

Essilor Italia di nuovo on the road: si parte da Roma

Al via domenica il primo appuntamento di Essilor Vision Gala 2016, show itinerante dell'azienda ottico oftalmica: un momento d'incontro e confronto con gli ottici partner sul territorio per iniziare a scoprire le novità dedicate a lenti e strumenti, oltre alla campagna media Varilux



Il roadshow, tradizionale appuntamento sul territorio di Essilor Italia quest'anno cambia e si amplia ulteriormente, rinnovandosi nel format e nella durata. «Si chiama Essilor Vision Gala (nella foto, la locandina) e propone un format più snello in fatto di durata del singolo evento, vale a dire meno di una giornata, ma distribuito su più location lungo il territorio italiano», rivela a b2eyes TODAY Luca Strigiotti, managing director di Essilor Italia.

Il roadshow prenderà il via da Roma al Teatro Brancaccio «dove gli ospiti saranno accolti con un cocktail al quale seguirà lo spettacolo dell'attore e comico Maurizio Battista», si legge in una nota di Essilor Italia. Il 28 febbraio, invece, sarà la volta di Milano, in concomitanza di Mido, presso l'Auditorium San Fedele per una serata che vedrà protagonista Teo Teocoli.

Caretti: Mido Design Lab, indispensabile per essere al passo con i tempi

Lo spazio del salone milanese, in programma a Fieramilano Rho dal 27 al 29 febbraio, si rinnova: rispetto alla scorsa edizione, raddoppia il numero di espositori della Lab Academy, confermando così la volontà di proseguire l'attività di scouting, e aggiunge More!, destinata ad aziende caratterizzate da una forte dose di innovazione in design, immagine e comunicazione

«In totale i nuovi espositori di Mido Design Lab (nella foto, un'immagine dell'edizione 2015) saranno un centinaio, 87 dei quali saranno collocati nel More!, lo spazio satellite assoluta novità di quest'anno: un luogo di straordinaria creatività, progettualità e innovazione, un laboratorio di idee, concetti e sperimentazioni – spiega a b2eyes TODAY Caretti, direttore artistico di Mido Design Lab – Quest'area d'incontro per i più audaci designer e creatori di occhiali sarà la cornice ideale per presentare nuovi progetti nel mondo dell'eyewear che mirano a ispirare i professionisti del settore. Tra questi, quaranta start up faranno parte della Lab Academy, collocata sempre all'interno di More!, la quale nel 2015 ha così entusiasmato i visitatori e che quest'anno raddoppia i propri espositori: un segnale che c'è molto fermento in questo campo e che i nuovi imprenditori che si affacciano a questo mondo vedono in Mido il luogo che meglio valorizza le loro caratteristiche e le loro peculiarità».



Mido Design Lab conferma il target dell'ottico italiano cui si rivolge: attento alla ricerca e curioso di nuovi prodotti. «In generale comunque ritengo che visitare il Design Lab sia utile per tutti i professionisti del settore, anzi sia indispensabile per essere al passo con i tempi», sottolinea il professionista. Qual è il plus di Mido Design Lab rispetto alle altre aree dedicate all'eyewear d'avanguardia presenti nelle principali fiere dell'ottica internazionali? «È sicuramente uno dei luoghi più interessanti nel panorama mondiale per vedere cosa c'è di nuovo e per farsi un'idea di come sta evolvendo il mercato – conclude Caretti – A Mido va riconosciuto il merito di avere colto tale evoluzione, creando le perfette condizioni espositive per questa tipologia di aziende e innescando così un circolo virtuoso di reciproca conoscenza e fiducia. Il Design Lab è una delle basi su cui poggia la leadership di Mido, che ha nel tempo investito considerevoli risorse nella continua e incessante ricerca e scouting di nuove realtà imprenditoriali che decidono di debuttare al salone, non a caso, ma proprio perché sanno che è il primo palcoscenico mondiale del settore».

Marchon unifica la gestione di licenze e housebrand

L'azienda di eyewear ha nominato Thomas Burkhardt Senior Vice President Global Licensing & Marketing, a supporto degli obiettivi del gruppo americano di espandersi in nuovi mercati e canali



Il ruolo di Thomas Burkhardt (*nella foto*) è di nuova creazione. «Burkhardt gestirà i team brand che si occupano delle licenze statunitensi e internazionali, dei marchi di proprietà e di quelli sportivi, unitamente al marketing a livello globale, comunicazione, creatività e pubbliche relazioni – si legge in una nota di Marchon - Riporterà direttamente a Claudio Gottardi, presidente e amministratore delegato del gruppo di eyewear».

Prima di entrare in Marchon, Burkhardt ha guidato in Coty la divisione Profumi & Cosmetici di Calvin Klein, in qualità di vicepresidente del Global Marketing dal 2010. Precedentemente a tale incarico, ha trascorso la maggior parte della sua carriera in Procter & Gamble Europa, ricoprendo diversi incarichi internazionali in Germania, Regno Unito e Svizzera.

Il manager si è specializzato nella gestione del brand management all'interno di organizzazioni globali, oltre che nella gestione di attività di licensing, marketing e dei team creativi in diversi paesi. «La sua consolidata esperienza nella strategia commerciale, nello sviluppo dei prodotti e delle capacità di brand management, marketing omni-channel e digitale rappresenterà un valore aggiunto per Marchon Eyewear, alla luce degli obiettivi del gruppo di focalizzarsi in nuovi mercati e canali, oltre che

nell'espansione del portafoglio brand», prosegue il comunicato.

Netcity, l'aggiornamento si fa nella "Palestra della Visione"

È il titolo della prima fase dei corsi di formazione della società di servizi, iniziato il 25 gennaio a Brindisi e in programma in altre regioni a supporto degli ottici affiliati

Tali iniziative formative costituiscono «uno dei molti servizi esclusivi a disposizione degli affiliati Netcity per affrontare con successo le continue sfide del mercato moderno e guardare al futuro con la consapevolezza di essere supportati da un team di professionisti quotidianamente a propria disposizione», afferma una nota della società. Il 1° febbraio è stata la volta di Napoli, mentre il 15 toccherà a Padova e il 22 a Milano. Il 14 marzo il programma di formazione sarà a Firenze. Gli incontri, che coprono l'arco di un'intera giornata, dalle 9 alle 18, prevedono workshop ed esercizi per mettere in pratica quanto viene spiegato.

«Questa prima fase di corsi dal titolo "La palestra della visione" (*nella foto, una fase dei lavori*) affronta le dinamiche della comunicazione interpersonale con il cliente finale con un approccio metodologico pratico e coinvolgente, ricreando situazioni reali che costituiscono un vero e proprio allenamento per tutti i partecipanti», si legge ancora nel comunicato. Ciascun corso che si è svolto finora, o per cui sono già state chiuse le iscrizioni, ha coinvolto circa trenta ottici. «A questo primo ciclo di cinque appuntamenti itineranti ne seguirà un secondo, particolarmente indirizzato all'imprenditore ottico, dal titolo: "La gestione di un'azienda chiamata Centro Ottico", per recepire conoscenze e strumenti orientati a massimizzare le risorse disponibili in chiave di profitto e sviluppo aziendale», conclude la nota.

