

## La visione nello sport: dalle regole del gioco all'applicazione nel centro ottico

È il tema di fondo della diciassettesima edizione del Convegno su Aggiornamenti in contattologia e ottica oftalmica, in programma a Monopoli il 5 e 6 ottobre

Squadra che vince non si cambia: il ben noto slogan è facilmente applicabile all'evento congressuale di Monopoli, che vede **Giancarlo Montani** come responsabile scientifico e **Mery Veneziani** alla guida della segreteria organizzativa. Ancora una volta è l'Hotel Porto Giardino di Capotondo, alle porte della località pugliese, a ospitare l'edizione numero diciassette della due giorni di lavori, la quale rimane fedele agli aspetti, in termini di contenuti e organizzativi, che ne hanno fatto uno degli appuntamenti di riferimento del panorama congressuale ottico optometrico in Italia.

«I visitatori, provenienti in gran parte dal centro sud del nostro paese, ma con significative presenze anche dal nord, possono trovare un'area espositiva in cui sono rappresentate come di consueto tutte le merceologie d'interesse per il professionista della visione, dalla strumentazione per il laboratorio e la sala refrazione alla contattologia, dall'oftalmica alle montature: quest'anno, tra l'altro, sono presenti alcune aziende di eyewear in più rispetto al passato - afferma Montani a b2eyes TODAY - Non cambia nemmeno il format dei lavori: una giornata, quella di domenica, in plenaria, il simposio del lunedì con gli approfondimenti degli argomenti trattati il giorno precedente e, sempre il lunedì mattina, i workshop monotematici».

In questa edizione si discute di un argomento conosciuto nel settore, ma con ancora ampi margini di approfondimento e di sviluppo. «Come di consueto cerchiamo di affrontare la tematica in tutte le sue sfaccettature - spiega ancora Montani - L'importanza della visione nello sport, le modalità di misurazione e la gestione delle abilità visive in questo ambito, l'opportunità di un corretto allenamento visivo per migliorare le performance degli atleti: sono alcuni degli argomenti al centro dei lavori in plenaria il primo giorno. Di fatto, intendiamo focalizzarci sulla funzionalità visiva, partendo dalle abilità collegate e necessarie, per poi capire come intervenire con le soluzioni ottico optometriche a disposizione, dalle lenti a contatto fino agli occhiali, compresi quelli utili alla protezione durante l'attività sportiva: in estrema sintesi, parafrasando proprio la terminologia sportiva, la domenica affrontiamo le regole del gioco, il lunedì la loro applicazione».

Accanto a molti dei tradizionali relatori italiani e ad alcuni di quelli internazionali si aggiungono alcune new entry. «Per la prima volta vengono a Monopoli **Graham Erickson**, docente alla Pacific University nell'Oregon, Stati Uniti, vero e proprio guru mondiale per quanto riguarda l'argomento del Convegno, **Gonzalo Carracedo**, dell'Università Complutense di Madrid, **Jorge Manuel Martins Jorge**, dell'Università di Minho, in Portogallo, e **Matjas Mihelcic**, optometrista sloveno anch'egli esperto in materia - dice il responsabile scientifico dell'evento - Sono inoltre presenti esponenti della classe medica, per spiegare, nel rispetto dei ruoli, come gestire le problematiche oculari connesse alla tematica in questione: **Daniilo Mazzacane**, segretario del Gruppo Oculisti Ambulatoriali Liberi, parla di come gestire i traumi oculari, e **Anna D'Ambrosio**, presidente di Prisma, tratta il tema degli atleti ipovedenti».



Nella seconda giornata, invece, sempre in plenaria, vengono presentati i modelli di utilizzo di queste tematiche per alcune delle principali discipline, con un relatore per ciascuna di esse. «Per questioni di tempo non era possibile prendere in considerazione tutti gli sport - conclude Montani - Abbiamo perciò individuato non solo quelli più seguiti o praticati dagli italiani, ma anche e soprattutto quelli sui quali l'impatto della visione è rilevante e che, di conseguenza, necessitano di maggiori attenzioni e pratiche per quanto riguarda la gestione o la correzione della visione stessa».

A sinistra, la plenaria del centro congressi dell'Hotel Porto Giardino in località Capotondo, a pochi chilometri da Monopoli, durante una delle ultime edizioni del Convegno



Giancarlo Montani,  
responsabile scientifico dell'evento

vieni e  
Provalo!



