



**ASSOTTICA**  
Gruppo Contattologia

• 13° CONVEGNO ASSOTTICA •  
ROMA, ERGIFE PALACE 24-25/11/19

WHAT'S  
NEXT

LA CONTATTOLOGIA  
GUARDA AVANTI

Patrocinato dal

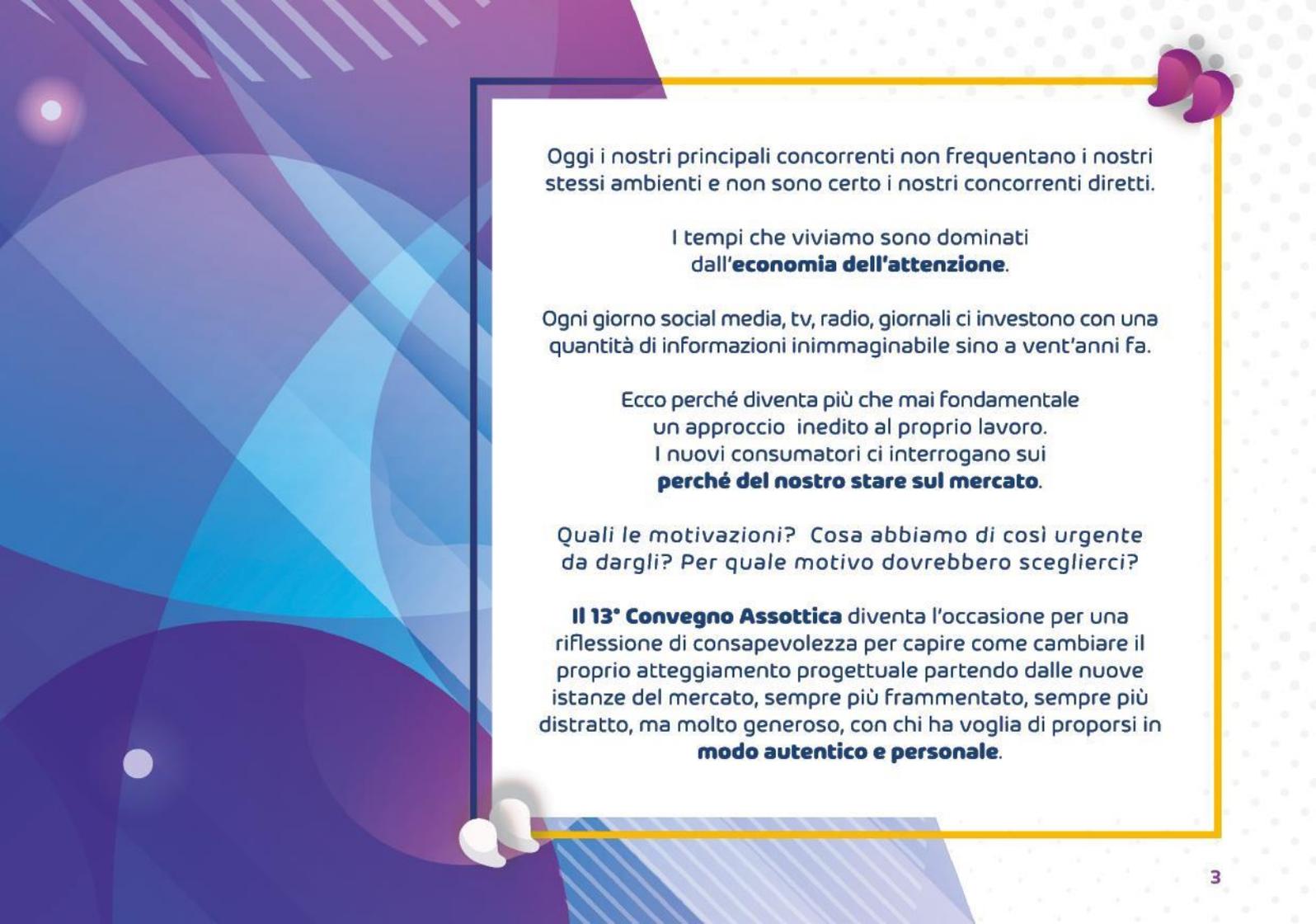
*Ministero della Salute*

**SEGUICI SU**  
[WWW.ASSOTTICA.IT](http://WWW.ASSOTTICA.IT)









Oggi i nostri principali concorrenti non frequentano i nostri stessi ambienti e non sono certo i nostri concorrenti diretti.

I tempi che viviamo sono dominati dall'**economia dell'attenzione**.

Ogni giorno social media, tv, radio, giornali ci investono con una quantità di informazioni inimmaginabile sino a vent'anni fa.

Ecco perché diventa più che mai fondamentale un approccio inedito al proprio lavoro. I nuovi consumatori ci interrogano sui **perché del nostro stare sul mercato**.

*Quali le motivazioni? Cosa abbiamo di così urgente da dargli? Per quale motivo dovrebbero sceglierci?*

**Il 13° Convegno Assottica** diventa l'occasione per una riflessione di consapevolezza per capire come cambiare il proprio atteggiamento progettuale partendo dalle nuove istanze del mercato, sempre più frammentato, sempre più distratto, ma molto generoso, con chi ha voglia di proporsi in **modo autentico e personale**.

## QUALE RAPPORTO TRA AMETROPE E CONTATTOLOGO NELL'ERA DI INTERNET? LE RISPOSTE DA UN'INDAGINE ASSOTTICA

### FABRIZIO ZERI

Questa era di internet sta indubbiamente influenzando le abitudini di vita delle persone, anche in settori legati alla salute, dove tradizionalmente nella figura dei professionisti si riconoscevano i principali punti di riferimento.

Quali sono le influenze dell'era di internet nel settore della contattologia?

Si conferma la centralità del ruolo professionale del contattologo?

