

## Assottica, il digitale può avvicinare contattologo e portatore

Sarà uno dei temi trattati in occasione della dodicesima edizione del Convegno dell'associazione confindustriale che riunisce le maggiori aziende italiane produttrici e distributrici di lac disponibile, in programma il 26 e il 27 novembre a Roma, presso l'Ergife Palace



A meno di un mese e mezzo dal Congresso di Monopoli, conclusosi ieri dopo due giornate incentrate sul digital eye strain, si tornerà dunque a parlare di digitale davanti a centinaia di applicatori italiani. Quale significato e quale valore assume questo termine oggi e nel futuro della contattologia, dal punto di vista tecnico-scientifico e della comunicazione? Come può il centro ottico proporre messaggi coerenti che rispondano alle aspettative del consumatore e stimolino la crescita del personal branding? «Sono alcuni degli interrogativi che verranno affrontati grazie soprattutto al contributo di relatori ed esperti in differenti discipline, dalle ricerche cliniche più avanzate alla gestione di nuove strategie di marketing, perché la nostra è un'idea aperta del concetto di innovazione con una visione a 360 gradi, che riguarda sia lo sviluppo nella ricerca sia la crescita del personal branding – commenta in una nota [Paola Rizzetto](#), presidente di Assottica Gruppo Contattologia –

Proporre servizi differenziati, raccontare se stessi e il proprio lavoro, valorizzare la propria reputazione, coinvolgere i clienti diventano strategie fondamentali per il successo del centro ottico. Durante il Convegno individueremo, con un approccio concreto e realistico, strumenti e soluzioni disponibili».

Come di consueto il programma prevede una plenaria, che avrà luogo nella giornata di domenica 26 novembre, durante la quale si alterneranno sul palco i relatori Andrea Cappellini, ottico ed esperto in formazione, Paolo Fasan, specializzato in contattologia, Veronica Gentili, esperta in Facebook marketing, Elena Garcia Rubio, optometrista spagnola, Patrick J. Caroline, docente presso la Pacific University College of Optometry di Forest Grove, in Oregon, e Brian Tompinks, past president di Bcla. Interverrà anche Nicola Porro, noto giornalista televisivo e della carta stampata. L'evento sarà moderato da Roberto Rasia Dal Polo, comunicatore e formatore. L'obiettivo del tema trattato è dimostrare «che nel settore della contattologia le distanze tra presente e futuro si sono azzerate, che una maggiore consapevolezza e un appropriato utilizzo delle tecnologie digitali non allontanano umanamente il contattologo dal portatore, ma, al contrario, come un amplificatore permettono di ascoltare più da vicino le emozioni dei clienti e come un megafono lo aiutano nel divulgare il messaggio», sottolinea la nota. Lunedì, invece, si terranno i corsi per i contattologi interessati, con Rubio, Tompinks ed Eric Papas, ricercatore australiano.

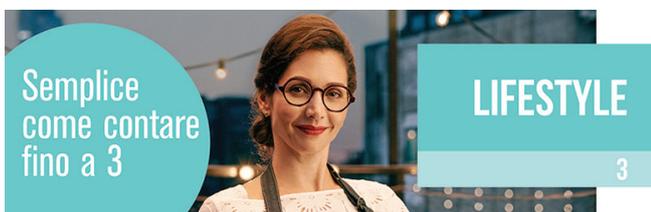
Il Convegno Assottica, inoltre, presenterà e discuterà i risultati di un'indagine ad ampio raggio rivolta ai contattologi di tutta Italia. «A novembre 2016 si è conclusa la ricerca "Contattologia: comunicazione e prospettive di business" che ha avuto come obiettivo primario raccogliere suggerimenti per sviluppare iniziative concrete ed efficaci che rispondano alle esigenze di contattologi e ametropi, con lo scopo finale di favorire l'incremento del bacino dei portatori di lenti a contatto», aggiunge il comunicato (nella foto, un momento della plenaria durante l'ultima edizione del Convegno, che si è tenuto nel novembre 2015).

## Tonino Lamborghini trova casa a Volta Mantovana

Dopo un lungo peregrinare tra diversi licenziatari l'azienda bolognese di accessori ha siglato un accordo di licenza quinquennale con AVM 1959, che partirà dal gennaio 2018

La Tonino Lamborghini è stata fondata nel 1981 dall'omonimo erede della famiglia Lamborghini: la sua gamma di prodotti comprende orologi, occhiali, cellulari, profumi, complementi d'arredo, abbigliamento, accessori sportivi, prodotti beverage, hotel a 5 stelle, caffè lounge a marchio, oltre naturalmente agli occhiali. L'accordo di licenza worldwide con la società lombarda subentrata alla Allison di Padova prevede la produzione e la distribuzione di occhiali da sole e da vista a marchio Tonino Lamborghini.

