

## Congresso Adoo: prevenzione in prima linea

Si svolgerà da sabato 14 a lunedì 16 maggio la quarantaduesima edizione del tradizionale appuntamento scientifico per l'ottica e l'optometria, in programma presso l'Hotel Casale a Colli del Tronto, a pochi chilometri da San Benedetto del Tronto



Diversi gli interventi che si susseguiranno nella tre giorni congressuale, intitolata quest'anno "Primary care: l'ottico optometrista in prima linea nella prevenzione visiva", e che spazieranno dalla contattologia all'optometria, dal marketing all'ottica oftalmica.

«L'argomento che abbiamo scelto vuole mettere in evidenza un importante aspetto dell'attività dell'ottico optometrista: la capacità di essere in prima linea nella prevenzione visiva - commenta in una nota Giuseppe Sicoli (nella foto), presidente dell'Albo degli Ottici Optometristi, che fa capo a Federottica - Spesso siamo il primo filtro cui si rivolge il cittadino in presenza di una problematica visiva. Il cittadino ci chiede un consiglio o a quale professionista si deve rivolgere. Dal punto di vista ottico optometrico la prevenzione è molto importante a tutte le età, per mantenere un sistema visivo adeguato alle richieste dell'ambiente in cui l'uomo vive: scuola, lavoro, casa, spazi aperti nel tempo libero e altro ancora. Il tutto si può pertanto riassumere nel titolo che abbiamo scelto quest'anno».

I lavori congressuali inizieranno sabato pomeriggio e saranno preceduti, al mattino, dall'incontro legale e fiscale, aperto a tutti i centri ottici italiani, cui prenderanno parte Paolo Noli e Giuseppe Piazzolla, rispettivamente consulente legale e fiscale di Federottica, che affronteranno tematiche relative alla loro materia con focus sul settore. I contributi dei relatori, ottici, optometristi e oftalmologi, spazieranno dai nuovi materiali per le lenti a contatto morbide alla connessione tra visione e alimentazione, dall'occhio secco alla luce blu, abbracciando un'ampia serie di tematiche, alcune delle quali in via di definizione.

## Pel: una descrizione dei prodotti non accurata penalizza l'e-commerce

È uno dei requisiti indicati dal laboratorio privato di ispezione cinese che fornisce servizi di prova e certificazioni ai brand e ai buyer internazionali di montature che vogliono sviluppare l'eyewear business in Cina e all'estero

Pel, che fornisce anche servizi di prova e resoconti sulla funzionalità delle piattaforme di e-commerce e sulla conformità ai requisiti normativi richiesti alle aziende dell'occhialeria che vogliono iniziare questa nuova attività o ampliarla, ha affrontato la tematica durante l'ultimo Mido, in occasione del seminario intitolato "Regulatory Requirements to Develop and Retain your Eyewear E-Commerce Business".

«L'e-commerce è uno dei business più importanti anche nel mercato dell'occhialeria e sta crescendo in maniera esponenziale: le società possono aumentare le vendite in rete avvalendosi di piattaforme già affermate o costruendo il proprio shop online - si legge in una nota del laboratorio cinese - Le realtà che desiderano posizionarsi nella fascia alta di mercato all'interno dei motori di ricerca e sui siti di recensioni devono predisporre significativi investimenti in tecnologia, progettazione dell'interfaccia utente e customer service».

In questo processo va tenuto conto che i prezzi e la qualità degli occhiali, ma anche l'accuratezza delle descrizioni degli articoli, sono di fondamentale interesse per i consumatori. «Per questo - prosegue il comunicato - i requisiti normativi che regolano l'e-commerce nel settore dell'eyewear sono molto severi: le autorità competenti monitorano con grande attenzione le piattaforme e le descrizioni della merce. Le sanzioni previste per i fornitori i cui shop online offrono descrizioni dei prodotti non accurate al 100% vanno dalla diminuzione del loro ranking in classifica al blocco delle operazioni di vendita online, fino all'annullamento di tutti i loro investimenti. L'obiettivo principale della normativa è garantire che i prodotti eyewear offerti possano essere venduti su qualsiasi piattaforma di e-commerce globale».



Scarica gratuitamente la **nuova**  
**APP di b2eyes TODAY**

Disponibile su APP Store e Play Store.

## Italia Independent, sempre più eyewear... dependent

Nel 2015 il gruppo, quotato all'Aim di Piazza Affari, ha evidenziato un fatturato consolidato di 39,63 milioni di euro, in aumento del 20,4% rispetto al 2014, grazie soprattutto alla crescita dell'occhialeria che ha prodotto il 79,7% dei ricavi complessivi rispetto al 79,4% dell'anno precedente

Il settore eyewear ha registrato un incremento del proprio fatturato sia in Italia (+20,1%, con 15,27 milioni di euro rispetto ai 12,71 milioni del 2014) sia all'estero, con un'importante crescita soprattutto in Spagna (+69,6%) e nel resto del mondo (+31,5%, esclusa l'America). «Sia la Francia sia la filiale americana, invece, hanno registrato una decrescita con ricavi complessivi pari a 3,35 milioni di euro rispetto ai 4,34 milioni del 2014», si legge nell'ultima trimestrale della società che fa capo a Lapo Elkann, il quale ha recentemente portato la propria quota azionaria a 50,87%. Nel 2015 i mercati esteri hanno inciso per il 46,7% contro il 42,3% dell'anno precedente e il marchio Italia Independent ha raggiunto circa 2.000 clienti a livello nazionale e 2.800 all'estero, per un totale di quasi 80 paesi.

