



Nau!, Piemonte sempre più strategico

Il nuovo punto vendita, il primo ad Asti, porta a 20 nella regione e a 133 in Italia il numero totale degli store del brand di occhiali con negozi sul territorio nazionale, ai quali se ne aggiunge una decina anche all'estero



Dopo le inaugurazioni di Rivoli, Arona, Novara e Chivasso, avvenute tutte quest'anno, prosegue l'espansione 2018 di Nau! in Piemonte con il nuovo punto vendita di Asti (nella foto). La recente apertura in piazza Alfieri, la piazza principale della città nel cuore del Monferrato, porta a 20 il numero totale degli store nella regione, che si colloca al secondo posto tra le aree occupate dall'insegna verde, subito dopo la Lombardia, la quale vanta il primato con 46 negozi e ampiamente davanti ad altre regioni con una buona presenza di punti vendita, quali Lazio, Veneto, Sicilia e Puglia. Dotato di un'ampia vetrina, il nuovo store Nau! di Asti è disposto su due piani e ha una metratura di circa 150 metri quadrati complessivi: gestito in franchising, occupa uno staff composto da tre persone.

Ottica Calderari inaugura il "roadshow" di Safilo per Moschino

Il gruppo di Padova ha avviato presso il centro ottico in Alto Adige una serie di eventi che coinvolgeranno alcuni partner di punta del nostro paese: l'obiettivo è dare visibilità alla collezione eyewear del brand, la prima dall'acquisizione della licenza



A metà maggio a Bolzano **Stefano Calderari** ha ospitato la nuova linea Moschino (nella foto) con un party che ha visto la partecipazione di oltre duecento persone. «Siamo soliti organizzare questo tipo di iniziative – spiega a b2eyes TODAY il professionista – Insieme a Safilo abbiamo realizzato questo evento il 18 maggio che ha riscosso un ottimo successo». Un riscontro generato anche dalla vicinanza con l'ateneo bellunese. «Siamo situati proprio di fronte all'università – dice Calderari – L'iniziativa ha perciò attratto l'attenzione dei più giovani».

Ottica Calderari è una realtà ormai storica a Bolzano. «L'attività è nata cinquanta anni fa su iniziativa di mia mamma Maria Pia, per decenni il vero fulcro del negozio - racconta ancora il professionista - Ho lavorato al suo fianco appassionandomi a questo mestiere. Da lei ho imparato l'importanza dell'impegno, della dedizione e a entrare in contatto con il cliente». Per creare interesse sull'evento Moschino by Safilo l'imprenditore ottico di Bolzano ha utilizzato le potenzialità di Facebook ed estrapolato dal database clienti il target coerente con il marchio.



il vero fulcro del negozio - racconta ancora il professionista - Ho lavorato al suo fianco appassionandomi a questo mestiere. Da lei ho imparato l'importanza dell'impegno, della dedizione e a entrare in contatto con il cliente».



Quello presso Ottica Calderari è quindi il primo step di un calendario che Safilo dedica al lancio dell'eyewear Moschino. Venerdì scorso è stata la volta di Ottica Toffoli di Rovigo, sabato invece di Ottica Ballanti a Campobasso, mentre il primo giugno toccherà a Ottica Gottardini di Trento, il 9 giugno a Ottica Siano di Salerno e il 16 giugno a Officine Ottiche a Santa Maria a Vico, in provincia di Caserta.

Sight for Kids
Aderisci anche tu!



Con la collaborazione di:

Johnson & Johnson VISION

KIDS
by SAFILO
MADE IN ITALY

ZEISS



Mariuz, la passione per l'ottica si tramanda da 60 anni

Quest'anno il centro ottico friulano, che conta due punti vendita a Porcia e a Vigonovo, entrambi in provincia di Pordenone, celebra l'importante anniversario e a metà giugno riunirà amici e clienti per celebrare la ricorrenza



La passione per il settore ottico, che lo accompagnerà per tutta la vita, Gioacchino Mariuz (nella foto, a sinistra, insieme al figlio Sante), detto Chino, inizia a svilupparla già nel lontano 1943, quando appena sedicenne comincia a lavorare nella fabbrica Galileo a Pordenone. Così, una volta finita la Seconda guerra mondiale, frequenta la scuola di ottica a Torino e nel 1950 parte per l'Argentina in cerca di fortuna: qui trova impiego alla Lutz Ferrando Opticas, diventando in breve tempo responsabile del reparto produttivo. Dopo qualche anno però, a causa del delicato clima politico nel paese sudamericano, solca nuovamente l'oceano e torna in Italia, facendo addirittura due mestieri, nei campi e in fabbrica, sempre con il sogno di tornare a occuparsi di ottica.

Un sogno che riesce a coronare il 1° maggio 1958, data in cui apre il suo negozio di foto ottica Chino Mariuz, a Porcia: prende il via così questa lunga storia di imprenditoria familiare, proseguita poi con il figlio di Chino, Sante, che sin da giovanissimo impara a sagomare le lenti, utilizzando uno sgabello, per arrivare fino alle macchine poiché era ancora piccolo.

Una volta cresciuto, Sante decide di seguire la passione ereditata dal padre: si diploma in ottica e in seguito si specializza in optometria, proseguendo l'attività e facendola crescere, fedele ai valori tramandati da papà Chino. E ancor oggi si trova saldamente alla guida dell'insegna, che negli anni ha portato al "raddoppio", aprendo nel 2016 il suo secondo centro ottico a Vigonovo.

Trussardi, l'anima moderna del "sole" in un progetto digitale

Sullo sfondo di uno scenario urbano e contemporaneo, la nuova campagna #ContemporaryVision racconta, attraverso quattro talenti protagonisti, la collezione primavera estate 2018 del marchio in licenza a De Rigo



Sono la fashion stylist Chiara Totire, il dj e ballerino Marvely, la cool hunter Niki Wu e l'art director e cantante rap Mecna (nella foto, a sinistra) i volti della nuova campagna #ContemporaryVision, progetto digitale dedicato alla collezione sunglasses di Trussardi Eyewear. Le storie sono ambientate in una Milano contemporanea, scelta per rafforzare

ulteriormente il già forte legame che il brand vanta con questa metropoli.

«Gli stessi talenti rivelano, attraverso immagini e video emozionali, il loro rapporto personale con gli occhiali da sole, ma anche con la città di Milano, attraverso il racconto dei luoghi cui sono più legati o da cui si sentono più ispirati», si legge in una nota di De Rigo Vision. Gli occhiali Trussardi Eyewear protagonisti del progetto #ContemporaryVision «esprimono contemporaneità, leggerezza e innovazione, sia nei materiali sia nelle forme e nei colori», aggiunge il comunicato: si tratta del modello STR182, con doppio ponte, lenti piatte specchiate e struttura interamente in lega di metallo, con dettagli in acetato nella parte superiore del frontale, e del modello STR251, dalla struttura continua in metallo che crea il doppio ponte e contorna le lenti tonde.

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

Supplemento al 28 maggio 2018 di b2eyes.com reg. presso Tribunale Milano, n. 292, 17-06-2009 © La riproduzione dei contenuti è riservata

Sight for Kids
Aderisci anche tu!



Con la collaborazione di:

Johnson & Johnson VISION

KIDS by SAFILO
MADE IN ITALY

ZEISS