



## Addio a Matteuzzi, anima di Cso

L'imprenditore toscano, che avrebbe compiuto 85 anni a luglio, fondatore insieme a Sergio Mura dell'azienda toscana di strumenti diagnostici, si è spento nella notte di sabato scorso

«Quasi fino all'ultimo è rimasto comunque in azienda - racconta a b2eyes TODAY Riccardo Nicoletti, responsabile commerciale di Cso, entrato nell'impresa di Scandicci nel 2002 - E ci è rimasto non solo con la presenza, ma attivo e vitale nelle riunioni, nelle decisioni strategiche da prendere, nello sviluppo dei prossimi prodotti da lanciare sul mercato». Di Matteuzzi, Nicoletti ricorda anche la grande cordialità e affabilità che ne hanno caratterizzato la figura, a livello sia personale sia professionale. A Luciano Sassano, il suo primo collaboratore, entrato in Cso nel lontano 1972 e ancora oggi punto di riferimento dell'azienda, piace ricordare anche l'altra sua grande passione. «Al pari della sua professione Giuseppe amava il suo orto, il legame con la terra e la sua terra, visto che sorge a poca distanza dalla sede della Cso - dice Sassano - E anche l'orto, come il lavoro appunto, ha voluto curarlo fino a poche ore prima della sua scomparsa».

La storia di Giuseppe Matteuzzi (nella foto, tratta dal servizio sui 45 anni di Cso in b2eyes magazine del maggio 2012, Matteuzzi tra Mura e Sassano) è indissolubilmente legata a quella di Sergio Mura: insieme, nel 1967, nel cuore di Firenze aprirono un piccolo laboratorio di oftalmometri e, successivamente, anche di lampade a fessura, che nel corso degli anni sarebbe diventato una realtà da oltre 150 dipendenti, con un business internazionale rivolto sia ai centri ottici sia agli studi oftalmologici. Un'attività che ha ricevuto numerosi riconoscimenti in entrambi i settori, dal punto di vista scientifico e imprenditoriale. Oggi la tradizione e l'esperienza di Matteuzzi sono portate avanti in Cso, tra gli altri, dal figlio Marco.



## Lindberg, minimalista... un corno!

La rivista inglese Wallpaper, considerata un'autorità nel campo dell'architettura, della moda, dell'arte e del design contemporaneo, ha attribuito all'azienda danese il Design Award 2015 nella categoria "Best technique" per la sua linea Horn glasses

I Wallpaper Design Awards sono stati consegnati il 15 gennaio nel corso di una cerimonia presso la casa d'asta Bonham a Londra, alla presenza dei più autorevoli creativi dei settori coinvolti. Lindberg si è assicurata il riconoscimento con la linea di occhiali in corno (nella foto alcuni modelli). Tre anni fa il brand danese decise di utilizzare il corno, adattandolo all'estetica minimalista che storicamente lo contraddistingue. «Il marchio - si legge in una nota dell'azienda - utilizza strisce di corno di bufalo laminate, assemblate con una colla speciale dalla composizione segreta. Nelle collezioni più recenti Lindberg le ha combinate con ponte, aste e cerniere in titanio per creare degli occhiali che fondono la colorazione e il calore unici del corno con una leggerezza e un comfort senza precedenti». (N. T.)





Marco Tovaglia TODAY

## Lac giornaliero: il ruolo dell'aberrometro nella resistenza all'evaporazione

Thomas Salmon, docente di optometria alla NorthEastern State University dell'Oklahoma, è recentemente tornato da un viaggio in Giappone in cui ha presentato un innovativo studio sulle dispositive

