

Mido, Afragoli: l'interdisciplinarietà si concretizza sul territorio

Nel faccia a faccia con il presidente di Federottica nazionale, organizzato da questa testata domenica scorsa all'Otticclub, il tema si è concentrato soprattutto sullo stato dell'arte della professione in Italia e sul dialogo con la classe medica



Durante l'incontro, Andrea Afragoli (a sinistra, nella foto) ha ribadito che da parte di Federottica nazionale c'è la massima disponibilità al dialogo con la classe medica, citando il fatto che «già da anni con Aimo è stato strutturato un rapporto più che soddisfacente»: con loro, infatti, è in atto quella che ha definito «una sana discussione».

Il presidente della maggiore associazione italiana di categoria ha anche evidenziato come sul territorio l'interdisciplinarietà trovi in molti casi concretizzazione, sottolineando che «a livello locale si sono realizzati quei percorsi che stiamo tentando da tanti anni di intraprendere su scala nazionale» e che «laddove determinati rapporti fiduciari siano consolidati, alcune competenze professionali tipiche degli ottici optometristi emergono e vengono valorizzate». Afragoli ha anche illustrato alla platea come Federottica abbia svolto nel luglio scorso un'indagine che ha riguardato cento centri ottici in Italia per un mese

intero, con cui ha chiesto ai colleghi di monitorare gli invii dei loro clienti al medico oculista specificandone le motivazioni. «Tale iniziativa – ha detto il presidente – è nata da un nostro moto spontaneo. Sarebbe, invece, utile se si potesse arrivare a definire un protocollo minimo comune, con una serie di test condivisi, grazie al quale individuare eventuali problematiche che sono di esclusiva competenza dell'oftalmologo e, in quel caso, sospendere la nostra attività di refrazione per inviargli il soggetto. Questo, naturalmente, non avrebbe nulla a che vedere con la diagnostica oculare e potrebbe determinare risultati straordinari per l'utente finale».

Infine, sempre in tema di dialogo con la classe medica, Afragoli ha parlato anche di premoniti, mettendo in rilievo come questi non debbano essere demonizzati per ciò che sono ma per come vengono utilizzati, svolgendo cioè una funzione che non è propria di occhiale correttivo in sostituzione di un dispositivo su misura. «Se si arrivasse a creare un *gentlemen's agreement* tale per cui insieme, come categorie, sia gli ottici optometristi sia gli oculisti riuscissero a dare a ciascun prodotto il suo ruolo specifico, sarebbe un bel segno di apertura e disponibilità, che da noi verrebbe molto apprezzato», ha concluso Afragoli.

Necity, il centro ottico come azienda

È il tema del nuovo ciclo formativo della società di servizi per i suoi imprenditori affiliati, partito il 22 febbraio da Padova (nella foto) e che si concluderà ad aprile, per un totale di cinque tappe

«La gestione di un'azienda chiamata centro ottico», che coinvolge mediamente tra i trenta e i quaranta ottici a ogni appuntamento, ha l'obiettivo di «fornire tecniche e strumenti professionali per migliorare l'efficacia imprenditoriale dei titolari di aziende ottiche», spiega una nota di Necity. I corsi sono tenuti da Angelo Sacchi, ex manager, tra gli altri, di Zeiss e Bausch+Lomb, nonché fondatore del gruppo Geco e oggi esperto formatore e consulente manageriale. Sacchi viene coadiuvato nello svolgimento delle sessioni formative dal management di Necity, in particolare dal numero uno della società, Laurent Schmitt, «la cui esperienza di top manager internazionale aggiunge ulteriore qualità ai contenuti pratici del programma», precisa la nota. Dopo Padova il tour toccherà Firenze il 14 marzo e successivamente Bari, Napoli e Milano.

«La gestione di un'azienda chiamata centro ottico» segue di poche settimane «[La palestra della visione](#)», «ciclo di corsi di formazione sul tema della relazione con il cliente, sempre riservato agli ottici affiliati Necity, che ha raccolto circa duecento partecipanti nelle cinque tappe regionali», conclude il comunicato.



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

Disponibile su APP Store e Play Store.



