

Irsoo: più pratica e dimostrazioni per Optometria

Il corso, organizzato dall'Istituto di Vinci presso la sua sede di Milano e in partenza a novembre, è stato presentato domenica nel capoluogo lombardo, all'interno della prestigiosa sede della Società Umanitaria, alla presenza del direttore Alessandro Fossetti e dei docenti

La cornice de il "Giardino dell'Arte e del Silenzio", in una delle strutture della Società Umanitaria facenti parte del circuito "Fuori Expo" ha accolto la presentazione della seconda edizione del corso Optometria di Irsoo presso la sede milanese, cui hanno partecipato circa 40 persone. Il piano di studi prevede un massimo di 25 iscritti e 24 lezioni, da seguire tra le sedi di Milano e Vinci. «La parte teorica si svolgerà negli incontri di Milano e ogni tre lezioni verrà effettuata la pratica presso la sede toscana, dove sono presenti strumenti e postazioni adeguate per tutti gli studenti», ha detto Fossetti in occasione dell'incontro. Novità dell'edizione milanese, un numero maggiore di dimostrazioni in aula. «Alcuni allievi richiedono più pratica - ha sottolineato Fossetti - È importante, però, un modello di riferimento: a mio parere, è fondamentale che l'insegnante mostri come si svolge un determinato procedimento, in modo tale che la classe apprenda vedendolo fare». Novità anche per il biennio in Ottica. «Abbiamo introdotto Metodi sperimentali per l'Optometria e Statistica, che riguarda la trattazione di tutti i dati che raccogliamo durante il nostro lavoro dal punto di vista scientifico e statistico - ha annunciato il direttore dell'Irsoo - Sapere come si devono affrontare dei dati, come bisogna leggere e interpretare un articolo scientifico e apprendere come condurre una sperimentazione scientifica, anche da fare nel proprio studio, ma con criteri e regole statistiche, è molto importante». Alla presentazione è seguita una tavola rotonda con dibattito su "Chi può esercitare l'Optometria in Italia", alla quale sono intervenuti alcuni docenti del corso: Davide Brambilla, Alessio Facchin, Mauro Frisani, Silvio Maffioletti Salvatore Pintus e Anto Rossetti hanno illustrato come dal punto di vista giuridico, storico e operativo questa professione sia importante e sia destinata a crescere e a essere sempre più richiesta nel nostro paese.

Genova, il benessere visivo sbarca al Salone Nautico con VisionOttica

L'insegna di punta di Vision Group, il più grande network distributivo dell'ottica italiana, sarà presente per il secondo anno consecutivo all'evento ligure, in programma da domani fino al 5 ottobre

«Che sia vissuto a bordo di imbarcazioni piccole o grandi, a vela o a motore, il mare offre ai nostri occhi uno spettacolo emozionante, ma anche molte insidie - si legge in una nota di VisionOttica, l'insegna nazionale che unisce oltre 230 centri ottici in tutta Italia - Vento, sole, variazioni di luminosità, urti: per godere pienamente e in totale sicurezza dell'esperienza in mare è importante proteggere gli occhi e migliorare le proprie performance visive con prodotti adeguati».

Così, durante le sei giornate del Salone gli ottici optometristi di VisionOttica ospiteranno i visitatori presso il suo stand per fornire consigli sulle montature e le soluzioni ottiche più adatte per godersi appieno il mare (nella foto, l'immagine relativa all'evento). Lo stand sarà attrezzato con un'area espositiva in cui sarà possibile provare e acquistare montature da sole tecniche, ma anche fashion. «Ogni occhiale verrà accompagnato dal "SOS-Servizio Occhiali Sicuri", l'esclusivo programma di garanzie e servizi certificato che rende l'acquisto sicuro nel tempo, ad esempio la garanzia per rottura o smarrimento, oltre a offrire un bouquet di vantaggi per il tempo libero in collaborazione con diversi partner che VisionOttica seleziona di mese in mese - sottolinea il comunicato - Ciascun partner offre, infatti, una riduzione o un omaggio per premiare la scelta di aver comprato gli occhiali da VisionOttica: dalla stampa di una bella foto all'acquisto di un capo di abbigliamento per completare il look, dal piacere di degustare cibo pregiato alla bellezza di prenotare una vacanza».



Grazie... mille

Grazie mille per questo numero mille.

Grazie mille agli oltre mille lettori che ogni mattina ci aspettano, ci leggono, ci criticano, ci scrivono. Grazie mille a quelli che ancora si stupiscono e a quelli che questo lo si sapeva già. Grazie mille a quelli che ci chiamano se un giorno non lo ricevono e a quelli che già di email ne arrivano troppe. Grazie mille a quelli che si iscriveranno e a quelli che hanno rinunciato. Grazie mille a tutti coloro che ci hanno ascoltato, anche solo uno di questi mille giorni.

Novità in vista su nau.it



Optical Monitor: il mercato italiano è pronto a ripartire

Silmo, sabato 26 settembre, seconda rilevazione GfK - la prima fu nel marzo scorso a Milano - sul monitor di 6.000 consumatori tra Italia, Francia, Germania, Inghilterra e Spagna. Il presidente Anfao e Mido, Cirillo Marcolin, mi confida di aver fortemente voluto questa ricerca per poter partire con il Silmo da un punto comune e imboccare una strada sinergica

