



OTICA ITALIANA

DAL 1959

SPECIALE UNIVERSITÀ

SPECIALE BRAND'S

FIERE MIDO



JOHN
R I C H M O N D

ANTEPRIMA MIDO DIGITAL

BY

OPTICA
ITALIANA

Un'unica pianificazione per una tripla visibilità
omnicanale: prima della fiera, preview a pochi
giorni dall'apertura e dopo la fiera.

PER SAPERNE DI PIÙ, CONTATTACI!

tel. 02.3491708

commerciale@optoservice.info

NON RESTARE IN BILICO, DAI SERENITÀ AL TUO LAVORO.

In un settore sempre più complesso e conflittuale, dove problemi legali, fiscali, economici e professionali sono diventati quotidiani, iscriversi a Federottica è un modo per non rimanere soli con le proprie preoccupazioni.

Iscriviti a Federottica!



www.federottica.org/come-associarsi



Federottica

Stellest®

Le lenti Essilor® Stellest® rallentano la progressione della miopia del 67%⁽¹⁾

Le lenti **Stellest®** sono la soluzione visiva di Essilor® progettata per contrastare la miopia dei tuoi bambini. Rallentano in media del 67%⁽¹⁾ la progressione della miopia rispetto alle lenti monofocali, se indossate 12 ore al giorno.

(1) Rispetto alle lenti monofocali, se indossate dai bambini almeno 12 ore al giorno, tutti i giorni. Bao, J., Huang, Y., Li, X., Yang, A., Zhou, F., Wu, J., Wang, C., Li, Y., Lim, E.W., Spiegel, D.P., Drobe, B., Chen, H., 2022. Spectacle Lenses With Aspherical Lenslets for Myopia Control vs Single-Vision Spectacle Lenses: A Randomized Clinical Trial. JAMA Ophthalmol. 140(5), 472-478. <https://doi.org/10.1001/jamaophthalmol.2022.0401>. Essilor® e Stellest® sono marchi registrati di Essilor International. Montatura Ray-Ban®



essilor

evolving
vision

**VIENI A TROVARCI PRESSO LO STAND
ESSILORLUXOTTICA**

Padiglione 3 – Stand T08 T16 U09 U15



POLAR®

CLIP-ON *MOVE*



SEL OPTICAL l'eccellenza italiana nei

FILTRI SOLARI

La più ampia gamma di filtri solari nelle colorazioni:

Intere, Sfumate, Bicolor, Flashate intere e sfumate, Specchiati, Polarizzati
In tutte le tipologie di materiali: Organici CR39, Policarbonato, Nylon, Minerali.

OPTOSERVICE

OTTICA
ITALIANA



Rivista mensile magazine della Federottica - dal 1959 - numero 792

Milano, numero chiuso per la pubblicazione il 30 dicembre 2025

Iscrizione Registro degli Operatori di Comunicazione n. 32449 del 21/12/2018 - Registrazione presso il tribunale di Milano n. 378 del 22/10/1970



JET SET GROUP

WWW.OTTICA-ITALIANA.IT



Ottica Italiana



otticaitaliana.magazine



Ottica Italiana TV

DIRETTORE RESPONSABILE

Andrea Afragoli

COMITATO EDITORIALE

Stefano Bertani, Marco Benedetti,
Paolo Noli, Antonio Greco

IN REDAZIONE

Massimiliano Lanzafame
lanzafame@optoservice.info
Valentino Maiorano
redazione@optoservice.info

SEGRETERIA DI REDAZIONE

Via A. Raimondi, 10 - 20156 Milano
tel. 02.3491708

GRAFICA E IMPAGINAZIONE

Simone Cesco Cancian

IN QUESTO NUMERO HANNO COLLABORATO

Luigi Tomasso, Silvio Maffioletti,
Renzo Velati

EDITORE

Optoservice Srl
Sede legale, direzione, amministrazione:
Via A. Raimondi, 10 - 20156 Milano
tel. 02.3491708

PUBBLICITÀ, PROMOZIONE, EVENTI

Ufficio commerciale
tel. 02.3491708
commerciale@optoservice.info

STAMPA E CONFEZIONAMENTO

Alcione by Pixartprinting Spa
Via Galilei 47
38015 Lavis (TN)



Informativa ai sensi dell'art. 13 Regolamento UE 2016/679 – Optoservice Srl

Si informano tutti i clienti inserzionisti, gli associati a Federottica e all'Albo degli Ottici Optometristi e gli operatori del settore, che hanno rapporti diretti con Optoservice Srl, che il Titolare del trattamento dei dati personali è Optoservice Srl, con sede legale in via A. Raimondi, 10 20156 Milano. Per qualsiasi necessità in materia di trattamento dei dati personali lei potrà contattare via e-mail il rappresentante legale all'indirizzo PEC optoservice@pcert.it. I dati sono trattati anche con strumenti informatici da personale autorizzato dal Titolare esclusivamente per gestire e rispondere alle varie richieste pervenute (trattamento necessario all'esecuzione di misure precontrattuali adottate su richiesta dell'interessato), non saranno comunicati a terzi e saranno conservati per il tempo necessario a tale gestione. Gli interessati potranno esercitare i diritti previsti dal Regolamento UE 2016/679 in materia di rettifica, cancellazione, blocco, portabilità dei dati. **Le informative, per ogni tipologia di trattamento, sono riportate per la consultazione sul sito www.optoservice.info/privacy.**

SOMMARIO

NUMERO 792



EDITORIALE

9 Se 25 anni vi sembran pochi...



16 SPECIALE UNIVERSITÀ

FATTI DELLA PROFESSIONE

- 12 **Diario** Nuove iniziative e servizi: si scalda il 2026
- 16 **Speciale Università** Borghesi: "Abbiamo costruito un percorso formativo completo in Ottica e Optometria"
- 20 **Speciale Università** Zeri: "La formazione universitaria optometrica è uno strumento di emancipazione culturale"
- 24 **Speciale Università** Tavazzi: "La laurea magistrale è un volano per ricerca scientifica e formazione"
- 28 **Speciale Università** Premio di studio Giulio Velati: proclamate le due vincitrici della seconda edizione
- 30 **Formazione** L'innovazione che mancava per l'addestramento in contattologia
- 70 **Ricordo** Adriana Cesana, un'optometrista di grande spessore
- 72 **Ricordo** Addio a Bob Sanet: un grande dell'Optometria internazionale con un forte legame con l'Italia
- 76 **Vita delle associazioni** La Santa Lucia conviviale di Federottica Milano Acofis
- 80 **Professione** Contattologia "Real Life - For the New Generation" approda a Napoli
- 82 **Vita delle associazioni** Calore ed entusiasmo per la Santa Lucia di Federottica Trento
- 84 **Vita delle associazioni** Federottica Avellino: insieme per Santa Lucia

APPROFONDIMENTI

- 34 **Fiere** Mido 2026: innovazione, design e nuove idee per il settore eyewear
- 38 **Fiere** Occhialeria italiana: resilienza, sinergia e la mappa della ripresa
- 40 **Attualità** Anfao: strategia a 360° tra identità e mercati



LE NOSTRE RUBRICHE

- 96 **Previdenza** Contributi Inps: anche se figurativi valgono

34

MIDO 2026
INNOVAZIONE, DESIGN E NUOVE IDEE

SPECIALE BRAND'S

43

- 44 JohNocera: una nuova collezione ricca di colore
- 46 Preview dalla galassia EssilorLuxottica
- 50 Elite Eyewear, a Mido la collezione by Fluxus ed Elite World Group
- 52 Patrick Dempsey, nuovo volto di Tag Heuer Eyewear
- 56 Pulse debutta in passerella
- 58 Key Optical Europe porta a Mido le sue visioni
- 60 Christian Louboutin, tra design e ispirazioni artistiche
- 62 Lindberg Blok Titanium: personalità e precisione da ogni prospettiva
- 66 Zilo Cortina, all'insegna di eleganza e spirito olimpico
- 68 L'essenza della Corsica ispira Silhouette



PANORAMICA SETTORE

- 86 **Made in optic** Zeiss: un'unità strategica dedicata all'Extended Reality
- 88 **Made in optic** "Generazioni d'Eccellenza": Lvmh celebra i talenti dell'eyewear"
- 90 **Made in optic** Lenti oftalmiche e filtri solari: la doppia trazione di Sel Optical

NEWS

- 93 Hoya: innovazione per migliorare la vita attraverso la visione
- 94 Silmo Istanbul 2025, l'industria ottica all'incrocio dei continenti
- 95 Ital-lenti, soluzioni visive per esigenze in continua evoluzione
- 100 Bludata: Luca Pizzimbone nuovo area manager per il Nord-Ovest
- 101 Eyezen tra i protagonisti della "Milan Games Week & Cartoomics 2025"
- 102 De Rigo Vision celebra i collaboratori con 25 anni di fedeltà in azienda

PAGINE DI SERVIZIO

- 107 Convenzioni assicurative RC Professionale
- 108 Tutti i vantaggi della convenzione "Incendio e Furto"
- 109 Iscrizione a Federottica e adesione alla convenzione assicurativa
- 111 **Federottica** contatti
- 112 **Gli inserzionisti** di questo numero

72



IL RICORDO DI BOB SANET

31.01 · 01.02 · 02.02 **2026**
Fiera Milano, Rho



AUTOREF KER



*LAMPADE A
FESSURA*



FRONTIFOCOMETRI



MONITOR OTTOTIPI



*TONOMETRI
A SOFFIO*



FOROTTERI

Vi aspettiamo al nostro stand!
PADIGLIONE 3 · STAND E 13



SE 25 ANNI VI SEMBRAN POCHI...

In attesa di festeggiare – si fa per dire – nel 2028 il secolo esatto dal Regio decreto che istituì l'Arte ausiliaria sanitaria di Ottico, con ben maggiore soddisfazione festeggiamo quest'anno il quarto di secolo, i venticinque anni del Corso di Laurea in Ottica e Optometria.

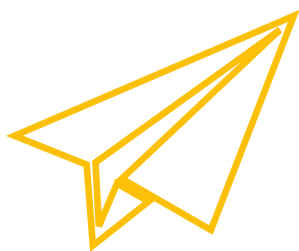
Correva l'anno 2001 quando, presso l'Università statale di Milano Bicocca, cominciava ufficialmente il primo anno accademico della triennale che avrebbe formato i nostri futuri colleghi. Inutile ricordare qui lo sforzo dei tanti che impegnarono risorse di ogni tipo per arrivare a questo traguardo: basterà dire che Federottica da anni andava cercando un supporto dal mondo accademico e che, se proprio vogliamo fare un nome per simboleggiare l'unione d'intenti fra la nostra associazione e l'università, non possiamo fare che quello del Prof. Alessandro Borghesi.

Tante cose sono state dette, a volte a proposito ed altre volte meno, sulla formazione erogata in ambiente universitario se messa a confronto con quella "classica" in ottica ed in optometria - quella che negli anni Ottanta e Novanta del secolo scorso ha formato un paio di generazioni di colleghi ancor oggi protagonisti del settore tanto quanto orgogliosi del proprio ruolo, ed ancora oggi è operativa - ma una cosa è certa: alla lunga il modello universitario ha dimostrato lo spessore di una formazione che ad alcuni appariva come troppo poco concentrata sulle materie caratterizzanti, preparando quindi gli studenti diventati poi operatori del settore più al futuro che al presente. Solo che il futuro, inesorabilmente, arriva per tutti. Ed è a quel punto che si calano gli assi.

Ad ulteriore riprova della filosofia che sta dietro al progetto, sempre a Milano Bicocca che per tradizione svolge il ruolo di apripista, è recentemente nato il nuovo percorso di Laurea Magistrale, i due anni post triennale che serviranno

a chiudere il cerchio ed a portare l'optometria italiana al livello dei modelli più alti in campo internazionale. Formazione in lingua inglese, quindi, e docenti di altissimo spessore... come si conviene in questi casi. Insomma: il futuro è scritto ed è alla portata delle nuove generazioni, i ventenni che – mi auguro – sapranno ben comprendere e valorizzare gli sforzi di chi li ha preceduti.

Per celebrare questo importante traguardo abbiamo scelto di confrontarci, in due interviste e in una chiacchierata, con tre persone che di questo Corso di Laurea sono – ciascuno per le proprie specificità – protagonisti: il già citato Professore Emerito Alessandro Borghesi, la Professoressa Silvia Tavazzi e il collega, ora Professore Associato, Fabrizio Zeri. Storie di vita diverse, tutte però indirizzate verso un unico obiettivo: scrivere il futuro dell'optometria italiana.



OTICA
ITALIANA

Newsletter

Lasciati coinvolgere dal nostro rapido riepilogo delle notizie da non perdere!

www.ottica-italiana.it



 FLUXUS



elite
EYEWEAR



DIARIO

A cura di **Stefano Bertani**
segretario generale Federottica

Per tutti gli approfondimenti
e informazioni visita il sito
www.federottica.org

NUOVE INIZIATIVE E SERVIZI: SI SCALDA IL 2026 DI FEDEROTTICA

Il diario di questo numero ci traghetta direttamente al 2026, un nuovo anno che si prospetta molto interessante sul piano sindacale ma anche sul piano sia formativo sia organizzativo, con il lancio di diverse iniziative che aspettavamo da tempo. E che inizieremo a promuovere a Mido.

Il 2025 si era concluso con alcune comunicazioni di carattere fiscale e normativo, di cui diamo i dettagli più avanti, in un box in queste pagine, e sul nostro sito www.federottica.org. Di contro, il 2026 si apre con interessanti prospettive in ambito sindacale che saranno esposte man mano che verranno confermate e che qui anticipiamo.

Tra queste, per esempio, il lancio della nuova **Area Riservata** per i centri ottici associati a Federottica, che verrà presentata proprio a **Mido** (Pad. 1, stand AS19).

Un contenitore che prevede la possibilità, una volta a regime, di consultare la propria posizione associativa, eventuali servizi e prodotti sottoscritti, scaricare in autonomia le ricevute e consultare le circolari con i relativi approfondimenti. Proprio a Mido, gli associati potranno effettuare una pre-iscrizione in quanto il servizio non è obbligatorio. Il servizio è riservato ai soli associati in quanto, al momento dell'accesso, il sistema in automatico provvederà a verificare l'effettivo pagamento della quota per l'anno in corso del singolo utente che si sta connettendo.



Sempre nei primi giorni del 2026, i centri ottici potranno invece partecipare ad un **sondaggio** promosso da Federottica con lo scopo di raccogliere esigenze e criticità del nostro settore. Oltre a questo, informazione necessaria per orientare le strategie del prossimo futuro, una parte del sondaggio sarà riservata ai nostri media, primo fra tutti *Ottica Italiana*, per comprendere il gradimento, comprendere lo stato di salute della comunicazione di settore e ricercare eventuali nuove necessità da soddisfare tra gli operatori: centri ottici e aziende.

Sia per l'area riservata, sia per il sondaggio, saranno fornite le necessarie informazioni tramite circolare inviata ai soci e attraverso specifiche comunicazioni sul nostro sito ufficiale e sui nostri canali social. Il sondaggio è comunque aperto a tutti.

A Mido, presso il nostro stand, sarà inoltre presentata la nuova **Rio, la Rivista italiana di optometria** che cambia approccio. Schiacciando l'occhio, come impostazione, alle classiche e au-

PILLOLE DI CARATTERE NORMATIVO

Iva sostituti lacrimali: con la pubblicazione della risposta ad interpello n. 303 del 4/12/2025 l'Agenzia delle Entrate ha chiarito che l'aliquota dei dispositivi oftalmici classificabili nella voce 3004 della Nomenclatura combinata rientrano nell'apposita Tabella Iva che dispone l'applicazione dell'aliquota Iva ridotta del 10% (ai sensi del n. 114 della Tabella A, parte III allegata al Decreto Iva). Pertanto, le aziende che forniscono tali prodotti applicheranno l'aliquota del 10% in fattura a tutti i beni con queste caratteristiche (dovranno anche fornire un listino con i prodotti e i nuovi prezzi al pubblico). Il centro ottico dovrà aggiornare il registratore telematico prevedendo un reparto con la nuova aliquota del 10% per la cessione di tali dispositivi.

Polizza eventi catastrofali: nella seduta del 11/12/2025, il Consiglio dei Ministri (151) nel predisporre il consueto decreto "Milleproroghe" ha previsto la proroga al 31 marzo 2026 del termine per la stipula di contratti assicurativi per rischi catastrofali da parte di piccole e microimprese, inclusi i settori turismo e somministrazione.

Invio dati al Sistema Tessera Sanitaria: nel corso del 2025, in base all'art. 5 del Dlgs 81 del 12/06/2025, è stato previsto che i dati delle spese sanitarie si potranno inviare con cadenza annuale. Con il Decreto del Ministero dell'Economia e delle Finanze del 29/10/2025 è stato stabilito che il termine è il 31 gennaio dell'anno successivo. Per le spese relative all'anno 2025 si potranno inviare entro il 2 febbraio 2026, in quanto il 31 gennaio cadrà di sabato.



La tappa di Napoli di "Contattologia Real Life"

torevoli riviste in ambito scientifico, sarà caratterizzata da una nuova organizzazione dei contenuti che saranno consultabili anche online. Il primo numero è previsto entro la fine del primo quadrimestre del 2026 e i testi saranno valutati da un nuovo gruppo di Revisori appositamente selezionati.

Ma non ci fermiamo qui: nei primi mesi del 2026 i soci Adoo riceveranno la convocazione per partecipare all'Assemblea nel nostro **Adoo** per la nomina del nuovo Coordinamento, e soprattutto sarà presentato il format del Congresso 2026, evento sul quale i nostri uffici (Coordinamento Adoo e Segreteria nazionale) stanno lavorando per definire la struttura e il programma.

Anche in questo caso, seguitemi sui nostri canali di comunicazione ufficiali.

L'occasione ci è gradita per congratularci con le vincitrici della seconda edizione del Premio di studio Giulio Velati, assegnato per l'anno accademico 2025/2026 a **Vittoria Tesi** e **Greta**

Gianettoni. Il premio è promosso dall'Università di Milano-Bicocca per valorizzare l'eccellenza nella formazione in ottica e optometria. Complimenti alle due vincitrici (vedi a p. 28).

Un ultimo accenno lo dedichiamo al roadshow **"Contattologia Real Life – For the New Generation"** promosso da Assottica e Federottica che sta continuando il suo viaggio per l'Italia con lo scopo di guidare gli studenti nella costruzione del proprio futuro professionale. L'appuntamento di giovedì 11 dicembre si è svolto a Napoli alla presenza di Luigi De Luca, presidente della territoriale Federottica del capoluogo campano, e ha coinvolto un centinaio di studenti. Dal suo esordio nel 2023 all'Università Bicocca di Milano, il progetto ha già raggiunto oltre 750 giovani, coinvolgendo negli anni atenei e istituti superiori in diverse regioni italiane: dall'Università del Salento a Roma Tre, fino a Firenze, Torino, Padova, Bologna e oggi Napoli (vedi a p. 80).

Ci vediamo in fiera.

RINNOVO QUOTA ASSOCIATIVA ALBO DEGLI OTTICI OPTOMETRISTI

Si ricorda che il 31 gennaio scade la quota di iscrizione all'Albo degli ottici optometristi. Per il rinnovo gli associati stanno ricevendo tramite posta elettronica una specifica comunicazione con le coordinate per procedere con il bonifico. Infatti, dal 2024, i pagamenti non potranno più essere effettuati tramite MAV per ridurre l'emissione di carta ma, soprattutto, per ridurre i costi di gestione bancaria che sono diventati sempre più importanti per le casse della nostra Associazione.

Ricordiamo che l'iscrizione all'Albo degli ottici optometristi permette, oltre a ricevere la Rivista Italiana di Optometria, anche di partecipare a condizioni agevolate agli eventi e alle iniziative targate Adoo che lo prevedono.

Per maggiori informazioni, soprattutto nel caso di nuove iscrizioni, è possibile visitare il nostro sito web www.federottica.org, entrando nella sezione "Adoo" dove è possibile scaricare i relativi moduli.



TWICE office

office **HV**
INDIVIDUAL PARAMETERS

office

LA FAMIGLIA DI LENTI DEGRESSIVE MADE IN ITALY

OFFICE è la famiglia di lenti degressive a profondità di campo progettate da Ital-Lenti per l'utilizzo indoor (ufficio, ambienti circoscritti, casa).

La versione **OFFICE HV** permette l'individualizzazione in relazione ai parametri posturali del portatore, e sfrutta tutta la potenza di calcolo del sistema **DIGITAL RAY CONTROL 3D**.

La **TWICE OFFICE**, alla possibilità di personalizzazione unisce anche l'avanzata tecnologia di costruzione a doppia superficie evoluta.

La linea Office è sviluppata in 3 diversi design per una funzionalità ottimizzata in ogni condizione d'uso: Book, Monitor e Room, per una correzione ottimale per le aree di visione che spaziano dal vicino all'intermedio.

BOOK



MONITOR



ROOM



MIDO 2026 - 31 GENNAIO - 2 FEBBRAIO
Padiglione 3 - Stand N14 N22 P13 P21

ITAL·LENTI
LENTI DA VISTA ITALIANE

www.itallenti.com

f @ in v



BORGHESI:

“ABBIAMO COSTRUITO UN PERCORSO FORMATIVO COMPLETO IN OTTICA E OPTOMETRIA”

In occasione dei 25 anni dall'avvio del corso di laurea in Ottica e Optometria di Milano Bicocca, il primo in Italia, il professor Alessandro Borghesi ripercorre con Ottica Italiana questo lungo percorso.



Alessandro Borghesi

Professore emerito, ricercatore, promotore del primo corso di laurea in Ottica e Optometria in Italia e direttore del centro di ricerca COMiB. Il professor **Alessandro Borghesi** ha vissuto dall'inizio la nascita del corso di laurea in Ottica e Optometria di Milano-Bicocca nel 2001, apripista ai percorsi accademici nati in Italia successivamente. A *Ottica Italiana* racconta questo quarto di secolo e come la formazione universitaria si è evoluta fino ad arrivare al corso di laurea magistrale nato lo scorso anno.

Settembre 2001: parte il corso di laurea in Ottica e Optometria a Milano-Bicocca, il primo in Italia. Dopo 25 anni, qual è il suo bilancio?

«Una bella domanda. Posso rispondere per quanto riguarda l'attività accademica e sicuramente il bilancio è positivo. Abbiamo preparato gli studenti a possedere gli strumenti necessari alla loro vita professionale. In questi 25 anni abbiamo laureato circa 800 studenti. Le aziende – quelle grandi, ma anche le medie e le piccole – hanno ormai uno o più laureati nelle loro

strutture. Lo stesso possiamo dire per i centri ottici, che sempre più cercano e trovano laureati da inserire. Inoltre, nei congressi scientifici sono sempre di più i contributi e le relazioni presentate da laureati in Ottica e Optometria.

Direi che, nel settore, avere un professionista della visione laureato nel proprio organico vuol dire fare un significativo passo avanti. Era uno degli obiettivi che ci eravamo posti: migliorare la preparazione e la formazione degli ottici. Da questo punto di vista, il settore ha sfruttato que-



sta opportunità. D'altro canto, all'estero è sempre stato così: siamo arrivati un po' più tardi, ma ci siamo arrivati».

Fondamentale, nell'avvio del percorso accademico, il ruolo di Federottica, che si è fatta carico anche economicamente di questa opportunità. Come è nato e si è sviluppato questo legame?

«Già molto prima del 2001, Federottica aspirava ad una formazione universitaria per il settore, un corso di laurea per questa professione. All'epoca ero professore all'Università di Pavia e una delegazione di Federottica con Giulio Velati e Giuseppe Ricco mi aveva contattato per propormi di lavorare, con il loro aiuto, al progetto, dato

che i miei interessi accademici e le mie ricerche riguardavano le applicazioni dell'ottica nella Fisica della Materia.

Insistevano molto per attivare un nuovo corso di laurea. All'epoca però non era facile: in Università vigeva la regola che si poteva istituire un corso di laurea, soprattutto nuovo, solo se c'era un reale e forte interesse. Questo interesse doveva essere concreto e, almeno parzialmente, all'inizio sostenuto da un contributo finanziario. Ma questo non fu sufficiente per attivare il corso di laurea all'Università di Pavia.

L'Università di Milano-Bicocca, dove mi trasferii quando venne istituita, soprattutto per la lungimiranza del professor Marcello Fontanesi, che poi diventerà rettore dell'Università, faceva una politica di apertura verso nuovi corsi di laurea. Fu così che, dopo un intenso lavoro per far passare nelle maglie della burocrazia universitaria i contenuti e le competenze, che ritenevamo essenziali, dopo molti passaggi burocratici, comprese varie dispute legali riuscimmo ad avere tutte le autorizzazioni. Abbiamo attraversato periodi complicati... ma diciamo che ci siamo anche "divertiti".

Il contributo di Federottica è stato fondamentale e non mi riferisco solo a quello finanziario, ma anche alle competenze che hanno messo a disposizione: senza il contributo di questi ottici visionari il corso di laurea non sarebbe mai partito. Inoltre, per anni, Federottica ha supportato la docenza del nuovo corso di laurea finché questo è stato necessario».

In questi 25 anni, come sono cambiati i piani di studio e la formazione, visto il subentro di nuove tematiche, anche tecnologiche?

«Sono cambiati tantissimo. All'inizio la rigidità del ministero per attivare un corso di laurea nuovo era notevole. Abbiamo lavorato molto per conciliare i contenuti degli insegnamenti con quello che era previsto dalle leggi in vigore. Spesso erano aspetti estremamente tecnici. Oggi, la situazione è molto meno rigida. I regolamenti universitari concedono una elasticità maggiore e i regolamenti didattici sono più flessibili.

