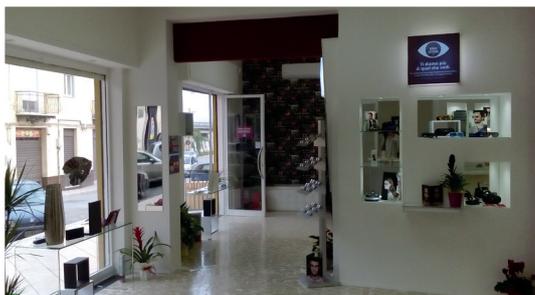


Mordente “trasferisce” VisionOttica in Sicilia

Figlio d'arte, alla quarta generazione, il professionista lucano si è spostato dalla Basilicata e dalla Calabria, dove era titolare di due punti vendita, a Patti, in provincia di Messina, portando con sé il know how e i servizi dell'insegna glocal, che conta circa 250 centri ottici sul territorio nazionale



Un mutamento di vita, ma non d'insegna. **Francesco Mordente** cambia regione, ma sposa ancora il progetto di VisionOttica. Il professionista lucano ha intrapreso molto presto l'attività di ottico. «Ho cominciato a 18 anni nel negozio di mio padre Antonio, conosciuto da tutti come Ninetto – racconta a b2eyes TODAY Mordente – Poi ho lavorato nelle principali catene del settore e, dieci anni fa, ho avviato il mio primo centro ottico, all'inizio come indipendente per passare poco dopo a VisionOttica. Successivamente ne ho inaugurato un altro». Mordente è stato, infatti, uno dei primi a scegliere l'insegna glocal di Vision Group per i suoi due centri ottici, uno a Scalea, in provincia di Cosenza, e uno a Lauria, nel Potentino. «Per una scelta strategica la mia famiglia e io abbiamo deciso da poco di trasferirci in Sicilia, in uno

dei comuni più grandi del Messinese, Patti, cittadina di mare molto attiva a livello turistico», spiega il professionista. In questo importante cambiamento Mordente è rimasto legato a VisionOttica. «Il motivo è che ho conosciuto Vision Group prima ancora che ci fosse l'insegna e ne ho adottato subito la filosofia – dice l'ottico – Il progetto è poi cresciuto e ha avuto successo, grazie soprattutto all'attenzione che il gruppo ci ha dedicato».

A un mese e mezzo dall'inaugurazione Mordente è in grado di fare un primo bilancio. «Al momento particolarmente gradito è il servizio SOS-Occhiali sicuri: i clienti apprezzano che vengano offerte loro importanti garanzie sul prodotto che stanno acquistando – sottolinea Mordente – Anche il riscontro è stato in generale positivo: abbiamo annunciato l'apertura con numerose affissioni e, cosa importante, prima ancora che il negozio fosse terminato, abbiamo apposto l'insegna, in modo tale che si sapesse che avrebbe aperto un VisionOttica». Il punto vendita (nella foto, interno) vanta una superficie di oltre 100 metri quadrati e ha tre vetrine su corso Matteotti, una strada di grande passaggio. «Il centro ottico è caratterizzato da mensole, luci a led e materiali ecocompatibili, quindi a basso impatto ambientale», afferma il professionista.

Il segreto per contrastare la concorrenza consiste per Mordente nell'offrire prodotti e servizi che altri non hanno. «È stato interessante applicare il discorso glocal in una realtà come questa – afferma – L'obiettivo è offrire alla clientela i vantaggi dell'insegna nazionale uniti al rapporto diretto con l'ottico, figura vicina all'utente finale e in grado di soddisfare ogni esigenza: oltre ai servizi ciò che sicuramente ci distingue sono i prodotti a marchio VisionOttica e i brand di montature di cui abbiamo la distribuzione in esclusiva».

Irsoo porta l'optometria anche in Friuli

Con inizio previsto nella primavera del 2016, l'Istituto statale Mattioni, ora integrato con l'Isis P. d'Aquileia di Cividale del Friuli, in provincia di Udine, e l'istituto di Vinci hanno deciso di attivare un corso per questa disciplina, il primo e unico della regione

«Il corso è di livello post scuola secondaria e l'accesso è riservato ai diplomati e abilitati in ottica – si legge in una nota dell'Istituto P. d'Aquileia – La durata del corso è biennale, la frequenza concentrata nel giorno di lunedì per accogliere anche operatori già in attività. La proposta formativa prevede pure moduli a distanza e altre forme di studio».

