



LUNEDÌ 26 OTTOBRE 2020 ANNO X - N. 2130

LA VISIONE
OLTRE IL **2020**

25-26 ottobre 2020 - Virtual Congress Center b2eyes
12° Congresso internazionale su aggiornamenti in Contattologia e Ottica Oftalmica

Il 2020 sarebbe stato un bel numero...

Tondo, simpatico, anche familiare al nostro mondo. Purtroppo non è stato così e il dodicesimo Convegno su Aggiornamenti in contattologia e ottica oftalmica, in corso da ieri sul Virtual Congress Center b2eyes, quest'anno resterà un piccolo cameo in un grande disordine di date annunciate e poi posticipate o annullate. Così in un video Nicola Di Lernia (nella foto) ha introdotto i lavori dell'evento digitale, tratteggiando presente e futuro dell'ottica in Italia

«Il 2020 non ci ha ancora detto quanto ci costerà il Covid in termini economici. Ci troviamo di fronte a una montagna russa nei consumi tra chi potrà ancora e chi non potrà più. Il mercato ci offrirà a breve un quadro di vincitori e vinti estremamente crudo - ha affermato Di Lernia - L'ottica ha vissuto il suo rimbalzo tra giugno e luglio con un settembre soddisfacente quasi in grado di recuperare qualcosa al disastro di marzo-aprile. Il mercato oftalmico sta aumentando velocemente a valore, segno anche di una maggiore consapevolezza del pubblico verso un bene protettivo come l'occhiale da vista: protettivo per le nuove situazioni di vita e di lavoro e perché il tema salute è attualmente quello che ha a cuore la gente».

Di Lernia ha anche parlato degli effetti del sempre più diffuso smart working. «Da 500.000 smart worker in Italia siamo passati a più di 4 milioni - ha ricordato - Secondo una ricerca commissionata per il Progressive Business Forum 2020, molte persone tra i 45 e i 55 anni dichiarano apertamente di avere problemi evidenti nella postura e nella visione che provocano a fine giornata stress fisico e visivo. Le risposte del nostro mercato? Ci sono già state: lenti monofocali avanzate da vicino e intermedio e protezione dalla luce blu nociva ad esempio, oltre che ginnastica posturale e per gli occhi».

Quale futuro, dunque, almeno a breve-medio termine per la filiera dell'ottica? «Sulla scia di quanto ha detto Giuseppe Stigliano sempre al Progressive Business Forum, il nostro mondo non è fragile, ovvero in grado di rompersi, tranne che in una fascia marginale che non ha voluto fare alcunché, se non due occhiali al giorno - ha concluso Di Lernia - Noi abbiamo invece dimostrato di essere un mercato resiliente, abbiamo resistito all'urto di marzo-aprile e ci siamo risollevati con forza nei mesi successivi. Ora però dobbiamo fare tutti un passo in avanti, dobbiamo alzare l'asticella e diventare anti-fragili: non essere più vulnerabili ad alcun ulteriore focolaio o chiusura, diventare un mercato anticiclico a prova di crisi e offrire soprattutto soluzioni protettive, affinché la gente ne senta l'assoluta necessità a discapito di beni considerati invece voluttuari».



La visione oltre il 2020: per Rodenstock la risposta è B.I.G. Vision

Un'esperienza visiva che supera gli standard, i compromessi, i limiti: è l'obiettivo delle Biometric Intelligent Glasses, le lenti recentemente lanciate sul mercato dall'azienda oftalmica, protagoniste anche in occasione del Convegno digitale di Giancarlo Montani che si conclude oggi

«Nella società in cui viviamo sono richieste massime performance a tutte le distanze e condizioni luminose, si devono vedere le cose anche nei più piccoli dettagli, è necessario reagire prontamente agli stimoli al fine di guidare i nostri movimenti e azioni con assoluta sicurezza e precisione e non si deve rinunciare alla bellezza che ci circonda con le sue forme e colori», spiega a b2eyes TODAY Mauro Nocera (nella foto), product manager Lenti e Strumenti di Rodenstock Italia.

L'azienda oftalmica ha tenuto conto di questi bisogni, considerato che ci sono 7,5 miliardi di persone al mondo, che ogni occhio è diverso da un altro, che i nostri occhi si muovono fino a 250 mila volte al giorno, che il sistema visivo ci richiede di vedere bene sia centralmente sia in periferia e che soltanto il 2% dei soggetti presenta tutti i parametri biometrici perfettamente conformi a quelli standard fino a oggi considerati per il calcolo ottico delle lenti: la sua risposta è perciò rappresentata dalle Biometric Intelligent Glasses. «Realizzate grazie a un modello biometrico individuale, frutto delle misurazioni con DNEye Scanner, hanno raggiunto due importanti traguardi - dice ancora Nocera - Innanzitutto la riduzione dei disturbi indotti dalle aberrazioni oculari di alto ordine da lontano e da vicino, misurate oggettivamente, considerando l'influenza che il diametro pupillare esercita nelle differenti condizioni luminose e alle diverse distanze di focalizzazione. In secondo luogo, la possibilità di calcolare esattamente la posizione retinica dove focalizzare l'immagine a vantaggio della migliore nitidezza e del pieno utilizzo dei campi visivi. Tutto questo grazie alla presa in considerazione, nello sviluppo della lente, dei parametri biometrici oculari individuali, come i parametri refrattometrici, aberrometrici oculari e corneali, topografici, la profondità della camera anteriore, i poteri del cristallino, la profondità della camera vitrea e la lunghezza dell'occhio».