AutoRef-Cheratometro portatile / AutoRef portatile

HandyRef-K/HandyRef



R.O.M.  
www.rom-nidek.com

Scopritelo il 5 e il 6 OTTOBRE al Congresso internazionale di MONOPOLI



Numero Verde

800-47 39 99



**MiYOSMART**



## LA SOLUZIONE CHE HA RIVOLUZIONATO LA GESTIONE DELLA MIOPIA.

La sua efficacia nel rallentare la progressione miopica è sostenuta da oltre **90 pubblicazioni scientifiche** e **riconosciuta dai Professionisti della Visione**. È ideale per tutte le esigenze dei giovani miopi anche in esterni con l'esclusiva versione **fotocromatica Chamaleon**.

**Continuiamo ad agire insieme,  
prendendoci cura del benessere visivo dei giovani con MiYOSMART.**

Per informazioni, contatta il tuo Responsabile Tecnico Commerciale o scrivi a [hoyatiinforma@hoya.it](mailto:hoyatiinforma@hoya.it)  
[miyosmart.it](http://miyosmart.it) - Seguici su:     Hoya Lens Italia

**HOYA**

b2eyes

TODAY  
b2eyes

b2eyes

5 OTTOBRE 2025 ANNO XV - N. 3268

SPECIALE  
MONOPOLI
**17° CONVEGNO INTERNAZIONALE SU AGGIORNAMENTI DI OTTICA OFTALMICA E CONTATTOLOGIA**  
 VISIONE NELLO SPORT: APPROCCI OPTOMETRICI PER L'ATLETA DEL FUTURO – Monopoli, 5 e 6 ottobre 2025

## Hoya, nasce Presbiopia Faculty Online

Al Convegno di Monopoli la società oftalmica illustra le proprie soluzioni progressive, parte di un percorso multidisciplinare finalizzato a comunicarne efficacemente le tecnologie evolute



In un mondo sempre più digitale, veloce e interconnesso la presbiopia non è più solo una questione di età: rappresenta un cambiamento profondo che impatta lo stile di vita, il lavoro, le relazioni, nonché le attività ludiche e sportive. È in questo scenario in costante evoluzione che Hoya presenta Presbiopia Hoya Faculty Online (nella foto, il logo): un'esperienza formativa in quattro moduli digitali, attiva dal 30 settembre, pensata per gli ottici optometristi che vogliono crescere ed essere considerati dei consulenti della visione, capaci di leggere i bisogni, le emozioni e le aspettative dei consumatori.

«Intendiamo valorizzare il ruolo dell'ottico come punto di riferimento per i propri clienti, in grado di creare relazioni di fiducia e di offrire proposte personalizzate - afferma in una nota **Alessandra Parodi**, product & education manager di Hoya Italia, che guiderà il modulo introduttivo dedicato alle progressive dell'azienda - Conoscere a fondo i prodotti significa saperli raccontare con autorevolezza, generando valore percepito e fidelizzazione»

Il secondo modulo verrà condotto da **Paolo Anzani**, ottico optometrista ed esperto in psicologia della comunicazione: il focus sarà sulle leve psicologiche, con tecniche di comunicazione ed esempi pratici per instaurare relazioni di fiducia e aumentare il valore percepito di quanto offerto nell'ambito della presbiopia.

Nel terzo modulo, sempre con la guida di Anzani, si parlerà di upgrade della soluzione visiva e cross selling: come riconoscere i bisogni latenti del cliente e offrire proposte personalizzate per incrementare comfort visivo, soddisfazione e valore.

Il quarto e ultimo modulo sarà affidato a **Giancarlo Montani**, docente presso l'Università del Salento, nonché responsabile scientifico del Convegno di Monopoli: spiegherà in chiave tecnico-scientifica come soddisfare le esigenze del presbite moderno, al fine di realizzare soluzioni che valorizzino la qualità visiva attraverso tecnologie innovative.

«Presbiopia Hoya Faculty Online è molto più di un percorso formativo: rappresenta un trampolino di lancio per chi desidera evolvere, innovare e diventare protagonista del cambiamento - conclude il comunicato - Si tratta di un'occasione importante per far crescere la propria professionalità e offrire ai clienti un'esperienza visiva davvero su misura».

## Zeiss: in anteprima a Monopoli il Visuref 600

Al Convegno pugliese l'azienda oftalmica presenta il nuovo strumento, disponibile da ottobre sul mercato interno, che oltre a consentire una refrazione oggettiva di precisione supporta anche la proposta di lenti premium del brand, la gestione delle dislacrimie e l'applicazione di lac disposable, molto utilizzate da chi pratica sport

Zeiss torna anche quest'anno a Monopoli: un appuntamento immancabile e importante momento di aggiornamento con relatori e partecipanti di alto profilo. Per l'occasione, presso il suo stand è possibile visionare in anteprima il nuovo Visuref 600 (nella foto), l'autorefrattometro e cheratometro a fronte d'onda combinato che, oltre all'acquisizione dei dati di refrazione, offre un'ampia scelta di opzioni di misurazione e servizi aggiuntivi, aprendo diverse opportunità di business per i centri ottici.

