



MERCOLEDÌ 7 OTTOBRE 2015 ANNO V N. 1006

Milano: ottici e oculisti per i test visivi a Exposalute

L'iniziativa promossa dalla Regione Lombardia coinvolge esperti e operatori dei vari ambiti della sanità, si pone l'obiettivo di inviare un messaggio ai cittadini sull'importanza della prevenzione e dell'adozione di stili di vita corretti e si occuperà anche di visione



Anche Federottica Milano Acofis ha deciso di prendere parte a Exposalute e lo farà in una data significativa: domani, 8 ottobre, Giornata Mondiale della Vista. Gli ottici optometristi della territoriale, in collaborazione con la Fondazione Retina 3000 Onlus, presieduta da Alfredo Pesce, direttore della divisione di Oculistica dell'ospedale di Melegnano, saranno infatti presenti a Milano con uno stand dedicato in piazza Città di Lombardia, sede della Regione, dove effettueranno una serie di test visivi. Grazie all'iniziativa rivolta al territorio "Proteggi la tua vista - La salute dei tuoi occhi dipende anche dal tuo stile di vita" (*nella foto, la locandina*) i cittadini potranno così sottoporsi a un primo controllo preventivo sia per i difetti visivi sia per le patologie retiniche. «Ottici optometristi e oftalmologi che collaboreranno, ognuno con le proprie competenze, per effettuare dei test in questo spazio per offrire un servizio di prevenzione, sotto l'egida di Regione Lombardia, è un fatto molto importante, così come lo è il fatto che in questo mondo legato a Expo finalmente l'ottica sarà presente – commenta a b2eyes TODAY Renzo Zannardi, presidente di Federottica Milano Acofis – In questa occasione si affiancheranno, dalle 9 alle 18, specialisti di entrambe le discipline per sottoporre ai test i cittadini che lo vorranno, cui distribuiremo anche dei pieghevoli informativi sulle principali malattie della retina, sulla prevenzione delle maculopatie e sui problemi visivi».



Sponsor unico dell'iniziativa è Oftalmica Galileo Italia. «Siamo orgogliosi di sponsorizzare un evento internazionale come la Giornata Mondiale della Vista – si legge in una nota della società milanese - Alla base di ogni nuovo prodotto e innovazione di gamma Galileo pone sempre la salute e il benessere visivo del portatore: per questo il reparto Ricerca e Sviluppo dell'azienda, parte del gruppo multinazionale Bbgr, è orientato allo sviluppo di tecnologie costruttive e trattamenti antiriflesso di qualità premium».

Giornata Mondiale della Vista: Cdv a Matera e Lorenzin a Roma

Domani Commissione Difesa Vista organizzerà un meeting nel capoluogo lucano presso Palazzo Bernardini, mentre Iapb ha in programma una conferenza stampa in Senato

Quest'anno Commissione Difesa Vista ha scelto Matera (*nella foto*), la città dei Sassi e patrimonio mondiale dell'Unesco, per celebrare la Giornata Mondiale della Vista. All'incontro saranno presenti nomi noti del settore e rappresentanti delle autorità locali e del ministero della Salute. Modererà i lavori Vittorio Tabacchi, presidente di Commissione Difesa Vista, che introdurrà il Tour della Vista, partito il 2 ottobre. A seguire Domenico Lacerenza, direttore responsabile dell'unità operativa di Oculistica presso il Presidio Ospedaliero di Venosa, tratterà il tema della prevenzione oftalmologica nella prima infanzia. Carlo Sborgia, direttore della Clinica Oculistica del Policlinico di Bari e dell'unità operativa di Oftalmologia, spiegherà l'epidemiologia e della prevenzione delle malattie oculari dell'adulto e la pericolosità dei raggi UV per gli occhi. Domenico De Stefano, consigliere nazionale di Federottica, parlerà degli occhiali da sole, da strumento di protezione a oggetto di design, mentre Gianni Vetrini di Barberini discuterà dei filtri di ultima generazione per la protezione dai raggi UV.



Sempre domani, è prevista presso il Senato una conferenza stampa di Iapb, l'agenzia internazionale per la prevenzione della cecità e promotrice della Giornata Mondiale della Vista insieme all'Oms, cui si prevede la partecipazione del ministro della Salute Beatrice Lorenzin. Inoltre, in 74 città saranno allestiti gazebo informativi, dove saranno distribuiti degli opuscoli e un simulatore delle quattro principali malattie oculari in età adulta: glaucoma, retinopatia diabetica, cataratta e degenerazione maculare legata all'età. In una ventina di città si svolgeranno anche check up oculistici gratuiti principalmente a bordo di unità mobili oftalmiche.



Scopri la nuova gamma di lenti Progressive ZEISS.





MERCOLEDÌ 7 OTTOBRE 2015 ANNO V N. 1006

Quanto conta lo standing nella vendita professionale e di bellezza

Il recente Silmo di Parigi e gli imminenti eventi come il DaTE di Milano e il Design Your di Bari mi inducono a una riflessione: gli addetti alle vendite nell'ottica sono o saranno in grado di trasmettere tutti i valori di innovazione, tecnologia e qualità insiti nelle soluzioni visive e nel suo accessorio principe, l'occhiale?

