



LUXOTTICA ALLA MOSTRA INTERNAZIONALE DI OTTICA 2019

Milano, Febbraio 2019 – Luxottica Group annuncia che in occasione della prossima edizione di MIDO, la fiera dedicata all'industria dell'eyewear e dell'ottica, che si terrà a Milano dal 23 al 25 febbraio 2019, sarà presente con uno stand rinnovato di forte impatto e dedicato a tutti i marchi di proprietà del Gruppo.

Le tecnologie digitali rivestono un ruolo sempre più importante nel settore dell'occhialeria permettendo di vivere esperienze esclusive ed innovative. In occasione di MIDO 2019, lo spazio Luxottica diventa dunque un'area digitale nella quale prendono forma le novità e le principali storie di brand presentate in un'ottica innovativa e differente.

L'installazione di schermi digitali per presentare novità di prodotto e campagne permette di catturare l'attenzione creando un coinvolgimento dinamico ed efficace. Video emozionali rendono lo story-telling creativo ed impattante, permettendo a chiunque di esplorare i vari marchi e scoprire i nuovi messaggi.

L'esposizione virtuale di prodotto attraverso schermi interattivi permette al visitatore di immergersi nel mondo dei diversi brand navigando tra le collezioni, esplorando le caratteristiche tecniche e i contenuti legati al mondo della marca.

Grazie alle più moderne e sofisticate tecnologie è possibile indossare virtualmente qualsiasi modello a catalogo.

Un'esperienza unica ed esclusiva con l'obiettivo di trasformare in ottica digital il negozio e l'esposizione di prodotto, coinvolgendo il visitatore e il consumatore in maniera più dinamica ed efficace, migliorando dunque l'esperienza d'acquisto.

Luxottica Group S.p.A.

Luxottica Group è leader nel design, produzione e distribuzione di occhiali di fascia alta, di lusso e sportivi, con un portafoglio marchi forte e ben bilanciato sia di proprietà, tra cui Ray-Ban, Oakley, Vogue Eyewear, Persol, Oliver Peoples e Alain Mikli, sia in licenza, come Giorgio Armani, Burberry, Bulgari, Chanel, Dolce&Gabbana, Ferrari, Michael Kors, Prada, Ralph Lauren, Tiffany & Co., Valentino e Versace. Oltre a una presenza wholesale globale che tocca più di 150 Paesi, il Gruppo gestisce un esteso network retail, comprendente circa 9.000 negozi: LensCrafters e Pearle Vision in Nord America, OPSM e LensCrafters in Asia-Pacifico, GMO e Óticas Carol in America Latina, Salmoiraghi & Viganò in Italia e Sunglass Hut in tutto il mondo. Con circa 85.000 dipendenti nel mondo, Luxottica Group ha chiuso il 2017 con un fatturato di oltre 9 miliardi di Euro. Per ulteriori informazioni sul Gruppo: www.luxottica.com.