro? È la domanda che si pone lo spot dedicato alla televendita di Dial Vision, in onda da alcune settimane su diverse reti locali, con l'offerta di montature a circa 40 euro, scontate del 50% sull'ordine di un ulteriore pezzo

«Milioni di persone portano gli occhiali, ma se si rompono, se vengono persi o se la gradazione cambia? L'unica cosa da fare è prendere appuntamento da uno specialista oppure ordinare un nuovo paio di occhiali e questo ti costa centinaia di euro», spiega la voce over dello spot mentre scorrono immagini dimostrative. La proposta alternativa della televendita sono gli occhiali premontati Dial Vision, «i primi con gradazione regolabile, per vedere tutto subito in modo chiaro e nitido», ruotando la rotellina delle lenti destra e della lente sinistra in una sorta di autoesame della vista, come mostra il video. «Poiché sono autoregolabili possono trasformarsi ogni volta in occhiali da lontananza a occhiali da lettura: è come averne due paia in uno – prosegue lo spot - Sono realizzati con lenti di grande qualità e infrangibili, con montatura ultrasensibile e aste flessibili: si piegano, ma non si spezzano e dispongono di un solido rivestimento in metallo».

La televendita non è ovviamente sfuggita agli ottici italiani. «Sono un ottico e ho un'attività da otto anni circa – ha recentemente scritto a b2eyes TODAY una lettrice - Ieri in tv ho visto la pubblicità di questo prodotto: mi ha sconvolta e sconcertata poiché in sostanza dice di non perdere tempo da un professionista e invita ad acquistare questi economici fantastici occhiali. Penso che qualcuno dovrebbe prendere dei provvedimenti, soprattutto perché sul sito dell'azienda distributrice si evince che rispettano le normative CE».

Sulla vendita di occhiali con messa a fuoco variabile attraverso canali alternativi un traguardo è stato raggiunto da Federottica, che recentemente ha comunicato sul proprio portale di essere stata informata da Amazon della rimozione di tale prodotto dal loro sito internet. «Amazon, dopo aver effettuato le dovute verifiche, ha disposto la rimozione dei prodotti Adlens Adjustables Variable Focus Eyeglasses-You Set the Magnification for a Perfect View RDBK by Adlens di Adlens dal proprio sito amazon.it – si legge su federottica.org - In definitiva sono stati rimossi dalla vendita 129 articoli in altrettanti annunci, giudicati anche da Amazon non congrui».

Vision-up-to-date mette a confronto Afragoli e Piovella

Per il quinto anno consecutivo Mido ospiterà le sessioni di formazione organizzate dall'editore di questa testata e rivolte a ottici, optometristi, oculisti e ortottisti: tra gli appuntamenti in programma spicca la tavola rotonda tra i presidenti Federottica e Soi, moderata da Enrico Finzi

Vision-up-to-date partirà sabato 25 febbraio, presso l'Otticclub, con l'evento pomeridiano "La montatura & la lente". Un incontro durante il quale verrà sancita l'"unione civile" tra la montatura e la lente dal punto di vista tecnico, estetico e di mercato, con la partecipazione dell'esperto economico Nicola Di Lernia, la consulente d'immagine Angelica Pagnelli e il docente universitario Giancarlo Montani. Successivamente verranno illustrati i sondaggi lanciati da b2eyes. Il focus sarà sul primo quesito posto da questa testata, che ha registrato le previsioni di oltre 600 addetti al settore sull'ingresso di Luxottica nel mercato oftalmico, e sul secondo, che ha, invece, analizzato il bilancio dei centri ottici nel 2016, e su altri che verranno proposti nei prossimi giorni. Di Lernia anticiperà i risultati e proporrà una riflessione alla platea su queste tematiche. Domenica sarà la volta di "Luce blu e patologie oculari", con il contributo di esponenti dell'area medica e dell'area tecnica: Sergio Scalinci, oculista, Silvano Abati e Manola Stefanelli, docenti di Sioo. Seguirà una tavola rotonda con la partecipazione dei product manager Fabio Briganti di Zeiss, Silvano Larcher di Hoya e Roberto Tripodi di Essilor, aziende partner di Vision up-to-date. Nella stessa giornata è prevista l'attesa tavola rotonda con la partecipazione di Andrea Afragoli, presidente di Federottica, e Matteo Piovella, presidente della Società Oftalmologica Italiana (nelle foto, da sinistra), che per la prima volta in assoluto si incontreranno in un consesso pubblico: il tema sarà "Informazione e comunicazione a sostegno di un aggiornamento di rapporto tra medici oculisti e centri ottici". Infine, lunedì, l'oftalmologo Roberto Magni illustrerà il "Progetto Elisa-Prevenzione primaria dell'ambliopia. Le montature e lenti pediatriche". L'iniziativa, il cui nome è legato a Elisa Raimondi, una bambina a rischio di ambliopia che nel 2006 ha scritto un libricino dal titolo "Anche le principesse portano gli occhiali", rende possibile individuare il rischio di occhio pigro con grande anticipo rispetto alla norma, sottoponendo a screening visivo i bambini molto piccoli, già a 10 mesi.



