

Caradonna, il suo Ottico Del Web è anche in video

Partita online ad aprile sul suo blog, la rubrica che risponde ai quesiti di quanti seguono il professionista pugliese attraverso i canali social è approdata a metà luglio su Youtube



Il primo video ha illustrato lo spirito che caratterizza l'iniziativa fin dai suoi esordi, ovvero fare giusta informazione fondando la comunicazione su tre concetti chiave: benessere visivo, design e soluzioni ottiche. «Il progetto #OtticoDelWeb è nato alcuni mesi fa, quando ho deciso di essere maggiormente incisivo nei confronti del pubblico che mi segue in rete, focalizzando meglio la comunicazione su alcuni valori che, per quanto riguarda la professionalità dell'ottico, spesso vengono in un certo senso "mascherati" – spiega a b2eyes TODAY Nico Caradonna – Dapprima ho puntato sul blog, trattando di argomenti relativi alla visione che spesso la gente cerca su Google. Poi, dal momento che il mondo di internet evolve sempre più verso l'utilizzo di contenuti video, ho pensato a giugno di aprire un canale ufficiale per #OtticoDelWeb su Youtube». Così Caradonna ha lanciato il primo video il 15 luglio scorso per spiegare ai suoi follower l'iniziativa, ricevendo un riscontro al di là delle aspettative presso il pubblico comune. «Il filmato ha avuto diecimila visualizzazioni, anche grazie alle numerose condivisioni – afferma - Nel prosieguo risponderò alle domande che mi arrivano via mail, su Facebook, Twitter o Instagram, con un post sul blog o con un

video, ragionando di volta in volta sul tipo di risposta e sul canale più idoneo per veicolarla. Attraverso i video, due al mese, cercherò nel tempo di proporre argomenti che riguardano il benessere visivo, il design e le soluzioni ottiche, le tre parole chiave che caratterizzano l'intero progetto fin dall'inizio».

In agosto, ad esempio, Caradonna ha messo online un filmato focalizzato sulla protezione dei bambini al mare. «In vacanza – dice ancora al nostro quotidiano - ho notato come i più piccoli con gli occhiali da sole fossero una sparuta minoranza, per cui ho deciso di puntare l'attenzione sull'importanza della protezione e sui rischi connessi a un comportamento sbagliato. Ed è proprio questo, in senso generale, l'obiettivo che mi pongo e da cui è nato il progetto: fare una giusta informazione attraverso una comunicazione di valore, che possa essere utile per prevenire problemi o risolverne altri. Nel nostro settore c'è tanta dispersione di informazioni, spesso quelle utili vengono messe in secondo piano dall'accento posto su sconti o prezzi stracciati, che distolgono l'attenzione del pubblico. Dobbiamo allontanarci da questo modo di fare e io lavoro anche in questo senso, perché ci tengo a mantenere alto il valore professionale dell'ottico».

Tutto il progetto, ci tiene a specificare il professionista pugliese, risponde alla logica di fare qualcosa che vada anche a vantaggio dell'intera categoria. «Questo non è uno "spot" per VisionOttica Caradonna, ma per l'ottico in generale, attraverso la mia voce: voglio proporre contenuti per il pubblico, che il professionista e collega ottico possa condividere anche per il suo pubblico. Benché non abbia un ritorno economico, sto lavorando per il bene della categoria e per ora questo può bastare – conclude Caradonna – Tant'è che mi seguono anche persone che non sono mie clienti e che non stanno neppure a Modugno, anzi spesso sono di altre regioni, quindi per risolvere le loro problematiche visive si recheranno da un collega della loro zona e non da me» (nella foto, Nico Caradonna in versione illustrazione realizzata da Desda, artista italiana che vive a Berlino, conosciuta dall'ottico su Instagram).

Papa Francesco rifà le lenti da Spiezia

Visita a sorpresa del Pontefice presso il centro ottico di via del Babuino, a Roma

Secondo quanto riferiscono i principali media, il Pontefice è arrivato in auto e, da solo, è entrato in negozio dove ha misurato anche la distanza interpupillare e ha provato alcune montature, trattenendosi all'interno per almeno mezz'ora.

Al titolare Alessandro Spiezia pare abbia detto: «Non voglio una montatura nuova, bisogna rifare solo le lenti. Non voglio spendere». Poi all'orecchio avrebbe aggiunto: «Mi raccomando, Alessandro: mi faccia pagare quello che è dovuto». A chi gli ha fatto notare che era la prima volta che un Papa faceva una cosa del genere, Francesco avrebbe risposto: «Che c'è di strano? Dove si va a cambiare gli occhiali se non dall'ottico». Alessandro Spiezia ha conosciuto personalmente Papa Francesco nel dicembre 2013 in occasione di un'udienza con Sua Santità cui hanno partecipato anche alcuni ottici, oftalmologi, industriali ed esponenti di associazioni e stampa di settore, tra cui b2eyes.



