

Vitaloni: Mido 2016, al More! largo a sperimentazione e progettualità

«Quella del 2015 è stata un'edizione di grande successo, con un incremento dei metri quadrati del 10%: quest'anno ci sarà un ulteriore aumento dello spazio espositivo, mantenendo però un livello di visibilità per gli espositori molto alto e razionale», anticipa a b2eyes TODAY il vicepresidente Anfao-Mido. E spiega le principali novità che riguarderanno il salone milanese, in programma a Fieramilano Rho dal 27 al 29 febbraio



Farà il suo debutto a Mido 2016 More!, la nuova area della fiera destinata alle aziende caratterizzate da una forte dose di innovazione nel design così come nell'immagine e nella comunicazione. «Possiamo considerarla un'estensione del Design Lab, cui verrà collegata con un tunnel – spiega Giovanni Vitaloni (nella foto) – È un luogo che nasce con due intenzioni: dare ulteriore risalto a un'esperienza estremamente positiva dell'edizione 2015 quale è stata quella di Lab Academy, che ne costituirà il centro di gravità, e completare l'offerta di prodotti di ricerca e d'avanguardia. Lo spazio More! ospiterà più di 80 aziende, non necessariamente start up, che producono occhiali artigianali e montature particolarmente interessanti dal punto di vista progettuale».

Progettualità, sperimentazione e una creatività distintiva saranno dunque la *fil rouge* che collega gli espositori di More!. «La creazione della nuova area ha dato modo di organizzare meglio le richieste all'interno del Design Lab, che erano molto numerose – prosegue il vicepresidente di Mido - Per quanto riguarda Lab Academy, ci saranno alcuni inserimenti in più rispetto ai partecipanti dell'anno scorso, che hanno riconfermato quasi tutti: siamo arrivati a 40 aziende, il doppio rispetto al 2015, e ora siamo a pieno regime per quanto riguarda quello spazio». Oltre a contenere buona parte del Press Village e il Vip Club,

More! ospiterà anche una piazza dove sarà collocato un videowall su cui verranno presentati i progetti più interessanti e sofisticati in mostra a Mido. Sempre in More! si troverà anche un'area dedicata all'Ice, in collaborazione con il quale Mido ha organizzato un evento il 26 febbraio all'Alcatraz di Milano, con la presenza di 200 buyer internazionali che vedrà coinvolte circa 65 imprese italiane per una sorta di preview.

Sul fronte delle azioni messe in campo dagli organizzatori per promuovere il salone milanese spicca soprattutto l'utilizzo sinergico dei canali social, «esteso quest'anno a tutte le principali community: Facebook, Twitter, Instagram, YouTube, Pinterest, Google+, LinkedIn e Flickr - conclude Vitaloni - Anche l'app di Mido sarà uno strumento particolarmente interessante, perché non vivrà solo nei tre giorni di fiera ma tutto l'anno. L'idea è sviluppare tutte queste attività social dando spazio e visibilità agli espositori stessi, da un lato, e fornendo ai visitatori un servizio per accedere a tutte le informazioni necessarie, dall'altro».

Essilor Italia, a febbraio Varilux protagonista

“Vivi una nuova visione” è una delle iniziative che coinvolgeranno i centri ottici partner della filiale italiana dell'azienda ottico oftalmica che vivranno un anno ricco di appuntamenti

Essilor Italia ha attirato l'attenzione degli ottici per oltre un mese con un countdown scandito da indizi rivelati con frequenza settimanale in attesa dell'exploit della nuova campagna Varilux che partirà ufficialmente il 14 febbraio.

Sono tante le novità in agenda per questo mese. «Si rinnova l'edizione “Raddoppi le tue lenti” (nella foto) attiva per cinque mesi, fino al 30 giugno, per i centri ottici che possono così usufruire di un programma che tutela il valore del primo occhiale – si legge in un comunicato di Essilor Italia – La campagna sostiene, inoltre, la vendita aggiuntiva di un secondo equipaggiamento specializzato dall'elevato contenuto tecnologico e in perfetta sintonia con i nuovi stili di vita e di vista dei portatori». Infine, dall'8 febbraio al 12 marzo, un nuovo “Concorso Vetrina Varilux” vedrà premiate con gift card iTunes le prime 50 foto pervenute ogni settimana.

RIPARTE
DAL 1° FEBBRAIO
AL 30 GIUGNO 2016

RADDOPPI LE TUE LENTI 4.0

NON SO SCEGLIERE | SPORT & SUN | OFFICE & WEB | DI SCORTA

SCEGLI LE LENTI SPECIALIZZATE PER OGNUNA DELLE TUE VITE

ACQUISTA COPPIA DI LENTI — PER RICEVERE — IN PROMOZIONE COPPIA DI LENTI SPECIALIZZATE +1

Schirone: sulla miopia un confronto aperto per favorire le sinergie

Si terrà domani presso l'Hotel Parco dei Principi del capoluogo pugliese il [Congresso](#) di Federottica Bari Bat dedicato interamente a questo disturbo visivo, che coinvolgerà ottici, optometristi



«Fare dialogare i mondi dell'optometria e dell'oftalmologia, che non sono contrapposti tra loro, senza "guerre di religione", per dare il massimo delle competenze a chi ne ha bisogno: questo è il senso dell'incontro di domani – afferma a b2eyes TODAY Michele Schirone (nella foto), presidente di Federottica Bari Bat - Allora ben vengano le sinergie, perché il cittadino potrà avere al proprio servizio più professionisti della visione, che trattano le problematiche visive in funzione delle loro competenze».

L'apertura dei lavori sarà affidata al direttore entrante della clinica oculistica dell'Università di Bari, Giovanni Alessio, e all'uscente Carlo Sborgia, seguita dal saluto di Schirone e del presidente di Federottica nazionale, Andrea Afragoli. Si entrerà, quindi, nel vivo del tema, la miopia, affrontata dal punto di vista della fisiologia da un lato, della chirurgia e della cura medica dall'altro. «La parte fisiologica sarà incentrata sul controllo della progressione miopica attraverso sistemi diversi, non ultimo una

tecnica che sempre più prende piede in Italia e all'estero: l'ortocheratologia – anticipa Schirone - Sarà un terreno di confronto aperto, per cercare di aprire un mondo di visione diversa anche alla classe medica oculistica, ancora in parte scettica sulla validità delle attività ortocheratologiche, che ormai nel mondo sono affermate come uno dei pochi metodi reali per controllare la progressione miopica, soprattutto se applicate ai giovanissimi».

Durante le due sessioni, moderate da Schirone e Giovanni Giancipoli, si avvicenderanno interventi relativi a "Utilizzo delle lenti oftalmiche nel controllo della progressione miopica" (Domenico Brigida), "Utilizzo Lac non a scopo orto-K nel controllo della progressione miopica" (Ruggiero Lavermicocca), "Ortocheratologia e controllo della progressione miopica" (Giancarlo Montani) e "Chirurgia Refrattiva" (Giovanni Alessio), "La cataratta nel miope" (Giancarlo Macinagrossa), "La laserterapia retinica come profilassi nel distacco della retina" (Antonio Acquaviva), "Il distacco di retina nel miope (Nicola Recchimurzo) e "La macula nel miope" (Tommaso Micelli Ferrari).

Google Glass chiude gli account social: è un addio?

Non è la prima volta che per gli smart glass dell'azienda di Mountain View i media internazionali parlino di un possibile ripensamento: è, però, di qualche giorno fa l'annuncio della chiusura delle pagine ufficiali dedicate allo speciale dispositivo. Luxottica e Marchon, coinvolte nel progetto, non commentano

Non c'è più traccia dei Google Glass su Twitter, Instagram e Facebook, mentre su Google Plus, il social network di Big G, è apparso un post di congedo a tutti gli sviluppatori interessati. Dopo le prime [avvisaglie](#) gli speciali dispositivi sarebbero perciò usciti definitivamente di scena. Il progetto sarebbe stato, quindi, abbandonato anche nell'eyewear? Il prodotto ha, infatti, coinvolto anche alcuni big del settore: da [Marchon](#), che ha battuto sul tempo tutti con il lancio del primo modello firmato Diane von Furstenberg, il marchio belga in licenza all'azienda americana e il primo ad aver portato in passerella gli smart glasses nel settembre 2012, a [Luxottica](#), con l'intesa che ha trasferito la tecnologia dei Google Glass sulle montature Ray-Ban e Oakley. Il gruppo di Leonardo Del Vecchio, contattato da b2eyes TODAY, ha detto di non avere «commenti o dichiarazioni a riguardo», mentre non è stata rilasciata alcuna affermazione sull'argomento né da Marchon né dalla capofila Vsp, in qualità di esploratrice del prodotto.

I Google Glass, oltre ad aver suscitato grande interesse nel settore medico dove vengono utilizzati in sala operatoria, hanno stimolato anche il mondo accademico: all'[Università fiorentina](#), infatti, presso il Laboratorio di progettazione del prodotto per la moda, tenuto da Elisabetta Benelli, è stato istituito un corso ad hoc per rendere gli smart glass più fashion e di maggior appeal.