100% Optical, 8 mila visitatori per la quarta edizione

È il dato registrato dalla tre giorni della fiera londinese che si è conclusa il 6 febbraio con la partecipazione di 200 aziende espositori, una ventina delle quali provenienti dall'Italia



«Sono stati più di 8 mila i visitatori unici dell'edizione 2017, provenienti per la maggior parte dal Regno Unito e per il 12% dall'estero, soprattutto da Francia, Italia, Irlanda, Germania e Usa», affermano a b2eyes TODAY dall'ufficio stampa di 100% Optical (nella foto, un momento del salone), la rassegna inglese dell'eyewear che si è svolta come di consueto presso l'ExCeL di Londra. Gli organizzatori si sono dichiarati molto soddisfatti per aver superato di dati di affluenza dello scorso anno, che si era chiuso con oltre 7 mila visitatori unici (+20% rispetto al 2015). «100% Optical si è davvero consolidato come un appuntamento imperdibile riunendo il settore per imparare, trovare ispirazione, fare business, creare relazioni ma anche divertirsi, tutto sotto lo stesso tetto», dichiara **Nathan Garnett**, direttore dell'evento, in una nota della società organizzatrice Media 10. Secondo una formula che la contraddistingue, infatti, la fiera anche quest'anno è stata caratterizzata, oltre che dagli aspetti più professionali, da appuntamenti

ludici e conviviali, tra sfilate, show e momenti di festa. «Siamo onorati, inoltre, di aver ospitato per la prima volta i prestigiosi Aop Awards (il premio lanciato dalla britannica Association of Optometrists nel 2011 per celebrare i successi di professionisti e organizzazioni nel campo dell'ottica, ndr), così come siamo orgogliosi di fornire una piattaforma alle nuove generazioni di giovani designer per lanciare la loro carriera partecipando al nostro concorso di design di occhiali in collaborazione con il Royal College of Art».

L'edizione 2017 della fiera ha visto più di 75 nuovi marchi esporre per la prima volta. «Il feedback che abbiamo ricevuto testimoniano che questa rapida crescita è destinata a continuare nel 2018 – commenta Garnett nel comunicato - con un numero sempre maggiore di aziende che vedono 100% Optical come un palcoscenico ideale per presentare i propri prodotti a un pubblico internazionale. E un buon numero di espositori ha già prenotato in anticipo gli spazi per il prossimo anno». L'edizione 2018 di 100% Optical si svolgerà a Londra, dal 27 al 29 gennaio.

Safilo apre al super lusso con Elie Saab e Oxydo

L'azienda padovana ha avviato la nuova divisione **Atelier** con il marchio in licenza e l'housebrand: i modelli di entrambe le linee saranno disponibili con collezioni su misura e con capsule in edizione limitata in centri ottici selezionati

Safilo inaugura la divisione Atelier con Elie Saab Couture e Oxydo (nelle foto, da sinistra), progetto che fa parte del piano strategico 2020. «Atelier offre tassi di crescita e di redditività molto interessanti», spiega in un comunicato **Luisa Delgado**, amministratore delegato di Safilo.

Elie Saab e Oxydo sono attualmente presentati come parte della collezione primavera estate 2017 presso i venti showroom Safilo di tutto il mondo, tra cui quelli di Milano e di Padova.

