



Folletto punta verso nord

Nei giorni scorsi è stato inaugurato ad Arezzo il primo punto vendita Milleocchiali della Toscana: l'obiettivo dell'insegna che fa capo alla storica famiglia ottica romana è arrivare fino all'Emilia Romagna e alla Lombardia



«Il nuovo negozio (nella foto, l'esterno) è situato in corso Italia, nel pieno centro storico della città toscana, in un palazzo storico del 1500 – dice a b2eyes TODAY Francesco Folletto, responsabile marketing dell'omonima famiglia, che oggi conta 25 punti vendita, tra diretti e in [franchising](#), prevalentemente nella città di Roma e nel Lazio, ma anche in Campania e ora in Toscana - La superficie è di 120 metri quadrati: sono presenti una sala misurazione e una sala dedicata alla contattologia, con un particolare focus su ortocheratologia e lenti a contatto speciali. È inoltre previsto un sistema molto avanzato di videocentratura per gli occhiali da vista. Vi lavorano tre ottici optometristi. Con questa apertura l'obiettivo è servire tutta la zona di Arezzo e provincia: è il nostro primo punto vendita diretto in Toscana, prossimamente punteremo anche alla Lombardia e all'Emilia».

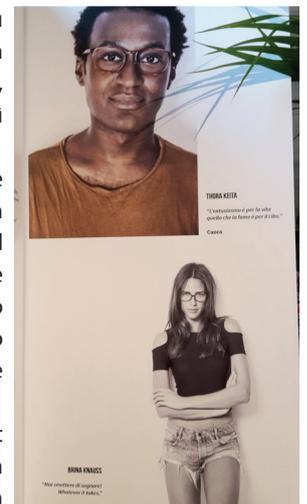
Neubau, da Vienna a Milano in trenta scatti

Il 2 giugno è stato presentato a Milano, all'interno del festival di fotografia Phifest al Base (ex Acciaierie Ansaldo) di via Bergognone, il progetto "30 shades of urban attitude", promosso dal nuovo [marchio](#) di montature di Silhouette, in collaborazione con la fotografa ed ex modella [Mjriam Bon](#)

«Da veneziana che ha scelto di vivere a Milano ho visto un'analogia tra il quartiere di Vienna, Neubau appunto, e realtà come Brera o Tortona nel capoluogo lombardo – ha raccontato Bon dal palco dell'iniziativa fotografica milanese – Così ho scelto di partecipare a questo progetto, fotografando trenta volti di Milano, grazie alla possibilità di conoscere tanti personaggi della cultura urbana locale, che diventano così portavoce dello stile di questo quartiere viennese».

«In occasione dell'evento che dal 2 al 4 giugno ha animato la città di Milano il brand eyewear made in Austria, main sponsor di Phifest, ha presentato al pubblico il progetto fotografico "30 shades of urban attitude" realizzato da Mjriam Bon: 30 volti, 30 scatti, 30 personaggi del mondo dell'arte, della moda, del design, della cultura urbana che attraverso le montature neubau eyewear diventano portavoce di uno stile di vita pulito, audace e creativo - si legge in una nota del marchio di occhiali - Un esperimento fotografico che disegna pensieri e sguardi attraverso le lenti degli occhiali e della macchina fotografica. Gli scatti erano disponibili alla vendita, il cui ricavato sarà devoluto a Green City Italia, un ente che si occupa del verde urbano e che incarna i valori del brand dal mood eco-friendly».

Dopo la preview di un anno fa, la prima edizione di Phifest ha avuto come titolo "Travelling without moving". «Viaggiare non è solo un fatto fisico, ma si viaggia anche nell'anima delle persone – ha aggiunto durante la presentazione di venerdì scorso [Floriana Di Cesare](#), (a destra, nella foto, insieme a Bon) che all'interno dell'ufficio marketing e comunicazione di Silhouette Italia si occupa di neubau eyewear, oggi già presente in circa 200 centri ottici, soprattutto del centro nord del paese – Con iniziative simili vogliamo, inoltre, contribuire a riappropriarci di spazi originali e innovativi come questo di Base» (nella foto, sopra, due dei personaggi ritratti dal progetto di neubau eyewear).