In questi 25 anni i contenuti degli insegnamenti hanno potuto tener conto dell'evoluzione di questo settore e, oggi, la stragrande maggioranza di quello che viene insegnato è direttamente afferibile al settore optometrico specifico e gli altri contenuti riguardano solo le materie di base, che però sono funzionali per comprendere l'optometria in modo approfondito. Non dimentichiamoci che l'optometria è una scienza a pieno titolo.

Per esempio, abbiamo così potuto implementare anche tirocini esterni presso i centri ottici, aziende, strutture sanitarie, oltre che all'interno dell'Università. Gli studenti devono svolgere almeno 375 ore di tirocinio che possono utilizzare per fare esperienza su quelle competenze che l'Università non può ancora offrire pienamente, cioè il rapporto con il pubblico e l'attività sul campo».

Lo scorso anno è partito anche il corso di laurea magistrale in "Optometry and Vision Science". È un traguardo o un nuovo punto di partenza?

«È un punto di partenza, assolutamente. All'estero esiste da tempo un percorso completo: c'è la laurea triennale, la laurea magistrale, il dottorato di ricerca e la possibilità di fare carriera universitaria fino ai massimi livelli. La laurea magistrale era l'anello mancante per percorrere tutta questa filiera.

Nel nostro Paese, nasce con l'obiettivo di formare attori dello sviluppo scientifico, professionale e culturale della materia e del settore. La formazione optometrica acquisisce, così, la dignità di qualsiasi altro corso di laurea. La disponibilità di un percorso universitario di cinque anni è un traguardo importante ed equipara la nostra formazione a quella dei paesi più avanzati e dà l'opportunità di ottenere, per esempio, borse di studio ministeriali, fare esperienze anche all'estero avendo lo stesso livello di preparazione dei colleghi degli altri paesi.

Il riconoscimento da parte del Ministero dell'Università e della Ricerca della laurea magistrale in "Optometry and Vision Science" è, perciò, fondamentale ed è un punto di partenza perché da lì si può costruire un solido futuro. Bisogna sempre però essere consapevoli che nella nostra società così complessa non esistono spazi già pronti: dipenderà dai laureati, dalla loro capacità di mettersi in gioco. Alla fine, l'elemento umano resta centrale».



Quale valore aggiunto porta agli studenti e quali opportunità professionali apre la laurea magistrale?

«Abbiamo riflettuto a lungo prima di attivarla, anche perché dal punto di vista burocratico è stato un lavoro enorme. Ci siamo resi conto che, con la laurea triennale, le competenze che riuscivamo a fornire in quest'ambito non erano più sufficienti. L'optometria si sviluppa rapidamente e negli ultimi anni l'evoluzione è diventata molto rapida: non era più possibile includere in un triennio la formazione che oggi questa professione richiede.

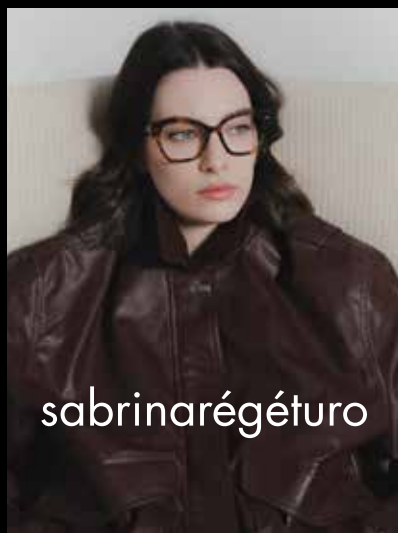
La laurea magistrale è importante anche perché c'è una maturazione diversa da parte degli studenti che la seguono. C'è un salto evidente: gli studenti della magistrale scelgono consapevolmente di proseguire questo percorso e questo rende il lavoro didattico molto più incisivo. Oggi parole come intelligenza artificiale, realtà aumentata, realtà virtuale e occhiali sempre più complessi sono all'ordine

del giorno. Noi cerchiamo di far capire cosa sono queste tecnologie e di fornire gli strumenti per comprenderle e seguirne l'evoluzione. Dobbiamo preparare persone che staranno sul mercato per almeno 40 anni. La laurea magistrale serve proprio a dare una base che permetta di accompagnare e partecipare all'evoluzione del settore. Cerchiamo di formare professionisti capaci di interpretare questi cambiamenti e magari esserne protagonisti».

C'è anche una forte vocazione internazionale, quindi?

«Sì, infatti il corso magistrale è in inglese. Oggi chi non parla inglese fluentemente è fuori dai giochi: bisogna confrontarsi con ciò che accade fuori dal nostro Paese. Vorrei che l'Italia non fosse solo un mercato per vendere dei prodotti, ma anche un paese dove si coltiva consapevolmente la ricerca e l'innovazione in questo settore. La laurea magistrale è ciò che può rendere possibile tutto questo».

Scopri le nuove collezioni



31 Gen > 2 Feb
2026

Stand M04-M10
Hall 4

Visita il sito



keyopticaleurope.com



ZERI:

“LA FORMAZIONE UNIVERSITARIA OPTOMETRICA È UNO STRUMENTO DI EMANCIPAZIONE CULTURALE”

In una conversazione con il presidente di Federottica Andrea Afragoli, il docente universitario ripercorre il proprio cammino accademico che lo ha portato alla nomina come professore associato e riflette sul valore della formazione universitaria come leva di crescita culturale per l'optometria.



Fabrizio Zeri

Fabrizio Zeri è il primo docente universitario di ruolo in Italia a diventare professore associato nel settore PHYS-06/A – Fisica per le Scienze della vita, l'ambiente e i Beni culturali presso l'Università degli studi di Milano-Bicocca.

Un traguardo raggiunto grazie a un impegno costante in ricerca e attività pratica in ambito optometrico. In occasione dei 25 anni del corso di laurea in Ottica e Optometria, racconta a *Ottica Italiana* il suo percorso e la sua visione sul mondo e sulla formazione optometrica.

Nasci nel mondo dell'ottica e optometria romana. Come hai vissuto il tuo lungo percorso professionale che ti ha portato a Milano Bicocca?

«Mi stai chiedendo di tornare indietro di parecchi anni e di ripercorre un periodo lungo della mia vita. Il mio imprinting con la disciplina è certamente legato alla mia famiglia. Un nonno che a cavallo della guerra, come artigiano, riparava occhiali in un sottoscala nello storico quartiere di Testaccio a Roma, e mio padre che, sulla sua scia, dopo il diploma di ottico, diede

vita al primo centro ottico di famiglia. Da qui prende avvio la prima parte della mia formazione: gli studi in ottica prima e optometria poi, presso due istituti storici come il *De Amicis* e l'*Isso*. La passione per questa disciplina nasce in quegli anni grazie anche all'incontro con molti professionisti, tra i quali spicca certamente l'amico Luigi Lupelli formatosi nella scuola optometrica inglese. In quel periodo maturano due convinzioni in cui ancora credo oggi. La prima è che l'optometrista è una professionista sanitario



con caratteristiche peculiari rispetto ad altre figure come l'oculista o l'ottico (da cui storicamente si sviluppa), e con un ruolo rilevante per la salute visiva delle persone. La seconda è che una sua formazione universitaria sia imprescindibile per la vastità delle conoscenze scientifiche e cliniche richieste. In quegli anni, avvio anche un percorso accademico nell'area della psicologia, una delle anime scientifiche che caratterizzano l'optometria (con la fisica, la fisiologia della visione, la clinica non medica), approfondendo temi come la psicologia della percezione, la psicofisica, e la neuropsicologia. Dopo la laurea in Psicologia sperimentale, e parallelamente al periodo del dottorato di ricerca in Neu-

roscienze cognitive, durante il quale ho avuto la fortuna di poter lavorare nel gruppo di ricerca di Donatella Spinelli e Pierluigi Zoccolotti, inizio a svolgere docenze a contratto nel neonato corso di laurea in Ottica e Optometria dell'Università di Roma Tre. La vera svolta verso Milano Bicocca arriva però quando un progetto di ricerca scritto quasi per caso con un collega inglese della Aston University, Shehzad Naroo, ottiene un finanziamento Marie Curie della UE. Mi trasferisco così nel Regno unito per quasi 3 anni, facendo ricerca in quella che è, a tutti gli effetti, la patria europea dell'Optometria. Questa esperienza ha probabilmente facilitato il mio rientro in Italia, nel gruppo di ricerca di Alessandro Borghesi e Silvia Tavazzi dell'Università di Milano Bicocca».

Ora che hai raggiunto questo traguardo di docente associato in optometria, ti guardi indietro e vedi il valore di tutti quei sacrifici che ti hanno portato fin qui?

«Fortunatamente studiare, insegnare, e fare ricerca non mi hanno mai pesato troppo, ma piuttosto appassionato. I sacrifici ci sono stati, ma forse più per la famiglia, che mi ha supportato e supportato nelle scelte. Credo che i traguardi di una persona non siano mai il frutto di un lavoro isolato. La mia carriera deve moltissimo a familiari e colleghi, così come la costruzione dell'optometria in Italia deve tanto al contributo di molti professionisti, sia nel nostro settore che in ambiti affini».

Avendo vissuto i due mondi dell'ottica e optometria, qual è il valore aggiunto della formazione accademica rispetto a quella tradizionale?

«In parte l'ho già detto, nella storia che ho raccontato sopra e mi scuso per la lunghezza del racconto. Ritengo che la formazione dell'optometrista debba essere universitaria per la vastità di conoscenze scientifiche e cliniche richieste, per la natura fortemente interdisciplinare dell'optometria. Se l'optometrista vuole avere un ruolo di prestigio, alla pari di altri professionisti della visione, deve emanciparsi e non c'è strumento più potente dell'emancipazione culturale».

Alla luce dei ritardi normativi sulle competenze dei laureati e dell'esame di stato che sembra più ritagliato per il fisico che per l'optometrista, qual è la tua opinione sul futuro e sull'appel del corso di laurea in Ottica e Optometria?

«Per quanto riguarda l'appel del corso di laurea in Ottica e Optometria, parterei dalla considerazione che in un mondo sempre più tecnologico, digitalizzato e multimediale, la conoscenza differenzia il servizio del professionista e lo emancipa. Per questo, è necessario integrare solide basi scientifiche, competenze professionali, abilità pratiche, capacità di risolvere i problemi e prendere decisioni sulla base delle migliori evidenze scientifiche. Per questo serve una formazione accademica. Per quanto riguarda il tema del recente decreto intermini-



steriale che riguarda anche i laureati in Ottica e Optometria, si tratta di un decreto che definisce le "modalità semplificate

di espletamento dell'esame di Stato per l'abilitazione all'esercizio della professione di fisico per coloro che hanno conse-

guito o che conseguono i titoli di laurea per l'accesso alla suddetta professione".

Seppure l'esame di stato sia stato istituito con un decreto, i contenuti sono momentaneamente ampi e la modalità è definita "semplificata". C'è una criticità ovvero la definizione delle specifiche competenze, cioè la declinazione delle attività professionali per tutte le sezioni, come sottolineato dalla stessa Federazione nazionale dei chimici e dei fisici. Questo è un punto chiave che spero a breve sarà chiarito con la pubblicazione delle competenze dell'abilitato».

FABRIZIO ZERI PROFESSORE ASSOCIATO ALL'UNIVERSITÀ MILANO BICOCCA

La nomina di Fabrizio Zeri è un traguardo storico e un passo importante nel panorama accademico nazionale e per l'intera comunità optometrica.

«Si tratta di un evento senza precedenti: per la prima volta in Italia, un docente universitario di ruolo – spiega l'ateneo in una nota – viene nominato in virtù delle proprie ricerche e dell'attività scientifica condotta nell'ambito dell'optometria.

A venticinque anni dall'istituzione del primo corso di laurea in Ottica e Optometria (nato proprio alla Bicocca) questo riconoscimento rappresenta una tappa fondamentale, che sancisce la piena maturità scientifica e formativa del settore. Il professor Zeri, figura di spicco anche a livello internazionale, ha contribuito in modo determinante – prosegue la nota – allo sviluppo della disciplina, sia nella ricerca sia nella didattica.

Il nuovo incarico segna un passaggio simbolico, ma sostanziale, per l'optometria italiana, aprendo prospettive sempre più solide per la ricerca, la formazione universitaria – oggi articolata in un percorso triennale e in una laurea magistrale – e il riconoscimento professionale nel nostro Paese».



VISIOFFICE X⁺

La tecnologia che ruota intorno a te



Videocentratore con tecnologia AI
integrata per misurazioni più precise



**VIENI A TROVARCI PRESSO LO STAND
ESSILORLUXOTTICA**

Padiglione 3 – Stand T08 T16 U09 U15





TAVAZZI:

“LA LAUREA MAGISTRALE È UN VOLANO PER RICERCA SCIENTIFICA E FORMAZIONE”

La coordinatrice del corso di laurea in ottica optometria di Milano Bicocca illustra a Ottica Italiana struttura e opportunità del corso di laurea magistrale in Optometry and Vision Science, nato nel 2024 e che coordina dall'inizio.



Silvia Tavazzi

Il 7 ottobre 2024 è partito ufficialmente il primo corso di laurea magistrale in Optometry and Vision Science all'Università di Milano Bicocca. Un traguardo importante per l'ateneo milanese e per la formazione optometrica in Italia. **Silvia Tavazzi**, che è presidente del Coordinamento del consiglio didattico del corso di laurea (CdL) in Ottica e Optometria e del corso di laurea magistrale (CdLM) in Optometry and Vision Science, illustra a *Ottica Italiana* struttura e opportunità del nuovo percorso accademico.

«Il corso di laurea magistrale in Optometry and Vision Science (OVSci) ha una durata nor-

male di due anni – spiega – e comporta l'acquisizione di 120 crediti formativi universitari (CFU), come tutti i corsi di Laurea magistrali.

Sono previsti dieci esami che comportano l'acquisizione di 60 CFU. I restanti CFU sono acquisiti attraverso altre attività formative, quali attività a scelta dello studente, ulteriori conoscenze linguistiche, stage e prova finale. Una parte consistente del secondo anno è dedicata all'attività di stage finalizzata alla preparazione della tesi di laurea magistrale e alla prova finale. L'attività di stage può essere svolta internamente all'ateneo oppure

all'esterno, in Italia o all'estero. Per gli studenti interessati è previsto il percorso a tempo parziale della durata di quattro anni».

Com'è strutturato il corso?

«È impartito in lingua inglese e in modalità mista. Le attività per cui la frequenza in presenza è imprescindibile sono le attività obbligatorie di laboratorio, concentrate in periodi specifici così da agevolare chi non risiede a Milano. Per lo stesso motivo, per tutte le attività formative, il Corso fa largo uso della piattaforma e-learning di ateneo. Il percorso prevede una pluralità di tipologie di attività didattiche».



che ovvero lezioni frontali, varie tipologie di attività a distanza come esercizi, studio di casi optometrici, progetti, condivisione di materiale didattico interattivo, confronto sincrono e asincrono con docente/tutor e tra pari, esposizioni orali online da parte degli studenti e confronti tra studenti e docenti. Ogni insegnamento in modalità blended prevede la presenza di tutor con il compito di contribuire al monitoraggio dell'andamento del gruppo e di supportare il docente nella messa in pratica di eventuali attività formative mirate e flessibili. Si caratterizza, inoltre, per una formazione sia nell'ambito, oggi in rapida evoluzione, della strumentazione, dei dispositivi, delle tecnologie, degli ausili

utilizzati in campo optometrico sia nell'ambito della misura e compensazione ottica della funzionalità visiva».

Come si sviluppa il percorso di studi?

«Il percorso è articolato in attività formative che possono essere raggruppate nelle seguenti quattro aree di apprendimento: *Tecnologie e strumentazione, Optometria e meccanismi della visione, Materiali, Analisi dei dati e metodo scientifico* e offre allo studente la possibilità di personalizzarlo con una scelta di insegnamenti caratterizzanti tra più possibilità con caratteristiche più applicative nell'ambito della pratica optometrica oppure più vicine alle tecnologie e alla strumentazione utilizzata nel settore della scienza della visione. Un'altra possibilità di scelta riguarda insegnamenti affini e integrativi nell'ambito della psicologia oppure dell'informatica con contenuti incentrati maggiormente sui meccanismi alla base della percezione e della visione oppure sulle tecnologie informatiche e digitali nel settore della scienza della visione. La flessibilità del percorso è anche favorita dalla modalità mista, soprattutto per laureati triennali già inseriti nel mondo del lavoro».

Quali opportunità offre, in termini di ricerca, anche grazie al Centro di ricerca in ottica e optometria (Comib)?

«Nella fase di progettazione del corso, la richiesta comune

di molte aziende e delle cosiddette parti interessate è stata quella di impostare il corso di laurea magistrale con una apertura internazionale e gli argomenti suggeriti riguardavano principalmente la strumentazione d'avanguardia impiegata nel settore, la pratica optometrica avanzata e la capacità di svolgere attività di ricerca e analizzare dati. È richiesta, inoltre, la capacità di aggiornarsi attraverso la letteratura scientifica e la capacità di contribuire alla ricerca a livello internazionale.

Questo è possibile durante il percorso magistrale grazie allo stretto contatto con il Centro di ricerca Comib, attivo dal 2015, con i suoi progetti, con le attività di pratica clinica organizzate sul territorio. Le attività obbligatorie e facoltative di laboratorio del corso magistrale si svolgono presso il Centro di ricerca Comib dell'ateneo. Gli studenti utilizzano la strumentazione avanzata del Centro e altri strumenti messi a disposizione da azienda appositamente per le attività del corso magistrale. Del resto, le aziende sono parti interessate sia in relazione agli sbocchi occupazionali dei futuri laureati magistrali sia per l'apertura di nuovi scenari per la ricerca scientifica in Italia in questo settore. Gli insegnamenti relativi alle tecniche optometriche, all'optometria geriatria e pediatria, agli ausili visivi per ipovedenti e alle lenti a contatto includono ore di laboratorio con casi optometrici.



Per queste attività, il Corso si appoggia anche ad alcune iniziative organizzate per il territorio dal Centro Comib.

L'istituzione del Corso di laurea magistrale rappresenta un volano per l'apertura di nuovi scenari nella ricerca scientifica e per la formazione della futura classe di ricercatori e docenti universitari. L'attività di stage finalizzata alla preparazione della tesi di laurea magistrale è un'occasione per sviluppare, già durante il percorso magistrale, nuove ricerche nel settore dell'optometria e della scienza della visione. Gli stage possono essere svolti presso sedi esterne, presso i laboratori e le strutture di ateneo quali il Centro Comib, presso i dipartimenti coinvolti nel corso

di laurea magistrale (Scienza dei materiali; Fisica; Informatica, sistemistica e comunicazione; Psicologia; Statistica e metodi quantitativi; Medicina e chirurgia) oppure presso altri dipartimenti (per esempio, Matematica e applicazioni, Biotecnologie e bioscienze)».

Il corpo docente riunisce diversi professionisti italiani d'eccellenza, insieme a colleghi provenienti da università estere. Quali sono i vantaggi di questa composizione per il percorso formativo?

«Il corso di laurea magistrale è erogato interamente in lingua inglese e si avvale del contributo di docenti italiani attivi in un solido contesto internazionale,

affiancati da docenti stranieri di riconosciuta esperienza. L'obiettivo è conferire al percorso formativo una marcata dimensione internazionale, valorizzando le competenze e le migliori pratiche provenienti da Paesi in cui l'optometria vanta una tradizione e uno sviluppo più avanzati rispetto a quello attualmente in atto nel nostro Paese. Questa impostazione favorisce inoltre un ambiente accademico multiculturale e inclusivo, capace di attrarre e accogliere studenti in possesso di titoli di studio conseguiti all'estero, promuovendo lo scambio di conoscenze e prospettive a livello globale».



Chiara



Media



Scura

Lente CAIPIRINHA



SCOPRI LE NUOVE COLORAZIONI

Shamir PhotoGlamour™

with Transitions®

GRADIENT

MANHATTAN



LONG ISLAND



SMASH



CAIPIRINHA



CURACAO



MALIBÙ



PURPLE RAIN



COSMOPOLITAN



UNIFORME

ANTARES



ARRAKIS



SATURNO



TERRA



NETTUNO



PLUTONE



URANO



VENERE



WWW.SHAMIR.COM/IT

marketing@shamir-rx.it

SEGUICI SU



PREMIO DI STUDIO GIULIO VELATI: PROCLAMATE LE DUE VINCITRICI DELLA SECONDA EDIZIONE

Vittoria Tesi e Greta Gianettoni sono le vincitrici della seconda edizione del Premio di studio Giulio Velati, assegnato per l'anno accademico 2025/2026 e promosso dall'Università di Milano-Bicocca per valorizzare l'eccellenza nella formazione in ottica e optometria.

Le due premiate, entrambe iscritte al primo anno del corso di laurea magistrale in *Optometry and Vision Science*, ricevono il riconoscimento istituito in memoria di Giulio Velati, già presidente di Federottica e del Vision-Ottica Award, figura centrale nello sviluppo dell'optometria accademica in Italia e tra i principali promotori della nascita del corso di laurea in ottica e optometria presso l'ateneo milanese. Per la prima volta il premio è

stato assegnato a due studentesse, con l'erogazione di due borse di studio da 1.000 euro ciascuna, confermando l'obiettivo dell'iniziativa: sostenere l'eccellenza nel campo delle scienze della visione e incentivare il proseguimento degli studi a livello magistrale.

«Alle dottoresse Vittoria Tesi e Greta Gianettoni vanno le nostre congratulazioni – dichiara a *Ottica Italiana* **Silvia Tavazzi**, coordinatrice del CdL in ottica e optometria in Bicocca -. È da sottolineare come le studentesse e gli studenti del corso di laurea magistrale rappresentino il livello più elevato della formazione nazionale in ambito optometrico, con un ruolo chiave nello sviluppo scientifico, professionale e culturale della disciplina». La seconda edizione del Premio Giulio Velati è stata supportata da **Vision Group**, realtà leader nella distribuzione ottica e storico sponsor del



Greta Gianettoni

VisionOttica Award.

L'Università di Milano-Bicocca ha reso noto, inoltre, che sono già disponibili le prime informazioni per l'iscrizione al corso di laurea magistrale in *Optometry and Vision Science* per l'anno accademico 2026/2027. Per i candidati con precedente titolo di laurea triennale acquisito all'estero, è già possibile candidarsi tramite la piattaforma DreamApply dell'ateneo, mentre i candidati con precedente titolo italiano potranno iscriversi nelle finestre: 2 marzo-29 maggio 2026 e 8 giugno-11 settembre 2026.

PER INFORMAZIONI



Vittoria Tesi



Roberta di Camerino®

JETSET
GROUP

www.jetsetgroup.eu



Da sinistra, Valentina Viglietti, Andrea Tagliaferri e Magda Tramontano
Ringraziamo per gli scatti Andrea Cristarella Orestano

L'INNOVAZIONE CHE MANCAVA PER L'ADDESTRAMENTO IN CONTATTOLOGIA

La contattologia non si apprende solo sui libri. Si impara con le mani davanti agli strumenti e ripetendo dei gesti fino a renderli sicuri e automatici. Ma dove e come farlo oggi, senza rischi per i portatori e senza i limiti della formazione tradizionale?

A questa esigenza concreta risponde **Francesca MCM 1**, un manichino in silicone modulare progettato per l'addestramento pratico in contattologia. A raccontarne la genesi a *Ottica Italiana* è l'ideatore: l'ottico optometrista **Andrea Tagliaferri**, che ha trasformato una criticità condivisa da diversi professionisti della visione – studenti e ottici già in attività – in uno strumento operativo pensato per esercitarsi in modo realistico, ripetibile e sicuro.

Dotato di occhi a curvature variabili, palpebre morbide per la reversione e possibilità di simulare il film lacrimale e diverse condizioni cliniche, Francesca MCM 1 nasce per colmare il divario tra teoria e pratica che ancora caratterizza la formazione in contattologia.

L'idea prende forma da una domanda semplice, ma spesso irrisolta nei percorsi formativi e nell'aggiornamento professionale: come acquisire manualità senza poter lavorare su soggetti reali?

«Il problema si è posto in particolare per la contattologia – spiega Tagliaferri – dove la pratica è la base. Gli studenti hanno bisogno di fare esperienza diretta. Eppure, per motivi di sicurezza, non sempre è possibile esercitarsi su persone reali».

Da qui nasce un progetto oggi in fase di brevetto internazionale, sviluppato da un professionista che conosce da vicino sia il centro ottico sia l'aula di formazione. Tagliaferri è infatti titolare, insieme al padre, dell'Ottica

Tagliaferri – storico centro ottico di Napoli attivo dal 1969 – ed è docente di optometria avanzata all'Università Federico II, oltre che di contattologia presso l'Istituto di formazione Nobel Fuorigrotta di Napoli.

«Dopo aver verificato che non esisteva nulla di simile al mondo, nemmeno consultando siti specializzati – racconta l'ottico optometrista – ho iniziato a progettare e assemblare un primo prototipo. La prima persona a cui ho chiesto consigli tecnici e di fattibilità, è stato **Luigi De Luca**, professore di contattologia presso la Federico II e presidente della Federottica Napoli, che ringrazio».

Un lavoro di sperimentazione che ha portato alla nascita di uno strumento pensato non solo per l'insegnamento, ma anche per il training continuo dell'ottico applicatore.

Il nome - Francesca MCM 1 - è un omaggio ai figli e alla mo-

glie dell'inventore, ma anche alla direttrice dell'Istituto Nobel Fuorigrotta di Napoli, **Magda Tramontano**, con l'aggiunta del nome "Francesca" suggerito da **Valentina Viglietti**, coordinatrice dell'Istituto Nobel Fuorigrotta. «Si presenta come un volto in silicone mediamente rigido, versatile e componibile – spiega Tagliaferri, mentre ci mostra il prototipo – ed è progettato per essere posizionato sul biomicroscopio-lampada a fessura tramite apposite fascette, oppure fissato a una base da tavolo». Una soluzione che permette di ricreare in modo fedele l'ambiente operativo quotidiano dell'ottico.

