



## Comunicato Stampa

### **ZEISS SmartLife: la nuova frontiera delle lenti da vista in un unico portafoglio**

CASTIGLIONE OLONA, 05/03/2020 – Oggi, più della metà della popolazione possiede un dispositivo digitale portatile e gli **over 55 si confermano la fascia di età media con i più alti tassi di crescita per l'utilizzo di smartphone**<sup>1</sup>. Inoltre, il **57% della popolazione mondiale è connessa a Internet** e, ogni giorno, ci sono più di **1 milione di nuovi utenti che si collegano alla rete**<sup>2</sup>.

Questi dati forniscono una fotografia perfetta di quanto il mondo sia sempre più digitale e di come **essere connessi sia ormai la normalità**.

I vantaggi derivanti da questa **iper-connessione** sono numerosi ma, per sfruttarli al meglio, è necessario dotarsi delle migliori soluzioni e di tecnologie innovative, anche quando ci si riferisce agli **occhi**. Come si tende ad acquistare l'ultimo modello di smartphone, dotato della più recente tecnologia, allo stesso modo è necessario riflettere anche sulle proprie abitudini visive e informarsi su quali tecnologie sono in grado di rispondere alle nuove esigenze dei nostri occhi.

**ZEISS**, gruppo tecnologico leader a livello mondiale nei settori dell'ottica e dell'optoelettronica, ha condotto **un'attenta e accurata analisi delle esigenze visive moderne e ha approfondito scientificamente come cambia il comportamento visivo con l'uso costante dei dispositivi digitali**, non solo in relazione al movimento ma anche in relazione all'avanzare dell'età e al variare della fisiologia dei nostri occhi.

Il risultato ha portato alla creazione di un **unico portafoglio** di lenti da vista che risponde alle esigenze visive derivanti dal nuovo stile di vita: **ZEISS SmartLife**.

#### **Come i dispositivi digitali stanno cambiando il modo in cui si muovono gli occhi**

Gli smartphone fanno indiscutibilmente parte della nostra vita quotidiana. Mentre i primi telefoni cellulari sono stati progettati semplicemente per effettuare e ricevere chiamate - e successivamente anche per scrivere messaggi di testo - gli smartphone di oggi richiedono un'attenzione sia uditiva che visiva maggiore. Oggi l'uso dello smartphone è diventato più dinamico, vario e diversificato.

**Il 70% dei consumatori**, ad esempio, **utilizza più di un dispositivo**<sup>3</sup> e **contemporaneamente svolge altre attività**: si naviga online mentre si fa colazione, si utilizzano app di mapping per girare in città e per

---

<sup>1</sup> Deloitte LLP. (2017). State of the smart - Consumer and business usage patterns. Global Mobile Consumer Survey 2017: UK Cut.

<sup>2</sup> We Are Social & Hootsuite. (2019). Digital 2019 Essential insights into how people around the world use the internet, mobile devices, social media and e-commerce.

<sup>3</sup> The Vision Council. (2016). Eyes overexposed: The digital device dilemma. 2016 Digital eye strain report: [https://visionimpactinstitute.org/wp-content/uploads/2016/03/2016EyeStrain\\_Report\\_WEB.pdf](https://visionimpactinstitute.org/wp-content/uploads/2016/03/2016EyeStrain_Report_WEB.pdf) (US Survey)



comunicare tutto il giorno anche con la propria casa; basti pensare allo sviluppo esponenziale che ha avuto e avrà l'IoT (Internet of Things) nel corso degli anni.

A livello visivo questo si traduce non solo nel fatto che si tende a tenere lo **smartphone sempre più vicino agli occhi**<sup>4</sup>, rispetto a quando si legge un libro o una rivista, ma determina anche un importante cambiamento nel comportamento dello sguardo. Il **Dynamic Gaze Study**, lo studio condotto sul comportamento visivo dinamico condotto dallo **ZEISS Vision Science Lab** di Tübinga, in Germania, ha esaminato gli effetti degli smartphone sul comportamento visivo nelle situazioni quotidiane: lavorare alla scrivania, conversare e camminare all'interno di un edificio. Ogni attività è stata svolta per dieci minuti, prima con lo smartphone e poi senza, e ai soggetti coinvolti è stato chiesto di utilizzare lo smartphone come farebbero normalmente.

