

## Scamuzzi: hipster e cosplayer per attirare nuovi clienti

Il centro ottico di Carignano, in provincia di Torino, ha ospitato domenica 24 aprile l'evento Oxo legato alla collezione #WLP – We Love People, in occasione della prima edizione di Carignano Comics che ha richiamato in città un folto pubblico giovane



«Abbiamo deciso di organizzare l'evento in concomitanza con la prima edizione della fiera Carignano Comics per sfruttare il grande afflusso di persone che avrebbe richiamato: un target giovane, in linea con l'iniziativa - spiega a b2eyes TODAY Fabrizia Scamuzzi, titolare del centro ottico insieme al marito Davide - Inoltre, visto che la manifestazione cittadina era dedicata al fumetto e al cosplay (*termine che indica il travestirsi come il proprio protagonista preferito dei fumetti, dei videogame, dei telefilm o dei cartoni animati, ndr*) abbiamo pensato che le nostre foto sarebbero state molto più spiritose e colorate con questi personaggi abbigliati in modo particolare: l'evento Don't worry, be Hipster, infatti, prevede che i partecipanti scelgano un occhiale della collezione #WLP con cui farsi immortalare dietro una sagoma in cartone e con tutte queste persone in costume il risultato è stato davvero divertente» (nella foto, alcuni partecipanti di Carignano Comics che hanno preso parte all'iniziativa).

Per dare più visibilità all'evento il cartonato è stato collocato fuori dal negozio, dove una hostess e uno steward, vestiti in perfetto stile hipster, hanno fermato le persone spiegando di cosa si trattava. A tutti coloro che si sono fatti fotografare e hanno lasciato i propri dati, per postare gli scatti sulla pagina Facebook del centro ottico, è stato consegnato un voucher di sconto per un weekend per due. «A questo abbiamo deciso di abbinare un concorso – prosegue la professionista piemontese – e la persona la cui foto riceverà più "mi piace" vincerà anche un occhiale da sole». Per far conoscere l'iniziativa ai clienti Ottica Scamuzzi ha utilizzato soprattutto Facebook, oltre che cartoline di invito distribuite nelle settimane precedenti presso il punto vendita e realizzate da Oxo, come anche i coupon con lo sconto per il week end e i materiali di comunicazione per la vetrina, caratterizzata da due grandi baffi identificativi dello stile hipster. «Questo è stato il primo evento dell'anno, di solito ne facciamo almeno due o tre – conclude Scamuzzi - Siamo sempre molto contenti di organizzarli: hanno un costo e non è sempre chiaro nell'immediato se ci sia un ritorno o meno, ma sono un modo per "coccolare" i clienti oltre che per acquisire visibilità. È chiaro che essendo in un piccolo centro e non in una città abbiamo un riscontro diverso, più circoscritto, a meno che non ci colleghiamo a manifestazioni concomitanti che richiamano affluenza anche dall'esterno, come in questo caso: infatti, ci sono state oltre duecento persone che sono entrate in negozio e hanno lasciato i propri dati. Essendo una realtà presente da oltre cinquant'anni a Carignano, abbiamo una clientela storica e affezionata, ma domenica abbiamo anche avuto modo di farci conoscere da persone di Torino, per cui in prospettiva abbiamo di fronte una nuova fetta di potenziali clienti».

## Vision Expo, oltre 16 mila visitatori per la trentesima edizione

Il salone americano, che si è svolto a New York dal 14 al 17 aprile, ha richiamato quest'anno partecipanti provenienti da 94 paesi e da tutti i 50 stati Usa

La trentesima edizione di International Vision Expo & Conference East, il salone statunitense di proprietà di The Vision Council e Reed Exhibitions, ha ospitato circa 650 espositori per un totale di più di cinquemila marchi globali. «La forte presenza di quest'anno e il feedback che abbiamo ricevuto da parte degli espositori che l'attività di business è stata elevata dimostrano la continua crescita e la rilevanza di Vision Expo», dichiara in una nota Tom Loughran, industry vicepresident di Reed Exhibitions. Circa 350 sono state le ore dedicate alla formazione, tra cui 143 ore di contenuti, definiti di nuova concezione dagli organizzatori e dedicati agli argomenti più attuali inerenti, in particolare, alla tecnologia ottica e alle soluzioni di business. La prossima edizione di International Vision Expo & Conference East tornerà presso lo Javits Center (nella foto, l'ingresso) di New York dal 30 marzo al 2 aprile 2017.



