

## Nau!, quattro negozi in quattro anni

È il ritmo con cui tre imprenditori siciliani hanno avviato i loro punti vendita, tutti insieme al brand di occhiali con negozi monomarca, che con l'ultima apertura di Tor Vergata a Roma sale a un totale di 95 store sul territorio nazionale



Quello recentemente avviato, a un paio di chilometri dal Grande Raccordo Anulare presso il Centro Commerciale Carrefour di Tor Vergata, è il nuovo negozio in franchising di un gruppo di affiliati siciliani che in quattro anni ha dato vita ad altrettanti punti vendita: quella capitolina va, infatti, ad aggiungersi alle tre precedenti aperture nelle città di Siracusa e Ragusa. «Abbiamo iniziato la nostra strada verso l'imprenditoria quattro anni fa e siamo felici di aver scelto di investire in un'azienda rivoluzionaria e dinamica come Nau! – afferma in un comunicato del brand Danilo Salerno – La formula offerta agli affiliati è vincente e fin da subito abbiamo capito il grande potenziale di questo brand italiano, a tal punto da aver investito nell'apertura di altri tre negozi a distanza di pochi anni dal primo. Il rapido ritorno, infatti, ci ha permesso di guardare al futuro con grande entusiasmo e ottimismo».

Inaugurato nel 2004, il Centro Commerciale di Tor Vergata comprende oggi una galleria di una sessantina di negozi distribuiti su due livelli, oltre a numerosi servizi per giovani e famiglie. In questo contesto s'inserisce il nuovo store Nau!, con uno staff di cinque persone (nella foto, i tre imprenditori siciliani affiliati Nau!: da sinistra, Salerno, Onorato Di Franco e Salvo Fortuna).

## Ital-Lenti: il roadshow fa tappa a Milano

Proseguono gli [appuntamenti formativi](#) organizzati dall'azienda oftalmica e dedicati agli ottici partner e non: l'iniziativa, partita a novembre da Osimo, in provincia di Ancona, per poi passare a Tivoli, Roma e Padova, toccherà prossimo lunedì il capoluogo lombardo, presso The Hub Hotel

L'obiettivo è sempre proporre un momento formativo per aggiornare sui cambiamenti in atto nel mondo delle lenti oftalmiche, focalizzando l'attenzione sull'evoluzione del freeform dalle monofocali alle progressive e sull'importanza della correzione visiva adeguata per la guida sicura. «All'appuntamento è prevista la partecipazione di una cinquantina di ottici da Milano e dintorni – spiega a b2eyes TODAY Paolo Marchesi, product & marketing manager di Ital-Lenti – Il roadshow è un evento in divenire: abbiamo in programma nuove date, che sono ancora in fase di definizione».

## Aiccer, più spazio ai giovani

Prende il via oggi a Roma il Congresso dell'Associazione italiana della chirurgia della cataratta e refrattiva, dedicato alla classe medica e presieduto da Aldo Caporossi, direttore dell'Istituto di Oftalmologia del Policlinico Gemelli

Oltre 1.200 partecipanti tra oftalmologi e specialisti, più di 170 relatori e 72 ore di ricerca, formazione e innovazione, 4 simposi, sul glaucoma, sulla cornea, sul cheratocono e sul trauma, 35 aziende sponsor: sono i numeri del XIX Congresso dell'Aiccer, patrocinato dal ministero della Salute, in programma al Policlinico Gemelli di Roma fino a sabato. «Lo spazio del Gemelli ospita anche una sessione per gli infermieri, per i giovani chirurghi e per gli ortottisti – si legge in una nota di Aiccer – Fuori dalle sale congressi, quattro impegnate in contemporanea, 700 metri quadrati sono dedicati a strumentazioni, stand e biblioteche scientifiche».

Durante i tre giorni del Congresso verranno illustrate le più moderne soluzioni mini invasive dei difetti refrattivi, come la nuova tecnica Smile e le tecniche di correzione laser per la presbiopia e saranno presentate le tecnologie e le strumentazioni più all'avanguardia. «La mia generazione ha scritto la storia dell'oftalmologia: se oggi vogliamo continuare a rappresentare l'eccellenza nel mondo abbiamo bisogno di investire nei giovani tramandando la nostra esperienza sul campo, ma anche di puntare ad avere strumentazioni per aiutare al meglio i nostri pazienti», commenta nella nota Caporossi. L'espressione più importante del Congresso è la chirurgia in diretta, che inizia oggi con due sessioni e prosegue domani per tutto il giorno. Sono, infatti, previsti «ventotto interventi di cataratta e refrattiva con quattro laser a femtosecondi con i migliori chirurghi italiani e la presentazione di tutti gli aggiornamenti di queste macchine oltre alle novità chirurgiche», sottolinea il comunicato.



