

Emilia Romagna, terra "d'adozione" per Nau!

Con l'ultima apertura a Imola salgono a sei i punti vendita in questa regione del brand di occhiali con negozi monomarca, ben cinque dei quali avviati nell'ultimo anno



Un team di cinque persone propone collezioni sole e vista all'interno del nuovo store Nau! (nella foto) ai clienti del Centro Commerciale Leonardo, alle porte della città e a una quarantina di chilometri da Bologna. La regione emiliana raggiunge così la Sicilia come numero di punti vendita e si pone subito dopo il "terzetto" con la maggiore presenza di negozi a insegna Nau!: Lombardia, Piemonte e Veneto.

Cataratta, le nuove frontiere di Aiccer

A metà marzo si è svolto a Firenze il XVIII Congresso Nazionale dell'Associazione Italiana di Chirurgia della Cataratta e Refrattiva: 1432 iscritti provenienti da tutta Italia, tra oftalmologi e ortottisti, 170 docenti, 33 imprese sponsor e oltre 400 persone di staff aziendale e tecnici di sala operatoria coinvolti

«Questi numeri rendono il Congresso Aiccer il primo simposio monotematico dell'oftalmologia in Italia, superato soltanto dal Congresso della Soi», afferma a b2eyes TODAY Alessandro Franchini, presidente dell'ultima edizione dell'evento e membro del Consiglio direttivo dell'omonima associazione che lo organizza, nata nel 1998. Il programma ha visto, tra i vari appuntamenti, 9 sessioni di chirurgia in diretta, per un totale di 23 interventi, 10 sessioni plenarie, 4 focus group e 8 lunch simposia. «La cataratta costituisce oggi la più frequente patologia oculare e la più frequente causa di cecità trattabile al mondo: la sua frequenza è destinata ad aumentare nei prossimi anni sia per la forte crescita demografica nei paesi del terzo mondo sia per l'incremento delle quote di invecchiamento della popolazione dei paesi industrializzati – si legge in un comunicato dell'Aiccer – In Italia negli ultimi 30 anni la popolazione di età superiore a 64 anni è aumentata del 92% e quella di età superiore a 74 anni è aumentata addirittura del 116%. Ovviamente tutto questo implica che l'intervento per la rimozione del cristallino è quello oggi più eseguito al mondo e che assorbe le maggiori risorse economiche. In Italia sono eseguiti annualmente 550 mila interventi di cataratta».

Al Congresso di Firenze sono state presentate le maggiori novità in tema sia di strumentazioni per l'asportazione del cristallino catarattoso sia di lenti intraoculari, con gli ultimi modelli capaci di correggere la presbiopia, l'astigmatismo, le aberrazioni sferiche e cromatiche, di prevenire l'insorgenza dell'opacità della capsula posteriore e di mantenere l'accomodazione (nella foto, Franchini e il suo staff in sala operatoria, collegati in diretta con il simposio di Firenze).



AMARCORD

Storie dal mondo dell'ottica
e dai suoi protagonisti

Tutti gli "Amarcord" pubblicati su
b2eyes magazine dal gennaio 2011
a oggi in un unico libro

b2eyes

acquistalo online su www.fgeditore.it

Optrafair 2015: in mostra i big del retail inglese

A Specsavers e Boots Opticians, espositori tradizionali del salone, in programma a Birmingham dal 18 al 20 aprile, quest'anno si affiancherà per la prima volta anche Tesco: l'obiettivo è illustrare agli ottici in visita le opportunità di carriera legate al loro business



Dopo l'edizione dello scorso anno a Londra, cui hanno preso parte oltre 4.600 professionisti e circa 160 espositori, la fiera inglese dedicata all'eyewear torna a Birmingham, presso il National Exhibition Centre. Con 200 espositori internazionali per 500 marchi e circa 7 mila visitatori attesi, Optrafair, organizzata dall'anglosassone Federation of Manufacturing Opticians e dalla testata trade Opticians, prevede per l'edizione 2015 un incremento della superficie del Fashion Quarter di circa un terzo. L'area, dedicata a produttori e distributori di montature, ospiterà sia i grandi marchi del settore sia piccoli brand di design, molti dei quali presenteranno in anteprima le loro nuove collezioni. Inoltre, accanto alle ultime novità nelle lenti a contatto, lenti oftalmiche e strumentazione, saranno presenti anche numerosi espositori di software, servizi finanziari, packaging e servizi business professionali. Durante i tre giorni della manifestazione si susseguiranno anche le opportunità formative, con un fitto calendario di

relazioni, tavole rotonde, workshop e seminari (nella foto, l'area dedicata all'aggiornamento professionale dell'edizione 2014 a Londra).

Pininfarina debutta nell'eyewear con De Rigo

La società di industrial design e l'azienda di Longarone, con il suo housebrand Lozza, hanno firmato un accordo per la realizzazione di una capsule collection

Lozza by Pininfarina (nella foto, un modello) si caratterizza per «lo spirito sportivo che prende corpo in materiali innovativi, come l'alluminio, che rendono l'occhiale elegante e al tempo stesso leggero e resistente», si legge in un comunicato congiunto. La collezione è composta da cinque modelli.

Secondo Paolo Pininfarina, presidente dell'omonimo gruppo, questi modelli sono stati creati «per chi ama l'eleganza unita alla sportività, per chi desidera affermare uno stile forte con carattere proprio, per chi ama e segue lo stile Pininfarina». La società fu fondata nel 1930 a Torino, ma da oltre 25 anni, attraverso la Pininfarina Extra, ha differenziato il core business dell'automotive con l'industrial design (elettronica, articoli sportivi, arredamento, attrezzature e macchinari, beni di consumo, graphic design e packaging), architettura e interiors (progetti residenziali, hospitality, strutture sportive e commerciali) e transportation design (yacht, aerei, jet privati, ecc).

«Crediamo molto nell'unione di due marchi italiani con una forte allure a livello globale - afferma nella nota Michele Aracri, amministratore delegato di De Rigo Vision - Con la linea firmata da Pininfarina vogliamo presidiare ulteriormente il settore del lusso e rivolgerci a un consumatore sofisticato e attento ai dettagli». Nel segmento Luxury il gruppo De Rigo, che come riportato da pambianconews.it ha chiuso il 2014 con circa 375,5 milioni di euro di ricavi (+2,8% rispetto al 2013) di cui il 92% riconducibile all'export, è già presente sul mercato con Lozza Sartoriale e con i brand in licenza Chopard e Lanvin.

