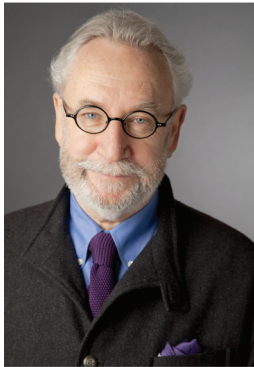




Addio a Philippe Lafont

Il presidente dell'omonima azienda francese di occhiali di design e numero uno di Silmo è improvvisamente deceduto lunedì sera



Philippe Lafont (*nella foto*) aveva 70 anni e dal 2011 era alla guida del salone parigino dell'ottica. Nella veste di presidente di Silmo viene ricordato come particolarmente attivo nel ridare lustro a un evento fieristico che proprio quest'anno celebrerà il mezzo secolo di vita, valorizzando, ad esempio, la Academy e portandolo al di fuori dei confini francesi, prima in India e in Turchia e ora anche in Australia. All'edizione 2014 tenne a battesimo la partnership con Mido attraverso l'Optical Monitor, l'iniziativa indirizzata agli operatori di entrambe le fiere, che proprio il 26 febbraio scorso a Milano ha celebrato la sua quinta edizione con la diffusione dei dati GfK relativi ai principali mercati di riferimento dell'ottica europea e mondiale. Di lui si ricorda anche l'impegno sindacale alla guida del Groupement des Industriels et Fabricants de l'Optique e nell'azienda fondata insieme alla moglie Laurence nel 1979, che da oggi sarà guidata dai figli Thomas e Matthieu, già da dieci anni nel Cda della società.

La notizia dell'improvviso decesso di Lafont ha colto di sorpresa il mondo dell'ottica internazionale, aumentandone il dolore: tutti, infatti, lo ricordano come una persona educata e cordiale e come un professionista serio e preparato. Anche l'editore e la redazione di b2eyes si uniscono al cordoglio della famiglia, dell'azienda e dei vertici di Silmo per questa tragica scomparsa.

Quanto vale per gli oculisti una slide errata?

Un incontro al Mido tra i rispettivi presidenti delle associazioni di ottici e oftalmologi non è cosa da poco e supponevo che dal ring e dopo il verdetto popolare si sarebbero scatenati i commenti di tutti. Lo sapevo io, lo sapevano i diretti interessati

Ma dentro tutto quello che è accaduto inconsapevolmente, per quello che dichiarano i due contendenti, c'è una chiave di lettura ancora più sottile delle rispettive posizioni politiche. Andrea Afragoli sarà un presidente che passerà alla storia per la sua intelligenza, cultura e signorilità ma non certo per lo standing "fisico" che a volte si deve tirar fuori con certa gente e in certe situazioni. Di fronte alla [slide incriminata](#) in cui il presidente di Soi, a insaputa di Afragoli, utilizza il logo di Federottica, quindi etichettandone lo stesso contenuto, io mi sarei comportato più duramente. Non si cambiano le carte in tavola con la tovaglia degli altri, diceva mio padre.

Ma perché succedono certe cose? Eviterei la motivazione della scarsa professionalità degli attori. La mia unica risposta è questa: potere e soldi. Quanto vale la slide "riversitata" di Matteo Piovella in termini di consenso interno e di fatturato nei servizi professionali? Molto. Le sue scuse in diretta, su richiesta tra l'altro di Afragoli, sono state tanto necessarie quanto vaghe. Condivido comunque l'opinione di Afragoli, che considera questo momento di confronto più importante delle strumentalizzazioni che sono nate e continuano a fermentare. Ma poteva finire meglio.

Ai tempi degli Ecm avevo anch'io vagheggiato sul fatto che nei successivi dieci anni alcuni professionisti dell'ottica e optometria avrebbero potuto vantare un 20% del loro fatturato realizzato in servizi professionali. Alcuni di loro ci sono già arrivati. Quanto vale questo fatturato in Italia? Molto. Percepisco una certa invidia da parte dell'oculista nei confronti dell'ottico. Lui al primo piano, l'ottico sulla strada, più accessibile. Lui per i problemi e la prevenzione (rara), l'ottico per un acquisto, anche, di moda e di piacere. La nostra "Striscia di Gaza" sta per l'appunto sui servizi professionali. Soprattutto se legati ai bambini. Ed è paradossale che la "Intifada" avvenga dalla parte potenzialmente più ricca, più istruita, più socialmente decifrabile.

