

Fielmann: Brescia la prossima tappa

Dopo la pausa estiva riprende il calendario di aperture della catena tedesca nel nostro paese: in programma ci sono «entro la fine del 2017 due inaugurazioni, entrambe in Lombardia», anticipa al nostro quotidiano online Ivo Andreatta, country manager per l'Italia della società



I lavori di ristrutturazione del nuovo spazio a Brescia sono già partiti e l'apertura avverrà prossimamente. «I locali sono in pieno centro, in corso Zanardelli (nella foto, tratta da Google Maps) – dichiara a b2eyes TODAY Andreatta – Abbiamo iniziato i lavori di recente, non sappiamo ancora di preciso quando ma di certo apriremo entro quest'anno. Il nuovo negozio impiegherà circa 15 addetti, quindi abbiamo già avviato le selezioni di personale qualificato». Lo store Fielmann, il nono in Italia, si posizionerà dunque, anche nella città lombarda, in una zona centrale di grande passaggio, in una via dove risultano esserci anche due ottici indipendenti, Ottica Zanardelli e Ottica Tominetti, un punto vendita Nau! e uno Salmoiraghi & Viganò.

Nessuna conferma, invece, della possibile apertura nelle due città di cui nel settore si parla da tempo, Bologna e Parma. «Anche con la prossima apertura resteremo in Lombardia - anticipa Andreatta - Nel frattempo continuiamo a valutare altre location in diverse regioni, in Emilia Romagna così come in Veneto, ma di certo e concreto c'è che per questa fine d'anno ci concentriamo sulla Lombardia».

E l'obiettivo per il 2018, dato che quest'anno la sequenza di inaugurazioni è stata piuttosto serrata? «C'è già un iter che stiamo valutando, se si verificano le occasioni ottimali: stiamo pianificando, senza avere delle città e delle date concrete, circa sette aperture per l'anno prossimo. Cinque sarebbe già un numero soddisfacente, ma se si crea l'occasione potrebbero essere di più», conclude Andreatta.

Essilor, insieme a Fia per ridurre gli incidenti stradali

Il gruppo oftalmico e la Federazione che rappresenta le principali organizzazioni internazionali dell'automotive e governa le competizioni mondiali di motorsport, hanno annunciato il 2 settembre, in occasione del GP di Monza, una partnership triennale per aumentare la consapevolezza e promuovere i controlli periodici della vista a beneficio della sicurezza alla guida

Nell'ambito del programma "Fia Action for Road Safety", Essilor e Fia promuoveranno la buona visione quale pilastro della sicurezza stradale, attraverso specifiche campagne di sensibilizzazione. «Secondo la World Health Organization, ogni anno in tutto il mondo 1,25 milioni di persone sono coinvolte in incidenti stradali mortali cui si aggiungono più di 50 milioni di feriti su strada – si legge in una nota congiunta – La sicurezza stradale inizia con una buona visione. Tuttavia, tale consapevolezza risulta bassa presso il grande pubblico e l'accesso a occhiali da vista di qualità resta limitato in svariate aree del pianeta. Inoltre, molti automobilisti non sono consapevoli della necessità di prendere le giuste precauzioni contro l'abbagliamento alla guida nelle giornate di sole o durante le ore notturne».

L'obiettivo della partnership è rendere consapevole il pubblico dell'importanza di effettuare controlli visivi periodici. «La campagna mira a stimolare l'adesione all'iniziativa "Controllati la vista" da parte di autorità locali, istituzioni, ong, professionisti nel campo dell'ottica e dell'oculistica, operatori sanitari e scuole guida – prosegue la nota – La nuova Golden Rule, che è stata introdotta l'8 maggio da parte di Fia, va ad aggiungersi alle altre già esistenti Golden Rule adottate dalla Federazione nell'ambito della sicurezza stradale su altri fattori di rischio come velocità, tasso alcolemico e cinture di sicurezza».

Essilor sosterrà la campagna attraverso messaggi, dati e analisi a supporto della comunicazione di Fia sul ruolo cruciale della vista nella lotta contro gli incidenti stradali mortali. «Inoltre, rafforzerà ulteriormente la propria gamma di prodotti sulla base delle esigenze specifiche degli automobilisti e continuerà a far leva sull'innovazione per correggere e proteggere la vista dei cosiddetti "utenti vulnerabili della strada", come pedoni e ciclisti», conclude il comunicato (nella foto, da sinistra, Jean Todt, presidente di Fia, e Laurent Vacherot, chief operating officer di Essilor)



SEIKO

PRECISION FOR VISION

A scuola di protezione

Visione da 10 e lode!
Lenti SEIKO SuperCleanCoat (SCC):
chiare e trasparenti, resistenti,
per una visione precisa e protetta.