SIMULAZIONE APPLICATIVA

Il vero valore aggiunto di Francesca MCM 1 risiede nella modularità e nelle possibilità di simulazione. «La componente oculare è fondamentale – sottolinea il docente –: gli occhi in pla-

stica sono removibili e modellati a mano per presentare diverse curvature corneali. Questo consente di simulare le applicazioni di lenti rigide gas permeabili e di osservare correttamente l'immagine fluoresceinica, con LaC larga, stretta o adeguata».

Le palpebre morbide, anch'esse sostituibili, sono state progettate con incisioni specifiche per consentire l'esercizio della **reversione palpebrale**, una tecnica spesso difficile da apprendere senza pratica costante. «Attraverso una palpebra sottile appositamente studiata – aggiunge Tagliaferri – lo studente può allenarsi alla reversione una volta fissato il manichino al biomicroscopio». Le palpebre possono inoltre essere personalizzate con disegni per simulare patologie sotto-palpebrali.

Un ulteriore livello di realismo è garantito dalla **simulazione del film lacrimale**. «È possibile riprodurlo – spiega l'ideatore – tramite una specifica composizione di liquido denso o soluzione salina, che consente di eseguire il BUT (Break-Up Time), osservare il menisco lacrimale ed effettuare test come lo Schirmer I con l'apposita cartina, oltre a valutazioni con luce bianca, UV o lampada di Wood».

Il sistema consente inoltre di simulare diverse patologie oculari e perioculari – come iperemie, congiuntiviti, blefariti e calazi – sia sull'occhio sia sotto la palpebra, sfruttando anche un porta-targhetta posteriore utilizzabile come supporto didattico o d'esame.



Andrea Tagliaferri



DESTINATARI E PROSPETTIVE FUTURE

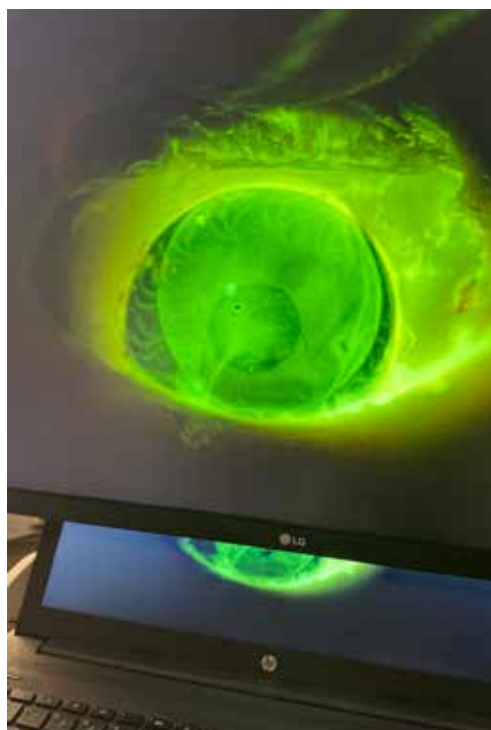
Francesca MCM 1 è pensata principalmente per gli istituti di formazione in ottica, optometria e contattologia. Tuttavia, il suo utilizzo si estende anche all'ottico già abilitato che desidera migliorare le proprie competenze operative. «Si rivolge soprattutto agli studenti

– osserva Tagliaferri – ma può essere uno strumento prezioso anche per l'ottico che vuole avvicinarsi alla contattologia avanzata o consolidare la propria manualità per lavorare con il pubblico».

Un aspetto particolarmente rilevante in un contesto in cui l'aggiornamento professionale

richiede strumenti pratici, autonomi e sicuri. «Questa innovazione è stata accolta con grande entusiasmo dai nostri studenti – dichiara con soddisfazione il docente – che l'hanno testata sul campo. Inoltre, è stata presentata a Firenze, in occasione di un Convegno Presbiopia di Aioc, dove ha ottenuto un riconoscimento tra i progetti più innovativi, selezionati per il Premio Sergio Villani».

Il messaggio finale riassume con chiarezza la filosofia del progetto: «La contattologia richiede una certa abilità manuale che si acquisisce con l'esperienza. Francesca MCM 1 rappresenta l'anello mancante, che rende questa manualità accessibile e ripetibile in un ambiente sicuro, contribuendo a elevare il livello di competenza dei futuri professionisti».



Per le storie abbiamo occhio



Ti aiutiamo a raccontare la tua.

Ogni brand ha piccole e grandi storie da raccontare. Alcune si vedono meglio da vicino, altre è più interessante scrutarle da lontano. Molte sono storie invisibili e non ti colpiscono al primo sguardo. Noi di OrangeMedia le storie le amiamo tutte. Per questo le cerchiamo, le troviamo e poi le raccontiamo. **Con un video, un documentario, un film, un podcast, un progetto editoriale.** Si chiama Branded Entertainment ma è molto di più: è una nuova visione della comunicazione. Quella che coinvolge, emoziona e stupisce il tuo target.

OrangeMediaGroup
YOUR NEXT STORY

SIAMO UNA CREATIVE CONTENT COMPANY INDIPENDENTE

ROMA - MILANO - BOLOGNA

+50 PROFESSIONISTI, ∞ STORIE

mail: **BRANDED@ORANGEMEDIAGROUP.IT**

ORANGEMEDIAGROUP.IT

Metti a fuoco il racconto del tuo brand



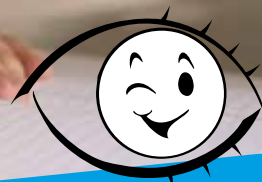
Il Report di Narrabilità è la consulenza che mette a fuoco le storie del tuo brand e le trasforma in linee guida chiare per video, podcast e progetti editoriali.

Hai mai pensato che la tua marca abbia bisogno di un rapido “esame della vista”? **Per dare più forza alla tua voce**, noi partiamo proprio da lì: dal modo in cui guardi e fai vedere la tua storia. **Il Report di Narrabilità è un nostro prodotto proprietario:** passiamo qualche giorno con te, analizziamo ciò che esiste già – materiali di comunicazione, campagne, sito, social – e soprattutto raccogliamo le parole di chi lavora in azienda. Mettiamo a fuoco ciò che si vede e ciò che resta fuori campo, quali messaggi arrivano chiari e quali non si sentono ancora. **Il risultato è un documento di lavoro pratico e ben organizzato**, che riassume punti di forza e aree cieche e contiene temi chiave, tono di voce e **linee guida narrative per i contenuti futuri**. Grazie al Report di Narrabilità ogni video, podcast, documentario, serie o progetto editoriale racconterà meglio il tuo brand – e ne farà sentire più forte la voce.

Inquadra il QR code
se vuoi saperne di più.



OrangeMediaGroup
YOUR NEXT STORY



BIMBOVISIONE®

vedere bene
per apprendere meglio

www.federottica.org/bimbovisione

I PROGETTI FEDEROTTICA

www.federottica.org/sportvision



MIDO 2026

INNOVAZIONE, DESIGN E NUOVE IDEE PER IL SETTORE EYEWEAR

L'eyewear show, a Fieramilano Rho dal 31 gennaio al 2 febbraio 2026, si prepara a un'edizione particolarmente intensa, in cui le idee e la creatività prendono forma disegnando l'occhialeria del futuro. Previsti circa 1.200 espositori e visitatori da oltre 160 nazioni. Debutterà al salone la mostra "The Lens of Time" ed è stata predisposta una serie di servizi per agevolare la visita a Mido, data la vicinanza con le Olimpiadi di Milano-Cortina.



Il palcoscenico internazionale dove osservare da vicino le tendenze che stanno ridisegnando l'occhialeria. È l'essenza di Mido 2026, che ospita la nuova edizione, nei padiglioni di Fieramilano Rho dal 31 gennaio al 2 febbraio, liberando idee innovative che segnano il passo dell'eyewear.

Un Mido particolare, che anticipa i Giochi olimpici invernali di Milano-Cortina e che si prepara ad accogliere circa 1.200 espositori da 50 Paesi, in linea con il 2025, con grandi ritorni e 140 new entry. Numeri che sottolineano la portata globale della manifestazione.

LE AREE DELLA FIERA: CONFERME, AMPLIAMENTI E INNOVAZIONE

La **Fashion Square** è il cuore pulsante del Padiglione 1 e si presenta completamente rinnovata, mentre nel padiglione 4, la piazza è animata da un'installazione dedicata a **DaTE** (Napoli, 12-14 settembre 2026), mentre la piazza del 6 accoglie la nuova edizione della mostra **The Lens of Time**. Il futuro dell'eyewear, inoltre, prende forma attraverso estetica, materiali, ricerca e nuove visioni creative nelle tre aree che raccontano, ognuna a suo modo, l'evoluzione del settore: Academy, Design e Start Up,



Nei Padiglioni 2 e 4, l'iconica area **Design** si conferma hub di sperimentazione e creatività: qui arriveranno espositori in crescita e nuovi ingressi, compreso il passaggio di alcuni brand che lasciano l'Academy per approdare in quest'area.

«L'area Design ospita i progetti capaci di definire le grandi traiettorie internazionali. Collezioni visionarie – spiegano gli organizzatori in una nota – che fondono stile e tecnologia, artigianato e innovazione industriale, restituendo una fotografia chiara delle future identità dell'occhiale».

L'**Academy**, confermata al Padiglione 6, rafforza la sua missione di acceleratore per i giovani marchi e ospita oltre 90 aziende. «L'Academy, esclusiva assoluta nel panorama fieristico mondiale, è un laboratorio dinamico dedicato a chi osa. Un luogo anticonformista, dove le aziende – prosegue la nota – sperimentano nuovi linguaggi, superano i confini della tradizione e tracciano direzioni inedite. È qui che operatori, buyer e trend setter vengono per captare ciò che ancora non è mainstream: idee radicali, materiali inattesi, estetiche che anticipano il domani».

La sezione **Start Up**, infine, vede la partecipazione di circa 20 nuove realtà pronte a presentare progetti e soluzioni all'insegna dell'innovazione. «È un'area – sottolineano ancora gli organizzatori – dedicata ai nuovi talenti in debutto sul mercato. Giovani realtà che portano energia, approcci freschi e soluzioni alternative, contribuendo a rinnovare linguaggi e processi».

LA MOSTRA "THE LENS OF TIME" AL PADIGLIONE 6

Dopo la tappa veneziana, la mostra dedicata alla storia dell'occhiale, ideata da Anfao, arriva a Mido «con un nuovo allestimento – spiegano gli organizzatori – pensato per il pubblico internazionale del salone. Il percorso espositivo ripercorre l'evoluzione dell'occhiale dalle origini ai giorni nostri, mettendone in luce valore culturale, artigianale e di stile».

Dopo Mido, la mostra proseguirà nell'autunno 2026 a Roma, presso Palazzo Piacentini, sede del Ministero delle Imprese e del Made in Italy, con l'auspicio di approdare successivamente anche all'estero.





THE VISION STAGE: TRA FORMAZIONE E ATTUALITÀ

Il programma di incontri, approfondimenti e workshop di Mido 2025 «prevede circa 20 appuntamenti con giornalisti, attori, sportivi, esperti di sostenibilità, analisti di mercato e rappresentanti del settore medico e ottico. Tra i temi centrali che saranno trattati – prosegue la nota Mido – la responsabilità sociale, i trend di mercato, i comportamenti d'acquisto e le prospettive del mercato Usa. A gennaio sarà online il calendario completo».

MIDO AWARDS

Mido celebra il settore e la sua eccellenza con la tradizionale consegna dei premi a centri ottici e aziende. «Ottici, retailer e aziende produttrici con una visione distintiva – informa Mido – concorrono a tre riconoscimenti: il **Best Store Award**, dedicato ai migliori centri ottici del mondo e articolato nelle categorie *Design* e *Innovation*; il **Cse Award – Certified Sustainable Eyewear**, rivolto ai produttori impegnati in pratiche sostenibili, dall'uso di materiali riciclati alla riduzione dei con-

sumi; e il nuovo **Cse Corporate Award**, che premia non un singolo prodotto ma l'azienda espositrice più virtuosa in ambito Esg». La cerimonia di premiazione è in programma durante Mido 2026.

ESPERIENZA DI SOGGIORNO A MILANO

Nel 2026 Mido si svolge a pochi giorni dall'inaugurazione dei Giochi Olimpici invernali Milano-Cortina, in una città in pieno fermento. Per questo il salone ha predisposto una serie di strumenti per facilitare l'organizzazione del proprio soggiorno a Milano, tra cui «un **tool di prenotazione online**, sviluppato con MiCodmc, agenzia ufficiale per l'ospitalità – prosegue la nota –, che permette di organizzare viaggio e alloggio in pochi clic e a prenotare esperienze uniche, i **servizi dedicati agli ottici italiani**, come i treni gratuiti che saranno prenotabili a partire da gennaio, **mappe** della città per vivere Milano tra cultura, food e shopping e l'esclusivo **YesMilano City Pass**, che riserva uno sconto del 10% a tutti i possessori del pass di Mido su trasporti pubblici, accesso al Duomo e ai principali musei cittadini».

PATRICK DEMPSEY



**AVANT-GARDE
EYEWEAR**



Da sinistra: Nicola Belli, vicepresidente Anfao con delega a Produzione, Innovazione e Made in Italy, Lorraine Berton, presidente Anfao e Mido, Massimo Barberis, presidente Anfao Gruppo Lenti con delega mercato interno e rapporti col retail e classe medica, Sabrina Paulon, vicepresidente Anfao con delega a formazione, lavoro, welfare e diversity inclusion e Davide Degl'Incerti Tocci, presidente DaTE e vicepresidente Anfao con delega ai giovani, digitalizzazione e internazionalizzazione.

OCCHIALERIA ITALIANA

RESILIENZA, SINERGIA E LA MAPPA DELLA RIPRESA

Nell'incontro festivo con la stampa, la presidente Anfao e Mido Lorraine Berton ha tracciato il bilancio di un anno sfidante e svelato le prospettive per i prossimi mesi, il progetto di internazionalizzazione e le novità di Mido 2026.

Si è tenuto presso Palazzo Parigi di Milano il tradizionale pranzo natalizio che ha visto riuniti la stampa trade e B2C con il vertice di Anfao e Mido, guidato dalla presidente **Lorraine Berton**. L'incontro è stato anche l'occasione per fare il punto su un anno complesso, ma che ha ribadito, ancora una volta, la straordinaria resilienza dell'occhialeria italiana, e per anticipare i piani strategici per il futuro e i contenuti della prossima edizione di **Mido** che si tiene dal **31 gennaio al 2 febbraio 2026** a FieraMilanoRho.

COSA ASPETTARSI DA MIDO 2026

La prossima edizione della fiera, anticipata per via delle Olimpiadi invernali di Milano-Cortina, non ha avuto ripercussioni sul piano delle adesioni e Mido si prepara, ancora una volta, a stupire. «Hanno già confermato la presenza di circa 1.200 espositori da 50 paesi, di cui 140 nuove aziende. L'eleganza e lo stile che contraddistinguono Mido – ha detto la presidente Berton – saranno mantenuti, ma con molte novità. Ci sarà una piazza centrale completamente rinnovata e 20 eventi straordinari nel The

Vision Stage, con ospiti di spicco da cultura, giornalismo, spettacolo e sport. La mostra itinerante "The Lens of Time" (lanciata a Venezia) approda in fiera con un allestimento speciale al Padiglione 6. Mentre sono confermate le aree Design (Padiglioni 2 e 4) e l'Academy (Padiglione 6)». La presidente Berton ha espresso soddisfazione per l'ultima edizione di DaTE e il suo rinnovato format itinerante, che farà tappa a Napoli dal 12 al 14 settembre 2026, negli spazi del Teatro Salone Margherita, in Galleria Umberto I.

MERCATO: 2025 COMPLESSO, MA OTTIMISMO PER IL FUTURO

«È stato un anno difficile – ha spiegato Lorraine Berton –, ma ancora una volta l'occhialeria si dimostra molto resiliente. Lo shock dei dazi ormai è stato digerito. Gli Usa ci hanno penalizzato maggiormente, con -20% nel semestre, ma in recupero nell'ultimo trimestre a -15%.

A livello globale, l'export è in calo del 3% nei primi 9 mesi, con un'Europa che sta tenendo molto molto bene, un Sudamerica in crescita, mentre altri mercati si stanno aprendo. Ci attende una primavera ancora incerta, ma mi aspetto una ripresa frizzante nel 2026, sulla scia di quanto è accaduto nel dopo Covid».

LA FORZA DEL DISTRETTO E DEL MADE IN ITALY

Lorraine Berton ha sottolineato con enfasi l'importanza della coesione del Distretto dell'occhiale di Belluno, che allargato include le province di Milano, Varese, Reggio Emilia e il Centro Italia. Nonostante le sfide, i cambiamenti nel settore continuano ad avere il loro epicentro in Italia.

«L'occhiale più bello è ancora fatto in Italia. Fatto, pensato e vissuto – ha ribadito la presidente Berton – dai nostri operatori. La forza risiede nel continuo scambio e rispetto tra le grandi realtà (come Marcolin, Thélios, Safilo ed EssilorLuxottica) e le aziende più piccole. Anfao ha scelto di investire nelle piccole imprese, consapevole che il grande senza il piccolo si spersonalizza».

INTERNAZIONALIZZAZIONE: LE ROTTE VERSO BRASILE E USA

L'internazionalizzazione è un asset strategico ripartito con slancio, per promuovere l'eyewear made in Italy, anche grazie al supporto di Agenzia Ice.

«Stiamo lavorando, ci tengo a dirlo in modo straordinario e ringrazio il presidente di Ice, Matteo Zoppas, che ci ha ascoltato e ci sta dando l'opportunità di investire ancora di più in questo settore». Anfao ha organizzato diverse collettive ed eventi quest'anno, dedicati alle aziende italiane, in occasione di fiere internazionali a Parigi, Istanbul, New York e Brasile. Proprio quest'ultimo «sarà un mercato centrale per le future missioni – ha aggiunto Berton –, forte dell'atteso azzeramento dei dazi grazie all'accordo UE-Mercosur».

Per quanto riguarda New York, Anfao sta lavorando a un importante progetto per il 2026, in concomitanza con l'Eyewear Design Week a marzo, per presidiare il mercato Usa, in attesa di vedere il ritorno della tradizionale fiera Vision Expo nella Grande Mela nel 2028 (dopo Orlando 2026 e Las Vegas 2027).

UNA SQUADRA VINCENTE

La presidente Berton ha sottolineato il grande lavoro della sua squadra, dai vicepresidenti allo staff dell'organizzazione, con un ringraziamento speciale, perché abbiamo «dimostrato di saper essere vicino ai nostri associati. Ho voluto dei cambiamenti all'interno di Anfao e sono molto contenta perché oggi abbiamo funzionari giovani e meno giovani, che hanno dimostrato di saper essere "giovani nel cambiamento"».

Sono passati due anni, ma finalmente penso di poter dire che abbiamo una squadra che lavora in sinergia dentro e fuori l'associazione e questa è per me forse la più grande soddisfazione».

All'incontro e al dialogo con la stampa hanno partecipato i vertici di Anfao e tutto lo staff di Anfao e Mido guidato da **Astrid Galimberti**, direttore generale Anfao, e alla presenza di **Franco Gili**, Coo di Mido.



Il Consiglio di presidenza Anfao

ANFAO: STRATEGIA A 360° TRA IDENTITÀ E MERCATI

L'associazione confindustriale ha delineato la strategia 2026 dell'occhialeria italiana, focalizzata sull'equilibrio tra tradizione e competitività globale. Priorità: potenziamento export, sostenibilità, digitalizzazione e formazione per attrarre talenti.

Si è tenuta presso Palazzo Crepadona, a Belluno, lo scorso 11 dicembre, l'**Assemblea generale di Anfao** (Associazione nazionale fabbricanti articoli ottici). Focus dell'incontro "L'occhialeria italiana tra identità e mercati globali": la presidente di Anfao **Lorraine Berton**, insieme al Consiglio di Presidenza, hanno fatto il bilancio, con gli associati, delle attività svolte nel corso dell'anno e presentato le iniziative per il 2026.

«Restare in equilibrio tra l'essere fedeli alla nostra identità, alle radici di un saper fare unico al mondo, e misurarci con i mercati globali, sempre più competitivi, esigenti, mutevoli – ha dichiarato la presidente Berton – è la sfida che stiamo vivendo. È un equilibrio delicato, ma è proprio lì che si misura la forza del nostro settore: nella capacità di coniugare tradizione e innovazione, valori e visione, territorio e mondo».

Nel 2025, Anfao ha rafforzato ulteriormente il proprio ruolo di guida del comparto con progetti di alto profilo strutturati su internazionalizzazione, sosteni-

nibilità, innovazione e digitalizzazione, inclusione, cultura, formazione e classe medica, segnalando i principali del 2025 e le anticipazioni per il 2026.

INTERNAZIONALIZZAZIONE

È una delle priorità strategiche, la chiave per competere, per espandere i mercati e consolidare la leadership dell'occhialeria italiana nel mondo. «Su questo fronte, abbiamo raggiunto un risultato importante: il potenziamento del piano Ice dedicato al nostro settore, che ci consentirà di ampliare all'estero la promozione del Made in Italy – ha spiegato Berton –, sostenendo le imprese italiane e aprendo nuove opportunità nei mercati emergenti. È un risultato che dà forza al Sistema e che dimostra quanto sia efficace il gioco di squadra tra Anfao, istituzioni e aziende».

Nella seconda parte dell'anno, Anfao ha partecipato e promosso numerose iniziative internazionali, tra cui le Giornate della Moda Italiana nel mondo in Giappone, Emirati Arabi Uniti, Brasile e India, l'lee

STEPPER

EYEWEAR

The Perfect Fit



STEPPER Italia Srl
Commerciale@stepperitalia.com
steppereyewear.com/it

per informazioni contattare 3932926797

models:
STS-10171-F330/STS-10187-F330/STA-10005-F290/STS-10184-F620

World Fit 

(Italian eyewear exhibition) a Parigi, la missione imprenditoriale in Brasile e la collettiva italiana a Silmo Istanbul. Per il 2026 sono previste nuove iniziative internazionali in collaborazione con Ice tra cui Ice Milano il 30 gennaio, con oltre 60 aziende italiane, Ice New York il 4 marzo e Ice Parigi il 25 settembre.

SOSTENIBILITÀ

In collaborazione con Deloitte Climate & Sustainability, Anfao ha realizzato un percorso formativo gratuito per le Pmi sui temi di bilancio di sostenibilità, cultura ESG e integrazione dei principi ambientali, sociali e di governance nei processi aziendali.

«Per il 2026 è allo studio un programma formativo ancora più ampio – informa Anfao nella nota a margine dell'assemblea –, che includerà temi quali gestione sostenibile della supply chain, incentivi per la transizione energetica e rapporto banche-imprese e sostenibilità. Anfao è anche al lavoro per trasformare la Certificazione Cse-Certified sustainable eyewear in uno standard riconosciuto a livello europeo, lavorando alla sua evoluzione come Pcr - Product category rules. Infine, è allo studio un progetto che mira a coadiuvare le aziende nell'adozione di modelli sostenibili di business circolari».

INNOVAZIONE E DIGITALIZZAZIONE

È stato illustrato un nuovo progetto con l'obiettivo di supportare le imprese nella digitalizzazione dei processi, nell'adozione dell'AI e nello sviluppo di nuovi modelli organizzativi e produttivi. Sarà presentato nel dettaglio nei primi mesi del 2026.

INCLUSIONE

L'associazione ha realizzato il percorso gratuito "Walk the Talk" sui comportamenti inclusivi. Per il prossimo anno il focus del progetto si sposterà sull'attrazione dei giovani talenti, la creazione di ecosistemi aziendali orientati a benessere, diversità e inclusione e al rafforzamento dell'attrattività del settore per le nuove generazioni.

CULTURA

La mostra The Lens of Time a Palazzo Flangini a Venezia è stata un grande successo. Fino al 15 febbraio, è ancora visitabile nel corner al Museo M9 di Mestre. Il progetto sarà inoltre protagonista a Mido 2026, con uno spettacolare allestimento nella piazza del padiglione 6 e sarà a Roma a Palazzo Piacentini,

sede del Ministero delle Imprese e del Made in Italy (Mimit), nel prossimo autunno.

FORMAZIONE

È stata data notizia dell'approvazione di un nuovo finanziamento al Progetto Copernico 2.0, ideato e progettato da Able-Certottica insieme ad Anfao. Si tratta di una naturale evoluzione della piattaforma che consente di creare percorsi personalizzati con il supporto dell'AI. Inoltre, il Gruppo Giovani ha lavorato a nuovi programmi dedicati all'export management, per investire sulle nuove generazioni offrendo strumenti formativi di alto livello in collaborazione con la Luiss Business School.

RELAZIONI CON LA CLASSE MEDICA

Anfao ha confermato che è impegnata a favorire il dialogo tra la classe medica e gli ottici, attraverso progetti come Eyevolution e il protocollo per la tele-refertazione.

Infine, Anfao si conferma «attore istituzionale di riferimento per l'occhialeria italiana – prosegue la nota dell'associazione –, partecipando ai principali tavoli tecnici di Confindustria e Mimit, promuovendo progetti di valorizzazione del Made in Italy come "Terre dell'Occhiale" ed ecomuseo diffuso con il Museo dell'Occhiale, e sostenendo l'innovazione attraverso programmi di co-innovazione e Open Innovation».

EXPORT E MERCATI: LE PREOCCUPAZIONI

«I dati più recenti ci raccontano un comparto che mantiene la sua solidità – ha affermato la presidente Berton –, L'export soffre negli Stati Uniti, ma si rafforza in altri mercati: in Europa con buoni risultati in Francia e Spagna, ottimi nell'Europa dell'Est. Sono segnali che ci dicono che la direzione è giusta: dobbiamo continuare a lavorare uniti, investendo su qualità, reputazione e sistema».

