



Galileo: più argomenti di vendita e di confronto nel catalogo 2018

In vigore dal 3 aprile, «rappresenta il legame tra tradizione italiana di un marchio con oltre 150 di storia e la volontà di guardare al futuro e sapersi sempre rinnovare». Così l'azienda oftalmica presenta in una nota il nuovo strumento di vendita, rivisitato in forma e contenuti

Catalogo lenti oftalmiche



La struttura prevede una prima parte di pagine tecniche dei prodotti che supportano la proposta della lente oftalmica in tutte le fasi: design, materiale, tecnologia di protezione, trattamenti antiriflesso e colorazioni solari. Successivamente, ogni sezione presenta subito importanti argomenti di vendita, come indicazioni su peso e spessore relativi ai materiali, che restano visibili mantenendo la pagina aperta mentre si sfoglia il catalogo.

Un rinnovato layout anche nella gamma di colorazioni solari: le pagine sono state disposte in modo da poter presentare con facilità e in maniera immediata tutte le tonalità, le polarizzanti e le specchiature.

Altri importanti elementi utili all'offerta sono poi inseriti in corrispondenza dei prodotti, per poter essere subito evidenti: ne sono un esempio il confronto fra il trattamento antiriflesso Neva Max Blue UV e la tecnologia Blu Stop, per distinguerne funzionamento e utilizzo, o le tabelle di riferimento per l'ordinazione delle lenti da ufficio, che permettono di scegliere la lente ideale in

base alla distanza di utilizzo desiderata dal cliente.

«Fondamentale per Galileo è il concetto di protezione dai raggi UV e dalla luce blu nociva, ricorrente in tutto il catalogo (*nella foto, la copertina*) con indicazioni precise sul livello di protezione delle lenti e dei trattamenti mediante l'indice E-SPF e attraverso le lenti fotocromatiche Transitions e la tecnologia Blu Stop che si rinnova con nuovi prodotti come Impronta V3 e Pulseo», sottolinea il comunicato.

Completano la proposta i servizi dedicati del Galileo4You, il programma tramite cui il cliente partner può consultare il catalogo digitale, scaricare le schede tecniche associate ai prodotti e avere promozioni dedicate.

Pesaro: tenta di sfondare la vetrina del centro ottico ma la pietra si rompe

È quanto accaduto all'alba del 27 marzo scorso da Ottica Rossini di corso XI settembre, vittima di un ladro fortunatamente non troppo abile

Una volta tanto fa piacere poter riportare la notizia di un tentativo di furto fallito miseramente: è quello messo in atto ai danni del centro ottico pesarese, dove un malvivente ha cercato inutilmente di sfondare la vetrina con una pietra (*nelle foto, tratte dalla pagina Facebook dell'attività*). Il soggetto ripreso dalle telecamere, incappucciato e quindi non riconoscibile in volto, con un borsone dove mettere verosimilmente la refurtiva, «ha lanciato il grosso sasso contro il vetro del negozio non una ma sei volte», racconta a b2eyes TODAY



il titolare, Luca Rossini. Il risultato è stato vederlo sempre tornare indietro e addirittura spaccarsi in più parti, tanto da desistere alla fine e darsi alla fuga prima dell'arrivo delle forze dell'ordine. Il centro ottico, avviato nel 1949 in piazza del Popolo e trasferitosi circa otto anni fa nell'attuale sede, non ha mai subito furti in precedenza. «È la prima volta che succede una cosa del genere, anche perché ci troviamo molto vicini alla Questura», sottolinea il professionista. Nonostante la giusta rabbia per i danni, con sano realismo Rossini è però sollevato. «Fortunatamente il vetro essendo blindato ha retto, anche se andrà sostituito – conclude l'ottico marchigiano - Oggi bisogna essere contenti di aver ricevuto solo danni, perché davvero poteva andare peggio».