Due esempi su tutti per chiarirci le idee e, nel caso, passare all'azione. La tecnologia nel mondo dell'oftalmica sta facendo passi da gigante. Al Silmo Essilor ha presentato Nautilus, una maschera che simula la visione ottimale con lenti specifiche e minimizza quella con lenti "normali". [Nautilus](#) potrebbe presentarsi come una playstation intelligente per ottici o addetti che vogliono convincere il cliente con i suoi stessi occhi del valore delle lenti top. Ma quanti lo sapranno approcciare e proporre in maniera adeguata al pubblico?

Un pavimento anomalo in uno stand di lusso di un'azienda italiana e precisamente altoatesina, la Hera di Vandoies, in provincia di Bolzano. Fanno per l'appunto pavimenti in legno con finiture in argento per i paesi arabi. Hanno creduto utile passare la loro eccellenza anche al mondo dell'occhiale presentando al Silmo una montatura in legno con finiture in oro e argento. A detta loro oltre 80 passaggi sono necessari per poter realizzare un occhiale che ha un prezzo al pubblico che si avvicina più ai 1.000 che ai 500 euro.

Sapranno i nostri eroi al banco comunicare questi valori del lusso? La mia non è una domanda che parte dal nulla. Recentemente ho constatato per una grande azienda dell'oftalmica quanto valore informativo tra lo studio e il banco venga sperperato a svantaggio di una vendita professionale di qualità. In sostanza l'ottica, anche quella di piccole dimensioni e numero di occupati, soffre la cosiddetta sindrome del "telefono senza fili". Un gioco che da piccoli ci metteva tutti seduti su un muretto a scandire una parola come "patata" all'inizio della coda, per vederla storpiata in "sgamata" nell'ultimo di noi che doveva pronunciarla. Ogni domanda, riflessione, constatazione in queste pagine deve avere quantomeno una prima risposta. La mia sta nella parola "standing". Non può esistere una grande vendita senza un grande venditore che si nasconde dietro una grande persona. Non dobbiamo insegnare tecniche di dialogo a chi non sa stare ancora in piedi. Dobbiamo insegnargli a esistere per chi ha di fronte, ad assumere un atteggiamento adeguato, un linguaggio semplice ma sofisticato, un'espressione corretta e aperta. In sostanza, se lo dicesse mia nonna non direbbe standing ma saper stare a questo mondo, in questo mondo dell'ottica. Un mondo ricco di dettagli tutti importanti, di differenze tutte trascurabili ma essenziali, di eccellenze da raccontare con passione e competenza. Ai vostri ragazzi insegnerei questo per primo, perché nessuno si farebbe fare una vendita di qualità da una persona che non rispetta o ammira. E molti di loro sono lì per farlo ma non ne hanno la consapevolezza o il metodo. La chiave per sprigionare il potenziale della vita è l'atteggiamento, lo standing. pillole@nicoladilernia.it

Dai Optical porta in tv il professionista della visione

L'azienda pugliese torna in comunicazione con una campagna che coinvolge numerosi mezzi e con uno spot dedicato alle progressive personalizzate Daitach Iself, in cui l'ottico, insieme al cliente, è il protagonista principale

Protagonista della campagna "è il Professionista della Visione", che progetta in prima persona la lente Daitach Iself, in base al lifestyle del paziente. Lo spot sarà pianificato sulle reti Mediaset per quattro settimane inserito in alcuni dei format più seguiti del piccolo schermo tra cui *Striscia la Notizia*, *Il Segreto*, *Squadra Antimafia*, *Uomini e Donne*. «L'obiettivo della campagna è entrare nelle case degli italiani per presentare le progressive Daitach Iself, un prodotto innovativo, che garantisce un adattamento immediato alle esigenze di visione del portatore – si legge in una nota di Dai Optical - Lo spot, infatti, vede l'interazione dell'ottico di fiducia e del cliente che, esausto, si rivolge allo specialista per domandare aiuto. Stanco di indossare innumerevoli lenti per ciascuna attività (lenti e occhiali per il lavoro, per lo sport, per la guida, da vicino, da lontano e così via) chiede una soluzione "unica" da ogni punto di vista. Prontamente lo specialista, attraverso un'anamnesi realizzata mediante la Web App dedicata Iself Nav, inserendo parametri di ricetta, informazioni inerenti lavoro, hobby e stile di vita del portatore, progetta, in sinergia con il cliente, la lente personalizzata Daitach Iself esaudendo, quindi, ogni desiderio del consumatore». A corredare lo spot, numerose uscite su magazine consumer, oltre a una campagna declinata sia sul web sia sui social media. Dai Optical sarà anche ospite speciale del road show "Panorama d'Italia" per la tappa pugliese di Bari, in calendario a fine novembre 2015, che coinvolge il periodico *Panorama* e le eccellenze industriali della location di riferimento.

Direttore responsabile: [Angelo Magri](#) Coordinamento redazionale: [Francesca Tirozzi](#) Redazione: [Nicoletta Tobia](#)

Supplemento al 7 ottobre 2015 di b2eyes.com reg. presso Tribunale Milano, n. 292, 17-06-2009 © La riproduzione dei contenuti è riservata

DaTE

Eyewear
Exhibition

10-12 Ottobre 2015
The Mall / Milano

**YOU ARE
INVITED!**