«Visuref 600 utilizza la tecnologia a fronte d'onda per fornire risultati affidabili e precisi nella refrazione oggettiva - spiega in una nota **Gianluca Gaigher**, product manager VTS di Zeiss - Inoltre, permette ai professionisti di proporre ai propri clienti, attraverso la tecnologia i.Scription, lenti Zeiss premium che si adattano alle esigenze specifiche di ogni portatore, grazie a una soluzione altamente personalizzata: questo si traduce in una visione migliorata sia di giorno sia di notte, un comfort maggiore, un contrasto più elevato, colori più vividi e una riduzione degli effetti dell'abbagliamento».

Il nuovo dispositivo consente agli ottici anche di offrire servizi aggiuntivi, con un'efficienza elevata e senza la necessità di investire in strumenti supplementari. «Gli assistenti di misurazione sono personalizzabili, per un flusso di lavoro fluido: sono infatti integrati per diversi casi d'uso, tra cui test dell'acuità visiva, screening della dislacrimia e applicazione di lac morbide - aggiunge Gaigher - Questo aumenta ulteriormente l'efficienza, semplifica l'utilizzo e garantisce una sequenza operativa senza interruzioni. Ogni assistente di misurazione propone un ciclo predefinito, con passaggi obbligatori per guidare il professionista nell'acquisizione di tutti i dati di refrazione. In alternativa, è possibile configurare i passaggi stessi in base alla procedura del centro ottico o alle preferenze individuali».

Come ogni strumento Zeiss, anche Visuref 600 può essere integrato nell'ecosistema sviluppato dall'azienda: i risultati delle misurazioni e le immagini acquisite possono essere trasmessi digitalmente direttamente a Zeiss Visuconsult 500, assicurando così una gestione e conservazione ottimale dei dati di ogni cliente.

A Monopoli Zeiss porta anche la propria offerta di lenti a contatto, una soluzione complementare all'occhiale molto utilizzata da chi pratica sport, filo conduttore dell'edizione 2025 dell'evento.



# Potenzia il tuo business.

Un dispositivo. Molte possibilità.



## **ZEISS VISUREF 600**

Il nuovo **autorefrattometro** e **cheratometro combinato**, che ti offre molteplici potenzialità.

- Andare oltre i risultati di refrazione, offrendo ai tuoi clienti servizi aggiuntivi, come la valutazione della dislacrimia e l'applicazione delle lenti a contatto morbide.
- Prendere decisioni consapevoli e proporre lenti premium, come ZEISS SmartLife PRO, grazie ad una refrazione a fronte d'onda ad elevata precisione.
- Dare vita ad un flusso di lavoro efficiente e fluido, tramite procedure assistite personalizzabili e sequenze configurabili.

Per maggiori informazioni, contatta il tuo Responsabile Commerciale ZEISS  
[zeiss.it/professionisti](https://zeiss.it/professionisti)



Seeing beyond

b2eyes

TODAY  
b2eyes

5 OTTOBRE 2025 ANNO XV - N. 3268

b2eyes

SPECIALE  
MONOPOLI
**17° CONVEGNO INTERNAZIONALE SU AGGIORNAMENTI DI OTTICA OFTALMICA E CONTATTOLOGIA**  
 VISIONE NELLO SPORT: APPROCCI OPTOMETRICI PER L'ATLETA DEL FUTURO – Monopoli, 5 e 6 ottobre 2025

## EssilorLuxottica, l'innovazione passa anche dallo sport

Ampia gamma di proposte in fatto di lenti, soluzioni ottiche e strumentazione da parte del gruppo al Convegno di Monopoli, con un focus di prodotto e nello speech in plenaria sul tema dell'edizione 2025

EssilorLuxottica è ancora una volta tra i protagonisti del Convegno su Aggiornamenti in contattologia e ottica oftalmica. L'evento «rappresenta uno dei principali appuntamenti di formazione del settore e quest'anno pone un'attenzione particolare al ruolo della visione nello sport, tema sempre più centrale per garantire benessere e prestazioni agli atleti di ogni età - si legge in una nota della società italo-francese - Le nostre soluzioni, unite alla ricerca costante, nascono per rispondere anche a queste esigenze specifiche, dando agli eye care professional strumenti concreti per accompagnare i loro clienti in ogni contesto di vita, incluso quello sportivo».