FINO AL 31 MAGGIO 2018
PROMO "GUIDA SENZA PENSIERI"

SCEGLI VARILUX X SERIES O TRANSITIONS
E LE TUE LENTI GUIDA
SONO INCLUSE NEL PREZZO

Nuove lenti progressive
VARILUX X series





Bimbovisione compie dieci anni

Nel 2018 è ripartita l'iniziativa dedicata agli alunni della primaria e dell'ultimo anno della scuola dell'infanzia, gestita a livello nazionale dall'Assopto Cuneo, guidata da Bruno Maestrelli, affiancato dai colleghi piemontesi Enrico Armando, Cristina Toffoli e Sabrina Prudenzano



Bimbovisione festeggia dieci anni: dall'avvio del progetto, a livello nazionale sono state organizzate oltre 750 conferenze, localizzate in 13 regioni (6 del nord, 4 del centro, 3 del sud) e oltre 40 province, durante le quali sono stati coinvolti 21 mila genitori e più di 5 mila insegnanti. «In provincia di Cuneo se ne sono tenute 90», precisano dalla territoriale di Federottica.

Il progetto Bimbovisione nasce nel 2008 dall'idea che «un'efficace igiene visiva facilita nei bambini l'apprendimento e il rendimento, in quanto la visione incide su tutte le attività della persona – spiega una nota diramata da Federottica Cuneo - L'iniziativa vuole rendere consapevoli insegnanti e genitori che una scorretta postura dei bambini nel banco scolastico o comunque durante lo studio, così come una sbagliata impugnatura delle penna o della matita e anche un ambiente visivo non idoneo della stanza dove si studia e si fanno i compiti a casa, causano nel bimbo un alto consumo di energie. Questo conduce a un'inefficienza visiva e, di conseguenza, a un calo dell'apprendimento e del rendimento scolastico. Inoltre vengono sottolineati i più comuni problemi visivi dei bambini, come si manifestano e quali difficoltà causano alle attività scolastiche e di studio, specie nella lettura e nella scrittura».

Al termine degli incontri viene omaggiato ai partecipanti materiale didattico dedicato ai bambini: un leggio con funzione di piano inclinato, una pen-grip per la giusta impugnatura della penna, opuscoli sul corretto approccio all'attività di lettura e scrittura e quaderni appositamente studiati allo scopo.

In particolare, in provincia di Cuneo, per l'anno scolastico in corso l'avvio del progetto è avvenuto recentemente a Fossano, presso la Scuola dell'Infanzia Parificata "Nostra Signora del Salice". La serata ha coinvolto oltre una trentina di partecipanti tra insegnanti e genitori ed è stata tenuta da Armando e da Maestrelli (nella foto). Per i prossimi mesi sono già in programma altre conferenze a Boves, a Bra e ad Alba.

Marcolin si rafforza in Messico con Moendi

Il gruppo di Longarone ha creato una joint venture con uno dei maggiori distributori indipendenti del paese latinoamericano, guidato dalla famiglia Goldwasser

«Moendi ha più di venticinque anni di esperienza nella distribuzione all'ingrosso e al dettaglio di occhiali da sole e da vista di marchi di lusso e lifestyle in Messico - si legge in una nota di Marcolin - Le vendite, grazie a venti rappresentanti che coprono l'intero territorio nazionale, superano le 250 mila montature all'anno».

La joint venture denominata Marcolin Mexico, il cui 51% è detenuto da Marcolin Group, avrà sede a Naucalpan e distribuirà le collezioni eyewear di alcuni marchi della società. Moendi è presente sul mercato messicano dal 1972 e conta oltre mille clienti sull'intero territorio del Messico.

«Siamo soddisfatti della creazione della joint venture con la famiglia Goldwasser (nella foto, a sinistra, il fondatore, Mario Goldwasser), la loro profonda esperienza nella distribuzione wholesale e retail di occhiali in tutto il Messico consentirà a Marcolin Group di crescere e rafforzare ulteriormente la sua presenza in quell'area», commenta nel comunicato Massimo Renon (nella foto, a destra), ceo di Marcolin Group.



Direttore responsabile: [Angelo Magri](#) Coordinamento redazionale: [Francesca Tirozzi](#) Redazione: [Nicoletta Tobia](#)

Supplemento al 9 aprile 2018 di b2eyes.com reg. presso Tribunale Milano, n. 292, 17-06-2009 © La riproduzione dei contenuti è riservata

Sight for Kids
Aderisci anche tu!



Con il patrocinio di:

