

NOTICIASNEWS

Éxito en el inicio del nuevo concurso de **MULTIÓPTICAS** en Facebook

Multiópticas está obteniendo una espectacular respuesta de sus admiradores al nuevo reto que plantea en su perfil de Facebook. En el inicio de su concurso "Los Supergraduados de Multiópticas", más de 1.000 de sus más de 12.000 admiradores han participado en este nuevo reto, que plantea preguntas de cinco distintos ámbitos, durante 20 días. Los admiradores de Multiópticas en Facebook responden diariamente cinco preguntas, correspondientes a los campos de historia, ciencia, deportes, entretenimiento y moda. La puntuación que reciben no sólo depende de contestar correctamente, sino de hacerlo rápido y en buena posición con respecto al resto de los participantes. Al final del concurso, el ganador se hará con el título de "Supergraduado de Multiópticas", y será premiado con un iPad 3G de 16Gb. Pero no sólo el que consiga la mayor puntuación total tendrá su recompensa; también habrá un "Supergraduado" por categoría, con su correspondiente premio. Este reto coincide con la campaña "Para todas las graduaciones" que la compañía está realizando en TV y en medios tanto offline como online, con la que todas las gafas MÓ, independientemente de su graduación, tienen un precio de 77 euros.

PRAMAOR consolida su departamento de estilo con **CORRADO ROSSON**



La actividad de Pramaor, compañía veneciana "líder de la calidad" en el tratamiento del titanio, con colecciones como Blackfin y Bioeyes, continúa imparable. Ahora, a principios de este año 2011, ha nombrado a Corrado Rosson como Jefe de Desarrollo de Producto y Departamento de Estilo, para consolidar e incrementar las áreas creativas de la empresa. "Llego a Pramaor -dice Corrado Rosson, nuevo jefe de Desarrollo de

Producto y Departamento de Estilo- para poner mi experiencia al servicio de la compañía con el ánimo puesto en mejorar y consolidar los diseños, refinando los procesos de producción y cuidando al máximo cada detalle de producto y de la propia empresa". Este entusiasmo también es compartido por Nicolás del Din, Presidente de Pramaor, quien decía al respecto: "Corrado es un profesional que siente verdadera pasión por su trabajo. Su deseo de diseñar algo nuevo, de resaltar su propio estilo y carácter son los rasgos distintivos que pondrá en práctica en los procesos de desarrollo, creatividad y crecimiento de nuestras colecciones Blackfin y Bioeyes".

IV encuentro **VISTALIA** en Alicante

A finales del pasado mes de enero tuvo lugar en la ciudad de Alicante el IV Encuentro Nacional de Ópticos Vistalia. Durante el mismo, los responsables de Vistalia expusieron las líneas estratégicas generales bajo el concepto "Descubre la nueva Vistalia 2.0" y en base a ella, presentaron para este año 2011 su propuesta de servicios, condiciones comerciales y campañas de marketing y comunicación, entre otras muchas contenidos. El evento fue un éxito por la amplia asistencia de ópticos, por su participación en un ambiente de amistad y por una organización que además de trabajar, permitió disfrutar de la gastronomía y el ocio frente al mar de Alicante.

THOMAS MOERICKE se incorpora al **GRUPO SAFILO** como Director Regional Iberia



Thomas Moericke se ha incorporado recientemente al Grupo Safilo, empresa líder en el sector de las gafas de alta gama, en calidad de Director Regional Iberia, con responsabilidad sobre los mercados de España y Portugal. Thomas Moericke es Licenciado en Económicas y Administración de Empresas por ICADE y cuenta con una dilatada experiencia en el mundo empresarial, tanto en el área comercial y de marketing como en la dirección general y ha trabajado para empresas de gran prestigio internacional como Beiersdorf - Nivea y Quaker Oats (Gatorade) - Kraft Foods donde, durante el último año,

lideró la fusión de Kraft Foods y Cadbury en el ámbito ibérico.

La incorporación de Thomas Moericke conseguirá, junto con el equipo de Safilo España y Portugal, construir la posición de liderazgo de mercado que corresponde al Grupo en ambos países, situando a Safilo como empresa de referencia en el mercado.

TRANSITIONS OPTICAL presenta en Mido **"THE WALL"**, su nuevo concepto de merchandising para lentes

Transitions Optical, fabricante líder mundial de lentes adaptables, organiza el 4 de marzo en Mido una conferencia sobre el nuevo merchandising para lentes en tiendas ópticas. El encuentro contará con la participación del catedrático Daniele Tirelli, presidente de Popai Italia (Asociación Global de Marketing al Por Menor) y profesor residente en la Universidad IULM, quien proporcionará una visión de las últimas tendencias en el diseño del merchandising. "En el contexto actual donde se producen importantes innovaciones comerciales, la compra de lentes y gafas fluye de manera constante entre los impulsos emocionales y los racionales. El Merchandising visual se convierte en un elemento fundamental para desarrollar una exitosa estrategia de marketing para los accesorios para la vista, que influyen en la elección de los consumidores tal y como ocurre en otros segmentos del mercado de tecnología avanzada", comenta el profesor Tirelli. Tras la presentación tendrá lugar una mesa redonda presidida por reconocidos retailers europeos del sector, quienes compartirán sus conocimientos y estrategias en materia de merchandising. Asimismo, los asistentes tendrán la oportunidad de descubrir "The Wall", el nuevo concepto de merchandising para lentes desarrollado por Transitions Optical. Jugando en dos niveles, el emocional y el educativo, el exclusivo display de Transitions mejorará la experiencia en tienda de los consumidores, donde los espejos y las luces serán los protagonistas. Además, la compañía dará a conocer los primeros resultados de sus pruebas sobre "The Wall" llevadas a cabo en tiendas ópticas de Europa. "Nuestros resultados preliminares son muy prometedores y reflejan una alta apreciación global", afirma Marie-Pierre Simon, directora de Marketing Merchandising de Transitions Optical EMEA.