

Essilor, una campagna da 30 milioni di contatti

Per i mesi di marzo e aprile sui principali canali televisivi e fino a maggio su quelli digital sarà in onda la comunicazione 2018 dedicata alla Varilux X



«Si tratta di un nuovo spot e di una nuova call to action, che traghettano una nuova attività educational, perché con questa campagna abbiamo voluto spostare la comunicazione a un livello più alto», spiega a b2eyes TODAY [Luca Strigiotti](#), direttore generale di Essilor Italia. Per il nuovo spot sulla Varilux X, al via il 4 marzo, sono previsti oltre trenta milioni di contatti, con una copertura più estesa rispetto a quella effettuata nel 2017, che sarà pari al 70% sul target, quello degli over 45, con frequenza media di 12 volte e la scelta di una programmazione premium, trattandosi di una progressiva top di gamma.

Per quanto riguarda la call to action, la campagna 2018 (nelle foto, l'infografica) prevede un secondo equipaggiamento dedicato alla guida, in funzione delle esigenze visive del cliente, incluso nel prezzo della Varilux X per i tre mesi di campagna. «Non vogliamo omaggiare un occhiale, bensì rispondere in maniera concreta alle esigenze

di maggiore sicurezza stradale dei portatori presbiti – commenta Strigiotti – In questo modo pensiamo, inoltre, di offrire un forte drive to store ai circa duemila Centri Specialisti Varilux di tutta Italia e anche a quei clienti di Essilor che hanno a cuore la sicurezza al volante».

La call to action riporta alla [partnership](#) siglata nel settembre scorso tra Essilor International e FIA, che prevede un sito dedicato e il controllo della vista finalmente inserito tra i vari punti del protocollo FIA per la sicurezza stradale, con tanto di testimonial d'eccezione, come per gli altri punti del documento, l'attore di fama internazionale Michael Fassbender. Anche il Gruppo Essilor ha scelto un testimonial particolare per questa campagna: un manichino crush dummy giallo, da far vivere con diverse iniziative e attività di comunicazione, trade e rivolte al grande pubblico, nonché istituzionali. «L'Italia è la prima a partire, l'obiettivo è creare intorno a questo "omino giallo" un piano di smiling marketing, che coinvolgerà tutte le aziende che fanno parte del Gruppo Essilor nel nostro paese: il debutto è in programma sabato 24 febbraio a Mido, con una presentazione all'interno dell'Ottoclub», afferma [Alessandra Barzaghi](#), responsabile marketing di Essilor Italia.



Il politecnico dell'occhiale? È Certottica

Luigino Boito, alla guida dell'istituto di certificazione con sede a Longarone, risponde così alla recente [proposta](#) di Filctem Cgil e Femca Cisl locali per la valorizzazione del distretto

Un politecnico dell'occhialeria non serve. Dalle colonne dei principali giornali locali Boito afferma che c'è già, ed è Certottica (nella foto, la sede), fondata nel 1992 su impulso di Anfao. L'istituto di certificazione dell'occhialeria propone, infatti, un corso di formazione parauniversitario post diploma. «Certottica eroga mediamente 5 mila ore di formazione all'anno e 50 mila ore di tirocini aziendali, coinvolgendo tra gli 800 e i 1.000 studenti – precisa Boito dalle colonne dell'Amico del Popolo - Abbiamo attivato quattro bienni del percorso Its dell'occhiale (specializzazione tecnica post diploma, ndr): chi si è diplomato ha già trovato lavoro. Stiamo gestendo, inoltre, in qualità di capofila il protocollo d'intesa Anfao-Regione a sostegno delle aziende dell'occhialeria con 6.300 ore di formazione previste. Oltre cento le aziende aderenti. Solo nel 2017 abbiamo superato le 10 mila ore di tirocini».



Trento, rubati quattrocento occhiali da Ottica Demenego

Il furto, che ammonta a diverse decine di migliaia di euro, è stato messo a segno dai malviventi alle quattro del mattino del 9 febbraio nel punto vendita dell'insegna situato in via Zambra (nella foto)



Colpo da almeno trentamila mila euro, oltre ai danni, al centro ottico di Trento dell'insegna Demenego, società cadorina dell'occhialeria che produce montature a marchio proprio e in licenza ed è proprietaria anche di tredici punti vendita tra Veneto, Friuli Venezia Giulia, Trentino Alto Adige e Lombardia. Il furto, avvenuto nella notte tra giovedì e venerdì scorso, è stato messo a segno con grande rapidità. «I ladri hanno silenziato la sirena dell'allarme esterno con la schiuma e poi hanno forzato la porta introducendosi nel negozio – spiega a b2eyes TODAY **Fabio Moreni**, responsabile del punto vendita di via Zambra – Ci sono le telecamere interne, ma tra il buio e il fumo del sistema nebbiogeno la visibilità era ridotta: comunque erano di sicuro più

di tre persone e sono riusciti ad arraffare la merce». Tutto è accaduto in pochissimi minuti. «Sapevano a cosa erano interessati, hanno rubato, come abbiamo calcolato facendo l'inventario tra magazzino e negozio, oltre 400 occhiali, portando via solo determinati brand, probabilmente più vendibili: tutte montature da sole, mentre hanno ignorato il vista, anche di marchi blasonati, così come la cassa e il computer», conclude Moreni. Sul posto sono giunti i Carabinieri, che hanno avviato le indagini e acquisito le immagini delle telecamere.

Milano: microchip contro la cecità per la prima volta in Italia

L'intervento, annunciato nell'estate del 2016, è stato eseguito nei giorni scorsi presso l'ospedale San Raffaele su una donna non vedente da un'équipe di specialisti in chirurgia vitreoretinica e oftalmoplastica dell'Unità di Oculistica, diretta da Francesco Maria Bandello

Il microchip, chiamato Alpha Ams e prodotto dalla tedesca Retina Implant, è stato sviluppato per persone che hanno perso la vista durante l'età adulta a causa di gravi malattie genetiche della retina: ha una grandezza di circa 3 millimetri, è dotato di 1.600 sensori e secondo quanto riportato dai media è in grado di restituire una visione indipendente, ossia senza necessità di supporti esterni come, ad esempio, occhiali o telecamere.

La paziente, una cinquantenne affetta sin dalla gioventù da retinite pigmentosa, è stata sottoposta da una équipe diretta da Marco Codenotti, responsabile del servizio di Chirurgia vitreoretinica del San Raffaele, a un intervento di oltre dieci ore durante il quale, oltre al microchip al di sotto della retina in corrispondenza della macula, le è stato impiantato sottopelle dietro all'orecchio un circuito di collegamento che lo unisce all'amplificatore del segnale elettrico.

Il microchip serve a stimolare in maniera graduale la retina per permetterle di imparare a vedere di nuovo. Il dispositivo, infatti, può ripristinare la percezione della luce e delle forme di oggetti e persone circostanti grazie a un meccanismo di funzionamento che si basa sulla sostituzione dei fotorecettori della retina, coni e bastoncelli, non più funzionanti: questi vengono sostituiti da un fotodiode, un microscopico apparato elettronico in grado di trasformare la luce in uno stimolo elettrico inviato al cervello (nella foto, il fondo oculare di un soggetto affetto da retinite pigmentosa).

