

## Schieppati torna in Optovista

Subito dopo la pausa estiva il manager ha assunto l'incarico di responsabile commerciale dell'azienda oftalmica bolognese



Quello di Paolo Schieppati (*nella foto*) in Optovista è un ritorno: aveva già ricoperto lo stesso ruolo, infatti, nel biennio 2013-2014, prima di assumere l'incarico di country manager Italia di Cecop a gennaio 2015, parentesi conclusasi dopo due anni di collaborazione.

In precedenza il manager aveva già avuto, nell'ottica, importanti incarichi sempre nell'ambito commerciale anche in Galileo e Hoya. Il "debutto" pubblico di Schieppati nella nuova veste di responsabile commerciale di Optovista è avvenuto all'ultimo Congresso di Monopoli.

## Safilo inaugura la sede in Nord America celebrando la sua storia

L'evento si è svolto il 18 ottobre alla presenza di duecento ospiti. Aperto da [Luglio](#), l'headquarter di New York ospiterà anche il nuovo ufficio globale licenze per i brand americani, cui si aggiunge Rebecca Minkoff, andando a sostituire la location di Parsippany, nel New Jersey

Il nuovo quartier generale (*nella foto*) farà squadra con i vicini design studio e showroom di New York Fifth Avenue. In occasione dell'inaugurazione Safilo ha esposto i suoi progetti più recenti e ha raccontato la storia del suo heritage e della tradizione manifatturiera attraverso video wall: la nuova collezione per gli 80 anni di Polaroid, le nuove collezioni di Safilo, rag&bone, Moschino, indossata recentemente in anteprima assoluta da Madonna in *The Tonight Show* con Jimmy Fallon, e Love Moschino. È stato mostrato anche un test live di Smith Lowdown Focus, l'[occhiale](#) della piattaforma eyewear SafiloX che rileva le onde cerebrali appena lanciato sul mercato, è stata presentata la [capsule](#) collection di Safilo per celebrare i 150 anni di Harper's Bazaar e il futuristico occhiale progettato dai giovani talenti della Parsons School creati con il supporto nello sviluppo dal Design Studio Safilo di New York.



«L'evento inaugurale ha visto la partecipazione di oltre duecento ospiti, dei collaboratori Safilo e del Consiglio di amministrazione insieme a ottici, gruppi di acquisto, department store e catene, i partner americani di licenza Safilo, la stampa trade, gli stakeholder di settore, alcuni ospiti di Special Olympics, partner Safilo dal 2003, e l'Agenzia Italiana per il Commercio Estero – si legge in un comunicato del gruppo - Safilo ha, inoltre, accolto come ospite speciale Francesco Genuardi, Console Generale d'Italia a New York».

Safilo è presente negli Stati Uniti dal 1962 e attualmente ha altre quattro location: il Pacific Design Studio aperto di recente a Portland, in Oregon, che ospita anche il brand management globale di Smith, un sito produttivo di maschere da sci e un laboratorio RX a Salt Lake City, nello Utah, un centro di distribuzione per il Nord America a Denver, in Colorado, uno showroom e gli uffici Safilo America Latina a Miami, in Florida. Infine, l'organizzazione commerciale di Safilo Canada ha sede a Montreal.

A pochi giorni dall'inaugurazione della nuova sede, Safilo è sempre più vicina agli Stati Uniti: ha stretto, infatti, un accordo di licenza con un altro marchio americano, Rebecca Minkoff, specializzato in accessori in pelle, per la produzione e la distribuzione mondiale delle collezioni di occhiali da sole e montature da vista. L'intesa avrà la durata di sette anni, sino al 31 dicembre 2024, mentre la prima collezione di occhiali da sole Rebecca Minkoff sarà lanciata nell'autunno 2018, seguita da una collezione vista nel gennaio 2019.

«Rebecca Minkoff è un brand globale femminile guidato da una designer millennial e uno dei marchi in più rapida ascesa nel segmento contemporary - dichiara nella nota [Luisa Delgado](#), amministratore delegato di Safilo - È un marchio rilevante per le donne della nuova generazione digitale, all'avanguardia sia nella moda sia nell'ambito tecnologico: offre prospettive nuove di crescita e di sviluppo molto interessanti». Le collezioni eyewear Rebecca Minkoff saranno distribuite sul sito ecommerce del brand, in boutique, department store e in centri ottici selezionati in tutto il mondo, Italia compresa.

