



EVENTI — 2 MESI AGO

# Officinae FONDA: 4 giorni e 4 concept hanno celebrato la crescita della community e il rebranding

by ROBERTA MELLA-SIMION



Si sono concluse le **Officinae**, l'evento FONDA che ha coinvolto professionisti della visione di tutt'Italia. Quattro i giorni, quattro i concept portanti: l'evoluzione aziendale, la responsabilità sociale, l'ACADEMIA FONDA, la **community degli Ambasciatori del Benessere Visivo®**. Le Officinae hanno celebrato la crescita e il consolidamento della community e del **brand FONDA**, che ha trovato in questa occasione il coronamento del proprio percorso di evoluzione. Ampio spazio ha trovato anche **il tema della responsabilità sociale** che, già scritto nella storia e nel DNA di FONDA, ha ottenuto con Officinae piena manifestazione e concretezza e dato origine a nuovi scenari.

## Il rebranding

Il 2022 apre dunque un orizzonte più ampio per l'azienda e segna il passaggio a una nuova fase, che avvicina maggiormente FONDA al proprio target finale: le persone con vista fragile. Indicatore principale di questa evoluzione è l'attività di rebranding presentata proprio in occasione di *Officinae*, con la quale FONDA ha messo nero su bianco, attraverso il nuovo logo e il nuovo payoff, la sua promessa verso la persona: **“Vedere Meglio. Sempre.”**. Il nuovo motto sostituisce “Vision Health Technologies” e rappresenta **una presa di coscienza, un'espressione di responsabilità sociale**; è la nuova FONDA che ha presentato la nuova sé stessa alle *Officinae*.

## LA RESPONSABILITA' SOCIALE AL CENTRO DEL CONVEGNO

“TUTTI I DECIMI CHE CONTI – Misuriamo l'impatto sociale del nostro lavoro”: questo il titolo del convegno di domenica 19 giugno, giornata dedicata all'incontro tra professionisti del mondo della visione. **Il format in stile talk show** ha facilitato la condivisione di esperienze e l'avviamento di un confronto sull'efficacia delle azioni aziendali in termini di impatto prodotto sulla comunità. **Moderato da Luisa Redaelli**, il tema portante è stato trattato in due parti focalizzate rispettivamente sull'impegno etico e sulla consapevolezza della responsabilità del lavoro per il benessere sociale.



## Sull'impegno etico sono intervenuti:

FABIO MAZZOLANI – Oculista – Direttore Scientifico di ACADEMIA FONDA

BIAGIO JURILLI – Ottico Optometrista

NICOLETTA ALESSI – Fondatrice e Presidente di Good Point

FEDERICO BARTOLOMEI – Ortottista

STEFANO ARENA – Optometrista

## Hanno portato la propria testimonianza “dal campo”:

ALESSANDRA GIRARDI – Vice presidente strategia e sviluppo Vanni S.r.l.

Società Benefit e Derapage

VIOLA MURA – Responsabile Comunicazione CSO ITALIA

## Sulla consapevolezza della responsabilità sociale hanno portato la propria esperienza:

MAURIZIO ASTUNI – Commercialista, esperto società Benefit

GIANFRANCESCO MARIA VILLANI – Oculista

GABRIELLA PAGANI – Ottico Optometrista

MAURIZIO LICATA – Ortottista e Assistente in oftalmologia MICHELA ZAGO  
– Operatore olistico e infermiera professionale

## LA RESPONSABILITA' SOCIALE SECONDO FONDA

L'impatto sociale positivo è il valore aggiunto cui intenzionalmente diamo origine per la comunità in cui operiamo. **Misurare l'impatto sociale diventa un'opportunità per ottimizzare il valore creato e progettare il contributo di ogni azienda verso il futuro** che appartiene a tutti, con responsabilità.

**Michele Jurilli, CEO di FONDA** ha dichiarato: «L'attenzione e l'intenzione a generare un impatto sociale positivo è qualcosa che risiede nel DNA di FONDA. L'attività svolta da FONDA nel quotidiano, infatti, affonda le sue radici nell'analisi delle necessità delle persone a cui si rivolge, quindi prosegue nello studio delle tecnologie per trovare e proporre le migliori soluzioni. Tutta l'attività di ricerca e sviluppo che FONDA persegue, passando per la produzione degli ausili fino alla loro distribuzione nonché alla comunicazione con gli stakeholder, è un processo che nell'insieme crea un impatto positivo nella qualità di vita delle persone che utilizzano i nostri prodotti».

## L'EVOLUZIONE AZIENDALE E LA CONSAPEVOLEZZA NEL NUOVO MARCHIO FONDA

Ecco la nuova veste grafica del marchio aziendale; il restyling è il corrispettivo visivo dell'evoluzione avvenuta in questi 10 anni e dell'impegno per il futuro.

**Realizzato da Sergio Bianco e presentato durante il convegno:** «Il Simbolo è un occhio dinamico che ruota tre volte formando uno scudo centrale a difesa della vista fragile. Al centro dello scudo risalta l'iride, fulcro visivo nel quale si concentrano lo sguardo e l'attenzione. Il movimento a 360 gradi esprime la conoscenza globale, la ricerca evolutiva, continua e aperta verso idee e tecnologie nuove. L'occhio è disegnato con la costruzione della mandorla sacra, spazio comune tra due cerchi uguali intersecati in modo che il centro dell'uno sia sulla circonferenza dell'altro. La mandorla sacra rappresenta l'unione tra materia e spirito, tra universo maschile e femminile. La pupilla centrale si espande dal centro verso l'esterno con il principio dei cerchi concentrici e genera una sfera illuminata. Il simbolo esprime il passaggio dal buio alla luce, dal problema visivo alla soluzione e conferisce nuova forza e razionale speranza alla vista fragile aprendosi con la delicatezza di un fiore. **Il pay off "Vedere Meglio. Sempre."** con la definizione delle maiuscole e della punteggiatura, esprime e riassume in tre parole la missione e l'impegno futuro dell'azienda».



## ACADEMIA FONDA E LA COMMUNITY DEGLI AMBASCIATORI DEL BENESSERE VISIVO®

L'anno accademico 2021/22 di ACADEMIA FONDA si è perfezionato in una full immersion durante le Officinae con lezioni frontali e laboratori in presenza; il convegno di domenica 19 giugno ha costituito l'occasione per la nomina dei nuovi Ambasciatori. **La "Community FONDA" cresce così a 72 professionisti presenti in tutte le regioni italiane.** Gli Ambasciatori del Benessere Visivo® oggi beneficiano non solo delle competenze acquisite per trovare le migliori soluzioni alle persone con vista fragile, ma anche di una serie di supporti che vanno dai protocolli di interfaccia con la classe medica a iniziative di marketing e comunicazione per una maggiore visibilità del centro ottico sul territorio.

### IL FUTURO È GIÀ PRESENTE

Le Officinae hanno segnato un momento di **incontro senza precedenti tra l'azienda e il mondo della visione per intraprendere il nuovo percorso:** «Oggi ci siamo incontrati qui per generare e stimolare un sistema virtuoso che inizia dalla nostra rete. – ha affermato **Michele Jurilli** – Chi è intervenuto, anche da settori diversi, ha dipinto un quadro coerente dal punto di vista del progetto e dell'impatto di questo sistema. Portiamo quindi a casa delle risposte concrete, frutto di un'intelligenza collettiva, di passione e di ricerca e base per un futuro ricco di sfide e consapevolezza delle ricadute sociali».