In particolare Nikon Lenswear è presente allo stand del gruppo, oltre che con i suoi nuovi materiali di comunicazione e i dimostratori, con la gamma di lenti Nikon Sports, alle quali, in sala plenaria, viene dedicato uno speech. «Disponibili in design monofocali e progressive con tinte ottimizzate per valorizzare l'esperienza visiva, permettono di migliorare contrasto, protezione e percezione dei dettagli, assicurando una visione chiara e confortevole anche in condizioni di luce variabile - spiega il comunicato - Pensate per sportivi di tutte le età, confermano l'impegno del gruppo nel coniugare tecnologia, design e benessere visivo».

Accanto alle soluzioni studiate per lo sport, EssilorLuxottica propone strumenti che vogliono rendere la pratica professionale sempre più precisa ed efficiente. «Il Vision-R 800 (nella foto), ad esempio, consente una refrazione accurata al centesimo di diottria, con prescrizioni personalizzate per lenti come le progressive Varilux e le monofocali evolute Eyezen Start ed Eyezen Boost, ideali per chi alterna attività quotidiane e sportive».

Grazie a workshop e incontri dedicati «i professionisti presenti all'appuntamento pugliese hanno l'opportunità di approfondire soluzioni all'avanguardia, con un focus sul ruolo sempre più strategico dell'ottico optometrista come consulente di benessere visivo a 360 gradi», conclude la nota.



## Ital-Lenti: come migliorare le performance visive nello sport

L'azienda bellunese ha sviluppato soluzioni oftalmiche specifiche per l'attività sportiva: 4Sport, nella versione monofocale, e Sky 4Sport, nella versione progressiva, in mostra al Convegno 2025 di Monopoli

Le 4Sport e Sky 4Sport di Ital-Lenti (nelle foto, due immagini di campagna) hanno l'obiettivo di proporre un sistema completo per la visione nello sport: ampiezza di campo, stabilità percettiva, comfort e protezione. «Ogni componente della lente, dalla struttura geometrica alla tecnologia fotocromatica, dalla polarizzazione alla riflessione dell'infrarosso, è pensato per sostenere l'occhio in movimento, in situazioni visive complesse, ad alta velocità o in ambienti difficili - si legge in un comunicato dell'azienda oftalmica - La geometria è ottimizzata per montature avvolgenti, spesso molto curve, tipicamente base 8.0. La costruzione interna riduce le distorsioni e garantisce una visione chiara anche nelle zone periferiche. La versione progressiva Sky 4Sport integra una distribuzione fluida dei poteri correttivi, permettendo un passaggio naturale tra le diverse distanze, anche durante movimenti rapidi o cambi improvvisi di direzione dello sguardo».

Entrambe le lenti sono realizzate con materiali organici ad alto indice di rifrazione, al fine di offrire leggerezza, nitidezza e resistenza. La geometria è studiata per compensare gli effetti prismatici causati dalle montature molto curve e per fornire, quindi, una visione stabile anche lateralmente, elemento fondamentale durante la corsa, la guida, il ciclismo o gli sport su neve.

A completare l'offerta, vi è la possibilità di realizzare queste lenti in tre versioni tecnologiche differenti. La prima è la fotocromatica con tecnologia Transitions Gen S o Transitions XTRActive, la seconda è quella polarizzata con tecnologia NuPolar, «ideale per chi affronta superfici

altamente riflettenti come acqua, asfalto o neve - prosegue la nota - La polarizzazione blocca infatti i riflessi orizzontali, migliora il contrasto e la percezione dei contorni, per una visione più riposante e precisa». Come valore aggiunto, infine, è a disposizione la versione specchiata in diverse colorazioni. «Tra queste, la specchiatura rossa si distingue per le sue proprietà tecniche: agisce sulle lunghezze d'onda dell'infrarosso, contribuendo a riflettere la radiazione termica - precisa il comunicato - Questo effetto riduce l'accumulo di calore nella zona oculare e perioculare, offrendo una sensazione di freschezza prolungata anche in caso di esposizione solare intensa, senza compromettere la nitidezza della visione».



Famiglia di lenti a contatto

**MyDay®**



CooperVision®

# IDEATA PER OFFRIRE DI PIÙ



Elevate performance per ancora  
più portatori.



**Più opzioni di prescrizione** di qualsiasi altro brand  
**di lenti a contatto monouso** a ricambio giornaliero tra  
geometria sferica, torica e multifocale.<sup>1</sup>