I PROSSIMI APPUNTAMENTI DEL SISTEMA

Il sistema dell'occhialeria inaugura il nuovo anno con la 54ª edizione di Mido, dal 31 gennaio al 2 febbraio a Fieramilano Rho. Durante il 2026 saranno poi numerose le iniziative di Commissione Difesa Vista Ets, con screening visivi sul territorio, partnership con le federazioni sportive e iniziative di prevenzione. In autunno, dal 12 al 14 settembre a Napoli, appuntamento con Date, salone dell'eyewear indipendente che si terrà al Teatro Margherita.

Speciale Eyewear
BRAND'S



di V. Maiorano

A Mido il brand presenta la nuova collezione 2026, con un ampliamento cromatico per tutta la linea e l'inserimento del metallo, e la nuova linea premium Vessum, ispirata dalla natura vulcanica più selvaggia.



JohNocera: una nuova collezione ricca di colore

Mido 2026 è un appuntamento importante per JohNocera, che presenta due importanti novità: la prima collezione 2026 completamente rinnovata e sviluppata con l'obiettivo di ampliare il linguaggio stilistico del brand e rispondere in modo diretto alle tendenze attuali del mercato eyewear, e la nuova linea premium Vessum.

Collezione JohNocera

In fiera, la nuova linea viene presentata in anteprima esclusiva, attraverso un'esposizione progettata per evidenziare l'integrazione tra materiali, l'ampliamento delle varianti cromatiche e le nuove propor-

zioni introdotte. L'uso più strutturato del colore è la prima novità. «Abbiamo dato molta importanza – spiega a *Ottica Italiana* il founder del brand, **Giovanni Nocera** – alla colorazione dei filtri, soprattutto combinando più colori nello stesso filtro. È una collezione estremamente colorata, per la prima volta, che nasce da una trasformazione dei segnali ricevuti dalla collezione passata, con un'attenzione particolare all'estate e quindi al colore». Lenti piene o sfumate, tonalità contemporanee e combinazioni cromatiche sono le soluzioni studiate per valorizzare le diverse proposte, rendendo il colore un elemento caratterizzante di questa collezione.



L'acetato rimane un materiale centrale per Johnocera, per la sua versatilità e alla capacità di interpretare volumi, trasparenze e texture differenti. Accanto subentra la novità è l'impiego del metallo e delle strutture più leggere ispirate all'universo rimless. «Già, dall'ultima collezione, avevamo introdotto – aggiunge – un leggero cenno di metallo, che abbiamo poi approfondito e sviluppato, introducendo quattro nuovi modelli interamente in metallo o combinati celluloidi e metallo».

La nuova collezione si compone di 15 modelli: quattro in metallo, tre glasant e otto in acetato. La proposta è prevalentemente da sole, «possiamo dire circa il 70% - sottolinea il founder – ma con la possibilità di adattamento a vista».

La nuova proposta di Johnocera propone, quindi, un'evoluzione nel percorso del brand, finalizzato a consolidare la propria presenza nel mercato puntando su cura progettuale, funzionalità e coerenza qualitativa.

L'arrivo di Vessum

A Mido viene lanciato ufficialmente il progetto premium del Gruppo, dopo una prima anticipazione a Silmo Paris. «È un progetto made in Italy che comprende sei modelli iniziali più altri nuovi. In totale dovrebbero essere dieci-dodici modelli, con un buon equilibrio tra vista e sole».

L'ispirazione arriva dai paesaggi e dalla natura selvaggia vulcanica, tipica del Vesuvio. «I dettagli sono centrali. Faccio qualche esempio, le viti – racconta Giovanni Nocera – non sono standard, ma richiamano il simbolo del Vesuvio, che è alla base del marchio. L'asta si "spezza" a un certo punto lungo il percorso, richiamando ancora la forma del vulcano. Inoltre, abbiamo pietra lavica incastonata nella montatura in acetato e sul terminale c'è un taglio incavato che rappresenta la bocca del Vesuvio. Il focus è totalmente sui dettagli, tutto richiama il concetto del Vesuvio come roccia, lava, magma, natura».

Una proposta innovativa e completa, quindi, in cui si fondono contrasti materici, dettagli ispirati all'immaginario vulcanico e un'identità stilistica più ricercata.

di Redazione

Preview dalla galassia *EssilorLuxottica*



Ray-Ban Meta Skyler

«Questi occhiali sono progettati per sbloccare – dichiara in nota Ray-Ban – nuove possibilità nuove possibilità nel modo in cui vedi il mondo. La montatura leggera è integrata con tecnologia indossabile potenziata dall'intelligenza artificiale, così puoi ascoltare, chiamare, catturare e trasmettere in diretta senza disconnetterti da ciò che accade intorno a te». Ray-Ban ha attinto al proprio archivio degli anni '60 e all'età d'oro dei viaggi aerei, la forma Skyler si ispira, infatti, a un'epoca di iconico stile jet-set. La parte frontale stretta e le curve delicate sono progettate per adattarsi ai visi più piccoli.



Differenti di tonalità

Questa montatura Ray-Ban si presenta con "Polarized Ultra", la nuova tecnologia di lenti sviluppata da Innovation Lab. «Un'esaltazione dei colori in quattro tonalità – si legge nella nota Ray-Ban –, abbinate a montature senza cerchiatura e Liteforce. Progettate per garantire nitidezza, contrasto intenso e stile disinvolto. All'insegna di scegli la tua tonalità, conquista la tua visione».

Oakley Meta



Altra novità tecnologica è l'occhiale smart Oakley Meta. «Abbiamo reinventato una delle silhouette più iconiche di Oakley, HSTN, integrandola con tecnologia all'avanguardia – spiega l'azienda nella presentazione – senza rinunciare al suo caratteristico design. Dotato di altoparlanti discreti e di una fotocamera, questa nuova versione offre un'esperienza superiore senza compromessi sullo stile».



Tono su tono

«L'occhiale Oakley "HSTN SQ RX" presenta lo stesso design progressivo della versione da sole. Mantiene il design originale, arricchito da una forma squadrata modernizzata e dall'iconico trigger stem. Questa configurazione – aggiunge Oakley – composta da più elementi consente sia combinazioni tono su tono più delicate, sia abbinamenti di colori più audaci».

John Richmond Eyewear collezione SS 2026: il nuovo “Luxury Rock” sviluppato da Jet Set Group debutta a Mido 2026

Jet Set Group presenta la nuova collezione John Richmond Eyewear SS 2026, un'evoluzione decisa del percorso che sta rafforzando l'identità “luxury rock” del brand nel segmento eyewear. La collezione introduce **11 modelli da vista e 9 da sole**, confermando una proposta ampia, coerente e ad alto contenuto stilistico.

La stagione rinnova alcuni degli elementi più ricercati dal mercato. Torna la richiestissima **placca interna**, ora impreziosita da una **placcatura in oro 24K**, che eleva la percezione premium e accompagna la strategia di posizionamento superiore che Jet Set Group sta guidando per il brand.

Viene riproposta la cerniera “**Cubica**”, ormai iconica per la sua architettura geometrica, mentre per la linea sole è confermata la cerniera **XL**, tra gli elementi più venduti delle precedenti stagioni, qui utilizzata in esclusiva sui modelli sunglasses per mantenere massima riconoscibilità.

La collezione introduce inoltre due nuove tipologie di aste: una **in acetato con logo lettering in rilievo**, pensata per enfatizzare l'identità del brand, e una **in metallo squadrato con cerniera XL**, che coniuga ricerca materica e pulizia formale. Tra le novità più scenografiche spicca un modello caratterizzato da un inedito abbinamento di **legno e metallo** sul frontale, anticipando una direzione creativa orientata alla combinazione di materiali differenti.

L'offerta femminile cresce significativamente:



la SS 2026 introduce **5 modelli vista e 1 modello sole dedicati**, affiancati da nuove proposte unisex. I dettagli derivano dai best seller del brand, reinterpretati per rispondere alla crescente richiesta del pubblico femminile. La crescita internazionale del marchio è sostenuta da un posizionamento in forte ascesa e dalle strategie di Jet Set Group, che continua a investire nel potenziamento del segmento eyewear. Con la collezione SS 2026, John Richmond Eyewear consolida un'identità audace, sofisticata e immediatamente riconoscibile nel panorama ottico contemporaneo.

La firma Galileo™ sulle tue lenti.

Le lenti Galileo™ sono siglate con la *Signature G* del brand. Un segno inconfondibile che garantisce l'autenticità del prodotto e crea un legame indissolubile con il tuo cliente.

Disponibile per: Alteo™, Anateo® Plus, Iconica 1864™, Sirius® Plus, Aplos Tech, Iconica 1864™ Young, Pulseo™ e Miria 1864™.



1864
GALILEO™
ITALIA

galileoitalia.it

**VIENI A TROVARCI PRESSO LO STAND
ESSILORLUXOTTICA**

Padiglione 3 – Stand T08 T16 U09 U15



di V. Maiorano

Elite Eyewear, a Mido la collezione by Fluxus ed Elite World Group

Le due realtà siglano una partnership con un'ampia visione. Il primo passaggio è la prima collezione eyewear, ideata e disegnata da Fluxus Eyewear, in cui emergono i concetti chiave della filosofia del brand: made in Italy ricerca stilistica e sartorialità, unite a una forte brand strategy.

È una partnership ambiziosa quella che lega Fluxus Eyewear al network internazionale Elite World Group e che a Mido 2026 vede concretizzarsi nella realizzazione della collezione Elite Eyewear. Lo stile autenticamente italiano si fonde in modelli sole e vista in acetato Made in Italy in cui forme senza tempo e silhouette contemporanee si sposano per un pubblico internazionale e trasversale. L'accordo è un primo passaggio di un'idea molto più ampia, in cui sviluppare progetti eyewear ad alto valore aggiunto, grazie al modello operativo di Fluxus, in cui si integrano creatività, competenze industriali e costruzione dell'identità di marca, come racconta **Gabriele Ferrini**, Ceo di Fluxus Eyewear, a *Ottica Italiana*.

Come nasce la collaborazione tra Fluxus ed Elite World Group?

«La collaborazione nasce in modo molto naturale. Il management di Elite ci ha conosciuti durante Mido



2025, rimanendo colpito dal modo in cui abbiamo presentato Arena Eyewear e dall'identità forte che abbiamo espresso in fiera. In quel momento Elite era alla ricerca di un partner capace di guidare lo sviluppo della nuova categoria eyewear su scala globale. Hanno riconosciuto in Fluxus una visione affine e un approccio distintivo, e questo ha dato origine a una partnership fondata sulla fiducia e su un obiettivo comune».

Quali caratteristiche definiscono i modelli della nuova collezione Elite Eyewear?

«La collezione Elite Eyewear porta la firma di Fluxus in ogni fase: ideazione, design e produzione. È interamente **Made in Italy**, dai materiali alla manifattura. Il design è firmato da Frank Stephenson, figura di



riferimento nella nostra maison e famoso per il suo contributo nel settore automotive e aerospaziale. Dal 2018 opera anche nel design di prodotto in senso trasversale, e per noi rappresenta un valore unico come designer esclusivo della categoria eyewear. Il risultato è una collezione che unisce ricerca, innovazione formale e altissima qualità produttiva».

Come si sviluppano le direttrici chiave di Fluxus: ricerca stilistica, manifattura italiana e costruzione strategica del brand?

«La partnership con Elite World Group valorizza pienamente questi tre pilastri: il primo è **manifattura italiana**, grazie alla nostra filiera verticalizzata possiamo contare sulle migliori competenze a livello internazionale e garantire prodotti di eccellenza assoluta. Il secondo è la **ricerca stilistica**, perché Elite Eyewear si posiziona come un meta-brand che interpreta il concetto di “bello” in senso ampio, non come derivazione di una categoria fashion specifica. Questo comporta una grande responsabilità creativa, che affrontiamo proponendo collezioni capaci di anticipare tendenze e definire nuove direzioni. Il terzo pilastro è la **brand strategy**, perché nella costruzione del brand abbiamo trovato una forte sinergia con il team Elite. Stiamo lavorando insieme a un progetto di lancio strutturato e ambizioso, che verrà presentato nel corso del 2026».

Identità, Made in Italy e sartorialità: quanto incidono sul valore delle vostre creazioni?

«La visione di Fluxus si distingue in un mercato eyewear che negli ultimi anni ha spesso utilizzato le licenze in modo meramente estrattivo. Noi crediamo profondamente che l'occhiale non debba essere un'estensione del brand, ma **un oggetto con una propria identità e dignità**, capace di rappresentare la personalità di chi lo indossa. Per questo realizziamo prodotti con un approccio quasi sartoriale, restituendo valore all'eyewear come elemento capace di amplificare l'espressione individuale. Il nome stesso “Fluxus” richiama questa idea di energia personale che si manifesta attraverso ciò che scegliamo di indossare».

Come si struttura il rapporto con i centri ottici partner e come viene introdotta la collezione Elite Eyewear al loro interno?

«Il nostro modello distributivo è volutamente selettivo e non segue la logica tradizionale. Collaboriamo con una rete ristretta di centri ottici che rappresentano al meglio i nostri valori in termini di qualità, competenza e affidabilità. Scegliamo partner che si distinguono per professionalità e storia, e con loro instauriamo un rapporto di collaborazione continuativa, supportandoli nella presentazione del brand e integrando la collezione in modo coerente all'interno del punto vendita. Questo approccio ci permette di garantire un'esperienza premium e un posizionamento adeguato al livello dei prodotti che proponiamo».



Gabriele Ferrini

A black and white photograph of actor Patrick Dempsey. He is shown from the chest up, in profile, looking towards the left. He has short, dark hair with some grey at the temples and a light beard. He is wearing dark, rectangular sunglasses. He is dressed in a dark turtleneck sweater under a dark leather jacket. In his right hand, he holds a black Tag Heuer chronograph watch with a digital display showing '12:00'. A thin black cord is attached to the watch. The background is a plain, light-colored wall.

di Redazione

Patrick Dempsey, nuovo volto di Tag Heuer Eyewear

Attore e pilota, Patrick Dempsey rafforza nel 2025 il legame con Tag Heuer diventando volto ufficiale dell'eyewear del marchio svizzero, di cui è ambasciatore dal 2014. La nuova collezione di occhiali, sviluppata con Thélios, divisione eyewear di Lvmh, punta su design, performance e funzionalità. La campagna rende omaggio alle radici del marchio nella cultura delle corse: Dempsey riecheggia il celebre ritratto di Jack Heuer con il cronografo, indossando i modelli Jack Heuer e Mini Vingt-Sept, ponte visivo tra heritage e contemporaneità. La **Collezione Eyewear TAG Heuer 2025**, infatti, unisce design, prestazioni ed eredità attraverso tre linee distintive.

Linea Jack Heuer

Ispirata al visionario che avviò la prima partnership di Tag Heuer con la Formula 1 nel 1971, la linea Jack Heuer rende omaggio a una tradizione di innovazione nel motorsport. «Le montature da pilota in titanio giapponese ultraleggero, le lenti Chromafade e i dettagli raffinati – spiega in una nota Tag Heuer Eyewear – fondono eleganza vintage e precisione moderna, un tributo all'influenza duratura di Jack Heuer sia nel design che nelle prestazioni». Nell'immagine in alto, Patrick Dempsey indossa un modello Jack Heuer.



Un occhiale della linea Mini Vingt-Sept

Linea Mini Vingt-Sept

Un'evoluzione raffinata dell'occhialeria tecnica di Tag Heuer, «la Mini Vingt-Sept presenta una cerniera ellittica in acciaio e aste in bio-nylon – prosegue la nota del brand –, simbolo di performance e precisione. Ispirata all'ingegneria del motorsport, riprende l'iconica cerniera a 27° del marchio in chiave moderna e audace. Le lenti polarizzate Specta assicurano una visione nitida, rendendo questa linea ideale per la velocità, i dettagli e il movimento dinamico».

Linea Shield Pro

La linea Shield Pro dà vita allo spirito più audace di Tag Heuer con un design futuristico e orientato alle prestazioni, ideato per ambienti ad alta velocità. «Realizzate in bio-nylon flessibile, queste maschere sportive sono ultraleggere, resistenti e concepite per il movimento. Con lenti intercambiabili ed eleganti emblemi Tag Heuer, sono create per atleti, piloti e chiunque viva al massimo, senza compromessi – si conclude la nota –, solo chiarezza e controllo».



Un modello Shield Pro





GLOBAL EYEWEAR, GOLD STANDARD.

31 GENNAIO - 1-2 FEBBRAIO - 2026

Fiera Milano, Rho



di Redazione

Pulse debutta in passerella



Presentata per la prima volta in passerella durante la sfilata Balmain Primavera/Estate 2026, la montatura **Pulse** cattura lo spirito distintivo della nuova collezione della Maison, incarnando un'audace fusione di patrimonio e modernità.

Ispirato agli 80 anni di storia della Maison, il design richiama la musica, la moda e la grandiosità dell'architettura parigina. «Il frontale in acetato spesso 8 mm si collega armoniosamente alle aste – spiega Balmain Eyewear in una nota – tramite la cerniera sospesa signature di Balmain, dotata di un sistema a cinque cilindri, creando un'interruzione visiva sorprendente che unisce stile deciso e innovazione tecnica. Le iconiche borchie tonde con monogramma B rendono omaggio alla tradizione della Maison nella lavorazione dell'oro, evocando le uniformi militari e lo splendore delle corti francesi».

Pulse è l'occhiale di punta di **Balmain Eyewear** per la stagione Primavera/Estate 2026 ed incarna una ribelle sinfonia di eleganza e audacia. «La montatura è disponibile in nuove colorazioni dal forte impatto visivo – evidenzia il brand –, dalle lenti personalizzate con effetto specchiato champagne a un'edizione limitata crystal-black Havana con una ricca texture marezzata effetto marmo, che richiama il fascino esotico al centro della visione di sofisticata audacia di Balmain».



di V. Maiorano

Key Optical Europe porta a Mido le sue visioni

L'azienda fondata da Sabrina Régé Turo presenta interpretazioni ed evoluzioni per le proprie linee, a partire dall'evoluzione che coinvolge il brand che porta il suo nome.

L'eyewear, per Key Optical Europe, è una storia che si tramanda di generazione in generazione. Oggi, l'azienda propone linee e idee che spiccano per savoir-faire, attenzione ai dettagli, colorazioni e texture originali. Le racconta a *Ottica Italiana* **Sabrina Régé Turo**, fondatrice di Key Optical Europe e creator del brand "Sabrinarégéturo eyewear".

Key Optical Europe arriva a Mido con diverse novità, a partire dal brand Sabrinarégéturo. Quali sono le nuove proposte che presentate in fiera?

«A Mido presentiamo l'evoluzione del progetto Sabrinarégéturo attraverso una collezione Made in Italy che enfatizza un'estetica essenziale e racconta un lusso intimo, fatto di dettagli, proporzioni e materiali scelti con cura.

Le nuove montature introducono volumi decisi, forme equilibrate e una ricerca di acetati che valorizzano colori, trasparenze ed effetti materici. La palette evolve in tonalità profonde come rosso e blu notte accanto a nuance naturali come beige, cognac, verde intenso e tartarugati. Non mancano nuove texture con sfumature che spaziano dai toni del marrone al turchese, dal verde al blu fino a effetti marmorizzati.

Da sempre elemento distintivo del brand, la pochette si rinnova negli interni con pattern geometrici e incastri cromatici che evocano movimento, ritmo e leggerezza. È disponibile nei toni del blu con accenti beige e lavanda e nei toni del pesca e del prugna».

La collezione Alessia Alizé si arricchisce e si aggiorna su più fronti: quali sviluppi avete introdotto?

«La nuova collezione nasce da un lavoro mirato su design, materiali e identità visiva. Le montature si distinguono per dettagli decisi e una palette cromatica che richiama l'estetica anarcho-punk, spingendosi oltre: per i modelli da vista la collezione gioca in modo ancora più audace con le lavorazioni 3D Made in France, mentre nei modelli sole in metallo Made in Japan esplora l'estrema cura del dettaglio.

Le forme sono progettate per adattarsi trasversalmente a diverse identità estetiche, giocando su spessori e proporzioni differenti: ogni montatura è pensata per valorizzare fisionomie diverse, senza mai perdere la coerenza stilistica e l'impronta riconoscibile del brand».

Les Hommes reinterpreta l'uomo contemporaneo attraverso due linee distinte: quali sono le rispettive caratteristiche?

«Sono due gli universi estetici complementari di Les Hommes che raccontano tutte le declinazioni della mascolinità moderna. Black Label incarna l'anima più sofisticata del brand con occhiali dal design sartoriale e metropolitano costruito su linee pure, volumi scolpiti e acetati Made in Italy. White Label, invece, esprime la visione più grafica, libera e radicale di Les Hommes. Montature in acetato dai volumi marcati, contrasti cromatici e un linguag-



Un modello della collezione Sabrinarégéturo

gio volutamente visibile definiscono un'estetica urban-arty influenzata dall'energia streetwear. Una collezione dal forte impatto visivo, concepita come entry point nel mondo Les Hommes, per un uomo che vive la moda come dichiarazione visiva e identitaria.

Il romanticismo francese di Naf Naf evolve e parla a una donna più consapevole: in che direzione si muovono le nuove ispirazioni?

«Il romanticismo francese di Naf Naf evolve con naturalezza, muovendosi verso un'estetica attuale, rétro soft e profondamente parigina. La collezione sole e vista propone forme iconiche reinterpretate in chiave contemporanea, pensate per una donna che vive il proprio stile con libertà.

Le linee sono morbide ma decise, i volumi ben calibrati, le geometrie studiate per risultare armoniose. La palette cromatica privilegia tonalità calde e ricche come avana, ambra, verdi delicati, affiancate da accenti più profondi come il blu o l'arancione, capaci di donare carattere. Una proposta fresca e contemporanea, pensata per accompagnare la quotidianità con l'inconfondibile charme parigino».

Forever si distingue da sempre per un'ampia gamma di proposte: quali novità debutteranno a Mido?

«Le nuove collezioni Forever che presentiamo a Mido confermano il Dna del brand: accessibile e affidabile, costruito sull'equilibrio tra qualità, comfort e design. Forever accompagna il lavoro quotidiano dell'ottico ed è disponibile in continuità sul sito b2b "KOE Partner".

Le linee iconiche si arricchiscono di nuove forme e aggiornamenti stilistici che reinterpretano i best seller mantenendo un linguaggio trasversale adatto a target ed esigenze diverse. L'ampliamento delle proposte e l'introduzione di nuove palette colore contribuiscono a rendere l'assortimento ancora più completo e attuale».

Uno sguardo al mercato: come si sta evolvendo il servizio dedicato ai centri ottici partner e in che modo sta crescendo la vostra presenza sul territorio?

«Negli ultimi anni abbiamo investito in modo significativo nel rafforzamento del servizio rivolto ai nostri centri ottici partner, con l'obiettivo di offrire un supporto sempre più completo, veloce e personalizzato. Il mercato richiede agilità, affidabilità e relazioni solide: per questo abbiamo ampliato il team commerciale potenziando la rete di agenti e introdotto strumenti digitali come il nostro portale b2b sul sito per facilitare ordini, riassortimenti e gestione delle collezioni.

Parallelamente, la nostra presenza sul territorio sta crescendo grazie a una strategia che combina prossimità e qualità: più visite in store e una maggiore attenzione all'assortimento delle proposte in base alle specificità di ogni area. Lavoriamo per costruire partnership durature con i centri ottici indipendenti offrendo non solo prodotto, ma un vero servizio, fatto di ascolto, consulenza e supporto continuo».



Un occhiale della linea Alessia Alizé

di Redazione

Christian Louboutin, tra *design* e *ispirazioni* *artistiche*



La nuova collezione Christian Louboutin è una straordinaria fusione tra design iconico e maestria artigianale contemporanea. Composta da modelli da sole e da vista, la collezione esprime l'identità audace della Maison attraverso forme espressive, dettagli raffinati ed eleganza senza tempo.

«Cuore pulsante della collezione — illustra tramite nota il brand — è la rivisitazione creativa del simbolo più iconico di Christian Louboutin: la suola rossa. Trasformata in un elemento di design distintivo, sia strutturale che stilistico, compare sul frontale delle montature, stampata all'interno delle aste, integrata nelle cerniere e proposta come dettaglio discreto ed elegante lungo i bordi, un omaggio all'inconfondibile heritage della Maison. Altro dettaglio emblematico è il motivo a palmetta, che aggiunge interesse visivo e tattile. Presente su aste e bordi, questa texture scolpita dona profondità e tridimensionalità, arricchendo l'estetica complessiva con un tocco di sofisticatezza».



• ● •
nuance audio
in tune with life

Occhiali per sentire meglio

Dispositivo acustico invisibile,
integrato in un'elegante montatura.