L'indagine ad ampio raggio condotta nel 2018 da Assottica "Punti di vista e punti di contatto. Esploriamo comportamenti e aspettative del portatore di LaC", rivolta a portatori e contattologi, cerca di dare una risposta a questi quesiti.

Le abitudini in rete, l'acquisto on-line delle lenti a contatto, i cambiamenti nella relazione tra ametropi e contattologi sono alcuni degli aspetti chiave oggetto dell'indagine.



## IL MERCATO EUROPEO DELLE LENTI A CONTATTO: ANDAMENTO E PROSPETTIVE

### NICOLETTA LOSI

Il valore del mercato delle lenti a contatto in Europa registra una continua crescita anche nei paesi ad alta penetrazione, fenomeno dovuto non solo all'incremento di nuovi portatori, ma soprattutto alla consolidata fidelizzazione dei portatori attuali.

L'impegno costante nella promozione dell'innovazione e nel sostegno alla ricerca ha portato grandi risultati.

Il Presidente EUROMCONTACT analizza inoltre i principali cambiamenti derivanti dalla piena entrata in vigore, prevista per maggio 2020, del nuovo regolamento UE sui Dispositivi Medici 2017/745.

Il nuovo regolamento rappresenta uno strumento legislativo forte perché applicato con uniformità da tutti gli stati membri a favore della tutela dei pazienti, della sicurezza d'uso e dell'accesso all'innovazione.

Si tratta di una sfida importante rivolta non solo ai produttori di lenti a contatto, ma anche ai professionisti che le applicano.



## **DAL BRAND POSITIONING ALLE PRESE DI POSIZIONE: COMUNICARE OGGI, PARTENDO DAI PERCHÉ**

### **PAOLO IABICHINO**

Ogni momento di contatto è un momento di relazione. Una relazione non si costruisce solo all'interno di una piattaforma digitale. La relazione è uno spazio fisico. Dobbiamo costruire dei racconti il più possibile vicini alle vite delle persone, perché le persone accettano di buon grado messaggi i cui contenuti risuonano con le loro esistenze e che, in qualche modo, rispecchiano le loro esperienze.

Non si tratta di vendere lenti a contatto a qualcuno. E neanche di capire come vendere lenti a contatto a qualcuno. Non importa neanche più dove vendere qualcosa a qualcuno, perché i nuovi consumatori insegnano nuovi approcci, aprono nuovi scenari, ma soprattutto impongono nuovi atteggiamenti.

Per quale motivo dovrebbero sceglierci?  
Attenzione: non comprarci, proprio sceglierci!

Diventa fondamentale riuscire a dire la propria con autenticità, coraggio, determinazione.



## **I RISULTATI DELLA RICERCA GUIDANO LE NOSTRE DECISIONI NELLA PRATICA CONTATTOLOGICA DI TUTTI I GIORNI?**

### **LYNDON JONES, KAREN WALSH**

Si rileva che, durante l'applicazione, un potenziale portatore ha un break up time di 5 secondi al test con fluoresceina. Che utilità ha questo tipo di informazione al fine di consigliare una lente a contatto morbida? Per quel portatore andrà meglio una lente a contatto in silicone hydrogel oppure hydrogel? Avrò risultati migliori con lenti giornaliere o a ricambio frequente? Come fa il contattologo a selezionare la lente più idonea tra tutte le possibili opzioni presenti sul mercato? Nel caso di soggetti che sono già portatori, cosa succede nelle visite di controllo post-applicazione quando riferiscono livelli di comfort non ottimali? Oppure quando si riscontra una scarsa performance clinica?

Scopo dei relatori è offrire una overview delle evidenze attualmente disponibili in relazione all'applicazione e alla gestione dei portatori di lenti a contatto e potenziali tali, per supportare il processo decisionale del contattologo.



**SUPERFICIE OCULARE E LENTI A CONTATTO:  
COSA OSSERVARE E COME AGIRE**

**STEFANO BARABINO,  
SARAH FARRANT**



La definizione di occhio secco ha subito nel tempo diverse modifiche. Per questo motivo il lavoro svolto dal Tear Film & Ocular Surface Society (TFOS), grazie alla partecipazione di un gruppo di esperti provenienti da tutto il mondo, è stato quello di dare una definizione sull'occhio secco chiara, basata sulle evidenze e ampiamente riconosciuta. Il ruolo del contattologo è quello di riconoscere le evidenze cliniche della problematica, riferire all'oftalmologo per l'approccio terapeutico, ma soprattutto mettere in atto le adeguate risposte in termini di modalità e materiale per le lenti a contatto. Il rapporto TFOS DEWS II definisce un nuovo approccio diagnostico e terapeutico alla problematica dell'occhio secco, ma anche le adeguate risposte al portatore di lenti a contatto grazie a TFOS International Workshop on Contact Lens Discomfort summary. Durante il loro intervento, i due Ambassador TFOS per Italia e UK, andranno a esplorare e a evidenziare questi nuovi metodi, anche in relazione alla presenza di una lente a contatto sulla superficie oculare.



**IN  
COLLABORAZIONE  
CON**



**Tear Film & Ocular Surface Society  
è un'organizzazione no-profit  
leader mondiale nell'educazione  
alla salute oculare.**

**La società promuove  
il progresso nella ricerca  
e negli aspetti educativi  
dei campi scientifici del film  
lacrimale e della superficie oculare.**

**Il team coinvolge  
scienziati, clinici accademici  
e rappresentanti del settore  
provenienti da oltre  
85 paesi nel mondo.**

[WWW.TEARFILM.ORG](http://WWW.TEARFILM.ORG)

## INTERAZIONI TRA MATERIALI, SOLUZIONI E FILM LACRIMALE

### PHILIP MORGAN, LYNDON JONES

Lo spessore della lente a contatto è pari a circa 10 volte quello del film lacrimale, con composizione chimica e strutturale molto diversa dalle lacrime.

Le soluzioni per lenti a contatto rappresentano una miscela complessa di biocidi, agenti umettanti, surfattanti e svariate altre componenti.

