

Punto di Vista: ad Aprilia replica la partnership con Seiko

Il 18 giugno è stato inaugurato il secondo negozio, in provincia di Latina, del centro ottico di Pomezia guidato da Mario Palladino insieme ai tre figli Daniele, Alessandro e Ylenia: un ruolo importante lo gioca il brand oftalmico



Potendo affidarsi a oltre vent'anni di esperienza nel campo dell'ottica e «visti gli ottimi risultati del nostro negozio di Pomezia, abbiamo deciso di ampliare l'attività posizionandoci in una zona diversa e interessante, che conta su un importante bacino di potenziale utenza e in cui non sono presenti store dello stesso calibro del nostro», spiega a b2eyes TODAY **Daniele Palladino**, responsabile del nuovo negozio Ottica Punto di Vista di Aprilia e figlio del fondatore dell'attività di famiglia, Mario. Lo store, che ha una superficie di circa duecento metri quadrati, è stato studiato efficacemente per esporre in modo

elegante e funzionale oltre mille montature dei principali marchi, sia vista sia sole, e un vasto assortimento di lenti. «Lo spazio, in cui la tonalità dominante è il grigio perla accompagnato dai colori aziendali arancione e blu (nella foto, l'interno del negozio), è molto moderno, con pannelli retroilluminati in plexiglass, banchi vendita in vetro e dettagli in acciaio che lo rendono luminoso e di impatto – prosegue l'ottico laziale – All'interno abbiamo anche due postazioni per vendite riservate, due sale refrazione, di cui una adibita all'applicazione di lenti a contatto, e il laboratorio di montaggio. La proposta è molto ampia e si rivolge a un target trasversale per soddisfare le esigenze di clienti con differenti capacità di spesa».

L'inaugurazione del nuovo centro ottico è avvenuta sabato 18 giugno coinvolgendo, attraverso inviti diretti e post su Facebook, circa duecento persone tra vecchi e nuovi clienti in un momento conviviale e allegro. All'appuntamento ha presenziato anche Seiko Optical Italia, per supportare lo staff del centro ottico nel consigliare i clienti sulle caratteristiche delle sue lenti. «Questo tipo di eventi rappresenta per noi un'opportunità per rafforzare collaborazioni con aziende leader e centri ottici altamente qualificati e professionali, confermandoci così un partner ideale», commentano a b2eyes TODAY dall'Ufficio Marketing di Seiko Optical Italia. All'interno del punto vendita è inoltre allestito uno spazio dedicato alle ultime novità e proposte dell'azienda oftalmica. «A Pomezia, dove già lavoravamo con Seiko, il marchio è piuttosto noto: stiamo cercando di presentarlo nel migliore dei modi anche qui ad Aprilia per farlo conoscere e valorizzarne la qualità dei prodotti tecnologicamente avanzati», conclude Palladino.

Invu Kids, protezione a tutto colore

Il marchio di montature combinate alle lenti ultra polarizzate di Swiss Eyewear propone una collezione di occhiali per bambino con oltre cento modelli per diverse fasce d'età

La proposta di occhiali per il bambino di Invu, rappresentata dalla collezione Invu Kids, è suddivisa in quattro fasce per soddisfare le esigenze dei più piccoli fra 1 e 3 anni (nella foto, a destra), fra 4 e 7 (nella foto, a sinistra), fra 8 e 11 e dai 12 ai 15 anni.

«I bambini sono oggi un segmento di mercato molto importante, ecco perché per Invu è fondamentale studiare collezioni che rispecchino le esigenze dei piccoli ma anche dei loro genitori – si legge in una nota dell'azienda svizzera - L'estate 2016 di Invu Kids si contraddistingue per una grande varietà di colori e trattamenti innovativi, completati dalle lenti ultra polarized, caratteristica distintiva del brand. Occhiali sofisticati, alla moda e molto trendy, con una grande attenzione ai dettagli, ma soprattutto alla protezione degli occhi dei più piccoli».



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

Disponibile su APP Store e Play Store.

Regno Unito: il modello optometrico non “uscirà” dall’Europa

“Anche se le Borse di tutto il mondo hanno lanciato segnali più che inquietanti nessuno è in grado di misurare le conseguenze della Brexit. È chiaro che le conseguenze saranno ampie e profonde, sia nel Regno Unito che nella UE”.

