

Nau! esce dai confini: aperto uno store a Barcellona

Se ne parlava da tempo, nel settore e non solo, e il giorno è arrivato: il 16 maggio scorso il primo brand di occhiali con negozi monomarca ha finalmente piantato una bandierina all'estero



Il primo store Nau! oltre i confini nazionali è stato inaugurato in una delle gallerie commerciali dello shopping center Anec Blau, nella zona della città catalana che si affaccia sul mare: nel centro commerciale si trovano alcune delle maggiori griffe internazionali. La formula di questo negozio (*nella foto*), che è direttamente controllato dalla proprietà, non si discosta dal format che ha permesso di aprire un'ottantina di punti vendita in Italia in meno di un decennio: montature sole e vista, per uomo, donna e bambino, e prodotti di contattologia, tutti a marchio Nau!, con riassortimento ogni mese e un accattivante rapporto prezzo-qualità.

Sono cinque i collaboratori del primo shop spagnolo, che si estende su un centinaio di metri quadrati. La scelta, come spiegano a b2eyes TODAY i vertici di Nau!, è ricaduta sulla Spagna per il buono stato di salute dell'economia locale e per la vicinanza culturale, linguistica e di gusti della sua clientela finale rispetto a quella italiana. Non si sbilanciano, tuttavia, sull'annuncio di nuove aperture: molto dipenderà dagli esiti di questo primo test in terra catalana.

Volpi: il binomio benessere visivo-acustica è strategico

Il core business è l'ottica, ma il centro, situato in una zona periferica di Roma, offre anche soluzioni audiometriche, richiamando così, grazie anche a qualità del servizio e professionalità, una clientela proveniente per la maggior parte dal quartiere, ma anche da zone esterne

«Il nostro è un punto vendita di dimensioni contenute, dove lavoriamo io e una dipendente - afferma a b2eyes TODAY Annalia Volpi (*nella foto*), titolare del centro nato nel 2007 e affiliato Vision Service - L'ottica è assolutamente il nostro core business, infatti ci occupiamo di controlli della vista, costruzione e applicazione di lenti a contatto, vendita di lenti e montature; abbiamo, però, anche una concessione da parte di una grande azienda che ci consente di proporre servizi audiometrici. Un'opportunità in più a disposizione dei nostri clienti, di trovare presso di noi la soluzione anche a questo tipo di problema, oltre che i migliori ausili per il benessere visivo». Non c'è però un addetto dedicato in sede, che «viene in negozio solo in determinati giorni perché lavoriamo esclusivamente su appuntamento - spiega l'ottica romana - Inoltre, diamo la possibilità di effettuare visite specialistiche su richiesta, collaborando con oftalmologi e ortottisti».



Per quel che riguarda la caratterizzazione dell'offerta, il negozio offre una scelta abbastanza ampia, calibrata sulle esigenze di diverse tipologie di cliente, «dalla montatura economica, che permette a chi è meno facoltoso di acquistare un occhiale su misura, o il secondo paio di scorta, alle griffe - prosegue Volpi - Cerchiamo anche di proporre prodotti innovativi, soprattutto dal punto di vista dei materiali o del design e, facendo parte di Vision Service, abbiamo le loro linee esclusive». Cortesia, competenza e focus sulle esigenze del consumatore sono le caratteristiche su cui Ottica Acustica Volpi ha puntato per consolidare il proprio parco clienti, soprattutto in anni in cui la situazione economica ha messo a dura prova molte attività. «Conquistare nuove fette di mercato con questa crisi è sempre difficile - continua Volpi - Qualche cliente magari tende a rivolgersi a un altro centro perché offre dei prezzi più bassi o ha un'immagine pubblicitaria più aggressiva della nostra, ma c'è assolutamente chi privilegia l'acquisto di un prodotto di alto livello, più attento per quel che riguarda sia l'oftalmica sia l'occhialeria. Per carità, le promozioni sono importanti e le facciamo anche noi, aderiamo alle campagne, commerciali e professionali, che Vision Group mette a disposizione degli affiliati, ma cerchiamo di dare al cliente opportunità vantaggiose coniugandole con soluzioni di qualità e servizi marketing percepiti come un grande valore aggiunto, quale ad esempio la Carta Servizi, che tra l'altro dà loro l'opportunità, nell'arco di due anni, di sfruttare offerte commerciali per i rinnovi».



Scopri la nuova gamma
di lenti Progressive ZEISS.



