



Fielmann va veloce: Cremona, poi debutto in Piemonte

Da settembre riprende il programma di aperture nel nostro paese della catena tedesca, sei entro la fine dell'anno, con l'inaugurazione del punto vendita lombardo a metà mese



«Il calendario delle nuove aperture sarà molto intenso, una ogni poche settimane - commenta a b2eyes TODAY **Ivo Andreatta** (nella foto), country manager per l'Italia di Fielmann - La prima inaugurazione sarà Cremona, poi ci sposteremo per la prima volta in Piemonte, ad Alessandria, quindi in Emilia Romagna, a Ravenna, e in seguito anche a Novara, dove abbiamo già individuato i locali».

Lo store di Cremona sarà posto, come la maggior parte dei punti vendita della catena, in pieno centro, in corso Campi, con una superficie di circa 250 metri quadrati. L'esposizione, come spiega Andreatta, sarà concentrata su un unico piano con anche le sale refrazione e contattologia, mentre è ancora in via di definizione il team. «Al momento sono stati avviati 12 negozi in Italia, che entro la fine dell'anno diventeranno 18 - precisa il manager - Siamo molto soddisfatti dei numeri raggiunti e di come sta andando la seconda apertura a Verona, dove abbiamo rilevato cosa significa avere due store nella stessa città. Pertanto gli obiettivi sono stati alzati: abbiamo constatato che possiamo riuscire a medio termine, entro il 2020, ad aprire 40 negozi in Italia e a raggiungere così 500 mila paia di occhiali e 80 milioni di euro di fatturato all'anno».

A circa tre anni dalla prima apertura Andreatta traccia dunque un bilancio positivo. «I nostri negozi, appena inaugurati, registrano un riscontro altissimo, poi ovviamente i numeri di vendite scendono - commenta il manager - Il primo avviato a Bolzano, ad esempio, dopo la fase iniziale si è assestato su un flusso costante. Nel periodo dell'apertura abbiamo fatto anche 300 occhiali in un giorno, numero che non è mai stato considerato come l'obiettivo, che abbiamo poi fissato intorno a 36. Oggi siamo ampiamente sopra i 40: vediamo che stanno tornando i primi clienti che hanno comprato nel 2015 per il riacquisto, aspetto per noi molto importante».

Timore dell'auto a guida autonoma? Guardala negli occhi

Jaguar Land Rover ha messo a punto la tecnologia Virtual Eye Pod, due dispositivi virtuali posti frontalmente che ricordano l'occhio umano e servono a far capire ai pedoni l'intenzione della macchina senza conducente

La nuova tecnologia è stata adottata sperimentalmente sull'ultima generazione di veicoli a guida autonoma della casa automobilistica britannica: i due "occhi", installati nella parte anteriore dei veicoli sopra i fari, si muovono e stabiliscono un contatto visivo con le persone che transitano a piedi sulla strada (nella foto, tratta da tg24.sky.it).

L'obiettivo per cui è stata concepita non è individuare e riconoscere gli ostacoli, funzione cui sono preposti i sensori, ma agevolare l'interazione tra auto e pedoni, incrementando la fiducia di questi ultimi per il semplice fatto di poter avere un contatto rassicurante con il mezzo che indichi loro che sono stati visti.

L'iniziativa, secondo quanto riportato da corriere.it, sarebbe nata dalla volontà di offrire una soluzione per tranquillizzare le persone rispetto ai veicoli a guida autonoma: una recente ricerca evidenzerebbe che il 63% di loro afferma di temere per la propria incolumità, sapendo che ci sono auto senza conducente in circolazione e che alcuni recenti incidenti mortali hanno contribuito ad acuire tale percezione.



