

Mariotto alla guida del franchising Acuitis in Italia

Il manager, che vanta una lunga esperienza nell'ottica, prima con Grand Optical e poi in Avanzi, si occuperà del progetto che fa capo a Netcity e conta di avviare una cinquantina di negozi entro il 2021



«Il progetto franchising Acuitis, dopo il successo dei corner, che in poco più di un anno sono già stati inseriti in 120 centri ottici, si pone come un'opportunità in più per affrontare la minaccia delle catene a disposizione degli oltre 900 punti vendita aderenti a Netcity: saranno loro, infatti, ad avere la priorità sia per rinnovare il negozio nella veste di franchising sia per aprirne uno completamente nuovo». Così **Laurent Schmitt**, amministratore delegato di Netcity, descrive a b2eyes TODAY il progetto che prenderà ufficialmente il via a gennaio 2017 sotto la guida di Alberto Mariotto (*nella foto*), il quale darà anche un supporto tecnico e gestionale per i corner Acuitis.

Gli ottici potranno scegliere tra due format, sulla scia dei risultati già ottenuti dall'insegna in Francia e negli altri paesi europei in cui è presente: Créateur, format di design contemporaneo ricercato con spazi ben definiti, e Galerie, originale e più funzionale, meno impegnativo economicamente, con ampiezze intorno a 120 metri quadrati.

«Tutto il vista sarà a marchio Acuitis, mentre sole e contattologia prevedono la presenza di altri brand – aggiunge Schmitt – Il partner oftalmico sarà il Gruppo Essilor e l'assemblaggio dell'occhiale completo verrà realizzato nel centro ottico, all'interno del quale è previsto anche un centro audiometrico con un'innovazione tecnologica adattabile a tutta la collezione delle montature Acuitis, in linea con

l'esperienza positiva riscontrata dalla casa madre. Il nostro obiettivo è dare vita a un numero tra i 30 e i 50 punti vendita Acuitis in franchising in cinque anni, attività che verrà valorizzata e preservata al pari dei corner».

Verona, debutto di Aston University a Job&Orienta

Quest'anno l'Istituto Zaccagnini si è presentato all'evento indirizzato all'orientamento professionale e accademico per chi ha terminato le scuole superiori anche con uno stand dedicato al corso di laurea di cui è partner l'ateneo inglese

Alla ventiseiesima edizione di Job&Orienta, conclusasi il 26 novembre a Verona, con un'affluenza di oltre 70 mila visitatori secondo i dati diffusi dagli organizzatori, l'Istituto bolognese ha ancora una volta partecipato, ma quest'anno con un doppio stand: uno per la presentazione delle sue attività scolastiche e formative in ottica e optometria, l'altro per illustrare la Aston University, partner nella conduzione del corso di laurea di primo livello in Optometria e Pratica Clinica (BSc in Optometry and Clinical Practice).

«L'Istituto Zaccagnini ha presidiato lo stand con una folta rappresentanza: c'erano il direttore Giorgio Righetti, tutto lo staff della segreteria e un cospicuo numero, complessivamente trenta, di studenti del secondo anno della scuola di ottica, dei corsi di specializzazione in optometria e del corso di laurea in optometria (*nella foto*) – spiega una nota della struttura bolognese - Hanno effettuato screening sull'utilizzo della visione ed esami della vista, intervistando molti dei visitatori, soprattutto giovani, che sono passati allo stand e dialogando con loro».

Il contatto con i giovani diplomati si è protratto per l'Istituto Zaccagnini nei giorni successivi all'evento veronese con la richiesta di informazioni e si rinnoverà con i prossimi open day già in programma per il 2017 presso la sua sede di Bologna: uno al mese, a partire dall'ultimo weekend di febbraio, per un totale di sette appuntamenti.