«La nuova linea Tonino Lamborghini Eyewear, in calendario per la primavera estate 2018, avrà un posizionamento alto e si ispirerà a valori condivisi dalle due aziende partner – si legge in un comunicato congiunto - Le collezioni saranno distribuite in tutto il mondo nei più prestigiosi negozi di ottica, in canali fashion multimarca e nei più esclusivi department store».



Nei Centri Ottici dal 23 ottobre

HOYA

## GrandVision: per il 77% degli automobilisti la visione non è prioritaria

La catena di ottica ha avviato la seconda fase della campagna di sensibilizzazione lanciata per rendere i consumatori più consapevoli dell'importanza di vederci bene al volante



La ricerca Vista e Guida Sicura 2017, condotta in collaborazione con l'oftalmologo lombardo Andrea Giani, ricercatore presso la scuola di specializzazione dell'Università degli Studi di Milano-Dipartimento di Scienze Biomediche e Cliniche Luigi Sacco, ha finora interessato un campione di oltre 1.500 intervistati per fotografare le abitudini e identificare le principali difficoltà visive riscontrate durante i momenti di guida. «Il risultato sorprendente è che il 77% degli automobilisti non considera vederci bene una priorità quando entra in auto e il 26% non effettua un controllo visivo dal proprio oculista da oltre due anni», si legge in una nota di GrandVision Italy.

Secondo quanto messo in luce dall'indagine realizzata dall'Istituto Edra, infatti, «prima di accendere il motore, i passi che gli italiani effettuano per sentirsi sicuri sono: verificare di aver allacciato le cinture (47%), seguito dal check sull'assetto dell'auto (27%) e solo all'ultimo posto verificare di essere nelle condizioni migliori per vederci bene (23%), ossia avere con sé accessori

fondamentali per la propria vista come occhiali correttivi, occhiali da sole e gocce idratanti in caso di portatori di lenti a contatto», prosegue il comunicato.

La seconda fase del progetto di GrandVision Italy sta ora continuando tramite il sondaggio "Vista e Guida Sicura 2017": i consumatori che si recano nei negozi della catena potranno effettuare gratuitamente un test della vista, che include approfondimenti specifici sull'efficienza visiva durante la guida, e potranno partecipare a varie iniziative (nella foto, una di queste: i consigli dell'esperto) e attività sul tema.

## Varilux X Series: dopo il Silmo d'Oro entra in tutti i centri ottici

Importante riconoscimento nella categoria Visione per la nuova lente progressiva che dall'11 ottobre, dopo un periodo di esclusività riservata ai Centri Specialisti Varilux Eyecode e Centri Specialisti Varilux, è accessibile ai portatori presso tutti i partner Essilor

«Con il lancio di Varilux X Series abbiamo compiuto un nuovo passo per soddisfare le necessità visive in continua evoluzione dei consumatori, ponendoli al centro della nostra innovazione – afferma in una nota Alain Riveline, global marketing vicepresidente di Essilor International - I ricercatori Essilor si sono basati su feedback e testimonianze di oltre tremila presbiteri in tutto il mondo per progettare questa nuova gamma di lenti progressive in grado di offrire un'eccellente acuità visiva indipendentemente dall'attività o dalla distanza, in particolare "alla distanza delle braccia". Questo riconoscimento premia sia le lenti sia il nostro modo di innovare e ci invita a procedere ulteriormente in questa direzione».

La conquista del Silmo d'Oro 2017 rappresenta un importante riconoscimento da parte degli addetti ai lavori. Ma una conferma arriva anche dai consumatori francesi che hanno già provato Varilux X Series. «Il 95% tra loro si ritiene soddisfatto nell'utilizzo delle lenti durante lo svolgimento di attività multiple a distanza delle braccia e oltre il 90% afferma di non dover più inclinare il capo per vedere con chiarezza – si legge nel comunicato - I benefici delle lenti Varilux X Series sono anche stati convalidati attraverso una nuova metodologia di test in un ambiente controllato in situazioni di vita reale».



Direttore responsabile: [Angelo Magri](#) Coordinamento redazionale: [Francesca Tirozzi](#) Redazione: [Nicoletta Tobia](#)

Supplemento al 17 ottobre 2017 di b2eyes.com reg. presso Tribunale Milano, n. 292, 17-06-2009 © La riproduzione dei contenuti è riservata



Scarica gratuitamente la **nuova APP di b2eyes TODAY**

Disponibile su APP Store e Play Store.