



Luxottica: due giorni per immaginare il centro ottico del futuro

L'esperienza d'acquisto nel negozio fisico e in quello virtuale e il nuovo rapporto tra fornitore e utente finale: sono stati tra i temi dell'evento del 27 e 28 maggio a Roncade, in provincia di Treviso, realizzato in collaborazione con H-Farm, società d'investimento e acceleratore di start up



Più di trecento ragazzi (*nella foto*) hanno preso parte alla seconda edizione di H-Ack Luxottica, presso la sede di H-Farm. «Sono stati coinvolti nella due giorni dipendenti e non di entrambe le realtà, provenienti da tutta Italia, principalmente dal nord, ma anche dal resto del mondo, come Brasile, Polonia e India, con un'età media fra i 20 e i 25 anni – spiegano a b2eyes TODAY in H-Farm - Tra questi, in termini di professionalità hanno partecipato 150 giovani specializzati in business, 75 in design, oltre a 50 web developer».

I ragazzi, divisi in circa cinquanta team, hanno lavorato per interpretare la sfida proposta: ripensare l'esperienza d'acquisto e la relazione azienda-consumatore in tutti i punti di contatto di Luxottica nel mondo sia digitali sia fisici. Di fatto, una sorta di maratona di idee non stop per immaginare il negozio del futuro, rafforzare la digital experience e

studiare nuove forme di interazione tra prodotto e consumatore.

«I vincitori hanno lavorato, ad esempio, per offrire un'esperienza realistica dell'occhiale e dei suoi benefici prima dell'acquisto, sul coinvolgimento in store di famiglie e bimbi, sulla vendita di prossimità e altri aspetti legati alla customer experience, tra online e offline – affermano ancora in H-Farm - Torino ha il primato dei due partecipanti più giovani in assoluto, 16 anni entrambi provenienti dall'International School of Turin e appartenenti al team "Frame Harvester", che non solo è arrivato in finale, ma ha anche ricevuto la menzione speciale proprio per essere stato il gruppo più giovane. In totale hanno preso parte all'evento dodici ragazzi sotto i 18 anni».

Ai primi tre team classificati, anzi quattro per un ex aequo, stabiliti dallo staff di Luxottica, sono stati assegnati premi in denaro e la possibilità di presentare il progetto vincente al management del gruppo di Agordo. La prima edizione dell'H-Ack era invece incentrata sul prodotto, in particolare sul tema dell'occhiale intelligente.

VisionOttica su Sky parla di protezione dai raggi UV

Da domenica 11 giugno l'insegna torna in tv con il terzo spot della [campagna nazionale multisoggetto](#), lanciata a novembre 2016, dopo aver già affrontato i temi delle [progressive](#) e della [luce blu](#)

Con un format consolidato, caratterizzato dall'incipit "Lo sapevi che..." introdotto dal volto familiare e rassicurante del professionista VisionOttica, il nuovo spot da 15 secondi comunica l'importanza della protezione dai raggi UV e la soluzione delle lenti da sole graduate per una visione nitida in ogni circostanza. Come per le campagne precedenti, anche la Campagna Sole 2017 è stata progettata per offrire all'insegna glocal di Vision Group e ai centri ottici affiliati una visibilità multicanale: centro ottico, tv, web, social, direct marketing e campagne locali per diffondere il messaggio a 360 gradi. «Una strategia di comunicazione la cui efficacia è stata confermata dai risultati più che positivi già ottenuti con le prime due campagne sui temi delle lenti progressive e della luce blu – si legge in un comunicato di VisionOttica - A chiudere lo spot della campagna sole, ancora una volta l'invito a scoprire nei centri VisionOttica alcune delle migliori tecnologie presenti sul mercato». Gli spot, che gireranno a rotazione per quattro settimane sui programmi a maggior ascolto di Sky, presentano infatti le lenti da sole graduate e le colorazioni dei prodotti Essilor e Hoya, che si confermano partner ufficiali dell'iniziativa anche per questo flight.

Sino a fine agosto la campagna sole verrà, inoltre, supportata con una promozione "drive to store" promossa su web, social e attraverso attività di direct marketing a supporto del business dei circa 270 centri ottici sul territorio (*nella foto, un'immagine della campagna, il cui spot è stato ideato dall'agenzia creativa Meloria con la regia di Marco Missano*).