RADDOPPI LE TUE LENTI!
summer edition

DAL 1° GIUGNO AL 31 AGOSTO 2017
SUPER SCONTO
COPPIA
VISTA - SOLE


Scopri di più su myessilor.it



Zeiss: con VisuStore un'unica interfaccia per gestire il centro ottico

È disponibile dall'inizio di maggio il nuovo strumento web per l'inserimento degli ordini che integra tutta la strumentazione per gli ottici e può essere utilizzato anche come strumento di vendita al cliente finale



Sono quattro le parole con cui possono essere riassunte le caratteristiche principali di VisuStore: veloce, semplice, intelligente e completo. «Veloce perché, ad esempio, permette di effettuare ordini di lenti di stock in meno di 30 secondi – spiega a b2eyes TODAY [Angelo Ossola](#), digital ordering systems product manager di Carl Zeiss Vision Italia – Semplice poiché il flusso di inserimento dati è assolutamente intuitivo. Intelligente perché importa la visualizzazione 3D degli spessori, consentendo di simulare la comparazione di due offerte differenti, e il rendering delle aree di visione: con queste due funzionalità può essere utilizzato dall'ottico anche come strumento di vendita al portatore finale, attraverso cui mostrare a quest'ultimo le reali caratteristiche di ciò che gli sta offrendo come soluzione ai suoi problemi visivi. Infine è completo, poiché riassume in un unico ambiente i plus di

tutte le nostre attuali soluzioni, integrandoli in una singola applicazione».

Un altro vantaggio di VisuStore è che integra la connessione completa di tutta la strumentazione Zeiss per l'ottico, per cui il professionista può, da un'unica interfaccia, controllare gli strumenti, effettuare l'ordine e monitorarne lo stato. Inoltre, può essere usato su qualsiasi sistema collegabile a internet ed è controllabile totalmente dall'iPad (*nella foto*). «L'introduzione di questa novità razionalizza il lavoro dell'ottico inserendolo in un unico flusso logico e rimanda al cliente finale un'immagine più professionale e tecnologicamente avanzata», aggiunge Ossola.

Dopo il rilascio della applicazione, Zeiss sta effettuando una serie di webinar con i clienti e proseguirà contattando tutti gli ottici che oggi utilizzano LogOn, l'attuale sistema per l'inserimento degli ordini dell'azienda, per farli migrare sulla nuova piattaforma, proponendo poi dei training frontali per il primo utilizzo.

Silmo festeggia mezzo secolo con un ExtraShow

Per il cinquantenario la fiera parigina, che si svolgerà dal 6 al 9 ottobre, ha in programma un'edizione celebrativa, imperniata su uno spirito di convivialità e di condivisione, oltre che un riconoscimento ad hoc per i prodotti del settore che hanno fatto la storia

In occasione della ricorrenza, gli organizzatori di Silmo stanno preparando un ExtraShow, un programma di appuntamenti, e invitano tutti i partecipanti del salone a diventare protagonisti dell'evento. «I professionisti nati tra il 6 e il 9 ottobre o il cui cinquantenario cade nel 2017 sono invitati a festeggiare durante la loro visita al Silmo: un modo per celebrare tutti i compleanni in un ambiente di business conviviale», si legge in una nota del salone parigino. In particolare gli interessati «potranno segnalare la ricorrenza all'apposito desk allestito durante la manifestazione presentando un documento e saranno riservate loro alcune sorprese speciali - anticipano a b2eyes TODAY dall'ufficio stampa di Silmo – In più, riceveranno un invito alla serata di gala dei Silmo D'Or». Il Mondial de l'Optique fu inaugurato nel 1967 a Oyonnax «da un numero ridotto di precursori e oggi ospita un migliaio di espositori provenienti da tutta la filiera», continua il comunicato. Inoltre, Silmo propone ai marchi e alle aziende di presentare un prodotto, un servizio o una collezione iconica che abbia lasciato un segno nella loro storia», il quale potrà partecipare all'assegnazione di un premio speciale. «Non si tratta di una nuova categoria del Silmo d'Or: è un riconoscimento eccezionale per l'anniversario di Silmo Paris e verrà consegnato durante la tradizionale cerimonia, che si svolgerà la sera di sabato 7 ottobre», precisano ancora dall'ufficio stampa del salone.

