

Vittorio Roncagli dell'Accademia Europea di Sports Vision intervistato da B2Eyes magazine al Simposio Mondiale della B&L ad Atene



Vittorio Roncagli

Qual è la chiave del successo nell'applicazione di lenti a contatto per lo sport?

Esiste più di una chiave. La prima è essere coinvolti nel mondo dello sport. Quindi, fare scan di Sports Vision, partecipare ad eventi sportivi, avere amici sportivi, essere attivo come osservatore o come partecipante ad attività sportive, perché è così che si capisce il mondo dello sport.

La seconda è evitare di essere rigidi, cioè di voler vendere per forza le lenti di un tipo, di una marca, di un modello, ma essere estremamente flessibili, avendo a disposizione molte possibilità diverse, tipi di lenti, materiali, modelli, curvature, ecc. Le esigenze sono tante e quindi occorre avere un approccio molto individuale.

Terza: evitare di avere un atteggiamento commerciale, ma vendere un pacchetto di servizi, in cui la lente rappresenta uno dei capitoli del servizio completo.

Secondo Lei, attualmente qual è la principale innovazione nel campo della tecnologia delle LAC per lo sport?

La principale è la Nike Maxsight. In assoluto. Nike MaxSight è la lente che aspettavamo: è quella che io, tempo fa, ho chiamato "missing link between vision and sport", la connessione mancante tra visione e sport. Tutti desideravamo una lente per lo sport, tutti parlavamo dei vantaggi delle lenti sullo sport, ma nessuno aveva

una lente per lo sport. Finalmente una lente solo per lo sport.

È l'"accessorio" ideale per lo sport, la più grande innovazione. Più che una innovazione tecnologica, sicuramente importante, è un'innovazione concettuale, perché, per la prima volta, non si mette una lente solo per compensare un'ametropia, ma soprattutto per filtrare delle radiazioni fastidiose. E quindi questo è un salto di qualità enorme.

Oggi, quanti Italiani portano le lenti a contatto? E quanti le portano in particolare modo per praticare sport?

Ci sono dati statistici?

Penso che la statistica ufficiale sia che il 4% degli italiani porta lenti a contatto, dato molto basso. Nel mondo dello sport, le statistiche ufficiali, per quanto imprecise, parlano di un 6%. È comunque una cifra ridicola, se paragonata al 16% di Stati Uniti e Canada o al 12% del Nord Europa. Ma guardiamo la mezza bottiglia piena: abbiamo bisogno di un po' di tempo, ma abbiamo un mercato più grande!

Può spiegarci qual è la vostra offerta formativa per gli ottici italiani?

Abbiamo principalmente 4 attività educative. La prima è costituita da corsi base, che chiamiamo "Introduzione allo Sports Vision", in cui si definiscono gli aspetti

concettuali e generici dello Sports Vision e se ne evidenzia la connessione con la lente a contatto.

Inoltre, teniamo un corso annuale di visual training, che si concentra in particolare su behaviour optometry e vision training: la durata è di 30 giorni, tre giorni al mese per un anno.

La terza attività consiste in corsi monotematici. Sono corsi sulla visione, che ne enfatizzano gli aspetti funzionali, e trattano in due giorni un argomento molto specifico, in modo tale che possa essere completamente descritto. Gli ultimi due sono "Visione e postura" e "Visione e equilibrio". Ultima cosa: ogni anno traduciamo in italiano e pubblichiamo tre libri, pubblicazioni che vengono dagli Stati Uniti o dall'Inghilterra e trattano aspetti diversi della visione.

Siete legati ad altre accademie o organizzazioni di Sports Vision in Europa?

Per ora non c'è nessun legame formale con altre accademie europee, ma siamo in buoni rapporti con le altre organizzazioni al di fuori del territorio italiano.

Nell'ambito dello Sports Vision, gli Stati Uniti sono più avanti rispetto all'Europa?

Lo erano, negli anni Settanta e Ottanta. Poi lo Sports Vision ebbe un crollo negli USA. Ora non c'è più nessuno che offra servizi di Sports Vision, l'interesse è veramente basso. Il motivo è che negli ultimi 15/20 anni la commissione optometrica statunitense si è spostata nella categoria del medical care, pertanto ora utilizzano farmaci e fanno valutazioni patologiche. Pertanto nelle scuole si concentrano meno sforzi e meno tempo sul training per lo Sports Vision. Una volta erano il mio punto di rife-



AMBER
PER CALCIO, TENNIS E RUGBY



GREY-GREEN
PER GOLF, CORSA E TRAINING

Probabilmente ora è l'Europa a detenere la leadership. Nazioni come Inghilterra, Olanda, Danimarca e Italia stanno dando l'esempio in Europa, soltanto perché lì ci sono persone che sono entusiaste di questo settore.

Quali sono i principali programmi che state sviluppando o che pensate di sviluppare in futuro in Italia?

Ah, è tipo una scatola dei desideri!

Sì, infatti! Qual è il Suo sogno?

Il mio sogno è che il protocollo Sports Vision venga applicato ufficialmente nella valutazione di un atleta.

