



MARTEDÌ 3 MAGGIO 2016 ANNO VI N. 1139

Galileo Tour: a Milano 400 screening in due giorni

Ha preso ufficialmente il via con le tappe milanesi del 27 e 28 aprile il [progetto](#) all'insegna della prevenzione visiva itinerante dell'azienda oftalmica



L'obiettivo di Oftalmica Galileo era effettuare durante l'intero tour circa un migliaio di screening, ma i risultati dei primi due giorni, in cui il truck Galileo ha fatto sosta a Milano, fanno pensare che questo traguardo «potrebbe divenire ancora più ambizioso - ha dichiarato Massimo Barberis, direttore generale dell'azienda, il 28 aprile durante la presentazione alla stampa dell'iniziativa - In due giorni ne sono stati eseguiti già circa 400, il che significa che nel truck sono entrati 400 consumatori che sono stati così sensibilizzati sul tema». Secondo Barberis, fare prevenzione «vuol dire certo educare i portatori e stimolarli a effettuare controlli periodici, ma è anche importante equipaggiare le persone con la correzione giusta e soluzioni dedicate», ha ribadito il manager. «Uno degli obiettivi dell'iniziativa è instillare nel consumatore la cultura della soluzione visiva non unica, legata non tanto al concetto

del secondo occhiale quanto dell'occhiale dedicato, che consente di avere uno stile di visione adeguato alle sue reali esigenze», ha aggiunto lo stesso Barberis a b2eyes TODAY. Alla presentazione era presente anche Alfredo Pece, primario della divisione di Oculistica dell'ospedale di Melegnano e responsabile di Fondazione Retina 3000 Onlus, che sul truck collabora con il proprio staff per l'esecuzione delle retinografie. Pece ha ribadito il proprio «apprezzamento per la collaborazione tra ottici e oculisti, perché una tale opera di sensibilizzazione e di prevenzione è fondamentale» e ha ricordato anche che «le problematiche visive iniziano spesso addirittura prima dell'infanzia e individuare precocemente un difetto refrattivo può anche contribuire a evitare una serie di patologie».

Durante la due giorni milanese Galileo ha pure dedicato un evento ai partner ottici, che si è svolto la sera del 27 aprile presso la Terrazza Martini, per illustrare nel dettaglio le strategie e gli strumenti con cui supporta il loro business, dal punto di vista della comunicazione e dell'innovazione. «È stato un grandissimo successo, erano presenti oltre 130 ottici: un numero di adesioni molto più alto delle aspettative, per cui replicheremo il 12 maggio, sempre nella stessa location - ha commentato a b2eyes TODAY Davide Franzetti, marketing manager dell'azienda - A oggi sono oltre duemila i centri ottici partner di Galileo, l'obiettivo è una maggiore penetrazione del mercato aumentando la nostra presenza all'interno di questi: vogliamo rafforzarli e farli crescere» (nella foto, da sinistra, Barberis e Pece).

Esprit, l'occhiale è easy-going

Il marchio internazionale di moda, fondato nel 1968 da Susie e Doug Tompkins, lavora su una base di creatività e responsabilità nei confronti dell'ambiente, unite all'atteggiamento libero proprio della terra che ne ha visto i natali: la California



nell'accessorio - si legge in una nota di Muller 32, società che fa capo a Vega, distributrice in esclusiva di Esprit nel nostro paese - Così le linee di occhiali da vista e da sole per donna, uomo e bambino attraggono grazie alla varietà di stili e forme proposte e a un'ampia gamma di colorazioni» (nelle foto, due modelli da vista).

La filosofia del marchio si basa sul concetto easy-going, un valore positivo che racchiude in sé l'utilizzo di materiali naturali e di una produzione responsabile.

