



Il sogno VisionOttica tra due isole: 282 centri in 10 anni

Tanti ne sono passati dalla convention del 2008 sull'Isola d'Elba, dove nacque l'insegna di Vision Group, a quella che si è svolta in Sicilia nei giorni scorsi al Donnafugata Spa Resort & Golf 5 stelle, nel Ragusano, e ha ratificato i numeri di un successo



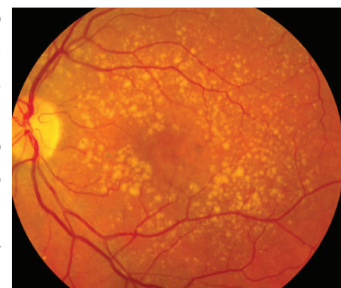
Sono 1644 gli imprenditori affiliati a Vision Group per un totale di 2059 centri ottici: di questi 282 sono a insegna VisionOttica, con un tasso di apertura di due o tre ogni mese, ai quali si aggiungono 17 centri pilota. Il tutto grazie al lavoro di 22 risorse dedicate sul territorio, oltre allo staff della sede milanese, con più di 600 milioni di euro annui di sell out, pari al 20% circa del volume d'affari complessivo del retail ottico italiano. È sulla base di questi numeri, proposti la mattina del 30 aprile dall'amministratore delegato [Marco Procacciante](#) a una platea di circa 350 persone (nella foto), in rappresentanza di circa 200 centri VisionOttica, aziende partner, stampa e staff, che è emerso l'orgoglio di chi ben dieci anni fa ha creduto a un sogno. «Nel 2008 Vision Service aveva il Programma Immagine, ma consisteva semplicemente nell'utilizzo del marchio del gruppo senza un vero concept retail, mentre noi eravamo ambiziosi, volevamo lanciare una vera insegna. Alla convention dell'Elba decidemmo così di partire daccapo, con un'immagine completamente nuova, alla quale hanno creduto centinaia di colleghi», ha detto tre giorni fa in Sicilia Procacciante, ricordando come la strategia d'insegna, cioè la sua visione, i valori di imprenditorialità, professionalità, vicinanza al cliente, uniti a un posizionamento sul mercato di ottici di fiducia delle famiglie, siano rimasti gli stessi da dieci anni a questa parte. E simili sono anche gli obiettivi, da qui al 2020. «Vogliamo moltiplicare la presenza dell'insegna sul territorio: 282 centri ottici rappresentano un numero elevato, ma non tutte le regioni italiane sono adeguatamente coperte, quindi supportiamo le nuove aperture di chi è già nostro affiliato con l'accesso agevolato al credito o selezioniamo nuovi affiliati con le caratteristiche adatte o, ancora, sviluppiamo centri VisionOttica diretti – ha spiegato Procacciante – Puntiamo, inoltre, a incrementare la notorietà dell'insegna e il traffico nei centri ottici, rafforzando la strategia di comunicazione nazionale, attraverso attività di co-marketing con i più importanti brand del settore, diffondendo i prodotti a marchio e promuovendo un approccio al consumatore sempre più omnicanale».

Infine il numero uno di Vision Group ha sottolineato come un altro driver di sviluppo da qui al 2020 sia l'investimento sulla formazione. «Con l'ingresso del nostro gruppo nella Scuola Internazionale di Ottica e di Optometria di Firenze contiamo di intensificare la formazione tecnica e professionale e con l'apertura di una Retail School VisionOttica di fornire strumenti per la buona gestione imprenditoriale, favorire lo scambio di esperienze e delle best practice tra affiliati e condividere i valori dell'insegna», ha concluso Procacciante.

Degenerazione maculare: tornare a vedere grazie alle staminali?

La sperimentazione è stata condotta a Londra su due anziani colpiti dalla forma umida acuta della patologia legata all'età, che avrebbero così recuperato parte della vista

I medici del Moorfields Eye Hospital di Londra hanno applicato la tecnica innovativa, come pubblicato su *Nature Biotechnology*, su un uomo di 86 anni e su una donna di 80: un metodo per costruire un nuovo epitelio pigmentato della retina, il cui indebolimento causa degenerazione maculare e cecità, impiantato chirurgicamente nell'occhio. Si tratta, secondo quanto riportato dall'agenzia *Adnkronos*, di cellule staminali embrionali, indotte a differenziarsi in cellule di epitelio pigmentato retinico, che sono state inserite in un patch, una sorta di cerotto molto sottile, dello spessore di circa 40 micron, lungo 6 millimetri e largo 4 millimetri, composto da un solo strato di cellule, poi applicato sulla retina di uno dei due occhi. I medici britannici sarebbero riusciti così a ripristinare, anche se non in modo completo, la visione dei due pazienti, passati dal non essere in grado di leggere con l'occhio malato a leggere da 60 a 80 parole al minuto. Altri otto soggetti prenderanno parte alla sperimentazione clinica, che dovrà anche appurare se le cellule trapiantate possano in qualche modo nuocere, con il rischio, ad esempio, di diventare cancerose.



