

## Freddy e Cairo, ancora una partnership negli occhiali

Dopo tre anni il mensile For Men, attualmente in edicola, ripropone a meno di 10 euro le montature da sole firmate dal brand di sport e di lifestyle



Gli occhiali da sole a marchio Freddy sono in vendita, con una tiratura parziale di 14 mila copie, insieme al numero di marzo del magazine maschile di Cairo Editore (nella foto, la copertina) a 5,90 euro oltre al prezzo di copertina, che è di 2 euro. «Si è trattato solo di un progetto ad hoc, non abbiamo attualmente una linea eyewear, ma non è escluso che possa essere sviluppata in futuro», commenta a b2eyes TODAY Luca Meregalli, chief financial officer di Freddy.

«Ogni anno in estate proponiamo un'iniziativa di questo tipo legata a occhiali da sole brandizzati – spiegano dall'ufficio marketing e promozioni di Cairo Editore – Avevamo una limitata giacenza di prodotto da un'operazione analoga condotta proprio con Freddy nel 2012, così abbiamo chiesto all'azienda l'autorizzazione per riproporla ora. Con una produzione nuova non avremmo scelto il mese di marzo, ma come facciamo di solito giugno, più favorevole data la stagionalità del prodotto». Le montature sun a marchio Freddy, che non sono prodotte dall'azienda di abbigliamento sportivo, «montano lenti da sole certificate e conformi alle normative, aspetto su cui siamo molto attenti – spiegano ancora da Cairo Editore – Per questo e altri tipi di gadget ci appoggiamo ai nostri fornitori, quindi stringiamo accordi con le aziende per l'utilizzo del loro brand: queste hanno un ritorno in termini di visibilità, noi possiamo proporre un marchio che evoca qualità per il consumatore. In genere attuiamo queste iniziative con aziende che non hanno una produzione autonoma in quel particolare segmento, altrimenti si andrebbe

a cannibalizzare il loro venduto sul retail». (Nicoletta Tobia)

## Sinergia tra professionisti: la vogliono anche i giovani laureati

È stato il tema del secondo Congresso dell'Aloeo (nella foto), che si è svolto a Roma il 15 e 16 marzo



“Sinergia tra professionisti della visione” ha visto l'intervento di Monica De Seta, coordinatrice del corso di laurea in Ottica e Optometria di Roma Tre, «che ha rimarcato la necessità di strutturare corsi e master di approfondimento successivi alla laurea triennale», come si legge in una nota dell'Associazione Laureati in Ottica e Optometria. A sua volta Stefano Lorè, in rappresentanza della Sopti, «ha invocato un dialogo a livello associativo e sottolineato l'importanza che gli optometristi hanno nel primary eye care e come questo compito sarà fondamentale nel futuro anche per contenere i costi sanitari», spiega la nota, che ricorda anche come i relatori non fossero «tutti optometristi, ma anche oftalmologi e ortottisti: la sinergia tra i professionisti è stata marcata, come

hanno testimoniato le numerose domande poste agli oftalmologi e le proposte di scambio di comunicazione tra i vari professionisti». Al Congresso si sono poi alternate relazioni scientifiche, sessioni pratiche, momenti di dibattito e alcune sessioni interattive, oltre all'assemblea dei soci.

**AMARCORD**

Storie dal mondo dell'ottica  
e dai suoi protagonisti

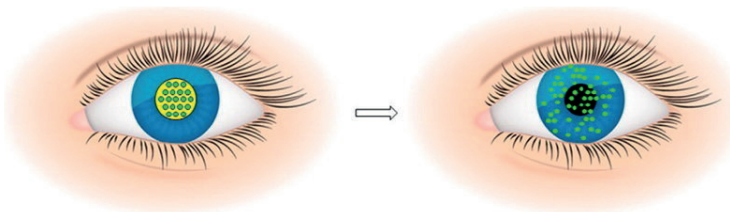
Tutti gli “Amarcord” pubblicati su  
b2eyes magazine dal gennaio 2011  
a oggi in un unico libro

acquistalo online su [www.fgeditore.it](http://www.fgeditore.it)



