



GIOVEDÌ 2 NOVEMBRE 2017 ANNO VII N. 1465

Roma, la "rivoluzione" di Free Optik

Un ambiente informale dove incontrare alcuni dei principali attori dell'ottica e una "room" per simulare scambi commerciali con le imprese partner: sono stati gli elementi innovativi della convention della cooperativa, che si è svolta il 29 ottobre alla Newton Factory



Quando si parla di cambiamento si deve essere coerenti con se stessi. Per questo alla sua annuale [convention](#), denominata "Change", Free Optik si è messa per prima in gioco davanti ai propri soci e invitati con un format di edu-entertainment del tutto nuovo per il settore. Negli spazi informali di un laboratorio industriale riattato a studio televisivo e contornato da un bancone da bar che ricordava le migliori trasmissioni di Adriano Celentano, il presidente Stefano Mele ha accolto i soci e una platea di colleghi, tra cui il presidente di Argo Vision, Carlo Antonio Bucciarelli, e quello di Vision Adria, Iginio Franceschetto, accomunati dall'essere alla guida di tre cooperative avviate nei primi anni 90 e tuttora in linea con i loro principi di nascita.

Accompagnati dalla regia di Nicola Di Lernia, si sono scambiati il timone le aziende sponsor dell'evento e gli ospiti che lo stesso Di Lernia ha voluto con sé al bancone delle interviste e del caffè: la mattina Dante Caretti e Cristina Frasca, mentori del [DaTE](#), che hanno illustrato il senso della bellezza nella montatura e mostrato progetti e realizzazioni di splendidi store dell'ottica in tutto il mondo; nel pomeriggio Ferdinando Fabiano, editore di questa testata, che ha raccontato i preliminari dell'[incontro](#) a Mido 2017 tra Andrea Afragoli e Matteo Piovella, lanciando l'auspicio che un accordo definitivo tra le categorie possa concretizzarsi entro il prossimo Mido. Ha completato il ciclo delle interviste informali al bar un confronto tra Mele, Bucciarelli e Franceschetto sul futuro delle cooperative.

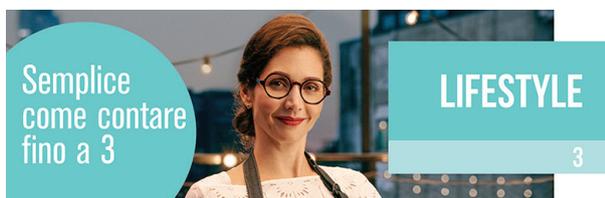
Ma la vera novità della convention è stata la "room": una stanza bianca sullo stile del Grande Fratello, dove i partner commerciali e i soci ottici di Free Optik hanno simulato situazioni di vendita con attori veri che rappresentavano clienti preparati e impegnativi, su temi come le lenti progressive e i trattamenti, l'occhiale di design e di moda o le lenti a contatto multifocali, ad esempio. Le simulazioni, della durata di 5-7 minuti ciascuna, venivano riprese e proiettate in sala (*nella foto*) dove il pubblico poteva osservarle e commentarle. Attraverso la tecnica del "freeze" i conduttori, tra cui l'esperto di comunicazione Antonio Genovesi, congelavano, appunto, i vari soggetti e chiedevano al pubblico commenti e domande aggiuntive da suggerire agli attori. (*con la collaborazione di Nicola Di Lernia*)

Dislessia, una delle cause risiede nell'occhio?

Secondo uno studio condotto da due ricercatori dell'Università di Rennes, in Francia, in chi presenta il disturbo vi sarebbe un punto della retina in cui la distribuzione di alcuni fotorecettori è anomala rispetto ai soggetti che non ne sono affetti

L'indagine è stata realizzata sottoponendo a una serie di test due gruppi di 30 studenti dell'ateneo francese, il primo composto da 19 maschi e 11 femmine con una normale visione binoculare e senza alcun disturbo neurologico, il secondo formato da 12 maschi e 18 femmine con stato visivo e capacità ottiche simili al primo gruppo ma affetti da dislessia. In particolare, stando a quanto pubblicato su *Proceedings of the Royal Society B*, dallo studio è emerso che la piccolissima zona della retina in cui i coni sensibili al blu sono del tutto assenti sarebbe nel gruppo dei soggetti dislessici di forma circolare in entrambi gli occhi, mentre nell'altro gruppo risulterebbe circolare in un occhio e dal contorno irregolare nell'altro. Proprio questa asimmetria nei soggetti non dislessici comporterebbe la dominanza di un occhio rispetto all'altro, in grado perciò di inviare al cervello un segnale tale da permettergli di non "andare in confusione" nella gestione di immagini speculari: ciò non accade nei soggetti dislessici, che invece hanno, tra l'altro, difficoltà a distinguere alcuni grafemi diversamente orientati nello spazio, come ad esempio la "d" e la "b".