Ma com'è che interagiscono lente a contatto, soluzione e film lacrimale?

Nel corso della presentazione si esaminano le sfide da superare per un utilizzo di successo, si prendono in considerazione le caratteristiche ideali di una lente a contatto per supportare meglio il film lacrimale, e si evidenziano le aree di ricerca futura sul concetto, sempre in evoluzione, di interazione tra film lacrimale, soluzione e materiali della lente.



## METTERE A FUOCO IL CLIENTE

### EMANUELE SACERDOTE

Per competere sul mercato, è fondamentale mettere il cliente al centro della propria strategia retail secondo una nuova prospettiva.

Un punto di vista che nasce dall'evoluzione delle tecniche di CRM (Customer Relationship Management) e dell'indicatore di LTV (Life Time Value) che consente di misurare il cliente, nello specifico il portatore di lenti a contatto, secondo la dimensione del valore nel tempo.

Teoria e pratica si alternano e completano con un metodo operativo, che propone strumenti di lavoro da adottare nel proprio centro ottico, al fine di migliorare le performance e i risultati di soddisfazione e di fedeltà della clientela.



## COME OTTIMIZZARE LE OPPORTUNITÀ DI APPLICAZIONE NELLA PRESBIOPIA

### PHILIP MORGAN

Un'enorme opportunità per i contattologi di tutto il mondo è rappresentata dall'ampio divario esistente, considerando i soggetti presbiti, tra il numero di potenziali ed effettivi portatori di lenti a contatto.

Quali sono le attuali conoscenze sull'applicazione delle lenti a contatto in soggetti presbiti e come si differenziano nei vari paesi?

Sulla scorta di informazioni demografiche e dati di mercato, il relatore presenta alcune strategie per migliorare la penetrazione, partendo dalle principali barriere che trattengono gli specialisti dall'applicare un numero maggiore di lenti a contatto e cosa si può fare per superarle, coinvolgendo l'intero staff del centro ottico.





PROGRAMMA  
&  
CORSI

08.30	.. REGISTRAZIONE ..
09.30 - 09.50	.. APERTURA LAVORI CONGRESSUALI ..
09.50 - 10.10	Quale rapporto tra ametropie e contattologo nell'era di internet? Le risposte da un'indagine Assottica - <b>F. Zeri</b>
10.10 - 10.30	Il mercato europeo delle lenti a contatto: andamento e prospettive - <b>N. Losi</b>
10.30 - 11.15	Dal brand positioning alle prese di posizione: comunicare oggi partendo dai perché - <b>P. Iabichino</b>
11.15 - 11.45	.. COFFEE BREAK ..
11.45 - 12.30	I risultati della ricerca guidano le nostre decisioni nella pratica contattologica di tutti i giorni? - <b>L. Jones, K. Walsh</b>
12.30 - 13.00	.. NEWS DALLE AZIENDE ..
13.00 - 13.30	.. SESSIONE DI DISCUSSIONE ..
13.30 - 14.30	.. LUNCH ..
14.30 - 15.15	Superficie oculare e lenti a contatto: cosa osservare e come agire - <b>S. Barabino, S. Farrant</b> -  tfos
15.15 - 15.45	.. NEWS DALLE AZIENDE ..
15.45 - 16.30	Interazione tra materiali, soluzioni e film lacrimale - <b>P. Morgan, L. Jones</b>
16.30 - 17.00	.. COFFEE BREAK ..
17.00 - 17.45	Mettere a fuoco il cliente - <b>E. Sacerdote</b>
17.45 - 18.15	Come ottimizzare le opportunità di applicazione nella presbiopia - <b>P. Morgan</b>
18.15 - 18.30	.. SESSIONE DI DISCUSSIONE ..
18.30	.. CHIUSURA CONGRESSUALE ..
20.30 - 23.00	.. CENA SOCIALE ..

	.. CORSO 1 ..	.. CORSO 2 ..	.. CORSO 3 ..	.. CORSO 4 ..	.. CORSO 5 ..
9.00					
9.30					
	<p>Non trascurate le lacrime: la gestione dell'occhio secco nei portatori di lenti a contatto</p> <p><b>S. Farrant</b></p> 	<p>Personal Branding: la gestione strategica della propria immagine professionale</p> <p><b>L. Centenaro, P. Iabichino</b></p>	<p>Come ottimizzare la propria routine contattologica per il benessere e la soddisfazione del portatore</p> <p><b>K. Walsh, L. Jones</b></p>	<p>La cerimonia e la squadra di vendita: come migliorare il servizio al cliente e la motivazione del team</p> <p><b>P. Stea</b></p>	<p>Gestione della presbiopia con le lenti a contatto</p> <p><b>P. Morgan</b></p>
10.30		.. COFFEE BREAK ..		.. COFFEE BREAK ..	
11.30-12.00	.. COFFEE BREAK ..		.. COFFEE BREAK ..		.. COFFEE BREAK ..
	<p>Non trascurate le lacrime: la gestione dell'occhio secco nei portatori di lenti a contatto</p> <p><b>S. Farrant</b></p> 	<p>Personal Branding: la gestione strategica della propria immagine professionale</p> <p><b>L. Centenaro, P. Iabichino</b></p>	<p>Come ottimizzare la propria routine contattologica per il benessere e la soddisfazione del portatore</p> <p><b>K. Walsh, L. Jones</b></p>	<p>La cerimonia e la squadra di vendita: come migliorare il servizio al cliente e la motivazione del team</p> <p><b>P. Stea</b></p>	<p>Gestione della presbiopia con le lenti a contatto</p> <p><b>P. Morgan</b></p>
13.00		.. LUNCH ..		.. LUNCH ..	
13.30-14.30	.. LUNCH ..		.. LUNCH ..		.. LUNCH ..

