

OFICINAE FONDA

A conclusione dei quattro giorni di evento: l'evoluzione e il rinnovamento dell'identità aziendale, l'avviamento del percorso di responsabilità sociale, la valorizzazione della formazione e la crescita della community.

Genova, 22 giugno 2022 –Si sono concluse le **Oficinae**, 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 Oficinae 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 Oficinae piena manifestazione e concretezza e dato origine a nuovi scenari.

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 Oficinae, 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 Oficinae.

###

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: *«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».*

#FONDA #Officinae #responsabilitàsociale #10anniversary

Informazioni su FONDA Vision Health Technology

FONDA sviluppa e produce tecnologie per il benessere visivo finalizzate a migliorare la qualità della vita delle persone con la vista fragile. L'azienda nasce a Genova nel 2012, da allora ha raggiunto 22 Paesi del mondo e ha fornito un dispositivo ottico a oltre 15.000 persone. Il nome della società deriva da Gerald FONDA, Oculista e Optometrista, pioniere dell'ipovisione, Fondatore della prima clinica di ipovisione negli Stati Uniti -la Lighthouse di New York- e ideatore del termine "low vision".

FONDA è convinta che la tecnologia indossabile sia tra i più incisivi motori di cambiamento nel mondo della salute. Per questo investe nella ricerca e nello sviluppo della tecnologia brevettata per smartglasses.

FONDA è socio fondatore del Polo Ligure Scienze della Vita e conduce progetti di ricerca sulle wearable technology in partnership con altre aziende e l'Università di Genova.

Informazioni per la stampa:

Francesca Sanguineti - +39 334 6818607

Gloria Della Ciana - +39 339 4498858

E-mail press@FONDAvision.com

www.FONDAvision.com