

Galileo: Cocchi è il nuovo key account

Il 2016 si è aperto con un nuovo ingresso nell'azienda oftalmica:
il manager riporterà al direttore generale, Massimo Barberis



«Fabio Cocchi (nella foto), 37 anni, laureato in Scienze della Comunicazione allo Iulm di Milano, ha acquisito il proprio know how direttamente in campo sales – si legge in un comunicato di Oftalmica Galileo - Inizia la propria carriera in Hewlett-Packard nel 2005, dove approda in qualità di sales account manager. Collabora poi con Nec Italia dove, grazie alle forti competenze commerciali, comunicative e organizzative, ricopre il ruolo di Key account & area sales manager». In Galileo Cocchi avrà l'obiettivo di sostenere lo sviluppo dei clienti chiave.

«Prosegue il piano strategico posto in essere, che punta nei prossimi anni a consolidare la presenza del brand Galileo sul territorio – commenta nella nota Barberis, dal marzo scorso alla guida della società milanese - Il successo della nuova Galileo passa attraverso la propria capacità di aiutare gli ottici localmente a sviluppare il business. Sono certo che Cocchi saprà interpretare al meglio la strategia dell'azienda, diventando punto di riferimento per gli attori principali del mercato. Le nuove professionalità, infatti, sono determinanti per portare innovazione, idee e modelli di business differenti, motivo per il quale la volontà di Galileo è alimentare la propria struttura organizzativa con figure giovani, provenienti da altri settori».

Carrera: per i 60 anni sceglie Jared Leto

L'anticonformista star hollywoodiana sarà il nuovo volto della campagna
del housebrand di Safilo, che quest'anno festeggia un importante traguardo

Per celebrare il sessantesimo anniversario Carrera ha scelto come testimonial Jared Leto, attore americano dal talento poliedrico che è anche musicista, regista e imprenditore. Negli scatti della campagna, che prenderà il via a livello internazionale a febbraio, la star indossa i modelli della nuova collezione Maverick (nella foto). «Conosco Carrera da quando ero ragazzino – afferma Leto in una nota di Safilo - e quando sono venuto a conoscenza del progetto Maverick mi sono subito sentito in connessione poiché parla di persone coraggiose, audaci, che rischiano e non hanno paura di fallire». Il tipo di persone che, racconta l'attore, hanno ispirato la sua intera vita. «Abbiamo scelto Leto perché incarna perfettamente l'audacia e la spontaneità della nuova collezione Maverick e con grande gioia abbiamo scoperto che era già un seguace del marchio», commenta nel comunicato Massimo Pozzetti, global general manager di Carrera. Come nuovo volto dell'housebrand, Leto recluterà altri artisti e musicisti "non convenzionali", che faranno parte di un video creativo che lui stesso dirigerà.

La linea eyewear, che debutterà il prossimo mese, sarà contraddistinta da forme aggiornate, ponte unico e una generale leggerezza, grazie a montature molto sottili sia vista sia sole.



Essilor in diretta su Radio Radio

Alle 13.30 l'azienda ottico oftalmica sarà on air sull'emittente radiofonica romana, ospite presso la sede milanese del gruppo, per un momento di confronto sul tema delle lenti oftalmiche e, in particolare, di quelle progressive



«Un modo del tutto nuovo per Essilor di approcciarsi al grande pubblico, raccontando la sua realtà aziendale, avendo così la possibilità di sensibilizzare gli ascoltatori di Radio Radio sul tema del benessere visivo e svelare alcune novità e piccoli segreti legati alle lenti», si legge in una nota di Essilor Italia.

L'appuntamento su Radio Radio è oggi dalle 13,30 con un'intervista a Luca Strigiotti (*nella foto*), managing director di Essilor Italia. «A lui spetterà il compito di condurre l'ascoltatore alla scoperta di un'azienda fortemente impegnata nell'offrire soluzioni visive di qualità assolutamente innovative e performanti, adatte a ogni singolo portatore e, da oltre 50 anni, leader sul mercato delle lenti progressive con la gamma Varilux», prosegue la nota.

La diretta del pomeriggio, dalle 14 alle 18, sarà intervallata da quattro momenti dedicati al tema "Lo sapevi che" con approfondimenti sulle lenti progressive, sull'importanza di proteggere gli occhi dai raggi UV e dalla luce blu e sulle lenti multischermo. È possibile seguire la diretta in streaming su radiatoradio.it o sul canale 826 di Sky.

Giappone, in arrivo gli occhiali che proteggono la privacy

Sviluppati dall'Istituto Nazionale di Informatica nipponico, i dispositivi riuscirebbero a disabilitare i sistemi di riconoscimento facciale nelle fotocamere, impedendo di mettere a fuoco il volto di chi li porta

Come riportato dall'edizione asiatica del *Wall Street Journal* i Privacy Visor (*nella foto, tratta da pcworld.com*) sono rivestiti con uno speciale materiale e sfruttano gli angoli e disegni unici sulle loro lenti che riflettono o assorbono la luce. Tale luce è invisibile agli occhi del portatore mentre viene rilevata dagli obiettivi digitali impedendo che i sistemi di riconoscimento, di cui sono dotate le fotocamere, riescano a mettere a fuoco il volto umano. L'obiettivo del team che li ha sviluppati è proteggere la privacy di ciascuno, in un mondo in cui le telecamere e gli smartphone possono concentrarsi automaticamente sui volti delle persone a loro insaputa, soprattutto in luoghi affollati, e dove tali immagini sono condivise ampiamente sui social network. I test effettuati mostrerebbero che gli occhiali sono in grado di "ingannare" il sistema di riconoscimento facciale il 90% delle volte, offrendo alle persone una sufficiente visibilità per camminare senza problemi, ma causando talvolta difficoltà nella guida o nell'andare in bicicletta. A chi ha obiettato che gli occhiali potrebbero impedire che le telecamere di sicurezza registrino il volto di una persona, gli esperti hanno risposto che il danno è limitato in quanto le indagini della polizia si basano anche su altre informazioni per identificare una persona. Il lancio sul mercato dei Privacy Visor è previsto per giugno.