MyDay® fornisce **un comfort insuperabile**.<sup>2,3,4</sup>



**Aquaform® Technology**

1. CooperVision® Data on File 2021. Based on prescription option combinations from available published sources (sph, cyl, axis, ADD) available across all daily disposable soft lenses in sphere, toric and multifocal from CooperVision®, Johnson and Johnson Medical Ltd.® Bausch & Lomb Inc.® and Alcon Inc.® in UK, France, Germany and Italy Oct 2021. Cosmetic & Photochromatic contact lenses not included. Multiple base curve variants not included. All trademarks are properties of their respective owners. 2. CooperVision® data on file, 2013, 2015 & 2017. MyDay® clinical studies 1-week DW compared to 1-DAY ACUVUE® MOIST, DAILIES TOTAL1® and ACUVUE® OASYS 1-Day. 3. CooperVision® data on file 2020. Prospective, double-masked, randomised, bilateral, one-week cross-over dispensing study with MyDay® multifocal and 1 DAY ACUVUE® MOIST multifocal; n=104 habitual multifocal wearers. 4. CooperVision® data on file 2021. Prospective, subject-masked, randomised, bilateral, two-week cross-over dispensing study at 5 US sites with MyDay® multifocal and DAILIES TOTAL1® multifocal; n=58 habitual multifocal contact lens wearers. All trademarks are properties of their respective owners.

b2eyes

TODAY  
b2eyes

b2eyes

5 OTTOBRE 2025 ANNO XV - N. 3268

SPECIALE  
MONOPOLI
**17° CONVEGNO INTERNAZIONALE SU AGGIORNAMENTI DI OTTICA OFTALMICA E CONTATTOLOGIA**  
 VISIONE NELLO SPORT: APPROCCI OPTOMETRICI PER L'ATLETA DEL FUTURO – Monopoli, 5 e 6 ottobre 2025

## R.O.M.: a Monopoli focus sul centro ottico moderno

La società, che ha la distribuzione esclusiva sul canale ottico nazionale per Nidek e Oculus, propone ai professionisti presenti alla diciassettesima edizione dell'evento pugliese alcuni strumenti per la sala refrazione e per il laboratorio

Al Convegno 2025 su Aggiornamenti in contattologia e ottica oftalmica R.O.M. partecipa con una selezione della strumentazione Nidek e Oculus, «dedicata all'ottico optometrista moderno», sottolinea una nota dell'azienda.

Tra questi il biometro ottico Nidek AL-Scan M (nella foto), «ideale per affiancare il professionista nell'offerta delle lenti per la gestione della progressione miopica, monitorare l'evoluzione della miopia e valutare gli effetti dei trattamenti, e il topografo Oculus Keratograph 5M, per lo screening avanzato della secchezza oculare - precisa il comunicato - È presente anche un corner da laboratorio, da sempre fiore all'occhiello di Nidek, con Lexce Trend 8, molatrice multifunzione studiata per la lavorazione delle lenti sportive ad alta curvatura: insieme al top di gamma Nidek, ME-1500, rappresenta un prodotto in linea con l'edizione 2025 dell'evento pugliese, il cui tema di fondo è la visione nello sport. Nello spazio dedicato ai laboratori spicca, inoltre, Lfu-220, la pompa brevettata che, con la sua tecnologia esclusiva, centrifuga, filtra e separa l'acqua dai residui di molatura, i quali vengono compressi e ridotti in pastiglie facili da smaltire: una scelta all'insegna del rispetto dell'ambiente».

Prosegue intanto con risultati positivi la partnership tra Nidek e Hoya, operativa sul mercato interno da oltre un anno. «Lo stand R.O.M. al convegno di Monopoli è adiacente a quello dell'azienda oftalmica, per offrire a chi ne avesse necessità forniture flessibili, personalizzate e complete, nonché consulenze mirate alla scelta migliore di lenti e strumenti - conclude la nota - Tale sinergia, che si traduce anche in spazi espositivi contigui nei principali appuntamenti congressuali del settore, dà inoltre la possibilità di contare su un supporto rapido ed efficace da parte delle due realtà aziendali, che risponde alla richiesta crescente di qualità e innovazione».



## Hoya, un upgrade di prodotto per MiyoSmart

Il nuovo strato antiriflesso STX, in esclusiva da metà settembre per la lente destinata al controllo della progressione miopica, è una delle novità che l'azienda oftalmica porta al Convegno 2025 di Monopoli

Con gli ordini effettuati dagli ottici italiani a partire dal 15 settembre, su MiyoSmart viene introdotto di serie un nuovo strato antiriflesso STX, in esclusiva e senza sovrapprezzo. «Garantirà maggiore idrorepellenza e durata, per una visione ancora più nitida, confortevole e una migliore esperienza d'uso quotidiana grazie a una superiore facilità di pulizia - spiega a b2eyes TODAY Anna Maria Nicolini, direttrice marketing di Hoya Italia - Questo upgrade è garanzia di performance superiori anche per i bambini e i ragazzi miopi quando sono all'aria aperta o fanno sport».

