

Montani? Un regista da oscar dell'evoluzione scientifica dell'ottica

Così **Nicola Di Lernia**, nel suo intervento di apertura dei lavori del decimo Congresso in corso fino a oggi pomeriggio a Monopoli, ha descritto il suo responsabile scientifico, che ancora una volta ha coinvolto centinaia di professionisti della visione e decine di aziende da ogni parte d'Italia



«*Ieri oggi e domani* è il titolo di un grande film italiano del 1963. Un film in tre episodi che vede in scena Sophia Loren e Marcello Mastroianni. Vittorio De Sica, il regista, conquista con quest'opera l'Oscar per il miglior film straniero grazie a un ritratto dell'Italia che cambia in parallelo con la condizione femminile. Così a Giancarlo Montani (*nella foto*), per il consueto e prezioso momento di aggiornamento internazionale in contattologia e ottica oftalmica organizzato a Monopoli, ho simbolicamente consegnato l'oscar alla carriera». Con queste parole Di Lernia ha introdotto ieri i lavori in plenaria, mentre oggi il focus principale è sui corsi di approfondimento. E ha "sfidato" il docente, toscano di nascita ma pugliese d'adozione, nel dare a quello che è il tema dell'edizione 2019 del Congresso, il passato, presente e futuro dell'ottica, un punteggio e un'istantanea.

«Come sono cambiate l'Italia e l'ottica dal secolo scorso agli anni odierni? Qual è il pronostico sul futuro? - ha chiesto Di Lernia davanti a una folta platea di ottici e addetti ai lavori - La sintesi del mio giudizio è che è cambiato tutto e nulla. Come nelle migliori trame sociali del nostro paese, il tutto si riconduce all'essere umano, alla sua necessità di acquistare ma soprattutto di relazionarsi con il suo interlocutore, che sia una persona fisica o qualcosa di virtuale. Vinceranno quindi le grandi relazioni indipendentemente dalla modalità di erogazione. Oltre all'ottica bisognerà studiare di più psicologia, sociologia e management. Solo così si sopravvivrà, fino al quarto episodio di questo grande film che è la visione. Grazie anche al contributo di un professionista come Montani, per una volta ancora regista da oscar dell'evoluzione scientifica dell'ottica attraverso i suoi 10 convegni 10 qui a Monopoli».

Ottica Colombo: 70 anni vissuti... in cinque metri

Il punto vendita padovano, situato prima da un lato e poi dall'altro di via Zabarella, nel cuore della città, è guidato dalla famiglia veneta da tre generazioni, ha da poco festeggiato l'importante anniversario, inaugurando anche il nuovo studio professionale attiguo al negozio

Capostipite della passione per la professione, tramandatasi di figli in nipoti, fu Bruno Colombo, che poco dopo la fine della Seconda guerra mondiale rilevò la bottega di ottica presso cui lavorava da qualche anno. A lui si affiancò prima, nel 1955, la sorella Lina, poi nel 1976 il figlio Renzo (*nella foto, al centro, circondato dai suoi familiari: all'estrema sinistra, si riconosce Antonio Bressa, assessore al Commercio del Comune di Padova, e all'estrema destra, Silvia Dell'Uomo, vicepresidente dell'Ascom locale*), che oggi è alla guida di Ottica Colombo, cui seguirono il nipote Massimiliano e circa un decennio fa la nipote Daniela, addetta alle vendite. «Ho collaborato al fianco di mio padre per venticinque anni: sino a che è mancato nel 2000 è sempre stato al lavoro - racconta a b2eyes TODAY **Renzo Colombo**, che è anche presidente del Gruppo ottici optometristi dell'Ascom Confcommercio di Padova - Cosa molto comune all'epoca, il negozio, che tra l'altro vanta l'inserimento all'albo delle Attività Storiche della nostra città, trattava inizialmente anche articoli per la fotografia, telescopi, strumenti di geodesia, ma con il tempo si è focalizzato sull'ottica e si è trasformato pure in un centro specializzato in contattologia. Essendo situato nel centro storico da tanti anni, durante i quali si è solo spostato da un lato all'altro della strada di appena cinque metri o poco più, è un punto di riferimento per la clientela, che ormai si serve da noi da generazioni».



Per celebrare questo importante anniversario, il professionista padovano ha deciso di invitare tutti i clienti per festeggiare assieme i 70 anni di attività con un evento svoltosi a metà settembre nella piazzetta interna di Palazzo Zabarella, di fronte al negozio di ottica. Nell'occasione il professionista ha anche inaugurato il nuovo studio, circa 60 metri quadrati, dedicato alla contattologia specialistica e ai controlli optometrici. «Anche prima l'area vendita e quella dedicata ai servizi professionali erano separate, ma il vecchio studio si trovava più lontano: ora gli spazi sono attigui, più belli e più grandi», conclude Colombo.