**ONE DAY DALLO SPOT AL POST**  
Guida all'uso dei new media

Iscriviti su [www.scuolagestioneottica.it](http://www.scuolagestioneottica.it)

Firenze 20 giugno 2016

SGA SIO-O  
SCUOLA DI GESTIONE AZIENDALE

## Luxottica amplia il sito di Sedico

L'azienda ingrandisce l'hub dedicato alla logistica (nella foto, tratta da Google Maps): come riporta il sito del Comune bellunese è arrivato il sì per l'inizio dei lavori in occasione di una conferenza stampa dei Servizi, che si è tenuta il 7 aprile



«La Conferenza di Servizi indetta e convocata dal Suap, lo Sportello unico per le attività produttive, ha approvato il progetto di ampliamento del fabbricato a uso industriale richiesto dalla ditta Luxottica Group S.p.a». Questo si legge sul sito del Comune di Sedico, dove in agosto verrà terminato il nuovo stabilimento dell'azienda di eyewear. L'area coinvolta si estende su circa 50 mila metri quadrati, includendo anche alcune zone delle frazioni di Villa e Landris.

Come descritto dal *Corriere delle Alpi*, dopo i lavori di sistemazione idraulica che prevedono lo spostamento di parte del Rio Landrisio e l'adeguamento di parte del Rio Tasso, con conseguente costruzione di un nuovo canale, tra un paio di mesi inizierà l'edificazione del nuovo corpo di fabbrica, che ospiterà il magazzino. Con

questo primo stralcio del progetto, già approvato, Luxottica realizzerà uno stabilimento di quasi 11 mila metri quadri, alto circa 11 metri, e un parcheggio di oltre 3.500 metri quadrati. Con il secondo stralcio, subordinato alla firma di un accordo di programma fra Comune e Provincia, in virtù delle norme stabilite nel Piano territoriale di coordinamento provinciale, saranno ricavati anche spazi per la produzione.

Come sottolineano alcuni quotidiani locali, i cittadini però restano preoccupati, convinti che nei campi troppo vicini alle case nascerà una seconda "fabbrica dei rumori", come l'hanno sempre definita gli abitanti di Villa e Landris. Il Comune di Sedico ha reso disponibili la scorsa settimana il verbale e i relativi allegati progettuali della Conferenza dei Servizi: chiunque avrà a disposizione una ventina di giorni per formulare osservazioni. Tra gli allegati del verbale si possono trovare la relazione previsionale di impatto acustico effettuata a marzo.

Grazie all'ampliamento dello stabilimento di Sedico Luxottica assumerà circa 500 persone, come ha recentemente confermato a *Il Corriere della Sera* Leonardo Del Vecchio, aggiungendo che i lavori si dovrebbero concludere in agosto.

## Hoya Italia dà protezione "familiare"

L'azienda oftalmica presenta la nuova promozione in esclusiva nei centri ottici aderenti alla campagna di comunicazione "Sei tu il Protagonista 2016"

«Hoya Italia propone in esclusiva ai propri partner la promozione "Proteggi la tua Famiglia" (nella foto, il logo), con l'obiettivo di ridurre i tempi di cambio occhiale – si legge in una nota del gruppo oftalmico - A fronte dell'acquisto di un primo paio di lenti protettive, la seconda coppia per i familiari dei clienti sarà offerta a condizioni vantaggiose».

I benefici per il centro ottico sono notevoli, tra cui «l'aumento del numero di acquirenti di occhiali e la differenziazione che mette in evidenza l'importanza della giusta protezione a tutti i componenti della famiglia, inclusi i bambini – prosegue il comunicato - Nella promozione sono, infatti, coinvolte le lenti, chiare o Sensity, con trattamento antiriflesso top BlueControl, UVControl o LongLife».

Serena Autieri, testimonial della campagna, supporterà in modo diversificato e innovativo i centri ottici Hoya Center, «sottolineando che il benessere visivo è un benessere di famiglia», conclude la nota.



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

Disponibile su APP Store e Play Store.