



Nau! tra la via Emilia e la Toscana

Con le due nuove aperture di Modena e Siena, il brand di occhiali con negozi porta a 136 il numero complessivo degli store in Italia



Lo store di Siena (*nella foto*), diretto, è stato avviato in via Banchi di Sopra, «lo storico salotto della città, chiamata confidenzialmente dai senesi “Il Corso”, meta preferita degli amanti dello shopping e dei turisti e arteria per eccellenza dei più grandi brand internazionali», si legge in una nota di Nau!. Con il recente punto vendita, che conta uno staff di quattro addetti e ha una superficie di circa 80 metri quadrati, la Toscana raggiunge così quota sette negozi dell’insegna: il negozio della città del Palio va, infatti, ad aggiungersi a quelli di Firenze, Empoli, Livorno, Lucca, Grosseto e Arezzo.

Il nuovo store di Modena, invece, è situato in via Emilia 141-143, la grande arteria romana che attraversa la città, nota come la “Route 66” italiana. Il negozio, anch’esso diretto, impiega quattro persone ed è disposto su circa 40 metri quadrati.

Con le due nuove aperture sale a 136 il numero dei punti vendita del brand nel nostro paese.

Angiolucci: l’oftalmica deve “sposare” l’eyewear di ricerca

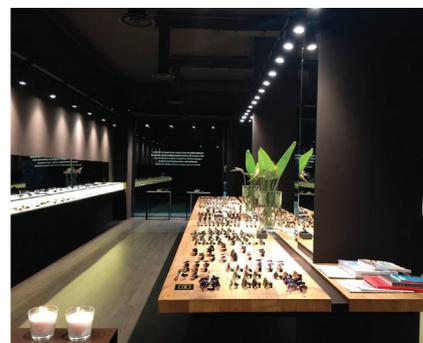
Lo sostiene Paolo, terza generazione della nota famiglia di imprenditori ottici siciliani, che guida Spectacle, l’unico negozio, avviato un paio di anni fa a Catania, fra i tredici dell’insegna dedicato esclusivamente all’occhiale d’avanguardia, segmento che avrà il suo apice tra un paio di mesi a Firenze, con DaTE 2018



Se Spectacle (*nelle foto*) è, come lo definisce a b2eyes TODAY **Paolo Angiolucci**, «un laboratorio in cui concentrare tutto il prodotto extra commerciale, tale da rappresentare tuttora un’avventura che ha comunque già garantito buone soddisfazioni, permettendoci di attenzionare un segmento di mercato in crescita», DaTE, per il giovane imprenditore siciliano, «rimane un punto di contatto fondamentale con le aziende di questo settore», che trova forza soprattutto nel binomio dei suoi fondatori. «Spectacle è nato grazie alla consulenza di Dante Caretti e Cristina Frasca: anche in passato abbiamo dedicato attenzione agli occhiali di ricerca, come dimostra il nostro pluriennale legame con Sama Eyewear, ad esempio, ma l’investimento in Spectacle è stato significativo per la nostra società e Caretti e Frasca ci hanno messo sulla strada giusta per scegliere i fornitori più adatti: ne consegue che ogni

volta a DaTE sappiamo di trovare quello che ci piace e che la selezione viene realizzata secondo certi criteri – spiega ancora Paolo – Insomma, rimane un appuntamento totalmente diverso dagli altri eventi, dove si fa un lavoro di cuore, per di più ora in una cornice eccezionale come Firenze e la Leopolda, tanto che ci andiamo solitamente in quattro: oltre a me, anche i tre buyer di Angiolucci Occhiali, mio fratello Andrea, mio zio Aldo e mia cugina Martina».

Anche il mercato ha reagito positivamente a questo vostro investimento? «Creare uno spazio apposito come Spectacle ha certamente richiamato clienti in parte nuovi, che prima non sempre riuscivamo ad attrarre: tuttavia non abbiamo ancora uno storico per confrontare i risultati – aggiunge Paolo Angiolucci – Quello del 2018 è stato un inizio anno non splendido e la stagnazione dei consumi si riflette anche sull’eyewear d’avanguardia, dove i margini sono più alti ma l’utenza è minore, così che i due aspetti si compensano. A questo tipo di prodotti, inoltre, va abbinata un’offerta oftalmica di livello: il nostro unico partner per tutti i tredici negozi del gruppo è Zeiss, i cui prodotti nel vista sole e nel fotocromatico ben si sposano con questo tipo di montature, senza dimenticare le loro iniziative sulla protezione UV nelle lenti bianche, capaci di stimolare l’attenzione del mercato e dei consumatori, di trasformarsi per noi in un argomento in più e di elevare quindi il livello della conversazione e della vendita».



