

Milano, un polo formativo per tutte le figure del centro ottico

«L'iniziativa è il frutto dell'impegno degli ultimi due anni del gruppo Formazione e Università di Federottica Milano Acofis che, con il contributo del presidente Zannardi, si è adoperato per ricontattare le scuole sul territorio milanese e farle interagire tra loro, considerarne le specificità e di conseguenza, in base alle richieste degli studenti e del settore, avanzare proposte per farle lavorare insieme e migliorare il servizio», spiega a b2eyes TODAY Gabriella Pagani

Il Polo Formativo Milanese in Ottica e Optometria è formato da Università Bicocca, Istituto Galileo Galilei, Centro Formativo Quarenghi e Federottica Milano Acofis. «Il nostro è un mercato che ha ampie necessità e da subito ci siamo mossi per individuarle – afferma Gabriella Pagani, responsabile Formazione e Università per Federottica Milano Acofis - Il primo grande lavoro svolto è la convenzione, per quanto riguarda l'esame abilitante alla professione di ottico, tra l'Università Bicocca e il Galileo Galilei. Quest'ultimo è stato nel 2015 da noi supportato nell'ottenimento del riconoscimento per poter eseguire l'esame abilitante nella propria sede, non più possibile presso la scuola comunale di via Quarenghi. La prima sessione d'esame è stata svolta a ottobre. Ora gli studenti che terminano il corso di laurea in Ottica e Optometria di qualsiasi università statale italiana possono sostenere l'esame presso l'Istituto statale di via Paravia».

Grazie alla convenzione con l'Università Bicocca, i corsi di preparazione per l'esame abilitante destinati agli studenti di questo ateneo verranno, invece, svolti nel centro di via Quarenghi, non più sede di esame abilitante dall'anno scolastico 2015-2016, dopo che gli ultimi ottici si sono diplomati nel giugno scorso. «Siamo intervenuti, avanzando delle proposte alternative – continua Pagani – Innanzitutto siamo riusciti a tenere aperta in modo permanente una struttura che ha laboratori, macchinari e strumentazione di livello, oltre che validi docenti che hanno formato ottici per tanti anni. Abbiamo riconvertito le necessità: oltre al corso preparatorio all'esame abilitante, ne è stato istituito uno comunale di 500 ore per addetti alle vendite nell'ottica, che è partito nell'ottobre scorso». Si tratta di un corso specifico per quanti non hanno la necessità di diventare ottici ma vogliono una specializzazione nel settore. «Sono figure molto richieste nei centri ottici, perché vendere una montatura non è come vendere una merce qualsiasi, è un ausilio visivo sanitario, per cui assumere una persona competente in materia risulta molto vantaggioso». A partire dal prossimo ottobre a questo si affiancherà, sempre nella scuola di via Quarenghi, un nuovo corso, più breve, per informatore tecnico nel settore ottico. «Si tratta di corsi modulari flessibili, studiati anche per chi già lavora - conclude Pagani - Così ora all'interno del Polo siamo in grado di formare qualsiasi figura serva nel centro ottico».

Dai Optical, due debutti a Mido: Cromocolor e Safer

La prima è una lente definita fotofashion, la seconda è una lente bianca a elevata protezione: saranno le novità dell'azienda di Molfetta al salone milanese, insieme alle sue nuove app

Blue, pink e purple sono le originali tonalità delle nuove Cromocolor (nella foto) di Dai Optical, che, come si legge in una nota della società pugliese, «si scuriscono e si schiariscono automaticamente in base all'alternanza di luce e buio, sole e nuvole, giorno e notte: possono essere indossate, quindi, tutto il giorno sia in ambienti chiusi sia all'aperto e sono disponibili in tutte le geometrie». Roberto De Gennaro, amministratore delegato di Dai Optical, spiega a b2eyes TODAY che si tratta di una proposta originale per coloro che amano indossare lenti in linea con le tendenze moda. «Con un'intensità massima di colorazione del 40% le Cromocolor non vogliono essere un'alternativa né ai filtri solari né al fotocromatico, bensì una soluzione adatta a chi ama colorazioni nuove e d'impatto», dice De Gennaro.

Insieme alle Cromocolor a Mido Dai Optical presenterà in anteprima Safer: commercializzata a partire dal prossimo aprile, è una lente bianca che, a detta dell'azienda pugliese, garantisce una protezione sino a 420nm. «La lente agisce come un vero e proprio schermo che respinge la luce nociva proteggendo l'occhio senza aver bisogno di alcun trattamento antiriflesso – precisa la stessa nota di Dai Optical - Safer blocca il 100% dei raggi UVB e UVC, il 99% degli UVA e abbatte al 55% la trasmissione luminosa nociva, cioè la cosiddetta luce blu».