Dei 6.000 intervistati oltre il 90% aveva comprato negli ultimi sei mesi occhiali o lenti a contatto: nella stragrande maggioranza dei casi da ottici. Le informazioni rilevanti per la decisione d'acquisto le hanno ricevute direttamente in negozio, mentre soltanto per l'occhiale sole il pubblico cerca informazioni o immagini sul web e le riviste di moda. Il "senso dello sconto" nel mercato ottico non è un privilegio esclusivamente italiano. Tutti e cinque i paesi si allineano su una media del 30% (inusuale, dice GfK, rispetto ad altri mercati). E mentre il prezzo medio di un vista in sei mesi è passato da 255 a 268 euro, il sole ha avuto un repentino calo di prezzo medio passando da 96 a 79 euro. Ma si sa, il sole viaggia da solo... Chi acquista, infatti, sul web il sole ha superato il 10% degli intervistati, mentre nel vista è un misero 3%. Segnali comunque da tenere in debita considerazione per un prossimo futuro. Intanto l'Italia è tornata in positivo nella crescita del consumo generale e potrebbe aspirare, come la Spagna di oggi, ad arrivare in breve a un tasso di crescita del 3%. Da dove potrebbe ricevere il nostro Paese la sua maggior spinta? Non certamente dal nostro governo che non incentiva per nulla la prevenzione visiva, ma dal consumatore stesso. Un italiano su quattro intervistato ha dichiarato la volontà di acquistare un nuovo occhiale entro i prossimi mesi. Questa è l'onda che va cavalcata. La rinnovata voglia di acquisto, il *future spending*, che rispetto a una media europea del 6% mi fa ritornare nel bar di Amélie, a Montmartre, e rivivere la scena del vapore della macchina del caffè. A conforto di questo dato anomalo sul *Corriere della Sera* del giorno dopo il ricercatore Nando Pagnoncelli rileva il calo in Italia dei pessimisti che passano da 50% al 37%. Tra i più fiduciosi impiegati, dirigenti e studenti. Sto uscendo dal Silmo direzione aeroporto Charles De Gaulle. In fiera si sussurrava che in Francia sono preoccupati. Se il governo mette un tetto severo al rimborso dell'occhiale ci potrebbero essere ripercussioni forti sul mercato interno. Mentre prendo l'aereo che mi riporta a Venezia sarei quasi tentato di augurarmelo. A volte noi italiani lottiamo contro tutto e tutti e ci farebbe piacere qualche volta vedere gli altri al posto nostro. Aveva ragione Alain Mikli quando anni or sono mi disse che la cosa che apprezzava di più degli italiani è "l'arte del vivere": probabilmente ce la invidiano veramente. pillole@nicoladilernia.it

Silmo d'Oro, doppietta del Triveneto

Tra i vincitori dell'edizione 2015 del premio, celebrato venerdì sera a Parigi in occasione della rassegna fieristica che si è chiusa ieri, spiccano la veneta Blackfin e la friulana W-eye

Con una cerimonia che si è svolta presso la Maison de la Radio, il Silmo d'Oro 2015 è stato consegnato anche a Masunaga con "Gms - 106" (categoria Montature); Minima con "Junior Hybrid" (Bambino); Seiko Optical Group con "Seiko X Changer" (Sport); Johnson & Johnson con "1-Day Acuvue Moist Multifocal" (Lenti a contatto); Essilor con "Eyezen" (Lenti oftalmiche); Luneau Technology con "Attitude" di Briot (Strumenti); Visiole con "Blaez-Ez" (Ippovisione). Il Premio speciale della giuria è stato assegnato a Factory 900 con "FA-087".

Un oro è arrivato anche in casa di W-eye, premiata tra gli Occhiali da sole con il suo modello "Airfir", progetto sviluppato totalmente all'interno dell'azienda, con design di Lorenzo e Valentino Mattellone e supervisione del padre Dorian, che nella progettazione hanno preso spunto dalle particolari formazioni laviche di Giant's Causeway in Irlanda. Quali sono le aspettative dopo un premio del genere? «Vincere il Silmo d'Oro può incrementare il riconoscimento che già ci viene dato sulla produzione di un occhiale in legno, ma anche essere l'impulso per aprire nuovi mercati e stabilire nuovi contatti - afferma a b2eyes TODAY Lorenzo Mattellone - La nostra comunque è un'azienda semplice, miriamo a mantenere la nostra linea e, quindi, lo sviluppo che seguirà non sarà caratterizzato da un exploit di presentazioni, di vendite e di uscita massificata sul mercato».

Blackfin, invece, sta facendo incetta di premi. Dopo il Bestand del Mido scorso, ecco ora il Silmo d'Oro per "Shark-Lock", nella categoria Montature con innovazione tecnologica. «Se dal riconoscimento ricevuto in marzo al salone milanese abbiamo avuto una serie di vantaggi in termini di comunicazione, grazie a quella portata avanti dagli organizzatori della fiera stessa e ai media di settore, lo stesso ci aspettiamo dopo questo Silmo d'Oro - rivela al nostro quotidiano Nicola Del Din, titolare di Pramaor, l'azienda di Taibon Agordino proprietaria di Blackfin - Siamo soddisfatti del risultato, perché rappresenta una gratificazione e una conferma del percorso fatto dal nostro brand, ma anche consapevoli che al centro della nostra attività deve rimanere il prodotto».

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

Supplemento al 29 settembre 2015 di b2eyes.com reg. presso Tribunale Milano, n. 292, 17-06-2009 © La riproduzione dei contenuti è riservata



Acquista una coppia di lenti* "GLASS ROOM" con TRATTAMENTO BLUE SCUDDO:

**UNALENTE +
TRATTAMENTO
BLUE SCUDDO
OMAGGIO**

**GLASS
ROOM**

*promo valida dal 01 Settembre al 31 Ottobre 2015 sui prodotti:
- Hyper Serie ø 60 - Pentallite Serie ø 60
Carbo Serie 1.6 ø 65 - 70 - Fly Dural Color Serie ø 70