



Zannoni, una vita per l'optometria e la musica

Erano le grandi passioni del professionista di Argenta, la località in provincia di Ferrara in cui viveva e lavorava, improvvisamente scomparso a metà febbraio ad appena 54 anni



«Era un ottico molto preparato, ma anche una persona semplice, alla mano, con un grande amore per il blues e il rock e, naturalmente, per l'optometria: con lui si parlava soprattutto di professione e di musica». Così Andrea Bruno, collega di Potenza, ricorda a b2eyes TODAY **Vittorio Zannoni** (nella foto, tratta dalla pagina Facebook di Ailes), figlio d'arte che aveva rilevato l'attività del padre Giancarlo, scomparso appena pochi giorni prima di lui: Vittorio era alla guida del centro ottico "Zannoni Optometria" di Argenta e nel corso della sua attività ha puntato soprattutto sulla contattologia specialistica. Di lui si ricordano, ad esempio, una foto sulla sindrome corneale recentemente pubblicata su Contact Lens Today e un poster scientifico all'ultimo convegno Sopti, nel gennaio scorso a Firenze, realizzato da Zannoni insieme allo stesso Bruno, a Giancarlo Casini e a Massimo Ferrara su casi clinici per l'applicazione di lenti a contatto. Il professionista emiliano appena scomparso aveva anche sviluppato una tabella di conversione dell'acuità visiva da lontano e da vicino secondo diverse tipologie di notazione, strumento molto utile in un centro ottico.

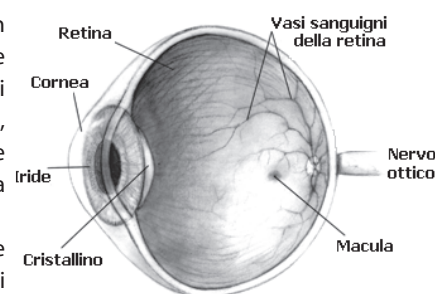
La passione per il suo lavoro lo ha portato a frequentare e a partecipare alle attività della Sopti per diversi anni e, dalla sua recente fondazione, anche a quelle di Ailes, l'Accademia italiana delle lenti a contatto sclerali. «Zannoni era un amico sincero e leale. Una persona ricca di passioni e interessi e con spiccata predisposizione alla socialità. Era anche sostenitore Sopti, sempre presente ai nostri eventi e iniziative con partecipazione attiva e costruttiva. Era dotato di grande curiosità e intelligenza. Studiava e si aggiornava costantemente, anche consultando articoli scientifici con attenzione e con lo spirito critico necessario a comprendere le evidenze scientifiche. Con Sopti, Vittorio stava collaborando ad alcuni progetti e sarà nostra premura concluderli e condividerli a sua ulteriore memoria. Inoltre non mancava di condividere in maniera originale le proprie considerazioni, durante gli aggiornamenti o le discussioni social». Così il consiglio direttivo della Società Optometrica Italiana ricorda al nostro quotidiano il professionista di Argenta. «Una persona schietta, pulita, con uno sguardo spesso accigliato nel seguire in maniera critica e mai pedissequa i ragionamenti, per poi sfoderare un sorriso pieno e aperto - prosegue il ricordo dei vertici di Sopti - Vittorio ci mancherà molto come amico, come collega e come collaboratore. Cercheremo di seguire i suggerimenti che ci ha lasciato».

Rischio cardiovascolare: se a predirlo fosse la retina?

Pubblicata su *Nature Biomedical Engineering* e ripresa da *corriere.it*, la ricerca di Google e di Verily, società statunitense che si occupa di biologia, ha messo a punto un algoritmo in grado di analizzare la possibilità che un individuo venga colpito, ad esempio, da un infarto senza alcuna analisi su un campione di sangue, ma grazie a una scansione del fondo oculare

Attraverso le scansioni della retina, zona ricca di vasi sanguigni, il sistema sarebbe in grado di ottenere informazioni sull'età, sulla pressione e sul vizio del fumo, utili per prevedere problemi al sistema cardiocircolatorio. L'algoritmo è stato perfezionato attraverso dati medici di quasi trecentomila pazienti: grazie alla machine learning, o apprendimento automatico, queste informazioni sono state usate per realizzare dei pattern che collegano alcune evidenze che emergono dalle scansioni del fondo oculare a particolari rischi legati al cuore o alla circolazione.

I ricercatori precisano che il sistema deve essere ulteriormente testato prima di essere utilizzato a livello clinico. L'algoritmo avrebbe comunque dimostrato di funzionare: messo di volta in volta di fronte a due immagini della retina di due diverse persone, è riuscito nel 70% dei casi a individuare chi avesse problemi cardiovascolari. Lo stesso risultato si ottiene con il tradizionale test su campione di sangue. Google punta così a rafforzare le ricerche cui da anni si sta dedicando in ambito clinico, insieme all'algoritmo per l'individuazione dei segnali della retinopatia diabetica.