Per trattare il problema, gli scienziati hanno utilizzato una lampada a Led, che emetteva flash rapidissimi non percepibili dall'occhio umano mentre i soggetti erano impegnati in esercizi di lettura, per riuscire ad annullare una delle due immagini simili inviate al cervello e ridurre il conflitto. Per verificare l'efficacia di questo metodo saranno comunque necessari ulteriori esperimenti e approfondimenti.



Nei Centri Ottici dal 23 ottobre

HOYA



Nidek, al via in Italia una politica di marchio nell'ottica

E l'obiettivo della R.O.M., la società sanmarinese che dallo scorso settembre ha l'esclusiva della distribuzione di tutta la strumentazione del brand giapponese, per il laboratorio e per la sala refrazione, sul canale dei centri ottici italiani



«Alla luce della nostra esperienza con Nidek abbiamo scelto una politica di marchio, con una quindicina di agenti monomandatari sull'intero territorio nazionale, un numero che potrebbe crescere ulteriormente: oggi Nidek è in grado di fornire potenzialmente a valle tutti i soggetti, dal mega laboratorio al centro ottico indipendente, fino ai punti vendita delle catene, sulla scia della sua realtà in Giappone, dove detiene circa il 70% del mercato dell'ottica – spiega a b2eyes TODAY **Tomaso De Cesare** (nella foto), direttore generale della R.O.M., società controllata dalla famiglia Paolini, attiva in Italia nel settore delle mole da una settantina d'anni – Abbiamo chiuso il 2016 con 8 milioni di euro di volume d'affari, quasi equamente ripartito tra i due comparti, benché i margini di sviluppo maggiori siano soprattutto sulla diagnostica: il nostro obiettivo per il 2017 è consolidare questo risultato, la nostra ambizione quella di essere fornitori di tutto per tutti, cosa che oggi con la maggiore chiarezza che si è creata appare più fattibile».

Da quasi 25 anni, infatti, l'azienda di San Marino ha l'esclusiva per la distribuzione degli strumenti da laboratorio presso i centri ottici italiani, mentre la Nidek Medical di Settimo Milanese la deteneva per la sala refrazione, oltre che per il canale medicale. Nell'ultimo triennio, tuttavia, sul canale ottico si è verificata una sovrapposizione tra le due aziende nella diagnostica, che dal 1° settembre è stata definitivamente cancellata. «Con la Nidek Medical, comunque, ci confrontiamo positivamente, in un'ottica di attenzione al cliente», conclude De Cesare.

Opti, con il Futureshop fa... quattro passi nel futuro

Nella sezione (nella foto, un rendering) ospitata dal nuovo padiglione B4 del salone di Monaco di Baviera, che si svolgerà dal 12 al 14 gennaio 2018, gli ottici potranno sperimentare innovazioni tecnologiche per la refrazione e conoscere le numerose possibilità offerte dalla digitalizzazione per soddisfare ma anche per emozionare i propri clienti, oltre a scoprire un design innovativo del punto vendita

Come già nel 2017 la digitalizzazione nell'optometria e il tema **Optic 4.0** saranno centrali anche nella prossima edizione del salone tedesco, che all'argomento dedicherà pure diversi appuntamenti all'opti Forum, il cui programma sarà disponibile dalla fine di novembre sul sito della manifestazione. Da quest'anno i visitatori potranno avere una panoramica anche sul centro ottico del futuro, che combina il tema dello shop design con quello della tecnologia digitale. Specchi virtuali, sistemi interattivi e display per vetrine e interni, stampanti 3D, soluzioni software, tecnologia d'avanguardia per la consulenza e la refrazione, oltre a un design d'impatto per il centro ottico: sono alcune delle innovazioni che verranno presentate nel Futureshop di opti 2018.



«Le richieste e i desideri dei consumatori stanno diventando sempre più esigenti – commenta in una nota **Bettina Reiter**, project manager di opti - Durante la loro visita a un negozio di ottica specializzato non solo si aspettano elevata competenza, servizio top e le più recenti tecnologie, ma vogliono anche sentirsi bene e vivere un'esperienza unica: è esattamente quello che vogliamo mostrare con Futureshop».

Il Futureshop, per il quale saranno disponibili visite guidate ogni trenta minuti in tedesco e in inglese, è stato sviluppato in collaborazione con ottici, espositori dell'industria ottica, esperti del Zentralverband der Deutschen Augenoptiker und Optometristen, associazione degli ottici e degli optometristi tedeschi, e l'Università di Aalen. L'attrezzatura tecnica per la refrazione e la sala screening proverrà da espositori come Topcon, Zeiss e Oculus, mentre l'azienda specializzata Heikaus Concept si occuperà dell'interior design.