

## Convegno Assottica, i numeri di un successo

Sono stati circa 700, un centinaio in più rispetto al 2013, i partecipanti all'ultima edizione del simposio sulle lenti a contatto, che si è chiuso ieri a Roma. Vi hanno preso parte soprattutto ottici indipendenti, professionisti di contattologia in centri ottici e aziende, ma anche i vertici delle principali realtà della distribuzione organizzata e di una catena come Salmoiraghi & Viganò



«L'Italia è il secondo mercato in Europa per quanto riguarda la contattologia, ma la penetrazione delle lenti a contatto coinvolge soltanto il 10% degli ametropi», ha ricordato [Nicoletta Losi](#), presidente di Assottica Gruppo Contattologia, introducendo l'undicesimo Convegno dell'associazione.

L'evento è stato realizzato grazie al contributo delle 4 maggiori società di lac disponibile presenti sul mercato italiano (Alcon, Bausch + Lomb, CooperVision e Johnson & Johnson): erano in mostra anche altre 6 aziende, in particolare di strumenti diagnostici. «Negli ultimi 15 anni sono stati lanciati sul mercato interno 50 nuovi prodotti – ha aggiunto Losi di fronte alla platea – Ma tutta questa innovazione non va a buon fine senza la vostra tenacia, passione e costanza nell'applicazione». Il filo conduttore del Convegno Assottica è stato la [fidelizzazione](#) del portatore: al riguardo Losi ha anticipato il prossimo lancio di 3 video virali sul web della nuova [campagna](#) "Lenti a contatto: dai libertà alla tua viSta", annunciata nelle scorse settimane e presentata ufficialmente durante la prima giornata dei lavori.

Commovente il ricordo di [Brien Holden](#), il professionista australiano scomparso qualche mese fa: tra i vari aspetti della sua importante carriera è stato sottolineato l'impegno per far nascere Optometry Giving Sight, di cui è stato presidente dal 2005 al 2013, e l'incidenza sullo sviluppo di molti dei nuovi prodotti lanciati negli ultimi anni sul mercato. «Accettò di partecipare, lui figura così rilevante, al nostro primo Convegno Assottica, quando non c'erano certo 700 persone», ha dichiarato commossa Losi (nella foto, un momento del Convegno, l'intervento di Stefan Kastner "Cresciamo con lenti a contatto toriche e multifocali?").

## Fondazione Insieme per la Vista vuole riportare gli screening visivi nelle scuole

È l'obiettivo della partnership siglata tra la Onlus e l'Istituto della Enciclopedia Italiana, fondata da Giovanni Treccani, presentata in occasione della 95esima edizione del Congresso Soi, che si è chiuso sabato scorso a Roma, durante il Simposio "Vista e Conoscenza. Saper guardare per Poter Vedere", cui ha partecipato [Maurizio Martina](#), ministro delle Politiche agricole, alimentari e forestali, e al quale era attesa anche Beatrice Lorenzin, ministro della Salute, che, però, non è potuta intervenire per impegni governativi

In concomitanza con il Congresso Nazionale Soi è partita la campagna #Vediamoci, promossa da Fondazione Insieme per la Vista con il supporto dell'Istituto dell'Enciclopedia Italiana, per la raccolta firme che vuole riportare la visita medica oculistica di screening nelle scuole italiane. «La Fondazione ha come obiettivo raccogliere le problematiche della prevenzione - ha detto [Matteo Piovella](#), presidente della Società Oftalmologica Italiana - Ed è proprio grazie alla Soi, fondata nel 1869, che oggi conta 4.600 iscritti e rappresenta 7 mila oculisti italiani, che nasce Fondazione Insieme per la Vista».

Perché il progetto è stato realizzato proprio con Treccani? «Quando abbiamo incontrato Fondazione insieme per la Vista, mi ha colpito molto un dato: il 30% dei bambini ha avuto un problema con la vista, problema relativo alla mancanza di prevenzione e alla cultura e alla diffusione della stessa – ha spiegato [Massimo Bray](#), direttore generale dell'Istituto della Enciclopedia Italiana, in occasione dell'evento - Quest'anno Treccani festeggia i 90 anni della propria vita. Insegnanti e nuove generazioni seguono il nostro lavoro, anche attraverso la sfida che abbiamo accolto delle nuove tecnologie: il portale [treccani.it](#) ogni giorno registra 400 mila utenti unici. In generale, tutti gli istituti impegnati nel mondo della cultura possono svolgere questo ruolo importante e diffondere il tema della prevenzione all'interno delle scuole, nelle quali stiamo entrando con molta facilità grazie a una piattaforma digitale, il cui lancio è previsto nel settembre 2016, in grado di interagire con un milione di studenti e altrettanti insegnanti: non vogliamo solo dare un strumento tecnologico, ma trasmettere contenuti e valori».

