

64

ESSILORLUXOTTICA**RAY-BAN – META**

Occhiali smart con assistente AI Meta, fotocamera da 12 MP, audio open-ear e livestreaming integrato, per un'esperienza connessa e discreta

FOCUS
Tecnologia

OCCHIALI SMART: TRA VISIONE E UDITO

GLI **SMARTGLASSES** STANNO TRASFORMANDO GLI OCCHIALI IN DISPOSITIVI INTELLIGENTI CHE VANNO OLTRE LA CORREZIONE VISIVA PER INTEGRARE AUDIO, COMANDI VOCALI E CONNESSIONE DIGITALE. UN'EVOLEZIONE CHE APRE NUOVE PROSPETTIVE PER L'OTTICO, SEMPRE PIÙ CHIAMATO A UNIRE COMPETENZE TECNICHE E CONSULENZA SU MISURA. TRA DESIGN, COMFORT E TECNOLOGIA, LA SFIDA È ACCOMPAGNARE IL CLIENTE VERSO UN'ESPERIENZA VISIVA PIÙ COMPLETA, PERSONALIZZATA E AL PASSO CON IL FUTURO

FOCUS Tecnologia

di CATERINA MORETTI

La vista non è più soltanto un affare retinico. La percezione si amplia e si fonde con la connessione invisibile che unisce le nostre esperienze quotidiane al flusso costante della rete. Gli **occhiali Smart**, non più fantascienza, ma realtà di mercato, emergono come simbolo di una trasformazione profonda. Oggetti che, pur poggiandosi sul naso, puntano dritto al futuro. La domanda non è più se questa innovazione troverà spazio, ma: quale sarà il ruolo dell'ottico, artigiano della visione, in un mondo dove la vista è aumentata da algoritmi, l'udito potenziato da microprocessori e le emozioni registrate da sensori biometrici? La risposta non è univoca e, vogliate perdonare il gioco di parole, dipende dal punto di vista.

Dopo un'era dominata dagli smartphone, i colossi della Silicon Valley - **Google, Meta, Snap e Apple** - stanno puntando tutto sugli Smartglasses con intelligenza artificiale, vedendoli come la prossima grande rivoluzione digitale. Secondo *ABI Research*, il mercato, oggi di appena 3,3 milioni di unità, è previsto crescere rapidamente fino a quasi 13 milioni entro il 2026, con IDC che conferma una crescita simile e altrettanto sorprendente. **Google**, con la sua **Gemini AI** e la partnership con **Warby Parker**, sta aprendo la strada a funzioni avanzate come il riconoscimento degli oggetti e la traduzione in tempo reale, mentre **Meta** ha già venduto oltre 2 milioni di **Ray-Ban Meta AI**, veri e propri occhiali intelligenti capaci di tradurre istantaneamente e interpretare l'ambiente circostante. Gli esperti di *ABI Research* non hanno dubbi: gli Smartglasses, alimentati da tecnologie di ultima generazione come Gemini, sono destinati a diventare la tecnologia di punta del futuro prossimo. E mentre l'hardware evolve, le infrastrutture AI si fanno sempre più sofisticate, alimentando un'onda di ottimismo su adozione e profitti che sembra inarrestabile.



VITURE

Mod. Pro XR

Occhiali XR con display da 135 pollici a 120 Hz, regolazione della miopia, pellicola elettrocromica e audio, per un'esperienza visiva e uditiva avanzata

65

ESSILORLUXOTTICA NUANCE AUDIO

Occhiali acustici avanzati con amplificazione direzionale e microfoni beamforming, progettati per migliorare la chiarezza del parlato in ambienti rumorosi

VISION.biz
SETTEMBRE 2025

La proprietà intellettuale è riconducibile alla fonte specificata in testa alla pagina. Il ritaglio stampa è da intendersi per uso privato

Visioni divergenti: la tecnologia invade l'ottica?

Da una parte, colossi tecnologici come Meta si affacciano al mondo dell'eyewear con prodotti ibridi, in cui occhiali e smartphone sembrano fondersi. Dall'altra, colossi come **EssilorLuxottica**, scelgono di integrare con cautela le innovazioni digitali, mantenendo viva la centralità del benessere visivo. Nel mezzo, c'è l'ottico la cui figura professionale è chiamata oggi a reinventarsi, in un delicato equilibrio tra sapere tradizionale e nuove competenze.

