



## Varilux X Series: parte da Milano a tutto "volume"

Si è svolta domenica presso lo Spazio Antologico di via Mecenate la prima tappa del [roadshow](#) di Essilor Italia per presentare agli ottici le nuove progressive, disponibili dalle prossime settimane e in esclusiva sino alla fine dell'estate presso i centri specialisti Varilux e Varilux Eyecode, che introducono una nuova frontiera della visione da vicino, non più statica ma dinamica



Quella che è stata annunciata nel corso della serata del 2 aprile non è, come hanno tenuto a sottolineare quanti si sono alternati sul palco per presentare le nuove Varilux X Series, una rivoluzione, ma una nuova era nel campo delle lenti progressive, ulteriore espressione della vocazione all'innovazione dell'azienda ottico oftalmica e della sua volontà di essere al fianco dei partner ottici fornendo loro strumenti e soluzioni con cui differenziarsi e accrescere valore e competitività. Una vocazione ricordata in apertura di serata da [Luca Strigiotti](#), direttore generale di Essilor Italia, il quale ha sottolineato che gli ottici sono la storia e il futuro dell'azienda e che il mercato oggi «è dinamico, in continua evoluzione e sfidante, basti pensare all'arrivo di nuove catene come Fielmann, ma per questo crea anche opportunità: la sfida va raccolta, non respinta,

bisogna cambiare ed evolvere, insieme, per far sì che, grazie alle competenze che avete, porti a un ulteriore vantaggio competitivo».

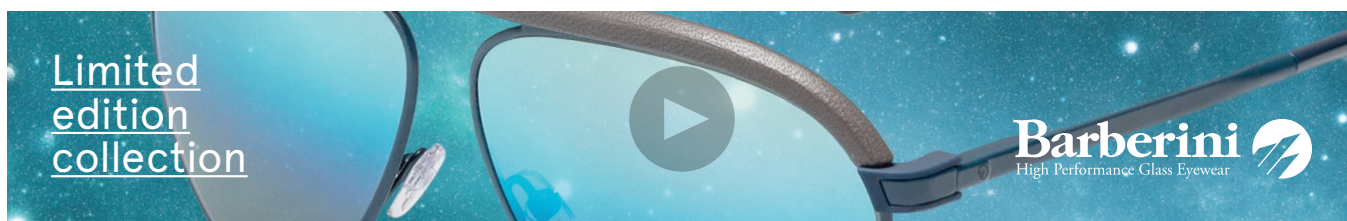
Molteplici e con numerose implicazioni sono le caratteristiche concettuali e tecniche che contraddistinguono la nuova lente, definendo la nuova era, spiegate durante la serata. «Il punto di partenza sono state le reali aspettative e necessità della Generazione X, quella dei nati tra il 1965 e 1980, che ha stili di vita diversi e dunque differenti esigenze visive rispetto alla generazione precedente», ha evidenziato [Giancarlo Frigerio](#), sales director di Essilor Italia, sottolineando come la ricerca e sviluppo sia partita proprio [dall'ascolto di quelle](#). «Tutto ciò che conta per questa generazione dinamica, perennemente di corsa, multitasking e sempre connessa, accade nel volume racchiuso nello spazio tra le braccia, per questo la promessa della nuova lente è "abbraccia il tuo mondo in uno sguardo" – ha spiegato [Alessandra Barzaghi](#), direttore marketing e comunicazione di Essilor Italia – Questo è reso possibile dalla nuova tecnologia Xtend, che si affianca alle tecnologie Nanoptix e SynchronEyes e permette di estendere il volume della visione da vicino, dando ai portatori il beneficio di una visione nitida a molteplici distanze in una sfera ideale che sta tra i 40 e i 70 centimetri». [Roberto Tripodi](#), product manager di Essilor Italia, ha infine illustrato gli esclusivi livelli di personalizzazione delle nuove lenti Varilux Xtrack e Xclusive 4D.

Ospite d'eccezione della serata è stato Paolo Nespoli (*nella foto*), ingegnere aerospaziale e astronauta, classe 1957, che, con grande verve e una buona dote di umorismo, ha raccontato alla platea di ottici lombardi e di giornalisti di settore aspetti interessanti della vita su una stazione spaziale e le sfide che questa comporta, anche per la vista. Un aspetto che l'ha portato a collaborare con Essilor per mettere a punto soluzioni specifiche per le difficili condizioni cui si trova sottoposto durante le missioni.

## L'intelligenza? Si può leggere negli occhi

Una recente ricerca americana evidenzia che la dimensione delle pupille sarebbe un eccellente indicatore delle capacità mentali di un individuo

Quanto più è grande la pupilla di un occhio tanto più una persona è intelligente: secondo quanto riportato dall'*Ansa* è ciò che emergerebbe da uno studio pubblicato sulla rivista *Cognitive Psychology* e condotto dal Georgia Institute of Technology. I ricercatori americani hanno individuato la relazione tra l'estensione della pupilla e le capacità mentali di 512 soggetti, coinvolgendoli in una serie di esperimenti cognitivi, volti a misurare in particolare la "memoria di lavoro", parte della memoria a breve termine che serve, ad esempio, per tenere a mente un numero di telefono mentre lo si sta componendo, e "l'intelligenza fluida", ossia la capacità di pensare logicamente e risolvere i problemi in situazioni nuove. I risultati hanno messo in luce che chi raggiungeva punteggi più alti nei test aveva pupille più estese rispetto a coloro che esprimevano performance cognitive peggiori. Il nesso fra questi due fattori potrebbe risiedere nel rapporto che la pupilla ha con il cervello attraverso un'area che li lega direttamente, il *locus coeruleus*, la cui attività neurale è associata a modifiche della dimensione della pupilla e che è in comunicazione con il lobo prefrontale, sede delle funzioni cognitive superiori.





## Ottica Gasperini: spazio alla multisensorialità

Il centro ottico ha celebrato la riapertura del punto vendita in via Cairoli, a Ravenna, con nuovi ambienti che hanno l'obiettivo di far vivere ai clienti un'esperienza d'acquisto e di servizio più coinvolgente

Il 18 marzo si è tenuta l'inaugurazione dello storico negozio di ottica dopo un ammodernamento dei locali durato esattamente due mesi, che ha reso lo spazio più versatile. «L'idea della ristrutturazione è nata osservando la velocità con cui i modelli culturali, economici e sociali stanno cambiando, non solo nel nostro settore – racconta a b2eyes TODAY **Gianni Forlini** (nella foto), titolare del punto vendita - Essere competitivi oggi significa essere in grado di adattarsi in tempi rapidi alle sfide che il mercato ci impone, ma non solo: vuol dire essere capaci anche di soddisfare la necessità di vivere un'esperienza nuova e coinvolgente da parte dei consumatori che, sempre più, cercano un ambiente stimolante e innovativo, che sappia rispondere al meglio ai loro bisogni e desideri. Ecco perché Ottica Gasperini ha deciso di compiere questa evoluzione, di fare ancora un passo in avanti».

Aperto il sipario, che aveva oscurato fino a quel momento le vetrine di via Cairoli, si è svelato l'assetto del nuovo punto vendita, «dove tecnologia, innovazione e persone saranno al centro e permetteranno di vivere un'esperienza d'acquisto e di servizio indimenticabile», aggiunge il professionista romagnolo. E poi non solo la vista, tutti i sensi saranno stimolati. «La multisensorialità è uno degli aspetti che più stupisce del negozio - conclude Forlini - Schermi video e touch di diverse dimensioni, che veicolano contenuti multimediali, pannelli interattivi dove toccare con mano le diverse caratteristiche delle lenti oftalmiche. E, ancora, musica diversa per i differenti ambienti e stimolazioni olfattive che accompagnano il cliente nel punto vendita».



## Aspire Custom: la montatura si personalizza online

Il marchio, distribuito da ClearVision Optical, ha stretto una partnership con Dessault Systems, società specializzata in piattaforme di progettazione 3D, per creare un'applicazione web che permette a ottici e clienti di combinare i vari elementi dei modelli della collezione



Gli utenti possono scegliere tra un'ampia varietà di forme di lenti, ponti, terminali, aste e musi «per creare la propria montatura rimless unica e originale», si legge in una nota di Aspire. Il nuovo strumento, spiegato a b2eyes TODAY dall'azienda, è pensato sia per l'ottico sia per il cliente finale, che dopo aver creato il proprio occhiale può rivolgersi ai professionisti indicati sul sito web per la realizzazione. «Questa tecnologia ci permette di interagire con il consumatore a un livello più personale, per entrare in sintonia con la sua creatività e produrre così una montatura (nelle foto, alcuni modelli) che sia assolutamente personalizzata - dichiara **Pia Taveras**, product engineer di ClearVision Optical nel comunicato - Attraverso l'utilizzo dell'applicazione web abbiamo una nuova strada per raggiungere i nostri clienti e connetterli con il marchio Aspire».