«Il margine lordo consolidato è cresciuto sia in termini assoluti (+23,7%) sia in termini percentuali, avendo raggiunto il 71,4% del fatturato rispetto al 69,5% dell'anno precedente: ciò è dovuto principalmente alla maggiore incidenza sul fatturato di gruppo del settore eyewear, a più alta marginalità – prosegue la nota - L'Ebitda consolidato è cresciuto in termini assoluti (+41,4%), corrispondente al 12,9% del fatturato consolidato, in aumento rispetto all'11% registrato nell'esercizio 2014: l'aumento del margine lordo ha più che compensato l'aumento dei costi operativi legati all'ampliamento della struttura, oltre che delle spese legate alle filiali estere e al lancio della nuova famiglia I-I Eyewear. Da notare la crescita anche nel numero dei dipendenti e collaboratori, passati da 160 a 183, ulteriore segnale del processo di rafforzamento della struttura realizzato nel corso del 2015. Si registra, invece, una flessione dell'Ebit rispetto all'esercizio precedente: 1,17 milioni di euro nel 2015 rispetto a 1,32 milioni del 2014, a causa dell'incidenza dell'ammortamento dei costi legati principalmente all'apertura dei nuovi negozi e dei nuovi uffici del gruppo, oltre che alla crescita degli accantonamenti ai vari fondi. Il risultato netto di gruppo si attesta a 0,47 milioni di euro rispetto a 0,44 milioni dell'esercizio 2014».

Per ciò che concerne i dati patrimoniali e finanziari, «l'aumento del volume d'affari del gruppo, insieme agli investimenti del periodo, anche legati al lancio della famiglia I-I Eyewear, nonché al supporto dello sviluppo e rafforzamento delle attività internazionali, ha determinato un incremento del capitale investito netto, pari a 34,26 milioni di euro al 31 dicembre 2015 (21,20 milioni al 31 dicembre 2014), costituito per 26,81 milioni da capitale circolante netto, per 9,90 milioni da capitale immobilizzato e per 2,44 milioni da fondi e trattamenti di fine rapporto di lavoro - conclude il comunicato - Questa dinamica registrata dal capitale investito netto, in particolare con riferimento a crediti e debiti commerciali e alle rimanenze di magazzino, ha generato maggiori esigenze di liquidità, che hanno influito sulla Posizione Finanziaria Netta, passata a -22,63 milioni di euro rispetto ai -10,22 milioni al 31 dicembre 2014». Secondo Andrea Tessitore, cofondatore e amministratore delegato di Italia Independent Group, il 2015 è stato «un anno di crescita e allo stesso tempo cruciale anche per gli investimenti in nuovi progetti, i cui benefici si vedranno nel corso dei prossimi anni e che getteranno le basi per un'ulteriore fase di espansione del gruppo».

## Un'insalata al giorno? Meno probabilità di glaucoma

Uno studio, pubblicato sul numero di marzo di *Jama Ophthalmology*, avrebbe rilevato che mangiarne quotidianamente una porzione e mezza potrebbe garantire minori possibilità di sviluppare questa malattia

La ricerca, eseguita dagli scienziati della Harvard University, ha avuto come obiettivo valutare la combinazione tra l'assunzione di nitrati nella dieta, derivata da verdure a foglia verde, e il glaucoma. Sono stati analizzati per venticinque anni quasi 105 mila soggetti, uomini e donne di oltre 40 anni, regolarmente sottoposti a visite oculistiche ogni quattro anni e a questionari dietetici dettagliati.

Durante tutto il periodo di monitoraggio sono stati rilevati circa 1.500 casi di glaucoma. I ricercatori hanno esaminato la dieta e hanno concluso che coloro che avevano consumato in media 1,5 scodelle di verdure ogni giorno erano stati significativamente protetti dalla patologia oculare rispetto a quelli che ne avevano mangiato un piatto ogni tre giorni o meno frequentemente.

«Il nostro studio ha dimostrato che il consumo giornaliero di verdure riduce del 20-30% il rischio di sviluppare il glaucoma - afferma Jae Ch. Kang, docente alla Harvard Medical School - Riteniamo che questo sia dovuto ai nitrati, contenuti nelle verdure, che vengono convertiti nel corpo in ossido nitrico, una sostanza necessaria per il buon apporto di sangue e, quindi, per la salute del nervo ottico».