## 1 **NON TRASCURATE LE LACRIME: LA GESTIONE DELL'OCCHIO SECCO NEI PORTATORI DI LENTI A CONTATTO**

**SARAH FARRANT** in collaborazione con  **tfos**

Il successo nell'utilizzo delle lenti a contatto dipende dal comfort del portatore, aspetto a sua volta strettamente connesso alla funzione del film lacrimale. L'identificazione e la gestione dell'occhio secco nei portatori di lenti a contatto sono fondamentali per il successo applicativo.

In linea con quanto definito dal TFOS DEWS, il corso è focalizzato sulla consapevolezza dell'importanza del film lacrimale nell'uso delle lenti a contatto, al fine di individuare semplici step che i contattologi possono seguire per facilitare la gestione dell'occhio secco per i portatori.

## 2 **PERSONAL BRANDING: LA GESTIONE STRATEGICA DELLA PROPRIA IMMAGINE PROFESSIONALE**

**LUIGI CENTENARO, PAOLO IABICHINO**

Fare personal branding significa identificare e comunicare in maniera coerente il motivo per cui qualcuno dovrebbe sceglierci. In un contesto competitivo e caotico è necessario farsi un nome, nel proprio terri-

torio o area di riferimento.

Il vantaggio è quello di distinguersi e diventare un segnale significativo, capace di emergere nel rumore generale ed essere in grado di trasmettere rapidamente una promessa di valore unica.

Il segreto non è autopromuoversi o venderci. Al contrario: occorre saper puntare solo sugli elementi della nostra professionalità, in grado di generare la giusta impressione e attirare le opportunità più in linea con quello che siamo veramente.

## 3 **COME OTTIMIZZARE LA PROPRIA ROUTINE CONTATTOLOGICA PER IL BENESSERE E LA SODDISFAZIONE DEL PORTATORE**

**KAREN WALSH, LYNDON JONES**

Nella nostra attività professionale tante sono le informazioni che raccogliamo sui portatori di lenti a contatto, ma qual è l'uso migliore che possiamo farne per contribuire alla soddisfazione del nostro cliente? Questo corso interattivo prende in esame una serie di casi e di scenari possibili, attraverso la presentazione di esempi clinici e di una rassegna delle evidenze. Lavorando in gruppi, i partecipanti hanno la possibilità di discutere su come prendere decisioni basate sulle evidenze, sia per le nuove applicazioni, sia per i portatori che presentano complicanze. La discussio-

ne aperta consente di mettere a confronto esperienze diverse. Quali tecniche risultano più utili all'interno dello studio? Come riuscire a migliorare l'applicazione delle lenti a contatto e la fase post-applicativa avvalendosi di una routine clinica ottimale basata sulle evidenze?

## **4 LA CERIMONIA E LA SQUADRA DI VENDITA: COME MIGLIORARE IL SERVIZIO AL CLIENTE E LA MOTIVAZIONE DEL TEAM**

**PATRIZIA STEA**

Il negozio di ottica del futuro potrà raggiungere il successo desiderato solo se sarà in grado di compiere il passaggio necessario: trasformarsi da luogo di "vendita di prodotto" in luogo di "vendita di servizio". Posizionare la qualità del servizio in cima alle priorità significa creare una comunicazione relazionale con il cliente attraverso gli atteggiamenti e le abilità del consulente. La vera sfida consiste nell'acquisire la capacità di massimizzare la relazione con il cliente.

Tutti, all'interno del negozio, devono essere consapevoli della centralità del cliente, qualsiasi tipo di strategia comunicativa si decida di assumere.

Gli argomenti trattati durante il corso partono da alcune considerazioni sull'importanza di tenere sotto

controllo i 5 punti fondamentali della shopping experience: assumere e dare informazioni, creare empatia e mantenere "contatto", influenzare e fidelizzare. Insieme si analizzano situazioni esperienziali vissute nel centro ottico attraverso esercitazioni e discussioni di gruppo.

## **5 GESTIONE DELLA PRESBIOPIA CON LENTI A CONTATTO**

**PHILIP MORGAN**

È evidente che esistono notevoli opportunità per una migliore gestione dei soggetti presbiti corretti con lenti a contatto, poiché sono ancora pochi coloro che, in questa fascia d'età, ne fanno un regolare utilizzo. Attraverso un approccio strutturato si analizzano le problematiche da affrontare a questo riguardo, fornendo un aggiornamento delle attuali conoscenze. Ci si focalizza soprattutto sulle modalità di scelta della lente a contatto, illustrando le opzioni disponibili e le evidenze relative all'individuazione di una geometria specifica per un particolare portatore.

Vengono trattati i fattori che influenzano il processo decisionale del contattologo, dalla scelta del materiale, fino alla gestione immediatamente successiva all'applicazione.



25 NOVEMBRE H 14.30 - 15.30

**IL FUTURO DELLE LENTI A CONTATTO**  
••• LIVE STREAMING FOR STUDENTS •••

LYNDON JONES,  
PHILIP MORGAN  
modera **Fabrizio Zeri**

A tu per tu con **Lyndon Jones** e **Philip Morgan** che mettono a disposizione la loro esperienza per condurci, accompagnati da **Fabrizio Zeri**, in un viaggio attraverso il futuro delle lenti a contatto e per disegnare insieme un identikit del portatore di domani.

**Chi indosserà le lenti a contatto nel 2030 sarà diverso dagli attuali portatori? Quali potrebbero essere le sue esigenze? Quali sfide dovranno affrontare la ricerca e l'industria per rispondere ad esse? Quali competenze saranno richieste ai contattologi? E come dovrà cambiare la formazione per preparare adeguatamente i professionisti del domani?**

**Per la prima volta  
in diretta live streaming**

una lecture rivolta agli studenti che potranno interagire con esperti internazionali per confrontarsi sugli scenari futuri del mondo della contattologia.

[WWW.ASSOTTICALIVE2019.IT](http://WWW.ASSOTTICALIVE2019.IT)

The background is a complex, abstract composition of overlapping circles and semi-circles in various shades of blue, purple, and magenta. Some circles are filled with fine, parallel lines. Small white triangles and dots are scattered throughout the design, adding to its dynamic feel.