«Capaci di catturare in anticipo le tendenze, le proposte del brand sono indirizzate a un pubblico giovane e dinamico, persone che esprimono una piacevole creatività vitale e un carattere riconoscibile sia nell'abbigliamento sia



ONE DAY DALLO SPOT AL POST
Guida all'uso dei new media

Iscriviti su www.scuolagestioneottica.it

Firenze 20 giugno 2016

SGA SIO-O
SCUOLA DI GESTIONE AZIENDALE



Pc, smartphone e astigmatismo: un decalogo per diminuirne i rischi

Sono state presentate in occasione della seconda edizione di European School for Advanced Studies in Ophthalmology, tenutosi all'ospedale Humanitas di Rozzano, a sud-ovest di Milano, dal 28 al 30 aprile, una serie di indicazioni per diminuire la possibilità di disturbi alla vista a causa di un uso prolungato di device digitali



Tablet, smartphone, la nostra vita ne è piena, non se ne può più fare a meno. «Ma attenzione: il loro continuo utilizzo rischia di stressare e affaticare i nostri occhi, soprattutto quando restano puntati su questi dispositivi hi-tech a lungo, a distanza ravvicinata e magari al buio, abitudini che possono portare a difetti della vista anche seri, come l'astigmatismo, che in Europa colpisce ormai un quarto della popolazione», sottolinea la giornalista Maura Tani nel servizio di Tg3 Lombardia, andato in onda sabato scorso, durante l'edizione delle 14. «Ci sono due fattori che influiscono – spiega alle telecamere del telegiornale Paolo Vinciguerra, direttore del Centro oculistico dell'ospedale Humanitas (nella foto, tratta da rainews.it) – Da una parte cerchiamo di ammicciare, ma l'occhio

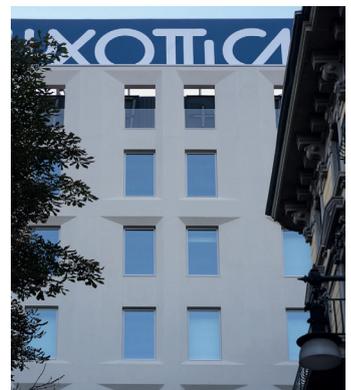
si spalanca, non ammicca più e così si asciuga; dall'altra, se facciamo fatica a leggere, strizziamo l'occhio: la pressione aumenta solo nella parte verticale e inferiore dell'occhio, schiacciandolo e conferendogli la forma di un pallone da rugby. In questo caso si parla di astigmatismo: il paziente più non vede bene e più strizza gli occhi».

In occasione del convegno è stato redatto un decalogo per la prevenzione. Tra le indicazioni si suggerisce di utilizzare i dispositivi stando fermi e non in movimento e alla giusta distanza, circa sessanta centimetri per quando riguarda l'uso dello smartphone. Inoltre, viene indicato di mantenere l'ambiente illuminato, scegliendo il contrasto e la luminosità dello schermo corretti. Si ricorda anche di ammicciare frequentemente e di fare una pausa di un quarto d'ora ogni due di computer, se possibile puntando lo sguardo verso un punto lontano all'orizzonte. Infine, per la lettura si consiglia di preferire la pagina stampata a quella digitale.

Piazza Affari, Luxottica ancora regina dei fatturati moda

Con quasi 9 miliardi registrati nel 2015 il gruppo dell'eyewear si conferma al vertice della classifica stilata da Pambianco Strategie di Impresa, pubblicata sul numero di aprile di Pambianco Magazine

Agli 8,8 miliardi di euro di Luxottica (nella foto, la sede, a Milano) seguono a distanza i 3,5 miliardi di Prada e l'1,4 miliardi di Salvatore Ferragamo. Per quanto riguarda il settore dell'occhialeria, bisogna andare alla quinta posizione per trovare Safilo con quasi 1,3 miliardi di euro di fatturato e al tredicesimo posto per Italia Independent con 38 milioni di euro. È questa la classifica frutto dell'analisi condotta da Pambianco Strategie di Impresa su un panel di 35 aziende quotate della moda e del lusso: il fatturato dei principali player italiani ha messo a segno +11,5% superando i 21,8 miliardi di euro, mentre quelli europei hanno registrato un incremento del 15,3% a 122,8 miliardi. Negli Stati Uniti, invece il rafforzamento del dollaro ha impattato sulle performance dei vari gruppi, che sono cresciuti di appena lo 0,2%. Da segnalare la performance di Moncler, alla settima posizione in Italia, che ha registrato la maggiore percentuale di incremento: il giro d'affari è cresciuto del 26,8% a 880 milioni di euro.



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

Supplemento al 3 maggio 2016 di b2eyes.com reg. presso Tribunale Milano, n. 292, 17-06-2009 © La riproduzione dei contenuti è riservata



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

Disponibile su APP Store e Play Store.