

## Sarnico: la personalizzazione accomuna ritratti d'autore e occhiali

L'8 e il 9 luglio sul lago d'Iseo il [Centro Ottico Maffioletti](#) ed Essilor hanno organizzato un evento, nell'ambito della manifestazione cittadina Artisti sull'Erba, che ha creato un connubio tra l'arte e il concetto di soluzioni "ad personam"



Due artisti, uno dentro e uno fuori dal negozio che per due giorni hanno ritratto le persone che lo desideravano omaggiando poi l'opera: un'iniziativa che ben si sposa con un concetto di personalizzazione, anche della lente e dell'ausilio ottico. È stato questo il senso dell'evento ospitato a Sarnico dal Centro Ottico Maffioletti. «Abbiamo deciso di non focalizzarci solo sulle nuove Varilux S, lenti di alto livello che permettono di trovare soluzioni veramente individuali, ma di mantenere il concetto volutamente ampio per dare spazio, vista la stagione, a Transitions – spiega a b2eyes TODAY [Gabriele Esposito](#), responsabile del centro ottico insieme a Silvio Maffioletti - La presenza dei ritrattisti ha richiamato molta gente che era incuriosita perché si creavano capannelli davanti al negozio. Questo ci ha permesso di avviare un dialogo con le persone ed è stata l'occasione anche per spiegare ciò che facciamo e le caratteristiche del nostro servizio».

Al di là del numero di presenze, l'iniziativa ha riservato al centro ottico pure un risvolto innovativo e un po' inaspettato. «Abbiamo avuto grandissima visibilità su Facebook, pur non avendo mai curato particolarmente la nostra presenza sul social – prosegue il professionista lombardo - Essilor ha ideato per il lancio una campagna geolocalizzata che ha portato, postando in seguito vari contenuti relativi all'evento, a raggiungere 10 mila visualizzazioni in due giorni». Per creare ancora più coinvolgimento, sono state ingaggiate anche due ragazze che, soprattutto nella giornata di domenica, si sono spostate dal negozio alla riva del lago invitando i passanti a farsi immortalare in una cornice di Polaroid, brandizzata Essilor e Centro Ottico Maffioletti, per poi postare le foto su Facebook e passare a farsi fare il ritratto. Ma non è finita qui. «In collaborazione con alcuni negozi vicini abbiamo creato un angolo dove, oltre ai nostri ritratti, è stato organizzato uno show cooking e una "Sfilata in bianco" di abiti, accessoriati anche con i nostri occhiali» (nella foto, lo staff che ha animato la giornata presso il Centro Ottico Maffioletti: da sinistra, Aurora Benti, Manola Cereda, Marta Maffioletti, Gabriele Esposito, Sara Plebani, Chiara Monica ed Elena Cattaneo).

## "L'importanza dei dati per il centro ottico", un e-book gratuito sulla loro gestione

Il testo, pubblicato da [Alessandra Salimbene](#) e da [Bludata](#), mira a condividere le competenze per far crescere il settore dell'ottica

L'e-book "L'importanza dei dati per il centro ottico", disponibile anche in versione cartacea (nella foto) e annunciato all'ultimo Congresso Adoo, è stato lanciato da qualche settimana ed è stato «molto apprezzato non solo dagli ottici ma anche dall'industria – commenta a b2eyes TODAY [Salimbene](#) – Il testo è nato dalla mia collaborazione, ma anche dal mio rapporto di amicizia, con [Maria Chiara Visentin](#), responsabile marketing e vendite di [Bludata](#), l'azienda che sviluppa il gestionale per il centro ottico più diffuso in Italia: uno degli strumenti software che meglio consente di raccogliere, archiviare e poi analizzare i dati che riguardano i clienti, il magazzino, le vendite e gli acquisti».

Da questa collaborazione è nata l'idea di un e-book che spiegasse il modello Optical Retail Marketing Wheel di [Salimbene](#), mettendolo in relazione con il discorso del dato, basilare e utile per ricavarne, con uno sguardo laterale, indicazioni e modalità di approccio non solo qualitative, ma anche quantitative. «Quello che abbiamo voluto fare è spiegare punto per punto come funzionassero le aree del marketing strategico e operativo del punto vendita e, nello stesso tempo, metterle in relazione con le informazioni e i dati che vanno raccolti, gestiti e analizzati», sottolinea [Salimbene](#).



## Tour de France, tra i sogni di Aru e il benessere visivo

Con la tappa di oggi, arrivo a Romans-sur-Isère, entra nella settimana decisiva la corsa a tappe francese che vede il campione sardo tra i favoriti, pur avendo perso la maglia gialla



La *Grande Boucle*, tuttavia, è anche l'occasione per sensibilizzare cittadini, famiglie, turisti e appassionati al benessere visivo: è questo, infatti, l'obiettivo di Krys, l'insegna transalpina che, come già l'anno scorso, organizza un "bus della vista", con 8 tappe collegate proprio alla competizione ciclistica, un'équipe di ottici dell'insegna e di oftalmologi e particolare attenzione ai più giovani, dai 16 anni in giù: le prossime saranno proprio Romans-sur-Isère oggi, sabato Marsiglia e domenica, giornata conclusiva della corsa, Parigi. Il doppio delle città toccate nel 2016 dalla medesima iniziativa, che allora produsse test visivi a 368 persone, come riporta *acute.fr*.

Non è certo la prima volta che vengono abbinati la bicicletta a livello agonistico e la visione. Nel settembre 2013, ad esempio, in occasione dei Campionati Mondiali su strada a Firenze, *Federottica e Adoo* offrirono test visivi gratuiti e un presidio per sensibilizzare sul benessere visivo. Questa testata, inoltre, ha coinvolto per anni, con il contributo di aziende oftalmiche partner, i centri ottici di riferimento delle tappe di partenza o di arrivo del Giro d'Italia, che negli ultimi anni è diventato un punto di riferimento per promuovere i brand di montature sportive o di lenti specifiche.

Krys, insegna da oltre 850 punti vendita tra Francia e Belgio, con mezzo secolo di esperienza nella distribuzione associata prima e succursalista poi, per il quarto anno consecutivo è partner ufficiale del Tour de France e per l'edizione 2017 ha lanciato un modello da sole dedicato alla kermesse (*nella foto, tratta da krys.com*).

## Ipertiroidismo, nuovi farmaci per gli occhi?

L'eccessivo funzionamento della tiroide in chi soffre del morbo di Basedow è sovente associato al gozzo ma anche a orbite sporgenti e sguardo sbarrato. Oggi sono allo studio nuovi rimedi biologici che potrebbero aiutare a combattere queste problematiche oculari

Spesso i segnali che indicano il morbo di Basedow sono poco specifici. Chi ne soffre presenta insonnia, nervosismo, aumento dell'appetito con perdita di peso, tremori e stanchezza. Qualche volta la diagnosi viene chiarita se compaiono sintomi oculari, con il cosiddetto esoftalmo, per cui gli occhi divengono sporgenti e lo sguardo fisso, modificando l'espressione del volto. Tale interessamento oculare è detto orbitopatia. Anche di questo si è parlato, come riportato da *quotidiano.net*, durante il Cuem-clinical update in endocrinologia e metabolismo, che si è svolto il 7 luglio all'Università Vita-Salute San Raffaele di Milano.

Nel corso dell'incontro, Andrea Giustina, docente dell'ateneo, presidente del Cuem e presidente Eletto della Società Europea di Endocrinologia, ha messo in evidenza che, benché esistano dei protocolli specifici per trattare l'orbitopatia, anche con farmaci immunosoppressivi, la condizione non è sempre risolvibile. Non si tratta di una questione estetica: sempre secondo la testata online, i soggetti con tale problematica non possono chiudere completamente gli occhi di notte e ciò può indurre secchezza che a sua volta rischia di favorire infezioni della cornea. Inoltre, la pressione cronica sul nervo ottico può determinare difetti del campo visivo anche con gravi conseguenze.

Ci sarebbero perciò aspettative su alcuni farmaci biologici attualmente sottoposti a studio: mimano sostanze presenti nell'organismo, ma sono prodotti in laboratorio e agiscono su uno specifico recettore per modificare il processo della malattia.

