



Maffioletti compie 30 anni: da insegna familiare a imprenditoriale

Era esattamente il novembre del 1987 quando Sonia e Silvio Maffioletti, dopo gli studi di ottica, aprirono in piazza Emanuele Filiberto, nel quartiere Colognola a Bergamo, il negozio che porta il loro nome: oggi lo staff del centro ottico è composto da otto professionisti, specialisti in varie aree della visione, operativi qui e nel punto vendita avviato a Sarnico nel 2013



«Come attività di famiglia provenivamo da un altro settore, i nostri genitori avevano avuto per cinquant'anni un'orologeria, ma abbiamo intravisto che un'attività artigianale tradizionale in quell'ambito aveva poco futuro perché il settore andava verso l'elettronica: abbiamo preso entrambi il diploma in ottica al Leonardo Da Vinci di Bergamo, che allora si chiamava Istituto Fratelli Calvi, e aperto il nostro centro», racconta a b2eyes TODAY **Silvio Maffioletti**, che appassionatosi sempre più alla professione ha intrapreso, accanto all'attività imprenditoriale, anche quella di docente, prima all'Isso di Milano e poi all'Università di Milano Bicocca, in seguito all'ateneo di Padova e ora a quello di Torino e all'Irsoo di Vinci, dove insegna optometria. La sorella Sonia si

è dedicata, invece, più alla vendita e alla parte commerciale, «aspetto che è altrettanto importante per avere un'offerta differenziata, ampia, aggiornata – commenta il professionista bergamasco - Insegnare ha un valore fondamentale, perché porta ad approfondire gli argomenti da spiegare, a comprenderli molto bene per poi presentarli agli studenti in modo chiaro e sintetico: è un modo per crescere e restare aggiornati continuamente».

Nel corso degli anni, grazie all'impegno dei due fratelli Maffioletti, il lavoro è gradualmente ma continuamente aumentato, così si è reso necessario un potenziamento della strumentazione: nel 1996, il centro ottico bergamasco ha acquisito un nuovo e attrezzato locale nella vicina via Carso, adibendolo a studio professionale. A dicembre 2009 si è poi realizzata un'altra importante evoluzione e il Centro Ottico Maffioletti si è trasformato da società di persone in società di capitali. «Volevamo che la nostra attività potesse proseguire nel futuro e legarsi a un concetto non familiare, ma imprenditoriale - spiega Maffioletti - Della società fa parte dal 2015 anche Gabriele Esposito, che ha iniziato da noi come tirocinante e oggi ha acquisito una significativa parte di responsabilità dal punto di vista commerciale e professionale: abbiamo ora in società una forza giovane con una visione moderna, lungimirante e dinamica, l'ideale in vista di una evoluzione verso il futuro».

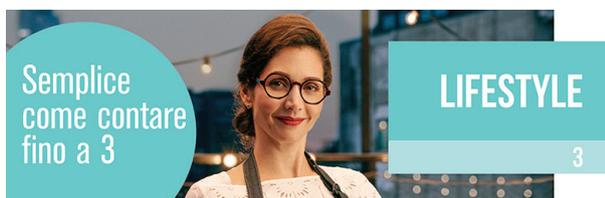
E in occasione del trentesimo anniversario i Maffioletti non hanno voluto organizzare una festa, ma dare continuità proprio all'evoluzione in atto. «Sono in via di realizzazione varie iniziative e procede rapidamente lo sviluppo di un progetto professionale multidisciplinare che condurrà, all'inizio del 2018, alla proposta di nuovi e variegati servizi – conclude Maffioletti - Inoltre, sempre per celebrare il nostro trentennale, abbiamo avviato una raccolta fondi, con altre realtà del territorio bergamasco, a favore del reparto di Chirurgia Pediatrica dell'Ospedale Giovanni XXIII di Bergamo» (nella foto, un dettaglio dell'interno del centro ottico di Sarnico).

Congresso Zaccagnini 2018, focus sul segmento anteriore dell'occhio

La ventunesima edizione dell'evento si terrà domenica 11 e lunedì 12 marzo
presso l'Hotel Savoia Regency di Bologna

Benché il titolo definitivo del Congresso non sia stato ancora ufficializzato, il tema sul quale si focalizzeranno relazioni, dibattiti e tavole rotonde nelle due giornate di lavori sarà il segmento anteriore dell'occhio, che verrà inserito «in una visione più ampia di quella strettamente ottico-oftalmica e verrà contestualizzato con i riflessi dei disturbi di questa componente dell'occhio sulla vita delle persone», precisa un comunicato dell'Istituto Zaccagnini.

