



## Striscia la Notizia: tra botte e mazzate ci sono anche gli occhiali contraffatti

Violenta aggressione a Caserta per Luca Abete, inviato del programma di Canale 5, impegnato a documentare un mercato illegale di merce falsa, acquistata dalla criminalità organizzata



Tanti furgoni parcheggiati, bancarelle con cinture taroccate, orologi contraffatti, scarpe copiate da note marche e occhiali (nella foto, tratta dal servizio televisivo) «che sono imitazioni», sottolinea Abete, tutto a buon prezzo. Alla vista delle telecamere gli ambulanti abusivi coprono la merce e si mettono di spalle per non essere riconosciuti. «Questo è un danno enorme per i commercianti che pagano le tasse e hanno grandi spese», spiega l'inviato di Striscia nella puntata andata in onda lunedì sera.

All'improvviso si crea un trambusto generale: Abete viene attaccato verbalmente, il cameraman viene spintonato. Comincia l'aggressione vera e propria. «Ce ne andiamo», urla spaventato Abete, ma le sue parole non servono a fermare alcuni commercianti abusivi che nel frattempo, cappuccio in testa, si sono armati di bastoni, partendo alla caccia della troupe di Striscia. Le immagini che seguono riprendono i momenti concitati dell'aggressione.

Una telecamera viene distrutta a colpi di mazza e Abete viene letteralmente accerchiato, sino a quando alcune persone cercano di portarlo in salvo, ma viene comunque raggiunto e malmenato. Riceve addirittura un calcio in faccia. Un operatore viene preso a bastonate, finendo a terra in ginocchio tra urla di dolore. Tutti si nascondono nei servizi di un bar. «Siamo tutti feriti – dice Abete in chiusura di servizio – Spero che il mio naso non si sia rotto». Infine, interviene la Polizia che porta l'inviato e il suo staff verso un'ambulanza. La prognosi dell'ospedale è di alcuni giorni.

## Cucinotta nuova ambasciatrice Hoya

L'attrice siciliana è protagonista di "Tu Al Centro", la campagna Hoya Center 2017, studiata per coinvolgere maggiormente l'ottico e valorizzare il suo ruolo professionale

Il 26 febbraio scorso, al termine della seconda giornata di Mido, si è svolto l'evento "Tu Al Centro" al Palazzo del Ghiaccio di Milano, dove un migliaio di partner ha assistito alla presentazione della strategia Hoya per il 2017. Maria Grazia Cucinotta, nuova ambasciatrice del benessere visivo Hoya Center, ha introdotto la campagna di comunicazione, che partirà ad aprile, insieme all'amministratore delegato di Hoya Italia, Maurizio Veroli, e alla marketing manager, Anna Maria Nicolini.



A Mido, inoltre, è stato notevole il successo dell'area training presso lo stand Hoya (nella foto, a sinistra) su Yuniku e EyeGenius, che hanno coinvolto oltre 350 ottici partecipanti ai workshop. «In fiera i nostri ospiti hanno potuto anche ammirare modelle che indossavano i nuovi colori della gamma Fashion Sphere, 10 tonalità tinta unita e 5 bicolor, anche sfumati e light mirror silver e gold, per un totale di 135 combinazioni, pensati per esaltare lo stile dei portatori più alla moda», si legge in una nota di Hoya Italia (nella foto, in alto, Veroli, Nicolini e Cucinotta durante l'evento di presentazione della nuova campagna Hoya Center).



Occhiali ricchi di colore, design e passione italiana

SHOP AT NAU.IT





## VisionOttica Award, viatico per la professione

«Questo premio è nato proprio con l'obiettivo di supportare i neolaureati in Ottica e Optometria, per permettere loro di sviluppare l'eccellenza professionale e di inserirsi in modo più agevole nel mercato lavorativo», ha ricordato lunedì a Milano **Marco Procacciante**, amministratore delegato di Vision Group, in occasione della premiazione dell'edizione 2017



Il [quarto congresso](#) annuale dell'Associazione Laureati in Ottica e Optometria ha, infatti, ospitato la cerimonia di premiazione dell'edizione 2017 del riconoscimento, dedicato quest'anno alla memoria di Giuseppe Ricco, che ha visto i lavori provenire da quasi tutti gli atenei con corsi di laurea in Ottica e Optometria. Sul palco, a consegnare il premio assegnato da Vision Group in collaborazione con Aloeo, Albo degli Ottici Optometristi e le università italiane con corsi di laurea in Ottica e Optometria, sono stati Juan Carlos Martinez Moral, presidente del Consiglio Generale dei Collegi degli Ottici e Optometristi spagnoli, **Giulio Velati**, ex presidente di Federottica e dell'Adoo, e appunto Procacciante (*nella foto*), che in apertura dei lavori ha ringraziato l'associazione guidata da Simone Santacatterina per l'ospitalità che anche quest'anno ha dato ai VisionOttica Award. «Ritengo sia molto importante stabilire una relazione stretta e continua tra mondo del lavoro e mondo accademico e in questo l'Aloeo sta operando bene», ha aggiunto il numero uno di Vision Group.