Ad esempio, all'interno delle Federazioni, ciascun atleta deve sottoporsi periodicamente a un controllo per poter praticare sport. E l'acuità visiva richiesta è di 10/6, tutto qui - anche se poi si guida una macchina da Formula 1. La visione viene data per scontata al momento. Faccio un esempio: il campione mondiale di motociclismo, Johnny Ceccotto: scoprirono che era miope dopo la sua seconda vittoria. E lo scoprirono soltanto per caso, perché una volta lasciò aperta la porta della sua camera d'albergo e qualcuno entrò. Altro caso: Ivan Capelli, il pilota: è miope di 10 diottrie. Nessuno sapeva che era miope, e quando si presentò in Ferrari, ci andò con le LAC. Nessuno sapeva che era miope, però vedeva 6 decimi.

Attualmente, lo Sports Vision viene considerato, dal mondo dell'optometria, come un simpatico gioco per adulti, perché ci fa divertire. È divertente poter scherzare con atleti famosi, scattare dello foto insieme a loro e farsi firmare degli autografi. Ma bisogna capire che questo è solo un gioco, che bisogna concentrarsi sulle lenti a contatto e sullo Sports Vision.

LAC e SV diventeranno qualcosa di concreto quando verranno ufficialmente inserite nella medicina dello sport. Perché è proprio la medicina dello sport che si prende cura della salute di un atleta, ed è essa stessa a concedere o a negare all'atleta l'abilitazione a praticare sport.

A livello europeo, questo progetto si sta portando avanti?

Qualche tempo fa siamo riusciti a inserire la Federazione Italiana Sport Invernali, quella che organizza anche le Olimpiadi. Per anni, hanno fatto testare tutti i loro

mo di 140/150 atleti olimpici o professionisti da gare di mondiali, e parliamo del coinvolgimento personale di alcuni che lavorano nella federazione e che quindi sono molto interessati. Per cui, il collegamento è umano, non formale. Il tennis, ci ha provato per 3 anni, e non sono riusciti a portarla avanti. Una delle ragioni, molto importante, è che troppe poche persone fanno Sports Vision, quindi l'atleta non trova il servizio vicino a dove abita o dove gioca. Se io sono un atleta che gioca a Milano, e il centro più vicino per lo SV è a Como, non ci vado sicuramente. Se abito a Modena, non vado fino a Bologna.

La vostra sede principale è a Cervia (RA). Avete altre sedi affiliate sul territorio nazionale?

Ce ne sono una quindicina. Non sono gestite da noi, non abbiamo nessuna proprietà e nessun controllo in termini economici e di gestione, ma lì ci sono persone di fiducia che hanno partecipato tante volte a dei corsi, che seguono un curriculum, sono iscritte a un gruppo di studio, e quindi mantengono un certo livello formativo per cercare di dare dei servizi più o meno uniformati. Però sono 15, ce ne vorrebbero 2.000!

State cercando di sviluppare questa idea anche a livello europeo, o per ora rimane solo una realtà locale?

Per ora è solo italiana. La bella notizia è che dal prossimo mese questa iniziativa prende il via anche in Belgio, dove ci sono altre 12 persone che iniziano questo iter formativo di 2 anni e diventano per noi 12 riferimenti Belgio.

Concludendo, possiamo riassumere la situazione italiana dei portatori di LAC? Come mai in Italia ci sono così poche persone che portano le LAC?

Alcuni ottici preferiscono vendere pochi tipi di lenti o addirittura solo un tipo.

Bisogna far entrare le LAC nelle abitudini quotidiane degli sportivi. Oggi si può aver bisogno di lenti del colore ambrato, domani del grey/green, un altro giorno magari potrebbe volere le lenti disposable. Alcuni ottici protestano e dicono che non possono vendere in questo modo. Ma la mia domanda è: Quante paia di scarpe avete? Io ne ho molte. Quindi i vostri occhi sono meno importanti dei vostri

non potete avere 3 tipi diversi di LAC? A seconda che praticiate sport o siate in vacanza? Alcuni ottici rimangono scioccati. Mi dicono che i clienti non le comprano. Non è vero: la cosa importante è che l'ottico deve saper vendere le lenti in modo corretto. Pertanto, secondo me, il limite non è il mercato, semmai è la connessione tra chi produce lenti e chi usa le lenti, vale a dire l'ottico. Se l'ottico non trasmette il messaggio giusto, il cliente non comprerà mai le lenti. E i produttori sono preoccupati della bassa percentuale di persone che portano LAC, e della perdita di denaro. Ma questa mentalità chiusa non va bene. Manca una connessione tra produttori e portatori. Alcune ditte, vanno direttamente al consumatore: da una parte è una cosa bella, perché c'è maggiore consapevolezza sulle LAC, ma dall'altra è una cosa brutta, perché le LAC di fatto sono dispositivi medici.



Pertanto, vanno trattate come un medicinale e qualcuno deve spiegare al portatore come si usano e come si applicano in modo corretto.

Se andiamo a comprare un paio di scarpe, ce ne sono un mare tra cui scegliere: da basket, per la corsa, per il tennis, per camminare e così via. E abbiamo bisogno che qualcuno ci consigli la scarpa più adatta per la nostra attività. Per le lenti a contatto è la stessa cosa. Perché vogliamo comprare le lenti a contatto da soli? Oppure, perché vogliamo comprarle senza prima provarle? Questa è una cattiva abitudine di alcuni ottici, vendere le lenti senza prima farle provare al cliente.