Mark'envoy entra in Assottica

La società spagnola è il settimo membro dell'associazione di categoria aderente a Confindustria che rappresenta le maggiori aziende di lenti a contatto disposable e soluzioni sul mercato interno



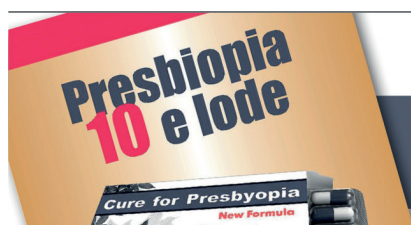
Mark'envoy si unisce ad Alcon Vision Care, Amo Italy, Bausch+Lomb, CooperVision, Johnson & Johnson VisionCare e Schalcon. La società di lenti a contatto ha sede in Europa, con presenza diretta nel Regno Unito, in Spagna, Francia, Germania, Italia e Olanda e con una struttura di vendita che si estende in 37 nazioni. Recentemente Mark'envoy ha nominato [Sandro Saggini](#) alla guida del mercato italiano, confermando così la propria intenzione di crescere nel nostro paese. Volontà ulteriormente rafforzata dall'ingresso in Assottica Gruppo Contattologia, ora presieduta da [Paola Rizzetto](#), che organizza ogni due anni un simposio sulla contattologia. All'ultimo [Convegno](#) (nella foto), che si è svolto a Roma a fine novembre, hanno partecipato circa settecento professionisti.

Milano Fashion Week, gli occhiali sono ampi e brillanti

È il trend emerso in occasione delle sfilate milanesi, che si sono concluse lunedì per spostarsi a Parigi, ultima tappa degli show, con la presentazione delle collezioni donna per il prossimo autunno inverno: l'eyewear è di grandi dimensioni e arricchito da paillettes

Due le tendenze più forti di questa Fashion Week milanese. Il maschile-femminile, cioè l'uso di tessuti e di capi del guardaroba di lui, rividuti per lei. L'altra tendenza sono le contaminazioni, che significa accostamenti di stili, patchwork di materiali e, in un certo senso, anche la rivisitazione con elementi preziosi di capi prettamente da uomo. Ecco per esempio da [Ermanno Scervino](#) giacche di taglio militare ingentilite con ricami preziosi. Da [Antonio Marras](#) intarsi di pelliccia e giochi di volant e plissé su cappotti austeri. La donna di [Costume National](#) mischia ruches e giacche militari. Da [Laura Biagiotti](#) la collezione evoca la Cina e motivi ornamentali dell'Oriente contaminano pezzi classici. L'oro è fra i colori protagonisti seguito a ruota dal rosso, utilizzato anche per gli occhiali. Grande uso di cristalli e glitter su tutte le passerelle.

[Jenny](#) guarda all'art déco e attualizza i capi con il lurex e la maglia d'argento, gli occhiali da sole hanno brillanti sui lati. Paillettes anche sugli occhiali da [Vivetta](#), che propone una donna un po' bambola. [Alberta Ferretti](#) gioca con gli inserti di pizzo e gli intarsi di pelliccia, in una collezione ispirata alla natura. [Gucci](#) lavora sul logo e mette insieme elementi del costume rinascimentale con tenute da Club 54. [Etro](#) affianca giacconi a quadri da cacciatore canadese a giacche in seta con stampe orientali. [Moschino](#) è sempre più Moschino con abiti neri personalizzati da zip o da cinture a formare volant. Gli occhiali sono enormi neri (nella foto, a sinistra) o tipo maschera da saldatore da portare sulla testa. Molto colore da [Emporio Armani](#) che strizza l'occhio alla pop art. Nero dominante, invece, da [Giorgio Armani](#) (nella foto, a destra) per gli eleganti lunghi da sera ma anche per i giacchini da giorno, indossati con i pantaloni fantasia. [Stella Jean](#) prende i capi base del guardaroba e li interpreta in tessuti inediti dal sapore etnico. Con varie montature gli occhiali della collezione Rocken di Sunboo. Preferisce i pantaloni la donna [Trussardi](#) e un look chic anni '70. Molte le pellicce in alternativa ai trench. Il maschile e il femminile si incrociano nei capi sartoriali di [Alberto Zambelli](#) e gli occhiali di [Oblò](#) sono ampi e leggerissimi. ([Luisa Espanet](#))



Presbiopia 10 e lode - Nicola Di Lernia

10 mega pillole per accelerare il tuo processo di crescita nel mercato over 40 anni utilizzando la tecnica dello scalatore

Sfoglialo un estratto del libro su www.fgeditore.it