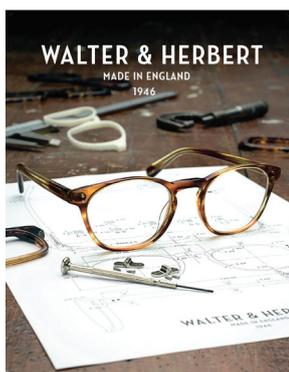




Visiva distribuirà Walter & Herbert in Italia

Con questo marchio made in England, la cui azienda è giunta alla terza generazione, la società di Stefano Castellani amplia il proprio portafoglio, che comprende l'omonimo housebrand e altri due in esclusiva per il mercato interno, Randolph U.S.A. e Madison Avenue



«Abbiamo il privilegio di trattare con l'unico marchio inglese che produce occhiali in acetato in Gran Bretagna, nel loro stabilimento di Liverpool», afferma Castellani in una nota. Walter & Herbert è stato fondato nel 1946 dai due imprenditori Walter Conway e Herbert Thorn. «Ora, grazie all'accordo con Visiva, il brand arriva anche in Italia ed espande i suoi canali distributivi», prosegue il comunicato.

Castellani ha già esperienza di marchi di eyewear inglesi, con la distribuzione decennale in Italia di William Morris, che da settembre passerà alla Vega di Verbania (nella foto, a sinistra, un'immagine di campagna di Walter & Herbert; a destra, l'esposizione con alcuni modelli del brand britannico).

Varilux contro Rent 365: non sarà la finale di Champions, ma...

Stasera il team di Essilor Italia scende in campo a San Siro per l'incontro conclusivo del torneo Serie I, Coppa delle Industrie, che si disputa tra aziende del territorio milanese

La squadra che indossa la maglia Varilux (nella foto), composta da una decina di dipendenti Essilor Italia e guidata dall'ormai collaudato tandem di mister Musazzi-De Francesco, si è qualificata per la finale del torneo Serie I, Coppa delle Industrie, in programma allo Stadio Giuseppe Meazza di Milano. Alla compagine che rappresenta l'azienda oftalmica tocca affrontare Rent 365, squadra affiatata e combattiva, che arriva in finale a punteggio pieno: 4 vittorie su 4 partite disputate.

«Due vittorie, un pareggio e una sconfitta hanno permesso al team Essilor di raggiungere la finale, affrontando un tabellone non proprio facile, ma forte di una squadra molto fisica dai buoni valori tecnici – si legge in una nota di Essilor Italia - La stella del gruppo è senza dubbio Finizza, un numero dieci mancino, alla Messi per intenderci, capocannoniere indiscusso con 8 reti segnate nelle ultime due partite. Tra i pali Tortosa, portiere di sicuro affidamento, perno della difesa capitano Toninelli insieme ad Albore, mentre padroneggiano il centrocampo Zambotti e Peraldo, in fase di possesso, e Mughal e Stefanato per l'interdizione. In attacco accanto a Finizza, Manassero, punta di rapina, e Micheloni, centravanti di sfondamento, abilissimo nel gioco aereo. La finale è un'importante occasione di aggregazione e divertimento, per i dipendenti Essilor Italia e le loro famiglie».

Si entra allo stadio dall'ingresso 8: il fischio d'inizio sarà alle ore 19.45. Il terreno di gioco verrà suddiviso in due campi a 7 e uno a 5. All'interno della sala Executive, con vista sul campo, sarà servito un aperitivo e si potrà seguire la partita dal primo anello rosso.



In occasione del 2 giugno, Festa della Repubblica, la pubblicazione di b2eyes TODAY sarà sospesa. Riprenderà regolarmente lunedì 5 giugno.

E se gli ottici si votassero alla Chiesa?

Negli ultimi mesi il fronte della categoria sembra essere sotto l'assedio delle nuove intenzioni di oculisti, multinazionali e commercio elettronico. Serve un aiuto eccezionale per superare questo ennesimo esame?