Nuove
con l'esclusiva
Digital Inside™
Technology

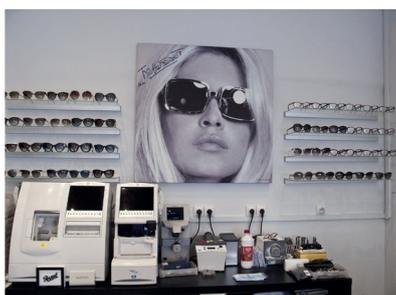
Luxottica mette mano al Ponte dell'Accademia di Venezia

Il gruppo di Agordo ha deciso di finanziare con 1,7 milioni di euro il restauro del celebre monumento con una donazione al comune della città lagunare, a sostegno del progetto e delle successive attività di manutenzione

Con la sua arcata di 48 metri, il Ponte dell'Accademia, costruito nel 1932, è l'unico ponte in legno ad attraversare il Canal Grande ed è uno dei più utilizzati dai veneziani. Il monumento conduce alle Gallerie dell'Accademia e ogni anno conta su oltre 8 milioni di passaggi. «Luxottica è orgogliosa di partecipare alla realizzazione di un progetto così importante, che restituirà ai veneziani e ai turisti un simbolo della città nella sua originale bellezza - dichiara in una nota Leonardo Del Vecchio, presidente di Luxottica - Questa donazione è un gesto d'affetto per Venezia e per il nostro territorio d'origine. Oggi Luxottica è un'azienda globale che rappresenta l'eccellenza del made in Italy nel mondo, ma il suo cuore pulsante rimane nel Veneto». La decisione di finanziare il restauro di uno dei ponti simbolo della città è stata presa «per dare un segno tangibile della presenza di Luxottica nella vita sociale, culturale ed economica della comunità veneziana. La donazione al comune di Venezia testimonia la nostra passione per l'arte e la bellezza italiana, che portiamo ogni giorno nel mondo attraverso i nostri prodotti», commenta nel comunicato Luigi Francavilla, vicepresidente di Luxottica.

Saint Tropez: un ottico mette in vetrina la Bardot

Per festeggiare gli 80 anni della diva, Lauren Optic ha allestito il proprio negozio con la foto autografata di B.B.



A distanza di più di cinquant'anni l'associazione Saint Tropez-Brigitte Bardot continua a essere immediata. Chi più del biondo simbolo sexy ha reso la località della Costa Azzurra una delle più trendy? Normale, quindi, che per gli 80 anni della diva, St. Trop le dedicatesse un tributo. E così la cittadina è piena di manifesti con la sua immagine, i negozi e i ristoranti hanno sue foto o qualcosa che la ricorda o ricorda le sue folli notti. Lauren Optic, nel centralissimo boulevard Louis Blanc, l'ottico più aggiornato sui marchi di tendenza, si adegua e mette in mostra una foto autografata di B.B. con un paio di grandi occhiali squadrati (nella foto), modello ripreso in varie collezioni attuali. ([Luisa Espanet](#))

Occhio bionico, ora funziona senza chip nella retina

Il dispositivo, sviluppato da un gruppo di ricercatori della Monash University di Melbourne, in Australia, raccoglie immagini con una telecamera digitale montata su occhiali per poi trasferirle via wireless a degli elettrodi impiantati nel cranio

Come specificato sul sito della Monash University, questo tipo di occhio bionico è stato sviluppato per persone con perdita della vista causata da diversi fattori, come il glaucoma o la degenerazione maculare, e potrebbe aiutare anche pazienti il cui nervo ottico sia stato danneggiato in conseguenza di traumi o malattie. La differenza con occhi bionici sviluppati già negli anni passati sta nel fatto che nessun chip viene impiantato nella retina. Ciò che viene catturato dalla videocamera viene trasferito a un congegno di elaborazione della visione, grande quanto un telefono cellulare. Successivamente l'immagine viene inviata prima a un'antenna posizionata dietro la montatura, quindi trasmessa senza fili al cervello, dove è ricevuta da minuscoli tasselli in ceramica di 9 per 9 millimetri contenenti 43 microelettrodi ciascuno, impiantati chirurgicamente nella corteccia cerebrale. Quanto più saranno gli elettrodi impiantati tanto più dettagliata sarà l'immagine, ma, trattandosi comunque di un numero limitato, il dispositivo deve essere programmato per selezionare quali informazioni raccogliere e mandare al paziente.

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

Supplemento al 3 giugno 2015 di b2eyes.com reg. presso Tribunale Milano, n. 292, 17-06-2009 © La riproduzione dei contenuti è riservata



EDIZIONE SPECIALE **EXPO 2015**

Il libro sulle linee guida per una corretta alimentazione completo delle più gustose ricette della cucina italiana

