



## GrandVision fa rotta su Venezia

Il nuovo punto vendita a insegna GrandVision by Avanzi presso la stazione di Venezia Santa Lucia, che ha aperto le porte al pubblico il 10 agosto, ha una superficie di 50 metri quadrati e cinque collaboratori



Il negozio si trova di fronte ai binari dedicati al trasporto regionale ed è raggiungibile da tutti gli ingressi della stazione (nella foto).

Questa apertura rappresenta il primo punto vendita di ottica a insegna GrandVision By Avanzi nella città di Venezia, aggiungendosi ai due punti vendita Solaris nel centro storico.

Il negozio di Venezia Santa Lucia inoltre, consolida la presenza di GrandVision nella provincia del capoluogo veneto, arrivando a nove store.

Dopo la recente [apertura](#) a Roma Termini, il nuovo punto vendita veneziano consolida ulteriormente la presenza del brand nel settore del travel retail.

Da inizio anno sono stati aperti 18 nuovi store sul territorio nazionale, di cui 8 a insegna Solaris, 5 a insegna GrandVision by Avanzi e GrandVision by Optissimo e 5 Corner Optique.

## Essilor: arriva settembre ed è subito back to school

Riparte domani l'ormai consolidata Promo Junior&Teen abbinata al "programma rinnovo", che supporta i centri ottici partner nella proposizione di lenti protettive a valore aggiunto e fidelizza i consumatori



Dal 1° settembre al 17 novembre 2018 è attiva la "Promo Junior&Teen" (nella foto, l'immagine di campagna) che porta con sé il "Programma Rinnovo". «Per tutta la durata della Promo Junior&Teen, il centro ottico può consigliare, tra le lenti in promozione, quelle protettive specifiche Crizal Prevencia, Crizal Kids UV e Transitions e, grazie al Programma Rinnovo, proporre la sostituzione dell'equipaggiamento in caso di adeguamento delle diottrie delle lenti, perché gli occhi dei più piccoli possono cambiare rapidamente i poteri, perdita o rottura accidentale dell'occhiale - si legge in una nota di Essilor Italia - La sostituzione potrà essere fatta a condizioni commerciali vantaggiose per il centro ottico e per il consumatore entro il 31 agosto 2019».

La Promo Junior&Teen prevede che, a fronte dell'acquisto di una coppia di lenti incluse nella proposta Junior&Teen, il centro ottico benefici di una lente su due in omaggio oltre a ricevere uno speciale coupon valido fino al 31 dicembre da consegnare ai genitori per l'acquisto di una coppia di lenti a scelta su tutta la gamma Essilor.

Per supportare la comunicazione in store l'azienda oftalmica ha realizzato un kit con il claim "Essilove Kids", che comprende cartelli da banco, depliant di prodotto, nonché specifico materiale per le attività di marketing locale.

## Rischi all'esposizione UV

patologie, prevenzione, protezione

Lucio Buratto, Giancarlo Montani, Maurizio Martino

Coordinamento editoriale Vittorio Picardo





## Il significato di un ponte

Mesi fa, attraversando il ponte dell'Accademia in fase di rifacimento, ricordavo come per il terzo ponte sul Canal Grande fosse intervenuta silenziosamente a fondo perduto per il suo restauro Luxottica. Ora che in occasione della Regata Storica del 2 settembre quello dell'Accademia viene riaperto totalmente, non mi sento di gioire



L'etimologia della parola ponte ci riporta al concetto del passaggio. Negli oltre cinquant'anni che il Ponte Morandi ha risposto allo scopo di collegare il levante e il ponente di una città così importante e difficile come Genova, nessuno ha messo veramente in discussione la sua dura necessità. Un ponte sopra la testa della gente, a sottolineare che il progresso italiano degli anni 60 non poteva fermarsi davanti a nulla, neppure all'estetica e al pensiero. Un paese che aveva vissuto una guerra tremenda, che l'aveva ridotto all'osso delle sue infrastrutture, non poteva rammaricarsi di chi per cinquant'anni avrebbe vissuto sotto quell'opera. E da par suo il Ponte è come se avesse restituito a quelle persone parte della loro sopportazione: pur di fronte a una tragedia così immensa, le loro case sono state in massima parte risparmiate. Con l'auspicio che dopo il 14 agosto lì sotto non debba più viverci nessuno.

La nascita e la caduta di un ponte sono paradossalmente e allo stesso tempo un "passaggio" dal vecchio al nuovo. Nulla a Genova sarà come prima. Credo neppure in Italia, se non saremo cinici e ciechi. Alla proposta di Autostrade per l'Italia di ricostruire come prima il Ponte Morandi, il cosiddetto "qui e subito" (ma non stiamo certamente parlando del Teatro La Fenice di Venezia, ad esempio), preferisco quella lanciata martedì scorso dall'architetto genovese Renzo Piano. Un ponte che assomigli a un semplice nastro, una striscia d'asfalto che corre su tantissimi pilastri, illuminati di notte come una grande nave attraccata al suo porto, da quarantatré lampioni, tanti a ricordare le vittime del 14 agosto 2018. Spiega Piano che da quel giorno non pensa ad altro che a ricucire. A riparare alla ferita della sua città con garbo, dolcezza e parsimonia, seguendo l'istinto della "grande tartaruga", come affettuosamente Gino Paoli chiama la sua Genova.

Ripartiamo dalle parole di Renzo Piano. Nel ricordare gli amici dell'ottica che soffriranno ancora per quanto successo a pochi anni dall'alluvione del 2014, chiedo loro quello che ha chiesto l'archistar alla sua gente: facciamo presto ma non in fretta. Non dobbiamo perdere l'occasione di dare a Genova e all'Italia un ponte che rappresenti un passaggio dal passato al futuro che ci meritiamo. Non dobbiamo perdere il senso della bellezza e dell'ingegno che appartiene a noi italiani solo perché abbiamo fretta e riteniamo che non ci sia abbastanza tempo davanti. Facciamocelo caro questo detto, presto ma non in fretta, perché anche l'ottica, dal retail all'industria a tutti, possa ricordare che i miracoli gli umani li fanno giorno per giorno con piccoli gesti ben direzionati. E che sia finito il tempo dei proclami e scatti invece quello del sacrificio comune anche verso chi ne usufruirà, dopo di noi. [pillole@nicoladilernia.it](mailto:pillole@nicoladilernia.it)

## Safilo e Fossil, ancora insieme sino al 2023

L'azienda di eyewear e il gruppo specializzato in orologi e accessori fashion hanno rinnovato per i prossimi cinque anni la licenza a livello mondiale

La conferma prosegue un'intesa inizialmente siglata nel 1999 ed estesa alla distribuzione globale nel 2013.

«Il rinnovo dell'accordo di licenza per gli occhiali Fossil è il risultato di una partnership di successo e di lunga durata che ci offre la possibilità di costruire ulteriormente sul nostro già forte business nel segmento contemporary lifestyle», commenta in una nota Angelo Trocchia, amministratore delegato di Safilo Group.



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

Disponibile su APP Store e Play Store.