I risultati hanno dimostrato che gli smartphone **incidono significativamente su dove si guarda e, più nel dettaglio, che quando si guarda un device mobile si abbassa lo sguardo molte più volte, senza però muovere la testa verso il basso.**

Se si utilizzano occhiali da vista, questo vuol dire che mentre si guarda lo smartphone lo si fa attraverso la parte inferiore della lente molto più di frequente, andando ad utilizzare un'area della lente più ampia rispetto a quanto facevano, quando i device venivano utilizzati di meno e non avevano un ruolo così centrale nella vita di tutti i giorni.

Nella progettazione delle lenti SmartLife, ZEISS ha quindi capito di dover incorporare tutte queste conoscenze e ha inoltre aggiunto **un'ottimizzazione basata sulle esigenze visive correlate all'età**, non solo per le lenti progressive - utilizzate maggiormente a partire dai 45/50 anni - ma anche per quelle dal design più semplice come le monofocali.

Con l'età, infatti, cambia l'anatomia e la fisiologia degli occhi ma rimane invariato e costante l'utilizzo dei dispositivi digitali e la conseguente visione dinamica alla quale sono sottoposti gli occhi. Proprio per questo motivo, SmartLife nasce come un portafoglio completo e unico per i consumatori di oggi, indipendente dall'età.

---

<sup>4</sup> Bababekova, Yuliya, Mark Rosenfield, Jennifer E. Hue, and Rae R. Huang. 2011. "Font Size and Viewing Distance of Handheld Smart Phones." *Optometry and Vision Science* 88(7):795-97.



### Informazioni su ZEISS

ZEISS è un gruppo tecnologico leader a livello mondiale nei settori dell'ottica e dell'optoelettronica. Nell'anno fiscale 2018/19 il Gruppo ZEISS, ha registrato un fatturato di oltre 6,4 miliardi di Euro nei suoi quattro segmenti: Semiconductor Manufacturing Technology, Industrial Quality & Research, Medical Technology e Consumer Markets (dati aggiornati al 30 settembre 2019).

ZEISS sviluppa, produce e distribuisce soluzioni innovative per la metrologia industriale e la garanzia di qualità, per i microscopi usati nelle scienze biologiche e nella ricerca sui materiali e per le tecnologie medicali dedicate alla diagnosi e al trattamento delle malattie nelle specializzazioni di oftalmologia e microchirurgia. Il nome ZEISS è conosciuto nel mondo anche come sinonimo di litografia ottica, strumento usato dall'industria dei chip per la produzione di semiconduttori. La domanda di prodotti a marchio ZEISS quali lenti per occhiali da vista, lenti per foto e videocamere e binoculari è in crescita.

Grazie a un portfolio in linea con le future aree di sviluppo (quali digitalizzazione, sanità e Smart Production) e grazie a un brand forte, ZEISS sta costruendo un futuro che va oltre i settori dell'ottica e dell'optoelettronica. I considerevoli e sostenibili investimenti dell'azienda in ricerca e sviluppo sono la base del successo della continua espansione della leadership di ZEISS nella tecnologia e sul mercato.

Con oltre 31.000 dipendenti, il Gruppo ZEISS è presente in quasi 50 Paesi con circa 60 centri di vendita e assistenza in tutto il mondo, oltre a 30 stabilimenti di produzione e 25 centri di ricerca e sviluppo. La sede centrale dell'azienda, fondata nel 1846 a Jena, si trova oggi a Oberkochen, in Germania. Carl Zeiss Foundation, una delle più grandi fondazioni tedesche dedicate alla promozione della scienza, è il proprietario unico della holding Carl Zeiss SpA.

Per maggiori informazioni: [www.zeiss.it](http://www.zeiss.it)

### Informazioni su ZEISS Vision Care

ZEISS Vision Care è uno dei leader a livello mondiale nella produzione di lenti per occhiali da vista e strumenti per l'ottica oftalmica. Insieme alla divisione ZEISS Consumer Products, appartiene all'area di business denominata "Consumer Markets", che sviluppa e produce strumenti e soluzioni per l'intera catena di valore dell'ottica oftalmica, che vengono commercializzati in tutto il mondo con il marchio ZEISS.

Per maggiori informazioni: [www.zeiss.it/vision](http://www.zeiss.it/vision)

#### Pagine social ufficiali di ZEISS Vision Care:

FB @zeissvisioncare

TW @ZEISSvisionIT

IG @zeissvisioncare\_italia

YT @zeissvisioncare

#### Ufficio stampa ZEISS Vision Care:

CHILIPR +39 02 8725221

Simone Contini - [s.contini@chilipr.it](mailto:s.contini@chilipr.it)

Chiara Dini Ciacci - [c.diniciacci@chilipr.it](mailto:c.diniciacci@chilipr.it)