



LUNEDÌ 24 SETTEMBRE 2018 ANNO VIII N. 1662

Rodenstock Italia, arriva Sangalli

Dal 1° ottobre 2018 ricoprirà il ruolo di sales manager di tutte e tre le business unit dell'azienda oftalmica, rispondendo direttamente al neo amministratore delegato, **Michele Villotti**



«Con l'arrivo di Luca Sangalli (nella foto) Rodenstock Italia accoglie un professionista di spessore e una persona di qualità: sono convinto che le sue doti umane e professionali saranno determinanti nella strategia di rinnovamento intrapresa e miglioreranno la nostra organizzazione e i nostri servizi ai clienti», commenta Villotti in una nota dell'azienda.

Classe 1963, oltre al diploma di perito ottico al Galilei di Milano, Sangalli vanta nel proprio curriculum una poliedrica esperienza nel settore: dopo gli esordi proprio in Rodenstock Italia, ha infatti rivestito ruoli con responsabilità crescenti nell'industria oftalmica, della strumentistica e della contattologia, fino all'ultima esperienza nella distribuzione organizzata, come managing director del consorzio Optocoop Italia-Oxo, dal marzo 2012.

In qualità di sales manager guiderà le tre Business Unit di Rodenstock Italia, lenti oftalmiche, strumenti e montature, nello sviluppo del mercato domestico: l'ingresso di Sangalli coincide con la nascita di questa nuova figura manageriale in azienda, che in precedenza faceva capo direttamente all'amministratore delegato.

VisionOttica punta di nuovo lo sguardo sul Salone Nautico

L'insegna di Vision Group, che unisce oltre 280 centri ottici in tutta Italia, dopo l'esperienza positiva delle scorse edizioni, torna per il quinto anno consecutivo alla cinquantottesima edizione della manifestazione, in calendario a Genova sino a domani

Durante le sei giornate del Salone VisionOttica ospita i visitatori presso il proprio stand «per fornire consigli sulle montature e le soluzioni ottiche più adatte per godere appieno del mare proteggendo gli occhi e migliorando le performance visive – si legge in una nota di Vision Group - Lo stand è attrezzato con un'area espositiva nella quale risulta possibile provare e acquistare occhiali da sole tecnici, ma anche fashion (nella foto, la locandina dell'iniziativa)».

Ogni occhiale acquistato è accompagnato dal libretto SOS-Servizio Occhiali Sicuri, «l'esclusivo programma di garanzie e servizi certificato che rende l'acquisto sicuro nel tempo oltre a offrire un bouquet di vantaggi per il tempo libero in collaborazione con diversi partner che VisionOttica seleziona mensilmente», prosegue il comunicato.

L'edizione 2017 della manifestazione aveva visto 884 brand esposti e richiamato quasi 150 mila visitatori con un incremento del 16,5% rispetto al 2016. Quest'anno, come si legge nella nota del Salone Nautico per la presentazione ufficiale dell'evento, «il dato sale a 948 espositori, pari a un +7,2% di crescita rispetto al 2017, mentre sono 62 le nuove partecipazioni, di cui 58% dall'estero».



Per chi ha sempre il mare negli occhi.

Scopri insieme a noi le soluzioni ottiche per viverlo al meglio.

www.visionottica.it
Seguici su [Facebook](#) VisionOttica Pagina Ufficiale



EZFit. Semplice. Veloce. Affidabile.

La fresa da negozio per il montaggio lenti

Zeiss, UVProtect sarà on air anche in autunno

Prende il via la seconda fase della campagna dedicata alla tecnologia che offre la protezione completa dalla radiazione ultravioletta di serie sulle lenti oftalmiche in materiale organico, con l'obiettivo di continuare a sensibilizzare su un tema importante non solo nella stagione estiva



Entra e chiedi il test UV gratuito per i tuoi occhiali.



Mantenere alto il livello di attenzione sulla difesa dai raggi UV anche in autunno e inverno, quando si potrebbe pensare che il tema perda di importanza per il semplice fatto che il sole non splende alto in cielo come in estate, le giornate si accorciano e le nuvole prendono il sopravvento. «Per questo Zeiss riporta on air la campagna dedicata all'UVProtect (nella foto, il key-visual), andata in onda [a fine giugno](#) con ottimi risultati di redemption - spiegano a b2eyes TODAY da Carl Zeiss Vision Italia - In estate è più facile che le persone siano sensibili al tema della protezione UV, prendendo gli opportuni provvedimenti, ma le radiazioni ultraviolette e i rischi connessi sono sempre presenti anche quando il sole è meno intenso, perciò è importante continuare a parlarne e a promuovere il benessere visivo».

Il nuovo flight della campagna, declinata su diversi media, prenderà il via il 30 settembre per protrarsi sino ai primi di novembre, con due settimane di pianificazione tv sulle principali reti, tre settimane in radio sui maggiori network e una presenza digital continuativa con nuovi banner, copertura di parole chiave nei motori di ricerca e una corposa programmazione editoriale social. «L'obiettivo anche per questo flight prevede di ottenere 200 milioni di contatti tv, con il 40% di passaggi nella fascia di prime time, e 250 milioni di contatti radio - concludono dall'azienda oftalmica - A supporto, sono disponibili per il centro ottico partner anche materiali di visibilità per il punto vendita, volti ad amplificare il messaggio e sensibilizzare sulla protezione UV il consumatore».

Neubau: per la Milano Fashion Week si ferma da Artioli

La sera di giovedì 20 settembre il marchio di Silhouette ha realizzato un evento presso il centro ottico milanese per presentare i nuovi modelli Nina e Mark



Già dalle sette e mezza, orario di inizio, era impossibile passare sul marciapiede davanti a Ottica Artioli, in piazza XXV aprile a Milano (nella foto, il djset allestito per la serata). E il flusso è aumentato. Grande successo per la presentazione dei nuovi occhiali da sole del brand. «Siamo soddisfatti - ha detto a b2eyes TODAY [Floriana Di Cesare](#), responsabile marketing e comunicazione di neubau eyewear - Un evento durante la Fashion Week può perdersi tra i tanti, ma può anche portare persone di altri settori». E così sembra sia stato. I neonati modelli, che saranno in vendita a ottobre, fanno parte della collezione Wire e si chiamano Nina per donna e Mark da uomo. Vagamente anni 70, entrambi in acciaio inossidabile, hanno tutto per diventare dei must. Nina, leggermente a farfalla è un po' arrotondato sui lati, con finiture sul rosa, l'argento, dorate o tartarugate e lenti sfumate di diverse tonalità.

Mark è stile aviator ma di forma squadrata, disponibile in quattro tinte, argento lucido, oro giallo, tartarugato e nero satinato. Dettaglio interessante, il ponte ha la forma delle parentesi del logo. ([Luisa Espanet](#))

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

Supplemento al 24 settembre 2018 di b2eyes.com reg. presso Tribunale Milano, n. 292, 17-06-2009 © La riproduzione dei contenuti è riservata



Ducati
Eyewear

VIENI A SCOPRIRE LA COLLEZIONE DI OCCHIALI DUCATI
MONDOTTICA LTD | SILMO HALL 06, STAND B067 | WWW.MONDOTTICA.COM