



GrandVision sbarca a Modica

Il gruppo di retail ottico, presente sul territorio nazionale con quasi 420 punti vendita a insegna GrandVision, GrandVision by Avanzi, GrandVision by Optissimo, Solaris e Corner Optique, ha aperto il 24 maggio uno store nella località siciliana, presso il centro commerciale La Fortezza



Il nuovo negozio, a insegna GrandVision by Optissimo, è dotato di una superficie di 96 metri quadrati con due vetrine: si trova all'interno del centro commerciale La Fortezza, situato in via Nazionale Modica Ispica, presso Contrada Michelica, a circa quattro chilometri dal centro storico della località in provincia di Ragusa.

L'avvio del nuovo store «ha generato quattro assunzioni - si legge in una nota di GrandVision Italy - Da inizio anno sono stati aperti 15 nuovi punti vendita sul territorio nazionale, di cui 5 a insegna GrandVision, 2 Corner Optique e 8 a insegna Solaris». Il 9 giugno è previsto l'evento di inaugurazione del punto vendita (nella foto, un'immagine esemplificativa del layout espositivo di uno store GrandVision by Optissimo).

Ray-Ban Studios, capsule collection e campagna... a ritmo di musica

I dj newyorkesi The Martinez Brothers sono i primi protagonisti del nuovo progetto dell'housebrand di Luxottica che celebra l'autenticità dell'espressione di sé



Fondato nel 1937, il brand Ray-Ban ha sviluppato negli anni un legame profondo con la musica e oggi lancia un nuovo concept che affonda le radici proprio nelle fondamenta musicali del marchio: si tratta di Ray-Ban Studios, «fucina creativa che celebra l'espressione di sé come affermazione dell'individualità - si legge in una nota di Luxottica - È un luogo di incontro in cui gli artisti possono condividere le loro storie di vita e raccontare come restano fedeli al lato più intimo e autentico di sé, coltivando le proprie passioni in un mondo che spesso ci induce a dimenticare chi siamo, quindi a conformarci».

I primi artisti scelti per lanciare il progetto sono The Martinez Brothers (nella foto, a sinistra), dj di origini portoricane, nati e cresciuti nel Bronx, con una capsule collection in edizione limitata (nelle foto, a destra) composta da 500 pezzi, che si può acquistare sul sito del brand e nei monomarca Ray-Ban. Gli artisti newyorkesi saranno i primi protagonisti di Feel Your Beat, la prima campagna Ray-Ban Studios, incentrata sulla musica.

«Ribadendo i valori chiave di Ray-Ban, la campagna sottolinea l'importanza di essere fedeli al proprio cuore e totalmente autentici nell'espressione di sé - precisa il comunicato - Il materiale grafico e i contenuti video di Feel Your Beat si focalizzeranno non tanto sull'immagine pubblica degli artisti, quanto sugli esseri umani che stanno dietro la performance. L'obiettivo della campagna è analizzare il processo creativo da vicino, in una prospettiva personale, per capire meglio gli artisti e scoprire da dove vengono e cosa significa per loro la musica che fanno».



Lenti ZEISS con Tecnologia UVProtect™.

Il nuovo standard di protezione dai raggi UV fino a 400 nm.
Di serie, su tutte le lenti da vista chiare.





Dai Optical: in 120 per l'ipovisione

A fine maggio, presso la sede di Molfetta, si è tenuto con un significativo numero di iscritti il primo corso organizzato dalla nuova divisione dell'azienda, all'interno del programma della sua Academy



«Dai Optical crede che formazione e informazione siano la base fondamentale per assicurare la soddisfazione dei clienti, per poter far fronte a ogni tipo di esigenza o richiesta, anche le più delicate o estreme - si legge in una nota della società oftalmica - Grazie alla partecipazione attenta e collaborativa degli oltre 120 partecipanti (nella foto, uno scorcio della platea) è stato possibile realizzare un appuntamento dedicato a un argomento complesso come quello della vista fragile e dell'ipovisione».

Il corso teorico-pratico si è focalizzato sull'analisi dei dati statistici e sulla definizione dell'ipovisione, sull'approccio corretto per ottimizzare il residuo visivo nel soggetto, sulla lettura delle prescrizioni, sulla scelta del giusto ausilio, sui metodi per ottenere l'ingrandimento, sulla fotoprotezione con un approfondimento su tutti gli strumenti messi a disposizione dalla [nuova divisione](#) dedicata alla Low Vision-Soft Care di Dai Optical. Relatori Roberto Iazzolino, docente in ipovisione presso la Scuola Internazionale di Ottica e Optometria di Firenze, e Gaetano Volpe, responsabile del Centro Ricerca Sviluppo Innovazione di Dai Optical. Durante l'incontro sono stati visionati, studiati e analizzati tutti gli strumenti ottici Soft Care che permettono all'ipovedente di sfruttare la propria visione, seppur problematica e limitata, nella totalità: tra questi, anche le lenti

Safer Contrast, dedicate a un pubblico over 40 e pensate per ridurre l'abbagliamento.

A seguito del positivo riscontro dell'evento, Dai Vision Academy ha in programma il 25 giugno, sempre presso la sede di Molfetta, un altro appuntamento formativo destinato ai professionisti della visione, questa volta in materia di ortocheratologia.

A Ottici Associati l'esclusiva per Morgan by Menrad The Vision

Gli occhiali del marchio francese, nel portafoglio dell'azienda tedesca di eyewear, sono ora venduti in Italia dai circa 400 punti vendita del network

L'accordo fra Menrad The Vision e Ottici Associati non prevede solo la distribuzione, ma anche la possibilità di realizzare «un sistema di vendita completo che unisca la proposta moderna di Morgan alla ricerca oftalmica che il network porta avanti da più di venticinque anni, denominata Oalens - si legge in un comunicato di Ottici Associati - Il centro ottico partner può così inserire nella propria filiera di vendita un brand esclusivo, composto da una selezione di modelli (nella foto, un'immagine di campagna) dall'identità forte, accattivante e dal posizionamento definito, e promuovere la formula occhiale completo proponendo l'offerta migliore al cliente».

I vantaggi per l'ottico sono molti, secondo il gruppo con sede a Genova. «Si ordina soltanto il venduto, si riceve l'occhiale completo in pochi giorni, i laboratori Prontottica si occupano del montaggio, viene fornita assistenza sui pezzi di ricambio delle montature, si monitora il margine operativo lordo dell'iniziativa attraverso strumenti di calcolo e si ha a disposizione il visual merchandising per allestire la vetrina - precisa la nota - L'ordine dell'occhiale completo può essere infatti effettuato attraverso il portale Oa Net, attivo 24 ore su 24, sempre aggiornato: arriva direttamente ai laboratori Prontottica che prelevano la montatura dal magazzino e assemblano le lenti oftalmiche, riducendo così i tempi di lavorazione e i rischi di montaggio al minimo».



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

Supplemento al 7 giugno 2018 di b2eyes.com reg. presso Tribunale Milano, n. 292, 17-06-2009 © La riproduzione dei contenuti è riservata

Sight for Kids
Aderisci anche tu!



Con la collaborazione di:

[Johnson & Johnson](#) VISION

[KIDS](#)
by [SAFILO](#)
MADE IN ITALY

[ZEISS](#)