

DaTE, il debutto di Yuniku

L'occhiale vision centric, ideato da Hoya, sarà presente all'evento fiorentino di fine settembre



«Yuniku è il primo 3D tailored eyewear che viene progettato partendo dalla valutazione della prescrizione, della necessità di utilizzo e delle caratteristiche anatomiche del viso del portatore – spiega a b2eyes TODAY [Anna Maria Nicolini](#), marketing manager di Hoya Italia - Il software Yuniku calcola la posizione ideale delle lenti rispetto agli occhi e disegna la montatura in base alla scansione dei parametri del viso, che sono unici per ogni persona». La montatura viene così realizzata con stampa 3D e personalizzata sulla base delle esigenze visive, estetiche e di comfort di ogni portatore. Le collezioni, inoltre, sono in continua evoluzione ed estensione in termini di brand, design, finiture e colori.

Da qui la scelta di partecipare a un evento altrettanto originale come il DaTE, dove Hoya «offrirà l'opportunità agli ottici di vivere in diretta l'esperienza unica di creazione dell'esclusivo occhiale Yuniku, che combina contenuto tecnologico e design», aggiunge Nicolini, secondo la quale il professionista è interessato a proporre contenuti di qualità, ma anche comfort e migliore visione. «Yuniku grazie al design della montatura e alla progettazione vision centric soddisfa le esigenze dell'ottico e del suo cliente – afferma ancora la manager – Peraltro la piattaforma Yuniku è in continua evoluzione con nuovi brand e collezioni: al DaTE presenteremo, oltre alla linea Yuniku disegnata da Hoet con cui il progetto è partito un anno fa, anche i

marchi Cabrio by Hoet e Allure della linea We DDD» (nella foto, lo scanner Yuniku, per effettuare la scansione del viso del cliente e rilevare i parametri ergonomici necessari alla creazione dell'occhiale Yuniku personalizzato).

Low Vision Academy torna a Roma: focus sul glaucoma

Dopo la parentesi dell'edizione 2016 a Mondello, sul litorale palermitano, il prossimo Congresso dell'associazione, indirizzato a oculisti, ortottisti e ottici, si terrà il 29 e il 30 settembre nella Capitale, sua sede storica: sono attesi 250 professionisti

«Per la diciottesima edizione, che si svolgerà presso il Marriott Hotel Rome Central Park, ritorniamo a Roma nella sede naturale di Lva, facilmente raggiungibile da tutte le zone d'Italia, dopo aver ottenuto comunque ottimi riscontri sia a [Milano](#), nel 2014, sia a [Mondello](#) - spiega a b2eyes TODAY [Paolo Limoli](#), segretario scientifico della Low Vision Academy – Parecchi professionisti non possono spostarsi per motivi lavorativi e in questo modo abbiamo voluto promuovere l'evento in altre regioni italiane».

Il format della Low Vision Academy verrà riproposto anche quest'anno. «Si è dimostrato di successo, considerando la crescita registrata dal Congresso, che ha toccato i 500 iscritti lo scorso anno – sottolinea l'oftalmologo - La prima giornata dei lavori è solitamente dedicata a una patologia responsabile dell'ipovisione: quest'anno sarà il glaucoma, trattato in maniera completa, coinvolgendo anche i medici che non si occupano direttamente di low vision su cui intendiamo così sensibilizzarli, perché purtroppo rimane ancora una branca di nicchia». Il trattamento dell'ipovisione comporta anche il coinvolgimento di figure professionali diverse da oculisti, ortottisti e ottici. «L'edizione dello scorso anno ha consolidato, ad esempio, la [collaborazione](#) con il ricercatore Enrico Fermi, con cui stiamo lavorando per realizzare un home device in grado di creare stimolazioni elettromagnetiche alla retina che, è stato evidenziato, possono aumentare la vitalità di cellule - aggiunge Limoli - Fermi quest'anno non sarà presente, ma parteciperà all'edizione 2018».

Un'ottantina i relatori che interverranno alla Low Vision Academy 2017, che anche quest'anno consente l'accesso gratuito ai lavori congressuali, a eccezione dei corsi monotematici. «Legati all'argomento generale del Congresso, proponiamo sempre corsi che forniscono un ulteriore approfondimento – afferma il professionista - Parleremo anche della rigenerazione retinica e di alcuni aspetti di medicina legale con l'intervento di Demetrio Spinelli, presidente di Vision+ Onlus, dell'importante correlazione che deve esserci fra visione e postura e dell'applicazione, presso centri di riabilitazione, di stimolazioni retiniche per i più giovani: verrà descritto l'uso di particolari device, i quali integrano programmi ludici in grado di rendere il trattamento più facile da tollerare per bambini e ragazzi, che in alternativa dovrebbero stare fermi e fissare un punto per tutta la sessione».

