

INTERVISTA

DI VALENTINO MAIORANO

JURILLI: LA VISTA FRAGILE È LA NOSTRA PRIORITÀ

Il ceo di Fonda racconta la crescita dell'azienda, traccia un bilancio del primo anno del progetto formativo "Academia Fonda" e la nascita di un portale ad hoc per supportare i centri ottici partner.

Il benessere visivo per chi è in condizione di fragilità è la mission di Fonda Vision Health Technology, azienda ligure che, dal 2012, sviluppa e produce tecnologie per salvaguardare la vista fragile. Accanto a ricerca, sviluppo e produzione di ausili, l'azienda concentra la sua attività anche sulla formazione dedicata all'ottico optometrista e gli strumenti di supporto.

Questa fase dell'anno, inoltre, coincide con la chiusura dell'anno accademico di "Academia Fonda", struttura formativa nata nel 2020, e con il lancio della piattaforma ProntoFonda. Ottica Italiana ha approfondito questi e altri temi con il ceo, **Michele Jurilli**, a partire da alcuni concetti-chiave per l'azienda. «Abbiamo radici salde e profonde nel mondo dell'ipovisione, che risalgono a 50 anni fa, quando mio padre Biagio collaborava nel New Jersey con



Michele Jurilli

Gerald Fonda, il padre della "Low Vision". Da 10 anni ci occupiamo di innovare il settore attraverso la tecnologia, approfondendo anche il concetto stesso di "ipovisione" e la conformazione del mercato e della società che fa da riferimento a questo concetto. Abbiamo capito che era opportuno e necessario spostare il focus sulla vista fragile, un termine che abbiamo anche registrato come marchio».

Come si traduce questo approccio?

«La fragilità è una condizione dell'essere umano che sopraggiunge con la vecchiaia o con l'insorgere di una patologia. Ci siamo accorti che con l'ipovisione si identifica una porzione di popolazione parziale per il nostro target, dai 3 decimi in giù, con correzione, mentre la vista fragile comprende una platea più ampia di persone con problemi di

vista più gravi. Ci occupiamo del residuo visivo, che valorizziamo con tecnologie e metodiche per la rilevazione delle sue caratteristiche».

Come costruite il rapporto con i centri ottici?

«Il rapporto con l'ottico optometrista è un asset fondamentale. Le partnership più consolidate sono parte integrante della nostra ricerca e innovazione: hanno il contatto diretto con l'utente, ne registrano esigenze specifiche e ci segnalano problematiche e opportunità di sviluppo. Grazie all'accademia riusciamo a condividere, in modo strutturato, le nostre capacità e far crescere il nostro network in modo uniforme con diversi strumenti per rafforzare le competenze per gestire i singoli casi».

Com'è cambiata la vostra attività in un periodo in cui abbiamo dovuto adattarci a nuove regole nei rapporti sociali?

«La crisi sanitaria ci ha costretto alla distanza e alla chiusura nelle nostre bolle. L'unico aspetto positivo è l'aver sdoganato l'uso di tecnologie digitali da remoto che ci hanno permesso di stare vicino ai nostri centri ottici, con ottimi risultati. Ora riusciamo a essere più capillari, abbiamo inserito questi strumenti nella nostra struttura di gestione dei rapporti e tocchiamo già con mano i risultati. Lavoriamo bene con ottici con cui non ci siamo ancora incontrati di persona. Un anno e mezzo fa non lo avrei mai pensato, ma hanno agevolato i rapporti anche a livello empatico».

"Academia Fonda" non è solo formazione. Quali finalità per chi inizia questo percorso?

«È il portale di accesso alla collaborazione con Fonda, perché la condivisione delle competenze è la

base fondamentale su cui costruire un rapporto e un sistema presso il centro ottico. Per l'ottico partner la formazione è un asset fondamentale per il suo lavoro e, per questo, forniamo contenuti di approfondimento continua sui temi che ci competono. Chi entra in questo percorso formativo diventa un nostro "Ambassador", un ruolo certificato dal nostro attestato e da strumenti di comunicazione dedicati al centro vista fragile. Per mantenere questa qualifica, deve continuare a formarsi supportato da corsi da noi strutturati, perché non finiremo mai di approfondire questo tema molto complesso e, inoltre, la nostra capacità di innovazione ci porta a trovare sempre nuove sfide».

È in chiusura il primo anno accademico con 45 nuovi ambassador. È stato difficile fare formazione in quest'anno particolare?