**VIENI A TROVARCI PRESSO LO STAND
ESSILORLUXOTTICA**

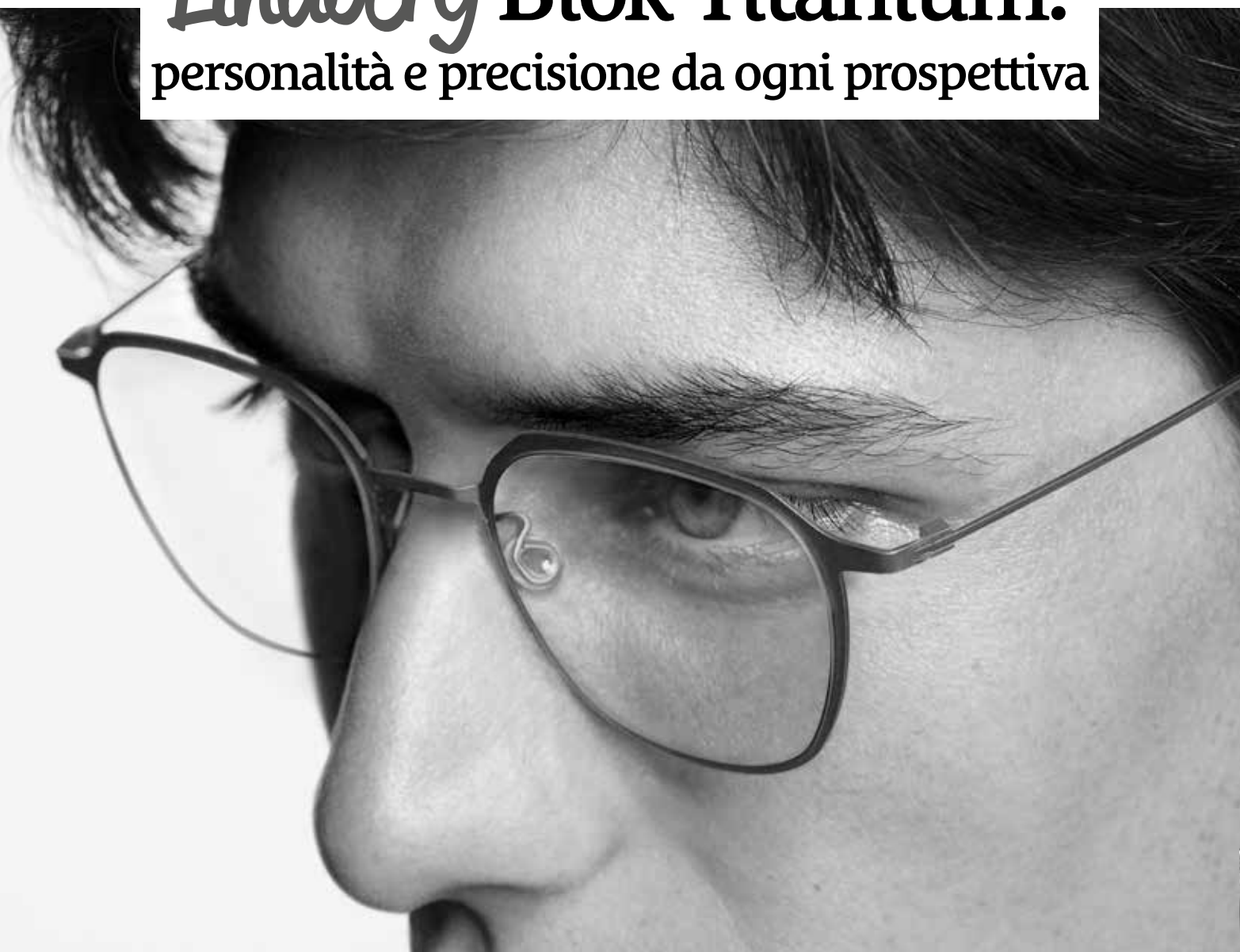
Padiglione 3 – Stand T08 T16 U09 U15



di Redazione

Lindberg Blok Titanium:

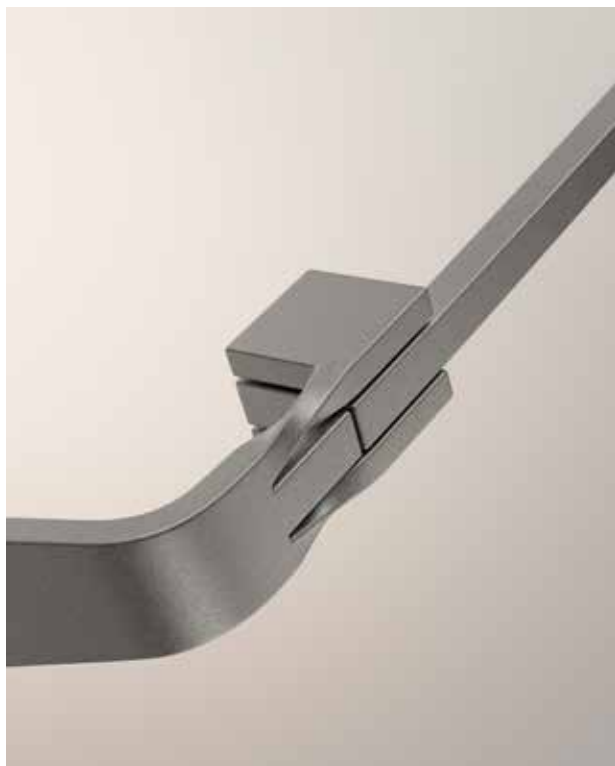
personalità e precisione da ogni prospettiva



A coronamento di 40 anni di innovazione nella lavorazione del titanio, Lindberg presenta la nuova collezione **Blok Titanium**: un nuovo capitolo per il mondo dell'eyewear su misura, con frontale e cerniere ricavati al laser da un'unica lamina di titanio.

«La cerniera Lindberg brevettata, che si evolve da cilindrica a cubica – spiega in una nota il brand danese –, nasce da una tecnica di assoluta precisione, senza alcuna vite, e segna un nuovo traguardo nell'eccellenza ingegneristica Lindberg.

Linee angolari e struttura interamente in titanio definiscono un'identità scultorea e ultraleggera, per un pubblico attento allo stile. Estensione naturale del linguaggio architettonico». Lindberg Blok Titanium è il connubio tra innovazione tecnica e design minimalistico danese: pulito nella forma, intransigente nella funzione. Tra linee classiche e contemporanee, Lindberg Blok Titanium ridefinisce gli standard del design dell'eyewear: essenziale, sofisticato, destinato a diventare iconico.



Mod. 4252. Elegante profilo ovale per una femminilità discreta. Lenti ampie e proporzioni leggere: perfetta per un office look raffinato.

Mod. 4260. Silhouette rettangolare oversize dal taglio architettonico. Proporzioni nette e audaci: energia moderna, stile senza sforzo.

Mod. 4251. Montatura quadrata, piccola e armoniosa, con angoli addolciti e una silhouette compatta: eleganza moderna, presenza che si fa notare.

«Fedele all'identità Lindberg Blok Titanium offre livelli straordinari di personalizzazione – conclude la nota Lindberg –, per una calzata perfetta in termini di comfort e stile. Frontale e aste in titanio sono disponibili in 18 colori, con la possibilità di scegliere anche il colore della scanalatura, in abbinamento oppure a contrasto. Migliaia di combinazioni per un paio di occhiali unico».



OPTOS

Off-line o On-line, questo è il dilemma?

Non ti preoccupare, ti aiutiamo a trovare il media adatto alle tue esigenze di comunicazione.



Ottica Italiana



INDI-Eyewear



Il giornale di EOS



Rivista Italiana di Optometria



Federottica.org



Ottica-italiana.it



Ottica Italiana TV



Newsletter
Ottica Italiana



DEM
Ottica Italiana



@otticaitaliana.magazine



Ottica Italiana magazine

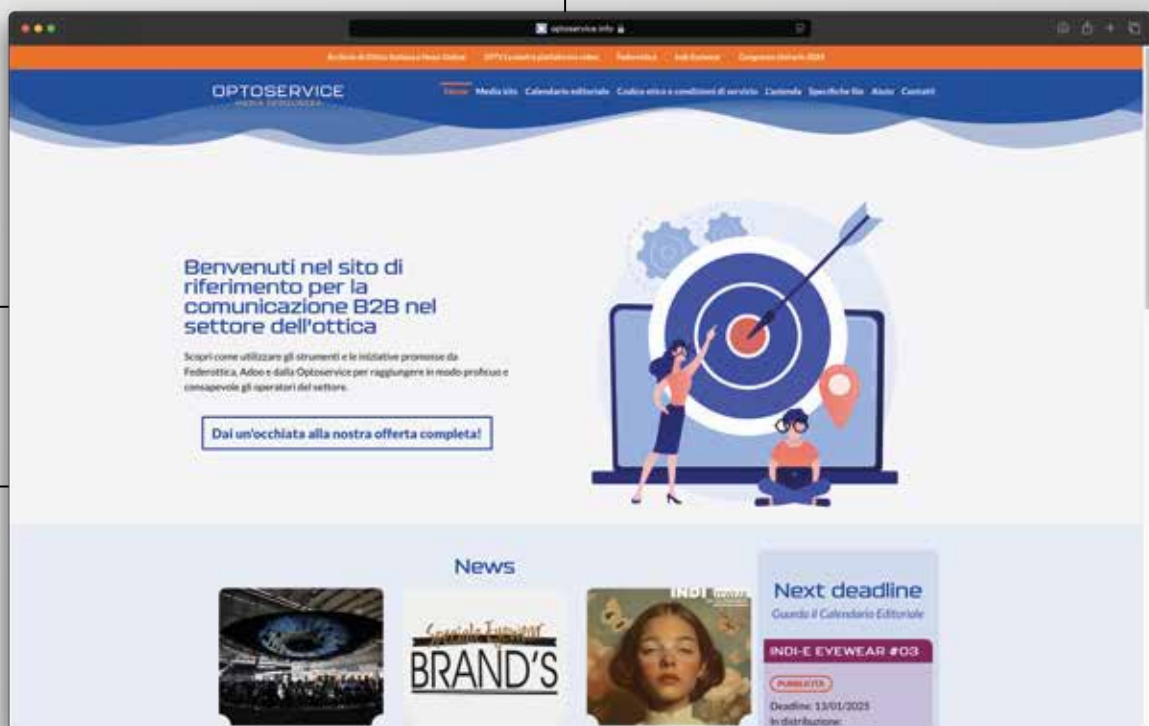


@indi.eyewear.magazine

SERVICE

MEDIA RESOURCES

UNA PIATTAFORMA UNICA
DOVE TROVARE TUTTO QUELLO CHE TI SERVE



Informazioni dettagliate
di tutti i nostri Media

Dimensioni e dati tecniche per fornire file esattamente
in linea con le nostre specifiche di stampa per un risultato ottimale

Un calendario editoriale sempre aggiornato
con le date di consegna dei materiali per uscita

mediakit.optoservice.info

OPTOSERVICE
SOCIETÀ DI SERVIZI DELLA FEDEROTTICA

02.3491708

commerciale@optoservice.info



di Redazione

Zilo Cortina, all'insegna di
eleganza e spirito olimpico

In occasione dei Giochi Olimpici Invernali Milano Cortina 2026, De Rigo ha realizzato due modelli in edizione limitata che celebrano l'heritage di Lozza e il fascino senza tempo della Regina delle Dolomiti.

Due modelli in edizione limitata che nascono dall'incontro tra la maestria artigianale più antica dell'occhialeria italiana e l'intramontabile allure di Cortina d'Ampezzo, icona di stile e destinazione glamour delle Alpi.

Un legame naturale, quello tra Lozza e Cortina: le Dolomiti come culla condivisa, la tradizione come linguaggio comune. L'heritage del marchio – nato in Cadore nel 1878 – si fonde con lo spirito raffinato della montagna, dando vita a un design che parla di stile, e autenticità. Protagonista assoluto, Zilo, l'occhiale nato negli anni '30 che torna oggi come manifesto di un'eleganza ricercata, pensata per chi vive la montagna con classe.

«Unire l'estetica vintage alla funzionalità contemporanea. Entrambi si distinguono – spiega in una nota De Rigo – per materiali premium, linee pulite e dettagli unici, dal logo di Cortina allo scoiattolo simbolo della località, inciso su montatura e packaging dedicato».

Ispirato al modello *Team Spinnaker* degli anni '80, l'**SL4416** è una dichiarazione di stile e carattere. «La struttura interamente in acetato presenta **paraluce laterali con borchiette metalliche** – si legge nella nota di pre-

sentazione Lozza –, che richiamano la forma di una vela in movimento. Le lenti Zeiss garantiscono prestazioni ottimali in quattro varianti colore, tra cui una specifica per la visibilità sulla neve con riduzione della luce blu».

Con linee essenziali e silhouette avvolgente, l'**SL4417** reinterpreta un modello d'archivio Lozza con uno sguardo al futuro. «Il ponte chiuso decorato dal fregio a cinque linee – omaggio alle lettere di "Lozza" – ne definisce il carattere distintivo. Disponibile in quattro varianti con lenti Zeiss – conclude la nota –, una ottimizzata per la neve e una versione multilayer specchiata, dal look deciso e moderno».



di Redazione

L'essenza della *Corsica* ispira Silhouette





Silhouette inaugura un nuovo capitolo della rinomata **Infinity Collection**, ispirato al fascino e alla luce intensa delle località costiere della Corsica. Ogni modello riflette la brillantezza della luce mediterranea: radiosa, dinamica e ricca di energia.

«Le nuove geometrie Infinity rappresentano la soluzione ideale per personalità autentiche e alla ricerca di stile individuale — afferma **Roland Keplinger**, design director di Silhouette —. Ultraleggeri, dalle linee scolpite con precisione e dal profilo contemporaneo, questi modelli incarnano l'eccellenza tecnica e l'assoluta libertà che definiscono l'occhiale da sole di nuova generazione».

Montamer: Femme Fatale. Un modello oversize dal carattere glamour, caratterizzato da una forma morbida e armoniosamente sagomata, studiata per valorizzare i lineamenti delicati del volto. L'ampia superficie delle lenti diventa una vera e propria tela con sofisticate sfumature, come il caldo tono marrone-dorato.

Nonza: Class Act. Questa montatura rettangolare, dal profilo sottile e raffinato, incarna un'eleganza essenziale dal carattere deciso. Progettata per adattarsi con naturalezza a diverse morfologie facciali, rappresenta un modello

unisex estremamente versatile, espressione di sicurezza disinvoltata in grado di offrire comfort visivo, con linee calibrate e un fascino senza tempo.

Rondinara: Rule Breaker. Questa montatura poligonale dalle linee angolari reinterpreta in chiave audace e contemporanea il classico modello aviator. Il frontale nella tonalità amber, abbinato a lenti verdi, richiama i contrasti cromatici delle falesie illuminate dal sole e delle pinete battute dal vento della Corsica.

«Ogni geometria è progettata per offrire un'esperienza visiva distintiva — specifica in una nota Silhouette —, con proporzioni studiate per ottimizzare il campo visivo, garantire un bilanciamento ottimale della montatura e valorizzare l'ergonomia sull'anatomia del volto». Come tutti gli occhiali da sole Silhouette, anche i nuovi modelli Infinity sono realizzati secondo la filosofia 1:1 del brand, che garantisce la possibilità di personalizzazione completa con lenti graduate nell'esclusivo Silhouette Lens Lab.

ADRIANA CESANA, UN'OPTOMETRISTA DI GRANDE SPESSORE

Silvio Maffioletti ricorda con affetto la collega e amica, che ci ha lasciato lo scorso ottobre, e ripercorre le varie tappe di una storia che accompagna lo sviluppo della professione e della formazione optometrica in Italia.

Il 22 ottobre ci ha lasciato Adriana Cesana, volto sorridente e memoria storica dell'Optometria italiana. Nata in Brianza nel 1939, dopo gli studi e l'abilitazione in Ottica era entrata nel mondo del lavoro in un tempo nel quale, imprenditorialmente, l'ottica era la sorella minore della fotografia o dell'orologeria. Cesana desiderava invece che si affermasse una professione ottica scientifica e autonoma; per questo si era impegnata nell'attività associativa e sindacale insieme a un'avanguardia di ottici italiani e europei che a Bruxelles, nel 1967, avevano fondato la Società d'optometria europea (Soe) che propugnava con forza l'idea che gli ottici, dilatando la propria cultura professionale e specializzandosi nella pratica clinica, divenissero optometristi.

Nel 1973 Adriana Cesana è stata tra i fondatori dell'Albo degli optometristi (Ado), l'associazione che ha organizzato gli ottici italiani per consentire loro di perseguire una vera crescita professionale e scientifica mediante la formazione e l'aggiornamento. In quegli anni intensi, che Adriana Cesana ha vissuto

in prima fila accanto a Giuseppe Ricco e ai vertici di Federottica, è divenuta una collega conosciuta e apprezzata in tutta Italia. Dalla metà degli anni Settanta si è occupata della Rivista italiana di optometria (Rio), che ha curato per più di quarant'anni sino al 2018. Cesana ha dedicato al trimestrale dell'Ado (poi Adoo) il meglio di sé, sia nella scelta e revisione degli articoli scientifici da pubblicare, sia nella stesura dell'atteso editoriale di apertura che accompagnava ogni numero e che Adriana Cesana plasmava con parole chiare e lungimiranti, veri punti di riferimento scientifici e professionali per tutti i colleghi italiani.

Era orgogliosa della diffusione della professione optometrica in Italia e dei giovani che giungevano al termine degli studi optometrici; nell'ultimo scorcio del Novecento si era fortemente impegnata per il passaggio della formazione optometrica in università e sua è la miglior sintesi di quegli intensi anni, espressa nel 2002 in uno dei suoi editoriali sulla Rio: «A consentire il passaggio alla formazione universitaria è stato soprattutto il grimaldello della



Il numero 9 della Rio dedicato alla visione del bambino, un ampio trattato monografico del 1981 al quale Adriana Cesana era particolarmente legata.

cultura, che abbiamo perseguito per decenni con convinzione e impegno».

Adriana Cesana, prima di scriverlo, lo aveva vissuto in pienezza. Ci lascia una donna di valore e un'optometrista di grande spessore; a lei va la nostra memoria grata. Se la nostra professione in Italia è cresciuta e si è affermata è per merito anche dell'intelligenza e della volontà di persone come Adriana Cesana, che hanno cambiato il nostro modo di percepirci e di proporci come ottici e optometristi. Persone di valore che hanno reso vivo ciò che prima non esisteva e che, grazie a loro, oggi è realtà.

FOCUS CLOUD,
L'AFFIDABILITÀ DI SEMPRE.
SEMPLICE. RICCO DI FUNZIONI.
PROGETTATO DA CHI
CONOSCE IL TUO BUSINESS.

FOCUS 



Sempre con te sul dispositivo che preferisci

Gestisci il tuo centro ottico ovunque, su tablet, PC e MAC nel centro ottico, in viaggio, presso un fornitore. Ti basta una connessione a internet.

Aggiornamenti senza pensieri

Il software e i listini sono sempre aggiornati senza bisogno di installare nulla. Lavori sempre con la versione più recente, senza interruzioni o gestioni manuali.

Backup automatici

I tuoi dati sono protetti con backup automatici su server in Italia. Meno tempo speso in manutenzione, più tempo dedicato ai tuoi clienti.

Sicurezza

I tuoi dati sono al sicuro su server in Italia, protetti da sistemi avanzati di sicurezza (e accessibili ogni volta che sei online).



Bob Sanet al 35° Congresso ADOO del 2009

ADDIO A BOB SANET: UN GRANDE DELL'OPTOMETRIA INTERNAZIONALE CON UN FORTE LEGAME CON L'ITALIA

Il mondo dell'optometria è in lutto per la scomparsa del dottor Robert "Bob" Sanet (O.D., FCOVD), un professionista che ha segnato la storia dell'Optometria Comportamentale e dello Sport Vision a livello globale.

È con profonda tristezza che la comunità internazionale dell'optometria saluta Bob Sanet. Nato negli Stati Uniti, ha conseguito il titolo di O.D. con lode presso il Southern California College of Optometry nel 1974. In decenni di carriera ha combinato pratica clinica, ricerca e formazione, divenendo una delle figure di riferimento mondiale nella optometria comportamentale e nella vision therapy.

Nel suo percorso professionale ha ricoperto numerosi incarichi ed è stato formatore di tanti colleghi ottici e optometristi, anche italiani, che lo ricordano con grande affetto e stima come testimoniato anche dai messaggi apparsi sui social in queste ore. Molti sottolineano non solo la sua competenza tecnica, ma la sua umanità, empatia, capacità di far sentire ogni persona importante.

In oltre 50 anni di carriera, infatti, ha tenuto più di 400 conferenze negli Stati Uniti e oltre 250 all'estero, contribuendo a diffondere la visione che "la terapia visiva non cura semplicemente gli occhi, ma promuove una corretta integrazione visuo-cerebrale" ed educando generazioni di optometristi e terapeuti.

Bob Sanet è stato fondatore e direttore del San Diego Center

for Vision Care, centro di eccellenza per la cura visiva. Clinical Director del programma internazionale Special Olympics Opening Eyes Program. Professore a contratto e docente ospite in numerose istituzioni accademiche negli Usa e nel mondo: dal Southern California College of Optometry a college in Missouri, passando per centri in Spagna, Italia e altri paesi. Vicepresidente (poi presidente) del College of Optometrists in Vision Development (Covd), e membro attivo di associazioni professionali come l'American Optometric Association e la Neuro-Optometric Rehabilitation Association. Per Sanet la visione non era solo misurare difetti o applicare lenti, ma aiutare ogni individuo "a vedere sé stesso e il mondo" con nuovi occhi. In epoche in

cui l'optometria tradizionale era spesso limitata alla refrazione e alla contattologia, lui spingeva per un approccio integrato, neuro-funzionale, terapeutico.

Da questo punto di vista ha dato un profondo contributo alla comunità ottico-optometrica italiana

Nel nostro Paese ha contribuito in modo determinante allo sviluppo della professione e alla diffusione delle tecniche comportamentali. Ha tenuto numerosi corsi e seminari avanzati in Italia, organizzati anche con **Federottica** e **Adoo** formando generazioni di ottici optometristi italiani. Molto rilevante la sua collaborazione con la squadra di pallavolo Mediolanum di Milano, quando ha applicato le sue competenze in Sport Vision per

ottimizzare le performance visive degli atleti.

Ricordiamo ancora con piacere di averlo incontrato al 35° Congresso dell'Albo del 2009, a Ospedaletto di Pescantina (Verona), quando, in qualità di membro del College of Optometrists in Vision Development (Covd), presentò degli studi epidemiologici secondo cui l'80% della compromissione visiva degli anziani – che influisce su equilibrio, stabilità posturale e mobilità – poteva essere corretta sia aggiornando la prescrizione degli occhiali sia rimuovendo chirurgicamente la cataratta.

La sua scomparsa lascia un grande vuoto, ma siamo certi che la sua eredità clinica e didattica rimarrà un punto di riferimento fondamentale per tutti i professionisti della visione.

RICORDANDO "BOBBONE" SANET, MAESTRO DI VITA E OPTOMETRIA

Ci ha lasciati un grande personaggio dell'optometria internazionale, molto legato all'Italia, avendo formato generazioni di professionisti in particolare nel campo dell'optometria comportamentale. Ottica Italiana lo ricorda attraverso le parole del suo allievo e amico Renzo Velati.

«Anche per Bob è arrivato il momento del ricordo. Lo sapeva che sarebbe giunto ora, così come sapeva prevedere con naturalezza il compiersi di molti fatti e comportamenti: a lui bastava guardarti negli occhi. Ricordarlo significa parlare di una persona fuori dal comune, non sempre pienamente comprensibile a tutti e, proprio per questo, dotata del carisma di

un fuoriclasse.

Per me è stato uno dei miei principali maestri, non solo a livello professionale ma anche di vita, dopo mio padre in primis e dopo Selwyn Super, mancato anche lui qualche anno fa.

Fu proprio quest'ultimo a permettermi di conoscerlo da ragazzo, durante il mio periodo di studi a San Diego, dove ero ospite a casa sua. In seguito, lo invitai

in Italia per presentarlo alla mia famiglia, la "famiglia italiana" come diceva lui, e agli eventi e corsi di Federottica e Albo.

Bob – o, come lo chiamavamo tutti, "Bobbone" – si è sempre sentito amato da colleghi e amici con cui ha avuto contatto qui in Italia.

Il suo pensiero era l'espressione di quell'optometria "comportamentale" che, negli anni '80 e



'90, era all'avanguardia in California e che lui seppe trasmettere con energia nei suoi corsi, dando un forte impulso e una nuova consapevolezza agli optometristi italiani.

La sua prima esperienza in Italia fu nell'ambito della Sport Vision, applicata ai giocatori dell'allora Mediolanum Volley, con i quali ottenne grandi successi. Ma il suo ricordo principale rimane il carismatico rapporto avuto con Berlusconi, del quale diceva sempre di aver trovato un incredibile e visionario "Paperon de' Paperoni".

La sua vera passione professionale, però, era poter essere d'aiuto alle persone. Ed è proprio grazie al rapporto sinergico con mio padre che riuscì a realizzare una realtà che ancora oggi rappresenta un esempio per tutto il mondo: il programma Opening Eyes di Special Olympics.

Newyorkese di nascita, crebbe come spirito ribelle nell'America del cambiamento sociale della fine degli anni Sessanta, tra Hippies e guerra in Vietnam. Si appassionò all'optometria solo dopo un incidente automobilistico che lo portò a conoscere il

lavoro dell'optometrista attraverso il visual training, che lo aiutò a risolvere il grave problema binoculare che gli era stato causato.

Bob era istinto puro: ciò che lo convinceva e che gli "suonava" bene poteva esistere e realizzarsi senza porsi troppe domande; il resto veniva ignorato. Questo lo rese un rivoluzionario e un visionario dell'optometria, capace di far emergere in ognuno la parte più autentica e positiva che riponeva nel proprio lavoro e nella propria vita.

Ricordo con piacere anche le molte divergenze d'opinione e discussioni sull'optometria:

vere, appassionate, ma sempre costruttive e risolutive da entrambe le parti. Con Bob eri con lui o contro di lui.

Ha sempre aiutato ciascuno a trovare la propria strada, e grazie a lui ho potuto realizzare molti progetti in sport vision e visual training, oltre che insegnare a mia volta la passione per l'optometria.