Per Irsoo si tratta della prima collaborazione con una scuola statale. «Il format didattico è strutturato come per il corso di Optometria di **Milano** – spiega a b2eyes TODAY **Alessandro Fossetti**, direttore di Irsoo – Si svolgerà, quindi, secondo le stesse modalità, con insegnanti dell'istituto di Cividale e dell'Irsoo». Le lezioni si terranno prevalentemente nelle strutture e nei laboratori rinnovati della scuola friulana e in parte anche a Vinci, «per poter beneficiare dei recenti miglioramenti e dell'apertura del nuovo **centro** di ricerca», precisa il comunicato.

UNA NUOVA FRONTIERA DELLA SICUREZZA ALLA GUIDA.

Lenti ZEISS DriveSafe

Una lente ad uso quotidiano per una guida più sicura e rilassata, anche in condizioni luminose difficili.



Migliora la visibilità con luce scarsa



Riduce riflessi e abbagliamento da fari e segnaletica



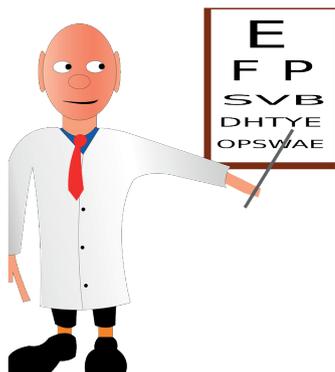
Garantisce un'accurata visione di strada, cruscotto e specchietti



We make it visible.

Disturbi visivi, tra i genitori c'è troppa disinformazione?

È quanto emergerebbe da un'indagine secondo cui solo l'11% delle mamme e dei papà italiani sa che i bambini devono effettuare il primo esame della vista entro i 3 anni o comunque prima che inizino a frequentare le scuole primarie



Un'indagine presentata il 7 dicembre scorso a New York, durante il congresso United Scientific Group International Congress on Advances in Pediatrics, da Paidòss, Osservatorio nazionale sulla salute dell'infanzia e dell'adolescenza, promosso dal pediatra Giuseppe Mele, ha intervistato mille mamme e papà di bambini e ragazzi di età compresa tra 0 e 14 anni: il 25% dei genitori ritiene che i figli debbano essere portati per la prima volta da un oftalmologo solo dopo aver imparato a leggere. Inoltre la ricerca, come riportato dalla sezione salute de *ilsole24ore.it*, ha messo in luce che la conoscenza dei disturbi visivi infantili da parte dei padri e delle madri dovrebbe essere approfondita. Soltanto il 56% degli intervistati saprebbe, infatti, cos'è l'occhio pigro e che si tratta di un disturbo visivo, contro un 10% che pensa sia una malattia che si cura con il collirio e un 33% che lo ritiene un problema di miopia, mentre il 20% attende che l'occhio storto si raddrizzi da solo. Inoltre il 14% degli intervistati è convinto che la miopia consista nel vedere bene da vicino e lontano ma male la sera, invece il 20% crede che i miopi vedano bene da lontano e male da vicino. Infine il 62% dei genitori pensa che gli occhiali siano prescrivibili dall'oculista a partire dall'inizio della prima elementare.

Anche alla luce di questi risultati i pediatri di Paidòss e della Simpe, Società italiana di medici pediatri, hanno stilato un elenco di segnali cui i genitori dovrebbero prestare particolare attenzione e in presenza dei quali recarsi dal pediatra o dallo specialista: ad esempio, se il bimbo avvicina molto la testa al piano di lettura, la tiene sempre reclinata da un lato mentre legge o studia oppure prova fastidio alla luce. I medici raccomandano, inoltre, di sottoporre a maggiori controlli i bambini che hanno familiarità con patologie oculari importanti, come genitori che hanno sofferto di strabismo o sono affetti da maculopatie.

Luxottica e Dolce&Gabbana verso il ventennale

L'azienda di eyewear e la griffe hanno rinnovato sino alla fine del 2025 l'accordo di licenza, iniziato nel 2005, che prevede la progettazione, produzione e distribuzione in esclusiva in tutto il mondo di montature da vista e occhiali da sole

«La decisione di rinnovare l'accordo di licenza con Luxottica rappresenta non solo il consolidamento di un rapporto di soddisfazione reciproca, ma soprattutto il presupposto per declinare in modo sempre più efficace l'esclusività e il prestigio del brand anche nel comparto eyewear (nella foto, un modello), così come accade in tutte le collezioni Dolce&Gabbana», commenta in una nota congiunta [Cristiana Ruella](#), direttore generale di Dolce&Gabbana.

Soddisfatto anche [Adil Khan](#), amministratore delegato mercati di Luxottica. «Insieme abbiamo portato lo stile inconfondibile, il glamour e l'autenticità del brand italiano nel mondo dell'eyewear, per creare collezioni di carattere e desiderabili proprio come il marchio Dolce&Gabbana – afferma il manager - Ogni singolo paio di occhiali racconta una storia bellissima».