Oggi sono circa 160 mila i giovani italiani già trattati con una soluzione oftalmica dedicata al rallentamento della progressione miopica, su un totale che si aggira intorno a 1,7 milioni di soggetti tra i 5 e i 19 anni con tale problematica visiva. «Si tratta di elaborazioni su dati Istat, che ci permettono di aspirare a una crescita esponenziale di questa tipologia di trattamenti nei prossimi cinque anni: dall'attuale 10% di penetrazione di lenti per il controllo della miopia vorremmo arrivare al 30% entro il 2030», afferma Nicolini. Per raggiungerlo bisogna non solo favorire ulteriormente la collaborazione tra le categorie professionali coinvolte, ma sensibilizzare sempre più gli utenti finali, quindi bambini, adolescenti e le loro famiglie. Hoya ha così deciso di investire in una campagna digital, che coinvolge alcuni dei principali canali della connected tv e social, oltre a video su YouTube e siti web in target, e fa parte del piano editoriale dell'azienda oftalmica, con la possibilità per i centri ottici specializzati MiyoSmart di fruirne sulle proprie pagine online.

«Il target è quello core per il segmento, cioè i genitori di bambini e ragazzi tra i 6 e i 16 anni, le comunità scolastiche e i professionisti attenti al benessere: a tutti loro vogliamo rivolgerci con un tono informativo, diretto e di forte impatto - dice ancora Nicolini - Hoya ha voluto differenziare i messaggi di fondo dell'attività di comunicazione, partita a fine agosto e attiva sino alla fine di ottobre: "Ottobre è il mese della prevenzione, prenota un controllo", recita quello in corso».

 SETTIMA EDIZIONE  
**FORUM  
 PRESBIOPIA  
 2025**

**23-24 NOVEMBRE 2025**  
**BOLOGNA**  
 Centro Congressi Grand Tour Italia


# VISION-R™ 800

REINVENTA LA REFRAZIONE

REFRAZIONE PRECISA AL CENTESIMO DI DIOTTRIA  
PER LA PRESCRIZIONE DI LENTI PERSONALIZZATE



Vision-R™ 800 e Essilor® Instruments sono marchi registrati di Essilor International



TI ASPETTIAMO ALLO STAND ESSILORLUXOTTICA

b2eyes

TODAY  
b2eyes

5 OTTOBRE 2025 ANNO XV - N. 3268

b2eyes

SPECIALE  
MONOPOLI
**17° CONVEGNO INTERNAZIONALE SU AGGIORNAMENTI DI OTTICA OFTALMICA E CONTATTOLOGIA**  
 VISIONE NELLO SPORT: APPROCCI OPTOMETRICI PER L'ATLETA DEL FUTURO – Monopoli, 5 e 6 ottobre 2025

## Evil eye: più sostenibile, più piccolo e più colorato

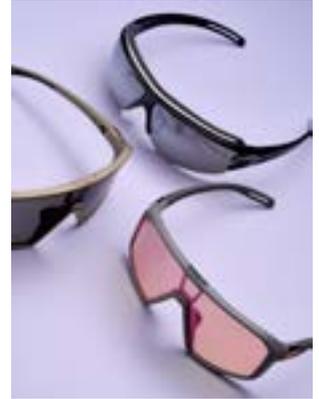
Il marchio di occhiali sportivi di proprietà di Silhouette lancia un nuovo materiale biocircolare chiamato Eco Ppx, riduce la taglia della calzata in molti modelli, presenta nuovi colori e una speciale lente per gli allenamenti indoor

A partire dallo scorso agosto evil eye (*nella foto, alcuni modelli*) utilizza un polimero robusto, flessibile e in grado di ridurre l'impatto ambientale. «Eco Ppx è interamente prodotto con materiali biocircolari, che includono scarti organici ottenuti da agricoltura e silvicoltura, come corteccia e paglia - si legge in un comunicato del marchio - Un processo trasforma questi residui in un polimero altamente performante: il risultato è una drastica riduzione delle emissioni di anidride carbonica rispetto alle plastiche convenzionali». Gli occhiali sportivi evil eye in Eco Ppx puntano a offrire stabilità, leggerezza e resistenza e sono realizzati in Austria, a Linz. Inoltre l'elettricità impiegata nel processo produttivo «è 100% da energia rinnovabile», aggiunge la nota. Anche il packaging è sostenibile: i nuovi astucci sono fatti per almeno il 70% di materiale riciclato e fibre FSC-certified e il panno in microfibra è per il 95% in plastica riciclata.

Tra le altre novità, i modelli evil eye di maggiore successo, roadsense, trailsense e trailsense II, sono ora disponibili in una taglia XS adatta a volti stretti senza rinunciare allo stile, al comfort o alla funzionalità.

