



Milano, Il punto di vista lancia il suo primo VisionOttica

Il gruppo, che già conta un negozio a Turate, in provincia di Como, e altri tre a Milano, ha aperto un nuovo punto vendita in viale Vittorio Veneto, sempre nel capoluogo lombardo, adiacente al centrale corso Buenos Aires: si tratta del primo affiliato all'insegna di Vision Group, cui fanno capo oltre 280 centri ottici in tutta Italia



Ha aperto le porte lo scorso ottobre, ma l'inaugurazione vera e propria è avvenuta a metà maggio. «Si tratta per noi di un negozio pilota – ha spiegato a b2eyes TODAY **Roberto Salvi**, socio insieme a Marco Barajon e Paolo Patuzzi de Il punto di vista, prestigiosa insegna conosciuta anche come Pdv, in occasione dell'evento inaugurale – Non escludiamo, infatti, di affiliare a VisionOttica anche gli altri centri ottici di nostra proprietà».

Si è unito al gruppo il medico oculista Giuseppe Di Meglio, in qualità di socio del nuovo store sorto negli spazi della ex

Ottica Zero, rilevata e modificata per allinearla al concept VisionOttica (nella foto). Il centro ottico di cento metri quadrati si affaccia con quattro vetrine in zona Porta Venezia, area che sta vivendo un particolare sviluppo grazie all'apertura di nuove realtà, dalla ristorazione alle attività commerciali.



Essilor Italia: "rivoluzione" social

A metà maggio l'azienda oftalmica ha lanciato una pagina Facebook rinnovata e rivolta anche agli utenti finali, mentre per gli ottici è stata aperta una Professional Community



Entra nella nuova Community Facebook!



ISCRIVITI al nuovo Gruppo Professional Community

uno spazio esclusivo creato per tutti i nostri ottici partner e per i professionisti della visione



La nuova strategia social "Essilor Goes To Digital" punta a rafforzare la brand awareness dell'azienda e il progetto, curato da Mara Banfi, esperta in digital marketing, porta con sé un rinnovato piano d'azione. «Abbiamo deciso di dare vita a un profilo dalla doppia anima - spiega in un comunicato **Alessandra Barzaghi**, responsabile marketing di Essilor Italia - Dal 15 maggio, infatti, la nostra pagina Facebook Essilor Italia si è aperta al consumatore finale, trasformandosi da "Professional Community" a più semplicemente "Essilor Italia"».

La bacheca della pagina Facebook di Essilor Italia vivrà quindi di un piano editoriale innovativo e ricco di contenuti che si affiancheranno ai post dedicati ai brand e ai prodotti ma non solo, puntando su un tono emozionale per creare empatia con il consumatore finale. Essilor Italia, parallelamente, ha voluto dar vita a uno spazio riservato agli ottici e optometristi e a tutti i professionisti della visione. «Per loro è stata creata una nuova Professional Community, un gruppo Facebook di divulgazione, informazione e partecipazione - precisa Barzaghi nella nota - Farne parte significa poter accedere in tempo pressoché reale a contenuti esclusivi, informazioni su fiere ed eventi, promozioni, informazioni di servizio ed educational».

Sia la pagina Facebook di Essilor Italia sia il gruppo Professional Community sono pensati come un valido supporto ai professionisti della visione, che potranno essere aggiornati in tempo reale e trovare molti contenuti da condividere sui propri profili social. «Il riposizionamento di target e d'immagine della pagina Facebook è solo la prima tappa di un percorso che prevede altri step, a partire dal rinnovamento dei siti web dedicati al consumatore e con molti altri progetti digital che sveleremo nei prossimi mesi», conclude la manager (nella foto, l'immagine per il lancio del gruppo Professional Community).

Sight for Kids
Aderisci anche tu!



Con la collaborazione di:

Johnson & Johnson VISION

KIDS
by SAFILO
MADE IN ITALY

ZEISS



Lega del Filo d'Oro, le favole tattili al Salone del Libro 2018

L'associazione ha partecipato per la prima volta alla manifestazione che si è svolta a Torino dal 10 al 14 maggio scorso con un laboratorio speciale per i bambini e i ragazzi delle scuole, finalizzato alla sensibilizzazione riguardo la propria attività a sostegno dei bimbi sordociechi



Il tema, come si legge sul sito della Lega del Filo d'Oro, è stato incentrato sulla narrazione ma con una particolarità: l'équipe ha infatti portato i cinquanta piccoli partecipanti nel mondo delle favole tattili (*nella foto, da legadelfilodoro.it, un momento dell'iniziativa*), «ovvero uno dei modi che l'associazione utilizza nei percorsi riabilitativi dei bambini sordociechi e pluriminorati psicosensoriali per farli uscire dall'isolamento».

Divisi in tre gruppi, i bambini hanno potuto "toccare con mano" la storia che veniva narrata, provando a seguire il racconto con gli occhi chiusi o bendati, sentendo al tatto gli oggetti descritti, accarezzando i personaggi e annusando i profumi.

«Tutte queste attività diventano un modo nuovo per sensibilizzare e far conoscere anche ai più piccoli la nostra attività quotidiana per la cura, la riabilitazione e l'assistenza dei bambini sordociechi: le favole tattili sono utilizzate dall'équipe multidisciplinare della Lega del Filo d'Oro per stimolare la comunicazione tramite gli oggetti - prosegue la nota - Questo si inserisce in un percorso riabilitativo personalizzato volto a restituire alle persone e ai bambini sordociechi una maggiore autonomia e renderli così partecipi della loro vita».

Omisan farmaceutici festeggia vent'anni con la formazione

"Scelta delle caratteristiche dei sostituti lacrimali nelle alterazioni del film lacrimale" è il titolo del seminario dedicato ai professionisti della visione, promosso dall'azienda italiana specializzata nella produzione di gocce oculari e liquidi per lenti a contatto (*nella foto*), che si è svolto il 20 maggio a Milano presso lo Starhotel Anderson

Vent'anni di specializzazione nel benessere visivo: tra le molteplici iniziative per celebrare questo significativo anniversario Omisan farmaceutici, fondata appunto nel 1998, ha promosso l'evento di approfondimento, tenuto da Giancarlo Montani, docente del corso di laurea in Ottica e Optometria all'Università del Salento, cui hanno partecipato una cinquantina di professionisti, quasi tutti applicatori, oltre allo staff dell'azienda.

«La gestione delle alterazioni del film lacrimale rappresenta oggi una grande opportunità per i professionisti del benessere visivo - si legge in una nota di Omisan farmaceutici - I sostituti lacrimali si sono così ritagliati un grande spazio nel panorama dei prodotti per il benessere visivo, ma non tutti sono uguali né possono essere impiegati indistintamente».

Il seminario milanese, teorico e pratico, aveva come obiettivo principale quello di «fornire ai partecipanti gli strumenti necessari per effettuare una corretta valutazione delle caratteristiche del film lacrimale e, in base ai risultati ottenuti, di realizzare la scelta dei sostituti lacrimali più idonei per ridurre la sintomatologia», conclude il comunicato. A fronte del buon riscontro ottenuto dall'iniziativa, l'azienda sta già studiando la data per un secondo appuntamento, sempre quest'anno.

