



Confindustria Moda: la socializzazione sarà la nostra forza

Lo hanno sottolineato più volte martedì a Milano, nella conferenza stampa di inaugurazione della nuova sede, **Claudio Marenzi** e **Cirillo Marcolin**, rispettivamente presidente e vicepresidente dell'organismo nato lo scorso anno, che rappresenta le maggiori associazioni delle industrie di abbigliamento e accessori

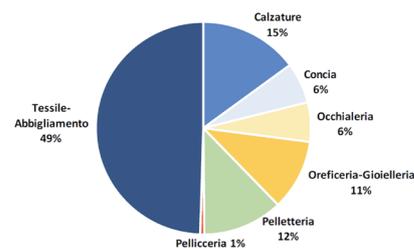


Legale, sindacale e centro studi: sono le tre aree in cui è già operativa la sinergia tra, Aimpes (pelletteria), Aip (pellicceria), Anfao (occhialeria), Assocalzaturfici (calzaturiero), Federorafai (oreficeria e gioielli), Smi (tessile e abbigliamento) e Unic (conceria), nella suggestiva sede di via Alberto Riva Villasanta, di fronte alla Rai di corso Sempione, all'interno del palazzo di Nicky Chini risalente agli anni 40, frutto di una tanto rapida quanto efficiente ristrutturazione, che ne fa ora un quartier generale di primissimo livello. Al punto da aver spinto il presidente nazionale di Confindustria, Vincenzo Boccia, a partecipare al taglio del nastro insieme ai numeri uno di tutte le associazioni coinvolte (nella foto, a sinistra). «L'area legale prevede, ad esempio, le attività unificate per quanto riguarda la lotta alla contraffazione e la difesa della proprietà intellettuale – ha ricordato Marenzi – A sua volta

l'area sindacale mantiene l'autonomia delle singole associazioni nella gestione dei contratti di categoria, ma propone un unico ufficio referente. Infine il centro studi vuole diventare la fonte unica e comune dei dati relativi all'andamento economico dei comparti coinvolti».

Ma la sinergia non finirà qui. «Guardiamo all'Europa, con l'obiettivo di creare una lobby a livello comunitario, e puntiamo a valorizzare ulteriormente l'attività di internazionalizzazione», ha detto ancora Marenzi, precisando che invece le singole fiere di proprietà delle varie associazioni rimarranno autonome. «Ecco perché la socializzazione è importante», ha affermato il presidente di Confindustria Moda, il quale auspica che il prossimo governo, qualunque esso sia, continui sulla linea degli ultimi quattro anni, con riferimento soprattutto al Piano Industria 4.0 e a quanto fatto sull'export. «La moda rappresenta il 50% della bilancia commerciale positiva italiana, 27 miliardi di euro su 52 complessivi – ha dichiarato Marenzi – Il Tavolo della moda di Carlo Calenda? È qui: questo è, di fatto, il suo risultato».

COMPOSIZIONE DELL'EXPORT DI CONFINDUSTRIA MODA PER SETTORE, 2017 (Quote % su totale export a valore)



Fonte: Confindustria Moda su ISTAT; dati provvisori

Sunglass Hut, 160 corner in due catene statunitensi

Entro l'anno verrà aperta una serie di shop-in-shop dell'insegna di proprietà di Luxottica nei punti vendita Bass Pro Shops e Cabela's

Sunglass Hut gestirà in esclusiva la vendita degli occhiali da sole nei negozi e nelle piattaforme e-commerce di Bass Pro Shops, operatore specializzato nel segmento outdoor in Nord America, e di Cabela's, acquisita dalla stessa Bass Pro Shops nel 2017 (nelle foto). «Gli shop-in-shop saranno aperti entro il terzo trimestre del 2018, con l'inaugurazione dei primi punti vendita già questo mese – si legge in una nota congiunta - Grazie all'accordo Sunglass Hut potrà offrire ai circa duecento milioni di clienti delle insegne Bass Pro Shops e Cabela's una selezione di marchi sportivi di qualità e l'esperienza delle migliori lenti da sole dedicate agli sport all'aria aperta». Il fatturato annuo atteso a regime è di circa cento milioni di dollari.



Sight for Kids
Aderisci anche tu!



Con la collaborazione di:

Johnson & Johnson VISION

KIDS by SAFILO
MADE IN ITALY

ZEISS



Hoya Italia: al via i webinar di up, cross e over selling

Nell'ambito del programma [Professionista in Vista 2018](#), l'azienda oftalmica ha previsto un calendario di formazione online e in aula per capitalizzare le competenze: il prossimo step saranno tre incontri sul web tenuti da Nicola Di Lernia



Secondo Hoya Italia, il webinar è lo strumento più veloce per raggiungere un gruppo selezionato di ottici, le cui nozioni possono essere trasmesse e applicate subito: sarà complementare alla creazione di un gruppo di professionisti in grado di confrontarsi anche online e sui social per poter arrivare individualmente a un traguardo definito in partenza. «Per il progetto Formazione Hoya, dedicato in esclusiva ai partner Hoya Center, ho confezionato tre webinar inediti sui temi strategici dell'up, del cross e dell'over selling (nella foto, sotto, l'immagine di campagna) – spiega Di Lernia in un comunicato dell'azienda - Dopo un periodo significativo dedicato ad affrontare questi argomenti sul campo insieme agli ottici e al loro staff, oggi posso proporre in esclusiva ai migliori imprenditori Hoya Center una ricetta credibile e soddisfacente».



L'idea è, quindi, semplice: crescere in sinergia in valore e numero di lenti vendute. «Cosa che oggi non avviene perché non è facile da mettere in pratica - prosegue Di Lernia - Perché ci vuole un pensiero ampio, una formazione attenta e mirata all'obiettivo, una definizione dello stesso e una gestione step by step dell'intera organizzazione per il suo raggiungimento».

I seminari saranno di circa un'ora ciascuno. I partecipanti potranno toccare con mano fino a dove sono arrivati e dove potranno arrivare attraverso i consigli dell'esperto e le applicazioni pratiche (nella foto, in alto, il logo di Professionista in Vista).

Una retina artificiale dai pigmenti dei tattoo?

Un team di ricerca internazionale guidato dallo svedese Eric Glowacki ha sviluppato una speciale membrana che sarebbe in grado di convertire gli impulsi luminosi in impulsi elettrici, stimolando i neuroni legati alla vista

Lo studio, pubblicato sulla rivista scientifica *Advanced Materials*, illustra come scienziati delle università di Linköping in Svezia e di Tel Aviv in Israele siano riusciti a ricreare una membrana utilizzando pigmenti organici, simili a quelli utilizzati per cosmetici e tatuaggi, ritenuti economici e non dannosi per la salute.

Questa retina artificiale, sviluppata nell'ambito della ricerca, è costituita da uno strato molto sottile di materiale sensibile alla luce, il pigmento, che converte gli impulsi luminosi in impulsi elettrici, i quali a loro volta stimolano i neuroni.

Viene descritta dai ricercatori come simile al singolo pixel di una fotocamera digitale: è infatti microscopica, cento volte più sottile di una cellula e con un diametro inferiore a quello di un capello.

Impiantata chirurgicamente, la membrana potrebbe consentire a persone che hanno subito un deterioramento o un danneggiamento delle cellule nervose dell'occhio sensibili alla luce di riacquistare la vista.



Con il patrocinio di:

