

Monaco: opti cresce, ma cosa farà da grande?

L'edizione 2015 della rassegna fieristica bavarese, che si è conclusa domenica, ha confermato l'aumento di espositori, passati da 501 a 525 provenienti da 36 anziché 34 paesi, e visitatori, saliti dagli oltre 24 mila di un anno fa ai 25.850 di quest'anno. Più difficile, invece, coglierne il ruolo che potrà giocare da oggi in poi nel panorama fieristico internazionale



Gli espositori italiani in mostra da venerdì 9 a domenica 11 gennaio nel quartiere fieristico di Monaco di Baviera hanno rimarcato un aspetto importante: opti si rivela un appuntamento fondamentale per chi ha un'entrata forte nel mercato tedesco e in quelli dell'area limitrofa, come Austria e Svizzera, tutte realtà con una dinamica congiunturale positiva, o nell'est e nel nord Europa. Sono queste, di fatto, le aree di maggiore provenienza dei buyer della fiera bavarese, che non fa differenza tra chi espone da poche o tante edizioni («Per noi è stata la terza volta qui a Monaco e anche quest'anno ci riteniamo soddisfatti del risultati ottenuti», dichiara a b2eyes TODAY Daniele Bazzocchi, director of operations di Safilens), ma, appunto, tra chi è inserito o meno nelle regioni di maggiore appeal. Da qui nasce la riflessione se ormai opti possa essere considerato un salone internazionale a tutti gli effetti, al pari di Mido o Silmo, ad esempio, o se, invece, ancora un evento interregionale.

Le date, l'ampia offerta e l'organizzazione rimangono un punto di forza della manifestazione, anche se il padiglione C4 (nella foto, uno scorcio), dedicato all'eyewear di design, andrebbe probabilmente scremato di alcune aziende o marchi, ad esempio Charmant, Marcolin e Luxottica con Oakley, che, nonostante gli stand imponenti, c'entrano fino a un certo punto con gli altri espositori, così da proporre un quadro più omogeneo all'ottico in visita. Un altro neo ha riguardato la posizione del Media Village, destinato alla stampa non tedesca di settore: collocato addirittura prima dei tornelli d'ingresso all'entrata Nord, in una posizione disagiata se non addirittura inutile, ha condizionato notevolmente il contatto tra mezzi d'informazione e ottici, italiani e non solo, che poi è il principale obiettivo di tale presenza.

Charlie Hebdo, Cappa: la libertà di stampa va difesa

Questa volta la Storia non è stata un punto di riferimento: è la riflessione dell'optometrista lombardo, che nella sua rubrica settimanale su questo quotidiano analizza le relazioni tra la professione e la cultura

Nel 399 a.C. scoppiò, a Roma, una terribile epidemia e la popolazione interrogò i Libri Sibillini, una raccolta di oracoli greci, le cui indicazioni, per ingraziarsi il benvolere degli dei, vengono così raccontate dallo storico Tito Livio nella sua monumentale Storia di Roma, *Ab Urbe Condita*, nel libro V: «Le porte delle case rimasero aperte (per otto giorni, ndr) e si permise a tutti, senza distinzione, di usare liberamente tutto quello che vi si trovava; si ricevevano senza distinzione le persone conosciute e gli sconosciuti e ci s'intratteneva benevolmente anche con i nemici; le liti e i processi vennero sospesi e si arrivò persino a togliere le catene ai prigionieri...».

Considerando che uno dei principi cardine del diritto romano era l'invulnerabilità della proprietà privata e della casa in particolare, l'episodio ha del sorprendente, ma vi erano momenti nei quali gli interessi e i privati egoismi venivano messi in secondo piano: nei momenti di emergenza nazionale in cui l'intera comunità era in pericolo, i romani sapevano che il bene comune comunque può, o deve, richiedere anche sacrifici comuni.

Quanto è successo a Parigi pochi giorni fa, con l'attacco criminale alla redazione di *Charlie Hebdo*, credo debba richiedere una risposta corale di sdegno. A noi non sono richiesti sacrifici, ma, in accordo a quanto cantava Giorgio Gaber anni fa che la «libertà è partecipazione», anche da un quotidiano specializzato come questo penso possa e debba salire il grido unanime di difesa della libertà di stampa (nella foto, da *repubblica.it*, la manifestazione di solidarietà che si è tenuta domenica a Parigi che ha coinvolto quasi due milioni di persone).



Marco Tovaglia TODAY

Lac: negli Usa sarà l'anno delle Specialty?

Contact Lens Spectrum, periodico americano del settore ha analizzato le vendite di lenti a contatto sul territorio: vengono presi in considerazione consumi, trend, prospettive di sviluppo per il 2015 e compliance dei portatori



Il 2014, nonostante sia stato definito "dormiente" da alcuni professionisti, in realtà ha fatto segnare risultati che dimostrerebbero tutt'altro. Il mercato statunitense delle lenti a contatto morbide è cresciuto complessivamente del 4,9% da gennaio a settembre, comparato allo stesso periodo del 2013. Analizzando i diversi segmenti, secondo la suddetta fonte al netto degli arrotondamenti e delle nicchie non citate, la maggiore fetta di mercato è stata registrata, per il *fit* e *refit*, dalle lenti in Silicone-Hydrogel, con una leggera progressione rispetto al 2013: il polimero altamente ossigenante si attesta, infatti, intorno al 68% tra i materiali utilizzati in contattologia, le comuni Hydrogel si stabilizzano al 24%, le Specialty al 2% per. Il segmento delle rigide gas-permeabili registra una quota del 6%, in calo rispetto al 9% del 2012 e all'8% del 2013. La tipologia principale di lenti a contatto applicata, in generale, vede un 51% tra *fit* e *refit* nelle morbide sferiche, un 24% di toriche nello stesso polimero e un 14% di multifocali. Per le RGP il 4% è rappresentato dalle sferiche, il 2% dalle multifocali e il 2% dalle toriche.

Nonostante vi sia stata una lieve flessione della tipologia Specialty, cioè le lenti per applicazioni elaborate (cheratocono, post-chirurgico, ecc), i professionisti del settore ottimisticamente prevedono per il 2015 un gran potenziale di crescita in questo ambito. Le lenti *custom* morbide hanno rappresentato il 45% comparato al 47% dello scorso anno, le sclerali hanno, invece, registrato un 23% contro il precedente 20%, le ibride il 22% rispetto al 26% e l'ortocheratologia il 10% in confronto al 7% del 2013.

Secondo dati attinti dal panorama americano, nel controllo della progressione miopica con lenti a contatto, pratica in crescita, il 24% dei contattologi riferisce di averla adottata, avvalendosi, nello specifico, di morbide multifocali (49%), RGP per ortocheratologia (46%) e RGP multifocali (5%).

Un altro dato interessante riguarda la compliance: i più indisciplinati sembrano essere i portatori di disposable quindicinali morbide (solo il 44% rispetta la giusta frequenza di rimpiazzo), il 66% è ligio nel cambio delle mensili e il 79% nelle giornaliere.

Per ciò che riguarda l'indicazione manutentiva, l'86% dei professionisti raccomanda specifiche marche di prodotto: in particolare, nella scelta della soluzione dispensata, il 26% pone l'attenzione sull'efficacia battericida, il 23% sulla compatibilità tra prodotto e polimero delle lenti, il 24% sul comfort, il 13% sulla capacità di detersione, oltre il 10% sul fattore prezzo. mtovaglia@gmail.com

Charlie Hebdo, Essilor: sosteniamo i nostri valori

Anche la multinazionale di lenti oftalmiche, che ha i suoi uffici direzionali a sud-est di Parigi, dice "je suis Charlie" come dimostrazione di solidarietà dopo l'attentato di settimana scorsa

«Il Gruppo Essilor è ugualmente scosso e sostiene pienamente i momenti di memoria pubblica che stanno prendendo parte in tutto il mondo - si legge in un comunicato dell'azienda - In questo periodo difficile ci sentiamo più che mai vicini ai nostri valori umani: il rispetto, la fiducia e la condivisione attraverso la nostra diversità».