Mi mancheranno le sue barzellette, ma ricorderò sempre i nostri molti aneddoti e le situazioni esilaranti che spesso ci trovavamo a condividere. Come quella volta in cui, incontrandoci per caso a un congresso ad Atlanta, mi salvò da una incommentabile cena di piatti "all'americana", portandomi in un ristorante italiano a mangiare la sua amata "pasta al formaggio" (il gorgonzola era il massimo), dicendo che non me lo meritavo.

Ciao Bobbone. Come canta il Boss, il tuo cantante preferito: "We will never stop the fire and dancing in the dark..."».

Renzo Velati



Renzo Velati con Bob Sanet e la moglie Linda

Il nostro nuovo Gold Standard.

Trattamento antiriflesso
ZEISS DuraVision® Gold UV.



Disponibile anche
su lenti stock
ZEISS ClearView

ZEISS DuraVision® Gold UV

Il trattamento ZEISS che combina tecnologia all'avanguardia, eleganza e funzionalità.

- **Facili e veloci da pulire:** grazie all'innovativa tecnologia CleanGuard™, si puliscono fino a tre volte più velocemente*.
- **Maggiore durata nel tempo:** resistenza alle abrasioni superiore, proteggendo le lenti dall'usura quotidiana.
- **Massima trasparenza:** riduce la riflessione della luce blu fino a 6 volte rispetto ai trattamenti blu tradizionali e fino a 4 volte rispetto a quelli verdi.
- **Estetica:** la leggera tonalità dorata di ZEISS DuraVision® Gold UV si abbina perfettamente alle montature di tendenza.



Seeing beyond

zeiss.it/professionisti

* Le lenti con ZEISS DuraVision® Gold UV sono fino a tre volte più veloci da pulire rispetto alle lenti DuraVision® della precedente generazione.



LA SANTA LUCIA CONVIVIALE DI FEDEROTTICA MILANO ACOFIS

La territoriale milanese ha organizzato una cena, nella serata di venerdì 12 dicembre, per festeggiare la Santa Patrona. Diversi gli ospiti presenti, dal presidente nazionale di Federottica, **Andrea Afragoli**, alle personalità del mondo delle istituzioni e del settore.

Quest'anno Federottica Milano Acofis ha scelto una cena conviviale, venerdì 12 dicembre, per festeggiare Santa Lucia. «Una scelta inusuale per noi – spiega a *Ottica Italiana*, **Gabriella Paganini**, presidente dell'associazione provinciale milanese, perché normalmente associamo a questa ricorrenza anche il nostro convegno annuale. Nel 2026, però, ricorrono gli 80 anni di Acofis, per questo abbiamo deciso di cambiare i programmi: una cena conviviale per Santa Lucia in attesa del Convegno che realizzeremo in primavera per celebrare l'anniversario dell'associazione».

Erano circa 70 i partecipanti alla cena, sponsorizzata da Filab, che si è tenuta presso il ristorante

“Rifugio” di Milano e alla serata hanno partecipato diversi ospiti: per Federottica nazionale, erano presenti il presidente **Andrea Afragoli**, il segretario generale, **Stefano Bertani**, e l'avvocato e consulente legale, **Paolo Noli**. «Abbiamo avuto anche la presenza di ospiti delle istituzioni: **Giulio Gallera**, consigliere Regione Lombardia e presidente Commissione speciale – PNRR, monitoraggio sull'utilizzo dei fondi europei ed efficacia dei bandi regionali, e **Laura Molteni**, già parlamentare. E hanno portato i loro saluti **Emanuele Monti**, consigliere Regione Lombardia e presidente IX Commissione permanente – Sostenibilità sociale, casa e famiglia, e i consiglieri re-

gionali lombardi **Carlo Borghetti** e **Christian Garavaglia**».

Hanno partecipato alla cena di Santa Lucia anche ospiti del settore. «Hanno partecipato anche il direttore del Capac di Confcommercio, **Gabriele Cartasegna**, che ha portato i saluti di **Giovanna Maveglia**, segretaria generale di Confcommercio Lombardia, **Silvia Tavazzi**, coordinatrice del corso di laurea in ottica optometria, **Daniilo Mazzacane**, oftalmologo e segretario Goal e vicepresidente Commissione difesa vista, e i consulenti fiscali dello Studio Piazzolla. E poi tanti associati con i familiari insieme a tutto il Consiglio direttivo – conclude Paganini – per una serata davvero bella».

BUSTE CONSEGNA OCCHIALI

Pensate per valorizzare la professionalità e
l'immagine del Centro ottico associato e realizzate
come previsto dalla normativa vigente.

ORDINA ADESSO

maggiori informazioni

 02.3491708

www.federottica.org



Federottica



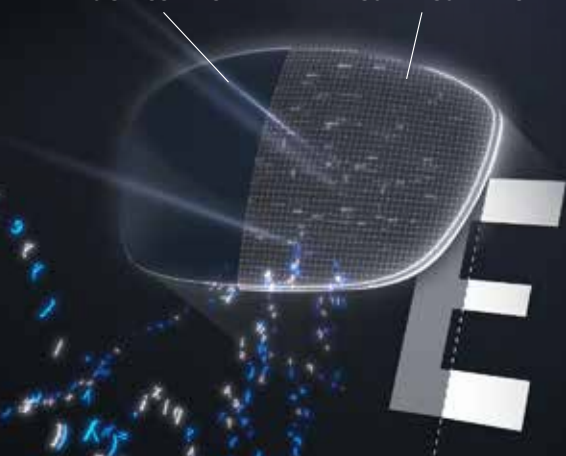


ZSUITE
PROGRESSIVES

LA POTENZA DEL CONTRASTO

NELLA NUOVA ERA DI LENTI PROGRESSIVE NIKON

PROGRESSIVE STANDARD CON Z-CONTRAST TECHNOLOGY



**VIENI A TROVARCI PRESSO LO STAND
ESSILORLUXOTTICA**

Padiglione 3 – Stand T08 T16 U09 U15





CONTATTOLOGIA “REAL LIFE – FOR THE NEW GENERATION” APPRODA A NAPOLI

Il roadshow formativo di Assottica e Federottica continua il suo viaggio per guidare gli studenti nella costruzione del proprio futuro professionale. L'appuntamento di giovedì 11 dicembre nel capoluogo campano ha coinvolto un centinaio di studenti.

Ha fatto tappa presso l'Università degli Studi di Napoli Federico II – Dipartimento di Fisica “Ettore Pancini”, nel Complesso Universitario di Monte Sant'Angelo, la nuova edizione di “**Contattologia Real Life – For the New Generation**”, il progetto promosso da **Assottica** e **Federottica** e dedicato agli studenti dei corsi di laurea e degli istituti professionali di ottica e optometria. Un'iniziativa che continua a mettere la contattologia al centro delle opportunità formative e professionali delle nuove generazioni.

All'incontro hanno partecipato 100 studenti provenienti dall'Università degli Studi di Napoli Federico II, dall'Istituto

Bernini De Sanctis e dall'Istituto Saviano Marigliano.

Dal suo esordio nel 2023 all'Università Bicocca di Milano, Contattologia Real Life – For the New Generation ha già raggiunto oltre 750 giovani, coinvolgendo negli anni atenei e istituti superiori in diverse regioni italiane: dall'Università del Salento a Roma Tre, fino a Firenze, Torino, Padova, Bologna e oggi Napoli.

Il format, basato su un workshop interattivo, offre agli studenti un confronto diretto con ottici optometristi e professional manager delle principali aziende del settore delle lenti a contatto e delle soluzioni.

Dopo i saluti istituzionali della

professoressa **Gabriella Maria De Luca**, la prossima coordinatrice del corso di laurea in Ottica e Optometria della Federico II e del professor **Luigi De Luca**, presidente di Acoin-Federottica Napoli, i lavori sono stati aperti dal moderatore **Sandro Saggin**, project leader dell'iniziativa per Assottica Gruppo Contattologia. «Investire nella formazione dei giovani – ha sottolineato Sandro Saggin – significa investire nel futuro dell'intero settore. Con Contattologia Real Life vogliamo offrire agli studenti strumenti concreti, competenze aggiornate e una visione chiara delle opportunità professionali che li attendono. È fondamentale accompagnarli

in questo percorso, valorizzarne e incoraggiarne il talento». A seguire sono intervenuti i relatori **David Pietroni**, professional manager aziende, e **Angela Farina**, ottico optometrista.

L'iniziativa Contattologia Real Life – For the New Generation è realizzata con il contributo non condizionante delle aziende associate ad Assottica: Alcon, Bausch+Lomb, CooperVision, Johnson & Johnson Vision, Markennovy, Schalcon gruppo Omisan, Soleko Gruppo Menicon.



Da sinistra Luigi De Luca, Angela Farina, David Pietroni e Sandro Saggini

CONVEGNO ASSOTTICA: APPUNTAMENTO A ROMA IL 25 E 26 OTTOBRE 2026



È arrivata la conferma ufficiale delle date del 16° Convegno Assottica, l'appuntamento di riferimento per l'aggiornamento professionale nel mondo della contattologia. L'evento si terrà **domenica 25 e lunedì 26 ottobre 2026** presso l'Ergife Palace Hotel di Roma, sede riconfermata anche per questa edizione. «Il Convegno rappresenta un momento centrale per ottici

optometristi – spiega Assottica Gruppo Contattologia tramite nota – che considerano la contattologia una leva fondamentale per la crescita della propria attività. Un'occasione privilegiata per approfondire temi clinici, scientifici, tecnici e di ricerca, oltre ad aspetti legati al marketing, allo sviluppo

del business e ai nuovi scenari di mercato. Un programma pensato per offrire una lettura completa e attuale dell'evoluzione della professione, con contenuti che puntano ad ampliare la visione del professionista e ad arricchire la sua pratica quotidiana con strumenti, prospettive e stimoli concreti».

Le aziende associate ad Assottica Gruppo Contattologia

sono già al lavoro per dare vita a un'edizione 2026 ancora più ricca e ispirante, con l'obiettivo di proporre un'esperienza formativa dinamica e coinvolgente. «"Il valore che si applica" è il titolo scelto per il prossimo Convegno – dichiara **Filippo Pau**, presidente di Assottica Gruppo Contattologia – e rappresenta ciò in cui crediamo. Parliamo di valore che prende forma, si moltiplica e si rinnova ogni giorno nel centro ottico. È il valore che alimenta la crescita del proprio business, che potenzia le competenze tecniche e relazionali e che trova la sua massima espressione nella relazione con il cliente. L'ottico optometrista è un punto di riferimento che ascolta, accompagna e contribuisce al benessere visivo e alla qualità di vita delle persone. Questo è il valore che si applica, ogni giorno».



CALORE ED ENTUSIASMO PER LA SANTA LUCIA DI FEDEROTTICA TRENTO

L'associazione provinciale ha celebrato la Santa Patrona con una tradizionale cena in una location particolare, la Distilleria Marzadro. Ha partecipato anche una nutrita delegazione di Federottica Bolzano, per una serata all'insegna della convivialità e dell'amicizia.

Giovedì 11 dicembre è stata una serata particolare per gli ottici optometristi di Trento e Bolzano, che si sono ritrovati presso la suggestiva Distilleria Marzadro a Nogaredo (Tn) per festeggiare Santa Lucia, patrona degli ottici, con una tradizionale Cena.

«È stata una serata intensa, curata nei minimi dettagli, fortemente voluta – si legge nella nota della territoriale trentina – e splendidamente organizzata dal Consiglio direttivo di **Fede-**

rottica Trento, che ha accolto con entusiasmo una settantina di partecipanti, provenienti da tutto il Trentino-Alto Adige.

La serata si è aperta con una visita guidata alla distilleria Marzadro, dove i partecipanti hanno scoperto da vicino i segreti della distillazione della grappa, eccellenza del Trentino, e – simbolicamente – anche dell'identità e del patrimonio enogastronomico condiviso con l'Alto Adige».

Hanno fatto gli onori di casa la presidente di Federottica

Trento, **Elena Romani**, «che ha accompagnato con grande calore – prosegue la nota – tutti gli ospiti durante l'intero svolgimento della serata, accompagnata come sempre dal prezioso e instancabile **Gianfranco Passuello**.

Tra gli ospiti, anche **Ermanno Sartori**, nuovo segretario di Federottica Trento, che ha avuto modo di presentarsi ufficialmente ai colleghi. Proprio Sartori è destinato ad accompagnare la categoria in una fase impor-

tante: il passaggio da Confartigianato a Confcommercio nel 2026, annunciato ufficialmente proprio durante la serata».

Alla serata ha partecipato anche una nutrita delegazione di ottici optometristi provenienti dall'Alto Adige, guidata dal presidente della sezione altoatesina, **Luca Guerra**, e dalla vicepresidente **Elke Dollinger**, «che hanno omaggiato gli amici trentini – si legge ancora nella nota – con una bottiglia di “Lumina”, il vino

solidale della Cantina Merano. Un gesto simbolico che ha voluto esprimere vicinanza, condivisione e amicizia tra le due realtà territoriali».

Nel corso della serata, Elena Romani ha illustrato gli obiettivi futuri di Federottica Trento, tra cui sono in programma l'avvio del Corso Coopervision, la realizzazione della suggestiva “Cena al buio” e una collaborazione attiva con la Croce Rossa Italiana.

È poi intervenuto anche **Pietro**

Perez, segretario responsabile degli ottici optometristi dell'Alto Adige, che ha espresso un pieno sostegno per una futura collaborazione interprovinciale tra le due territoriali ancora più stretta. Un aspetto importante emerso dalla serata, infatti, è stato il forte richiamo al valore della solidarietà, tema che unirà sempre più le due realtà anche in futuro.

«Per quanto riguarda l'Alto Adige, l'attenzione sarà rivolta nei prossimi mesi alla valorizzazione della professione dell'ottico, già messa in luce in occasione della Fiera Futurum di Bolzano lo scorso settembre, dove numerosi studenti hanno potuto scoprire le opportunità e le prospettive di questa affascinante professione.

Un momento di incontro autentico, ricco di contenuti e relazioni, che ha rafforzato i legami tra i professionisti dei due territori – conclude la nota – e che ha gettato le basi per un futuro comune all'insegna della collaborazione, del rispetto e della crescita condivisa».



Da sinistra: Pietro Perez, Elena Romani, Luca Guerra, Elke Dollinger, Gianfranco Passuello ed Ermanno Sartori.

OITV

Guarda Ottica Italiana TV ovunque ti trovi.

Cellulare, tablet e computer: scegli cosa usare per guardare tutti i contenuti quando vuoi tu.

www.oitv.it



FEDEROTTICA AVELLINO INSIEME PER SANTA LUCIA

Una ricorrenza speciale per Federottica Avellino, che quest'anno si è rilanciata con un nuovo consiglio direttivo e con l'obiettivo di far ripartire le attività formative e sociali, «valorizzando l'eredità del passato – si legge nella nota della territoriale campana – ma guardando con slancio alle sfide del futuro. L'impegno resta quello di sempre: essere un punto di riferimento per i professionisti del settore e un presidio attivo per il benessere visivo della comunità».

Il nuovo direttivo di Federottica Avellino, composto da **Patrizio Pascotto**, presidente, **Gaetano Martinez**, vicepresidente, **Umberto Ventola** e **Ugo Martinez**, consiglieri, e da **Giovanna Moschella**, segretaria che prende il testimone da Angelo Reppucci, una figura storica per

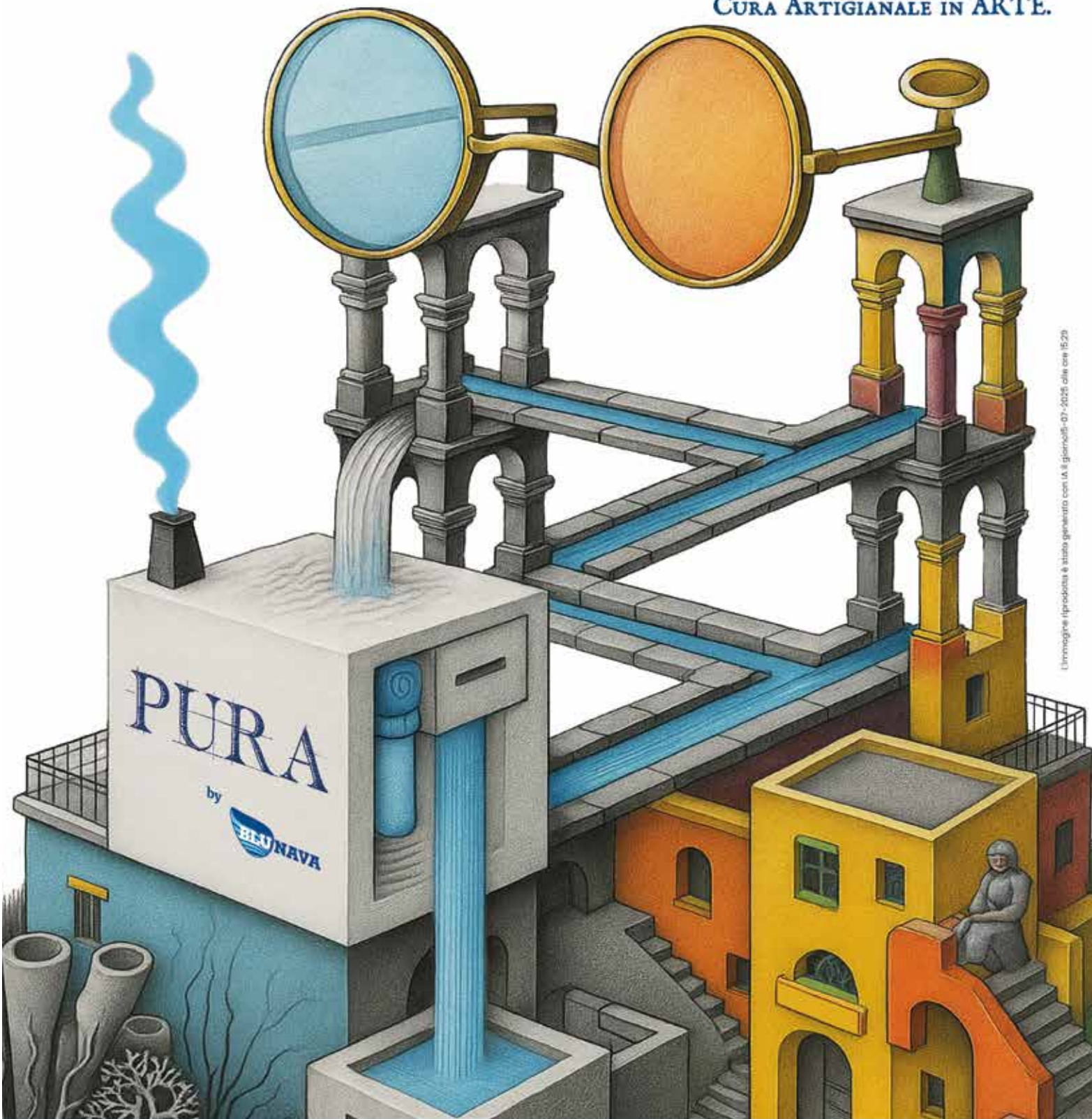
l'associazione campana, per oltre trent'anni segretario dell'associazione provinciale e che ha dato un importante contributo per il rilancio della territoriale, ha voluto celebrare Santa Lucia con un pranzo conviviale che ha rappresentato un momento di incontro, condivisione e rafforzamento dei legami associativi. «Per l'occasione, i soci si sono ritrovati – prosegue la nota – nella suggestiva cornice del ristorante Hostaria de Sancti Martini, situato nel cuore dello storico borgo di Monteforte Irpino. Una location accogliente e ricca di tradizione, che ha fatto da sfondo ideale a una giornata all'insegna della convivialità e della buona cucina.

Il pranzo ha visto una partecipata presenza dei professionisti del settore, che hanno potuto

trascorrere alcune ore lontano dagli impegni lavorativi quotidiani, riscoprendo il valore dello stare insieme. Tra piatti della tradizione locale e un'atmosfera familiare, l'incontro ha rappresentato anche un'occasione per rinnovare lo spirito di collaborazione che da sempre contraddistingue Federottica Avellino».

Non solo un momento simbolico, però, «la celebrazione di Santa Lucia si conferma anche come un'opportunità per rafforzare il senso di appartenenza all'associazione, valorizzando il territorio e le sue eccellenze. Federottica Avellino ringrazia tutti i partecipanti e dà appuntamento ai prossimi momenti di incontro, con l'auspicio di continuare a condividere iniziative capaci di unire professionalità, tradizione e amicizia».

Ci sono momenti che superano
le aspettative, trasformando la
tecnica in cura artigianale e la
cura artigianale in arte.



L'immagine riprodotta è stata generata con IA. Il giorno: 07-2025 alle ore 15:29

Sistemi di filtraggio Aria/Acqua

BLUNAVA@MIDO 2026
pad./hall 6 - stand/booth H30

MADE IN OPTIC

DI REDAZIONE



ZEISS: UN'UNITÀ STRATEGICA DEDICATA ALL'EXTENDED REALITY

Il Gruppo Zeiss ha creato la nuova business unit che, insieme a Zeiss Vision Care, per offrire ai centri ottici partner soluzioni visive di qualità sfruttando le potenzialità che le nuove tecnologie mettono a disposizione.

La realtà virtuale (VR), la realtà mista (MR) e la realtà aumentata (AR) sono le tecnologie comprese nel settore delle Extended Reality (XR), che negli ultimi anni hanno registrato una crescita estremamente rapida. Con il termine Extended Reality si indicano sempre più tutte le tecnologie che aggiungono alla realtà che ci circonda, qualcosa di più: una serie di elementi digitali.

«I consumatori che utilizzano i cosiddetti "smart glasses", devono necessariamente avere una visione eccellente – spiegano da Zeiss in una nota – per godere appieno dell'esperienza offerta da questi prodotti tecnologicamente avanzati. Per questa ragione, in Zeiss sono stati creati già da dieci anni team di esperti nella visione "aumentata" proprio con lo scopo di sviluppare prodotti e tecnologie che consentano anche alle persone con difetti visivi di godere appieno delle soluzioni di realtà estesa».

UN TEAM DEDICATO AL FUTURO

Oggi il Gruppo Zeiss compie un passo in avanti in questa direzione e crea la nuova business unit **Zeiss Extended Reality**, in cui questi team di esperti entrano a far parte.

«L'obiettivo, che accomuna questa divisione con quella denominata Zeiss Vision Care, è quella – prosegue la nota – di offrire ai professionisti della visione, quindi alla rete di centri ottici partner, soluzioni della massima qualità per consentire ai portatori di lenti con correzione di godere appieno di tutte le potenzialità delle tecnologie moderne».

Zeiss è attiva già da diverso tempo nel settore, in particolare con la collaborazione con Tooz, «azienda nata come joint venture con Deutsche Telekom e diventata nel 2023 una società interamente appartenente al gruppo Zeiss.

Fin dal suo esordio nel 2015, Tooz si è affermata come tech brand di riferimento nella produzione di Smart Glasses, dedicando da subito grande attenzione al tema dell'integrazione delle esigenze visive – sottolineano ancora dall'azienda – per ogni portatore nei propri occhiali, e affidandosi proprio a Zeiss Vision Care per la produzione di lenti con correzione».

Il team R&D di Zeiss Vision Care, grazie alla decennale esperienza nella gestione di grandi progetti con clienti globali e a una produzione su larga scala, ha portato avanti in questi anni la collaborazione con gli esperti di Tooz con l'obiettivo

di perfezionare sempre di più questi prodotti all'avanguardia.

«Con la creazione della nuova unità strategica denominata Extended Reality, Zeiss conferma dunque il proprio interesse in questo mercato in costante crescita, con nuovi investimenti destinati a rendere le soluzioni visive XR sempre più performanti, ma al tempo stesso, accessibili a tutti, anche a coloro che necessitano di lenti graduate o con correzione visiva».

DIVERSE SOLUZIONI HI-TECH

Il portafoglio prodotti gestito dalla divisione Zeiss Extended Reality è molto ampio e comprende, in ordine crescente di complessità, diverse soluzioni: «**Lenti da vista**, senza integrazione di dati digitali, prodotte con elevati livelli di personalizzazione – evidenziano da Zeiss – grazie all'integrazione di migliaia di dati tramite l'intelligenza artificiale; **Curved Waveguides** con correzione visiva e possibilità di personalizzazione per occhiali AR; **Stack Push/Pull** che integra la correzione visiva negli smart glasses AR (Realtà aumentata); **inserti ottici** per visori VR (Realtà virtuale) e MR (Realtà mista, virtuale e fisica)».

INNOVAZIONE DA 180 ANNI

Il 2026 è un anno molto importante per Zeiss che celebra i 180 anni di vita concentrandosi costantemente su eccellenza ottica e continua innovazione.

«Sin dalla sua fondazione, nel 1846, l'azienda si è focalizzata – conclude la nota – sul costante progresso a beneficio dei portatori di tutto il mondo. A partire da oggi, le unità strategiche, Zeiss Extended Reality e Zeiss Vision Care, porteranno avanti l'innovazione nel settore della realtà estesa, focalizzandosi sempre di più sulla missione condivisa: proteggere e migliorare la visione, il benessere visivo e l'esperienza complessiva dei consumatori di tutto il mondo».



“GENERAZIONI D’ECCELLENZA”

LVMH CELEBRA I TALENTI DELL’EYEWEAR

Il riconoscimento ai giovani del percorso di alta formazione Its Eyewear Product Manager conferma il valore di un modello formativo che unisce eccellenza tecnica, creatività e visione industriale, preparando figure chiave per il futuro del Made in Italy nel settore moda e occhialeria.

I giovani talenti del distretto dell’occhialeria bel-lunese protagonisti nel tempio della moda italiana. A Firenze, durante l’evento “**Generazioni d’Eccellenza**” promosso dal progetto Mestieri d’Eccellenza del colosso mondiale del luxury **Lvmh**, cinque studenti del percorso di alta formazione Its Cosmo Eyewear Product Manager di Longarone, gestito da **Certottica Group**, sono stati premiati per le competenze e la professionalità dimostrate durante il percorso formativo e gli stage presso alcune delle Maison più prestigiose del Gruppo Lvmh.

