

Acofis: il ruolo di Milano nell'ottica e nell'optometria

Due anni e mezzo di lavorazione, numerosi test e documenti contenuti in più di trecento faldoni consultati, tantissime interviste ai protagonisti: è quanto sta dietro, e dentro, la stesura del libro dedicato ai settant'anni dell'associazione ma non solo, che sarà presentato nel capoluogo lombardo il 13 dicembre in occasione di un evento per la celebrazione dell'importante anniversario



Il risultato di tanto lavoro è racchiuso in un volume di oltre 500 pagine intitolato "L'ottica e l'optometria italiana vista con gli occhi di Acofis Milano. Dal sogno alla realtà", firmato da Adriana Cesana, Stefano Panzeri, Graziano Zanardi e Renzo Zannardi, di cui gli autori hanno parlato lunedì 5 dicembre durante un incontro con la stampa: in esso trovano posto, accanto alla ricostruzione storica, anche l'aspetto culturale e scientifico e vengono ricordati fatti e personaggi di Acofis, ma anche di Federottica e dell'Adoo «perché queste sono la nostra famiglia», ha sottolineato Zannardi.

Il libro racconta la storia dell'ottica e dell'optometria italiana a partire da un sguardo che, più che essere "Milanocentrico", muove dal riconoscimento dell'importanza del capoluogo lombardo e di Acofis per quel che riguarda la nascita della professione, così come è delineata oggi, dell'associazionismo, della formazione e anche della progettazione di iniziative quali Bimbovisione o l'Occhiale Solidale. «A Milano, sotto la guida di un uomo lungimirante come Arnaldo Chierichetti, è nata nel 1946 la nostra associazione, il primo sindacato di categoria: qui è nato l'Isso, la scuola regionale di Ottica e Optometria che ha professionalizzato tantissimi ottici, anche stranieri, e che è stata volutamente sciolta per dare vita al corso di laurea presso l'Università statale di Milano Bicocca cui ha fornito docenti e ricercatori di livello, oltre a tutta la strumentazione – ha ricordato Zannardi – E forse non tutti sanno che Milano è anche la città dove, alla fine degli anni 20, Salvatore Giaquinta istituì un corso di ottica e optometria, che peraltro già delineava una figura unica di professionista».

Obiettivo con cui è stato concepito questo libro è costruire memoria. «Solo conoscendo il passato si può scrivere in maniera corretta il futuro. Per questo regaleremo il volume non solo agli associati, che devono essere consapevoli di ciò che hanno fatto i loro padri, ma anche a tutte le matricole del corso di laurea in Ottica e Optometria della Bicocca, cui spiegheremo anche la mission della nostra professione», hanno sottolineato gli autori durante l'incontro, al quale hanno preso parte anche la presidente di Federottica Milano Acofis, Michela Salerno, lo storico segretario dell'associazione dal 1975 Pierluigi Mapelli e il coordinatore del consiglio direttivo Fabrizio Genitoni (nella foto, da sinistra, Panzeri, Zanardi, Cesana e Zannardi).

Digital Media, alla campagna Mido il premio Assorel

La strategia di comunicazione, sviluppata per l'edizione 2016 della fiera dell'eyewear su un piano integrato dall'agenzia Mailander, si è posta tre obiettivi: ideare un progetto di respiro internazionale, ampliare i confini della comunicazione b2b per raggiungere anche il pubblico e promuovere il made in Italy

Sono le stesse motivazioni che hanno portato l'agenzia a vincere il premio speciale "Digital Media" (nella foto) della 19ª edizione del Premio Assorel, organizzato dall'Associazione Italiana delle Agenzie di Relazioni Pubbliche a servizio completo. «Mailander è stata incaricata da Mido di mettere in atto strategie e azioni volte ad aumentare la visibilità in occasione dell'ultima edizione dello show che si è svolto a Milano dal 27 al 29 febbraio 2016 – si legge in una nota di Mailander, che ha la sede a Torino - Per raccontare Mido, gli innovativi strumenti digitali da semplice supporto sono diventati elemento cardine di una narrazione sempre più interconnessa e personalizzabile. Fondamentale l'utilizzo degli otto profili social e di uno storytelling mirato ai diversi target, che ha permesso di valorizzare l'eccellenza e il primato dell'evento, coinvolgendo stakeholder di settore, ma anche blogger, opinion maker della rete, stampa generalista nazionale e internazionale», facendo così di Mido un polo di attrazione attivo tutto l'anno, anche nel mondo della moda e del design.



«Per la prossima edizione, in programma a Rho Fiera Milano dal 25 al 27 febbraio 2017, stiamo ideando uno nuovo storytelling accattivante per tutti i target coinvolti, mantenendo e rafforzando l'approccio internazionale per continuare a sperimentare soluzioni inedite che integrano la comunicazione corporate con il mondo digitale», rivela nel comunicato Monica Mailander Macaluso, presidente di Mailander.