Acquista una coppia di lenti* "GLASS ROOM" con TRATTAMENTO BLUE SCUDO:

**UNALENTE +
TRATTAMENTO
BLUE SCUDO
OMAGGIO**

**GLASS
ROOM**

*promo valida dal 01 Settembre al 31 Ottobre 2015 sui prodotti:
- Hyper Serie ø 60 - Pentaflex Serie ø 60
Carbo Serie 1.6 ø 65 - 70 - Fly Dural Color Serie ø 70

Venturini brinda alla limited edition di Barrigule con lo champagne

Il centro ottico spezzino ha presentato i modelli realizzati in esclusiva durante un evento per ospiti selezionati dedicato alla degustazione



Ottica Venturini ha preso parte, il 6 agosto scorso, alla Champagne Night che ogni anno si svolge a La Spezia nel Porto Mirabello. Una serata all'insegna della degustazione, durante la quale è stata presentata anche la limited edition numerata creata da **Barrigule** esclusivamente per il centro ottico (nella foto). «Si tratta di occhiali realizzati, come è caratteristica del marchio, in rovere ricavato dalle antiche botti in cui è stato fatto invecchiare il vino – spiega a b2eyes TODAY Andrea Venturini, titolare del centro ottico – I modelli Barrigule for Venturini, cinque forme che reinterpretano al meglio i classici dell'occhialeria, sono caratterizzati dalle aste color verde foglia di vite, da noi espressamente richieste, e nella versione sole montano lenti polarizzate».

La degustazione si è svolta presso il Jimmy's Bar, dove i partecipanti hanno potuto assaggiare anche raffinati piatti di pesce. «Abbiamo invitato solo alcuni clienti selezionati, all'appuntamento hanno preso parte appena ottanta persone – prosegue Venturini – Durante la serata Enrico Mazza, sommelier di Torino, ha illustrato tutta la filiera di produzione dello champagne, le particolarità, i metodi di produzione e le cantine. In seguito abbiamo presentato i nostri modelli, che per l'occasione erano esposti su particolari rastrelliere realizzate con i pali da vigna e bottiglie di vetro trasparenti in cui erano alloggiati gli occhiali». Contemporaneamente all'evento, il centro ottico è rimasto aperto, come di consueto in estate, fino alle 23 e 30.

Allison: attenzione al restauro, meno ai collaboratori

Una nota dell'azienda ora a Padova conferma quanto emerso nei mesi scorsi: in dicembre tornerà a Volta Mantovana, dove nacque nel 1959, prima del trasferimento quarant'anni più tardi nella città veneta: gli uffici, il centro stile, il laboratorio produttivo e il polo logistico si svilupperanno su un'area di proprietà di 18.000 mq. Secondo quanto riferiscono i sindacati, dovrebbero essere solo 20 i dipendenti a seguire la società nella nuova sede, mentre centro rischiano di perdere il lavoro

In uno degli scorci definiti dal comunicato di Allison «più suggestivi delle colline del Garda, nel borgo dove sorge palazzo Gonzaga Guerrieri», le opere di restauro e recupero industriale sono state tese alla riqualificazione dell'intera area. «Siamo orgogliosi di aver riportato in vita la storica sede di Allison, convinti, come ogni buon padre di famiglia, che la casa di proprietà sia un passo fondamentale per garantire serenità e prospettive al proprio nucleo, questa è l'ulteriore dimostrazione di quanto la nostra strategia sia decisamente orientata al lungo periodo - si legge ancora nella nota - In un periodo storico in cui i valori sembrano essere altri, ecco che Allison torna ai fondamentali aggiungendo una nota di contemporaneità nel restauro dell'edificio: un doveroso occhio all'ambiente che renderà gli spazi lavorativi ancora più stimolanti e piacevoli. Un progetto sicuramente ambizioso ma che getta le fondamenta per un solido futuro del know how italiano».

Nessun cenno, invece, al fatto che i 120 attuali dipendenti dell'azienda di montature siano quasi tutti residenti a Padova o dintorni e rischiano così di perdere il posto di lavoro. «Avevamo fissato un incontro con Allison per il 24 agosto in Regione, ma l'azienda non si è presentata, così come si è negata in occasione dello sciopero di mercoledì scorso: la società non ha alcuna intenzione di cambiare idea e di mettere in discussione il trasferimento – spiega a b2eyes TODAY Marco Galtarossa, segretario di Cgil Padova – Ora abbiamo inviato una richiesta per organizzare un ulteriore tavolo di confronto presso il ministero: il problema principale è, infatti, che se i lavoratori scegliessero la via delle dimissioni ogni ammortizzatore sociale verrebbe a cadere e in assenza di un licenziamento collettivo o individuale l'azienda non ha avrebbe l'obbligo di partecipare alle spese per le procedure di mobilità o altro. Vogliamo, inoltre, conoscere il piano industriale di Allison, in modo da poter spiegare ai lavoratori a quale futuro andranno incontro, quali sono le garanzie e gli eventuali incentivi legati al trasferimento. I 120 dipendenti che avrebbero dovuto comunicare entro il 29 agosto la propria disponibilità a spostarsi nella nuova sede non l'hanno fatto e, a quanto mi risulta, sono solo 20 quelli che di fatto seguiranno l'azienda a Volta Mantovana».

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

Supplemento al 7 settembre 2015 di b2eyes.com reg. presso Tribunale Milano, n. 292, 17-06-2009 © La riproduzione dei contenuti è riservata



EDIZIONE SPECIALE **EXPO 2015**

Il libro sulle linee guida per una corretta alimentazione completo delle più gustose ricette della cucina italiana

