



## Ferrua: la “nuova” Silhouette Italia all’insegna della continuità

Nonostante il prossimo cambio al vertice, recentemente annunciato, la filiale nazionale del gruppo austriaco conferma in toto la propria squadra commerciale, anche alla luce delle positive performance dell’ultimo quinquennio



Cinque anni di costante crescita, confermata dal +7% del fatturato dal 2012 al 2017, tasso mantenuto anche nei primi mesi del 2018 rispetto allo stesso periodo dell’anno precedente: è questa la “fotografia” di Silhouette Italia, che anche dal 1° giugno prossimo, quando Ignacio Carretero e Javier Larumbe, attuali vertici della filiale spagnola, ne prenderanno la guida al posto di [Michele Villotti](#), potrà contare sull’attuale squadra: 6 agenti per neubau e adidas sport eyewear e 12 per Silhouette, guidati dall’area manager Luigi Novara, che riporta a [Giovanni Ferrua](#), direttore commerciale di tutte le linee, compresi Atelier e il programma lenti oftalmiche Vision Sensation. «Da sette anni la struttura commerciale di Silhouette Italia fornisce risultati positivi e la volontà della casa madre è di andare avanti così - rivela Ferrua a b2eyes TODAY - Anche i riscontri più recenti sono incoraggianti: dal 1° febbraio, quando inizia il nostro anno fiscale, a oggi siamo sopra il target per tutti e tre i marchi di riferimento, pur non avendo ampliato la distribuzione in maniera indiscriminata. Silhouette è, infatti, presente nel nostro paese in un numero che oscilla tra le 1.500 e le 1.700 porte attive di fascia medio-alta, neubau già in 500 punti vendita». Il target di riferimento rimangono gli ottici indipendenti, anche tramite le relazioni con le maggiori realtà della distribuzione organizzata, ma anche i punti vendita di eccellenza delle più importanti catene. «Nell’ultimo anno abbiamo incrementato la nostra presenza a fiere ed eventi: oltre a Mido e a opti, infatti, siamo stati presenti per la prima volta con neubau a Design Your di Bari e al Fuorisalone di Milano, mentre a fine settembre il marchio debutterà al DaTE di Firenze», conclude Ferrua (nella foto, da sinistra, Novara e Ferrua).

## Educational 2018, mark’envoy ritorna a scuola

Nell’ambito del consueto [programma formativo](#) dell’azienda di lenti a contatto, i manager della filiale italiana hanno incontrato lo scorso 16 aprile gli allievi dell’Istituto Enrico Fermi di Perugia e l’8 maggio quelli dell’Enrico Fermi di Pieve di Cadore (nella foto)

In queste due occasioni mark’envoy ha affrontato temi e informazioni frutto dell’esperienza quotidiana a fianco dei contattologi. [Tommaso Panzieri](#), professional affairs manager Italia di mark’envoy, ha condiviso elementi tecnici utili a un approccio alla contattologia finalizzato all’applicazione professionale delle lenti a contatto, con particolare riferimento alle morbide, sia disponibile sia personalizzate. Inoltre, durante la parte pratica, sono state illustrate tecniche ed esperienze utili alla gestione della relazione con il portatore nel corso dell’applicazione e dei controlli successivi.

«L’incontro con i ragazzi, che a breve potranno diventare nostri colleghi, è sempre stimolante dal punto di vista professionale e umano - commenta in un comunicato Panzieri - Abbiamo cercato di trasmettere elementi concreti derivanti dalla pratica quotidiana che permetteranno di cogliere opportunità, da applicatori o da operatori nell’industria, nell’ambito della contattologia, che richiede figure sempre più competenti e specializzate».

«Il rapporto tra azienda e mondo della scuola rappresenta un importante momento di confronto per entrambi - afferma nella nota [Sandro Saggini](#), general manager Italia di mark’envoy - La nostra realtà continuerà a investire in formazione poiché ritiene che la qualità delle applicazioni sia fondamentale per guidare la crescita del mercato, riducendo il drop out e conquistando nuovi portatori sempre più esigenti».





## Milano, l'universo maschile in mostra

Venerdì scorso ha debuttato nel capoluogo lombardo Man's World, evento nato a Zurigo, in Svizzera, nel 2016, dedicato alle passioni degli uomini: il format è stato adattato al mercato italiano da Campus Fandango Club, società specializzata nella gestione di grandi eventi



Le sostenitrici accanite di quote rosa e pari opportunità potrebbero aversene a male. Ma a ben guardare, nonostante il nome, Man's World interessa anche le donne. A giudicare dall'alta presenza femminile nella prima fortunata edizione di questo boutique event, organizzato da Fandango Club, nato a Zurigo, esteso a Losanna e ad Amburgo e approdato a Milano dall'11 al 13 maggio. Non un salone o una fiera, ma una piattaforma dedicata alle passioni maschili. Dalle moto e le auto allo sport, dalle birre da intenditore alla cucina, dalla moda ai giochi, al mondo della barberia, di attualità in questo momento. Sessanta espositori, fra grandi brand, Pirelli e Harley-Davidson per citarne due dei più noti, e piccoli artigiani, espressione di un made in Italy di qualità. Dalle borse in pelle ispirate alla funzionalità degli abiti da lavoro ai completi e le giacche su misura di Prata & Mastrale.

Immane quindi l'eyewear. L.G.R., marchio creato da Luca Gnechi Ruscone e adorato dalle star, ha proposto nuovi modelli che con i paraocchi metallici richiamano gli occhiali degli esploratori (nella foto, in alto). Abbinato ai maestri del bespoke, invece, The bespoke dudes eyewear, fondato nel 2012 da Fabio Attanasio, con i suoi curatissimi modelli da sole e da vista (nella foto, a destra).

Perfetta la location di via Orobia, spazioso edificio di archeologia industriale con giardino annesso, ideale per presentare street food e manifatture di sigari. ([Luisa Espanet](#))



## Israele: una pellicola sugli occhiali per vedere al buio?

Il brevetto è stato creato dall'Università Ben Gurion del Negev e promette di trasformare un normale dispositivo in uno con sensori a infrarossi

I ricercatori israeliani, secondo quanto riportato dall'*Agi*, hanno sviluppato una tecnologia, una pellicola spessa mezzo micrometro, unità di misura di un millesimo di millimetro, che si applica sulle lenti e raccoglie e legge lunghezze d'onda da 1.500 nanometri, trasformandole in immagini visibili dall'occhio umano. Gabby Sarusi, che guida il team di ricerca e lavora al progetto dal 2012, ha spiegato che la speciale pellicola potrà essere facilmente utilizzata sugli occhiali per la vista notturna utilizzati dai soldati, sostituendo quelli pesanti e ingombranti di oggi. La tecnologia sviluppata si basa sulle nanotecnologie e sui principi fisici, mentre l'unica componente elettronica è una piccola batteria.

Le potenziali applicazioni di questi piccolissimi sensori a infrarossi non riguarderebbero, tuttavia, soltanto l'ambito militare, ma anche la vita di tutti i giorni, ad esempio per gli smartphone o le auto a guida autonoma. Il costo della pellicola sarebbe di pochi dollari contro i costi elevati dei normali sensori a infrarossi oggi disponibili.



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

Supplemento al 15 maggio 2018 di b2eyes.com reg. presso Tribunale Milano, n. 292, 17-06-2009 © La riproduzione dei contenuti è riservata



Con il patrocinio di:

