

Randazzo: chiude la sede di Palermo

Da lunedì 11 luglio gli uffici del capoluogo siciliano, oggetto di una lunga trattativa, non saranno più operativi: per i 29 dipendenti ancora presenti sindacati e GrandVision Italia, che da venerdì 1° luglio ha ufficialmente incorporato la storica catena palermitana in Avanzi, hanno trovato una serie di facilitazioni



«Rispetto alle condizioni poste inizialmente al tavolo della trattativa abbiamo raggiunto risultati più che soddisfacenti, perché la natura degli incentivi messi in atto è abbastanza importante, con l'offerta di più alternative – commenta a b2eyes TODAY **Monja Caiolo** (nella foto), segretario generale della Filcams Cgil di Palermo – Rimane, tuttavia, l'amarezza di dover rinunciare a una sede importante come quella di Randazzo: la città perde così in fatto di orgoglio e di prestigio territoriali».

Le alternative in questione sono, di fatto, quattro. Per chi è disposto a trasferirsi nella nuova sede nazionale del gruppo GrandVision, quella di Avanzi a Bologna, è previsto un pacchetto di facilitazioni che comprende il pagamento da parte della proprietà dell'affitto per 12 mesi, delle spese di trasloco, di eventuali spese per l'agenzia immobiliare e del primo mese di alloggio presso una struttura privata. Alle stesse condizioni economiche è, inoltre, previsto il trasferimento presso i negozi della catena in tutta Italia, come ottico o addetto alla vendita, nonché in quelli di Messina, Siracusa o Agrigento. Un eventuale trasferimento nei centri ottici di Marsala o Trapani, invece, comporta sempre un pacchetto di facilitazioni, ma di entità più ridotta. A loro volta gli amministrativi della sede palermitana, che nel frattempo hanno ottenuto un diploma di ottico, possono essere riallocati nella rete di punti vendita della città, con un contratto part time di 20 ore e il rimborso delle spese sostenute per conseguire il diploma. Infine, coloro che non detengono un diploma di abilitazione in ottica o non hanno la possibilità di trasferirsi hanno diritto a un indennizzo economico che va dalle 11 alle 15 mensilità nette per la chiusura del rapporto di lavoro.

L'ufficio stampa di GrandVision Italia, pur non rilasciando ulteriori commenti a nome della catena, conferma le notizie sull'esito positivo della trattativa.

Nastri d'Argento: Persol premia i protagonisti di "Non essere cattivo"

Va a Luca Marinelli e Alessandro Borghi il riconoscimento dell'housebrand di Luxottica, alla sua sesta edizione, come personaggi dell'anno: è stato consegnato a Taormina sabato 2 luglio, nell'ambito della manifestazione cinematografica

Marinelli, riconosciuto anche come migliore attore non protagonista per *Lo chiamavano Jeeg Robot*, e Borghi, che ha ricevuto il Premio Bonacchi come attore rivelazione dell'anno per *Non Essere cattivo* e *Suburra*, sono stati insigniti anche dal Premio Persol che, d'intesa con i giornalisti cinematografici, segnala l'attore o il regista che abbia realizzato una particolare performance nel corso dell'anno. Gli attori sono anche i protagonisti di *Non essere cattivo*, ultimo film, uscito postumo di Claudio Caligari.

«Un premio perfettamente in sintonia con i valori di qualità, stile, personalità che Persol esprime da sempre e che negli ultimi anni lega con successo al cinema italiano – si legge in un comunicato di Luxottica - E che aggiunge quest'anno Marinelli e Borghi a Pierfrancesco Favino, Elio Germano, Kim Rossi Stuart, Claudio Santamaria e Maria Sole Tognazzi».

La collaborazione fra Persol e i Nastri d'Argento rappresenta una conferma e un rinnovamento del connubio fra l'housebrand e il mondo internazionale del grande schermo e «testimonia, inoltre, l'impegno del marchio nei mondi della cultura e dell'arte di altissimo livello per qualità, esclusività e raffinatezza, valori che hanno da sempre ispirato lo sviluppo delle collezioni Persol», conclude la nota (nella foto, da sinistra, Marinelli e Borghi durante la premiazione).



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

Disponibile su APP Store e Play Store.

Blackfin: nei nuovi uffici tutto l'orgoglio del proprio territorio

La «start up di 45 anni», come l'amministratore delegato **Nicola Del Din** è solito definire la Pramaor, rimarcandone il lungo know how coniugato all'entusiasmo di una realtà appena nata, ha inaugurato venerdì 1° luglio con una grande festa alla presenza di autorità locali, amici, collaboratori e stampa la sede rinnovata di Taibon Agordino, in provincia di Belluno



L'edificio storico dell'azienda fondata nel 1971 dalla madre Maria Luisa Pramaor, rinnovato e inaugurato in occasione del quarantacinquesimo anno di attività, è stato ampliato per accogliere i 60 dipendenti che oggi fanno parte del team in un ambiente di lavoro che è immagine concreta di quel concetto che Del Din ha battezzato neomadeinitaly: un nuovo modo di pensare e di lavorare, che dà per scontato come minimo che il prodotto sia fatto totalmente nel nostro paese ma prevede anche etica, rispetto per il passato, per la bellezza dei luoghi, per l'ambiente e i collaboratori.

«La nuova sede rispecchia i nostri valori: modernità e tradizione, design e stile, lasciando trasparire che siamo italiani nel cuore, giapponesi per tecnologia e determinazione e nordeuropei per organizzazione – ha dichiarato Del Din nel presentare i nuovi spazi ai giornalisti prima dell'evento, sottolineando come Pramaor,

che nel 2015 ha raggiunto un fatturato di 6,2 milioni di euro e nel primo semestre 2016 ha segnato +32%, sia un piccolo miracolo umano ancor prima che economico – Vogliamo innanzitutto creare un ambiente confortevole per chi lavora con noi e anche per chi viene a trovarci, perchè capisca che siamo orgogliosamente legati al nostro territorio, ma con una forte impronta internazionale».

Il progetto è stato realizzato dall'architetto Nicola de Pellegrini e dal suo studio Anidride Design. Le ampie vetrate che all'ultimo piano si aprono su uno scenario montano, quello delle Dolomiti, di rara suggestione, rappresentano simbolicamente «la bellezza esterna che entra e si riflette sul prodotto attraverso l'abilità delle persone che lavorano qui», ha spiegato Del Din. All'interno prevalgono le tonalità del grigio, colore del brand, abbinato a elementi naturali quali pietra, erba e anche legno, come nel grande tavolo in sala riunioni, che però sembra fluttuare leggerissimo, sospeso com'è su lastre di vetro trasparenti. Il soffitto, invece, richiamando il mood dello stand dell'azienda utilizzato nelle fiere, è rivestito da oltre cento triangoli di metallo forato che creano un'originale installazione tridimensionale. Il progetto d'interior è frutto, invece, della collaborazione fra Blackfin e la società Lago.

All'evento inaugurale di venerdì ha partecipato anche il sindaco di Taibon, **Silvia Tormen**. «Avete la capacità di guardare al domani e far diventare il presente un qualcosa che ha dentro di sé la possibilità di concretizzarsi – ha detto Tormen - È un onore avervi qui a Taibon e auspico che tutte le realtà e i settori, al di là dell'occhialeria, riescano ad avere la vostra stessa visione del territorio, lo stesso approccio che porta ad andare "oltre", mantenendo però il legame con esso» (nella foto, un momento dell'inaugurazione).

Pitti Bimbo: Safilo regina di Fun Glasses

Al debutto del nuovo spazio dedicato all'eyewear, nato dalla collaborazione fra Mido e la fiera che si è tenuta a Firenze dal 23 al 25 giugno, il gruppo padovano era presente con quattro brand su otto marchi totali

Fun Glasses, il salone nel salone in collaborazione con Mido, come dice il nome, vuole fare diventare l'uso dell'occhiale un divertimento per i bambini. Sette gli espositori. **Zoobug**, nato nel 2006, è stato uno dei primi brand inglesi specializzati per l'infanzia, sempre alla ricerca di montature di design e di lenti protettive. Gli occhiali **The Simpsons**, interamente realizzati in Italia, si ispirano al famoso cartone. Sono in lastra pantografata e acciaio medicale. **See Concept**, brand parigino con sei anni di vita, persegue nella collezione bambino gli stessi obiettivi dell'adulto: creatività, varietà di stili e molto colore. Colorati anche i modelli della varesina **Miraflex**.

Safilo ha fatto da padrone. **Kids by Safilo** è un marchio del gruppo da 0 a 8 anni ed è studiato con un approccio medico scientifico. Così come **Carrera** è interessato a modelli più per lo sport. O **Tommy Hilfiger**, label in licenza all'azienda, è legato a un genere preppy americano. O l'housebrand **Polaroid** che anche per i bambini adotta lenti polarizzate e punta alla nitidezza. (**Luisa Espanet**)



Presbiopia 10 e lode - Nicola Di Lernia

10 mega pillole per accelerare il tuo processo di crescita nel mercato over 40 anni utilizzando la tecnica dello scalatore

Sfoglialo un estratto del libro su www.fgeditore.it