NIDEK
OPD-Scan III
5in1 Stazione Refrattiva

Refrazione automatica
Pupillometria
Aberrometria wavefront
Cheratometria
Topografia



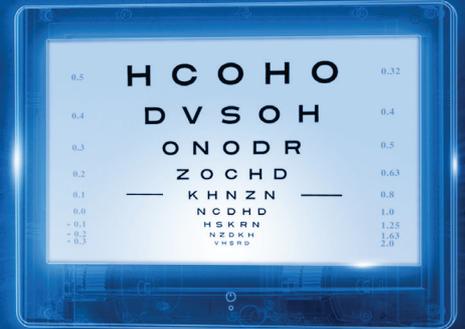
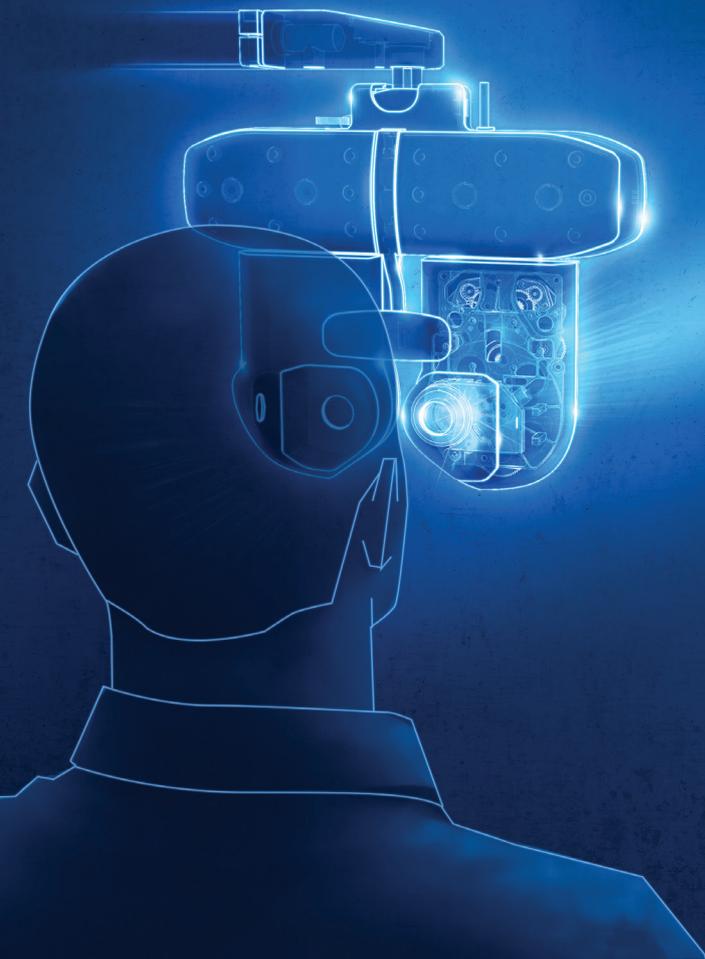
R.O.M. **NIDEK**

www.rom-nidek.com

Numero Verde
800-47 39 99



OFFRI AI TUOI CLIENTI
IL MEGLIO DELLA LORO VISIONE



VISION-R™ 800

REINVENTA LA REFRAZIONE



**ESSILOR
INSTRUMENTS**

Sight for Kids 2018-19: due livelli di prevenzione

Dopo gli ottimi risultati dell'edizione precedente è ripartito il programma di servizio che si inserisce nelle attività dei Lions Club di tutto il mondo per la lotta alla cecità: patrocinato da Soi, Aiorao e Federottica, in partnership con primarie aziende oftalmiche, dell'eyewear e della contattologia, prosegue in tutta Italia con screening per bambini sino ai 6 anni per individuare l'ambliopia

L'edizione dello scorso anno di Sight For Kids ha raggiunto quasi 75 mila screening effettuati. «Il nostro obiettivo primario a lungo termine è un po' ambizioso in quanto desideriamo estendere l'attività a tutti i bambini sino a 6 anni in Italia, quindi eseguire il maggior numero di controlli possibili da oggi ai prossimi anni – spiega a b2eyes TODAY **Giovanni Amerio**, medico oculista di Orbassano, in provincia di Torino, recentemente subentrato ad Alberto Soci quale responsabile del progetto – Lo scopo centrale di quest'anno si focalizza, invece, sull'attività di sensibilizzazione della popolazione: vogliamo veicolare il messaggio della necessità di una visita di controllo oculistica sin dalla tenera età». Il nuovo progetto sarà strutturato in maniera diversa. «Abbiamo deciso di suddividere gli screening in due macro categorie: una, di primo livello, destinata ai bimbi dai 10 ai 22 mesi, individuando i fattori di rischio di sviluppo dell'ambliopia, poiché in questa fascia d'età è più facile intervenire – dice lo specialista – L'altra, di secondo livello, rivolta ai bambini dai due anni circa ai sei anni, in cui l'ambliopia si presuppone sia già presente: in questi casi va individuata, limitata e risolta».

