

## Argo Vision: la formazione si fa trasversale

Al via a settembre il tradizionale appuntamento con i corsi organizzati dall'azienda di servizi, che promuove la conoscenza e l'aggiornamento di tutti gli ottici optometristi, affiliati e non: dopo la sessione dedicata a optometria e contattologia toccherà ad altre tematiche utili alla gestione del punto vendita



La gratificazione della clientela passa attraverso il riconoscimento della professionalità e competenza dell'ottico optometrista: è la mission dei corsi di formazione specialistici e di aggiornamento prodotti, che Argo Vision organizza abitualmente presso la propria sede, situata di fronte all'aeroporto d'Abruzzo di Pescara. «Tramite un'attenta analisi delle necessità dei punti di vendita realizziamo ogni anno corsi professionali ad hoc per ottici optometristi e collaboratori, anche non affiliati, facendo particolare attenzione soprattutto alla multidisciplinarietà tra le professioni sanitarie, alle quali Argo Vision ha dedicato un [convegno nazionale](#) a Pescara nel novembre scorso - spiega una nota di Argo Vision, presieduta da Orlando Del Governatore (nella foto) - I corsi forniscono agli operatori del settore gli elementi tecnici necessari a gestire al meglio le esigenze dell'utente finale, sulla base delle innovazioni tecnologiche di ultima generazione attraverso un percorso ben definito: si parte dall'Optometria e si arriva fino alla Contattologia avanzata. I vari corsi, pratici e teorici, possono essere considerati separatamente o la logica conseguenza gli uni degli altri. Come di consueto gli eventi vedono la partecipazione di relatori di caratura internazionale e con profonde conoscenze culturali nel settore». al prossimo autunno, terminata la sessione di Optometria e Contattologia, verranno realizzati anche eventi dedicati ad altre tematiche: tecniche di vendita, analisi delle vendite e degli acquisti, gestione del magazzino, gestione dei sistemi informatici, gestione del CRM. «Argo Vision ha sempre guardato al mercato dell'ottica con un approccio differente, creando un'immagine di sé e dei propri affiliati molto apprezzata nel settore - conclude la nota - Questa nuova fase del percorso formativo ha, quindi, lo scopo di semplificare l'attività dell'ottico optometrista, oltre che di renderla più remunerativa».

## Papa Francesco: con gli occhiali rompe un altro tabù

Con la "trasferta" oltre Tevere di giovedì scorso, per la prima volta un Santo Padre si è recato in un centro ottico per cambiare le lenti: solitamente era Alessandro Spiezia, titolare dell'omonimo punto vendita di via del Babuino, ad andare in Vaticano a fare l'esame della vista e ad approntare gli occhiali nuovi, come già successo per i predecessori di Bergoglio

È ancora incredulo Spiezia (a sinistra, nella foto): giovedì ha ricevuto la visita del [Pontefice](#) nel proprio centro ottico. Un evento che ha avuto un'eco mondiale: la notizia è stata ripresa dalle tv e dai giornali nazionali e internazionali. «Ero sicuro che se ne sarebbe parlato, ma non mi aspettavo una risonanza mediatica di queste dimensioni - racconta a b2eyes TODAY il professionista romano - Avrò fatto una quindicina di interviste, anche con media esteri». In effetti un Papa che si reca dall'ottico, in auto e senza scorta, è un fatto unico e senza precedenti, come sottolinea lo stesso Spiezia. «Sapevo che il Santo Padre doveva sottoporsi a un esame della vista e rifare gli occhiali e avevo fissato con i suoi più stretti collaboratori un appuntamento per andare in Vaticano, come già era capitato sia per Wojtyla sia per Ratzinger, ma mai avrei pensato che Papa Bergoglio si presentasse di persona nel mio negozio: una delle più grandi soddisfazioni in quasi cinquant'anni di carriera». Il Pontefice, con la sua semplicità, ha così dato anche un riconoscimento importante all'immagine professionale dell'ottico: Francesco stesso ha affermato "Da chi si cambiano gli occhiali, se non dall'ottico?". In questi giorni sono numerosi i curiosi che non hanno perso l'occasione di fotografare Ottica Spiezia, alcuni facendosi addirittura il segno della Croce. «Adesso non esageriamo, rimane un centro ottico, non un santuario - conclude Spiezia - Io continuo a fare l'ottico, la mia vita non è cambiata: non bisogna mai montarsi la testa».



