

## Fielmann Bolzano: in un solo giorno venduti 3 mila occhiali

Il nuovo negozio della catena di ottica tedesca ha raggiunto il risultato durante l'inaugurazione del 2 luglio



«Sulla base del numero degli abitanti di Bolzano, l'obiettivo che ci eravamo posti era vendere 10 mila occhiali durante il primo anno di attività: certo non ci aspettavamo un risultato simile nel solo giorno dell'inaugurazione – commenta a b2eyes TODAY Ivo Andreatta (a destra, nella foto, con Marc Fielmann al centro e il direttore del negozio, Antonio Hoier), country manager per l'Italia di Fielmann – Già alle sette del mattino, ancora prima che aprissimo, c'era molta gente in attesa davanti al punto vendita e durante la giornata si sono formate code. Entro sera sono passate circa 4 mila persone, che hanno acquistato quasi 3 mila occhiali, da vista, ma soprattutto da sole, anche graduati».

Moltissimi si sono messi ulteriormente in fila anche per l'esame della vista. «In totale ne abbiamo effettuati 300, con la massima accuratezza – prosegue Andreatta – In occasione dell'apertura abbiamo messo in vendita montature da sole firmate a 9,50 euro, iniziativa che abbiamo deciso di

protrarre per dare la possibilità di usufruirne anche a chi non è riuscito a entrare. Lo stesso vale per le promozioni sulle lenti monofocali e progressive. Quel che non ci aspettavamo è che il secondo giorno abbiamo venduto ancor più occhiali da vista rispetto al primo».

Per comunicare l'imminente arrivo di Fielmann a Bolzano, l'azienda ha approntato un piano pubblicitario concentrato sui mezzi locali, con annunci sui quotidiani a partire dalla settimana precedente e frequenti passaggi radiofonici bilingui sulle emittenti altoatesine. Per i numerosi partecipanti sono stati allestiti un rinfresco e intrattenimento musicale con una band che suonava dal vivo, oltre a un gioco a premi stile Ruota della Fortuna che metteva in palio prodotti Fielmann.

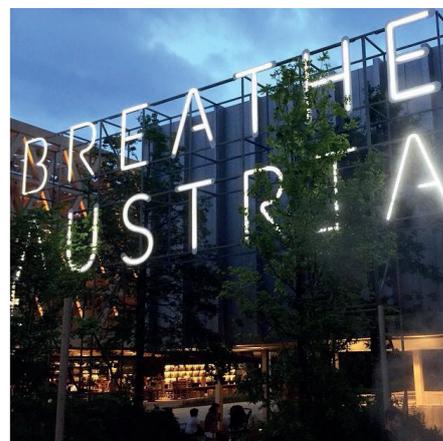
## Silhouette: la forza vendita "respira" a Expo

L'azienda ha previsto per la fine di agosto, all'interno dell'evento milanese, nel padiglione dell'Austria

«Abbiamo pensato di organizzare il nostro consueto meeting di fine agosto con la forza vendita nel padiglione dell'Austria (nella foto, tratta da Facebook) – spiega a b2eyes TODAY Paola Botta, responsabile ufficio comunicazione e marketing di Silhouette Italia - È il più fresco dell'Esposizione: ci sono circa 5 gradi in meno rispetto all'esterno, grazie a un piccolo bosco che genera ossigeno sufficiente per 1.800 persone all'ora».

Il padiglione dell'Austria, dalla superficie di quasi 2 mila metri quadrati, riproduce, infatti, il microclima di una vera e propria vegetazione: ai visitatori, come si legge sul sito di Expo, è proposta l'esplorazione di uno spazio che, in assenza di climatizzazione, viene raffreddato dal naturale effetto rinfrescante della evapotraspirazione delle piante.

«Ci è sembrata una fantastica idea per permettere ai nostri rappresentanti di conoscere tutte le novità che lanceremo nella seconda parte dell'anno in un ambiente piacevole, soprattutto se le temperature elevate di questi giorni continueranno fino ad agosto», conclude Botta.



## A Mondottica la distribuzione di Zoobug

Il marchio specializzato nel bambino e la multinazionale di Hong Kong hanno stretto una partnership e creato una divisione internazionale dedicata ai più piccoli



La collaborazione prevede un accordo di licenza e servizi a lungo termine: si espande così il portafoglio delle collezioni per bambini di Mondottica, che attualmente comprende Joules, Pepe Jeans e Ted Baker Kids.

«La collezione premium sole e vista di Zoobug per ragazzi e ragazze sarà distribuita in tutto il mondo da Mondottica, con effetto immediato e incrementando la presenza del brand nel Regno Unito, Europa, Stati Uniti, Asia, Australia e America Latina – si legge in una nota congiunta - La distribuzione ai principali fashion retailer internazionali, attraverso negozi che includono Harrods e Fenwicks nel Regno Unito, Luisa Via Roma in Italia, Kids 21 a Singapore e Harvey Nichols a Hong Kong, continuerà a essere supervisionata da Julie Diem Le fondatrice di Zoobug».

La distribuzione in Italia, dove la filiale di Mondottica è guidata da Egidio Schintu, per i circa 250 ottici partner, non è stata ancora avviata: la casamadre, interpellata da b2eyes TODAY, non ha comunicato quando inizierà (nella foto, tratta dal sito di Zoobug, un modello da sole).

## Essilor Italia, screening e lenti per i ragazzi in difficoltà

Il 12 e il 19 giugno, presso la sede di Milano dell'azienda, sono stati effettuati test visivi a minori ospiti di Case Famiglia del capoluogo lombardo, promossi in collaborazione con la Fondazione Francesca Rava-NPH Italia Onlus, che aiuta l'infanzia in condizioni di disagio

«Nelle due giornate sono stati effettuati circa sessanta screening visivi a bambini e ragazzi di età compresa tra i 2 e i 16 anni, sottoposti a una serie di test (nella foto) utili a valutare in tempo reale lo stato di salute visivo generale e identificare l'effettiva necessità di una correzione specifica – si legge in una nota di Essilor Italia - A coloro ai quali è stato riscontrato un difetto refrattivo, Essilor ha fornito le lenti per la correzione adeguata, consentendo un buono sviluppo della funzione visiva e la prevenzione dello strabismo nei casi a rischio». L'iniziativa ha potuto contare sul contributo del personale medico della Divisione di Oculistica Pediatrica dell'Ospedale Niguarda Ca' Granda di Milano, che l'ha sostenuta attivamente. «La Fondazione Francesca Rava – commenta nel comunicato Luca Strigiotti, managing director Essilor Italia - è ormai da qualche anno entrata nel cuore di Essilor Italia ed è per noi un grande onore e motivo d'orgoglio poter rinnovare il nostro impegno e la nostra collaborazione, contribuendo fattivamente a un programma in linea con il più ampio progetto di responsabilità sociale che contraddistingue il gruppo: migliorare la vita attraverso una migliore visione». Il programma dell'azienda è dare continuità al progetto estendendo l'iniziativa anche ad altre Case Famiglia.



EDIZIONE SPECIALE **EXPO 2015**

Il libro sulle linee guida per una corretta alimentazione completo delle più gustose ricette della cucina italiana