Gli interventi di Sight for Kids sono in programma all'interno di manifestazioni locali e nelle scuole dell'infanzia e primarie, in linea con la scorsa edizione. «Oculisti, ortottisti e ottici sono le figure che partecipano, come per il 2017-18, a Sight for Kids: quest'anno intendiamo rafforzare la collaborazione tra gli attori – afferma Amerio - Ovviamente gli screening sui bambini saranno eseguiti da oculisti e ortottisti, mentre agli ottici è affidata l'importante opera di sensibilizzazione attraverso la distribuzione di opuscoli informativi nei punti vendita, che vorremmo fosse ancora più capillare: inoltre chiediamo il loro contributo per la realizzazione degli occhiali, consulenza ancora più importante quando si tratta di montature indossate dai bambini, che richiedono competenze tecniche specifiche». Rimane l'obiettivo di raccolta dei dati, già presentati al ministero della Salute. Nella scorsa edizione sono state individuate, infatti, le percentuali territoriali di positività all'ambliopia: al nord Italia è risultata del 6,34%, con punte di 7,4% in Veneto, al centro del 7,35% e al sud del 9,75%. Le percentuali di "positività presunta" generale è stata di 8,65%. «Un dato più alto rispetto a quello diffuso dal ministero della Salute, fissato al 3% circa, perché gli screening effettuati sono stati molto scrupolosi e sono stati inviati a un approfondimento anche i soggetti che sono poi risultati falsi positivi: proprio per tenere traccia di questo ulteriore dato è ora nostra cura mantenere un rapporto con il medico oculista che effettuerà l'ulteriore controllo da noi suggerito, cui viene segnalato con cartellino giallo o rosso il grado presunto di positività riscontrato in fase di screening – precisa il professionista piemontese - Inoltre, vogliamo aggiornare e integrare i dati raccolti, elaborando una statistica, attraverso l'avvio di un'indagine conoscitiva, ossia un questionario da far compilare ai genitori per capire, ad esempio, a che età i figli sono stati sottoposti alla prima visita oculistica: questo ci aiuterà a tracciare un quadro generale della situazione italiana».

Vision Adria: l'online diventa alleato con il progetto WebStar

La cooperativa basata a Pordenone risponde agli input del business su internet trasformandoli in opportunità per i soci, che rappresentano per il territorio la figura dell'ottico storico e di famiglia, con un nuovo sito aziendale, che fa parte del progetto nato per aumentarne la web reputation

Puntare non solo sull'identità territoriale del socio, ma anche su quella digitale è da oltre un anno un must aziendale che in Vision Adria sta già portando i primi frutti. «In questa nuova era digitale in cui l'attenzione del pubblico è orientata verso il web piuttosto che verso la tv, la radio e la stampa, in cui tutti ormai trascorrono molto tempo su pc, mobile e device vari per qualsiasi ricerca e a qualsiasi età, Vision Adria non poteva farsi trovare impreparata – commenta in una nota **Igino Franceschetto**, presidente della storica cooperativa del nord est - Abbiamo quindi pensato di diventare delle "web star", applicando quanto di più accattivante la tecnologia mette a disposizione, per posizionarci tra i primi risultati nella ricerca in rete, per contenuti professionali e commerciali».

«Il progetto WebStar nasce per aumentare la web reputation di Vision Adria e dei suoi associati - precisa nel comunicato **Simon Ostan Simone**, web e social project manager della cooperativa - Attraverso campagne di adwords geolocalizzate nelle aree dei centri ottici affiliati e contenuti personalizzati per ogni profilo Facebook, siamo riusciti ad aumentare le visite all'interno dei mini siti personali e, di conseguenza, sono incrementati i contatti degli associati stessi. Per questo analisi, progettazione e creazione di campagne ad hoc costituiscono il cuore del progetto WebStar di Vision Adria».

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

Supplemento al 15 ottobre 2018 di b2eyes.com reg. presso Tribunale Milano, n. 292, 17-06-2009 © La riproduzione dei contenuti è riservata



NIDEK
OPD-Scan III
5in1 Stazione Refrattiva

Refrazione automatica
Pupillometria
Aberrometria wavefront
Cheratometria
Topografia



R.O.M. **NIDEK**

www.rom-nidek.com

Numero Verde
800-47 39 99

UN NUOVO MODO DI PROTEGGERE I MIEI OCCHI DALLA LUCE.

Filtraggio bilanciato dei raggi UV e della
componente a più alta energia della luce blu.
See better. Look perfect.

R RODENSTOCK