Negli ultimi anni, la convergenza tra eyewear e tecnologia ha conosciuto un'accelerazione senza precedenti, aprendo nuove prospettive sia funzionali che estetiche. Una direzione che non riguarda più solo la sperimentazione, ma sta diventando una componente concreta e sempre più visibile dell'offerta commerciale. I **Ray-Ban Meta**, lanciati in collaborazione con Meta, sono il paradigma di questa convergenza. Eleganti, si sono affidati ai classici modelli *Wayfarer*, dotandoli di microcamere, audio direzionale, comandi vocali e connessione in tempo reale con l'AI del colosso americano. Un'altra importante collaborazione tra stile e innovazione è quella tra **Kering Eyewear** e **Google**, che promette di rivoluzionare il design degli Smartglasses attraverso l'uso dell'intelligenza artificiale.

66

FOCUS Tecnologia

A questo proposito, Google continua a spingere nel segmento degli Smartglasses, e secondo le ultime notizie, il suo prossimo modello, si chiamerà in codice *Google Martha*. Le ultime informazioni dicono che "Martha" supporterà notifiche, registrazione del punto di vista, impostazioni personalizzate e feedback, segnando un passo avanti verso un'interfaccia più completa. Non è ancora certo, tuttavia, che il progetto Google Martha si concretizzi in un paio di occhiali destinati al pubblico e alla distribuzione su larga scala. Rimane solida, infatti, l'ipotesi che questa iniziativa possa costituire una base tecnologica per futuri prodotti realizzati in collaborazione con altre aziende, in particolare **Samsung**. Sembra, infatti, che Samsung stia valutando il lancio di occhiali smart nel 2026, utilizzando una tecnologia sviluppata da Google.

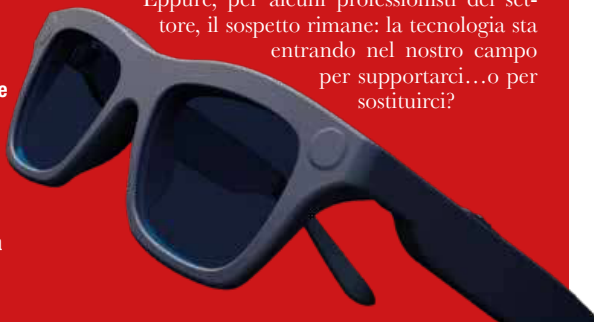
Dall'altra parte, i **Nuance Audio** di EssilorLuxottica, premiati al CES 2025 nella categoria Digital Health, offrono un'interpretazione più sobria e specialistica: aste intelligenti, tecnologia acustica open-ear e un approccio pensato per utenti con ipoacusie lievi o moderate. Un ponte tra audiologia e ottica, tra cura e innovazione.

Sul fronte AR/VR, i **Viture Pro XR** offrono un'esperienza immersiva senza precedenti, grazie alla tecnologia elettrocromica e a display UltraClarity, pensati per chi cerca uno schermo personale sempre disponibile, ovunque. Gli **Oakley Meta HSTN** puntano invece tutte le loro carte su una maggiore autonomia - fino a 8 ore di uso e 48 ore con custodia -, garantendo una perfetta integrazione con Meta AI, per assistenza vocale in real time e funzionalità avanzate per sport e quotidianità.

Gli Smartglasses ormai non sono più solo un accessorio tecnologico, ma una vera e propria estensione dell'apparato visivo, pensata per supportare chi presenta difficoltà leggere o iniziali della funzione visiva e uditiva, anche in contesti dinamici. La combinazione tra ergonomia avanzata, funzionalità digitali e principi di medical design apre nuove prospettive nell'ottica integrata alla prevenzione e al benessere quotidiano, segnando un primo passo concreto verso l'occhiale come strumento terapeutico attivo. Emblematica, in questo senso, è l'iniziativa pionieristica di **iVision Tech** con i loro occhiali *iSee*, recentemente classificati come dispositivo medico di Classe 1.

Eppure, per alcuni professionisti del settore, il sospetto rimane: la tecnologia sta entrando nel nostro campo per supportarci...o per sostituirci?