«Il riconoscimento conferito a **Matteo Menegazzo, Elisa Speronello, Milena Tognin, Filippo Alberto Cassandro e Lisa Zenari** – fa sape-

re Certottica Group tramite una nota – è il segno tangibile del valore del percorso formativo proposto da Certottica Group in collaborazione con l'Istituto dei Mestieri d'Eccellenza Lvmh, che unisce specializzazione tecnica, creatività, soft skills e forte legame con le imprese. Un modello formativo capace di preparare profili professionali altamente qualificati, in grado di rispondere alle esigenze sempre più complesse dell'industria del lusso e contribuire in modo concreto all'innovazione del settore moda.

"Generazioni d'Eccellenza", evento che si inserisce nelle iniziative dedicate ai Mestieri d'Eccellenza, che comprende oltre 280 mestieri nei settori della creazione, dell'artigianato e della customer experience che valorizzino e trasmettano i savoir-faire del Gruppo Lvmh, celebra le nuove leve del lusso che si distinguono per rigore, spirito collaborativo, etica del lavoro e attenzione al dettaglio. E per Certottica Group, questa premiazione rappresenta un riconoscimento autorevole del proprio ruolo strategico nella formazione di figure che sanno coniugare tecnica, visione e cultura del prodotto».

Il percorso di alta formazione Its Eyewear product manager, promosso dalla Fondazione Its Cosmo fashion academy e organizzato da Certottica Group, in collaborazione con l'Istituto dei Mestieri d'Eccellenza Lvmh, è un esempio virtuoso di questa impostazione. Si tratta di un biennio

post-diploma di 2.000 ore, di cui 1.200 dedicate a lezioni in aula e laboratori specialistici (con focus su software come Illustrator e Rhinoceros 3D, e su tecniche di prototipazione tecnologica), e 800 ore di tirocinio garantito in aziende leader del settore. Una formula che assicura un tasso di occupazione superiore al 90%, dimostrando l'efficacia di un'istruzione progettata a stretto contatto con il tessuto industriale.

«Con la sua vocazione internazionale – prosegue la nota dell'organizzazione – nel trasferimento tecnologico per l'occhialeria e lo sportssystem, Certottica Group consolida il proprio ruolo di acceleratore di competenze per il Made in Italy, investendo in innovazione, sostenibilità e sviluppo delle risorse umane. Il costante dialogo con le imprese e l'impegno nella valorizzazione dei giovani talenti rendono la formazione un vero motore di competitività per il comparto moda-lus».

«Investire nelle persone e nella conoscenza – conclude l'amministratore delegato di CertotticaGroup, **Corrado Facco** – è parte integrante della nostra missione. Da anni sviluppiamo percorsi formativi che uniscono concretezza e visione, facilitando l'ingresso dei giovani nel mondo del lavoro. Il riconoscimento da parte di Lvmh non premia solo i nostri studenti, ma attesta la solidità del nostro modello educativo, che prepara i professionisti destinati a portare avanti l'eccellenza italiana nel mondo».





LENTI OFTALMICHE E FILTRI SOLARI: LA DOPPIA TRAZIONE DI SEL OPTICAL

L'azienda ferrarese mette al centro le sue eccellenze produttive, unite a un ricco programma formativo e a una costante attenzione ai centri ottici partner.

Un'azienda con oltre quarant'anni di esperienza, Sel Optical è da sempre focalizzata sullo sviluppo e la produzione di lenti oftalmiche e filtri solari, puntando su ricerca e innovazione continua. Grazie alle due unità produttive di Codigoro (Fe), realizza soluzioni visive avanzate, combinando elevato contenuto tecnologico dei prodotti e rigoroso controllo della qualità. Accanto, l'azienda porta avanti «approfondite ricerche scientifiche e di mercato – si legge in una nota – per identificare le soluzioni più complete alle esigenze dei centri ottici e dei portatori finali, abilità nel creare prodotti le cui performance superano i

bisogni espressi e particolare attenzione alla relazione con il cliente. Da sempre l'azienda opera in stretta collaborazione con i propri clienti per sviluppare programmi di lenti personalizzate ed esclusive offrendo tutti i supporti necessari nella fase di messa a punto al lancio del prodotto».

La mission di Sel Optical si articola attraverso regole precise che guidano ogni attività dell'azienda: dal confronto continuo con i mercati per interpretarne bisogni e desideri inespressi al fondare la produzione su innovazione, sapere scientifico e tecnologico. Inoltre, l'azienda garantisce il rigoroso rispetto della tutela ambientale con si-

stemi efficienti che limitano l'impatto degli agenti inquinanti. Sel Optical consolida la partnership con i centri ottici con il supporto nella scelta delle lenti e nell'ottimizzazione delle performance dei prodotti, mettendo a disposizione strumenti marketing e commerciali per il raggiungimento di obiettivi comuni.

Capire e interpretare le esigenze del centro ottico è un obiettivo imprescindibile per Sel Optical, che le supporta con competenze tecniche e scientifiche in tutte le fasi, dalla scelta della lente al supporto tecnico e marketing, fino al post-vendita.

LA QUALITÀ DEI FILTRI

È un punto cruciale, «il laboratorio di sviluppo dei filtri solari di Sel Optical – proseguono dall'azienda – è l'unità preposta ad effettuare il costante controllo della qualità e la verifica della conformità alle norme ed alle direttive vigenti. I requisiti tecnici di qualità protezione e sicurezza sono: qualità ottica, caratteristiche di trasmissione, resistenza meccanica resistenza all'invecchiamento da luce solare, diffusione della luce». Inoltre, per le lenti trattate, l'attenzione dell'azienda si rivolge anche alla resistenza al graffio, all'efficienza fotocromatica e all'adesione dei coatings.

MATERIALI E TRATTAMENTI PER I FILTRI SOLARI

La gamma di materiali e trattamenti è molto ampia: CR39, base per la maggior parte dei filtri; acetato, disponibile in versione polarizzante; polycarbonato, resistente agli urti e ideale per occhiali sportivi; nylon, vetro e fotocromatico, adatto anche per l'uso interno ed esterno. Infi-

ne, la specchiatura, in diversi colori, il polarizzante e l'antiriflesso.

TECNOLOGIA E FORMAZIONE: LA "SEL ACADEMY"

È un nuovo percorso formativo che Sel Optical ha pensato su misura per informare e diffondere al mercato tutti gli aspetti tecnologici produttivi delle lenti oftalmiche e dei filtri solari. La "Sel Academy" non è concepita come un semplice ciclo di webinar, «ma come un percorso formativo "in presenza", strutturato e personalizzato, progettato per rispondere in modo specifico alle esigenze e alle sfide quotidiane che i nostri clienti affrontano nei rispettivi settori.

Avvalendosi della collaborazione di **Paolo Marchesi**, consulente tecnico e marketing che da oltre 40 anni opera nel settore oftalmico, il programma delle Academy ha incluso contenuti esclusivi, con approfondimenti sulle ultime tendenze del settore e l'accesso anticipato alle roadmap dei nostri nuovi prodotti; networking di alto livello, con opportunità uniche per i partecipanti di connettersi, scambiare esperienze e creare sinergie con altri professionisti del settore, e sessioni interattive, con workshop pratici guidati dai nostri esperti interni».

IL VALORE STRATEGICO DEL CENTRO OTTICO PARTNER

«Mettere il cliente al centro – dichiara **Francesco De Anna**, direttore commerciale Italia – significa per Sel Optical anche investire nella sua crescita professionale, la risposta entusiasta che abbiamo ricevuto dai partecipanti alla prima edizione della Sel Academy conferma che la strada intrapresa è quella giusta. Vogliamo che i nostri clienti non solo utilizzino i nostri prodotti al meglio, ma che diventino veri e propri leader nei loro mercati di riferimento».

I feedback raccolti sono stati estremamente positivi, i partecipanti hanno apprezzato la qualità dei contenuti, la competenza dei formatori e l'immediata applicabilità pratica delle nozioni apprese. Per questo, «il successo di questa prima edizione pone le basi per il futuro. L'azienda – conclude la nota – si impegna a rendere la "Sel Academy" un appuntamento annuale fisso, con l'intento di ampliare l'offerta formativa e coinvolgere un numero sempre maggiore di partecipanti».



Una sessione della Sel Academy

XXVII Congresso Interdisciplinare Le Età della Visione

L'approccio interdisciplinare alla qualità della visione ed alla salute visiva
lungo l'intero arco della vita. Prescrizione, trattamento,
nuovi dispositivi correttivi e compensativi, terapia e ricerca.



Bologna, 8 e 9 Marzo 2026

SAVOIA HOTEL REGENCY

HOYA: INNOVAZIONE PER MIGLIORARE LA VITA ATTRAVERSO LA VISIONE

Oltre 80 anni di innovazione continua. È il percorso costante di Hoya Hoya Vision Care che, a Mido 2026, rafforza attraverso la sua mission: "Improve Life Through Vision", migliorare la vita delle persone attraverso la visione. «Un principio – spiega l'azienda in una nota – che ispira ogni innovazione presentata in fiera, rispondendo alle esigenze di un mondo in costante evoluzione e un impegno che in fiera prende forma nel Sensei Innovation Center, uno spazio dedicato alla tecnologia e alla leadership di Hoya, dove scoprire le novità che ridefiniscono il futuro dell'ottica».



Diverse le proposte che vengono presentate in fiera, a partire da Hoyalux ID Mysense, «la prima lente progressiva basata sull'Intelligenza visiva sensoriale. Un approccio esclusivo che considera comportamento visivo dinamico, le variazioni posturali durante la messa a fuoco e la sensibilità personale allo sfocamento oltre alle esigenze di correzione e lo stile di vita. Attraverso la personalizzazione senza precedenti offre comfort visivo naturale in ogni situazione».

Le lenti fotocromatiche di nuova generazione Sensity 3 «sono la risposta a chi cerca durata e affidabilità senza compromessi perché sono "Faster. Stronger. For Longer". Velocità di schiarimento, resistenza ai graffi e colori stabili nel tempo: le lenti fotocromatiche Hoya diventano ancora più performanti».

Grazie alla ricerca di oltre 10 anni per contrastare la progressione miopica nei giovani, elevando gli standard nella protezione visiva dei più giovani, il nuovo step è «Miyosmart iQ, disponibile dal 2026, con il nuovo Triple Enhanced Design (TED), che rappresenterà la prossima evoluzione nelle soluzioni per la gestione della miopia, grazie alla tecnologia brevettata D.I.M.S., la cui efficacia è riconosciuta e dimostrata a livello mondiale da oltre 100 pubblicazioni scientifiche».

Novità anche per Seiko, che porta in fiera i valori profondamente radicati di precisione ed estetica. «Nel 2026 nasce la Seiko World Collection, la gamma completamente nuova, progettata con tecnologie evolute che ottimizzano ulteriormente estetica e qualità visiva. Con Smartrix, l'ottico optometrista guida il cliente attraverso quattro livelli di performance e quattro occasioni d'uso, per una consulenza più sicura e mirata».

A Mido, spazio anche alle iniziative dedicate ai centri ottici partner, come "Hoya Center: metti in luce la tua professionalità" «con strumenti di formazione e visibilità, per crescere e valorizzare il ruolo dell'ottico optometrista come punto di riferimento per il benessere visivo, e Seiko Vision Specialist, un percorso esclusivo – conclude la nota – basato su unicità, crescita, evoluzione, per accompagnare ogni partner in un processo continuo di sviluppo e trasformazione».

SILMO ISTANBUL 2025, L'INDUSTRIA OTTICA ALL'INCROCIO DEI CONTINENTI

Una nuova conferma per Silmo Istanbul come la piattaforma di riferimento per l'industria ottica eurasiatica. È il risultato dell'edizione 2025 della manifestazione, che si è svolta nella città turca dal 19 al 22 novembre.

«Grazie alla posizione strategica della Turchia, ponte tra due continenti, e a un mercato interno in forte crescita, questa 12ª edizione – sottolineano gli organizzatori in una nota – ha nuovamente dimostrato il ruolo fondamentale di Silmo Istanbul come luogo di incontro transcontinentale, dove si sviluppano nuovi business, si scoprono le innovazioni e nascono collaborazioni tra player internazionali e locali».

All'Istanbul Expo Center, Silmo Istanbul ha accolto 700 brand ed espositori e 11.736 visitatori (+12,4% vs 2024) su 25mila mq di spazi espositivi, provenienti da Europa, Medio Oriente, Nord Africa e Asia Centrale, con una quota internazionale del 18%.

«Numeri che confermano – prosegue la nota – il dinamismo del mercato ottico turco e la crescente attrattività di Silmo Istanbul per i professionisti della regione e non solo».



I MOMENTI CLOU

Diversi gli appuntamenti che hanno caratterizzato l'evento, a partire dalla terza edizione del Silmo Award Istanbul, che «ha messo ancora una volta in primo piano aziende e brand protagonisti del mercato ottico turco nei campi del design, della tecnologia, della sostenibilità, dell'innovazione e della customer experience».

Silmo Istanbul Akademik ha rafforzato il patrimonio di conoscenza del settore con conferenze guidate da esperti e ricercatori locali e internazionali su temi quali trend, intelligenza artificiale, digitalizzazione, sostenibilità ed esperienza del cliente.

Silmo Next, con gli spazi Futurology e Trend Forum, ha ispirato i visitatori – concludono gli organizzatori – a offrendo una visione del futuro attraverso collezioni a tema che uniscono moda e innovazione».

La prossima edizione di Silmo Istanbul è in programma dal 18 al 21 novembre 2026.

ITAL-LENTI, SOLUZIONI VISIVE PER ESIGENZE IN CONTINUA EVOLUZIONE

I cambiamenti delle abitudini quotidiane di ciascuno di noi, negli ultimi anni, portano a svolgere attività in ambienti circoscritti quali ufficio e casa, spesso davanti a un dispositivo. «Questo comporta che il nostro sistema visivo – sottolinea Itai-lenti in una nota – sia sempre più stimolato e impegnato sulle distanze di utilizzo ridotte del vicino e intermedio, con la necessità di una nuova dinamicità di visione e obbligandoci a nuove posture. Dopo i quarant'anni, con il subentro della presbiopia, queste attività diventano difficoltose, e la soluzione per garantire il miglior comfort visivo sono le lenti degressive dinamiche a profondità di campo».

Per andare incontro a queste esigenze visive in continua evoluzione, Itai-lenti ha realizzato Office, «la famiglia di lenti – prosegue la nota – progettate per l'utilizzo indoor, ufficio, casa, dove le specifiche necessità visive richiedono una correzione ottimale per le aree di visione che spaziano dal vicino all'intermedio, fino anche a distanze più ampie per ambienti più spaziosi, ad esempio negozi o studi».

Tre differenti design sono stati sviluppati Itai-lenti per una funzionalità ottimizzata in ogni condizione di utilizzo. «Book offre una geometria ottimizzata per vicino, per la lettura e le attività manuali che necessitano di una profondità di campo da 40 a 100 cm ma con una zona più ampia e stabilizzata nell'area del vicino.



Monitor è la geometria ideale per il lavoro al computer, con un'area di degressione che spazia dai 40 ai 200 cm ma che per l'uso intensivo con monitor (oggi molto ampi) ottimizza una zona più ampia e stabilizzata nell'area dell'intermedio.

Room, infine, è la geometria specifica per chi lavora in ambienti interni – conclude la nota – ma che necessita la visualizzazione su aree intermedie più profonde, esigenza questa che richiede una maggiore profondità di campo e una visione ottimizzata da 40 cm ad almeno 4 metri».



CONTRIBUTI INPS: ANCHE SE FIGURATIVI VALGONO

Una nuova interpretazione della Suprema Corte estende il valore dei contributi figurativi, facilitando il raggiungimento dei requisiti per la pensione anticipata.

Due recenti pronunce della Corte di Cassazione hanno stabilito che i contributi figurativi sono validi a tutti gli effetti e quindi devono essere calcolati per raggiungere il numero di versamenti necessari per la pensione anticipata ordinaria, modificando in meglio l'interpretazione meno favorevole applicata dall'Inps.

I contributi figurativi sono accreditati dall'Inps gratuitamente, e sono considerati per la pensione quando nel corso della vita si verificano assenze dal lavoro e altri eventi particolari, così come dettagliamo nella tabella. La novità della sentenza è un'estensione della validità per le pensioni di vecchiaia anticipate. Quindi, anche chi ha avuto periodi di malattia o disoccupazione indennizzata potrà, se lo desidera, maturare in anticipo il diritto al pensionamento per i corrispondenti periodi. In precedenza, questi tre particolari periodi valevano

soltanto per le pensioni di vecchiaia e per il calcolo dell'assegno mensile.

Ecco una sintesi.

A - LA NUOVA REGOLA

La Cassazione ha stabilito che, per maturare il diritto alla pensione anticipata prevista già da molti anni con la Legge Fornero (con 42 anni e 10 mesi per gli uomini e 41 anni e 10 mesi per le donne), devono essere considerati utili sia i contributi effettivi (versati) che quelli figurativi (per esempio per malattia, disoccupazione, cassa integrazione, maternità).

B - SUPERATA LA CIRCOLARE INPS

L'Istituto aveva sempre sostenuto che per il requisito dei 35 anni di contribuzione "effettiva" (previsto da vecchie leggi) o per il requisito totale della pensione anticipata, alcuni contributi figurativi

PENSIONE ANTICIPATA PIÙ FACILE	
Periodi accreditati d'ufficio	Indennità di disoccupazione (Naspi, Aspi) Indennità di mobilità (fino al 31 dicembre 2016) Contratti di solidarietà difensivi Lavori socialmente utili (Lsu) Assistenza antitubercolare a carico dell'Inps Periodi di godimento dell'isopensione Cassa integrazione guadagni (Cig)
Accreditato a domanda.	Servizio militare o civile Maternità obbligatoria e facoltativa (congedo parentale) Malattia e infortunio (entro certi limiti) Aspettativa per cariche pubbliche elettive o sindacali Permessi per assistere familiari con disabilità grave (Legge 104)
Controlli	Consultare il proprio estratto conto su www.inps.it con Spid o Cie

non fossero utilizzabili. La Cassazione ha smentito questa interpretazione, chiarendo che i contributi figurativi sono validi a tutti gli effetti sia per il diritto che per la misura della pensione.

C - LA MOTIVAZIONE

L'interpretazione della Corte dice invece il contrario, e cioè i contributi figurativi, sono equiparati a quelli effettivi ai fini pensionistici e, quindi, devono essere calcolati per raggiungere l'anzianità contributiva necessaria per il pensionamento anticipato, senza distinzioni che possano penalizzare i lavoratori.

D - CONSEGUENZE PRATICHE

Questa interpretazione rende più facile maturare la pensione anticipata per molti lavoratori e lavoratrici che altrimenti non avrebbero raggiunto

i requisiti richiesti, in quanto i periodi coperti da contribuzione figurativa (spesso legati a eventi involontari come la disoccupazione o la malattia) vengono ora pienamente riconosciuti.

E - CASI SPECIALI PER GLI ULTRA 64ENNI

Con regole particolari, alcuni contributi figurativi possono essere utili anche per la pensione anticipata contributiva, all'età di almeno 64 anni compiuti e con: almeno 20 anni di contributi effettivi. Ma la pensione maturata deve essere di almeno 1.616 euro mensili. In ogni caso fino al compimento dei 67 anni la pensione viene pagata fino a un massimale di 3.017 euro mensili. Consigliabile la consulenza del sindacato di categoria e del patronato collegato. I primi 3 mesi non sono pagati ma è concesso un lavoro autonomo occasionale, non superiore a 5.000 euro annuali.

RATEAZIONE LUNGA PER I PAGAMENTI INPS E INAIL

Il decreto ministeriale del 24 ottobre 2025 detta nuove più favorevoli regole per dilazionare i contributi Inps e Inail. È stato pubblicato nella Gazzetta Ufficiale n. 278 del 29 novembre 2025, a firma congiunta del Ministro del Lavoro e delle Politiche Sociali e del Ministero dell'Economia e delle Finanze. In pratica, ora è possibile pagare il dovuto fino a un massimo di 60 rate. Con questa procedura si esclude la riscossione coattiva a cura dell'Agenzia

deputata risparmiando in caso di dilazioni amministrative Inps o Inail sui debiti non ancora passati in carico agli agenti di riscossione.

IN SINTESI

A - Pagamento dilazionato dei debiti per contributi, premi e accessori di legge

Inps e Inail, per l'articolo 1, possono favorire il buon esito delle pratiche di regolarizzazione e

LE NUOVE REGOLE PER LE DILAZIONI PREVIDENZIALI			
A	Condizioni di accesso	È necessario dimostrare una temporanea situazione di difficoltà economica	
B	Periodi rateizzabili	Dal 12 gennaio 2025 in poi	
C	Numero delle rate	Ammontare del debito: Fino a 6.000 euro. Da 6.001 a 20.000 euro Da 20.001 a 50.000 euro Oltre 50.000 euro	Dilazione Massimo 12 rate Massimo 24 rate Massimo 36 rate Massimo 60 rate
C	Debiti molto elevati	Per i debiti superiori a 500.000 euro (massimo 60 rate), la concessione è subordinata a un decreto specifico da parte del Ministero del Lavoro e del Mef	
D	Decreto ministeriale	Pubblicato in Gazzetta Ufficiale 279 del 26 novembre 2025	

quindi permettere contemporaneamente di iniziare la riscossione dei relativi importi. I due istituti possono consentire il pagamento rateale dei debiti per contributi, premi e accessori di legge, non già affidati per il recupero agli agenti della riscossione, fino al numero massimo di 60 rate mensili, nei seguenti casi:

- dichiarata temporanea situazione di obiettiva difficoltà economico-finanziaria al pagamento di importi fino a 500.000 euro per un massimo di 36 rate mensili;
- dichiarata temporanea situazione di obiettiva difficoltà economico-finanziaria al pagamento di importi da 500.001 euro per un massimo di 60 rate mensili.

Se esiste già un piano di dilazione in corso gli Istituti possono concedere una seconda dilazione. Ciò consente di beneficiare della rateazione fino a 60 rate, anche per le dilazioni in corso post 1° gennaio 2025.

B - Come si accede alla dilazione (art. 2)

Per le modalità pratiche per le domande e i pagamenti della dilazione (compresi quelli relativi alla seconda dilazione), occorre al momento attendere le decisioni dei consigli di amministrazione dell'Inps e dell'Inail. Dovrebbe essere emanata una circolare entro 60 giorni dalla data di pubblicazione del decreto, cioè entro fine gennaio 2026, salvo eventuali proroghe.

C - Termini decorrenza (art. 3)

Le domande di rateizzazione che verranno presentate d'ora in poi saranno trattate con le nuove regole a partire da febbraio 2026, sempre salvo eventuali proroghe dell'Inps e dell'Inail.

Le domande di rateazione già presentate, a partire dal 12 gennaio 2025, secondo le regole precedenti potranno essere riesaminate, se il debitore presenta una specifica domanda. La richiesta va inviata attraverso i servizi on-line dell'Inps e dell'Inail, per ottenere il nuovo più favorevole ricalcolo del numero delle rate già accordate.



Luigi Tomasso

giornalista esperto di previdenza

luigi.tomasso@gmail.com

Varilux® XR series™

La migliore lente progressiva Varilux®*.

Progettata con intelligenza artificiale
per una visione nitida e fluida anche
mentre sei in movimento.

Essilor® e Varilux® sono marchi registrati di Essilor International. *Rispetto alle lenti progressive Varilux® di Essilor®. Montatura: Oliver Peoples
È un dispositivo medico CE. Leggere attentamente le avvertenze o le istruzioni per l'uso. Aut. Min. 0019770 del 7/03/2025.



essilor

evolving
vision

**VIENI A TROVARCI PRESSO LO STAND
ESSILORLUXOTTICA**

Padiglione 3 – Stand T08 T16 U09 U15



BLUDATA: LUCA PIZZIMBONE NUOVO AREA MANAGER PER IL NORD-OVEST

Una new entry per Bludata, con l'ingresso nel team di Luca Pizzimbone, forte di oltre venticinque anni di esperienza nel mondo dell'ottica all'interno nel gruppo GreenVision, e di conoscenze profonde delle dinamiche del mercato e le esigenze dei centri ottici. Pizzimbone guiderà il percorso di crescita e rafforzamento delle relazioni con i clienti Bludata in un'area strategica.

«Siamo felici di accogliere Luca nel nostro team. La sua competenza e il suo approccio orientato al cliente – dichiara **Maria Chiara Visentin**, amministratrice delegata di Bludata – sono perfettamente in linea con la nostra visione: aiutare ogni centro ottico a lavorare meglio e crescere grazie a software e servizi che semplificano la gestione e valorizzano la relazione con i clienti».

L'attività in GreenVision ha portato Pizzimbone a confrontarsi spesso con Bludata, partner tecnologico del gruppo e fornitore del software gestionale per i soci. Un percorso che, ora, con l'ingresso in azienda gli permette di utilizzare le sue competenze al servizio dei centri ottici del Nord-Ovest, supportandoli a cogliere i benefici di un uso consapevole dei software e a migliorare l'organizzazione delle loro attività.

Luca Pizzimbone sottolinea tre pilastri fondamentali per la crescita di un centro ottico: «L'aspetto professionale, che va costantemente approfondito; quello commerciale, che significa saper comunicare il valore del proprio lavoro; e quello gestionale, che è la base di tutto. Bludata – spiega – offre soluzioni che non solo gestiscono la parte operativa, ma supportano anche la comunicazione e il marketing, grazie a strumenti come Focus Crm».