«Sì, infatti stiamo concludendo ora il progetto, partito a settembre 2020, che prevedeva tre moduli con altrettanti incontri fisici. Vista l'incertezza dovuta alla crisi sanitaria, avevamo già un piano B: convogliare tutti gli incontri in presenza a metà giugno 2021, in un unico momento. Purtroppo, siamo dovuti passare al piano C, incontrando i nostri ottici a gruppi di 4, tutte le domeniche e i lunedì di giugno fino a metà luglio. Non male, no? Questa è Fonda. Una squadra di persone con forti competenze molto varie, unite da un grande entusiasmo e determinazione nel raggiungere un obiettivo ambizioso: diffondere la cultura "Healthy vision"».

Fino al 30 settembre sono aperte le iscrizioni per il prossimo anno di "Academia Fonda". Nel programma ci sono spunti su problematiche e metodologie emerse in quest'anno?

«L'impianto formativo è molto funzionale, contenuti e metodologie sono gli stessi, fruibili attraverso la nostra piattaforma Alfaweb. Il nostro programma comprende videolezioni con test di autovalutazione. Poi c'è un incontro fisico, nel quale conoscerci e toccare con mano gli ausili, sempre con piccole classi. Parte del successo di questa iniziativa è dovuto alla collaborazione con i docenti di Scienze della formazione e Psicologia dell'Università di Genova, che ci hanno aiutato a strutturare il percorso formativo e renderlo dinamico, per andare incontro ai numerosi impegni dell'ottico optometrista».





Alcuni Healthy Vision Ambassador. Da sinistra Michele Giorgini, Jessica Lana, Matteo Michielan, Mattia Basso, Fabio Veglianti

Avete appena lanciato anche il portale Pron-toFonda, dedicato ai servizi offerti al centro ottico. Come nasce l'idea?

«È un pallino che ho da quando è nata Fonda. Vogliamo digitalizzare il sistema di configurazione dell'ausilio e renderlo disponibile a qualsiasi ora e giorno dell'anno al nostro partner. È stato un progetto impegnativo. I nostri partner oggi lo utilizzano per contattarci e offre più opzioni per scegliere, realizzare e utilizzare al meglio l'ausilio visivo di cui si ha necessità. Permette di monitorare l'andamento dell'ordine e gestire la storia di ogni specifico cliente. Pensiamo, inoltre, di sviluppare opzioni ad hoc per i nostri "Ambassador", per la gestione del cliente e la registrazione dei parametri che ci permettono di valutare l'impatto positivo sul territorio».

Quali differenze avete trovato nelle esigenze visive emerse e nelle soluzioni richieste rispetto al periodo pre-Covid?

«In tutto il settore sta emergendo la necessità di avere soluzioni ottimizzate per l'utilizzo dei dispositivi digitali, in quanto si passa più tempo a utilizzare una visione medio-distante. Durante il lockdown è cresciuto il desiderio di leggere e questo ha dato vita all'iniziativa "Io sono Fondamentale" in collaborazione con Federottica, con cui offriamo un occhiale di emergenza per lettura alle persone che ne avevano bisogno e che ha fatto da volano per i centri ottici, in cui recarsi per un occhiale su misura.

Le racconto una nota divertente: abbiamo intervistato alcuni tra caregiver e persone ipovedenti e abbiamo notato come i bisogni più sentiti dei primi fossero legati al bisogno di strumenti di comunicazione più efficaci per stare in contatto con la persona fragile. Gli ipovedenti, invece, mettevano al primo posto la lettura di libri, mentre la comunicazione con il caregiver era tra gli ultimi bisogni (ride, *n.d.r.*)».

Quali progetti Fonda ha in cantiere?

«Sulla vista fragile ne abbiamo diversi, ma la nostra filosofia è di fare un passo alla volta, solo così possiamo creare innovazione efficace. Il reparto R&D stabilisce uno/due obiettivi all'anno, per garantire ai nostri partner costante innovazione nel loro centro ottico. Stiamo, inoltre, lavorando a un progetto sul tema della visione eccentrica – in particolare per stabilizzare la visione – e di ciò che ne consegue».

Ricevete riscontri da parte delle persone che utilizzano i vostri ausili?

«Abbiamo quotidianamente diverse persone che ci contattano direttamente e ci chiedono supporto. Ecco perché è importante avere il nostro network di ambasciatori sul territorio. Anzi, ringrazio i nostri partner che condividono con noi i feedback di queste persone. Spesso e volentieri sono davvero emozionanti, ci mandano video e foto per mostrarceli quanto cambia la loro condizione e il loro sorriso».