## Caradonna: una mostra celebra vent'anni d'amore con l'occhiale di design

In occasione dell'anniversario dell'attività di famiglia il centro ottico di Modugno, in provincia di Bari, ha deciso di organizzare un evento alternativo per celebrare due decenni di passione per la professione. E attraverso un'esposizione di montature di ricerca, inaugurata domenica scorsa e ospitata dal negozio fino al 6 dicembre, ha coinvolto il pubblico cercando di portarlo a provare un'emozione



«L'emozione in questo caso è stata generata dagli occhiali di design, che ho ricercato personalmente e mi sono stati concessi da amici e appassionati - racconta a b2eyes TODAY Nico Caradonna, che lavora nel punto vendita di famiglia, oggi affiliato Visionottica, al fianco del padre Cosimo e del fratello Alessandro - Il titolo della mostra è "Il perché di un amore": attraverso l'esposizione delle montature, infatti, ho costruito una storia che riguarda il senso di un legame amoroso. Ho cercato, in dodici installazioni, volutamente soft per non disturbare l'attenzione del fruitore rispetto all'occhiale stesso, di rappresentare quelli che sono i molteplici sentimenti implicati, tanto nel rapporto tra due persone quanto tra una persona e la sua passione, quale ad esempio, il suo lavoro: gelosia, ironia, allegria, sicurezza, fiducia, trasgressione, vanità e così via, ognuno espresso attraverso delle montature e accompagnato dallo scatto di una modella che lo ha interpretato con la propria mimica».

Sulle installazioni però Caradonna non ha indicato quale fosse il sentimento rappresentato, per non vincolare lo spettatore a una interpretazione statica. «Infatti molti hanno dato una lettura differente - prosegue Caradonna - Rispetto a [My Perception](#), c'è stato un coinvolgimento maggiore, perché in questo caso al centro c'era ancora di più il fattore umano, sensazioni ed emozioni che ognuno percepisce ogni giorno. Le persone non si trovavano di fronte a un'opera d'arte, ma davanti a qualcosa che avevano già provato e stavano leggendo in modo diverso, attraverso un occhiale, immedesimandosi. È stato quello il successo. Potevo riuscirci soltanto con le montature di design, le sole in grado di rompere quegli schemi che molto spesso ci chiudono all'interno di regole che il mercato cerca di imporci». Con questa mostra, Nico Caradonna ha voluto tributare un omaggio a quell'amore ventennale che è il centro ottico di famiglia, che il padre «ha fondato e portato avanti attraverso sentimenti e principi che ha trasmesso a noi e al team in egual misura: la clientela al primo posto, la qualità, la professionalità e la fiducia prima di ogni cosa - conclude il professionista pugliese - Papà ha saputo infonderci quello spirito passionale che, se non c'è in un'idea imprenditoriale, non ti conduce a un tale traguardo. Noi abbiamo fatto nostre le sue idee e oggi portiamo avanti un pensiero laterale, diverso, ma fondato sempre sui suoi stessi valori. E i nostri clienti hanno capito il cambiamento, lo sentono familiare e lo apprezzano» (nella foto, da destra, Adriana Carella, Lucia Mincuzzi, Nico Caradonna, Mina Di Ciaula, Cosimo Caradonna, Maria Luisi, Alessandro Caradonna e la moglie di Nico, Claudia Carella).

## Marius Morel: nel 2016 stile retrò e alta tecnologia

Il marchio francese, distribuito in esclusiva nel nostro paese da Vega, presenta nuove proposte che richiamano al passato con dettagli e materiali attuali

Morel è un brand nato nel 1880, anno in cui il capostipite dell'omonima famiglia avvia la propria attività di produzione di occhiali. «L'eleganza del design dei primi occhiali Marius Morel viene reinterpretata in questa nuova collezione che unisce le forme di un tempo a interventi tecnologici - si legge in un comunicato di Vega - Nasce così lo stile retrò chic che caratterizza la collezione Marius Morel 1880, rivolta a un pubblico di uomini e donne, cultori di un'eleganza ricercata».



Le montature (nella foto, un modello) evocano i tratti distintivi del passato in chiave moderna. «Marius Morel 1880 è dedicata allo stile retrò, che incorpora occhiali da vista e da sole, con lastre lavorate a mano, metalli e montature ibride, per occhiali caratterizzati da un'eleganza senza tempo - conclude la nota - Inoltre, la collezione sole combina lenti Zeiss minerali con lenti organiche, una garanzia di alta qualità dello strumento ottico che alle proprie caratteristiche unisce tradizione, protezione e precisione ottica».

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

Supplemento al 1° dicembre 2015 di b2eyes.com reg. presso Tribunale Milano, n. 292, 17-06-2009 © La riproduzione dei contenuti è riservata



**DAITACH** ISELF  
LENTE PROGRESSIVA ULTRA-PERSONALIZZATA



[www.daitachiself.com](http://www.daitachiself.com)

**Una lente per ogni stile di vita!**

La nuova campagna TV, WEB E STAMPA per DAITACH ISELF®