Nel suo approccio ai clienti, l'ascolto è importante per Pizzimbone: «Quando parlo con un ottico, lascio che sia lui a raccontarsi. Spesso, ascoltandolo con attenzione, emergono già le risposte. È così che si costruisce fiducia e si riesce a parlare la stessa lingua».

Al di fuori del lavoro, Pizzimbone si definisce «un papà orgoglioso di due splendide ragazze», appassionato di musica rock – di cui scrive anche per una rivista online – e amante della natura e delle attività outdoor: «Tutto ciò che è green mi appassiona», conclude con un sorriso.



EYEZEN TRA I PROTAGONISTI DELLA “MILAN GAMES WEEK & CARTOOMICS 2025”

Dopo il debutto dello scorso anno, la lente monofocale evoluta di Essilor è tornata alla “Milan Games Week & Cartoomics”, una partecipazione pensata da EssiloLuxottica per «consolidare – si legge nella dell’azienda – nota un dialogo diretto con il target di Eyezen: giovani portatori sempre connessi e alla ricerca di soluzioni visive in grado di migliorare la loro esperienza quotidiana».

Lo stand era posizionato vicino al main stage e accanto alla diretta live di Radio 105, catalizzando così l’attenzione dei visitatori. «Il format del caricaturista, molto apprezzato nella precedente edizione, è stato riproposto anche quest’anno, offrendo ai visitatori – prosegue la nota – un modo unico e immediato per “provare” le lenti Eyezen attraverso il filtro creativo e non convenzionale della caricatura. Accanto all’attività iconica, una nuova esperienza immersiva: la stanza fucsia Eyezen, dove i potenziali consumatori giocano e provano a vincere dei gadget».

La presenza di Eyezen in fiera non è servita solo per accrescere l’awareness, ma anche per indirizzare i visitatori nei centri ottici, grazie al voucher dedicato consegnato a tutte le persone che si sono fermate allo stand, «una proposta pensata per trasformare la curiosità e l’interesse generati in fiera in un’occasione reale per scoprire Eyezen recandosi direttamente nei centri ottici partner».

La visibilità è stata poi amplificata e valorizzata sui social grazie ai contenuti pubblicati prima e durante l’evento. «La pagina ufficiale della Milano Games Week ha dedicato un post esclusivo alla partecipazione del brand, mentre nel corso della fiera lo stand ha

ospitato un content creator, molto seguito dal pubblico che ha partecipato alla Games Week, con oltre 75.000 follower, che ha condiviso sui suoi canali l’esperienza vissuta all’interno dello stand Eyezen invitando i suoi follower a seguirlo e andare a visitare lo stand».

La Games Week si conferma «un palcoscenico privilegiato – conclude la nota – per dialogare con i consumatori della vita sempre connessa e avvicinarli, in modo autentico e immediato, all’innovazione Eyezen. Continuare a coinvolgere un pubblico profilato e interessato è fondamentale per valorizzare le potenzialità di Eyezen, ma anche per supportare gli ottici nell’accompagnare i clienti verso scelte più consapevoli e aderenti al loro stile di vita».



DE RIGO VISION CELEBRA I COLLABORATORI CON 25 ANNI DI FEDELTÀ IN AZIENDA

È un legame “d’argento”, quello che unisce l’azienda De Rigo e i suoi dipendenti di lungo corso, che racconta storie di dedizione, passione e appartenenza. Lo scorso 9 dicembre questo legame si è celebrato ancora una volta come da tradizione.

Durante la cerimonia, la famiglia De Rigo ha voluto ringraziare personalmente queste persone straordinarie, che «ogni giorno contribuiscono con il loro impegno – scrive in una nota il Gruppo – alla crescita e al successo dell’azienda. Un momento speciale, fatto di emozioni e di auguri sinceri, che sottolinea quanto il valore delle persone sia il cuore pulsante di De Rigo Vision».

Quest’anno sono 47 i collaboratori che hanno raggiunto questo importante traguardo. «Dietro a questi numeri ci sono storie di professionalità e di fedeltà che incarnano i valori fondanti dell’azienda: integrità, rispetto, responsabilità e passione per l’eccellenza. Valori che, anno dopo anno, hanno creato un legame solido tra De Rigo Vision – prosegue la nota – e chi ha scelto di crescere insieme all’azienda».

«Celebrare i nostri collaboratori significa celebrare la nostra storia e il nostro futuro – ha dichiarato la famiglia De Rigo –. La loro dedizione è la testimonianza più autentica dei principi su cui abbiamo costruito la nostra realtà: persone che credono nel lavoro di squadra, nella qualità e nella forza di un progetto condiviso».

Questa ricorrenza non è solo un riconoscimento, ma un invito a guardare avanti con la stessa passione che ha guidato questi anni, «perché in De Rigo Vision, il successo è sempre una conquista collettiva».

L’azienda guarda già con emozione al prossimo anno, «curiosa di scoprire chi saranno i nuovi protagonisti di questa tradizione. Ogni anniversario conferma la solidità di un rapporto che va oltre il lavoro: un legame autentico, costruito sui valori che da sempre – chiude la nota aziendale – fanno di De Rigo Vision una grande famiglia».



Oltre la Colonna !

Il FUTURO della centratura sono VisionEASY & ZerO

VISION^{Easy} by TutorNET

Precisione & Praticità

1



2



VisionEASY trasforma il tuo smartphone in uno strumento di centratura preciso e veloce, eliminando la tradizionale colonna. Rivoluziona la tua esperienza di centratura e la soddisfazione dei tuoi clienti.

Scatti con lo smartphone ed elabori sul PC.



Zero



ZerO determina la **POSTURA NATURALE** del cliente ed elimina gli errori di rilevamento delle altezze delle lenti progressive.

ZerO è un brevetto internazionale esclusivo di TutorNET srl

Compatibile con tutti i sistemi di centratura



Innovazione brevettata

TutorNET
ENTRA NEL NOSTRO MONDO

TutorVISION TutorLENS StabiloNET TutorCAM

Un progetto per centri ottici e aziende



eticamente

ETICAMENTE nasce dall'idea e dall'impegno di un gruppo di associati, in seno a Federottica Lombardia, animati dalla necessità di **tutelare il lavoro dei centri ottici indipendenti e delle aziende fornitrici di articoli ottici** dalle innumerevoli nuove formule distributive che minano sempre più la disponibilità di servizi ottici dall'alto profilo, la distribuzione di prodotti di alto livello e la sopravvivenza del settore ottico tradizionale.

Partecipa anche tu al progetto



Federottica Lombardia
Associazione Ottici Optometristi
della regione Lombardia



Federottica

Scopri di più



www.federottica.org/eticamente

Queste aziende aderiscono al progetto





ACCANTO A TE OGNI GIORNO.

Federottica da diversi anni ha scelto **Italiana Assicurazioni** per proteggere i professionisti dell'ottica ogni giorno, con un'ampia gamma di convenzioni assicurative vantaggiose, garantendo agli Ottici Optometristi, importanti opportunità di risparmio.

Le coperture, sottoscrivibili in base alle necessità degli associati, tutelano il professionista di fronte agli imprevisti della propria attività.

CONVENZIONE ASSICURATIVA PROFESSIONALE

Tre protezioni a tutela dell'attività professionale:



RC PROFESSIONALE (RCP)

A copertura del risarcimento dei danni eventualmente dovuti, involontariamente cagionati ai propri Clienti ametropi durante lo svolgimento della prestazione professionale e/o dal prodotto dopo la sua vendita ed entro un anno.



RC VERSO TERZI (RCT)

A copertura di tutti i danni che possano essere causati a terzi nell'esercizio dell'attività di ottico optometrista.



RC VERSO I PRESTATORI D'OPERA (RCO)

A copertura dei danni che dovessero patire tutti i dipendenti (Inail e non Inail).

CONVENZIONE INCENDIO-FURTO

Copertura assicurativa da **furto e incendio dei prodotti, strumenti e arredo dei Centri Ottici**. Tale prodotto contiene inoltre la garanzia Furto con destrezza. Quattro le formule a copertura crescente disponibili, che consentono di scegliere la soluzione più adatta in funzione delle specifiche esigenze e dimensioni del centro ottico associato.

Prima dell'adesione consultare la proposta assicurativa completa, disponibile su www.federottica.org (sez. "Convenzioni") oppure in un'Agenzia Italiana Assicurazioni. Scopri la più vicina a te su www.italiana.it.



REALE GROUP

T O G E T H E R M O R E

BADARACCO
1978
ASSICURAZIONI

BADARACCO ASSICURAZIONI

Tel. 0523336619 - E-mail: piacenzaromagnosi.428@agenzie.italiana.it

RC PROFESSIONALE E GENERALE: LA PIÙ COMPLETA E VANTAGGIOSA, SOLO PER GLI ASSOCIATI FEDEROTTICA!

Una copertura assicurativa su misura, che garantisce all'ottico una tutela alla sua professionalità senza uguali, a 360 gradi, e a un costo inarrivabile. Sono questi i tratti che convenzione di Badaracco Assicurazioni x Federottica. Mentre le varie categorie professionali si stanno dotando dell'assicurazione obbligatoria per responsabilità civile, Federottica può giustamente vantare il fatto che con lungimiranza, già oltre 30 anni fa, aveva ideato insieme a Italiana Assicurazioni, la copertura Rc Professionale per gli ottici optometristi anche se indipendenti e senza un centro ottico di proprietà. Un vero e proprio fiore all'occhiello tra i servizi dell'associazione che permette di spendere una cifra sensibilmente inferiore, rispetto alle polizze stipulate singolarmente con altre compagnie sul mercato, e che racchiude, in modo innovativo, l'assicurazione della responsabilità civile professionale, quella della responsabilità civile verso terzi e quella della responsabilità civile verso i prestatori di lavoro.

L'ottico optometrista associato Federottica o Albo degli Ottici Optometristi, infatti, può contare su una copertura che garantisce massimali adeguati alle necessità del centro ottico e che prevede un ampliamento delle coperture, fino a ricomprendere il rischio da "conduzione dell'attività". Il tutto a fronte di un costo altamente vantaggioso, ferme le condizioni contrattuali la cui lettura resta cosa

dovuta, avendo a disposizione:

- Fino a un massimo di 1.000.000 euro all'anno per sinistro, a copertura del risarcimento dei danni eventualmente dovuti, che venissero involontariamente cagionati ai propri clienti ametropi durante lo svolgimento della prestazione professionale.
 - Fino a un massimo di 2.000.000 euro all'anno per sinistro, a copertura tutti i danni che possano essere causati a terzi nell'esercizio dell'attività di ottico optometrista. Ad esempio quelli derivanti da partecipazione ad esposizioni, fiere, mostre, proprietà e conduzione di fabbricati, danni a veicoli in sosta nell'ambito aziendale e per i titolari di attività di manutenzione/installazione presso terzi.
- Oltre ad essere efficace per responsabilità civile personale di tutti i dipendenti, la garanzia concerne anche le responsabilità previste dal D.Lgs 626/94 in materia di sicurezza sul lavoro.
- Fino a un massimo di 2.000.000 euro all'anno per sinistro a copertura dei danni che dovessero patire tutti i dipendenti (Inail e non Inail) comprese le figure "nuove" del panorama legislativo/previdenziale, quali i lavoratori in affitto e quelli parasubordinati. La garanzia include sia le azioni di rivalsa esperibili dell'Inail o dell'Inps, che le richieste di risarcimento (per esempio per il danno biologico) esperibili direttamente dai lavoratori infortunati o dai loro aventi causa.

PER MAGGIORI INFORMAZIONI

La proposta assicurativa completa e la scheda di adesione sono scaricabili dal portale www.federottica.org (sez."Convenzioni"). Lo staff della Badaracco Assicurazioni rimane a disposizione di tutti gli associati per chiarimenti.

e-mail: info@badaraccoassicurazioni1978.it Tel. 0523.336619



SCARICA
I MODULI

WWW.FEDEROTTICA.ORG



BADARACCO
ASSICURAZIONI

INCENDIO, FURTO, CATASTROFALI, VETRINE E DANNI ELETTRICI!

Servizi su misura, realmente utili e vantaggiosi per i centri ottici associati. Sono queste le finalità perseguite da Federottica quando stipula delle convenzioni. Da questi presupposti è nata la convenzione assicurativa "Incendio e Furto", studiata appositamente per Federottica. Una copertura innovativa e più che mai attuale, considerando che la crisi economica ha portato a un incremento di furti e rapine. La convenzione, infatti, protegge il valore dei prodotti, gli strumenti e l'arredo contenuti nei negozi di ottica da possibili furti e incendi. Novità per il 2024 sono i danni catastrofali.

È molto vantaggiosa sia per le coperture prestate, sia sul piano economico, con tariffe agevolate rispetto ad altre possibili soluzioni assicurative stipulate singolarmente ai centri ottici. Dato, questo, facilmente verificabile con il consulente assicurativo di fiducia, raffrontando i premi e le coperture.

Vista l'esperienza maturata dalla convenzione Incendio e Furto, e verificate le esigenze degli associati, per il periodo di copertura 1° luglio - 30 giugno di ogni anno, Federottica è riuscita ad ottenere un ampliamento delle coperture assicurative sia nei massimali, che nelle garanzie offerte.

In totale sono due le formule tra le quali il singolo aderente può scegliere, per permettere al centro ottico associato di optare tra un ventaglio di soluzioni capaci, così, di offrire delle coperture perfettamente misurate sulla base delle proprie esigenze e dimensioni: due soluzioni da 500 euro e 700 euro, per meglio rispondere alle richieste ed esigenze attuali.

La convenzione, misurata sullo storico dei sinistri denunciati e liquidati, permette la giusta copertura, a partire dal piccolo centro ottico con una vetrina, fino al centro ottico più grande e strutturato. Aderendo alla formula da 500 euro il massimale per furto/rapina a primo rischio assoluto è di 30.000 euro. Con la formula da 700 euro il massimale per furto/rapina a primo rischio assoluto è di 50.000 euro.

Inoltre, ulteriori grandi novità, sono le coperture anche per i cosiddetti "danni elettrici", dei "cristalli" e dei danni catastrofali, opzioni molto richieste dagli stessi assicurati.

Un altro regalo, quindi, a dimostrazione dell'attenzione di Federottica e di Italiana Assicurazioni verso gli associati assicurati in convenzione, che si va ad aggiungere alla copertura del "furto con destrezza".

PER MAGGIORI INFORMAZIONI

La proposta assicurativa completa e la scheda di adesione sono scaricabili dal portale www.federottica.org (sez."Convenzioni"). Lo staff della Badaracco Assicurazioni rimane a disposizione di tutti gli associati per chiarimenti.

e-mail: info@badaraccoassicurazioni1978.it Tel. 0523.336619

SCARICA
I MODULI



WWW.FEDEROTTICA.ORG



BADARACCO
ASSICURAZIONI

ISCRIZIONE A FEDEROTTICA E ADESIONE ALLA CONVENZIONE ASSICURATIVA

Federottica e Italiana Assicurazioni propongono convenzioni assicurative su misura per le esigenze l'ottico optometrista e per il suo centro ottico. In occasione del rinnovo annuale, lo Studio Badaracco Assicurazioni ha risposto ai quesiti più comuni.

Il 30 giugno sono scadute le Convenzioni assicurative 2023/2024 e sono in corso i rinnovi. **Visto il cambio delle tariffe e delle coperture, per aderire i centri ottici associati devono sottoscrivere obbligatoriamente il nuovo modulo unico di adesione e quindi procedere con il relativo bonifico bancario.** La convenzione assicurativa risulterà attiva al momento della ricezione, da parte della segreteria nazionale, sia del modulo sia del relativo pagamento.

Come già comunicato a suo tempo, non sono previsti i MAV.

Riportiamo, con l'occasione, alcune risposte ai quesiti più comuni su indicazione dello Studio Badaracco Assicurazioni che gestisce la nostra convenzione.

FAQ

QUALI SONO LE CONDIZIONI PER ADERIRE?

Come riportato sulle varie comunicazioni, e in particolare sulla pagina dedicata alla convenzione sul sito federottica.org, per aderire **è necessario essere soci** della Federottica nazionale o all'Albo degli ottici optometristi. **Nel caso di iscrizione a Federottica tramite le Associazioni territoriali, è necessario che queste inviino alla segreteria nazionale gli elenchi dei centri ottici con la relativa quota pagata.** Successivamente l'associato potrà procedere con la sottoscrizione della convenzione assicurativa. **Suggeriamo pertanto di verificare la regolare iscrizione alla Federottica nazionale in quanto, in caso contrario e in caso di sinistro, la copertura non sarebbe attiva.**

Questa condizione, ovviamente, vale per ogni convenzione sottoscritta da Federottica per i propri associati.

QUANDO PARTE LA CONVENZIONE ASSICURATIVA?

La convenzione sottoscritta a livello cumulativo da Federottica ha validità dal 1° luglio al 30 giugno dell'anno seguente. Ogni associato può aderire alla convenzione in qualsiasi periodo dell'anno, in quanto la copertura parte dal giorno di ricevimento del modulo di adesione e del pagamento tramite bonifico bancario. La data di scadenza **è chiaramente riportata sul modulo di adesione.** Alla scadenza la convenzione (che vale per tutti gli aderenti ed è il 30 giugno), questa deve essere rinnovata per il periodo successivo.



CONVENZIONI ASSICURATIVE

COSA DEVO FARE SE HO PIÙ CENTRI OTTICI SOTTO LA STESSA PARTITA IVA?

Nel caso di più punti vendita riferibili alla stessa partita Iva, **anche questi dovranno risultare iscritti negli elenchi soci della Federottica nazionale** con la specifica dell'indirizzo fisico (ubicazione). Difatti, nel caso venisse sottoscritta una convenzione per un punto vendita, il quale indirizzo non risulta tra gli elenchi dei centri ottici associati a Federottica nazionale, l'assicurazione non procederebbe con la liquidazione di eventuali sinistri con tutte le conseguenze del caso. **Per ogni centro ottico con diverso indirizzo, è poi necessario sottoscrivere un modulo specifico di adesione alla convenzione assicurativa.**

POSSO ASSICURARE COME RC ANCHE IL MIO STUDIO PROFESSIONALE?

Certamente. Fatto salvo quanto riportato sopra, è possibile assicurare anche lo studio professionale.

ENTRO QUANDO DEVO DENUNCIARE UN FURTO CON DESTREZZA?

Entro 24 ore dal sinistro subito.

LA CONVENZIONE COPRE I DANNI CATASTROFALI?

L'articolo 1, commi 101 -112 della legge 30 dicembre 2023 n. 213 ("*Bilancio di previsione dello Stato per l'anno finanziario 2024 e bilancio pluriennale per il triennio 2024-2026*", c.d. "Legge di Bilancio") ha introdotto, a partire dal 31 dicembre del corrente anno, l'obbligo per le imprese con sede legale in Italia di stipulare contratti di assicurazione a copertura dei danni ai beni cagionati da calamità naturali ed eventi catastrofici verificatisi sul territorio nazionale.

Al netto di eventuali aggiornamenti tramite decreti del Ministro dell'Economia e delle Finanze e del Ministro delle Imprese e del Made in Italy, con il quale possono essere altresì stabilite ulteriori modalità attuative e operative degli schemi di assicurazione, la convenzione anticipa e già contempla questa copertura.





Federottica
Associazione Federativa Nazionale
Optici Optometristi

La Federottica, Associazione Federativa Nazionale degli Optici Optometristi italiani, è la più importante e rappresentativa organizzazione dei professionisti del settore ottico e optometrico che, senza fini di lucro, si occupa delle problematiche generali che riguardano i settori professionale, sindacale, organizzativo, di marketing, ecc, inerenti l'ottica e l'optometria. La segreteria di Federottica è a disposizione per rispondere a qualsiasi richiesta di informazioni sulle attività dell'associazione e sulle modalità per associarsi. Inoltre fornisce indicazione sui servizi erogati agli associati oltre ad occuparsi della gestione documentale.

FEDEROTTICA STRUTTURA E CARICHE

Andrea Afragoli (Presidente)

Michele Schirone (Vice Presidente Sud Italia e Isole), **Marco Lollini** (Vice Presidente Centro Italia),

Marco Benedetti (Vice Presidente Nord Italia),

Stefano Bertani (Segretario generale), **Marco Barajon**, **Daniele Da Lan**,

Antonio Greco, **Bruno Maestrelli** (Componenti di Giunta)

NUMERO UNICO FEDEROTTICA NAZIONALE: 02.3491708

Lunedì al Venerdì - dalle 9.30 alle 13.00 e dalle 14.30 alle 17.00

Attraverso un semplice menù è possibile scegliere quale ufficio contattare:

1 - Segreteria Federottica (segreteria@federottica.org)

e **Segreteria dell'Albo degli Optici Optometristi** (albo@federottica.org)

2 - Redazione di Ottica Italiana (redazione@optoservice.info)

WWW.FEDEROTTICA.ORG



Federottica
Albo degli Optici Optometristi



Federottica

**Federottica Aderisce alle seguenti
organizzazioni nazionali e internazionali**



Informativa ai sensi dell'art. 13 Regolamento UE 2016/679 - Federottica/AdOO

Si informano tutti gli associati, i clienti e gli operatori del settore, che hanno rapporti diretti con la Federottica e/o l'Albo degli Optici Optometristi, che il Titolare del trattamento dei dati personali è Federottica, con sede operativa in via A. Raimondi, 10 20156 Milano. Per qualsiasi necessità in materia di trattamento dei dati personali lei potrà contattare via e-mail il Presidente pro tempore all'indirizzo PEC federottica@pcert.it. I dati sono trattati anche con strumenti informatici da personale autorizzato dal Titolare esclusivamente per gestire e rispondere alle varie richieste pervenute (trattamento necessario all'esecuzione di misure precontrattuali adottate su richiesta dell'interessato), non saranno comunicati a terzi e saranno conservati per il tempo necessario a tale gestione. Gli interessati potranno esercitare i diritti previsti dal Regolamento UE 2016/679 in materia di rettifica, cancellazione, blocco, portabilità dei dati. **Le informative, per ogni tipologia di trattamento, sono riportate per la consultazione sul sito www.federottica.org/privacy.**

I NOSTRI INSERZIONISTI

copertina	azienda	azienda	inserto
I di copertina	Jet Set Group	Orange Media Group	32/A
II di copertina	Optoservice		
III di copertina	Optoservice		
IV di copertina	Dfs Informatica		

azienda	pagina	azienda	pagina
Adoo	33	Jet Set Group	29
Bludata Informatica	71	Key Optical Europe	19
Blunava	85	Mido	54, 55
Carl Zeiss Vision	75	Nikon	79
EssilorLuxottica	2, 23, 61, 99	Optoservice	10, 64, 65, 83
Eticamente	104, 105	Polar	3
Federottica	1, 77	Polyoftalmica	8
Fluxus	11	SEL Optical Divisione Oftalmica	4
Galileo	49	Shamir	27
Istituto Zaccagnini	92	Stepper	41
Italiana Assicurazioni	106	Thelios	37
Ital-lenti	15	Tutornet	103

pubbliredazionale	pagina
Informando by Jet Set Group	48

OTTICA
ITALIANA

OPTOSERVICE

Diventa nostro inserzionista

Sui media Optoservice è possibile acquistare degli spazi pubblicitari per promuovere prodotti e servizi. Per Ottica Italiana, Indi-Eyewear, Il giornale di Expo Ottica Sud, il sito Ottica-italiana.it, la newsletter di Ottica Italiana, il sito Federottica.org, il Congresso Nazionale Adoo, Ottica Italiana TV e la Rivista Italiana di Optometria, è possibile richiedere il relativo materiale informativo e un preventivo dettagliato e personalizzato.

Per la pubblicità

Per consultare il media kit di tutti i nostri media, ricevere periodicamente i nostri aggiornamenti e l'alert via e-mail, oppure essere contattati per una semplice valutazione di una campagna pubblicitaria, contattare:

Optoservice Srl - tel. 02.3491708 - email commerciale@optoservice.info

MEDIKIT.OPTOSERVICE.INFO

Comunicazione importante

La Redazione di Ottica Italiana si riserva la facoltà di selezionare il materiale pervenuto (comunicati, foto, campioni, supporti audiovideo, ecc.), di utilizzarlo, modificarlo e adattarlo alle esigenze editoriali e alle disposizioni di stampa, nel rispetto dei codici deontologici e di regolamentazione giornalistici. Il materiale pervenuto non viene restituito. È vietata la riproduzione, anche parziale, di quanto pubblicato nella rivista senza preventiva autorizzazione dell'editore Optoservice srl.

Per la generazione dei contenuti potremmo impiegare sistemi di intelligenza artificiale in modo meramente strumentale e ausiliario (ad esempio: correzione linguistica, riformulazione, sintesi, ottimizzazione redazionale e tecnica dei contenuti). L'utilizzo dell'IA non sostituisce la competenza professionale né il processo decisionale umano, che restano di esclusiva titolarità degli autori. Tutti i contenuti sono revisionati, validati e approvati da persone umane prima della pubblicazione. Quando rilevante per la corretta informazione all'utente, cioè nel caso di contenuti prodotti che potrebbero condizionare il rapporto di fiducia in essere, i contenuti generati/ottimizzati con IA verranno indicati come tali per assicurare la necessaria trasparenza. Per maggiori informazioni www.federottica.org/notelegali.

**IT'S MORE THAN JUST
SPECTACLES**

Contattaci per entrare nella community

** commerciale@optoservice.info

** redazione@optoservice.info

** indi-eyewear.it



OCCHIO AL DIGITALE

QUANDO LA VISIONE INCONTRA IL WEB

**Da oltre 20 anni
Soluzioni web per
ottici e aziende
Eyewear**

piattaforme web
personalizzate
siti web / e-commerce
web marketing
integrazioni AI



Contattaci per una
consulenza GRATUITA



 **DFSINFORMATICA**
INFORMATION TECHNOLOGY

+39 051 601 3387
info@dfsinformatica.it

www.dfsinformatica.it