

## Affittasi Occhiali approda a Milano

Dopo le tappe di Rimini e Avezzano il 12 luglio il progetto verrà presentato agli ottici milanesi, con un meeting all'Hotel Ibis nei pressi della Stazione Centrale



L'evento di Milano (*nella foto, la locandina*) sarà anche l'occasione per il debutto ufficiale di Marco Bianchi nei panni di Direttore Marketing e Vendite di Affittasi Occhiali. «Superata la fase sperimentale del negozio pilota, con l'incoraggiante numero di 899 clienti al 30 giugno che hanno noleggiato il loro occhiale da vista nuovo e personalizzato, negli ultimi due mesi abbiamo più che raddoppiato gli affiliati passando da 12 a 28 – rivela a b2eyes TODAY Bianchi, presente al roadshow sul territorio italiano insieme all'ideatore del modello di business, Marco Tricarico - Naturalmente non tutti questi sono ancora performanti, dal momento che stanno facendo conoscenza con l'elevata flessibilità e libertà che il sistema offre: vogliamo che il timone resti nelle loro mani, poiché desideriamo che si sentano sereni nel costruire un futuro più solido».

Oggi un ottico che ha abbracciato questo servizio è in grado di proiettare e stampare fisicamente un "calendario economico personale e certo" degli ingressi minimi futuri nel proprio negozio e, di conseguenza, il relativo fatturato. «Una capacità previsionale impossibile con la vendita, che basa invece le previsioni solo su numeri storici statistici, senza peraltro tener conto delle flessioni di mercato – ricorda al nostro quotidiano Bianchi - Il noleggio, invece, permette all'ottico imprenditore di contare su entrate minime certe, legate al numero dei contratti stipulati».

Secondo i promotori di Affittasi Occhiali, interessante è anche la prospettiva del valore del negozio per l'ottico. «Ad esempio, in caso di passaggio generazionale o cessione dell'attività per qualunque motivo, la transazione potrà contare non solo su dati di bilancio statistici del passato, ma anche e soprattutto su sicuri fatturati minimi, generati dai contratti in essere, e su un modello di business dai numeri progressivi – spiega ancora Bianchi - Il valore che questo servizio aggiunge all'imprenditore è persino di carattere strategico, qualora desideri posizionarsi in una zona diversa: trasferendosi, infatti, anche i clienti più pigri lo seguiranno poiché professionalmente e contrattualmente legati». Il progetto finora non è passato inosservato agli [ottici italiani](#), che hanno espresso incoraggianti consensi, ma anche critiche severe. «Siamo ancora piccoli, ma abbiamo una visione chiara, consapevoli che le novità necessitano di tempo per potersi affermare e ancor più per essere considerate "normali": ci piace molto, quindi, essere ritenuti oggi strani o addirittura folli – sottolinea Bianchi - Nel frattempo stiamo lavorando alla nuova versione del sito, che sarà lanciata a settembre, e dei sistemi informativi, mentre nuovi servizi complementari vedranno la luce in autunno».

## Mark'envoy: Carter è il nuovo direttore vendite e marketing

Il manager, che proviene da Bausch+ Lomb, a fine giugno è entrato a far parte della società britannica di lenti a contatto

«Chris Carter (*nella foto*) vanta un importante curriculum nel settore dei beni di consumo e dei prodotti per la salute, in grandi multinazionali, tra cui Unilever e Kimberly Clark – si legge in un comunicato di mark'envoy - Negli ultimi cinque anni Carter ha ottenuto ottimi risultati con Bausch+ Lomb in Europa, Medio Oriente e Africa». Grazie all'esperienza maturata in Bausch+ Lomb, dove si è occupato della gestione strategica e dello sviluppo del marchio, e alle performance raggiunte nei suoi precedenti incarichi, mark'envoy «ha deciso di nominarlo per guidare il gruppo nella sua missione: fornire ai professionisti della visione, gli ottici, una gamma completa di prodotti di alta qualità», precisa la nota.



**Scopri la nuova gamma**  
di lenti Progressive ZEISS.



Nuove  
con l'esclusiva  
**Digital Inside™**  
Technology

## Visual training, l'importanza della neurofisiologia

Sul tema era incentrato il quarto corso organizzato dall'Associazione Laureati in Ottica e Optometria, tenutosi il 28 e 29 giugno, presso l'Università degli Studi di Torino (nella foto)



«La complessità dell'argomento ha riscosso da subito un grande interesse, tanto che i 160 posti disponibili si sono esauriti nel giro di poche settimane – si legge in una nota dell'associazione - Una grossa fetta dei partecipanti era costituita da studenti universitari di Milano, Torino, Padova e Lecce, segno che gli optometristi di domani sono sempre più desiderosi di conoscere approfonditamente questo tema quanto mai attuale». Al corso "Basi neurofisiologiche del visual training optometrico" sono intervenuti Plou Pilar, medico e optometrista, vicedirettrice del Centro di Optometria Internazionale di Madrid, e Andrea Pirotta, laureato in Ottica e Optometria all'Università di Milano-Bicocca, specializzato in neurostrabismologia e candidato docente in Messico. «I due professionisti hanno spiegato come la conoscenza profonda delle basi neurofisiologiche ci permetta risultati talvolta insperati in una materia varia e complessa quale è il visual training optometrico: un esempio su tutti la spiegazione della plasticità neuronale, con la quale ci hanno

dimostrato cosa può succedere ai singoli neuroni grazie al visual training – spiega il comunicato - Come optometristi abbiamo la possibilità, e dunque la responsabilità, di agire profondamente sul sistema percettivo di ci troviamo di fronte: perciò è fondamentale avere una preparazione quanto mai corretta e approfondita e, soprattutto, sempre in aggiornamento».

Dalle prime valutazioni dei partecipanti emerge come il corso sia stato apprezzato non solo dagli studenti, ma anche da chi ha già esperienza di visual training optometrico, segno che l'argomento e il modo in cui è stato affrontato sono risultati di attualità e di livello. Il prossimo appuntamento con la formazione promossa da ALOeO è per il 21 settembre all'Università di Padova.

## Malpensa: numero uno in Europa anche grazie allo shopping

L'aeroporto milanese si è aggiudicato l'undicesimo Annual Aci Europe Best Airport Awards, il premio dell'associazione che rappresenta 450 aeroporti e il 90% del traffico aereo commerciale europeo

Per la qualità dei suoi servizi e delle sue infrastrutture e per i traguardi raggiunti nella customer service, nella security, nell'accoglienza dei passeggeri internazionali e nello shopping: sono gli elementi che hanno permesso a Malpensa di aggiudicarsi il primo premio nella categoria tra i 10 e i 25 milioni di passeggeri. «Un riconoscimento che arriva solo due mesi dopo l'inaugurazione della nuova Malpensa, l'importante progetto di restyling che ha trasformato l'aspetto e la funzionalità dell'aeroporto in vista e al di là di Expo 2015, con la Piazza del Gusto e del Lusso (nella foto)», si legge in una nota di Sea, la società che gestisce lo scalo milanese. Il premio è stato consegnato all'AcI Europe General Assembly, Congress and Exhibition 2015, che si è tenuta a fine giugno a Praga.



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

Supplemento al 6 luglio 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