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

Disponibile su APP Store e Play Store.



## Transitions: quattro colori in esclusiva per Essilor

Zaffiro, Ametista, Ambra e Smeraldo: sono le tonalità, presentate all'ultimo Mido, che saranno distribuite sul mercato interno da maggio dall'azienda ottico oftalmica e spinte da una campagna digital



Durante un incontro all'Otticclub è stata introdotta la Style Colors Collection, nuova serie di quattro colori tendenza nata grazie a un progetto di ricerca e sviluppo congiunto di Essilor e Transitions. «L'idea di fondo è stata riuscire a dare ulteriore impulso al mercato del fotocromatico, che oggi in Italia rappresenta più del 20% di sell out lenti oftalmiche, attraverso il colore e lo stile, per intercettare nuovi consumatori, molto più sensibili al look e alla moda, e più giovani, tra i 30 e i 50 anni, che oggi non utilizzano in modo massivo Transitions - ha dichiarato Marco Caccini, Italy country executive di Essilor Group - Abbiamo perciò sviluppato quattro nuove tonalità di tipo fashion ed è stata l'Italia il motore di questa novità di prodotto, come era accaduto per il Verde grafite».

Le nuove colorazioni Style della collezione Transitions Signature VII, che si affiancano alle tre tonalità Iconic Grigio, Marrone e Verde grafite, più classiche, sono Zaffiro, Ametista, Ambra e Smeraldo (nella foto): usciranno in anteprima sul mercato italiano, «dove saranno distribuite da maggio da Essilor e spinte da una campagna digital - ha aggiunto Caccini - Inoltre, sono state introdotte, per rafforzare il

concetto di stile, sei flashature particolari da applicare su Transitions Xtractive, per un occhiale da sole chiaro che diventa un occhiale da sole specchiato in esterno».

A livello europeo sarà, invece, on air da aprile la [nuova campagna](#) 2016 di Transitions, che pone sotto i riflettori soprattutto le Transitions Signature VII Verde grafite e ha una forte impronta lifestyle. Lo spot prevede una programmazione di quattro settimane sulle principali reti, satellitari e del digitale terrestre, in grado di raggiungere oltre 130 milioni di telespettatori. Parallelamente è stata messa a punto una campagna digitale per otto settimane di programmazione con video online di 20 secondi sui siti dei principali gruppi editoriali italiani: un totale di 3 milioni di visualizzazioni garantite da parte di un pubblico ampio e diversificato che comprende un target sia maschile sia femminile. A supporto della campagna sono previsti anche materiali pop. «Abbiamo l'ambizione di vestire circa 7 mila centri ottici in Italia con materiali vetrina e per gli interni, volti a rafforzare il messaggio della campagna e tradurlo in vendite concrete», ha sottolineato Caccini.

## Quattrocento: con Jardini gli occhiali coprono le sopracciglia

Lex stilista di Moschino ha lanciato all'ultimo White la collezione eyewear creata in collaborazione con il marchio ispirato al Rinascimento italiano

Da una parte una delle quindici start up del 2015 "da tenere d'occhio" secondo *Forbes*, fondata da una giovane coppia nella vita e nel lavoro, Sharon Ezra, designer di origini israeliane, e Eugenio Pugliese, manager con una famiglia di ottici alle spalle. Dall'altra una delle stiliste che ha fatto la storia della moda degli ultimi decenni, con vent'anni di direzione creativa da Moschino, una consulenza da Missoni e attualmente una linea a suo nome.

È chiaro che nella capsule collection di occhiali "Quattrocento x Rossella Jardini" (nella foto) ci siano tutte le premesse per il successo. C'è stato, e anche grande alla sua presentazione al White, durante l'ultima fashion week milanese. Il modello è anni '50, a gatto, ma studiato con i nuovi canoni d'avanguardia tipici del brand e sviluppato nei colori preferiti di Jardini, definita da Franco Moschino "Capricorno ascendente Hermès" proprio per la sua straordinaria capacità di intuire le tendenze.

«Nel disegnare la montatura sono stata attenta a far sì che coprisse le sopracciglia», ha spiegato Jardini, che da Moschino ha avuto modo di lavorare parecchio su questo accessorio. Non è mai mancato, infatti, nelle sfilate della maison sia estive sia invernali. ([Luisa Espanet](#))



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

Supplemento al 10 marzo 2016 di b2eyes.com reg. presso Tribunale Milano, n. 292, 17-06-2009 © La riproduzione dei contenuti è riservata



## Presbiopia 10 e Iode - Nicola Di Lernia

10 mega pillole per accelerare il tuo processo di crescita nel mercato over 40 anni utilizzando la tecnica dello scalatore

Sfoglialo un estratto del libro su [www.fgeditore.it](http://www.fgeditore.it)