

La professione? Spetta al legislatore riformarla, non ai giudici

È uno dei messaggi inviati dal convegno che si è tenuto il 7 novembre all'Università Federico II di Napoli, su iniziativa di Elio Palombi, giurista, ex magistrato e legale nella maggior parte dei casi di denuncia di abusivismo professionale che dagli anni 90 a oggi hanno coinvolto ottici e optometristi italiani



«Se un problema non viene affrontato e risolto dal legislatore, con un vuoto normativo, per di più in un settore tecnico come il vostro, è pressoché inevitabile che possa portare a interpretazioni diverse. E poi siamo nel diritto penale, in realtà abbiamo bisogno di una regolamentazione delle professioni, delle varie competenze tecniche: occorre quindi una definizione legislativa della competenza professionale. Il tutto non per difendere gli orticelli dell'una o dell'altra categoria, ma per dare garanzie all'utente finale sul servizio che gli viene offerto». Oberdan Forlenza, Consigliere di Stato, già sostituto procuratore a Napoli, ha così spiegato le possibili incongruenze che possono sorgere tra una sentenza della Cassazione e l'altra. Nella stessa occasione Palombi ha parlato espressamente di un errore giudiziario in merito alla [sentenza Biondi](#) e del fatto che «oculisti e optometristi in Italia lavorano generalmente in simbiosi, ma ci sono casi singoli che creano sconcerto in tutta la categoria», auspicando che «bisogna lavorare bene, non con la spada di Damocle della denuncia penale».

Forlenza e Palombi, insieme ad alcuni esperti italiani di optometria, all'oftalmologo Giuseppe Ghilotti e ad altri uomini di legge, tra cui Carlo Amatucci, docente di Diritto Commerciale a Scienze Politiche, il dipartimento dell'ateneo napoletano che ha ospitato l'evento, e l'avvocato partenopeo Franco Tortorano, hanno dedicato un'intera giornata di lavori alle competenze dell'optometria nel trattamento delle disfunzioni visive, tema del primo [convegno](#) nazionale di regolamentazione dell'optometria. Il pubblico era composto da una sessantina di addetti ai lavori, in particolare ottici e optometristi provenienti da tutta Italia. Totale assenza, invece, dei vertici delle maggiori associazioni sindacali, professionali e scientifiche della categoria, fatta eccezione per esponenti delle territoriali di Federottica, come Paolo Carelli, Michele Schirone e Sergio Prezzi, quest'ultimo intervenuto anche in qualità di relatore, ma tutti in veste personale (nella foto, una fase dei lavori del convegno di Napoli, all'interno dell'Aula Spinelli a Scienze Politiche).

De Rigo, il sole 2017 sarà essenziale e confortevole

Per quanto ciascun brand mantenga le proprie caratteristiche, si nota la tendenza comune verso occhiali sempre leggeri e flessibili, e donanti, con forme quindi mai esasperate



Furla continua con il gusto per i profili in diverse tonalità e "addolcisce" i nuovi Aviator con una stampa sulle aste. Lanvin propone un modello in una classica tinta havana all'esterno con un'inedita stampa a stelle sull'azzurro all'interno delle aste (nella foto, in basso, a sinistra). Lozza punta sulle lenti piatte e i colori sfumati. Blumarine non si smentisce e ricerca continuamente il tocco di femminilità, come i triangoli di cristallo sulla mascherina (nella foto, in alto, a sinistra) o il dettaglio glitterato. CH Carolina Herrera gioca sui contrasti, trasparente e colore pieno, metallo lucido e acetato opaco e non rinuncia al logo sull'asta. Ritorno agli anni Settanta per Nina Ricci, con forme essenziali e molte trasparenze (nella foto, a destra). Contemporanea e d'impatto la prima [collezione Police](#), disegnata da Enrico Furlan. Protagonista la mascherina ultraleggera e ultrasottile: per lui total silver, per lei oro. Molto legati alla collezione moda gli occhiali Trussardi, non a caso sempre presenti sulle passerelle. Così il modello in acetato e metallo ha le cerniere ispirate alla hunting bag. (Luisa Espanet)



DAITACH
ISELF

DAI
OPTICAL INDUSTRIES

info: daioptical.com - daitachiself.com

ME4YOU



LA PROMO CHE
GIUSTIFICA I MEZZI

Porta un amico e scopri l'offerta!

Acquistando una coppia di progressive daitach ISELF, avrai il secondo paio di lenti ad un prezzo davvero speciale!