RELATORI



## FABRIZIO ZERI

Ricercatore e docente a contratto presso l'Università Bicocca di Milano. Visiting research fellow presso la School of Life and Health Sciences dell'Aston University di Birmingham (UK).

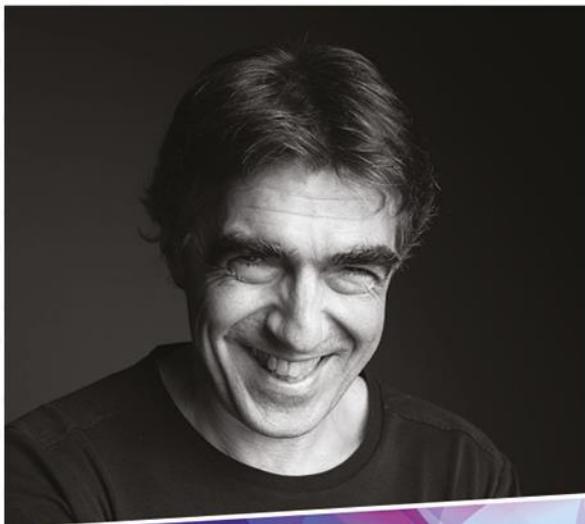
Nel 2017 ha ricevuto l'Irving Fatt Memorial Lecture dalla British Contact Lens Association (BCLA) e nel 2019 il Contact lens Educator of the Year Award dalla International Association of Contact Lens Educators (IACLE) per la regione Europa Middle East. Ha pubblicato oltre 50 articoli scientifici ed è stato relatore in oltre 100 convegni nazionali e internazionali.



## NICOLETTA LOSI

Dal 2016 Presidente di EUROMCONTACT, la federazione europea delle associazioni nazionali e delle imprese produttrici di lenti a contatto e soluzioni per la loro manutenzione, che rappresenta il 90% del mercato delle lenti a contatto morbide e il 50% del mercato delle lenti a contatto rigide nell'UE.

Optometrista con vasta conoscenza nel settore delle lenti a contatto, lavora da 16 anni nell'industria dei dispositivi medici. Fellow dell'International Association of Contact Lens Educators (IACLE).



## PAOLO IABICHINO

Pubblicitario tra i più noti in Italia, vincitore della settima edizione del Premio Emanuele Pirella "Comunicatore dell'anno", ideato dal Dipartimento di Comunicazione ed Economia di Unimore. Ha inventato e declinato il concetto di "invertising", diventato un libro nel 2010. Nel 2014 ha pubblicato "Existential marketing. I consumatori comprano, gli individui scelgono", nel 2017 "Scripta volant. Un nuovo alfabeto per scrivere (e leggere) la pubblicità oggi". Insegna in diverse università e tiene corsi e seminari sulle trasformazioni in atto nel mondo della comunicazione d'impresa.



## LYNDON JONES

Professore e capo ricercatore universitario presso la School of Optometry and Vision Science, Università di Waterloo, Ontario, Canada. Direttore del Centre for Ocular Research & Education (CORE) e membro del board della Tear Film & Ocular Surface Society (TFOS). È stato premiato con la consegna del BCLA Medal Address all'edizione del British Contact Lens Association 2019. Ha ricevuto numerosi premi nazionali e internazionali, autore di oltre 400 articoli scientifici, ha partecipato come relatore a oltre 1.000 conferenze in tutto il mondo.



## KAREN WALSH

Laureata in Optometria presso l'Università di Cardiff, UK. Consegue il diploma post-laurea in Optometria clinica presso la City University di Londra ed è Fellow dell'International Association of Contact Lens Educators (FIACLE).

Si è trasferita in Canada nel 2015 ed è attualmente ricercatore clinico presso il Centre for Ocular Research & Education (CORE), Università di Waterloo.

## STEFANO BARABINO

Professore di oftalmologia e responsabile del Centro di Superficie Oculare presso l'Ospedale Sacco, Università di Milano.

Specialista in occhio secco e disturbi della superficie oculare, ha pubblicato più di 100 articoli in riviste scientifiche italiane e internazionali.

È membro attivo di diverse società professionali europee e internazionali, Presidente della Società Italiana di Superficie Oculare e Ambassador per l'Italia della Tear Film & Ocular Surface Society (TFOS).





## SARAH FARRANT

Laureata in Optometria presso l'Università di Cardiff, UK, è titolare di un centro di pratica professionale, Presidente del Somerset Local Optical Committee e membro del Consiglio della British Contact Lens Association (BCLA).

Esperta di gestione dell'occhio secco, è Ambassador per il Regno Unito della Tear Film & Ocular Surface Society (TFOS).

## PHILIP MORGAN

Professore di Optometria, Direttore di Eurolens Research presso l'Università di Manchester, UK. Presidente della International Society for Contact Lens Research e Vice Presidente della International Association of Contact Lens Educators (IACLE).

I suoi principali interessi di ricerca riguardano la performance clinica delle lenti a contatto. Dal 1996 gestisce una survey internazionale sul mercato delle lenti a contatto.

Autore di oltre 200 pubblicazioni scientifiche, è intervenuto come relatore a congressi in oltre 30 paesi nel mondo.





## EMANUELE SACERDOTE

Lecturer Professor presso l'Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano e presso l'Università IULM, nonché Visiting Professor presso Fondazione ISTUD. Vanta una lunga esperienza nel settore retail come consulente strategico cui affianca la sua attività di imprenditore per l'azienda di famiglia.

Autore di numerosi libri sul tema retail: 2006 "Strategie Retail nella moda e nel lusso", 2009 "Travel Retailing", 2014 "Ritorno alla Bottega", 2014 "Aziende Storiche Operative e Silenti", 2016 "Retailization".

## LUIGI CENTENARO

Primo personal branding strategist italiano e ideatore del Personal Branding Canvas.