**"Protego chi amo con lenti protettive.
E sono Serena."** Serena Autieri

HOYA
Cura per i dettagli

Una luce (blu) sulla classe medica

Quattro anni fa chiesi al direttore generale di un'azienda leader delle lenti oftalmiche il motivo per cui tutto il comparto italiano non si alleasse per una comunicazione "progresso" sulle lenti verso il pubblico con il sostegno del medico oculista e dell'ottico. Il manager mi rassicurò



Non era certo che si potesse realizzare questa "santa alleanza", ma a breve la sua società sarebbe partita con un programma di formazione all'oculista anche con la partecipazione dell'ottico. Di fatto in questi ultimi mesi sono state diverse le iniziative delle imprese oftalmiche volte alla sensibilizzazione della classe medica su due temi in particolare: progressive, naturalmente, e luce blu. Sembra quasi che le recenti polemiche sorte tra l'associazione degli oculisti e gli ottici abbiano smosso le aziende a fare da sé o quantomeno accelerare quel processo già velatamente in atto. Non può che giovare questo nuovo atteggiamento al sistema nella sua totalità: il primo processo reale di crescita di una categoria merceologica corrisponde a un investimento serio in informazione e formazione su chi ne deve parlare a chi compra.

Ero presente a un recente evento realizzato nel Nord Est, precisamente a Udine, e ritengo che lo schema proposto dall'azienda in collaborazione con un gruppo di centri ottici sia congeniale al momento. Una realtà leader, Essilor, che informa la classe medica, una cinquantina di oftalmologi, sulla correzione della presbiopia e i trattamenti top delle lenti attraverso un loro "testimonial" importante: il direttore della clinica oculistica del luogo. Una cooperativa di ottica, Vision Adria, presente capillarmente su quel territorio che fa da trait d'union e sbocco ideale verso il pubblico. Peccato non essere partiti prima e tutti insieme. Forse avremmo potuto replicare il grande successo di Renzo Arbore e della birra. Ma chiedo agli ottici di non perdere questa occasione vitale. Fate come hanno fatto le aziende oftalmiche. Se "sopra" non si mettono d'accordo andate sparsi, accompagnati o a piccoli gruppi, ma andate. Non vorrei fosse l'ultimo tram. pillole@nicoladilernia.it

Multifocali progressive e digressive, seminario a Bergamo

Il 28 novembre l'Istituto Leonardo da Vinci ha organizzato, con il Polo Tecnico Professionale-Servizi Socio Sanitari e la collaborazione di Hoya, un evento aperto a ottici e studenti del corso di optometria

Gianmario Reverdy, direttore del corso di optometria, ha illustrato le geometrie dei vari modelli di multifocali, da quelle ad addizione di potere a quelle per vicino a digressione fino alla vasta gamma di indoor per l'utilizzo da ufficio. «Reverdy ha sottolineato come la conoscenza delle caratteristiche di queste lenti dovrebbe essere sempre più un preciso impegno di tutti i professionisti dell'ottica per poter soddisfare al meglio le esigenze dei propri clienti - spiega una nota della scuola bergamasca - Oggi, infatti, il problema di una visione rilassata e senza stress durante il lavoro ai videoterminali risulta fortemente sentito da molti utenti».

Ivan Piacentini, docente di optometria presso l'Istituto di Bergamo (e uno dei primi due laureati in Ottica Optometria in Italia, all'Università di Milano Bicocca nel 2004, ndr), ha illustrato i cambiamenti di questi anni nei confronti della visione da vicino, in particolare per l'uso continuo di sistemi digitali e la necessità quindi, in casi sempre più numerosi, di un aiuto in visione ravvicinata. «Estendere pertanto l'uso di lenti ad addizione, dai giovani presbinti a chi utilizza per molto tempo sistemi digitali, diviene una possibilità interessante di sviluppo di questo settore», precisa il comunicato. L'incontro è proseguito con l'intervento di Matilde Ronzoni, product manager di Hoya Italia, che ha illustrato i prodotti dell'azienda in questa gamma di lenti, sottolineando che tale segmento presenta ancora una potenzialità di sviluppo notevole. Al termine del seminario si è svolta la cerimonia di consegna degli oltre cento diplomi (nella foto, con alcuni docenti) tra abilitazione in ottica e corso di optometria, conclusi a settembre 2016.



In occasione del Ponte dell'Immacolata, b2eyes TODAY sospende la pubblicazione che riprenderà regolarmente lunedì 12 dicembre

Direttore responsabile: [Angelo Magri](#) Coordinamento redazionale: [Francesca Tirozzi](#) Redazione: [Nicoletta Tobia](#)

Supplemento al 7 dicembre 2016 di b2eyes.com reg. presso Tribunale Milano, n. 292, 17-06-2009 © La riproduzione dei contenuti è riservata



DUAL VISION

SOLO DALL'OTTICO OPTOMETRISTA

www.dualvision.it

L'OCCHIALE GIÀ PRONTO
PER UNA VISIONE CORRETTA
DA VICINO E INTERMEDIO