Me lo confermano le voci di corridoio, i dialoghi sui social e i confronti diretti con gli interessati. Gli ottici di oggi si sentono sotto assedio. Dal loro castello incantato degli anni 80 vedono nemici dappertutto. A nord gli oculisti e i [Nas](#) che entrano nei centri ottici con una inconsueta tattica. A sud le multinazionali che si fondono e portano lentamente sul mercato soluzioni abbinata. A est il commercio elettronico che per ora ha bloccato la crescita della contattologia nei negozi tradizionali. Infine a ovest, dove di solito non c'è niente di nuovo, i fronti interni delle catene e delle dispute fraterne che fanno presagire scissioni anziché alleanze.

Un quadro sconcertante se fosse realmente quello vero. Ma la realtà non è ciò che ci accade ma ciò che noi facciamo con quello che ci accade. Se ci chiudiamo nello sdegno e nello sconforto rischiamo che lo scenario si avveri. Se qualcuno di voi è di avviso contrario ma cerca un aiutino per svincolarsi dall'assedio propongo, invece del marketing, la visione di un uomo di Chiesa, un'entità sopravvissuta a tutti i tipi di assedio. Il cardinale Gualtiero Bassetti, neo eletto presidente della Confederazione episcopale italiana, ricorda come nei momenti difficili della vita «siamo sopravvissuti perché abbiamo condiviso quel poco che avevamo. Se non lo avessimo fatto sarebbe stato impossibile sopravvivere... Lì ho capito che il miracolo della moltiplicazione è dividere».

L'ottica è una famiglia composta da soggetti fortemente individualisti. Per questo motivo non c'è una sola categoria compatta e solidale. Per lo stesso motivo alcune tipologie di prodotto sono uscite dall'ambito dell'ottica per migrare da altri specialisti o supermarket. Sempre dall'individualismo si è permesso di spostare la vendita dei prodotti "a pacchetto" nell'online invece di trovare un giusto compromesso tra le parti. È l'individualismo la vera crepa nel castello dell'ottica degli anni 80. L'atteggiamento di chi vuol sapere o provare per la semplice soddisfazione di poter affermare a se stesso e agli altri che non funziona. Forse i protagonisti di questa storia dovrebbero imparare che la fusione di due leader come Essilor e Luxottica (in ordine alfabetico) è, prima di una minaccia, un segnale forte che anche i ricchi, e non solo i poveri, fanno della condivisione una forma di moltiplicazione. Qui il marketing non serve a nulla. Serve la consapevolezza che i vecchi atteggiamenti di ieri non sono più adeguati all'emergente "sharing economy". pillole@nicoladilernia.it

Mark'envoy indica... la destra e la sinistra

È la novità introdotta sulle confezioni di lac personalizzate (nella foto) della società di contattologia per rendere più facile all'applicatore e al portatore l'identificazione della lente

«Mark'envoy è costantemente alla ricerca di piccoli modi per migliorare la propria offerta ai professionisti della visione – commenta in una nota [Chris Carter](#), group marketing director di mark'envoy - L'azienda ritiene, infatti, che se possiamo rendere le cose più semplici, il resto viene da solo. A seguito del lancio lo scorso anno di Individually Yours, che prevedeva un packaging ulteriormente personalizzato con nome e cognome del portatore, completato da un certificato di qualità riservato, abbiamo esaminato molti modi per migliorare la funzionalità dei nostri prodotti. Tanti professionisti devono aprire le scatole delle lenti per scrivere destra o sinistra così da agevolare i loro portatori, quindi con questa iniziativa stiamo solo aiutando ad automatizzare questa parte del processo».



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

Supplemento al 1° giugno 2017 di b2eyes.com reg. presso Tribunale Milano, n. 292, 17-06-2009 © La riproduzione dei contenuti è riservata



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

Disponibile su APP Store e Play Store.