

Giovani laureati crescono: quasi in 600 al Congresso Aleo

È il numero che contano di raggiungere gli organizzatori della terza edizione dell'evento, in programma domenica e lunedì presso l'aula magna dell'Università di Milano Bicocca

«L'Associazione Laureati Ottica e Optometria compie tre anni, è al suo terzo Congresso e si rivede proiettata nel tema del [simposio](#), "Optometria pediatrica da zero a tre anni, multidisciplinarietà al servizio del bambino": noi siamo i giovani optometristi italiani, con una serie di padri e persino di nonni, che verranno celebrati nella giornata di lunedì». Così [Simone Santacatterina](#), presidente dell'associazione, immagina il susseguirsi di relazioni, interventi, esposizioni aziendali del Congresso milanese, ma anche la parte relativa ai premi.

«Riceveranno un riconoscimento, infatti, [Alberto Benzoni](#), [Antonella Delicati](#), [Rossella Fonte](#) e [Giulio Velati](#), tra i "padri", appunto, della laurea in Ottica e Optometria nel nostro paese, insieme ad [Alessandro Borghesi](#), coordinatore del primo corso di laurea – spiega a b2eyes TODAY Santacatterina – Daremo, inoltre, una targa speciale a [Giuseppe Longoni](#), meglio conosciuto come Jeff, uno dei "nonni" dell'optometria in Italia, con il quale condivido l'amore per questa professione».

In occasione del terzo Congresso Aleo, che vedrà la partecipazione di una ventina di aziende, si terrà anche la premiazione della terza edizione del [VisionOttica Award](#).

Occhiali, oftalmica, editoria: il Mido degli altri

Ho decantato le immagini dell'ultima edizione del salone e ora posso lasciare spazio al pensiero degli altri. I social e i gruppi dedicati all'ottica non servono solo per lanciare libri o servizi ma anche per afferrare i sentimenti della categoria

Leggo un breve post di Massimo Bisogno, un giovane ottico laureato di Roccapiemonte, in provincia di Salerno, da molti ritenuto un ottico e un imprenditore capace e preparato. Sintetizzo il suo pensiero postato il 6 marzo su un gruppo chiuso di Facebook dedicato agli ottici optometristi. Per Massimo il Mido 2016 «esprime le diverse anomalie del settore». Ne scelgo ed evidenzio quattro: «La più grande azienda italiana lo "boicotta" ricevendo i clienti a Torino», «Tante aziende che continuano a crederci produttori di occhiali», «Un'editoria che non esprime libri capaci di approfondire i diversi settori professionali», «Aziende di oftalmica che vogliono insegnare la rifrazione alla categoria». Bisogno chiude con un pensiero: «credo che fare l'ottico sia un mestiere difficile, ma passeggiando per il Mido ti accorgi che pochi lo sanno».

Caro Massimo, ti ringrazio per questa riflessione. Le tue osservazioni cadono sulla manifestazione e non sull'organizzazione, ovviamente. Sono la tua fotografia. Un po' anche la mia. Credo anch'io che un'azienda nell'ottica (*Luxottica, presente a Mido 2016 con uno stand dedicato a Oakley, ndr*) si sia costruita da sola una linea di alta velocità e la utilizzi per i propri scopi. Ma nessun viaggiatore di Frecciarossa può arrivare a Sorrento se non prende un treno locale a Napoli o a Salerno. La sana confusione nell'offerta dell'occhialeria è sintomo di ripartenza e di selezione naturale. L'occhiale è un prodotto raffinato. Non basta la creatività. Serve organizzazione e soprattutto post vendita. È un mestiere duro tanto quanto quello dell'ottico. Al prossimo Mido qualcuno di oggi non ci sarà. Se il settore sarà in grado di rimpiazzarlo significherà che siamo ancora in ascesa. Altrimenti inizieremo a vivere un momento di maggiore riflessione e consolidamento. Quando parli di cultura della professione, tu che hai insegnato tanto agli altri e ancora ai tuoi collaboratori sei un esempio concreto di come l'ottica sia una passione e una missione, oltre che un lavoro che fa guadagnare ancora bene.

Per quanto riguarda l'editoria, lasciamo parlare i numeri. Se pensi che il libro più venduto nell'unica libreria presente al Mido 2016, quella della FGE, è stato "Presbiopia 10 e lode", puoi desumere che a parte la novità e l'abilità dell'autore e dell'editore qualcosa non funziona. La formazione dell'ottico, dopo il crollo Ecm, è condizionata dalle aziende che la fanno giustamente tagliata su misura, quindi a scopi commerciali. E la tecnologia va, anche, a sostegno di chi ha studiato poco come lo studente che consulta lo smartphone all'esame di maturità. Ma questo è progresso. Certo, ottici optometristi laureati come te sanno distinguere ciò che fa bene e ciò che è meglio evitare o limitare. La "grande bellezza" dell'ottica preferisce lo show. Il risolto puramente commerciale è insito nelle giacche di questo mercato, che non può essere altrimenti con il 90% di produzione dedicato all'esportazione e i settori della tecnologia in mano prevalentemente a imprese estere. Ma è il nostro mondo. Tu hai coniato un bello slogan per la tua impresa per distinguere la qualità che eroghi: "lenti o lenticchie?". Se fosse ancora vivo il Totò del "siamo uomini o caporali" lo avrebbe certamente apprezzato. Io ti ringrazio e mi auguro che lo facciano anche gli altri. La tua finestra sul nostro cortile è un punto di vista rispettabile e prezioso. pillole@nicoladilernia.it