Il marchio introduce anche una nuova tecnologia dedicata alle indoor performance, per chi si allena a lungo davanti ai monitor sia che si tratti di e-sports o di allenamenti al chiuso. In questi casi «la luminosità ha un ruolo cruciale e le luci artificiali causano un affaticamento spesso sottostimato - spiega il comunicato - Il nuovo filtro e-sport risponde a questa esigenza: proteggere gli occhi dalla luce blu ad alta energia emessa da monitor, tablet e dalla luce artificiale. Gli atleti hanno una migliore percezione dei contrasti, minori abbagliamenti e in generale una visione più rilassata specialmente quando il contenuto da guardare è molto luminoso e dinamico. Inoltre, questo filtro supporta la produzione di melatonina, l'ormone del sonno, che è alterato dalla luce blu».

A sua volta, con le nuove tinte, evil eye celebra lo street style urbano e il look outdoor dinamico. «La Raw Edition è caratterizzata da superfici invecchiate, prive di laccature, che sembrano avere una patina naturale: pezzi unici che raccontano una storia personale - precisa la nota - I Dynamic Colors sono invece ispirati alle raffinate finiture dell'automotive e introducono l'effetto camaleonte nel mondo dell'estetica sportiva: a seconda dell'angolazione e dell'intensità della luce, il colore cambia, creando dinamismo». Infine, con la nuova edizione Nightsky, evil eye introduce nella montatura piccole particelle color argento, che richiamano il luccichio delle stelle, in grado di creare un effetto bagliore mantenendo un tono all'insegna dell'understatement.



## Eyewear by David Beckham: eleganza british in atmosfere marocchine

Il marchio fondato dall'ex calciatore inglese, che l'anno scorso ha siglato un accordo di licenza perpetua con Safilo, presenta per la collezione autunno inverno modelli caratterizzati da materiali pregiati e dettagli distintivi, protagonisti di una campagna ambientata a Marrakech

La campagna (*nella foto*) dedicata alla nuova proposta Eyewear by David Beckham, ambientata in un riad tradizionale nel cuore di Marrakech, «cattura perfettamente la sobria eleganza degli interni marocchini e l'atmosfera unica di questa location eccezionale - spiega una nota del brand - Tra morbide ombre, tessuti esotici e la quiete dei cortili interni privati, l'ambientazione rispecchia il mood raffinato e contemplativo della nuova stagione».

La collezione svela silhouette in equilibrio tra versatilità e design contemporaneo, oltre a «innovative costruzioni che incarnano la filosofia del brand, ed è siglata da tutti gli elementi iconici che lo caratterizzano, quali il dettaglio Talisman e il monogramma DB, cifre stilistiche del marchio che, sin dal suo lancio, firmano ogni occhiale - aggiunge la nota - La palette si ispira alle calde tonalità di stagione, con classiche nuance di nero, avana e un pregiato effetto corno che dona profondità ed eleganza».

La collezione autunno inverno di Eyewear by David Beckham è disponibile presso selezionati centri ottici in tutto il mondo.


 SETTIMA EDIZIONE  
**FORUM**  
 PRESBIOPIA  
**2025**

**23-24 NOVEMBRE 2025**  
**BOLOGNA**  
 Centro Congressi Grand Tour Italia


# 4SPORT

DAI FORMA ALLA TUA PERFORMANCE

Le lenti **monofocali 4Sport** sono progettate per chi vive lo sport con intensità: leggerezza, resistenza e un ampio campo visivo ottimizzato per le performance, anche in condizioni dinamiche.

Per chi desidera il massimo del comfort a tutte le distanze, le **progressive Sky 4Sport** garantiscono una transizione fluida tra visione da vicino e lontano, con geometrie dedicate alle esigenze sportive.

Stabilità, precisione e protezione: tecnologia Ital-Lenti per uno stile di vita attivo.

## ITAL•LENTI

LENTI DA VISTA ITALIANE

[www.itallenti.com](http://www.itallenti.com)

b2eyes

TODAY  
b2eyes

b2eyes

5 OTTOBRE 2025 ANNO XV - N. 3268

SPECIALE  
MONOPOLI17° CONVEGNO INTERNAZIONALE SU AGGIORNAMENTI DI OTTICA OFTALMICA E CONTATTOLOGIA  
VISIONE NELLO SPORT: APPROCCI OPTOMETRICI PER L'ATLETA DEL FUTURO - Monopoli, 5 e 6 ottobre 2025

