

## Salmoiraghi & Viganò: il progetto partnership passa da Mido

In un'ampia intervista su b2eyes magazine n.2, in uscita il 28 febbraio all'apertura della manifestazione fieristica milanese, Giorgio Candido (nella foto), amministratore delegato della più grande catena italiana, svelerà gli obiettivi del nuovo programma di affiliazione



«Mido rappresenta un'occasione unica per incontrare gli ottici italiani e illustrare loro il nostro progetto di partnership», ricorda nell'intervista Candido, che individua nel salone di Milano una tappa fondamentale per questo progetto. «Per Salmoiraghi & Viganò, che torna a essere in mostra a Mido dopo molti anni, la presenza come espositori è anche un elemento molto importante in termini d'immagine», aggiunge il manager.

## Blackfin, a Mido ancora in stile industry

Come per la [scorsa edizione](#) della rassegna fieristica milanese, il brand, prodotto e distribuito da Pramaor, si presenta con un nuovo spazio espositivo, in tema post industriale

Anche questo progetto è realizzato dall'architetto Nicola de Pellegrini e dal suo studio Anidride Design. «Ogni singolo elemento dello stand è concepito per sottolineare l'energia e il carattere del prodotto – si legge in un comunicato di Pramaor - Grandi pannelli neri di metallo traforato (nella foto) si incastrano tra loro quasi fossero schegge di lamiera conficcate nel volume della struttura. A terra il cemento grezzo, grigio elemento di contrasto, e lungo una delle pareti perimetrali un'enorme turbina aerea in movimento enfatizzano il carattere moderno e futuristico dell'ambientazione che diventa essa stessa un microcosmo da vivere e da esplorare». Dettagli e colori richiamano la nuova campagna pubblicitaria, «creando quasi una simbiosi tra i due luoghi in cui il pubblico può addentrarsi per conoscere il nuovo mondo Blackfin – sottolinea la nota - Al centro dello stand trova spazio il bar Cipriani, a suggellare la partnership tra i due brand».



## Irsoo: un nuovo sito per interagire con la formazione

Rinnovato nella grafica e nella struttura, si presenta anche più social, essendo navigabile facilmente con smartphone e tablet

Una veste grafica ordinata e più leggibile, una struttura per una navigazione semplice e intuitiva, che consenta di raggiungere agevolmente tutte le informazioni necessarie per la scelta del corso desiderato o le notizie su eventi legati all'attività e al mondo dell'ottica, dell'optometria e delle scienze della visione. È il nuovo [irsoo.it](#), secondo gli obiettivi che si è prefissato l'Istituto di Vinci.

«Ci siamo ispirati ad altre esperienze, soprattutto di università straniere, non copiandole pedissequamente ma cercando di piegarle alle nostre idee e alle nostre esigenze e caratteristiche – spiega una nota dell'Irsoo - Il lavoro non è terminato, si tratta solo dell'inizio. Sul sito la nostra attività formativa è ben rappresentata, ma in futuro cercheremo di dare più spazio e visibilità anche alla ricerca e ai servizi al cittadino».



Eyewear Show  
Milan | 28 Feb | 1-2 Mar | 2015

## Reverdy: almeno tre buoni motivi per visitare Mido

È tuttora la più importante rassegna dell'ottica, a livello mondiale. Ormai giunta alla sua 45esima edizione, ogni anno molti ottici si chiedono se vale la pena di partecipare all'evento

Mido continua a essere un punto di riferimento per la vita dell'ottica oftalmica, della contattologia e dell'optometria. Se davvero professionalità e aggiornamento devono guidare la nostra azione presente e futura, sono necessari appuntamenti, come Mido, utili per fare il punto della nostra attività e della nostra crescita. Allora a Mido perché? Tre possono essere le linee guida di una visita.

**Confrontare.** Se ho in programma un acquisto di strumentazione, è il momento giusto per avere tutte le informazioni necessarie e poter fare un confronto fra le varie proposte. Soprattutto in questo campo Mido garantisce un panorama completo delle offerte del mercato, provando e discutendo con i tecnici le proposte che ci interessano.