BACK TO
SCHOOL



8000 Eyewear: a DaTE la ricerca tocca... alte vette

Alla manifestazione fiorentina, in programma dal 23 al 25 settembre, debutterà anche il marchio newyorkese realizzato a mano in Italia, che trae ispirazione nel nome dalle 14 più alte cime al mondo, conosciute come gli Ottomila



Dopo aver visitato ogni anno la manifestazione, **Andreas Malathounis** (nella foto, con un modello del brand di montature di ricerca) ha deciso che i tempi erano maturi per presentare come espositore il marchio 8000 Eyewear a DaTE. «Seguo l'evento sin dai suoi esordi e sento che ora è il momento giusto per far parte di questo grande concept, che apprezzo rispetto ad altre manifestazioni, perché permette all'ottico che lo visita di avere uno sguardo più ravvicinato, in uno spazio più selezionato e in un'atmosfera permeata di grande design», spiega a b2eyes TODAY Malathounis, fondatore di iBrands Europe, distributore a livello mondiale del brand 8000 Eyewear, nonché designer e ottico a sua volta.

Il giovane marchio, nato a New York nel 2013, è caratterizzato da lenti minerali ultrapiatte, un sobrio minimalismo, ma al tempo stesso un grande appeal, con modelli sempre prodotti in una serie limitata di non più di 8.000 esemplari e numerati all'interno delle aste. «L'Italia è per noi un mercato molto interessante proprio perché è uno dei più attenti alle tendenze – prosegue l'imprenditore – Al momento siamo posizionati nei più selezionati centri ottici al mondo, ma proporremo la collezione

“concentrata” solo per il vostro paese rappresenta un'interessante opportunità. Naturalmente incontreremo i professionisti che sono già nostri partner, ma DaTE sarà anche l'occasione perfetta per farci conoscere da un pubblico più ampio e da ottici interessati a collezioni fuori dall'ordinario».

VisionOttica di nuovo a bordo del Salone Nautico

L'insegna di Vision Group, che unisce oltre 270 centri ottici in tutta Italia, è partner ufficiale, per il quarto anno consecutivo, della 57esima edizione dell'evento che si terrà a Genova dal 21 al 26 settembre

«Durante le cinque giornate del Salone, VisionOttica ospiterà i visitatori presso lo stand per fornire consigli sulle montature e le soluzioni ottiche più adatte per godersi appieno il mare – si legge in un comunicato dell'insegna – Nelle scorse edizioni la partecipazione al Salone è sempre stata un'esperienza positiva, sia in termini di comunicazione sia di vendite. La posizione strategica dello stand e l'area espositiva allestita al suo interno, dove è possibile provare e acquistare modelli da sole tecnici, ma anche fashion, hanno sicuramente contribuito alla sua buona riuscita».

VisionOttica illustrerà i servizi di post vendita offerti da tutta la rete. «Ogni acquisto sarà infatti accompagnato dal libretto “Sos-Servizio Occhiali Sicuri”, l'esclusivo programma di garanzie e servizi certificato di VisionOttica che rende l'acquisto sicuro nel tempo», recita la nota. Per amplificare la portata dell'iniziativa saranno veicolate delle cartoline con un invito a visitare il centro VisionOttica più vicino, reperibile tramite QR code e link allo store locator del sito VisionOttica, e a usufruire di una promozione per l'acquisto di occhiali da vista e da sole graduati.

A sottolineare l'andamento di crescita del comparto e l'importanza della manifestazione cui l'insegna prenderà parte sono i dati relativi al Salone Nautico. «Gli espositori saranno l'8% in più rispetto allo scorso anno, aumentano del 10% quelli provenienti dall'estero – spiega il comunicato – Anche le imbarcazioni presentate faranno registrare +8% e saranno 80 le unità in più esposte in acqua» (nella foto, uno scorcio dello stand VisionOttica all'edizione 2016 della manifestazione genovese).

