

Una campagna educativa per rilevare i dubbi e le barriere, spesso infondate, sulle **lenti a contatto** e fornire risposte corrette. Questo è l'obiettivo primario della **campagna "Lenti a Contatto: qui si... informa"** promossa da **Assottica Gruppo Contattologia**, associazione aderente a Confindustria che riunisce i maggiori produttori di lenti a contatto e soluzioni.

La campagna, partita lo scorso 11 ottobre, **Giornata Mondiale della Vista**, e in programma fino a febbraio 2013, è indirizzata **verso tutti coloro che si vogliono avvicinare alle lenti a contatto**, ma nutrono alcuni dubbi o perplessità. La campagna educativa prevede la possibilità di compilare un questionario, in forma anonima, che valuterà i livelli di barriera e fornirà alcuni primi utili consigli da approfondire con il proprio contattologo. **Il questionario sarà a disposizione sul sito ufficiale [www.assottica.it](http://www.assottica.it)** e disponibile presso tutti i punti vendita di ottica che vorranno aderire all'iniziativa.

"In Italia sono 2.5 milioni le persone che portano lenti a contatto – afferma **Nicoletta Losi, Presidente di Assottica Gruppo Contattologia** – un numero importante che testimonia come le lenti a contatto possano essere un mezzo correzione visiva efficace per rispondere alle esigenze di sicurezza, praticità e libertà della popolazione. Troppo spesso però esistono delle perplessità o delle leggende metropolitane che allontanano le persone da questa scelta. La campagna si pone un duplice obiettivo: approfondire i dubbi su tematiche quali ad esempio la sicurezza, la corretta manutenzione o la capacità di fornire la giusta soluzione rispetto al vizio di refrazione presente, e iniziare a fornire le prime informazioni corrette da approfondire con il contattologo a prescindere dalla scelta finale".

Anche **per il contattologo il questionario si traduce in uno strumento di lavoro** utile. Consegnando il questionario il professionista sarà in grado di individuare da subito gli aspetti da approfondire sulle lenti a contatto con il proprio interlocutore, riuscendo a stabilire una relazione efficace. "La campagna non si esaurisce con la divulgazione – **conclude Nicoletta Losi** – chiederemo, infatti, ai contattologi di inviarci i questionari al fine di elaborare i dati raccolti che verranno **presentanti in occasione del Convegno Assottica 2013**, l'evento interamente dedicato all'aggiornamento professionale in contattologia giunto alla sua 10° edizione, e mettendoli così a disposizione degli addetti ai lavori e delle Istituzioni".

Una campagna che vuole sensibilizzare sull'importanza della vista, ma anche sulla necessità di scegliere lo strumento di correzione più idoneo, come le lenti a contatto possono essere, senza falsi timori. La **campagna "Lenti a Contatto: qui si... informa"** è promossa grazie al contributo non condizionato delle aziende associate: **Alcon Ciba Vision, Bausch + Lomb, CooperVision, Johnson&Johnson Vision Care, Sauflon, Schalcon.**