## Oakley: Mbappé "firma" la Signature Series

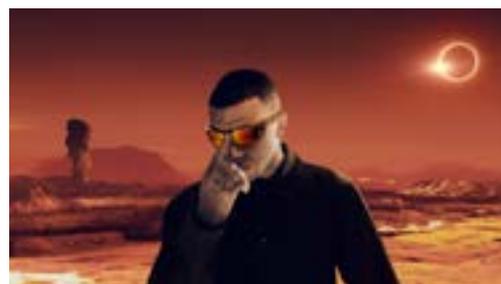
Il marchio di EssilorLuxottica ha dato vita a una collezione composta dai due modelli Lateralis ed Enigma Mass, che riflettono il modo di giocare e la mentalità dell'attaccante del Real Madrid e della nazionale francese

La Signature Series Kylian Mbappé (*nella foto*) «cattura tutta la grinta e la precisione di uno degli atleti più straordinari della scena mondiale: icona globale e talento generazionale, il calciatore continua a ridefinire i confini, fondendo eredità e innovazione in un'unica visione audace e consapevole», si legge in una nota di Oakley. Parte integrante del progetto Artifacts From The Future, la collezione propone due modelli: Lateralis ed Enigma Mass, reinterpretati in nuove combinazioni cromatiche.

«Oakley è parte della mia visione del futuro dal 2021 - racconta Mbappé nel comunicato - La Signature Series riflette esattamente il mio modo di giocare: sicurezza, concentrazione e sguardo sempre rivolto avanti. Questi occhiali rappresentano tale mentalità e spero possano ispirare la prossima generazione a inseguire i propri sogni e reinventare il proprio modo di vedere il mondo».

Lateralis, nella tonalità ambra scuro opaco con lenti Prizm Ruby, «richiama le iconiche linee avvolgenti della fine degli anni 90, con una silhouette scolpita pensata per offrire stabilità e comfort, grazie a naselli integrati e terminali in gomma stampata - prosegue la nota - Enigma Mass, proposto in una raffinata versione ambra scuro traslucido, sfoggia una montatura squadrata dal design minimale, compatibile con lenti da vista, dotata di naselli TruBridge per un comfort personalizzato e una vestibilità ottimale tutto il giorno». Lateralis, inoltre, ha la firma di Mbappé incisa sulla lente, mentre entrambi i modelli presentano il logo Oakley Ellipse sulle aste e sono accompagnati da una microbag personalizzata.

La Signature Series Kylian Mbappé è disponibile sul sito e nei negozi Oakley, oltre che in una selezione di store partner in tutto il mondo.



## Eco Eyewear lancia l'alluminio riciclato

Linee decise, leggerezza e stile responsabile:

il brand di proprietà di House of Modo introduce un nuovo materiale green nella sua collezione autunno inverno

Eco Eyewear consolida il proprio focus sul design sostenibile con l'utilizzo dell'alluminio riciclato. «Leggero, resistente e dal look contemporaneo, il nuovo materiale apre la strada a silhouette audaci ma essenziali, senza compromettere il comfort», si legge in un comunicato del marchio.

Tra i modelli di punta della collezione autunno inverno spicca Aura (*nella foto*), «una montatura dal profilo geometrico morbido e sofisticato - prosegue la nota - La forma poligonale e armoniosa dona un tocco moderno all'eleganza classica, rendendola versatile e distintiva». Ogni occhiale è rifinito con una verniciatura opaca effetto metallo, che valorizza la matericità dell'alluminio riciclato. La palette cromatica spazia dal verde khaki e blu opaco fino a un vivace e fresco lampone brillante.

Completano il design le clip-on solari magnetiche, anch'esse realizzate in alluminio riciclato. «Il sistema magnetico consente una transizione fluida tra occhiali da vista e da sole, garantendo protezione UV, stile e sostenibilità», sottolinea il comunicato.



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

Stampa: Artstampa - Monopoli (BA) © La riproduzione dei contenuti è riservata

SETTIMA EDIZIONE  
**FORUM**  
PRESBIOPIA  
**2025**



**23-24 NOVEMBRE 2025**  
**BOLOGNA**  
Centro Congressi Grand Tour Italia



A man and a woman are splashing in a swimming pool. The woman is wearing a green one-piece swimsuit and glasses, and the man is shirtless and wearing blue shorts and glasses. They are both smiling and looking at each other. The background shows a green lawn and a building.

**GRANDE  
CAMPAGNA TV  
IN AUTUNNO**

**Un messaggio nazionale. Un impatto locale. Una strategia che funziona.**

"Professionista in Vista" è la campagna integrata Hoya che mette l'Ottico al centro della comunicazione. Con uno spot nazionale personalizzato, aumenta la riconoscibilità, il traffico e la fiducia nel Centro Ottico.

**Così Hoya lavora per dare visibilità ai suoi Partner.**

Per informazioni chiedi al tuo Responsabile Tecnico Commerciale o scrivi a [hoyatiinforma@hoya.it](mailto:hoyatiinforma@hoya.it)



Hoya Italia

**HOYA**