## Oxo Bergamo, per i clienti lo spettacolo è... dolce

Per il secondo anno il gruppo ha deciso di portarli a teatro, con l'obiettivo di coinvolgerli in un contesto diverso da quello professionale, per creare una relazione che va oltre il rapporto commerciale e premiarne la fedeltà



Sabato 24 ottobre al Creberg Teatro va in scena "Pasticcieri - Io e mio fratello Roberto".  
Recati nel tuo centro ottico Oxo dal 1° agosto al 6 ottobre, effettua un acquisto di almeno 20 euro e ritira la cartolina per partecipare al concorso "Acquista e vinci Pasticcieri".  
Chiedi al tuo negoziante i dettagli dell'iniziativa.  
Benevolenti, contattateci sul sito [www.oxobergamo.com](http://www.oxobergamo.com)



«L'anno scorso, insieme agli altri soci, cercavamo un modo per far sì che i nostri clienti capissero quanto sono importanti per noi e quanto apprezziamo il fatto che continuano a sceglierci - spiega a b2eyes TODAY Cesare Ravasio, presidente di Oxo Bergamo - Per raggiungere l'obiettivo, abbiamo pensato di coinvolgerli con un invito a partecipare, alla fine di ottobre, alla rappresentazione in esclusiva di "Cave Man", monologo dal tono goliardico interpretato da Maurizio Colombi al teatro Creberg di Bergamo. L'iniziativa ha avuto un ottimo successo, abbiamo riempito senza difficoltà i 1.500 posti riservati solo per noi e tutto il pubblico ha apprezzato lo spettacolo, molto coinvolgente. Così abbiamo deciso di farlo diventare una sorta di appuntamento fisso per i nostri clienti».

Dunque quest'anno si replica e, nella medesima location, Oxo Bergamo inviterà la clientela ad assistere a "Pasticcieri, io e mio fratello Roberto", gradevole commedia ambientata in un piccolo laboratorio di pasticceria gestito da due fratelli che, come Cyrano e Cristiano, aspettano la loro Rossana mentre sono alle prese con dolci e creme preparati davvero sul palco e offerti al pubblico alla fine dello spettacolo. «Come l'anno scorso, in parte inviteremo i clienti in maniera diretta, in parte li selezioneremo con un concorso (nella foto, la locandina), il cui claim è "Vuoi vincere l'unico spettacolo teatrale al mondo che si mangia?", che ha preso il via il 1° agosto e si concluderà il 6 ottobre - dice Ravasio - Nel periodo precedente all'evento, chi avrà effettuato nei nostri punti vendita una spesa di almeno 20 euro riceverà una cartolina da compilare: i vincitori verranno

poi estratti dalla Camera di Commercio di Bergamo. Se fosse per noi, avremmo voluto ospitare tutti i clienti, ma dato che siamo ben diciassette punti vendita, la cosa è impossibile».

Per invitare le persone a partecipare al concorso, Oxo Bergamo ha ideato una campagna su misura. «Abbiamo studiato per tutti i negozi una vetrina ad hoc che evoca il tema della pasticceria, con dei cup cake posti su un'alzatina e un fondale che richiama lo spettacolo - prosegue l'ottico bergamasco - Inoltre abbiamo realizzato delle locandine per i negozi e promosso l'iniziativa su Facebook o tramite sms. A supporto, infine, abbiamo pianificato annunci su testate locali e affissioni in formato 6x3 in punti strategici del territorio».

Al termine della rappresentazione teatrale, che si svolgerà il 24 ottobre, i partecipanti riceveranno anche in omaggio da parte di Oxo Bergamo dei piccoli dolci da portare a casa.

## Italia Independent, con adidas Originals è licenza

L'azienda di Lapo Elkann svilupperà, produrrà e distribuirà  
i prodotti eyewear del marchio sportivo

L'accordo tra le due realtà è stato siglato a seguito del lancio della collezione di occhiali ispirata all'iconica sneaker, la Superstar, lanciata da Italia Independent lo scorso marzo.

«La partnership non si esaurisce in un semplice contratto di licenza, ma rappresenta l'unione delle forze dei due brand con l'obiettivo di creare un modello di business innovativo - si legge in una nota congiunta di adidas e Italia Independent - Questo legame è sintetizzato dal nuovo lock-up logo, simbolo che unisce il trifoglio adidas Originals al logo di Italia Independent». I modelli eyewear verranno presentati a gennaio 2016. «Grazie alle loro specifiche caratteristiche tecniche, e in particolare alla nuova tecnologia di stampa digitale, le collezioni eyewear adidas Originals saranno completamente in linea con l'offerta di prodotti del nostro partner, dalle sneaker all'abbigliamento», dichiara nella nota Andrea Tessitore, amministratore delegato di Italia Independent.

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

Supplemento all'8 settembre 2015 di b2eyes.com reg. presso Tribunale Milano, n. 292, 17-06-2009 © La riproduzione dei contenuti è riservata



Acquista una coppia di lenti\* "GLASS ROOM"  
con TRATTAMENTO BLUE SCUDO:

**UNALENTE +  
TRATTAMENTO  
BLUE SCUDO  
OMAGGIO**

**GLASS  
ROOM**

\*promo valida dal 01 Settembre al 31 Ottobre 2015 sui prodotti:  
- Hyper Serie ø 60 - Pentallite Serie ø 60  
Carbo Serie 1.6 ø 65 - 70 - Fly Dural Color Serie ø 70