

Milano: anche Del Vecchio alla festa di Acofis

All'evento che si è svolto la sera di Santa Lucia a palazzo Castiglioni per celebrare il 70° anniversario dell'associazione era presente il gotha del mondo dell'ottica lombarda e non solo. E tra gli invitati è arrivato anche il numero uno di Luxottica

È salito brevemente sul palco per salutare la platea prima di andarsene Leonardo Del Vecchio, in sala insieme alla moglie Nicoletta e alle cognate Ida e Patrizia Zampillo, presenti in occasione del ricordo del padre Vincenzo, di cui ricorreva il [ventennale dalla morte](#). Nessun intervento, ma il numero uno di Luxottica, appena rientrato da un viaggio negli Stati Uniti, ha tenuto a partecipare all'evento.

Alla serata, davvero molto partecipata e che tanti presenti hanno definito "memorabile", sono intervenuti quasi 400 invitati. Tra di loro, le principali personalità dell'ottica e dell'optometria milanesi e non solo, oltre che rappresentanti del mondo della formazione e delle aziende, quali, ad esempio, Essilor, Frastema, Hoya e Zeiss. C'erano, infatti, i due ex presidenti di Federottica nazionale, Giulio Velati e Fabio Znacchi, nonché Lina Mapelli, moglie di Giuseppe Ricco; Fabrizio ed Emilia Vettore, Riccardo Perris, Orio Pogna, Gianfranco Sala, Alberto Benzioni, Rossella Fonte, docenti del calibro di Gianmario Reverdy, Sergio Cappa e Silvio Maffioletti. E ancora: Barbara Venturi, Paolo Carelli, Renzo Colombo, Giuseppe Sicoli, Simone Santacatterina, Stefano Bertani, solo per citarne alcuni perché tutti sarebbe impossibile. Sul palco, oltre ai quattro [autori](#) del libro dedicato alla territoriale milanese, si sono alternati, tra gli altri, il segretario di Confcommercio Milano Marco Barbieri, la consigliera di Regione Lombardia Paola Macchi, Alessandro Borghesi, Michela Salerno, Renzo Zannardi, Gabriella Pagani e Andrea Afragoli, il quale al termine della serata ha espresso il proprio entusiasmo per l'evento. Hanno dato il loro contributo di testimonianza anche Silvia Mollo, che ha ricordato il nonno Arnaldo Chierichetti, fondatore dell'associazione, e portato i saluti della zia Elda, e Jeff Longoni, che ha ricordato la nascita della Soe, la Società d'Optometria d'Europa, e durante il suo intervento ha rivelato alla platea che la prossima edizione dei VisionOttica Award «sarà dedicata alla figura del superpresidente Giuseppe Ricco» (nella foto, da sinistra: il presidente di Luxottica, Leonardo Del Vecchio, con la moglie Nicoletta Zampillo e Domenico Riga, presidente dell'Unione Commercianti di Monza e Circondario e titolare dell'omonimo centro ottico, durante la serata).



GrandVision: il primo negozio a Vicenza città

Alla luce della [notizia](#) recentemente pubblicata sul nostro quotidiano online, il gruppo precisa che quello inaugurato a inizio dicembre in corso Palladio (nella foto), nel centro storico della città, segue altri punti vendita già operativi nell'area vicentina



Nel centro commerciale Palladio si trova, infatti, un negozio GrandVision by Avanzi e all'interno del centro commerciale Le Piramidi di Torri di Quartesolo è, invece, situato uno store GrandVision by Optissimo: entrambi nell'arco di una decina di chilometri dal cuore di Vicenza, sono già stati rebrandizzati. A questi si aggiungono, nella provincia vicentina, un altro punto vendita GrandVision by Avanzi, presso il Grifone Shopping Center di Bassano del Grappa, e un negozio Optissimo nel centro commerciale Carrefour di Thiene, che sarà oggetto del processo di rebranding nel 2017.



“Proteggerò chi amo con lenti protettive.
E sono Serena.” Serena Autieri

Galileo Academy: al via i webinar con focus sui social

L'azienda oftalmica, con l'obiettivo di supportare i centri ottici partner nell'ottimizzare il business e la propria presenza in rete, dopo i training frontali dedica all'argomento anche una serie di seminari online

Galileo ha recentemente ampliato la propria Academy, la formazione specializzata dedicata ai centri ottici partner, implementando anche argomenti sul mondo social e digital. «Negli ultimi appuntamenti formativi frontali per gli ottici di Bari, Milano, Torino e Bologna è stata presente anche Roberta Ciruolo, trade and digital marketing specialist di Galileo, che ha illustrato le opportunità offerte dal mondo digitale per lo sviluppo del business e come utilizzare al meglio i canali social per aumentare la propria visibilità – spiega a B2eyes TODAY Davide Franzetti, responsabile marketing dell'azienda oftalmica milanese – Attraverso i post, organici o a pagamento, l'ottico può, infatti, crearsi una rete di relazioni, lanciare novità, iniziative e promozioni e attivare meccanismi di passaparola: la pagina social serve, quindi, come cassa di risonanza per qualsiasi informazione». Ora, dopo i training offline, Galileo ha deciso di utilizzare anche i webinar, per illustrare le funzioni e i vantaggi del mondo dei social da remoto: il primo si è svolto il 13 dicembre ed è stato seguito da una novantina di ottici, mentre sono in programma nuovi appuntamenti per il 2017, le cui date sono ancora da definire (nella foto, la pagina Facebook di Galileo).



Spectacles, arrivano le lenti graduate

A produrle è l'azienda statunitense Rochester Optical, che realizza lenti ottimizzate per l'utilizzo degli smart glass e per altri dispositivi per la realtà aumentata



Gli Spectacles (nella foto, dal sito di Rochester Optical), occhiali da sole-videocamera lanciati da Snap, l'azienda che ha ideato il servizio di messaggistica istantanea molto usato soprattutto dai teenager Snapchat, potranno montare anche lenti Rx. Come riportato da *repubblica.it*, a realizzarle ad hoc sarà la società americana Rochester Optical, già partner per lo stesso motivo dei Glass di Google nella prima fase del progetto.

La particolarità degli Spectacles consiste nel fatto che, collegati via bluetooth o wi-fi con lo smartphone, permettono con un semplice tocco sull'asta di registrare e condividere video da dieci secondi sulla piattaforma dell'app di Snapchat. Peculiarità sono anche le modalità con cui i device, che hanno un prezzo di circa 130 dollari,

sono venduti: si possono infatti acquistare da speciali distributori automatici itineranti, detti Snapbot, che a sorpresa e in maniera temporanea appaiono nelle diverse città degli Stati Uniti.