SEIKO

PRECISION FOR VISION

// THERE'S
NO SUCH THING AS
PRECISION
LIGHT. //





Bisogno, un consulto per tirare fuori... la seconda pelle

Nel suo punto vendita di Salerno l'ottico campano ha recentemente ospitato Skin Identity, evento dedicato a clienti acquisiti e potenziali per valorizzare i punti deboli o ritenuti tali del proprio viso



L'obiettivo era, al di là dell'occhiale, offrire un servizio diverso e fornire una consulenza ai clienti con l'idea di aiutarli a esaltare la bellezza del volto. «Il titolo, Skin Identity (*nella foto, la locandina*), indica proprio questa seconda pelle che bisogna far emergere e risaltare in ognuno di noi – spiega a b2eyes TODAY Massimo Bisogno, titolare anche degli omonimi punti vendita di Baronissi, Roccapiemonte, San Gregorio Magno e Torchiara, tutti in provincia di Salerno – Per questo la consulente Jessica Ciaramelletti ha analizzato diversi aspetti, come trucco, acconciatura, disegno delle sopracciglia, forma e lineamenti, partendo da una domanda molto semplice: cosa non ti piace del tuo viso? Da questa analisi ha tratto anche l'abbinamento con la montatura più adatta per valorizzare la bellezza del volto, solo se però la persona aveva effettivamente necessità dell'occhiale, altrimenti non se ne è nemmeno parlato».

Per comunicare efficacemente l'evento Bisogno ha utilizzato messaggi e telefonate dirette ai clienti, ma soprattutto Facebook, attraverso post che invitavano a prenotarsi telefonicamente. «Nel corso della giornata sono venute una quindicina di persone tra mattina e pomeriggio, per consulenze di circa mezz'ora – conclude Bisogno – Il riscontro è stato positivo e abbiamo deciso di ripetere l'evento ogni due mesi nel nuovo punto vendita di Salerno: è anche un modo per portare più persone in negozio».

De Rigo, i ricavi sfiorano 430 milioni di euro nel 2017

Il dato è frutto di un incremento del 5,5% a cambi costanti rispetto all'esercizio precedente (-1,7% a cambi correnti), determinato soprattutto dalle attività negli Stati Uniti con la neocontrollata Rem

«Siamo molto soddisfatti dei risultati raggiunti (429,5 milioni di euro il fatturato consolidato, ndr) in un anno contrassegnato da grande competitività sui mercati internazionali - commenta in una nota Ennio De Rigo, presidente dell'omonima società di Longarone - Supportato da un'attenta politica di investimenti, garantita da una solida struttura finanziaria, il nostro gruppo continua a dimostrare grande rapidità nelle decisioni strategiche per affrontare con la massima flessibilità i cambiamenti di un mercato in continua evoluzione. Premiante anche la diversificazione nei business retail e wholesale e un'equilibrata composizione del portfolio che comprende sia marchi propri che in licenza».



Il fatturato 2017 della divisione wholesale è, infatti, aumentato dell'8,1% a cambi costanti, raggiungendo i 254,1 milioni di euro, «beneficiando del pieno consolidamento dell'acquisizione nel 2016 del distributore Rem Eyewear negli Usa - precisa il comunicato - Il risultato positivo di vendita è stato ottenuto grazie al contributo importante di vari marchi del gruppo, tra i quali in particolare Carolina Herrera, Furla (*nella foto, alcuni modelli*), Converse». Il fatturato della divisione retail si è assestato a 189,5 milioni di euro, con una crescita del 2% a cambi costanti: l'aumento delle vendite in Spagna realizzate dalla catena controllata General Optica, che ha continuato il suo piano di espansione con sei nuove aperture nel corso dell'anno, ha compensato il calo della catena turca Opmar Optik, «che continua a risentire della situazione economico-politico locale molto instabile e in particolare del crollo della lira turca, che ne ha significativamente ridimensionato il contributo al consolidato», si legge nella stessa nota.

Lo scorso anno il Gruppo De Rigo ha visto il mercato americano crescere del 30%, anche grazie al contributo della nuova, già citata De Rigo Rem a Los Angeles, e la ripresa di quello brasiliano. L'Europa è migliorata dell'1,2% grazie al mercato iberico e alla Germania. In calo dell'11%, invece, l'area medio-orientale e del 12% quella asiatica, in particolare Sud Corea e Giappone. «L'inizio del 2018 si preannuncia positivo con l'avvio della distribuzione esclusiva delle collezioni di Converse anche in Europa, Middle East e Africa», conclude la nota.



Ducati
Eyewear

SCOPRI IN ANTEPRIMA LA NUOVA
COLLEZIONE DI OCCHIALI DUCATI