

VisionOttica lancia "gli occhiali per la vita"

È l'iniziativa legata alla nuova campagna digital dell'insegna "glocal" di Vision Group, che prenderà il via lunedì 23 novembre sulla pagina Facebook ufficiale



Ancora top secret nei dettagli, sono state anticipate a b2eyes TODAY le prime informazioni sulla nuova campagna di VisionOttica, che vuole puntare sulla visione come bene d'importanza vitale, dal punto di vista materiale, naturalmente, ma anche affettivo. Un esame della vista può essere considerato un momento per riflettere sugli aspetti rilevanti della vita? Secondo gli ideatori della nuova campagna VisionOttica questo non solo è fattibile, ma può risultare addirittura un volano per farne riemergere i veri valori. E tutto ciò con l'insostituibile contributo dell'ottico, che ogni giorno, con la propria attività professionale, aiuta le persone a prendersi cura del loro benessere visivo.

Così, con un trattamento in stile *real* VisionOttica è pronta a lanciare un'innovativa campagna di comunicazione in tre soggetti. Commuovere, divertire, emozionare, far riflettere, appassionare e ispirare sono i suoi obiettivi, facendosi portavoce di un messaggio valoriale forte: invitare le persone a #nonperderevista le piccole e grandi cose che riempiono la vita, soprattutto le emozioni. Come quelle che si provano nel rivedere qualcuno che non incontriamo da tanto tempo e abbiamo, appunto, "perso di vista".

«Per mostrare quanto la vista sia un bene prezioso da tutelare e quanta importanza abbia il ruolo dell'ottico nella vita delle persone, abbiamo realizzato un'operazione digital che rompe gli schemi della pubblicità tradizionale nel mondo dell'ottica - si legge in una nota di VisionOttica - Tre video che raccontano storie in cui potersi riconoscere, un concorso per vincere gli "Occhiali per la Vita" e una speciale promozione per veicolare traffico nei centri VisionOttica (nella foto, una fase del backstage di uno dei video della nuova campagna, girati in un centro VisionOttica di Milano).

Cdv, a Milano la prevenzione si fa ancora giocando

Per promuovere l'attenzione alla salute degli occhi attraverso screening gratuiti per adulti e bambini, i professionisti di Commissione Difesa Vista saranno per la quinta volta a disposizione presso uno stand durante "G! come Giocare", il Salone Internazionale del Giocattolo, che si svolgerà a Fieramilanocity da domani a domenica 22 novembre

Grazie alla presenza dei professionisti Cdv al Salone Internazionale del Giocattolo, gli adulti potranno sottoporsi ad anamnesi refrattiva, esame della refrazione e test di Amsler effettuati dagli ottici, a cura di Assogruppi Ottica e Federottica, mentre i più piccoli saranno sottoposti a screening della refrazione e test ortottici eseguiti da medici oculisti e ortottisti, a cura di Vision + Onlus. «Portiamo un messaggio molto serio in un ambiente ludico - spiega in una nota Vittorio Tabacchi, presidente di Commissione Difesa Vista - Per il quinto anno consecutivo siamo presenti in questo contesto in cui il contatto con le famiglie è immediato e diretto per sottolineare come la cultura della prevenzione vada incoraggiata fin dalla più tenera età».

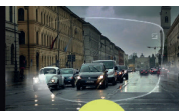
L'iniziativa si avvale del supporto, in qualità di partner tecnologici, di Essilor per la strumentazione degli ottici e di Topcon e NewTech per gli strumenti di medici oculisti e ortottisti. Commissione Difesa Vista prosegue così nel proprio impegno verso la prevenzione e la sensibilizzazione, dopo i risultati positivi de Il Tour della Vista, iniziativa itinerante conclusasi il 21 ottobre che, in due anni, ha portato in 36 città italiane il messaggio dell'importanza dei controlli regolari della vista e nel 2015 si è concentrata al Sud. «Un'attività utile per combattere dati allarmanti che riguardano in particolare i più piccoli - conclude il comunicato - Circa il 35% dei ragazzi under 14 non si sottopone a controlli della vista da oltre due anni o utilizza dispositivi di correzione non adeguati. I numeri crescono con l'età: trascura la salute degli occhi il 50% di adulti di età compresa tra i 40 e i 65 anni e il 66% degli over 65» (nella foto, uno screening visivo allo stand di Commissione Difesa Vista durante l'edizione 2013 di G! come Giocare).