Rischi all’esposizione UV

patologie, prevenzione, protezione

Lucio Buratto, Giancarlo Montani, Maurizio Martino

Coordinamento editoriale Vittorio Picardo

SFOGLIA L’OPUSCOLO

Con il sostegno di **ZEISS**





VisionOttica Award 2019: nella giuria entrano le università

La prossima edizione del concorso annuale e nazionale promosso dall'insegna di Vision Group coinvolgerà nel corpo giudicante anche i docenti dei sette atenei italiani con corso di laurea in Ottica e Optometria



Vision Group bandisce la sesta edizione di [VisionOttica Award](#), in collaborazione con Associazione Laureati Ottica e Optometria, Albo degli Ottici Optometristi e le università italiane con corso di laurea in Ottica e Optometria: vi potranno partecipare, con la loro tesi, tutti i neolaureati in Ottica e Optometria degli atenei di Firenze, Lecce, Milano, Napoli, Padova, Roma e Torino.

«Importante novità della sesta edizione del VisionOttica Award è il coinvolgimento delle sette università di Ottica Optometria che avranno diritto di indicare almeno un docente nel corpo giudicante che segnalerà i primi tre classificati - si legge in una nota di Vision Group - La classifica finale sarà quindi stilata secondo il giudizio di tutti i membri della nuova giuria del VisionOttica Award». La documentazione necessaria al bando dovrà pervenire alla segreteria del premio entro il 31 gennaio 2019.

Saranno premiate le tesi di laurea, discusse nell'anno solare 2018, di particolare interesse scientifico legato al mondo dell'ottica, dell'optometria, della contattologia, del visual training e della visione in generale. Al secondo e al terzo classificato viene offerto uno stage retribuito di due mesi presso uno dei centri pilota VisionOttica. Al primo classificato, oltre allo stage, andrà una borsa di studio per un master in una università europea. La premiazione avverrà a marzo 2019 presso l'Aula Magna dell'Università degli

Studi di Milano-Bicocca, in occasione del Congresso ALOeO (nella foto, Riccardo Accardi, primo classificato all'ultimo VisionOttica Award).

Glaucoma: lo stress continuo può peggiorarlo?

Secondo uno studio dell'università di Magdeburgo, in Germania, situazioni di affaticamento possono compromettere la vista e portare a un'accelerazione della progressione di alcune malattie dell'occhio

La qualità e il benessere visivi sarebbero strettamente collegati al nostro livello di stress quotidiano: a svelarlo è una ricerca scientifica effettuata dall'università di Magdeburgo, in Germania, secondo cui proprio lo stress e l'ansia accumulati potrebbero influenzare negativamente la vista, addirittura in modo irreparabile e rilevante. I sintomi sarebbero diversi: dal tremolio involontario di una palpebra al peggioramento del glaucoma, su cui l'indagine si è concentrata, e della maculopatia sierosa centrale, sino alla perdita momentanea della vista. A rischio sarebbero soprattutto i soggetti che soffrono già di problemi alla vista.

Bernhard Sabel, direttore dell'Istituto di Psicologia Medica dell'ateneo tedesco, che ha avviato la ricerca, ha analizzato numerosi studi e test clinici e ha stabilito che la condizione di stress cronico, riscontrabile nel corpo tramite i livelli dell'ormone cortisolo, contribuirebbe in modo notevole alla perdita della vista, ma anche all'aggravarsi di malattie come il glaucoma e la degenerazione maculare senile.

Lo studio, pubblicato sulla rivista *Epma Journal*, metterebbe dunque in evidenza l'esistenza di un'importante componente psicosomatica in tali problematiche. «Fortunatamente i danni alla vista causati dallo stress si possono curare, soprattutto se si riescono a cogliere i segnali giusti - spiegano i ricercatori - Nel caso del glaucoma, ad esempio, quando si sente aumentare la pressione e si soffre di insonnia e di ansia, è fondamentale prendersi una pausa e cercare di ritrovare l'equilibrio psicofisico».



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

Disponibile su APP Store e Play Store.