



Fedon: nel negozio virtuale di Padova anche gli occhiali "digitali"

Il gruppo bellunese ha recentemente inaugurato nel cuore della città veneta un punto vendita con un nuovo concept: i consumatori possono consultare un catalogo online o in modalità touch screen, scegliere il prodotto e riceverlo al proprio domicilio



Il primo negozio virtuale Fedon 1919, dal modello di vendita innovativo, si trova in via Santa Lucia (nella foto, l'esterno). «Propone un'esperienza di acquisto fisica e, al tempo stesso, virtuale, grazie alla quale sarà possibile, tra l'altro, scegliere il prodotto su touch screen e vederselo recapitare direttamente a casa – si legge in un comunicato della società, specializzata in astucci e accessori in pelle - Approfittando della comodità del negozio virtuale, della completezza del catalogo sfogliabile su schermo e delle proposte sempre aggiornate, il nuovo negozio patavino, primo monomarca nella città veneta, vuole offrire alla clientela i vantaggi dello strumento online come immediatezza, disponibilità, semplicità e comodità fondendoli con quelli dello store fisico, ovvero la possibilità di vedere una selezione di prodotti, toccarli con mano e valutarne la qualità prima dell'acquisto». Tra gli articoli in modalità virtuale non manca la [linea sunwear](#) del brand, come precisano a b2eyes TODAY dall'ufficio stampa dell'azienda.

Nel frattempo è proseguito il [piano di sviluppo](#) della società presso gli aeroporti europei con la recente apertura al Terminal 1 dello scalo di Madrid, cui ha fatto seguito anche la nascita della filiale Fedon Spain, proprio nella capitale spagnola. La rete di Fedon risulta ora composta da 22 flagship e 6 shop in shop.

La società, quotata sui mercati Aim Italia ed Euronext Paris, nel primo trimestre di quest'anno ha registrato un fatturato pari a 15,7 milioni di euro rispetto ai 17,2 milioni dello stesso periodo dell'anno precedente. Le vendite derivanti dal canale Oem, grandi e piccoli fabbricanti di occhiali, sono state pari a 12,2 milioni di euro contro i 13,4 milioni di euro del primo trimestre 2016, «in ragione di un generale rallentamento del mercato dell'ottica e, in particolare, del segmento lusso, nel quale il gruppo è maggiormente presente – spiega un comunicato di Fedon - Il management ritiene che tale situazione migliorerà nel corso del 2017». L'Ebitda è stato pari a 607 mila euro, rispetto a 944 mila euro al 31 marzo 2016. «La variazione è attribuibile al minor fatturato registrato nei primi tre mesi del 2017 e all'impatto dei costi fissi aziendali, nonostante si evidenzia una maggiore marginalità di prodotto, in ragione di una gestione complessiva che esprime un'accresciuta capacità di generare margine operativo rispetto ai costi variabili», precisa la nota.

Gassmann, Favino e Renga star di Lozza

I due attori romani e il cantante bresciano sono le nuove icone di stile dell'housebrand di De Rigo

«Ancora una volta l'housebrand di De Rigo Vision decide di raccontare una storia, quella che unisce l'eleganza maschile a uno stile tipicamente italiano», si legge in un comunicato del gruppo di Longarone.

È così che Alessandro Gassmann, Pierfrancesco Favino e Francesco Renga (nella foto, da sinistra) sono stati individuati per indossare i nuovi occhiali dello storico marchio, diventandone ambassador, poichè rappresentano, attraverso la propria arte, il made In Italy nel mondo. L'ultima collezione di Lozza, i cui modelli prendono il nome da alcune città, come Napoli e Ravenna, richiama, infatti, «le origini e l'identità italiana del brand, nonché lo stile che contraddistingue i prodotti Lozza nel mondo», prosegue la nota.

Non è la prima volta che Lozza sposa il mondo dell'arte e dello spettacolo: in passato, ha collaborato con cantanti come Marco Mengoni e Mika, con rilevanti cooperazioni cinematografiche e recentemente ha firmato il [progetto](#) charity con il Cirque du Soleil.



PROMO WOW 2.0

PROROGATA fino al
31 Dicembre 2017



Eyezen™



con EYE PROTECT SYSTEM™

Scopri di più su [myessilor.it](#)



Milano: quattro centri ottici tra le botteghe storiche

Sono 31 gli ultimi esercizi commerciali selezionati dal Comune del capoluogo lombardo: tra questi anche Ottica Aleardi, Occhiali Pelo, Ottica DMZ e Foto Cine Ottica Brambilla



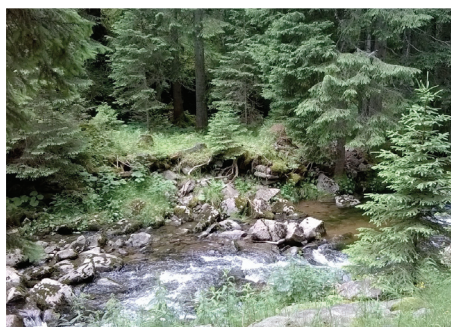
Si amplia il numero delle attività inserite nell'albo delle botteghe storiche cittadine, giunte oggi a 520. A conferire i nuovi riconoscimenti il sindaco Giuseppe Sala con l'assessore alle Politiche per il lavoro, Attività produttive e Commercio, Cristina Tajani e i rappresentanti delle associazioni di categoria, nel corso della cerimonia ufficiale che si è svolta il 26 giugno a Palazzo Reale (nella foto).

A ricevere l'attestazione c'erano anche quattro centri ottici. Il primo tra questi a essere stato fondato compirà un secolo fra due anni: si tratta di Ottica Aleardi, avviata nel 1919 e situata in corso San Gottardo. È datata 1930, invece, l'apertura di Occhiali Pelo di via Solari. A solo un anno di distanza sono state inaugurate Ottica Dmz di via Pier della Francesca, nel 1964, e Foto Cine Ottica Brambilla di viale Tibaldi, nel 1965.

Sono due i requisiti necessari per ottenere il riconoscimento di bottega storica: che l'esercizio sia attivo da almeno cinquant'anni nel medesimo comparto merceologico, a prescindere da eventuali cambi di titolarità, e che conservi totalmente o in parte i caratteri costruttivi, decorativi e di interesse storico, urbano e architettonico.

Trentino: le bellezze naturali si scoprono... a occhi chiusi

Un progetto, promosso in collaborazione con l'Unione Italiana Ciechi, vuole dare modo anche ai turisti non vedenti di conoscere la regione e il suo incantevole patrimonio grazie a programmi speciali e guide esperte



Vedere non con gli occhi, ma con tutti gli altri sensi, imparando a conoscere l'infinita varietà di bellezze naturali e paesaggi del territorio. È l'idea da cui è nato il progetto Trentino Ad Occhi Chiusi che, grazie a guide, programmi e strumenti specifici, permetterà anche ai ciechi e ai loro accompagnatori di scoprire nuovi itinerari, da percorrere in sicurezza e senza barriere di sorta, né architettoniche né percettive. All'interno di numerose strutture della regione, come aziende agricole, masi e rifugi, verranno proposte in due mezze giornate nei fine settimana da giugno a settembre una serie di attività differenziate sia per contenuti tematici esperienziali sia per target d'età cui si rivolgono, che si svolgeranno in interni o all'aria aperta: odori, materie e suoni naturali, racconti, silenzi sconfinati saranno i protagonisti di questi

"viaggi". Ad esempio, sul lago di Garda, si potrà fare climbing affrontando diversi itinerari di arrampicata con guida su una parete rocciosa attrezzata con mappa tattile; nella zona di Arco si potrà prendere parte a escursioni sensoriali accompagnati da un esperto, "ascoltando" la natura con l'udito, il tatto e l'olfatto, mentre a Madonna di Campiglio si potrà imparare a conoscere i suoni e i rumori della fattoria (nelle foto, alcuni scatti del parco di Paneveggio, a una decina di chilometri da Predazzo, in provincia di Trento, dove si svolge uno degli itinerari dell'iniziativa).