Special Olympics 2017: raccolte quasi 200 prescrizioni

Essilor ha preso parte, insieme ad altri partner, alla trentatreesima edizione dei Giochi Nazionali Estivi, che si è svolta a Biella dal 3 all'8 luglio. Complessivamente sono stati effettuati da una settantina di professionisti volontari circa 330 controlli visivi gratuiti e sono state dispensate anche più di 150 paia di occhiali da sole piano



Essilor, che anche quest'anno ha aderito al programma Opening Eyes il quale prevedeva test visivi gratuiti effettuati a cura di Solcioe Italia Onlus-Special Olympics Lions Club Opening Eyes, ha così preso in carico le prescrizioni raccolte per un totale di 191 occhiali da vista gratuiti, che saranno poi inviati alle singole associazioni. «Le lenti più prescritte sono state in materiale Airwear 1.59, ideale per gli atleti perché particolarmente resistente agli urti, anche in versione Transitions, le lenti vista-sole e non sono mancate anche quelle specifiche per gli occhiali sportivi», si legge in una nota di Essilor Italia.

Gli Special Olympics si sono confermati un evento importante per tutti gli attori in gioco, coniugando aspetti professionali, umani e sociali. «È stato un piacere immenso ripetere questa esperienza che, a ogni edizione, si rafforza sempre di più, grazie alla consapevolezza di potere aiutare questi atleti straordinari: ogni attimo vissuto mi ha trasmesso emozioni uniche», commenta nella nota [Roberto Tripodi](#), product manager dell'azienda e habitué dell'iniziativa (nella foto, seduto, mentre esegue un controllo visivo all'evento), presente insieme al managing director dell'azienda, Luca Strigiotti, e ai membri del team Sonia Agolino, Mirko Matera, Alessandro Peraldo e Patrizia Trisciuzzi, che hanno particolarmente apprezzato il valore formativo dell'esperienza. Per il 2018 l'appuntamento con gli Special Olympics sarà a Montecatini, dal 4 al 10 giugno.

Oltre a Essilor, tra le varie realtà sponsor dell'evento figuravano anche Safilo e Assogruppi Ottica, che ha visto tra l'altro il proprio presidente, Fabrizio Vettore, impegnato in prima persona nell'attività dei test visivi gratuiti.

Widiba fa "entrare" in banca con gli occhiali

Entro quest'anno la versione online di Mps si prefigge di lanciare tremila nuove filiali, strutture virtuali attraverso le quali i clienti potranno operare direttamente da casa propria utilizzando speciali dispositivi 3D

Quella promessa da Widiba Home è «un'esperienza che fa rivivere la tradizione delle filiali attraverso le tecnologie di ultima generazione – si legge sul sito di Widiba - Comandi oculari e vocali che, accompagnati alla presenza di un umanoide, restituiranno un modello di relazione molto semplice e immediato». Inizialmente si parte con 250 filiali per arrivare a tremila alla fine del 2017.

Ma come funzionerà l'interazione con la banca e l'operatore virtuale? Basterà scaricare un'app sullo smartphone e, indossando degli speciali visori 3D, si potrà entrare in filiale, un'agenzia vera e propria riprodotta virtualmente in ogni suo particolare di arredo, controllare il conto, eseguire un bonifico, verificare i propri fondi e disporre anche operazioni di trading, 24 ore al giorno per tutto l'anno. In sostanza gli utilizzatori interagiranno con comandi degli occhi e della voce: direzionando lo sguardo potranno "fissare" i vari servizi bancari, chiedendo verbalmente quelli che vogliono utilizzare.

Inoltre, secondo quanto riportato dai principali media, Widiba ha stretto una partnership con Microsoft per l'utilizzo di HoloLens, device olografico capace di dare forma a una realtà mista in cui il reale si fonde con ologrammi virtuali, che permetterà il dialogo tra cliente e consulente all'interno di un'esperienza immersiva (nella foto, dal sito di Widiba, un frame del filmato promozionale del servizio).