RADDOPPI LE TUE LENTI
summer edition

DAL 1° GIUGNO AL 31 AGOSTO 2017

SUPER SCONTO

2^a

COPPIA VISTA - SOLE

Scopri di più su myessilor.it



Irsoo: il lavoro di squadra è... uno sport

L'Istituto toscano propone ai propri iscritti l'attività del volley in due palestre del comune di Vinci e sponsorizza una squadra femminile che gioca in Prima Divisione, nella quale hanno militato anche studentesse della scuola e del corso universitario



La seconda edizione del torneo di pallavolo di Irsoo si è tenuta la scorsa settimana al palazzetto dello sport di Vinci. «Il torneo, che ha visto vincitore il team del secondo anno di ottica, ha avvicinato docenti e studenti in un'attività che è paradigmatica del lavoro di squadra, dello spirito di gruppo e del sentimento di appartenenza a una istituzione – si legge in un comunicato di Irsoo – Temi molto cari all'Istituto di Vinci, tra i cui punti di forza vanta proprio la socialità studentesca, che si realizza grazie ai corsi di studio, l'attaccamento alla scuola, ai professori e all'ambiente che nei due o tre anni di corso si sviluppa negli studenti e che accompagnerà molti di loro per tutta la vita.

Non è a caso dunque che l'Irsoo si proponga come un vero e proprio college universitario, potendo offrire, oltre al corso professionale di ottica e optometria, il corso di laurea, l'attività sperimentale di un centro di ricerca, la disponibilità ricettiva per vivere a Vinci e, da due anni, anche l'attività sportiva». Gli studenti dei corsi possono, infatti, frequentare le palestre e giocare nella prima squadra dell'Use Vinci Volley (nella foto), sponsorizzata dall'Irsoo. Anche questi aspetti saranno sottolineati negli open day che si terranno l'11 e il 25 giugno presso la sede della scuola, che sarà aperta alle visite pure in agosto, a eccezione della settimana di ferragosto.

Essilor X Tour, altre quattro tappe

L'attività formativa dell'azienda oftalmica continua a Palermo l'11 giugno, il giorno successivo a Taormina, il 26 giugno a Pescara e il 3 luglio a Cosenza

Sono inoltre in programma ulteriori eventi speciali ad hoc, momenti di formazione tecnica specifica per gli ottici partner e incontri formativi con oculisti: andranno così a sommarsi agli oltre 2.200 contatti registrati da aprile a oggi, tra tappe e appuntamenti formativi.

«Sold out tutti gli [eventi](#) organizzati a partire dal 2 aprile con il debutto di [Milano](#), la "X Night Innovation Xcellence" ha proseguito toccando diverse città in tutta Italia: da Roma a Torre del Greco, da Capriva del Friuli a Bari, passando per Ancona, Firenze (nella foto), Bologna, Gologone-Oliena in Sardegna e Genova – ricorda un comunicato di Essilor Italia – Si sono registrati grande fermento e attenzione intorno al lancio dell'avveniristica lente [Varilux X Series](#) e tanta curiosità per i suoi due esclusivi livelli di personalizzazione: Varilux Xclusive 4D e Varilux X track».



Bcla: quattro relatori italiani a Liverpool

Apri oggi la quarantesima edizione del Congresso della British Contact Lens Association, che sino all'11 giugno ospiterà il meglio della contattologia europea e non solo

Alberto Recchioni, optometrista e ricercatore internazionale, con "Clinical outcomes after small incision lenticule extraction surgery (Smile)" si focalizzerà oggi sull'occhio secco e l'impatto che questa problematica ha dopo un'operazione di correzione della vista con chirurgia Smile: il professionista mostrerà i risultati di uno studio realizzato su 32 soggetti sottoposti a questo trattamento in un ospedale del Regno Unito. "Does monovision affect eye movement pattern during reading?" è il titolo dell'intervento che Fabrizio Zeri, docente presso la Aston University di Birmingham, terrà domenica 11 giugno, in occasione del quale illustrerà un nuovo approccio per la correzione della presbiopia nei portatori di lenti a contatto che può, però, causare stress al sistema visivo, esaminato registrando il movimento degli occhi durante la lettura. Sempre l'11 giugno Giancarlo Montani, docente presso l'Università del Salento, e Sergio Momini, Head of Professional di Safilens, terranno il [workshop](#) "The management of computer vision syndrome and digital eye strain with contact lenses", che andrà a presentare ulteriori valutazioni e risultati del brevettato design afocale dell'azienda italiana di lac.

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

Supplemento al 9 giugno 2017 di b2eyes.com reg. presso Tribunale Milano, n. 292, 17-06-2009 © La riproduzione dei contenuti è riservata