“Proteggerò chi amo con lenti protettive.
E sono Serena.” **Serena Autieri**

HOYA
Cura per i dettagli

Ottica Chic: il concorso Galileo fa del centro un punto di riferimento

Il negozio torinese, terzo ottico vincitore dell'iniziativa [#occhiprotetti](#) che proseguirà fino a gennaio 2017, ha visto aumentare la notorietà e la richiesta delle lenti del brand, anche attraverso il catalogo e le attività sui social dell'azienda oftalmica



Quasi 70 coppie di lenti e sette weekend vinti, circa 1.200 giocate: è questo il bilancio, dopo un mese e mezzo dall'inizio, della campagna Transitions [#occhiprotetti](#). «Questo concorso si è rivelato per noi un veicolo ideale per aiutarci nel proteggere il benessere visivo dei clienti proponendo loro la lente Transitions al posto di quella bianca – affermano a b2eyes TODAY [Nicola De Valeriis](#) e [Patrizia Guadalupi](#), titolari di Ottica Chic a Torino, vincitori di uno dei weekend in palio - Inoltre, l'iniziativa ci rende il principale punto di riferimento del portatore, che arriva in negozio per comprare le lenti e, dopo aver giocato il coupon, ritorna da noi per ricevere il premio. Così il cliente finale ha una soddisfazione maggiore: oltre che vedere meglio è anche più contento».

Ma non solo il concorso, pure il nuovo catalogo si è rivelato per gli ottici piemontesi un efficace supporto alla loro attività. «Più intuitivo, fresco e di facile leggibilità, è utilizzabile anche come strumento diretto di vendita – aggiungono i due professionisti – Inoltre, anche l'ingresso di Galileo nel mondo dei social network ci sta pian piano facilitando, perché sempre più spesso ci troviamo davanti persone che, oltre a conoscere già il marchio, ci richiedono espressamente le sue lenti».

Moscot si rafforza in Europa e aprirà un monomarca a Roma

Lo storico marchio dell'eyewear statunitense ha assunto il controllo della distribuzione nel vecchio continente e aperto una nuova sede a Lugano, in Svizzera. E dopo l'inaugurazione del primo store europeo a [Londra](#), sta progettando per il 2017 una seconda apertura, nella Capitale

Moscot ha ulteriormente consolidato la propria posizione in Europa, che rappresenta per la società il 30% del giro di affari con una distribuzione in 857 negozi in 26 nazioni, di cui 157 in Italia, «aprendo a Lugano la sede dell'headquarter europeo e un centro di distribuzione in Veneto – si legge in una nota dell'azienda americana - Nel dicembre 2015 l'inaugurazione a Londra del primo monomarca di proprietà in Europa, quarto a livello globale oltre ai tre di New York, ha dato il via al rafforzamento continentale del brand e avviato un processo che prevede per i prossimi anni nuove aperture in altre città. Ha fatto seguito, lo scorso maggio, l'assunzione da parte di Moscot del controllo della distribuzione in tutta Europa, fornendo così ai propri clienti e agenti un servizio e un supporto logistico in cinque lingue». Una mossa che ha migliorato le tempistiche e l'efficienza della fornitura diretta ai propri account da parte dell'azienda, anche in territori vicini all'Europa, inclusi la Turchia, il Medio Oriente e l'Africa.

Tra i prossimi step dell'espansione Moscot ha in programma, secondo quanto recentemente riportato da [Pambianconews](#), di avviare un monomarca anche in Italia. «Siamo molto interessati ad aprire uno store a Roma, città che si concilia perfettamente con la nostra storia – ha dichiarato alla testata online il ceo dell'azienda [Harvey Moscot](#) (nella foto, con il figlio Zac) - Lo spirito creativo che permea la Capitale è simile a quello che si respira a New York, nel Lower East Side». La notizia della nuova apertura, confermata a b2eyes TODAY dall'ufficio stampa italiano del marchio, avverrà nel 2017, ma ancora non sono definite né le tempistiche né la location.



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

Supplemento al 1° dicembre 2016 di b2eyes.com reg. presso Tribunale Milano, n. 292, 17-06-2009 © La riproduzione dei contenuti è riservata



DUAL VISION
L'OCCHIALE GIÀ PRONTO
PER UNA VISIONE CORRETTA
DA VICINO E INTERMEDIO

SOLO DALL'OTTICO OPTOMETRISTA

www.dualvision.it