



Tweet notizie Un paio di occhiali per tutta la vita



**Engagement & loyalty**  
convegni, incontri, soluzioni



## Un paio di occhiali per tutta la vita

Redazione 4 dic 2015

Per non perdere di vista - Le amiche



Prosegue fino al 31 gennaio 2016 la campagna di comunicazione VisionOttica, l'insegna che riunisce oltre 230 centri ottici in Italia: per l'occasione sono stati realizzati tre video in stile candid camera con i quali si vuole ricordare di non perdere di vista le persone importanti della propria vita. Per vedere i video e partecipare al concorso "Vinci gli Occhiali per la Vita" (in palio una fornitura di occhiali per 30 anni) è necessario accedere al sito [www.visionottica.it/concorso](http://www.visionottica.it/concorso). A tutti gli utenti che si iscrivono è offerto un buono sconto fino a 100 euro da utilizzare per l'acquisto di occhiali da vista o da sole nei centri VisionOttica aderenti; sulla pagina c'è anche spazio per caricare le foto di qualcosa o qualcuno che è stato perso di vista e che si vorrebbe rivedere con la possibilità di condividerle sulla propria pagina facebook o su twitter con l'hashtag #nonperderevista. La campagna è realizzata in collaborazione con Essilor Italia, filiale del Gruppo francese, la creatività è firmata dall'agenzia di comunicazione Meloria e i video sono stati realizzati con il contributo della casa di produzione Kappacom e la regia di Federico Cambria.



### Opinioni

#### Editoriale

di *Andrea Demodena*  
**Il canale promozionale premia i prodotti di qualità →**



#### Neuroni in fuga

di *Diego Parassole*  
**Abbiamo in testa tre cervelli e vince quello delle emozioni →**



#### il Puntaspilli

di *Marilde Motta*  
**Efficacia ed efficienza definiscono la performance →**



#### Micro e Macro

di *Antonio Votino*  
**Evolve l'esperienza d'acquisto con i nuovi media digitali →**



#### Digital Trend

di *Andrea Boaretto*  
**Per il direct nuovo slogan o vero cambiamento? →**



#### Digital strategy

di *Fulvio Furbatto*  
**Ottimizzare il customer care con le soluzioni digitali →**



#### Top Reward

di *Luca Finetto*  
**Tutti chef e sommelier un momento da cogliere →**



#### Front Line

di *Monica Gagliardi*  
**Comarketing? No, branding**