L'ANTIRIFLESSO PIÙ EVOLUTO

Shamir Ocean™

ESALTA IL TUO LOOK
AUMENTANDO LA TRASPARENZA DELLALENTE

SCOPRI DI PIÙ


shamir

Da molto vicino a molto lontano: visione oltre i limiti.



Nuova Hoyalux iD MySelf.

La lente progressiva che non ti accorgi di indossare.

Le lenti progressive Hoyalux iD MySelf assicurano prestazioni visive elevate in tutte le attività, grazie alle due nuove ed **esclusive tecnologie Hoya:**

AdaptEase, che consente facilità di passaggio tra le varie aree di visione e ampi campi visivi a tutte le distanze;

3D Binocular Vision, che migliora la visione binoculare orizzontale, minimizzando gli indesiderati effetti prismatici laterali della lente e ampliando la visione periferica.

L'adattamento è facile e veloce e la visione naturale, soprattutto durante l'uso dei dispositivi digitali.

Ital-Lenti: con Iron+ trasparenza e resistenza in un unico trattamento

«L'80% delle lenti oftalmiche vendute giornalmente sono richieste con antiriflesso: sta, quindi, diventando di fondamentale importanza per ogni equipaggiamento visivo, in funzione soprattutto degli usi intensivi dei dispositivi digitali», spiega una nota dell'azienda dell'Alpago sul lancio del coating top di gamma, presentato recentemente sul mercato e in occasione dell'evento scientifico di Giancarlo Montani

Antiriflesso deve essere anche sinonimo di pulizia, trasparenza e, soprattutto, resistenza all'usura quotidiana: ecco perché Ital-Lenti ha sviluppato «una nuova tecnologia che garantisce un trattamento plus a tutti gli effetti, grazie alle nuove lacche indurenti specifiche per ogni indice di rifrazione, al nuovo strato antimbrattante, reso più scivoloso per evitare depositi di impronte, di untuosità dell'epidermide e di gocce di acqua residue e al nuovo strato di materiale antistatico che limita le cariche elettrostatiche da pulizia a secco, riducendo l'accumulo di pulviscolo, tutte condizioni che costringono a una continua pulizia delle lenti, con la conseguente veloce usura del trattamento stesso», precisa il comunicato.

A tale tecnologia si aggiungono i 16 strati di antiriflesso Iron+ (nella foto, un'immagine di campagna) realizzati su entrambe le superfici della lente, che «minimizzano i riflessi provenienti da ogni angolazione, contribuendo a proteggere gli occhi e migliorando la qualità di visione - prosegue la nota - L'antiriflesso Iron+ è stato progettato per assicurare lenti più resistenti ai graffi, idrorepellenti e antistatiche». Ne consegue che la lente è «più pulita, poiché gli agenti esterni non aderiscono alla superficie, più trasparente, in quanto la visione risulta più nitida e le immagini acquistano brillantezza, e più protetta - conclude il comunicato - Il trattamento Iron+ è, inoltre, garantito tre anni».

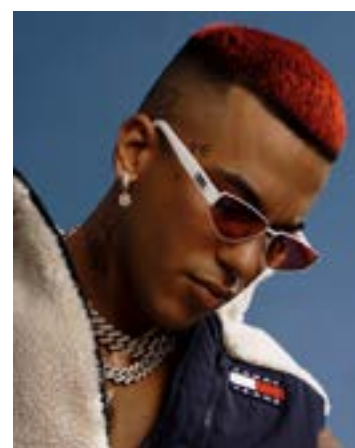


Tommy Jeans Eyewear “rapa” con Sfera Ebbasta

Il musicista milanese è il nuovo brand ambassador del marchio di occhiali in licenza a Safilo, nella campagna dedicata alla collezione 2020, realizzata con materiali sempre più ecosostenibili

Al centro della comunicazione c'è la collezione Tommy Jeans Eyewear che, introducendo materiali e metodi di produzione più sostenibili, si basa sulla visione globale del brand “Make it Possible”, per creare una moda che non spreca nulla: è caratterizzata infatti da occhiali da sole e montature da vista realizzati con oltre il 40% di risorse organiche e rinnovabili. «La collezione 2020 segna anche la prima linea in cui il marchio propone quattro modelli in EcoNyl, una plastica a base di nylon che viene recuperata da almeno il 50% dei rifiuti post consumo, comprese le reti da pesca e i rifiuti in plastica rimossi dal mare - si legge in una nota di Safilo - La raccolta comprende anche olio di ricino proveniente dall'India, coltivato in modo responsabile e rinnovabile».

La campagna 2020 celebra lo spirito irriverente del marchio e ha il volto di Sfera Ebbasta (nella foto), noto per aver guidato la giovane scena del rap e dell'hip hop italiano, poi evoluta ulteriormente nel genere trap music, che sfoggia la collezione sole e vista mentre esplora la periferia di Milano, città in cui è nato. «L'occhiale per me è da sempre un dettaglio fondamentale del mio look, rappresenta chi sono e il mio modo di essere», dichiara l'artista nel comunicato. La collezione è disponibile presso selezionati centri ottici italiani e sul sito del brand.



BECAUSE EVERY EYE IS DIFFERENT:

BIOMETRIC INTELLIGENT GLASSES

Sperimenta la visione più nitida possibile con le prime lenti progressive realizzate sulla base di un modello completo biometrico



RODENSTOCK

Because every eye is different