Cosa consigliare allora all'ottico, all'optometrista, al laureato che ci legge dopo questo ring? Tirare dritto e fare esclusivamente il bene della persona che si trova di fronte. L'Italia è il paese dei balocchi dove è tutto e il contrario di tutto. Se salvaguardate il pubblico, chi paga, siete già dalla parte giusta. E se qualcuno vi chiedesse conto un giorno di quello che fate potreste sempre farfugliare che avete "sbagliato la slide". Ricordate e ricordatelo agli altri: non esiste l'optometrista senza l'ottico (*nella foto, da sinistra, Afragoli, Enrico Finzi e Matteo Piovella durante l'incontro a Mido*). pillole@nicoladilernia.it



Occhiali ricchi di colore, design e passione italiana

SHOP AT NAU.IT





Santacatterina: un manifesto per far riconoscere l'optometrista

È quanto si prefigge il congresso Aloeo, in programma da domenica 12 a martedì 14 marzo all'Università Bicocca di Milano, grazie a una nutrita tavola rotonda che mira a dare vita a un gruppo di lavoro tra tutte le componenti dell'ottica e dell'optometria italiane interessate a una riforma legislativa



«Il professionista formato contribuisce al benessere visivo delle persone: un documento semplice, ma capace di indicare con chiarezza chi siamo, cosa facciamo, qual è il nostro percorso formativo e quale futuro vediamo per la nostra professione». Così una nota dell'Associazione Laureati in Ottica e Optometria, alla vigilia della quarta edizione del suo congresso annuale, presenta il "Manifesto per la professione di optometrista", cui si ispira la tavola rotonda in programma alle 15.30 di domenica. Moderata dal giornalista Gianluigi Nuzzi, vedrà coinvolti una ventina di soggetti: politici, esponenti delle professioni, dei consumatori, della scuola, dell'università e della sanità, oltre naturalmente a rappresentanti di alcune delle principali associazioni dell'ottica e dell'optometria.

L'obiettivo dell'incontro è far riconoscere dallo Stato una professione a partire da coloro che dallo Stato hanno ottenuto un titolo accademico, ma senza dimenticare quanti, pur non essendo laureati, svolgono quotidianamente la professione con competenza. «La chiave di tutto è la formazione: chi ha alle proprie spalle una formazione universitaria legalmente riconosciuta o una specializzazione professionale sancita dalla legge non può non essere riconosciuto come figura professionale – anticipa a b2eyes TODAY

Simone Santacatterina (nella foto), presidente di Aloeo – Oggi in Italia sono già un migliaio i laureati in Ottica e Optometria, ai quali possiamo aggiungere almeno duemila colleghi con una specializzazione in optometria in linea con i criteri stabiliti dalla cosiddetta legge di equivalenza, valida per le professioni sanitarie».

Di questo e di altro ancora discuteranno nella tavola rotonda del 12 marzo i soggetti coinvolti, dando poi appuntamento, secondo le intenzioni dei promotori, «già dal giorno successivo a tutte le parti coinvolte che condividono questo progetto per sedersi intorno a un tavolo comune e cercare di convincere il legislatore della validità della nostra proposta», aggiunge al nostro quotidiano Santacatterina.

Rodenstock e Porsche Design verso le nozze d'argento

Le due aziende hanno recentemente siglato l'estensione per un ulteriore decennio del contratto di licenza per l'eyewear, in vigore da oltre 15 anni

Porsche Design Group affida nuovamente a Rodenstock la licenza globale per lo sviluppo, la produzione e la vendita di montature per occhiali da sole (nella foto, un modello), da vista e da lettura.

«In questi 15 anni di collaborazione, abbiamo raggiunto prestigiosi traguardi con il gruppo Porsche Design e i nostri successi continueranno», afferma in una nota Oliver Kastalio, amministratore delegato di Rodenstock.

«L'accordo fra Rodenstock e Porsche Design sancisce una comune strategia volta a valorizzare non solo il marchio ma anche l'ottico partner – precisa una nota di Rodenstock Italia - Un esempio fra tutti: l'opportunità di entrare a far parte di una rete di punti vendita che si distinguono per qualità, design e innovazione. Si tratta del programma Premium Dealer, che coinvolge quegli ottici che vivono e fanno vivere ai loro clienti il marchio Porsche Design e il mondo che lo caratterizza, grazie a servizi e materiali ad hoc che veicolano una personalità decisa e un forte potere comunicativo».



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

Supplemento all'8 marzo 2017 di b2eyes.com reg. presso Tribunale Milano, n. 292, 17-06-2009 © La riproduzione dei contenuti è riservata



Acquistando una coppia di lenti di ricetta SEIKO, in tutti gli indici e materiali,

IL TRATTAMENTO SEIKO RoadClearCoat (RCC)

è allo stesso prezzo del trattamento SEIKO SuperCleanCoat (SCC)