

Free Optik, un occhiale collega Roma a Brindisi

La cooperativa, che conta oltre duecento centri ottici, lancia Via Appia, una propria collezione vista, disponibile nei punti vendita da circa una settimana



Parte dalla Capitale e giunge sino a Brindisi. La Via Appia è una delle più grandi opere dell'Italia Antica, ritenuta dai romani la regina delle strade. Ora una collezione di occhiali ne trae il proprio nome. «Abbiamo pensato di realizzare per i centri ottici Free Optik una mini linea di montature da vista (*nella foto, un modello*) per distinguerci e per offrire ai nostri clienti qualcosa di nostro – spiega a b2eyes TODAY il presidente [Stefano Mele](#) – Si chiama Via Appia perché i nostri soci si concentrano al 75% fra Lazio e Puglia: la collezione vuole così collegare virtualmente tutti gli affiliati a Free Optik».

I modelli sono made in Italy, realizzati in Cadore da Thema Optical, in acetato. «Tutto è stato selezionato dai nostri soci, dalle lastre alle cerniere - spiega ancora il manager romano – Al momento abbiamo previsto solo il vista: le montature hanno forme e colori classici, dal tartaruga al nero, per essere proposte in qualsiasi stagione». A corredo un packaging studiato ad hoc sui cui è indicata l'intera storia della Via Appia.

Padova: venti ottici hanno "optato" per la formazione

Si è concluso, con gli ultimi due incontri del 26 settembre e del 3 ottobre, il percorso formativo permanente organizzato dal gruppo ottici e optometristi di Opto Per Te all'Ascom locale

Opto Per Te è un gruppo, nato a marzo di quest'anno, che riunisce una ventina di ottici e optometristi di Padova e provincia, aderenti alla Federottica locale: hanno deciso di svolgere un percorso di formazione specifico su tematiche legate all'ottica e alla contattologia, per essere sempre aggiornati e al passo con i tempi. «Abbiamo organizzato una serie di corsi autofinanziati focalizzati su argomenti che riteniamo fondamentali, per fornire una consulenza sempre più qualificata ai nostri clienti – spiega a b2eyes TODAY [Renzo Colombo](#), presidente del Gruppo Ottici Optometristi Federottica di Ascom Padova – Nell'arco di quest'anno abbiamo tenuto sei incontri, dedicati, ad esempio, alla contattologia, alla refrazione e all'ipovisione». Durante il penultimo corso Maurizio Gismondi, medico oculista, ha trattato le tematiche connesse alla retina e alle sue patologie con alcuni brevi cenni sulla riabilitazione visiva. «L'obiettivo non era certo quello di imparare a fare diagnosi, ma di capire l'importanza delle patologie retiniche, in particolare della maculopatia: comprendere quali sono i segnali, le problematiche riferite e i campanelli d'allarme che ci devono spingere a inviare subito dall'oculista il cliente, perché spesso questi si reca da noi per primi quando ha un calo di vista», commenta Colombo.



Per l'ultimo appuntamento formativo (*nella foto, una fase dei lavori*) si è invece affrontato il tema degli «aspetti tecnico-pratici di ipovisione dal punto di vista ottico optometrico, con Sonia Carletti, ottica e optometrista, che ha parlato di ipovisione, ausili e calcolo della correzione, mentre Elisa Bambini, specializzanda in oftalmologia, ha illustrato le principali patologie che causano ipovisione dall'infanzia sino all'età più avanzata», si legge in una nota di Ascom Padova. «In questo incontro - conclude Colombo - abbiamo messo in luce il ruolo importante che noi ottici e optometristi possiamo avere nella fornitura, nel calcolo e nel consiglio dell'ausilio visivo per la correzione dell'ipovedente, sempre una volta che è stata diagnosticata la malattia, è stato determinato il calo del campo visivo e in collaborazione con il medico oculista».