Questo scriveva, tra l’altro, Roberto Toscano dalle pagine di *Repubblica* domenica scorsa e ancora oggi è l’argomento che domina giornali e media



La nostalgia mai sopita per le antiche glorie imperiali unitamente a una profonda riserva per l’istituzione europea ha spinto i tre quarti dei votanti a pronunciarsi sul referendum popolare, che una orecchiabile crisi ha denominato Brexit. Indetto dal premier David Cameron per eccesso di baldanza democratica, è stato intercettato e fatto proprio dal misoneismo di populistici e demagoghi che, come conseguenza sul medio periodo, avrà la perdita dei vantaggi comunitari dell’appartenenza all’Unione Europea, con qualche buona probabilità anche un nuovo referendum per l’indipendenza scozzese e la credibile riapertura della drammatica questione nordirlandese (in massa entrambe favorevoli al Remain); nell’immediato la perdita del premierato da parte di

Cameron e, ultima beffa, la perdita del “seggio” agli Europei di calcio dopo la sconfitta con la piccola Islanda. Una sconfitta politica, economica, istituzionale e sportiva. Il tutto in una settimana.

E l’optometria? Le principali sedi universitarie sono la City University nel distretto di Londra, che ha votato per il Remain, e la Aston University nel distretto di Birmingham che ha preferito il Leave. Coloro che guardano e sognano il modello britannico come riferimento culturale dovranno anche chiedersi se preferire quello aperto all’Europa o quello chiuso? Per fortuna i modelli culturali sono, per loro natura, transnazionali e migrano oltre le logiche tribali di tribuni cortigiani e adulatori di feticci imperiali. cappa.sergio@fastwebnet.it

Essilor Italia: al via “Raddoppi le tue lenti” in versione estiva

Prosegue l’iniziativa dell’azienda ottico oftalmica con la Summer Edition, attiva da venerdì 1° luglio sino al 30 settembre: protagoniste Varilux S e Varilux E, oltre alle monofocali e al secondo occhiale da sole graduato, con l’obiettivo di animare i centri ottici anche in questa stagione

«La Summer Edition (nella foto, l’immagine di campagna) è una grande opportunità per i consumatori che possono scegliere un primo occhiale ad alto contenuto tecnologico e un secondo, a condizioni vantaggiose, specifico per il sole», si legge in un comunicato di Essilor.

La Summer Edition prevede, infatti, che la prima coppia di lenti possa essere selezionata tra le top di gamma Varilux S o la Varilux E oppure tra le monofocali Essilor con trattamento di gamma Crizal, nella versione chiara o Transitions. Il secondo paio, in promozione, riguarda le lenti specifiche vista sole sia Varilux sia monofocali, a scelta tra le proposte incluse nel Kit Sport&Sun, quindi colorate, specchiate, polarizzanti o per lo sport.

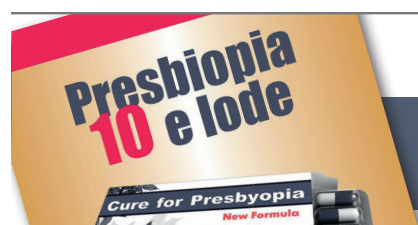
Essilor Italia pone l’accento sui vantaggi anche per l’ottico. «Aderire all’iniziativa è un volano per il proprio business sia nel breve sia nel lungo termine», sottolinea il comunicato. L’ottico e l’optometrista hanno, infatti, a disposizione un importante strumento per fidelizzare il cliente andando a soddisfare una sua esigenza in linea con la stagione, l’occhiale vista sole. «Inoltre, se la prima coppia è una monofocale Transitions di gamma Crizal, i centri ottici beneficeranno di un extra sconto del 50% sulla seconda coppia»,

precisa la nota. Per dare risalto all’iniziativa Essilor Italia mette a disposizione dei centri ottici partner specifico materiale promozionale per il punto vendita e da personalizzare per un’azione di marketing locale. «Tutto è disponibile su myessilor.it – conclude la nota – Al via anche una campagna social sulla pagina Facebook Essilor Italia Professional Community, con post da condividere in tempo reale e un nuovo video sponsorizzato sul mondo a colori di Essilor».



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

Supplemento al 30 giugno 2016 di b2eyes.com reg. presso Tribunale Milano, n. 292, 17-06-2009 © La riproduzione dei contenuti è riservata



Presbiopia 10 e Iode - Nicola Di Lernia

10 mega pillole per accelerare il tuo processo di crescita nel mercato over 40 anni utilizzando la tecnica dello scalatore

Sfoglialo un estratto del libro su www.fgeditore.it