## Lenti a contatto con il... contagocce

Un gruppo di ricercatori ne ha messo a punto una di dimensioni ridottissime, un ventesimo più sottile rispetto alla comune lac, in grado di dissolversi, diffondendo in un determinato periodo di tempo il medicamento di cui è intrisa



Il principio mediante il quale la lente rilascia farmaci si basa su una tecnologia sofisticata: un wafer di dimensioni nanometriche, costituito da celle di alcool polivinilico, viene riempito di farmaci specifici per la cura di alcune affezioni oculari (nella foto, un'illustrazione tratta da media.npr.org). Steven Pflugfelder, docente di oftalmologia al Baylor College of Medicine di Dallas, asserisce che le gocce oculari non sono la migliore modalità di somministrazione di un

farmaco a uso esterno oculare in quanto l'ammiccamento tende a farne disperdere velocemente la gran parte della quantità instillata. Il nanowafer, di cui sono costituite le speciali lenti a contatto, non altera in alcun modo la visione, poiché sottilissimo e trasparente. Visto che alcuni specialisti hanno mostrato diffidenza verso la nuova modalità di trattamento di alcune condizioni, come ulcere corneali provocate da traumi, queste particolari lenti, intrise di doxycycline, un antibiotico, sono state applicate sugli occhi di un campione di topi di laboratorio, mentre su un altro gruppo è stata adottata la modalità tradizionale attraverso collirio. I ricercatori hanno registrato che il rilascio da parte del wafer si è completato in quattro ore ma, soprattutto, gli effetti dell'antibiotico sono continuati per un totale di ventiquattro ore, mentre per il gruppo di topi che ha ricevuto la cura mediante gocce oculari si è notata la dissoluzione del medicamento già dopo pochi minuti dall'instillazione. Il primo impiego clinico del nanowafer, che il team di Pflugfelder ha messo a punto, riguarda la cistinosi, una condizione genetica che causa la produzione di cristalli di cistina sulla superficie oculare. Il trattamento tradizionale della patologia prevede la somministrazione ogni ora di gocce oculari, con l'obiettivo di sciogliere i cristalli: il nanowafer produce lo stesso effetto in un tempo di ventiquattro ore, senza dover subire la somministrazione continua del medicamento. [mtovaglia@gmail.com](mailto:mtovaglia@gmail.com)

## Sama: una special collection dedicata ad Angiolucci

Il gruppo catanese, che conta 14 punti vendita di proprietà dedicati soprattutto all'occhiale di lusso, sta studiando anche un evento speciale in collaborazione con il marchio di fascia alta americano



«Abbiamo incontrato di recente a Milano Sheila e Ross Vance, responsabili di Sama, e abbiamo deciso di organizzare un'iniziativa speciale dedicata ai loro prodotti, che sono sempre all'avanguardia e di altissimo livello – racconta a b2eyes TODAY Barbara Domenicali, responsabile comunicazione di Angiolucci Occhiali – In quell'occasione ci hanno anche lanciato l'idea di creare una collezione speciale dedicata alla nostra famiglia. È davvero un onore per noi, che con Sama Eyewear abbiamo da oltre 15 anni un rapporto bellissimo fatto di stima e di grande affinità».

A confermare la vocazione del gruppo siciliano, nel megastore Angiolucci Occhiali, di oltre mille metri quadrati disposti su tre piani in via D'Annunzio a Catania, è da poco terminata la costruzione di altri due corner, dedicati ai marchi Prada e Persol, che vanno ad aggiungersi ai progetti tailor-made Bulgari e Gucci inaugurati lo scorso anno. Da Angiolucci è anche presente il più grande shop in shop Ray-Ban, inaugurato tre mesi fa con un evento che ha coinvolto oltre un centinaio tra ospiti, blogger e altri personaggi (nella foto, da sinistra: Sheila Vance, la blogger Chiara Ferragni, Barbara Domenicali e Ross Vance). (N.T.)