Docente di personal branding per gli MBA della SDA Bocconi, l'MBA dell'Università di St. Gallen (CH), gli MBA del MIP, per l'Università IULM e per lo IED.

È stato inoltre docente al Master in Digital Strategy del Politecnico di Milano, all'Università Ca' Foscari di Venezia e nei corsi della Business School de Il Sole 24 Ore. Co-autore dei libri "Personal Branding" (2013) e "Personal Branding per l'Azienda" (2019).



## PATRIZIA STEA

Coach e formatore, specializzata in psicologia della comunicazione applicata alla vendita, al customer service e customer satisfaction in particolare nel mondo del retail.

Ha approfondito le tematiche comportamentali attraverso numerosi interventi in aziende nazionali e internazionali specialmente nel settore della moda e del lusso.

È stata responsabile di progetti formativi nelle aziende, dove ha introdotto strategie di analisi del potenziale dei dipendenti e nuove metodologie di public speaking.



## ROBERTO RASIA DAL POLO

Comunicatore e formatore oltre che giornalista e presentatore professionista, è stato per 10 anni autore e voce di Radio24 e per 8 anni conduttore di piattaforme SKY, con numerose collaborazioni video Rai e Mediaset.

È specializzato nella presentazione di grandi eventi live ed è docente in corsi sulla comunicazione volta alle vendite.

Autore nel 2019 del libro "I trucchi della comunicazione efficace".

## MODALITÀ ISCRIZIONE

Inviare la scheda d'iscrizione, corredata della copia dell'avvenuto pagamento a M.V. Congressi:

Via Marchesi 26 D – 43126 Parma

**T.** 0521 290191 **F.** 0521 291314

e-mail [assottica@mvcongressi.it](mailto:assottica@mvcongressi.it)

### ISCRIZIONI ON-LINE:

<http://mvcongressi.onlinecongress.it/Cod9041>

### TERMINE PER LE ISCRIZIONI È L'11 NOVEMBRE 2019.

Oltre tale data sarà possibile iscriversi direttamente presso la sede congressuale, previa verifica della disponibilità di posti. Sulla scheda d'iscrizione specificare il proprio percorso formativo, barrando la casella della formula scelta e indicando eventuali corsi di interesse.

La segreteria organizzativa confermerà l'avvenuta iscrizione, comunicando eventuali esuberi per il corso prescelto.

## CORSI

Nella giornata di lunedì 25 sono previsti 5 corsi dalle h 9.00 alle h 10.30 o dalle h 9.30 alle h 11.00

che verranno replicati dalle h 11.30 alle h 13.00 e dalle h 12.00 alle h 13.30.

**I corsi sono a numero chiuso**, è possibile iscriversi a due corsi fino a esaurimento posti.

## QUOTE

### MODULO SPECIALE FULL CONFERENCE

**€ 230 + IVA** comprende la partecipazione alle sessioni in plenaria della domenica, attestato di partecipazione, documentazione, kit congressuale, badge, 2 corsi (a scelta del partecipante salvo verifica di disponibilità), coffee break, 2 ticket lunch.

### MODULO GIORNALIERO DOMENICA

**€ 180 + IVA** comprende la partecipazione alle sessioni in plenaria di domenica, attestato di partecipazione, documentazione, kit congressuale, badge, coffee break, 1 ticket lunch.

### Dopo l'11 novembre

previa verifica della disponibilità dei posti - sarà possibile effettuare l'iscrizione in sede congressuale.

## REGISTRAZIONE PARTECIPANTI

La registrazione e il ritiro del kit congressuale potranno essere effettuati **sabato 23 novembre** dalle h 17.00 alle h 19.00 e **domenica 24 novembre** dalle h 8.30 alle h 9.30.

## TRADUZIONE SIMULTANEA

Per gli interventi in plenaria e per i corsi tenuti da relatori stranieri è previsto il servizio di traduzione simultanea.

## CENA SOCIALE

**DOMENICA 24 NOVEMBRE**

Al termine dei lavori, è prevista una cena sociale a cui è possibile prendere parte versando una quota partecipativa di **€ 60 + IVA (10%)**.



## PRENOTAZIONE ALBERGHIERA

Per le modalità di prenotazione e informazioni si rimanda alla scheda di prenotazione alberghiera.

Si consiglia di effettuare la prenotazione alberghiera **entro e non oltre il 31 ottobre 2019** per l'alta stagionalità legata ai convegni.

Oltre tale data la segreteria organizzativa sarà comunque a disposizione per evadere ulteriori richieste di sistemazione alberghiera.



### COME RAGGIUNGERCI

#### In auto

L'Ergife Palace è situato in prossimità di San Pietro, a soli 4 km dal Grande Raccordo Anulare e a 26 km dall'aeroporto internazionale Leonardo da Vinci di Fiumicino. Disponibile ampio parcheggio all'interno della struttura congressuale.

#### In treno

##### **Dalla stazione ferroviaria Roma-Termini:**

Metropolitana - linea A direzione Battistini - fino alla fermata Cornelia; autobus n. 246 direzione Malagrotta, scendere dopo 3 fermate.

##### **Dalla stazione ferroviaria Roma-Tiburtina:**

Metropolitana - linea B direzione Laurentina fino alla fermata Termini;

Metropolitana - linea A direzione Battistini fino alla fermata Cornelia; autobus n. 246 direzione Malagrotta, scendere dopo 3 fermate.

#### In aereo

##### **Dall'aeroporto internazionale L. da Vinci di Fiumicino:**

Treno speciale "Leonardo Express" fino alla stazione Termini e seguire le indicazioni dalla stazione stessa per la linea A della metropolitana.

##### **Dall'aeroporto di Ciampino:**

Navetta Cotral diretta alla fermata della metropolitana Anagnina - linea A direzione Battistini - fino alla fermata Cornelia; autobus n. 246 direzione Malagrotta, scendere dopo 3 fermate.



## SCHEDA DI ISCRIZIONE

Si raccomanda di compilare e inviare la scheda entro e non oltre l'**11 novembre 2019** a: M.V. Congressi - fax 0521 291314 - Via Marchesi 26 D - 43126 Parma - tel. 0521 290191 - e-mail: [assottica@mvcongressi.it](mailto:assottica@mvcongressi.it) - iscrizioni on-line: <http://mvcongressi.onlinecongressi.it/Cod9041>

### ANAGRAFICA

Nome \_\_\_\_\_ Cognome \_\_\_\_\_ Nato/a a \_\_\_\_\_ il \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_  
P. IVA \_\_\_\_\_ Cod. Fiscale \_\_\_\_\_ Indirizzo \_\_\_\_\_  
CAP \_\_\_\_\_ Città \_\_\_\_\_ Tel. \_\_\_\_\_ Cell. \_\_\_\_\_  
E-mail \_\_\_\_\_

**CODICE SCONTO 30%** riservato ai partecipanti all'**Indagine Assottica 2018 "Punti di Vista e punti di Contatto"**

--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

### FATTURARE A

Rag. sociale \_\_\_\_\_ Indirizzo \_\_\_\_\_  
CAP \_\_\_\_\_ Città \_\_\_\_\_ Tel/Cell \_\_\_\_\_ E-mail \_\_\_\_\_  
P. IVA \_\_\_\_\_ Cod. Fiscale \_\_\_\_\_  
Codice Destinatario 

--	--	--	--	--	--	--	--

 PEC \_\_\_\_\_

### PARTECIPAZIONE

#### MODULO SPECIALE FULL CONFERENCE

comprende la partecipazione alle sessioni in plenaria della domenica, attestato di partecipazione, documentazione, kit congressuale, badge, 2 corsi (a scelta del partecipante salvo verifica di disponibilità), coffee break, 2 ticket lunch.

**quota iscrizione** € 230 + 22% iva (totale € 280,60)

**TICKET LUNCH AGGIUNTIVO DOMENICA 24/11/2019**

**TICKET LUNCH AGGIUNTIVO LUNEDÌ 25/11/2019**

**CENA SOCIALE DOMENICA 24/11/2019**

Sarà possibile effettuare l'iscrizione in sede congressuale. Si raccomanda in ogni caso la verifica telefonica delle disponibilità.

#### CORSI (RISERVATI A CHI SI ISCRIVE AL MODULO SPECIALE FULL CONFERENCE)

**È POSSIBILE ISCRIVERSI A DUE CORSI**

**LUNEDÌ 25/11/2019** H 9.30 - 11.00

corso 1  corso 3  corso 5

**LUNEDÌ 25/11/2019** H 9.00-10.30

corso 2  corso 4

**LUNEDÌ 25/11/2019** H 12.00 -13.30

corso 1  corso 3  corso 5

**LUNEDÌ 25/11/2019** H 11.30-13.00

corso 2  corso 4

#### EXTRA

Ticket lunch aggiuntivo

€ 28

n. \_\_\_\_\_ domenica 24/11

n. \_\_\_\_\_ lunedì 25/11

Cena sociale domenica 24/11

€ 60 cad. + 10% iva (totale € 66)

n. \_\_\_\_\_ partecipanti

#### PAGAMENTO

bonifico bancario intestato a MV SPA INTESA SANPAOLO - VIA GRAMSCI 6A - PARMA IBAN IT35 5030 6912 7431 0000 0005 662

Carta di credito  VISA  Carta Si  Mastercard (non sono accettate altre Carte di Credito)

n° 

--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

 Scadenza \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_ codice CV2 (ultime 3 cifre presenti sul retro della carta) \_\_\_\_\_

Autorizzo il prelievo di € \_\_\_\_\_, data \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_ Firma \_\_\_\_\_

Il pagamento deve includere la dicitura "Cognome e nome del richiedente / cod. 9041"

**INFORMATIVA PRIVACY:** Con riferimento al Regolamento UE 679/2016 La informiamo che i dati da Lei forniti sono trattati nel Suo interesse per le seguenti finalità: attività connesse all'organizzazione di eventi aggregativi, congressuali e formativi (conferimento obbligatorio), adempimento di obblighi di legge, contabili/amministrativi e finalità di gestione contratti (conferimento obbligatorio) ed invio di comunicazioni, informative o newsletter relative a nuove iniziative (conferimento facoltativo). Il conferimento dei dati avverrà attraverso il suo esplicito consenso al trattamento ed i dati saranno conservati per 10 anni dal termine del rapporto in essere. I dati non saranno oggetto di diffusione e saranno oggetto di tutela da parte nostra, secondo le misure di sicurezza imposte per legge, ma potranno essere comunicati ad enti pubblici, assistenziali, assicurativi, associativi, scientifici o altri enti pubblici o privati, nazionali e internazionali, ad Assattica e alle Aziende ad essa associate esclusivamente al fine di adempiere specifici obblighi di legge, oppure professionisti esterni di supporto per l'adempimento delle attività relative alle finalità sopra indicate. Titolare del trattamento è MV CONGRESSI - Via Marchesi 26 D, 43126 Parma PR, mentre il Responsabile del Trattamento è il legale rappresentante Giulia Dettari; non è prevista la nomina del DPO (Data Protection Officer) perché non necessario rispetto ai trattamenti dati eseguiti. In qualità di interessato, Lei è tutelato dai diritti di seguito riportati: diritto di essere informato, diritto di accesso ai dati, diritto di rettifica, diritto di opzione, diritto di limitazione, diritto di cancellazione, diritto di portabilità, diritto di opposizione, diritto di divieto all'automazione.

**Sono a conoscenza della possibilità di essere ripreso o fotografato durante il congresso**

Data \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_

Firma \_\_\_\_\_

## SCHEDA PRENOTAZIONE ALBERGHIERA

Si raccomanda di compilare e inviare la scheda entro e non oltre il **31 ottobre 2019** a: M.V. Congressi - fax 0521 291314 - Via Marchesi 26 D - 43126 Parma - tel. 0521 290191 - e-mail: [assottica@mvcongressi.it](mailto:assottica@mvcongressi.it) - iscrizioni on-line: <http://mvcongressi.onlinecongress.it/Cod9041>

### ANAGRAFICA

Nome \_\_\_\_\_ Cognome \_\_\_\_\_ Nato/a a \_\_\_\_\_ il \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_  
P. IVA \_\_\_\_\_ Cod. Fiscale \_\_\_\_\_ Indirizzo \_\_\_\_\_  
CAP \_\_\_\_\_ Città \_\_\_\_\_ Tel. \_\_\_\_\_ Cell. \_\_\_\_\_  
E-mail \_\_\_\_\_

### FATTURARE A

Rag. sociale \_\_\_\_\_ Indirizzo \_\_\_\_\_  
CAP \_\_\_\_\_ Città \_\_\_\_\_ Tel./Cell \_\_\_\_\_ E-mail \_\_\_\_\_  
P. IVA \_\_\_\_\_ Cod. Fiscale \_\_\_\_\_  
Codice Destinatario           PEC \_\_\_\_\_

### PRENOTAZIONE

Ergife Palace Hotel\*\*\*\* (sede congressuale)

- doppia ad uso singola € 110/notte  
 matrimoniale € 130/notte da condividere con \_\_\_\_\_

I prezzi si intendono per camera a notte, trattamento di pernottamento e prima colazione, comprensivi di tasse (fatta eccezione per la tassa di soggiorno di € 6 per persona a notte che dovrà essere corrisposta direttamente in hotel).

Desidero effettuare la seguente prenotazione

Riservare a nome \_\_\_\_\_

n° \_\_\_\_\_ camera/e

Spese amministrative n. \_\_\_\_\_ camere (€ 20 + iva/camera - tot. € 24.40)

Data di arrivo \_\_\_\_/11/2019

Data di partenza \_\_\_\_/11/2019

A ricevimento della scheda con relativo importo, M.V. Congressi provvederà a inviare conferma dell'avvenuta prenotazione.

### PAGAMENTO

#### IMPORTO PERNOTTAMENTI

n. \_\_\_\_\_ notti, € \_\_\_\_\_/ notte Totale parziale € \_\_\_\_\_ +

#### SPESE AMMINISTRATIVE

n. \_\_\_\_\_ camera/e € 20 + iva/camera (tot. € 24.40) Totale parziale € \_\_\_\_\_ =

**Totale € \_\_\_\_\_**

bonifico bancario intestato a MV SPA INTESA SANPAOLO - VIA GRAMSCI 6A - PARMA IBAN IT35 0303 6912 7431 0000 0005 662

Carta di credito  VISA  Carta Si  Mastercard (non sono accettate altre Carte di Credito)

n°         Scadenza \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_ codice CV2 (ultime 3 cifre presenti sul retro della carta) \_\_\_\_\_

Autorizzo il prelievo di € \_\_\_\_\_ data \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_ Firma \_\_\_\_\_

Il pagamento deve includere la dicitura "Cognome e nome del richiedente / cod. 9041"

**INFORMATIVA PRIVACY:** Con riferimento al Regolamento UE 679/2016 La informiamo che: I dati da Lei forniti sono trattati nel Suo interesse per le seguenti finalità: attività connesse all'organizzazione di eventi aggregativi, congressuali e formativi (conferimento obbligatorio), adempimento di obblighi di legge, contabili/amministrativi e finalità di gestione (conferimento obbligatorio) ed invia di comunicazioni, informative o newsletter relative a nuove iniziative (conferimento facoltativo), il conferimento dei dati avverrà attraverso il suo esplicito consenso al trattamento ed i dati saranno conservati per 10 anni dal termine del rapporto in essere: i dati non saranno oggetto di diffusione e saranno oggetto di tutela da parte nostra, secondo le misure di sicurezza imposte per legge, ma potranno essere comunicati ad enti pubblici, assistenziali, assicurativi, associativi, scientifici o altri enti pubblici o privati, nazionali e internazionali, ad Assottica e alle Aziende ad essa associate esclusivamente al fine di adempiere specifici obblighi di legge, oppure professionisti esterni di supporto per l'adempimento delle attività relative alle finalità sopra indicate. Titolare del trattamento è MV CONGRESSI - Via Marchesi 26 D, 43126 Parma PR, mentre il Responsabile del Trattamento è il legale rappresentante Giulia Dettori, non è prevista la nomina del DPO (Data Protection Officer) perché non necessario rispetto ai trattamenti dati eseguiti. In qualità di interessato, Lei è tutelato dai diritti di seguito riportati: diritto di essere informato, diritto di accesso ai dati, diritto di rettifica, diritto di oblio e cancellazione, diritto di limitazione, diritto di portabilità, diritto di opposizione, diritto di divieto all'automazione.





**ASSOTTICA**  
Gruppo Contattologia

Viale Luigi Pasteur, 10 - 00144 Roma

**Tel.** +39 06 54210431

**Fax** +39 06 54210613

**E-Mail:** [segreteria@assottica.it](mailto:segreteria@assottica.it)

**[www.assottica.it](http://www.assottica.it)**

**Alcon**  
SEE BRILLIANTLY

**BAUSCH+LOMB**  
See better. Live better.

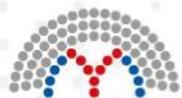


CooperVision®

*Johnson+Johnson* VISION

inspire your eyes  
**markennövy**

**schalcon**  
CLEAR VISION



**MV CONGRESSI**  
Meeting & Association Management

**SEGRETERIA ORGANIZZATIVA**

Via Marchesi 26 D - 43126 Parma T. +39-0521.290191 F. +39-0521.291314 [assottica@mvcongressi.it](mailto:assottica@mvcongressi.it) [www.mvcongressi.it](http://www.mvcongressi.it)