Alla struttura formativa bolognese, infatti, ricordano che, come tradizione e Dna di questo appuntamento congressuale, l'evento bolognese «sarà l'occasione di incontro fra specialisti e studiosi di tutte le discipline che si occupano della qualità della salute degli occhi e della visione, con quelli dell'optometria in primo piano e con una larga partecipazione di relatori esteri provenienti soprattutto dalle Università inglesi, con le quali esistono ormai consolidate relazioni – si legge ancora nella nota - Infine un momento di riflessione verrà dedicato alle prospettive della professione, della cultura e dello studio dell'optometria» (nella foto, un momento dell'edizione 2017 del Congresso Zaccagnini).



Nei Centri Ottici dal 23 ottobre

HOYA



La contattologia differenzia ancora?

Alla vigilia di un importante convegno biennale sul tema partono anche le iscrizioni al corso di alta formazione, a numero chiuso, che si terrà all'Università di Padova su questa disciplina



A Roma in questo weekend le aziende di Assottica invitano i loro clienti a una due giorni ricca di suggestioni e di temi caldi. Nell'ottica in questi ultimi 24 mesi ne sono successe di tutti i colori. Ritengo quindi che la Capitale possa essere un banco di prova autorevole del ruolo che la contattologia vuole rivestire nel grande cambiamento in atto. E invito quindi il congressista a porsi questa domanda centrale, indipendentemente dai fuochi d'artificio e dall'operatività dei workshop: come la contattologia di oggi può essere in grado di differenziare il mio centro ottico e distinguerlo dalla massa, cosa che una volta succedeva con le insegne al neon delle "lenti corneali"?

Le risposte a chi si pone veramente questa domanda si potranno trovare sia a Roma sia a Padova. E queste due location non sono alternative, bensì complementari e comunicanti tra loro. Il pacchetto delle lenti ci ha abituato a pensare al segmento indistinto di pubblico al quale si rivolge, all'applicazione facile, all'adattamento veloce, al libero riacquisto, alla compliance salvo complicazioni. Ma i valori elencati sono più patrimonio di un pubblico giovane, soggetti che vogliono tutto e subito senza se e ma. La consacrazione delle lenti a contatto giornaliere per presbinti avvenuta proprio due anni fa in Assottica da parte delle major della contattologia credo che abbia fatto comprendere a molti contattologi, ma soprattutto ai produttori stessi, che il passaggio generazionale dai 20 ai 40 anni necessita di un cambio di rotta.

Tanto sbarazzino è il ventenne quanto attento ed esigente è il quarantenne. La promessa delle aziende che per un'applicazione di successo di una multifocale bastano meno di 15 minuti è un errore grammaticale quanto quello di una lente oftalmica progressiva valida per tutte le distanze e per tutte le condizioni. Il nostro quarantenne, soprattutto il neofita, esce dallo studio con una buona sensazione ma quando inizia a usare la lente, alla guida ad esempio, comprende che non si impara così in fretta. Quindi la nuova contattologia over 40 deve mutare molto da quella classica e dalla sua tradizionale "pazienza". Ma allo stesso tempo, per potersi differenziare veramente, il contattologo deve anche cogliere la modernità dell'approccio del "pacchetto", la contemporaneità dei canali internet. Deve familiarizzare con i social e spettacolarizzare il servizio della contattologia come fosse una targa onorifica. Solo l'incrocio di queste due culture aiuterà il centro ottico a emergere. L'una ha bisogno dell'altro. Soprattutto se l'industria riconoscerà tutti i giorni e non solo ogni due anni il ruolo di chi applica e moltiplica. pillole@nicoladilernia.it

VisionOttica e le "cose che non vogliamo più vedere"

È il messaggio che l'insegna nazionale di Vision Group esprime in occasione della Giornata Internazionale contro la violenza sulle donne, che si terrà domani, sabato 25 novembre

«Secondo l'Organizzazione Mondiale della Sanità, ogni 20 secondi una donna cade vittima di una violenza, eppure il problema tende a restare nell'ombra – si legge in una nota di Vision Group - Sono le persone più vicine alle vittime che devono "aprire gli occhi" e riconoscere ogni campanello d'allarme».

VisionOttica lancia un importante messaggio di solidarietà e denuncia. «Domani i centri VisionOttica si vestiranno di immagini e video a supporto dell'iniziativa, la quale verrà veicolata anche tramite i canali social di VisionOttica - prosegue il comunicato - Il flagship store VisionOttica di piazza Argentina a Milano farà da portabandiera dell'insegna, allestendo le vetrine con un'esposizione simbolica di occhiali rotti accompagnati da una locandina (nella foto) con un messaggio di sensibilizzazione».