Rischi all'esposizione UV
patologie, prevenzione, protezione
Lucio Buratto, Giancarlo Montani, Maurizio Martino
Coordinamento editoriale Vittorio Picardo

SFOGLIA L'OPUSCOLO
Con il sostegno di **ZEISS**





Venezia, più occhiali nei film che sul red carpet

Prosegue il nostro reportage dal Festival del Cinema. Di solito protagonisti sul tappeto rosso, la presenza dei sunglasses indossati per completare l'outfit dalle star della manifestazione, in programma al Lido sino all'8 settembre, è stata penalizzata dal maltempo di questi giorni



Siamo solo a metà della Mostra del Cinema di Venezia e sembra che i film più attesi siano stati tutti proiettati. Così come i personaggi più di spicco sono già tutti comparsi sul tappeto rosso. Da Ryan Gosling, per il ruolo dell'astronauta Armstrong in *First Man* di Damien Chazelle, a Bradley Cooper e Lady Gaga per *A Star is Born*, a Vanessa Redgrave, premiata per la carriera. Per quanto riguarda il vincitore del Leone d'Oro, si fanno dei pronostici e sono vari i probabili, spesso diversi per pubblico e critica. Tra questi il western dei fratelli Cohen e *Suspria* di Luca Guadagnino (*nella foto, a sinistra*).

In giro meno gente degli altri anni, forse per i frequenti e improvvisi temporali, per cui gli occhiali da sole, accessorio usato ed esibito da tutti, noti e non, sono rari. Se si eccettua quelli indossati da Guadagnino per le foto, in interni, dopo la conferenza stampa. O di altre

celebrities che arrivano in motoscafo all'Hotel Excelsior, luogo deputato per accogliere i famosi. Recentemente rinnovato, l'albergo ha nella hall, come unico shop, quello piccolo ed elegante di Bolon Eyewear (*nella foto, a destra*).

Poco presenti gli occhiali anche nei film, con l'eccezione di quelli grandi, vistosi, a gatto di Miss Vendegast, una delle streghe di *Suspria* impersonata dall'attrice tedesca Ingrid Caven. Li porta sempre, giorno e notte e anche nel finale horror. Nell'intelligente e intrigante *Doubles Vies* di Olivier Assayas, gli occhiali da vista della brava Nora Hamzawi sembrano un accessorio di scena per meglio tratteggiare il personaggio dell'intellettuale Valérie. E invece l'attrice li porta abitualmente, proprio con quella montatura. ([Luisa Espanet](#))



Assottica: volata finale per il questionario ai consumatori sulle lac

Diciassette domande, una decina di minuti il tempo da dedicare per le risposte: il sondaggio lanciato dall'associazione confindustriale si rivolge per la prima volta ai clienti del centro ottico, con l'obiettivo di studiare e approfondire i comportamenti degli ametropi e il loro rapporto con le lenti a contatto

Lunedì 10 settembre sarà il termine ultimo per rispondere al questionario "Punti di vista e punti di contatto. Esploriamo comportamenti e aspettative del portatore di Lac", realizzato da Assottica, a nome dei suoi associati Alcon, Bausch + Lomb, CooperVision, Johnson&Johnson Vision, mark'ennovy e Schalcon, e disponibile sul suo sito, al quale hanno già risposto centinaia di professionisti italiani: ha lo scopo di individuare strumenti concreti ed efficaci per supportare l'attività quotidiana del contattologo.

Uno studio che si muove quindi su due binari, in modo da mettere a confronto i punti di vista e rintracciare i punti di contatto: analizzare i comportamenti e il percepito dell'ametropo, le sue aspettative, la relazione con il centro ottico, l'influenza di internet sono gli argomenti toccati dal questionario.

Già negli anni scorsi Assottica aveva promosso una serie di indagini rivolte agli applicatori, sia focalizzate sull'attività e su dati reali sia concentrati sulle esigenze del professionista.

INDAGINE ASSOTTICA 2018

PUNTI DI VISTA E PUNTI DI CONTATTO
Esploriamo comportamenti e aspettative del portatore di Lac

ULTIMI GIORNI 10 SETTEMBRE
PARTECIPA ALL'INDAGINE

COMPILA IL QUESTIONARIO ENTRO IL 10 SETTEMBRE 2018. E RICEVI UN CODICE SCONTO DEL 30% SULLA QUOTA D'ISCRIZIONE AL 13° CONVEGNO ASSOTTICA 2019

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

Supplemento al 5 settembre 2018 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.