Scarica gratuitamente la **nuova**
APP di b2eyes TODAY

Disponibile su APP Store e Play Store.

Invu, a Mido ha lanciato un occhiale "origami"

Con l'obiettivo di introdurre sul mercato modelli innovativi l'housebrand di Swiss Eyewear ha collaborato con Ecal, l'Università di Arte e Design di Losanna, per il primo Invu Sunglass Design Contest. Tra i prototipi realizzati dagli studenti è stato selezionato ed è entrato in produzione quello ispirato all'arte giapponese di piegare la carta per creare forme decorative



Il concorso, indetto la scorsa estate, ha visto impegnati per un semestre oltre trenta studenti di Design Industriale che, prendendo ispirazione dalla natura, dall'arte, dalla storia e da altri aspetti della vita quotidiana, hanno disegnato una serie di occhiali da sole: questi progetti sono diventati poi dei prototipi realizzati con la tecnologia di stampa 3D.

«Siamo orgogliosi e stupiti dalla quantità di idee creative realizzate dai giovani designer dell'Ecal - dichiara in una nota **Beat Cristo**, responsabile del team creativo di Swiss Eyewear Group - Collaborazioni simili sono per noi molto preziose, fonte inesauribile di ispirazione e idee fuori dalle logiche di mercato e sottolineano l'impegno di Invu nell'innovazione e nell'eccellenza».

Il team di Swiss Eyewear Group e i professori dell'Ecal, dopo aver esaminato le numerose idee, hanno selezionato a gennaio il progetto vincitore, che prende ispirazione dagli origami, ideato da Claire Pondard, «che ha reinterpretato la classica forma panto ridisegnandola e aggiungendo i dettagli 3D sulle aste - prosegue il comunicato - Gli occhiali da sole (nelle foto) sono stati, quindi, messi in produzione e realizzati in acetato di alta finitura, completati dalle lenti ultra polarizzate di Swiss Eyewear Group». Disponibile in due varianti colore, il modello in edizione limitata, presentato all'ultimo Mido, è in vendita nei negozi di ottica di tutto il mondo.

Essilor Vision Gala: dopo Roma ha fatto tappa a Milano

In una serata speciale in occasione dell'ultimo Mido il management della società ha raccontato a oltre cinquecento ospiti, per la maggior parte ottici del nord Italia, le novità 2016

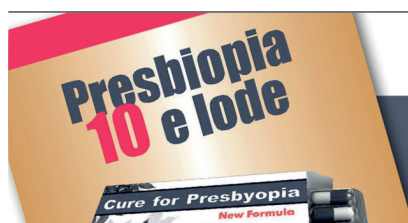
Il 28 febbraio si è tenuta all'Auditorium San Fedele la tappa milanese di Essilor Vision Gala, a due settimane esatte da quella romana che ha segnato il debutto del format, il quale toccherà presto altre città italiane. «È stato presentato in esclusiva mondiale Eye Protect System, il primo sistema di protezione dai raggi Uv e dalla luce blu-viola integrato nel cuore di una lente altamente estetica



– si legge in una nota di Essilor Italia - Riflettori puntati sulla nuova campagna media Varilux in pieno svolgimento su tv, web e mobile e anteprima anche su Transitions e l'imminente campagna media on air da aprile. Poi è stata la volta dei nuovi Style Colors Transitions, quattro inedite nuance, oltre a Flash to Mirror, le nuove lenti fotocromatiche specchiate, disponibili in sei colori moda». Ad animare ulteriormente la serata (nella foto, a sinistra, un momento) ci ha pensato Teo Teocoli, con uno spettacolo durato quasi tre ore (nella foto, in alto, Luca Strigiotti, direttore generale di Essilor Italia, durante il suo intervento).

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

Supplemento all'11 marzo 2016 di b2eyes.com reg. presso Tribunale Milano, n. 292, 17-06-2009 © La riproduzione dei contenuti è riservata



Presbiopia 10 e Iode - Nicola Di Lernia

10 mega pillole per accelerare il tuo processo di crescita nel mercato over 40 anni utilizzando la tecnica dello scalatore

Sfoglialo un estratto del libro su www.fgeditore.it