I VISION TECH - iSee
Occhiali smart assistivi con tecnologia audio integrata, progettati per migliorare mobilità e autonomia visiva



XIAOMI
Mod. Mijia
Smart Audio Glasses
Occhiali smart con tecnologia audio a conduzione ossea, design elegante e compatibilità con lenti da vista personalizzabili, per un ascolto confortevole e discreto



OAKLEY
Mod. Meta HSTN
Occhiali sportivi smart con fotocamera 3K integrata, altoparlanti open-ear e AI Meta, progettati per attività all'aperto e registrazioni hands-free. La versione con le lenti specchiate è una Limited edition



Clients sempre più informati, sempre più esigenti

Il cliente del 2025 è iperconnesso, informato, curioso. Non si accontenta di sapere se la lente è monofocale o progressiva, ma chiede di rispondere alle chiamate senza tirare fuori il telefono, o di trascrivere quello che ascolta senza l'uso di un microfono in mano. È per questo che dispositivi come i **Xiaomi Mijia Smart Audio Glasses 2**, con audio direzionale e controlli touch, stanno conquistando il pubblico tech-savvy. Questo cambiamento di paradigma, da uno strumento passivo a un assistente attivo, comporta nuove aspettative. Non basta più offrire un

prodotto; occorre offrire un'esperienza. **Alipay** e **Meizu** hanno appena presentato il primo sistema di pagamento tramite Smartglasses, che consente di effettuare transazioni senza l'uso delle mani. Il debutto di questa tecnologia è avvenuto a Hong Kong e segna un importante traguardo nella strategia di **Alipay+** volta a trasformare gli occhiali intelligenti in strumenti di pagamento personali. A partire dal 2025, il servizio verrà ampliato anche ai Wallet digitali dei partner globali di Alipay+, che attualmente collega oltre 1,7 miliardi di utenti in più di 70 Paesi. L'operazione è resa possibile da un'avanzata suite tecnologica che combina visualizzazione a guida d'onda ottica, acquisizione vocale avanzata e fotocamere integrate per la scansione dei codici. La funzionalità sarà disponibile a livello globale a fine 2025.

FOCUS Tecnologia

67

Un mestiere che cambia (ma non sparisce)

Si potrebbe pensare che l'irruzione della tecnologia riduca il ruolo dell'ottico a quello di semplice venditore. È vero il contrario. L'aumento della complessità nei dispositivi richiede una figura professionale capace di orientare, spiegare, rassicurare. Modelli come i **Rokid Max Vision** rappresentano un esempio concreto di fusione tra estetica sportiva e performance digitale: perfetti per chi vive sempre in movimento. La tecnologia, infatti, è tanto più utile quanto più è compresa. La scelta tra occhiali tradizionali e Smart non è mai banale. Non si tratta solo di "funzioni", seppur pure affascinanti come chiamate vocali, notifiche luminose, traduzione simultanea, accesso all'AI, ma di vera e propria compatibilità con la quotidianità del singolo individuo. Laddove il comfort acustico è prioritario, soluzioni come le **Imiki Myvu** si fanno notare per il loro sistema audio open-ear e la compatibilità multipiattaforma. Un occhiale intelligente, per esempio, potrebbe risultare eccessivo per chi cerca essenzialità, o fastidioso per chi è molto sensibile a stimoli uditivi costanti.

Nel caso dei Nuance Audio, citati prima, la questione è ancor più delicata: un supporto per ipoacusie lievi può rappresentare una benedizione per alcuni, ma anche una fonte di disagio se proposto senza valutazione professionale. L'ottico può, e deve, giocare un ruolo decisivo nell'analisi del profilo uditivo e nella personalizzazione della soluzione.

IMIKI MYVU

Smartglasses con audio open-ear e display MicroLED, ideali per ascolto, chiamate e traduzione in tempo reale

Anche realtà emergenti come **Even Realities** propongono soluzioni che integrano wearable AR con AI per la produttività aumentata e la comunicazione assistita. Ed è qui che l'ottico, se ben preparato, può trovare nuove occasioni di fidelizzazione.

L'inserimento in negozio di Smartglasses selezionati e ben posizionati può rappresentare un modo per attrarre una clientela giovane e tecnologicamente orientata, magari difficilmente raggiungibile con l'offerta tradizionale. Ma serve preparazione. Non si può improvvisare su questioni complesse come compatibilità, connettività, gestione della privacy o igiene digitale. Ed ecco che l'ottico può differenziarsi dalla grande distribuzione o dall'e-commerce nell'ascolto, nella consulenza su misura, nella capacità di interpretare non solo un'esigenza visiva, ma uno stile di vita.