O come Oculisti, C come Catene

In questi giorni sentirete spesso alla radio la bella canzone di Ligabue "G come Giungla" e il suo video che snocciola tutto un vocabolario degli ultimi anni che viviamo. Se il Liga fosse un ottico indipendente oggi probabilmente scriverebbe un'altra canzone con il titolo di questa pillola

Più che una pillola questa l'ho voluta scrivere come una Zanzara di Cruciani, un'Amaca di Serra, una bustina di Minerva del grande Eco. Recentemente al tavolo dei relatori, il presidente di Soi e il presidente di una catena di ottica giovane, intraprendente e generosa nei prezzi. Il primo decantava la fattiva collaborazione realizzata, l'opportunità che i clienti dell'oculista potessero recarsi presso uno dei negozi della catena e acquistare una montatura a costo zero. Lo stesso dichiarava che la sua idea di ottica è quella rappresentata da questa catena e che il modello di collaborazione - sostegno alla Fondazione Soi da parte della medesima catena e montatura in omaggio ai loro pazienti - rappresentasse il cerchio ideale di congiunzione tra oftalmologi e ottici.

Ma non tutta la filiera ruota intorno al benessere degli oculisti e a quello del loro paziente. Capisco che l'attuale sanità non dia tante soddisfazioni come in passato, passi il fatto che anche i giovani oftalmologi soffrono un mercato del consumo di salute contratto e rallentato, ma non comprendo perché per loro gli ottici buoni siano quelli disposti a dare prima di ricevere (o di riceverle prima di darle). Quelli che fanno pagare poco gli occhiali o che non fanno pagare la montatura previa presentazione della ricetta medica. Quelli che non si lamentano se la gente va ad automedicarsi in farmacia dietro consiglio dell'oculista con la messa sul naso di premontati toccati da mezzo mondo e probabilmente ormai scentrati e poco igienici.

Mi verrebbe da chiedere al mondo oculistico di cui sopra se si sentono anche loro parzialmente responsabili del fatto che l'Italia è il paese in cui il primo occhiale progressivo si indossa in media a 54 anni con addizioni superiori al 2 se non al 2,5. Un'addizione del genere a quell'età provoca spesso possibili rigetti del paziente che non si adatta subito a vederci meglio, perché magari ha vissuto dieci anni di autocorrezioni con premontati cui il suo occhio, non colpevole, si è adattato al peggio. Ma probabilmente anche questo è un problema legato al caro occhiali, direbbe qualcuno dal tavolo dei relatori. pillole@nicoladilernia.it

Ray-Ban Unplug, il coraggio di vivere felici e... sconnessi

L'housebrand di Luxottica ha esplorato nella nuova campagna, declinata su web e su affissioni nella stazione Duomo della metropolitana di Milano, cosa accade quando si stacca la spina dai dispositivi digitali per interagire con il mondo reale

La massiccia presenza della tecnologia nella vita quotidiana, attraverso l'uso di cellulari, device di vario tipo e social network che crea una realtà dominata dal mondo digitale: è questo il tema affrontato da Ray-Ban nella campagna di comunicazione #Ittakescourage, incentrata sul coraggio di essere se stessi. «Sino al 17 novembre il marchio è presente a Milano, all'interno della fermata della metropolitana Duomo con una domination (utilizzo di tutti gli spazi pubblicitari disponibili, ndr) sul mondo unplug (nella foto, uno dei manifesti) – si legge in una nota di Luxottica - L'affissione racconta del coraggio di disconnettersi dal cellulare e dai social e incoraggia a riflettere e agire rimuovendo gli schermi digitali davanti ai propri occhi, per riacquistare una visione chiara del mondo reale e riconnettersi a esso attraverso l'interazione umana». La campagna di comunicazione Unplug, oltre a essere veicolata nel mondo offline, è inserita in un piano web attraverso la realtà digital e social. «Sul sito ufficiale di Ray-Ban - prosegue il comunicato - è stata documentata l'esperienza Unplug di sette giovani digital influencer di diversi paesi, che hanno vissuto 48 ore in un'area priva di connessione a Green Bank, una cittadina del West Virginia che offre ogni comfort a eccezione del wi-fi e di qualsiasi dispositivo digitale». Immersi in un mondo senza rete, i protagonisti sono stati invitati a scoprire la vita oltre il web e a raccontare la propria esperienza.



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

Supplemento al 9 novembre 2016 di b2eyes.com reg. presso Tribunale Milano, n. 292, 17-06-2009 © La riproduzione dei contenuti è riservata

 **DUAL VISION**
SOLO DALL'OTTICO
OPTOMETRISTA
www.dualvision.it

L'OCCHIALE **GIÀ PRONTO**
PER UNA VISIONE CORRETTA
DA VICINO E INTERMEDIO