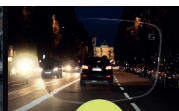
UNA NUOVA FRONTIERA DELLA SICUREZZA ALLA GUIDA.

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.

Claro Italia, al via l'Accademia

Nel 2016 la catena in franchising darà vita a un percorso formativo strutturato in sei incontri con i propri affiliati: toccherà dagli argomenti più tecnici a quelli più strettamente commerciali e inerenti la gestione del punto vendita



Nelle scorse settimane Claro Italia ha organizzato due meeting con i propri affiliati, uno a Milano e l'altro a Perugia: sono stati, di fatto, il primo passo per il lancio della nuova Accademia formativa e si sono incentrati sulle lenti progressive, secondo un approccio non solo tecnico, ma anche commerciale, basato sulle tecniche di vendita più efficaci.

«La scelta di proporre le lenti progressive come argomento del primo corso di formazione per le persone di Claro nasce dall'importanza strategica che questa famiglia di lenti oftalmiche ricopre nel mercato e per la nostra azienda – spiega in una nota Fabio Perego, board member

di Claro Italia - Le multifocali sintetizzano le competenze tecniche dei nostri ottici. Bisogna, però, tenere buon conto che i bisogni del consumatore attualmente sono molto più selettivi e ricercati: è per questo motivo che la proposta deve avere elementi di innovazione, non solo dal punto di vista tecnico, ma anche e soprattutto nella relazione stessa con il cliente» (nella foto, un momento dei primi corsi di formazione di Claro Italia).

Padova, un corso di alta formazione in contattologia

Il Dipartimento di Fisica e Astronomia Galileo Galilei dell'Università locale, in collaborazione con il corso di laurea in Ottica e Optometria, ha dato il via all'iniziativa rivolta ai professionisti del territorio che ha l'obiettivo di migliorare l'offerta formativa nel campo delle lenti a contatto. Il bando per le preiscrizioni scade il 16 dicembre

L'idea di questo corso di alta formazione è nata dalla volontà di migliorare e incrementare l'offerta formativa nell'ambito dello studio e dell'applicazione delle lenti a contatto. «Il mondo della contattologia è caratterizzato da un veloce cambiamento e da una continua innovazione – si legge in una nota del Dipartimento di Fisica e Astronomia Galileo Galilei dell'Università degli Studi di Padova (nella foto, tratta dal sito dell'ateneo) - Pertanto è necessaria una formazione aggiornata e approfondita per garantire al professionista della visione una gestione efficace del dispositivo».

Sebbene sia stato pensato come prosieguo caratterizzante dell'attuale corso di laurea in Ottica e Optometria, questa proposta di aggiornamento è aperta a tutti gli ottici e optometristi del territorio. «I requisiti d'ingresso prevedono, tra le altre cose, il possesso dell'abilitazione alla professione di ottico, in quanto la fornitura delle lenti a contatto, dispositivo medico di classe 2, è di competenza dell'ottico applicatore – prosegue la nota - La prima edizione del corso di alta formazione si svolgerà presso l'Università degli Studi di Padova a partire da febbraio per concludersi a giugno 2016. Sarà articolato in otto incontri, programmati di lunedì, a settimane alterne. L'iscrizione è a numero chiuso con graduatoria e la frequenza obbligatoria è pari al 70% come da regolamento. Il superamento dell'esame comporta il rilascio del Diploma Supplement da parte dell'ateneo padovano». Il corso fa capo a Luca Salasnich, docente di Fisica, Renzo Colombo, docente a contratto di Contattologia I, e Mirko Chinellato, tutor di Contattologia II, dell'Università di Padova.

