



## Nau! implementa il travel business

Il nuovo punto vendita di Malpensa, il terzo all'interno dell'aeroporto lombardo, va ad aggiungersi agli store già presenti presso gli scali di Bari, Milano Linate, Orio al Serio, Palermo e Torino



Prosegue la tradizione di Nau! all'interno dei principali aeroporti in Italia: il brand di occhiali con negozi, infatti, ha aperto un nuovo punto vendita diretto presso il Terminal 1-Area A a Milano Malpensa, «uno dei più importanti scali italiani, caratterizzato da un'ampia offerta di negozi e servizi – si legge in una nota di Nau! - Una location d'eccezione, a pochi passi dall'headquarter di Castiglione Olona, in provincia di Varese, ideale per celebrare i traguardi del quarantunesimo store in Lombardia e del terzo punto vendita all'interno di Milano Malpensa».

Il negozio (*nella foto*) ha un'ampiezza di circa 50 metri quadrati e impiega uno staff di quattro addetti. Con la nuova apertura salgono a 120 gli store aperti dal brand dal 2005, anno della sua nascita, a oggi, di cui 75 diretti e 39 in franchising, oltre a sei punti vendita all'estero.

## Essilor lancia "Raddoppi Summer Edition"

Sino al 31 agosto i centri ottici partner potranno beneficiare di un particolare sconto su ogni ordine di seconda coppia vista-sole

In vista della stagione estiva, il programma di Essilor Italia "Raddoppi Le Tue Lenti", attivo per tutto il 2017, punta ad animare ulteriormente le vendite dei centri ottici partner con l'iniziativa "Raddoppi Summer Edition" (*nella foto, l'immagine di campagna*). «Sino al 31 agosto, gli ottici, beneficiando di un particolare sconto su ogni ordine di seconda coppia vista-sole, potranno proporre ai propri clienti la seconda coppia di lenti correttive per il sole, monofocali Essilor o progressive Varilux, disponibili nel pack Sun&Outdoor, a un prezzo davvero vantaggioso», si legge in un comunicato di Essilor Italia. Un'opportunità per i partner Essilor di proporre anche le ultime novità prodotte del gruppo oftalmico. «Essilor punta da sempre all'innovazione, che passa anche attraverso la ricerca e lo sviluppo di colorazioni come le Physiotints, frutto di una tecnologia esclusiva brevettata Essilor e nate da una collaborazione con un team internazionale di esperti della visione dei colori - prosegue la nota - Sono realizzate con pigmenti organici, ossia tinte naturali che favoriscono una restituzione fedele dei colori, proteggono dall'abbagliamento, attenuando l'intensità della luce e offrendo una visione più naturale dei colori. New entry del 2017 è il Blu Ink che si aggiunge alle numerose nuance già disponibili».

Novità anche per le specchiature leggere effetto flash, Shadow, «ideali per illuminare con un punto luce le colorazioni Physiotints: oggi, i nuovi toni Blue Shadow e Bronze Shadow si uniscono a Silver Shadow, quest'ultima disponibile anche per lenti chiare – precisa il comunicato - Essilor mette, inoltre, a disposizione anche i colori a campione, ovvero tonalità create artigianalmente, proponendoli di nuovo in materiale Ormix 1.6 con Crizal Sun».

Il programma Raddoppi Summer Edition 2017 è supportato da un kit di comunicazione ad hoc con materiali realizzati per raccontare ai consumatori il mondo vista-sole e promuovere la cultura del secondo paio di lenti specifiche. Attraverso [myessilor.it](http://myessilor.it) i centri ottici potranno richiedere ulteriore materiale per personalizzare le vetrine e realizzare campagne di marketing locale.



## Ray-Ban, una collezione suggella l'accordo con Ferrari

Una capsule collection consacra la speciale collaborazione dell'housebrand di Luxottica con la Scuderia del Cavallino Rampante per la stagione 2017, iniziata con il primato in classifica

Ray-Ban ha recentemente firmato un accordo di [sponsorizzazione](#) di alto profilo con la Scuderia Ferrari, in seguito al quale il logo del brand compare sulla livrea della Ferrari SF70H (nella foto, a destra). La partnership è stata completata da un [accordo](#) di licenza per lo sviluppo, la produzione e la commercializzazione di una gamma di prodotti eyewear con i due marchi.



Nasce così Ray-Ban for Scuderia Ferrari Collection. La capsule «si ispira al design aerodinamico, ai materiali e ai colori della Scuderia Ferrari, trasformando i toni fiammanti del rosso Ferrari e del giallo Modena, il metallo scintillante e la gomma nera delle mitiche vetture da corsa in una gamma di occhiali (nella foto, a sinistra, un modello)», si legge in un comunicato di Luxottica. Tra le caratteristiche delle montature l'utilizzo della fibra di carbonio, l'acciaio ultrasensibile e la gomma in grado di assorbire gli impatti.



## Ital-Lenti, tappa a Mazara del Vallo

Nell'ambito del percorso Alternanza Scuola-Lavoro si è recentemente tenuto presso l'Istituto d'Istruzione Superiore Francesco Ferrara della località siciliana l'incontro di formazione e aggiornamento professionale "Ultime tecnologie produttive in campo oftalmico"

Coordinato da Francesco Zizzo, docente di Ottica applicata presso la scuola di Mazara del Vallo, e curato da Paolo Marchesi (nella foto), Product & Marketing Manager di Ital-Lenti, l'iniziativa rientra nel [roadshow](#) che l'azienda oftalmica di Puos d'Alpago sta portando in giro per l'Italia da circa un anno e mezzo, coinvolgendo qualche centinaio di professionisti e alcune scuole statali di ottica.

L'incontro, riservato agli allievi del corso di Ottica e agli operatori del settore, si è incentrato sulle innovazioni in campo oftalmico, con particolare attenzione alla tecnologia free form, punto di forza dell'azienda bellunese, che gli studenti siciliani avevano già avuto modo di apprezzare visitandone lo stand all'ultimo Mido, a Milano. «Una *lectio magistralis* del prestigioso ospite sui processi produttivi, dalla ricezione dell'ordine alle fasi di realizzazione, ha arricchito la formazione degli allievi, avvicinando il mondo dell'istruzione a quello del lavoro, impegno che la Dirigente Licia Ingrasciotta e il team dei docenti di indirizzo concretizzano in attività di grande risonanza – si legge sul sito di tele8tv, che ne ha ripreso i momenti salienti - Vivo l'interesse degli allievi, consapevoli dell'opportunità di crescita e di acquisizione del know how necessario per svolgere la professione dell'ottico, di cui i ragazzi possiedono le competenze e l'abilitazione necessaria per l'ingresso nel mondo del lavoro a fine ciclo di istruzione superiore, senza la necessità di ulteriore proseguimento degli studi».