SEIKO

PRECISION FOR VISION

// SAY IT  
PRECISELY  
OR SAY NOTHING AT ALL. //

La precisione è una promessa di grandi cose. SEIKO in giapponese significa "precisione". Da oltre 130 anni, SEIKO produce lenti di altissima qualità, perfettamente adatte alle diverse esigenze e ai desideri dei nostri clienti. Adesso lo sai!



## Irsoo: Benedetti e Fagnola a Milano

Sono gli insegnanti che si aggiungono al corpo docenti del corso di optometria previsto dall'Istituto di Vinci nel capoluogo lombardo, a partire dalla sesta edizione, che avrà inizio il 12 novembre



Irsoo prosegue nel programma d'inserimento nel corpo docente di noti professionisti che operano nell'area lombarda. «I due nuovi collaboratori hanno già una significativa militanza in qualità di formatori nel campo optometrico: Marco Benedetti (nella foto, a sinistra, tratta da LinkedIn), che alla Silmo Academy 2017 è stato uno dei tre italiani ad aver tenuto una relazione, ha un'esperienza più che ventennale come docente di Optometria e Contattologia e svolge la propria attività professionale a Dalmine, in provincia di Bergamo – spiegano a b2eyes TODAY dall'Irsoo – Matteo Fagnola (nella foto, a destra), laureato in Ottica e Optometria presso l'Università degli Studi di Milano-Bicocca, si occupa di formazione su argomenti correlati all'applicazione e alla manutenzione di lenti a contatto dal 2009 ed è coautore di

articoli scientifici pubblicati su riviste peer review. Svolge inoltre l'attività professionale nei propri centri di Bobbio, nel Piacentino, e di Diano Marina, in provincia di Imperia».

Con gli iscritti al prossimo corso i partecipanti all'iter formativo in optometria per lavoratori di Milano hanno superato le cento unità. «Un servizio che abbiamo reso principalmente ai professionisti lombardi e piemontesi, ma anche a qualche ottico dell'Emilia Romagna e del Triveneto», precisano dall'istituto toscano.



## Hoya, le nuove progressive LifeStyle 3 sono sul mercato

LifeStyle 3 è l'evoluzione di LifeStyle V+, mentre Lifestyle 3i sostituirà Lifestyle X-Act: ieri è iniziata la distribuzione presso i centri ottici italiani



«LifeStyle 3 (nella foto, un'immagine di campagna) è il simbolo della personalizzazione nel segmento top, ma più accessibile come prezzo e più semplice da prescrivere, proporre e adattarsi: "Semplice come contare fino a 3", il claim della sua campagna, rende al meglio questa idea», anticipa a b2eyes TODAY Maurizio Veroli, amministratore delegato di Hoya Lens Italia.

L'azienda aveva avviato nelle scorse settimane un'intensa campagna di informazione e di formazione sulle nuove lenti, organizzando tra l'altro una serie di eventi di aggiornamento online e di comunicazione one to one con gli ottici italiani per illustrare caratteristiche e opportunità della nuova gamma di progressive: i primi riscontri sono già positivi.

LifeStyle 3, inoltre, rientra nella promozione autunnale "Premiati con Hoya" e nella campagna con Maria Grazia Cucinotta come ambasciatrice.

«LifeStyle 3, progettata per soddisfare al meglio lo stile di vita dei presbiteri moderni, assicura messa a fuoco precisa e senza sforzo, profondità di visione e stabilità di immagine grazie all'esclusiva Tecnologia di Armonizzazione Binoculare, finora tipica della lente top di gamma MyStyle V+, e grazie ai tre design, semplicemente selezionabili, e ai quattro canali di progressione», spiegano dalla sede di Hoya Italia.



Scarica gratuitamente la **nuova**  
**APP di b2eyes TODAY**

Disponibile su APP Store e Play Store.