Salmon è stato invitato dall'assistente ricercatore Naomi Kusumoto a presentare a esperti giapponesi i risultati di una ricerca dal titolo "Valutazione della bagnabilità di una lente morbida giornaliera mediante utilizzo di aberrometro". Ormai è assodato che una delle più comuni cause alla base del drop out nel porto di lenti a contatto morbide sia provocato dalla loro tendenza ad asciugarsi: per questa ragione l'industria della contattologia è continuamente alla ricerca di polimeri che possano restare umidi e confortevoli a lungo. Thomas Salmon (*nella foto, tratta da constantcontact.com*) ha aggiunto che l'intento dello studio è stato quello di cercare risposte alla principale problematica di discomfort fisico durante l'utilizzo di una lente a contatto morbida, avvalendosi di nuove e sofisticate tecnologie come l'aberrometro: mediante questo tipo di apparecchiatura, infatti, è più facile indagare sulla tendenza dei materiali idrofilici a mantenersi idratati a lungo. [mtovaglia@gmail.com](mailto:mtovaglia@gmail.com)



## Vitaloni: così sarà più semplice visitare Mido

Il vicepresidente del salone spiega come la rivisitazione degli spazi espositivi, iniziata già l'anno scorso, si evolverà ulteriormente con l'edizione 2015 per valorizzare al meglio le diverse aree tematiche. Rendendo più semplice e intuitivo il percorso di visita



«Il primo aspetto rilevante dell'edizione 2015 è il fatto di essere riusciti, a seguito di un grande lavoro di negoziazione con l'ente fieristico milanese, a riportare i padiglioni più vicini all'ingresso della fermata della metropolitana di Rho-Fiera - dichiara a b2eyes TODAY Giovanni Vitaloni (*nella foto*), vicepresidente Mido - Da un punto di vista logistico questo per i visitatori è un notevole vantaggio, perché non è più necessario percorrere un lungo tragitto per accedere all'area espositiva». Non meno importante, nell'ottica di un approccio a una fiera "tagliata" su misura delle necessità del proprio pubblico, è la rivisitazione interna dei padiglioni, che saranno tutti caratterizzati da un percorso analogo. «Gli schemi di corridoi per percorrere il Design Lab, il Fashion District, cui è attiguo il padiglione delle lenti, e il FAIR East Pavilion saranno uguali - spiega Vitaloni - Per il visitatore si creerà così una sorta di familiarità entrando in ciascuna area, di modo che si troverà a proprio agio nel percorrere tutta la superficie espositiva». Altra novità che modifica la fisionomia interna di Mido 2015 è la creazione, dopo quella del Fashion District, di una nuova piazza. «Quest'anno anche il padiglione delle lenti avrà una propria piazza conviviale - conferma il vicepresidente Mido - Sarà una sorta di palcoscenico a disposizione degli espositori che si affacciano su quell'area, un luogo dove creare occasioni d'incontro e condividere stimoli». All'interno del Design Lab si troverà invece LabAcademy, il debuttante spazio dedicato alle start up più innovative nel campo dell'occhiale creativo, che risulterà anche "fisicamente" individuabile. «Quest'area verrà delimitata con una struttura metallica che la separa dal resto e ospiterà una ventina di marchi, cui sarà fornito un pacchetto chiavi in mano: sarà dotata, infatti, di strutture espositive preallestite pensate dall'organizzazione di Mido, che dovranno solo essere personalizzate», rivela Vitaloni. L'Otticlub, infine, che ospita conferenze ed eventi formativi, sarà inserito in prossimità dell'area dedicata alle lenti. «Lo spazio è quindi confermato, con le stesse dimensioni degli anni precedenti. Complessivamente la superficie espositiva di Mido è aumentata rispetto al 2014, sia perché abbiamo una settantina di espositori in più sia perché alcuni di loro hanno ampliato la metratura degli stand», conclude Vitaloni.

Saranno invece esterni rispetto all'area espositiva il Vip Club, ospitato in una Lounge dedicata, in corrispondenza della passerella tra il padiglione 5 e il 7, l'International Club, destinato al relax dei visitatori esteri, e la nuova Press Lounge, ubicata in uno spazio esclusivo su due piani. (*Nicoletta Tobia*)