ROKID

Mod. Max Vision

Con display micro-LED fino a 360 pollici virtuali, luminosità avanzata e audio integrato, ideali per contenuti multimediali immersivi



EVEN REALITIES

Occhiali smart con audio integrato e design ottico, per un'esperienza sonora naturale senza isolamento



68

Il design al servizio della discrezione

FOCUS Tecnologia

Uno dei successi più interessanti degli Smartglasses di ultima generazione sta proprio nel design che non viene esasperato alla ricerca di nuove forme ma mantiene sobrietà nell'aspetto. Le aste sembrano quelle di un normale occhiale da sole. La montatura non svela la sua natura tecnologica. Un esempio lampante sono i minimalisti **FRAME** di **Brilliant**, pensati per essere indossati ogni giorno senza compromettere lo stile. Questo rende i dispositivi non solo più accettabili dal punto di vista estetico, ma anche più versatili nel contesto sociale. Allo stesso modo, i prodotti di **LighthouseTech** uniscono attenzione al design e assistenza per la mobilità visiva, ampliando il concetto di accessibilità smart. Un dettaglio fondamentale, perché l'occhiale, a differenza dello smartphone, è visibile, è parte del nostro volto, è comunicazione. La discrezione con cui oggi è possibile integrare tecnologie complesse in oggetti apparentemente semplici è forse la chiave per l'adozione su larga scala. E anche in questo, l'ottico può giocare un ruolo da protagonista: suggerendo modelli, studiando proporzioni, armonizzando funzione e forma.



FRAME
Montatura rotonda bianca
con sistema audio open-ear
integrato: stile minimal e
funzionalità avanzata

LIGHTHOUSE TECH
Mod. TAMI
Occhiali smart per
ipovedenti con sensori radar
e feedback istantaneo, per una
maggiore sicurezza e indipendenza



Tra corpo e algoritmo: verso la sinestesia digitale

Gli scenari più audaci parlano di occhiali capaci di registrare emozioni, decifrare stress, suggerire contenuti in base alle reazioni del viso. Un connubio tra sensori biometrici, intelligenza artificiale e realtà aumentata. Siamo forse dentro una versione fantascientifica del Truman Show? No, tutt'altro, siamo nei laboratori di sperimentazione.

La "sinestesia digitale", intesa come sovrapposizione dei sensi mediata dalla tecnologia, è una prospettiva concreta. In un domani non troppo lontano potremmo avere occhiali che cambiano colore in base all'umore, che adattano la luce in funzione del ritmo circadiano, che proiettano dati in tempo reale nella nostra visuale. Non saranno sostituiti della realtà, ma strumenti per comprenderla in modo più profondo.

Un nuovo tipo di empatia professionale

Chi lavora in un centro ottico lo sa, ogni cliente porta con sé una storia. Una miopia infantile non è solo un difetto visivo, ma un vissuto. Una presbiopia improvvisa può diventare l'esordio di un passaggio d'età. Anche prodotti apparentemente semplici, come i **Bose Frames**, integrano audio direzionale e controlli vocali in una montatura elegante: una scelta discreta e funzionale per chi vuole iniziare a "sentire la tecnologia" senza sovraccarichi. A maggior ragione, la scelta di uno Smartglass non è mai puramente tecnica. È identitaria. L'ottico che saprà leggere questi segnali, decifrare i desideri nascosti, comprendere la relazione tra bisogno e tecnologia, sarà anche colui che costruirà con il cliente un rapporto nuovo. Non più basato sulla ripetizione delle visite, ma su una visione condivisa del futuro.

E quindi? Guerra o collaborazione?

È giunto il momento di abbandonare la retorica del conflitto. La tecnologia non sostituisce l'ottico, ma lo sfida ad ampliare il proprio orizzonte. Collaborare con le innovazioni significa rimanere rilevanti, interpretare la contemporaneità, offrire ai clienti il meglio di entrambi i mondi: la precisione della tradizione ottica e il potere delle tecnologie emergenti. Il ruolo dell'ottico, nel 2025, non è in discussione. È in espansione.

Chi saprà aggiornarsi, formarsi, rimanere curioso, diventerà il punto di riferimento per una clientela che non cerca solo occhiali, ma soluzioni per vivere meglio, vedere più chiaramente, sentire più intensamente per orientarsi in un mondo sempre più complesso.



MEIZU
MOD. StarV Snap
Dispositivi smart
con supporto per
pagamenti digitali
tramite Alipay+,
integrando funzionalità
di pagamento
direttamente negli
occhiali