Lenti ZEISS con Tecnologia UVProtect™.

Il nuovo standard di protezione dai raggi UV fino a 400 nm.
Di serie, su tutte le lenti da vista chiare.





Fashion Tints di Hoya: al via i training di vendita

Dopo i positivi riscontri del debutto di un anno fa l'azienda arricchisce la linea di lenti con cinque nuove tonalità e lancia una serie di sessioni formative dedicate agli ottici partner



Più colore alla tua vita

HOYA
Color per contacts

Flamingo, Sacher, Laguna, Pietra del Genio e Polvere di Neve sono i nomi delle nuove colorazioni delle lenti Fashion Tints (nella foto, un'immagine di campagna).

A selezionarle, tre tinta unita e due bicolor, è stata **Angelica Pagnelli**, consulente di stile eyewear e ideatrice del #guardarobaocchiali, che l'8 e l'11 maggio curerà per i partner Hoya alcune sessioni di training online: l'obiettivo è illustrare le migliori tecniche per guidare il cliente nella scelta del colore della lente e rendere unico il proprio stile.

«Un processo di vendita che prende in considerazione non solo le lenti oftalmiche, che supportano una corretta visione in base allo stile di vita, ma anche il colore, che aggiunge stile alla vita», sottolinea Pagnelli in un comunicato di Hoya Italia.

«Questi colori completano la gamma delle colorazioni Fashion Tints lanciate nel 2017 che continuano a ottenere un notevole successo nei centri ottici – spiega nella nota **Anna Maria Nicolini**, responsabile marketing di Hoya Italia - Tali eventi si collocano nel contesto dell'iniziativa "**Professionista in Vista**", con l'obiettivo di facilitare gli Hoya Center nel proporre le migliori soluzioni visive, estetiche e protettive».

Safilens, con AnyWave tra regate e solidarietà

L'azienda italiana di contattologia, uno degli sponsor ufficiali del maxi yacht per il secondo anno consecutivo, ha preso parte all'evento inaugurale che si è svolto il 23 aprile a Portopiccolo Sistiana, in provincia di Trieste



Durante l'inaugurazione della stagione agonistica 2018 (nelle foto, di **Giampaolo Pelucchetti**), nell'occasione dell'annuncio dello sponsor, sono state introdotte le attività di gara e di impegno sociale che coinvolgeranno Safilens nel corso dell'anno e sono stati presentati sia la barca AnyWave, personalizzata con il nome dell'azienda di lenti a contatto, sia il team che parteciperà alle regate. «L'evento, cui hanno preso parte circa 140 invitati tra dipendenti, fornitori e collaboratori di



Safilens, membri del team AnyWave e rappresentanti del secondo sponsor, Cantina Produttori Cormons, si è concluso con aperitivo e musica nella meravigliosa cornice della Baia di Sistiana - si legge in una nota dell'azienda italiana di contattologia - La partnership offrirà a Safilens la possibilità di promuovere il proprio brand in occasione di alcune tra le manifestazioni veliche più seguite, come Regata Dei Tre Golfi, Rolex Capri Sailing Week, Giraglia Rolex-Saint Tropez, Portopiccolo Maxi Race, Trofeo Bernetti, Barcolana, Venice Hospitality Challenge e Veleziana, oltre che di supportare le attività di solidarietà di Intersos, di cui AnyWave è ambasciatrice da ormai molti anni».



Direttore responsabile: **Angelo Magri** Coordinamento redazionale: **Francesca Tirozzi** Redazione: **Nicoletta Tobia**

Supplemento al 3 maggio 2018 di b2eyes.com reg. presso Tribunale Milano, n. 292, 17-06-2009 © La riproduzione dei contenuti è riservata

Sight for Kids
Aderisci anche tu!



Con il patrocinio di:

