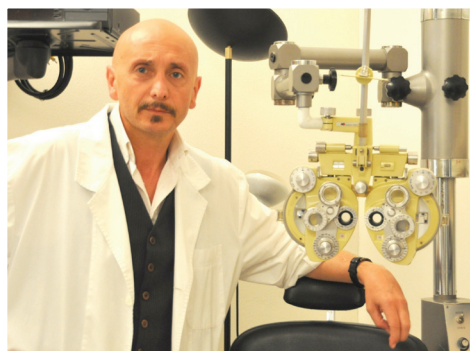


Baldassari: una sconfitta per tutta l'optometria

Nei mesi scorsi la Terza Sezione Penale della Corte d'Appello del Tribunale di Bologna ha confermato la sentenza di primo grado per il professionista ravennate



«Ritengo che si tratti di una sconfitta per tutta l'optometria - è il commento a b2eyes TODAY di [Luca Baldassari](#) (nella foto) - Il rammarico forse maggiore di questa lunga vicenda riguarda l'assenza e il silenzio di alcuni colleghi e, peggio ancora, i commenti dei colleghi che giudicano negativamente senza informarsi su come esattamente si sono svolti i fatti: se ci si sostenesse di più, si otterrebbe tutti di più». Il caso giudiziario di Baldassari è strettamente collegato a quello del collega Mario Biondi, che si è concluso poco più di un anno fa con la conferma di condanna da parte della [Cassazione](#).

Baldassari, che nel primo grado di giudizio è stato seguito dagli avvocati Giorgio Guerra ed Elio Palombi e in appello dal solo Palombi, ha deciso di far ricorso alla Corte Suprema appoggiandosi ora agli avvocati Leone Spadoni e Roberto Pezzi e, come patrocinante in Cassazione, ad Annalisa Padoa. «La maggior parte dei colleghi che nel passato ha avuto un riscontro positivo in Cassazione era stata condannata anche in

secondo grado: questo mi fa ben sperare, tant'è che i miei nuovi legali hanno presentato il ricorso alla Corte Suprema un paio di mesi fa. Continuo ad avere fiducia nella giustizia», conclude Baldassari.

Certottica: 14 diplomati al corso di design e tecnica dell'occhiale

L'esposizione delle collezioni di montature, studiate a partire dal concept artistico per arrivare sino alla fase di industrializzazione, è stata il fulcro dell'evento svoltosi presso la sede dell'Istituto il 26 luglio, che ha coronato per gli allievi la fine del [biennio](#) post diploma Its, giunto alla terza edizione

Professionisti e aziende del settore, docenti e aspiranti studenti hanno potuto toccare con mano le abilità dei neo diplomati, ascoltando dalle voci dei protagonisti scelte e motivi dei vari progetti: dall'occhiale ispirato alle grandi navi della Marina italiana alla collezione dedicata agli amanti degli sport estremi o quella che trae spunto dalla tradizione dei samurai (nella foto, un prototipo di un modello realizzato). «Mi complimento con i ragazzi perché hanno colto l'essenza degli insegnamenti, realizzando ottimi lavori», commenta in una nota [Cristian Arboit](#), coordinatore generale di Certottica, che sottolinea anche come l'Its sia un corso «unico nel suo genere, che si sta internazionalizzando». Per il prossimo biennio sono infatti pervenute due richieste anche dall'India.

Durante l'evento Simona Agnoli, responsabile dell'Area Formazione di Certottica, ha sottolineato l'importante ruolo delle aziende del distretto attraverso il supporto fornito ospitando i tirocinanti del corso, metà dei quali hanno già trovato impiego presso alcune di esse. «La qualità della nostra proposta sta nei numeri - afferma nel comunicato il presidente di Certottica, [Luigino Boito](#) - Il nostro Istituto continua a sostenere le aziende del settore nella convinzione che investire nel capitale umano sia il principale fattore di successo per aumentare competitività e tasso di innovazione delle imprese».

Il corso, promosso dall'ente di Longarone in collaborazione con la Fondazione Cosmo, che prevede 1.200 ore di formazione e 800 di tirocinio e permette di specializzarsi in tutte le fasi della filiera produttiva, aprirà le selezioni per la quarta edizione il 4 ottobre in Certottica.



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

Disponibile su APP Store e Play Store.

Con Galileo tornano a scuola anche i genitori

L'azienda oftalmica milanese propone pure quest'anno una promozione ad hoc legata al back to school con cui sostiene l'acquisto multiplo



Dal 1° settembre al 31 ottobre Galileo proporrà "Viva la scuola", la rinnovata promozione (nella foto, un'immagine di campagna) legata ai più giovani e alle loro famiglie in occasione della ripresa delle attività scolastiche. «L'obiettivo è alimentare il traffico presso i centri ottici partner Galileo, che potranno coinvolgere tutta la famiglia equipaggiando il bambino e il genitore grazie a una condizione vantaggiosa – si legge in una nota della società oftalmica - Per i più piccoli Galileo ha pensato alla gamma Kid e a quella Blu Stop, a conferma dell'attenzione continua che l'azienda pone al concetto di protezione. Le lenti Kid, infatti, sono dotate di trattamento UV, che permette una protezione con indice E-SPF 25 mentre la gamma Blu Stop è realizzata con un nuovo monomero che assorbe la luce blu nociva, presente sia in ambienti esterni sia interni, fino all'80%, oltre che i raggi UVA e UVB». A supporto, sono previsti materiali vetrina e di comunicazione ad hoc, già a disposizione dei centri ottici.

Chrome Hearts, un flagship a New York

A più di vent'anni dall'apertura del primo store nella Upper East Side di Manhattan, nel 1996, il marchio californiano di gioielli, di mobili e di accessori, tra cui gli occhiali, nei mesi scorsi ha inaugurato un nuovo monomarca in città, nel West Village



Il nuovo spazio (nelle foto) di circa 1.500 metri quadrati rappresenta la concretizzazione della volontà del brand, fin dagli esordi nel 1988, di far sentire le persone a proprio agio, come a casa. «Nel corso degli anni abbiamo portato questo concetto sempre più avanti - affermano in una nota Laurie Lynn e Richard Stark, fondatori di Chrome Hearts - Abbiamo voluto aggiornare e ampliare il nostro mondo e condividere questa sensazione che abbiamo coltivato per decenni».

Dopo anni di sviluppo, la loro "casa" di New York nell'aprile scorso è stata completata. Qui i clienti trovano una selezione dei prodotti per cui il marchio è conosciuto, inclusi gioielli, scarpe, borse, abbigliamento e naturalmente occhiali. Il negozio ospita anche un'ampia offerta di mobili personalizzati

costruiti abbinando ebano con metallo e pelle. Uno degli elementi distintivi del nuovo spazio sperimentale e in continua evoluzione, costellato di pezzi e oggetti inconsueti, è una scala a spirale in ebano che porta «a uno showroom progettato per consentire agli ospiti di sperimentare i vari stili di vita di Chrome Hearts», aggiunge il comunicato.

Chrome Hearts, che conta in totale 28 store nel mondo, tra cui Stati Uniti, Francia, Giappone e Taiwan, a settembre lancerà anche Chomper, una nuova montatura sole in limited edition in collaborazione con l'artista Matt di Giacomo (noto per le sue illustrazioni sui più diversi supporti, dai muri ai capi d'abbigliamento o alle tavole da surf, ndr), realizzata in soli 500 esemplari.

