

Safilens, con le afocali un nuovo “orizzonte” per i presbinti

L'azienda italiana di contattologia ha presentato all'ultima edizione di opti a Monaco fusion 1day presbyo, innovativa lente giornaliera per presbiopia basata sulla sua fusion technology



Nei giorni scorsi ha debuttato alla fiera tedesca (*nella foto, lo stand di Safilens*) fusion 1day presbyo, «progetto che nasce dalla volontà di realizzare una lente per presbinti morbida e a ricambio giornaliero in grado di assicurare una visione senza compromessi - spiega un comunicato di Safilens - È pensata non solo per tutte quelle persone che incontrano problemi visivi da vicino legati all'età e che male si adeguano all'utilizzo di occhiali da lettura, ma anche per coloro che pensano di rinunciare alle lenti a contatto perché non soddisfatti dei risultati o semplicemente per chi, in determinate occasioni, vorrebbe fare a meno degli occhiali».

Perché una lente a contatto afocale, come fusion 1day presbyo, anziché la classica multifocale? «Le multifocali non utilizzano per la messa a fuoco una parte dell'energia disponibile - spiega a b2eyes TODAY Daniele Bazzocchi, responsabile delle operations in Safilens - con una lac afocale, invece, si utilizza più del 90% della luce a disposizione è utilizzata per la messa a fuoco a qualsiasi distanza».

Secondo l'azienda Italiana, dal 2012 controllata dalla Bruno Farmaceutici, fusion 1day presbyo garantisce, dunque, una profondità di campo e una nitidezza d'immagini da lontano, intermedio e vicino di alto livello, anche per i miopi più esigenti, con immagini stabili e contorni ben definiti in ogni condizione di luce. «Si caratterizza, inoltre, per una modalità applicativa semplice e veloce, che assicura risultati immediati senza necessità di tempi di adattamento e senza trascurare igiene, comfort e praticità: fusion 1day presbyo è disponibile in curva base di 8.60 mm, diametro 14.10 mm e range di poteri da + 8.00D a - 10.00D», si legge ancora nella nota. Del resto, ricorda ancora Bazzocchi, «negli ultraquarantenni, il nostro pubblico di riferimento, la principale causa di drop out nelle lenti a contatto è la scarsità di visus nella visione prossimale».

Presentata in anteprima mondiale a opti 2015, fusion 1day presbyo verrà distribuita sui vari mercati di competenza di Safilens, Italia inclusa, dove per aprile è in programma il lancio ufficiale al consumatore finale, parallelamente a incontri di formazione con i centri ottici partner.

Irsoo, screening per i più piccoli al nord

Nel dicembre scorso due studenti del corso di Optometria di Milano hanno completato un ampio programma di test visivi presso la scuola primaria di Adro, in provincia di Brescia

Arialdo Bosetti ed Elsa Ziglioli, coordinati da Silvio Maffioletti, si sono dedicati per alcuni giorni «a somministrare un'impegnativa batteria di test ai bambini del primo anno, seguendo un protocollo di screening che ha preso in considerazione varie abilità visive - si legge in un comunicato dell'Irsoo - L'iniziativa rientra tra le finalità dichiarate dei corsi di Optometria del nostro Istituto: cercare di svolgere attività di screening optometrico finalizzate al servizio ai cittadini e alla prevenzione visiva, dando nel contempo agli ottici che frequentano la specializzazione in Optometria la possibilità di fare attività di tirocinio, a completamento della preparazione clinica che acquisiscono durante il corso».

I due studenti dell'Irsoo hanno esaminato tutti i bambini della prima classe della primaria, circa 80: i test prevedevano la misura dell'acutezza visiva a distanza e da vicino eseguite con i simboli Lea, la valutazione della percezione cromatica rilevata con il test HRR, la misura dell'ampiezza accomodativa monoculare e binoculare effettuata con la barretta di Lang. Lo screening ha poi preso in esame vari aspetti legati alla visione binoculare e alla motilità oculare: valutazione della posizione dei riflessi corneali, osservazione dei movimenti oculari e misura del punto prossimo di convergenza, per poi proseguire con il Test NSUCO, applicato sia nel subtest delle saccadi sia in quello dei pursuit. I movimenti saccadici durante la lettura sono stati, invece, valutati con il DEM Test. Infine a tutti i bambini è stato richiesto di effettuare un test di ricerca visiva.

Gianmario Reverdy TODAY

Progressive: customizzarle male peggiora il rapporto prezzo-qualità

Immesse sul mercato da oltre dieci anni, le multifocali personalizzate sono ormai diventate il top di gamma di questa tipologia di lenti. Ma perché e, soprattutto, come personalizzarle?

Quando si progetta una lente occorre sempre definire i suoi parametri di funzionamento, cioè le condizioni nelle quali la lente stessa andrà poi a funzionare. Si deve, quindi, immaginare l'ambiente di funzionamento futuro della lente: la centratura rispetto all'occhio, cioè che sia in asse rispetto all'asse visivo, e la distanza dall'apice corneale. Solo in questo modo la lente realizzerà le sue massime prestazioni nella correzione del difetto visivo. Ogni scostamento dai parametri per i quali è stata progettata darà, invece, luogo a un decremento delle sue prestazioni. Ne consegue che inclinazione pantoscopica dell'occhiale, che configura un'inclinazione della lente rispetto all'asse visivo dell'occhio, avvolgimento della montatura e distanza lente apice corneale divengono elementi da definire in fase di progetto di ogni lente. A maggior ragione in una progressiva, nella quale piccoli spostamenti di posizionamento della lente possono dar luogo a notevoli variazioni nella fedeltà di formazione dell'immagine finale. Per tutte le lenti della gamma personalizzata, dunque, si devono misurare con precisione tali valori. Inoltre, per ottenere un valore preciso dell'inset si deve fornire anche la distanza presunta di visione ravvicinata.

Prescrivere lenti progressive personalizzate senza dare queste misure o misurandone i valori in modo approssimativo significa privare la lente delle sue reali capacità di compensazione. Significa, in altre parole, far spendere di più al cliente offrendogli, per contro, uno scarso miglioramento delle performance visive. *gmreverdy@gmail.com*

Pitti: il business dell'eyewear va dalla piccola boutique al Far East

Si è chiusa venerdì l'87esima edizione del salone fiorentino che, per la seconda volta, ha dedicato un'area esclusivamente agli occhiali, in collaborazione con Mido

Sono contenti della scelta i partecipanti a Pop-Eye, fiera nella fiera, decisa da Mido e Pitti Immagine. «Pitti Uomo ci ha dato grandi soddisfazioni, perché abbiamo trovato dalla piccola boutique al grosso buyer del Far East - commenta a b2eyes TODAY Ambra De Marco, marketing manager di **Oxydo** - Gli stranieri, che sono il 50%, sono venuti dai department store, mentre gli italiani erano per lo più i buyer di vari negozi. Tra i marchi di Safilo Oxydo è quello che più si rivolge ai giovani con un prodotto garage. Le nostre scelte stilistiche sono coerenti con gli ultimi trend di moda». In collezione, modelli in acetato e metallo molto colorati e con grafiche speciali come quelli in collaborazione con la visual artist Sigrid Calom. «Anche nella campagna pubblicitaria puntiamo su un approccio non convenzionale - spiega Marco Nicolé, che ne cura il design - Abbiamo fatto realizzare da un artista di Berlino la nostra vetrina dall'ottico Guidoreni, nel centro di Firenze». Convintissimi anche da **Eyepetizer**, presente già a giugno in fiera. Dedicati a un pubblico giovane (ogni modello prende il nome di una caletta di Ibiza) gli occhiali hanno un prezzo accessibile e un packaging intrigante. Sono in acciaio resistente, che si adatta al viso e con lenti a forti tinte. Prima volta, invece, per il neonato **Pugnale & Nyleve**, creato da Emanuele Pugnale e Evelyn Schmidt, coppia nella vita, lei architetto, lui con un'esperienza nelle macchine utensili e nella strumentazione. Il pezzo forte è un occhiale in acciaio senza cuciture come tutta la collezione, in oro (*nella foto, in alto*), con un processo di vaporizzazione usato nel settore medicale. Perfetto per una fiera di moda il modello con impunture.



Diverso, invece, il percorso di David Di Porto e Marc Efrati, di **David Marc**. Un anno di vita, ma un passato di ottici a Roma, una competenza artigianale e una voglia di mettere insieme il know how con la moda. Perfetto, quindi, Pitti per modelli curatissimi nei dettagli, soprattutto in metallo (*nella foto, in basso*), con aste retraibili e senza terminale in acetato, e lenti specchiate o con "flashature" di colore.

AI&Ro, invece, questa volta ha mostrato in sede una capsule collection molto particolare dedicata all'Italia. Quattro i modelli in acetato con lenti di vetro. Uno dedicato a Napoli con un arrotondamento che richiama il golfo e il Vesuvio. Tondi, ispirati dal Colosseo gli occhiali di Roma. Riprendono la forma del Ponte Vecchio quelli di Firenze. Con una gondola, come lo portava Peggy Guggenheim, il modello omaggio a Venezia. In progetto, a breve, altre "dediche". (*Luisa Espanet*)