



## GrandVision: con Solaris si "ferma" anche a Roma Termini

Il gruppo ha aperto un nuovo punto vendita presso la stazione capitolina, consolidando la propria presenza nel settore del travel retail



Il nuovo negozio (nella foto) è dotato di una superficie di 38 metri quadrati e offre una vasta proposta di modelli da sole e collezioni in esclusiva. L'apertura ha generato cinque nuove assunzioni. «Il punto vendita si trova di fronte i binari 5-6 ed è comodamente raggiungibile da tutti gli ingressi della stazione - si legge in una nota di GrandVision Italy - A seguito di questa apertura, sono 6 i punti vendita Solaris presenti a Roma, che si aggiungono ai 22 presenti su tutto il territorio nazionale nelle vie più strategiche e all'interno dei department store Coin delle maggiori città».

Il Solaris di Roma Termini è una delle nuove aperture previste da GrandVision lungo tutta la penisola per il 2018. Da inizio anno sono stati avviati 15 nuovi negozi sul territorio nazionale, di cui 8 a insegna Solaris, 5 GrandVision by Avanzi e GrandVision by Optissimo e 2 Corner Optique.

## Sioo, nuovo approccio alla contattologia

A settembre partirà un percorso ritenuto innovativo dai vertici della scuola fiorentina: verrà presentato, insieme alle altre proposte formative, nei quattro open day in programma tra domenica 8 luglio e il 2 agosto

"Contattologia dalla A alla Z" è strutturato per riconsiderare ed estendere il classico approccio alla contattologia tipico dei corsi tradizionali rapidi di quattro o cinque incontri: risulta, infatti, concepito per consentire al contattologo di affrontare l'applicazione della lente a contatto con piena e perfetta consapevolezza del proprio lavoro sotto ogni aspetto - spiega a b2eyes TODAY [Silvano Abati](#), direttore della Scuola Internazionale di Ottica e Optometria, strategicamente posizionata al binario 1A della Stazione di Santa Maria Novella a Firenze - Il percorso prevede un approccio multidisciplinare, non limitandosi ad affrontare quanto necessario per la corretta valutazione dell'applicazione, la scelta della tipologia più adatta di lente a contatto, del materiale ottimale e tutto ciò che concerne i controlli post applicazione e il follow up successivo, ma analizzando ogni campo di applicabilità della lente, orientato a risolvere anche le problematiche più complesse, legate alla soluzione dei disagi tipici dell'anisometropia e dei disturbi della visione binoculare».



Sono quattro gli open day in programma nella sede di Firenze: domenica 8 luglio alle 11.30, giovedì 12 e martedì 24 luglio alle 15.30 e giovedì 2 agosto alle 11.30. «Oltre al corso per ottenere il diploma di ottico abilitante alla professione, la Sioo offre un ampio programma formativo che prevede anche esercitazioni pratiche e collaborazioni con aziende del settore - si legge in una nota della scuola fiorentina - Propone inoltre corsi di aggiornamento anche dopo il conseguimento del diploma, necessari per mantenere un buon livello professionale e stare al passo con i cambiamenti e le innovazioni che riguardano la professione: in questo contesto si inseriscono l'ampia offerta tecnica post-diploma e la Scuola di Gestione Aziendale, dedicata alla promozione della cultura manageriale specificamente rivolta ai centri ottici» (nelle foto, alcuni studenti durante le esercitazioni in ambulatorio).



**EZFit. Semplice. Veloce. Affidabile.**

La fresa da negozio per il montaggio lenti



## In pausa pranzo, un webinar tutti insieme

Sono sempre di più i professionisti del settore che si appassionano a questo strumento e svolgono parte della loro formazione partecipando online a interventi tecnici o manageriali. Tutto utile, ma occorrono alcune avvertenze per l'uso