Prima della consegna dei riconoscimenti Velati ha tenuto un lungo e commosso discorso in memoria di Giuseppe Ricco, ricordandone «la moralità e l'estrema coerenza, unita a un'indiscussa capacità politica in campo associativo, sostenuta sempre e comunque da una grande attenzione verso il prossimo», ripercorrendone l'infaticabile azione per la crescita e il riconoscimento dell'optometria in Italia, rafforzata dalla spinta verso una costante formazione della categoria e «dalla consapevolezza dell'importanza dell'istituzione di un percorso di tipo accademico, il più possibile simile alle realtà presenti a livello internazionale», ha sottolineato Velati, che ha inoltre invitato i giovani optometristi di oggi a raccogliere l'eredità dei decenni di lavoro svolti da chi li ha preceduti e a completare l'opera di legittimazione della professione con lo stesso impegno.

Tutto al femminile, per la terza edizione consecutiva, il [podio](#) di quest'anno: dietro alla vincitrice Paola Sandrinelli si è, infatti, piazzata Chiara Cesolari, mentre terza è risultata Avitar Shirah. «Questa edizione del concorso ha avuto un notevole successo tra i laureati degli atenei coinvolti – ha dichiarato **Giuseppe Longoni**, responsabile della Vision Group Academy – Sono state inviate oltre trenta tesi da quasi tutte le università, a eccezione di Firenze (*l'anno scorso mancava anche Roma, ndr*), e in giuria c'è stata grande "battaglia", perché la qualità dei lavori è parsa sempre più alta».

## Zuma, il titanio made in Japan parla inglese

Dopo aver consolidato la distribuzione in Gran Bretagna e in Francia, il brand, con sede nella capitale inglese, ha debuttato anche sul mercato interno

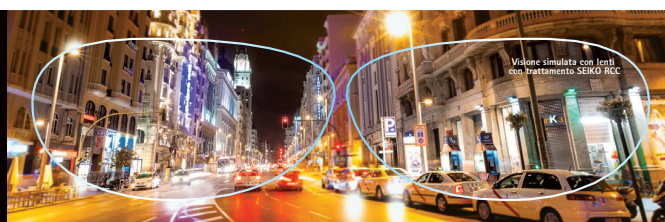


Idea inglese, produzione nipponica. Zuma, marchio fondato da Harvey Dhadwar nel 2009, è disegnato a Londra e realizzato in Giappone. È distribuito in circa duemila centri ottici in Gran Bretagna e 1.500 punti vendita in Francia, tutti indipendenti. La commercializzazione in Italia, recentemente avviata, è seguita da Andrea Sechi, ottico e titolare di New Ottica di Selargius, in provincia di Cagliari, e **Simone Mannai**, professionista sardo, ma da anni a Londra, fondatori di Crown Business. «Al momento Zuma è presente in Sardegna e in alcune località del sud Italia – spiega a b2eyes TODAY Mannai – L'obiettivo è coprire anche il nord del paese, con una distribuzione capillare: il nostro team è composto da due agenti, ma a breve sarà ampliato con un'ulteriore risorsa che andrà a servire proprio le zone mancanti. Contiamo così di raggiungere entro la fine di quest'anno circa cinquecento centri ottici italiani».

La forza del prodotto sta nella qualità, a un prezzo competitivo. «La collezione è caratterizzata da occhiali glasant (*nella foto, un'immagine di campagna*), con aste in titanio – spiega il professionista sardo – Il prodotto è rivolto esclusivamente a ottici indipendenti».

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

Supplemento al 15 marzo 2017 di b2eyes.com reg. presso Tribunale Milano, n. 292, 17-06-2009 © La riproduzione dei contenuti è riservata



Acquistando una coppia di lenti di ricetta SEIKO, in tutti gli indici e materiali,

**il TRATTAMENTO SEIKO RoadClearCoat (RCC)**

è allo stesso prezzo del trattamento SEIKO SuperCleanCoat (SCC)