

Per Cecop è stato un venerdì "nero"

Prende sempre più piede anche da noi il Black Friday, il giorno che tradizionalmente dà inizio allo shopping natalizio negli Stati Uniti con sconti e promozioni: per la prima volta il 27 novembre lo ha lanciato anche il gruppo di origine spagnola che conta circa 800 centri ottici in tutta Italia



OFFERTE SPECIALI

«Il primo passo per la realizzazione dell'iniziativa è stato un sondaggio tra gli affiliati, cui è stato chiesto di votare fra tre proposte, la più gettonata delle quali è poi diventata la prima campagna Black Friday di Cecop Italia - dichiara a b2eyes TODAY **Elisabetta Ricciotti**, responsabile marketing del network - Abbiamo spiegato loro cos'è il Black Friday e come stia prendendo sempre più piede anche in Italia e diversi associati hanno voluto aderire».

Tra questi **Tiziana Agri**, titolare dell'omonimo punto vendita a Sassari. «L'iniziativa è andata benissimo da ogni punto di vista - commenta al nostro quotidiano la professionista sarda - Il risultato è stato positivo perché ho approfittato di questa filosofia commerciale americana applicandola alla nostra realtà. Nel vero spirito del Black Friday non ho proposto vecchie collezioni, ma spinto sugli ultimi modelli e sulle nuove tecnologie, offerti a prezzi competitivi. E ho fatto dell'evento anche un momento ricreativo, di cultura, di scambio, di conoscenza, quasi una festa. I clienti hanno colto bene l'essenza diversa dell'iniziativa, che andava al di là del semplice sconto praticato anche in altri momenti dell'anno, ma voleva dare un'emozione differente all'esperienza d'acquisto». Facebook, messaggi sms e una comunicazione diretta con chi si recava nel centro ottico durante le settimane precedenti sono i canali attraverso cui Agri ha promosso il Black Friday presso i suoi clienti. «Sono così soddisfatta di come sono andate le cose - precisa l'ottica - che prima di Natale organizzerò un altro evento che si chiamerà Christmas Day Vision».

Soddisfatto anche **Ezio Croce**, titolare di Ottica Croce di Milano, che tratta solo eyewear di design. «È andata molto bene - sottolinea a b2eyes TODAY l'ottico lombardo, che ha avviato l'attività trent'anni fa - Era prevista una promozione del 30% sugli occhiali da sole, sugli occhiali da vista con lente monofocale a 69 euro e un progressivo completo a 250 euro: queste ultime due offerte hanno riscosso molto successo. Per promuovere il Black Friday ho inviato sms ai miei clienti, dai quali ho ricevuto un ottimo riscontro, ed è risultato il mezzo più efficace. Poi ho pubblicato la campagna sia sul mio sito internet sia sulla pagina Facebook del punto vendita» (nella foto, l'immagine di campagna dell'iniziativa di Cecop Italia).

Claro Italia, un battito d'ali per Medici Senza Frontiere

L'insegna, che oggi conta una trentina di punti vendita sul territorio nazionale, sostiene l'organizzazione umanitaria, presente in oltre 60 paesi, con la collezione Butterflye Effect

Claro Italia verserà una quota derivante dagli occhiali venduti nel periodo natalizio, celebrando l'iniziativa con il lancio della linea **Butterflye Effect** (nella foto, un modello). «Il nome della nuova collezione made in Italy prende spunto dal cosiddetto "effetto farfalla", idea ispirata al racconto di fantascienza di Ray Bradbury *Rumore di tuono*, secondo cui a piccole variazioni nelle condizioni iniziali corrispondono grandi cambiamenti nel comportamento a lungo termine di un sistema - si legge in un comunicato di Claro Italia - In semplici parole un battito d'ali di farfalla può scatenare un uragano a migliaia di chilometri di distanza, a sottolineare che un piccolo gesto può creare grande beneficio in luoghi molto distanti. Un pensiero che troppo spesso le persone tendono a sottovalutare». Claro si è ispirata a questo racconto per promuovere la partnership con Medici Senza Frontiere che durerà per tutto il 2016, «affinché centinaia di donne possano veder crescere sani i propri bambini», sottolinea la nota.



UNA NUOVA FRONTIERA DELLA SICUREZZA ALLA GUIDA.

Lenti ZEISS DriveSafe

Una lente ad uso quotidiano per una guida più sicura e rilassata, anche in condizioni luminose difficili.



Migliora la visibilità con luce scarsa

Riduce riflessi e abbagliamento da fari e segnaletica

Garantisce un'accurata visione di strada, cruscotto e specchietti



We make it visible.

Leonardo Del Vecchio è il più ricco d'Italia

Con 21 miliardi di euro il proprietario di Luxottica "strappa" il titolo a Michele Ferrero, titolare dell'omonima azienda piemontese, inventrice della Nutella, scomparso lo scorso febbraio



La classifica si basa sui listini delle società quotate a Piazza Affari, rivelata da *Affari & Finanza*, il supplemento economico di *La Repubblica*. Leonardo Del Vecchio (nella foto) figura così al primo posto, con un record particolare: è il primo «dei super ricchi d'Italia a polverizzare il muro dei 20 miliardi di euro di patrimonio – si legge su *repubblica.it* - Un balzo da record visto che nel 2006 aveva un conto in banca di 8,2 miliardi».

L'eccezionale performance registrata da Del Vecchio quest'anno poggia principalmente sui sei miliardi guadagnati grazie alla corsa dei titoli dell'azienda di occhiali, secondo quanto riportato dal sito del quotidiano romano. Ma sul risultato finale hanno inciso anche il suo 2% in Generali e la sua partecipazione nell'immobiliare francese Credit Foncière.

Al secondo posto di questa speciale classifica si piazza la famiglia Rocca della Techint, con un patrimonio di quasi 9 miliardi di euro. Bronzo, invece, per la famiglia trevigiana dei Benetton, con oltre 7 miliardi di euro.

Se gli fai l'occholino, lo smartphone obbedisce

Il progetto EyeWink, sviluppato da un team di dottorandi del dipartimento di Informatica e Ingegneria Elettronica dell'Università di Essex, in Inghilterra, grazie a uno speciale dispositivo permette di impartire comandi al cellulare strizzando gli occhi

EyeWink è un dispositivo indossabile su un paio di occhiali, di cuffie o in un cappellino, che consente di controllare lo smartphone ammiccando. Secondo quanto riportato dai media, la tecnologia alla base del suo funzionamento è fondata sull'utilizzo di particolari sensori per rilevare l'attività muscolare attorno all'occhio e si connette al telefono in modalità wireless. Diversi comandi, ad esempio riprodurre dei brani musicali, possono essere abbinati a ciascuno dei due occhi tramite una app. Diverse anche le funzioni possibili: se si è alla guida, si può utilizzare per rispondere o rifiutare una chiamata, se si sta correndo per controllare la propria playlist e così via. EyeWink è però anche una tecnologia progettata per aiutare le persone con gravi disabilità a interagire con lo smartphone, fornendo un canale di comunicazione alternativo: con un semplice ammiccamento, ad esempio, potrebbero far partire una chiamata d'emergenza. L'obiettivo finale è arrivare a un nuovo modo di interagire con la tecnologia, fornendo un'interfaccia alternativa che possa essere applicata a vari dispositivi, come sedie a rotelle robotizzate, non solo agli smartphone. Il team, costituito da Davide Valeriani e Ana Matran-Fernandez, ha recentemente avviato una campagna per raccogliere fondi per sviluppare il progetto e portarlo sul mercato.