**Conoscere.** Mido è ancora una delle occasioni in cui le aziende presentano le proprie novità. La nostra professionalità non può essere sempre legata al passato, ma deve "nutrirsi" di modernità, per essere costantemente all'avanguardia e al passo con i prodotti più innovativi. Essere aggiornati sui nuovi prodotti è un imperativo che dobbiamo sempre seguire. Professionali e moderni, perché la tecnologia cammina rapidamente e fa continui passi avanti per fornirci una sempre più elevata qualità. Soprattutto nel campo oftalmico e della contattologia a Mido si possono incontrare i tecnici più qualificati delle aziende e dibattere con loro pregi e diversità dei nuovi prodotti.

**Curiosare.** Per informarsi e aprirsi a nuovi rapporti commerciali. In particolare nel campo delle montature, oltre che le grandi aziende a Mido se ne incontrano molte altre, in grado di ampliare le nostre proposte ai clienti con prodotti comunque di elevato prestigio. Piccole e medie realtà italiane, ma anche estere, attente alla qualità e al servizio, possono diventare un plus molto interessante per differenziare la nostra attività.

Infine non dimentichiamo che Mido è anche formazione, grazie ai momenti di studio che sempre propone con i migliori esperti del nostro settore. Un'occasione interessante per una "boccata" di aggiornamento. [gmreverdy@gmail.com](mailto:gmreverdy@gmail.com)

## Essilor tra le cento aziende più sostenibili del mondo

Per il terzo anno consecutivo, la multinazionale di lenti oftalmiche riceve il riconoscimento, attribuito secondo l'indice mondiale Global 100. I risultati sono stati presentati il 21 gennaio scorso da Corporate Knights in occasione del World Economic Forum, di Davos

«Siamo molto fieri di essere stati classificati, ancora una volta, tra le aziende più sostenibili al mondo – dichiara in una nota Jayanth Bhuvanaghan, chief corporate mission officer di Essilor - La missione di Essilor è migliorare la vita attraverso il miglioramento della vista. Per oltre 165 anni lo sviluppo sostenibile è stato al centro del nostro modello aziendale, nel modo in cui gestiamo la nostra attività ma, ancora più importante, nel nostro contributo ai 4,3 miliardi di persone nel mondo che necessitano di una correzione della vista e alle comunità in cui esse vivono». L'indice Global 100 si basa su un elenco di dodici indicatori chiave di performance quantitativi, che vanno dalla produttività in materia di energia, acqua e rifiuti all'innovazione e alla sicurezza dei dipendenti. Le società nominate per l'indice Global 100 sono selezionate tra una lista di oltre 4.500 società quotate con una capitalizzazione di mercato superiore ai 2 miliardi di dollari.

«Lo sviluppo sostenibile è profondamente radicato nella cultura di Essilor che valorizza l'innovazione, la diversità e il rispetto per gli individui quali elementi chiave per la crescita e lo sviluppo del Gruppo a lungo termine – prosegue la nota - La condivisione delle migliori pratiche è ampiamente incoraggiata attraverso il programma interno Sustainability Awards, che premia i progetti più innovativi che abbiano un impatto positivo sul benessere dei collaboratori, sulle comunità in cui opera Essilor e sull'ambiente. Aperto ai 60 mila dipendenti e partner di Essilor, il Premio per la sostenibilità di quest'anno ha raccolto oltre 100 progetti provenienti da 17 paesi».

Essilor è riconosciuta per il suo approccio ambientale, sociale e di governance ed «è l'unica azienda del settore a far parte di cinque principali indici di responsabilità sociale, tra cui Stoxx ESG Leaders, FTSE4Good, Ethibel Excellence, ECPI Ethical EMU Equity ed ECPI Ethical Europe Equity – sottolinea il comunicato - Inclusa nel Low Carbon 100 Europe Index, Essilor è firmataria da lungo tempo dell'iniziativa Caring for Climate e fornisce contributi al Carbon Disclosure Project».