Prima che la figura dell'ottico fosse cacciata dal "paradiso" degli Ecm si cominciava già a parlare di formazione a distanza (Fad) e a definirla come il logico integratore di quella stanziale. In entrambi i casi l'obiettivo non era solo aggiornarsi ma anche ricevere i fatidici crediti Ecm. I numeri di coloro che partecipavano a questa "corrida" obbligatoria erano di molto inferiori alla metà degli aventi dovere e diritto. In sostanza in questo settore quando si parla di aggiornamento si deve fare i conti con un gruppetto ristretto, non con l'universo. Un "parnaso" di intellettuali e volenterosi che non smettono di imparare a dispetto dell'ottica imperante dei numeri e dei prezzi fatti ancora su un pezzo di carta. Il webinar è lo strumento di una possibile rinascita dei valori dell'aggiornamento sui grandi numeri. Per alcuni motivi. In primis la sua economia. Nessun costo di spostamento, tempi ridotti, utilizzo di strumenti semplici presenti nella maggior parte degli studi e dei negozi. In seconda battuta si affianca efficacemente ad altri sistemi di somministrazione delle informazioni e delle condivisioni: si può integrare all'aula classica, alla carta vera o digitale, ma lavora bene anche con strumenti social di aggregazione virtuale dell'aula e, infine, con app in grado di condividere velocemente immagini e dati offrendo tra l'altro la possibilità di un commento personale.



Il progetto tailor made Up&Cross selling (vendere di più in valore e quantità) che sto realizzando in esclusiva per gli Hoya Center ne è un esempio emblematico. Le mie skill si sono integrate agli obiettivi aziendali ottenendo risultati, per ora quantitativi, di assoluto livello: nei due primi webinar oltre 150 collegamenti unici per ciascun evento, con un numero complessivo di partecipanti vicino ai 200. Di fatto un convegno. La forza dello strumento ha inoltre permesso di coinvolgere gli utenti con domande e sondaggi. L'approccio di "intrattenimento" ha portato il 90% degli iscritti fino alla fine dell'evento online. Ma tutto questo potrebbe incontrare un boomerang di ritorno se non si puntellasse l'interesse e il coinvolgimento dei temi del webinar con un focus group e dispense elettroniche a uso dei titolari e dei loro collaboratori.

È qui che si vince la nuova partita della formazione. In molti casi imprenditore e staff hanno seguito congiuntamente il webinar, pranzando magari tutti insieme con una pizza, condividendo temi che devono essere obbligatoriamente recepiti da tutti in negozio, nessuno escluso. Se parliamo di vendite di valore e di cross selling è illogico che il consulente d'azienda debba confrontarsi solo con l'imprenditore e non con chi sta realmente di fronte al cliente che deve comprare meglio e di più. La condivisione aziendale aumenta i valori del webinar, soprattutto quelli dell'economia e della velocità di apprendimento.

Certo, un webinar al mese non toglie la concorrenza di turno, ma abbiate cura come un ottimo parmigiano su una pasta al dente con pomodoro fresco e basilico. A pranzo, allora, una bella pizza alla webinar tutti insieme. Il gruppo, e i risultati, si fanno anche così (nella foto, una fase del secondo webinar proposto da Hoya Italia: da destra, Di Lernia e Mario Veneroni, responsabile vendite Italia dell'azienda oftalmica). [Nicola Di Lernia](#)

## Tod's, rinnovo anticipato con Marcolin

La partnership per le collezioni eyewear del brand di punta della famiglia Della Valle è stata prorogata sino alla fine del 2023



Marcolin Group e il Gruppo Tod's hanno annunciato nei giorni scorsi il rinnovo anticipato dell'accordo di licenza per il design, la produzione e la distribuzione mondiale di occhiali da sole e montature da vista Tod's Eyewear (nella foto, un'immagine di campagna).

La licenza, siglata per la prima volta nel 2008, viene così prorogata per un ulteriore quinquennio: saranno dunque quindici gli anni complessivi di collaborazione tra i due player.

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

Supplemento al 6 luglio 2018 di b2eyes.com reg. presso Tribunale Milano, n. 292, 17-06-2009 © La riproduzione dei contenuti è riservata

**Rischi all'esposizione UV**  
patologie, prevenzione, protezione  
**Lucio Buratto, Giancarlo Montani, Maurizio Martino**

Coordinamento editoriale Vittorio Picardo