Gli appuntamenti con la formazione del gruppo Opto Per Te, che ha realizzato un proprio sito web, una pagina Facebook e ha anche approntato del materiale informativo per far conoscere al cliente finale questa attività di continuo aggiornamento, riprenderanno il prossimo anno.



Invu: un sole speciale per aiutare Sightsavers

Il marchio di montature di Swiss Eyewear ha ideato la linea di sunglasses "I wear red": parte del ricavato andrà all'associazione no profit che sostiene persone cieche o ipovedenti



**BUY INVU RED
GIVE THE GIFT OF SIGHT**
FOR EVERY PAIR OF INVU RED YOU BUY
WE GIVE A CHILD PRESCRIPTION GLASSES

Sightsavers

INVU I WEAR RED

Prevenire la cecità evitabile e restituire la vista è uno degli scopi dell'associazione di charity internazionale Sightsavers. «Al fine di sostenere Sightsavers a raggiungere questo obiettivo e per aumentare la consapevolezza del lavoro svolto per aiutare le persone con disabilità visiva – si legge in una nota di Swiss Eyewear Group - Invu ha lanciato la collezione di occhiali da sole dedicata "I wear red". Per ogni paio venduto l'azienda elvetica donerà 1,50 sterline (pari a circa 1.67 euro, ndr) a Sightsavers, cifra sufficiente per fornire un paio di occhiali a un bambino, dandogli il dono della vista».

Gli occhiali "I wear red" sono equipaggiati con le lenti ultra polarizzate del marchio e venduti a un prezzo di 60 euro nei negozi di ottica in tutto il mondo (nella foto, la locandina dell'iniziativa).

«Attraverso la collaborazione con Sightsavers – commenta nel comunicato Jerry Dreifuss, ceo di Swiss Eyewear Group - vorremmo aiutare il maggior numero possibile di bambini e riportare il focus sul vero valore dell'industria ottica: contribuire al dono della vista».

Hoya: con il Programma Junior raddoppia il benessere visivo

Lanciata circa un mese fa, l'iniziativa dell'azienda oftalmica sta raccogliendo i primi frutti sul mercato interno, grazie ai benefici riscontrati dal target di riferimento e all'immediata argomentazione di vantaggi concreti per le esigenze dei più e meno giovani

A fronte dell'acquisto di lenti antiriflesso della nuova gamma Junior è possibile per il centro ottico proporre vantaggi esclusivi per un altro occhiale, che può essere di scorta, per far fronte subito a eventuali rotture dell'occhiale, per cambio diottrie, per naturali cambi di poteri durante l'anno o, ancora, per utilizzi diversi, ad esempio a scopo protettivo da raggi Uv o luce blu.

«Gli ottici che stanno utilizzando l'opportunità hanno capito appieno le sue potenzialità – spiega in un comunicato Anna Maria Nicolini, marketing manager di Hoya Italia - I benefici per i genitori sono chiari e risolvono necessità reali».

Hoya offre la possibilità di comunicare al pubblico il Programma Junior con iniziative e supporti dedicati, aumentando così la notorietà del centro ottico sul territorio. «Stanno avendo molto successo i post sui social, le campagne di email e gli sms 2.0 per attirare le famiglie nei centri ottici: viene molto apprezzata, quindi, la possibilità di comunicare in modo efficace ai loro clienti, anche con mezzi più moderni – afferma la manager - Il Programma Junior è disponibile su lenti che soddisfano lo stile di vita dinamico e digitale dei più giovani, per correggere tutti i difetti visivi, offrire protezione da graffi e sporco, dai raggi Uv e dalla luce blu».

La gamma è completata dalla tecnologia fotocromatica Hoya Sensity, che si rivolge anche a un pubblico abitualmente meno sensibile alle lenti dinamiche (nella foto, la Junior Card).



L'OCCHIALE GIÀ PRONTO
PER UNA VISIONE CORRETTA
DA VICINO E INTERMEDIO