Presbiopia 10 e lode: un libro in itinere, un evento a tre voci

Il Mido, si sa, è uno spartiacque nel mondo dell'ottica. Molto nasce e muore all'interno di questa unica manifestazione. Mido è il Capodanno dell'ottica con tutti gli auspici buoni del caso



Per questo il 27 febbraio, alle 13, proprio al Mido, presso l'OttiClub, cercherò di cogliere un elemento essenziale del mercato dell'ottica e delle lenti, presentando il mio ultimo libro, insieme a FGE. In un elegante formato A4 di 112 pagine, ricco di colori, foto e miei appunti, è una sorta di guida a un percorso necessario per il business futuro dell'ottica: l'eccellenza nel segmento della presbiopia, il mercato over 40, il 50% in quantità e ben oltre in valore del fatturato di un ottico, per non parlare della redditività. E un titolo così non poteva non prevedere al mio fianco che la partecipazione di due illustri docenti: Giancarlo Montani e Gianmario Reverdy. Ho chiesto loro di partecipare dopo alcuni momenti trascorsi insieme in convegni che ci hanno visto protagonisti proprio su questo argomento. E da loro ho trovato la sana dose di consenso e critica che mi auguro produrranno anche sabato, quando saranno coinvolti negli argomenti del mio libro-guida, nei sessanta minuti che il Mido e il programma Vision up-to-date ci dedicano, durante i quali entrerà nel vivo del pensiero-azione del libro. Vi proporrò il succo di ben 10 mega pillole di riflessione sul mercato over 40 e vi porterò a disegnare una vetta ideale per raggiungere un grande traguardo: la lode in presbiopia (intesa come mercato) e l'eccellenza nella gestione del suo business.

Così tanto in così poco tempo? Certamente questo intervento vuole essere un lampo nella vostra visione dell'ottica, ma dopo il grosso del lavoro spetterà a voi. "Presbiopia 10 e lode" (nella foto, la copertina) è un libro in itinere: la prima edizione conserva i fermenti di una rivoluzione in atto, ma in quelle successive ne racconterà la gestazione, la formazione e, mi auguro, il successo. pillole@nicoladilernia.it

Pettazzoni: nessuna offerta al mondo come a Mido

Secondo il vicepresidente di Anfao, il livello espositivo della rassegna di Fieramilano Rho non ha pari riscontro in altre manifestazioni del settore su scala mondiale. «Di conseguenza l'ottico italiano può beneficiare del grande vantaggio di avere in casa una mostra di questa portata», dichiara a b2eyes TODAY

Montature fashion e di design, oftalmica e strumentazione: sono tanti i motivi che inducono a visitare Mido. Così, quasi alla vigilia della fiera, che prenderà il via sabato con più di 1.200 espositori, **Paolo Pettazzoni** (nella foto) mette a fuoco i punti di forza della prossima edizione. «Quest'anno è stato dato ancora più spazio alla creatività, avendo aggiunto a Mido Design Lab e Lab Academy anche lo spazio More! – sottolinea l'imprenditore bolognese – Non è un fatto da poco, visto che l'offerta creativa è affidata spesso a eventi di nicchia o locali, mentre a Mido risulta ampia ed esauriente».

Ma l'ottico italiano che viene a Milano cerca anche le novità in fatto di tecnologia. «Le aziende specializzate nella strumentazione per il centro ottico sono tuttora convinte della validità di Mido come vetrina per i professionisti della visione – ricorda Pettazzoni – Ed è significativo in questo senso anche il ritorno in fiera di quasi tutti i maggiori player delle lenti oftalmiche». In qualità non solo di vicepresidente Anfao e Mido, ma anche come imprenditore dell'oftalmica, Pettazzoni si è particolarmente speso nell'ultimo biennio perché anche il padiglione dedicato alle lenti avesse pari dignità degli altri e un'identità ben precisa. «Così l'organizzazione ha investito molto, dall'anno scorso è stata creata una piazza dedicata all'offerta oftalmica, che è stata apprezzata dai visitatori e dagli espositori, i quali si sono resi conto che una vera alternativa alla visibilità garantita da Mido non esiste». Anche questa è una ragione in più per i buyer nazionali che visitano il salone. «Tra Mido e l'ottico italiano si sta ricreando un rapporto di attenzione e fidelizzazione, grazie anche a iniziative di successo come i treni gratuiti, che oggi riguardano ben tre tratte, ma pure con le preregistrazioni online: un sistema semplice e veloce che sta alimentando l'interesse sia dei clienti di casa nostra sia di molti operatori esteri», sottolinea ancora Pettazzoni.

