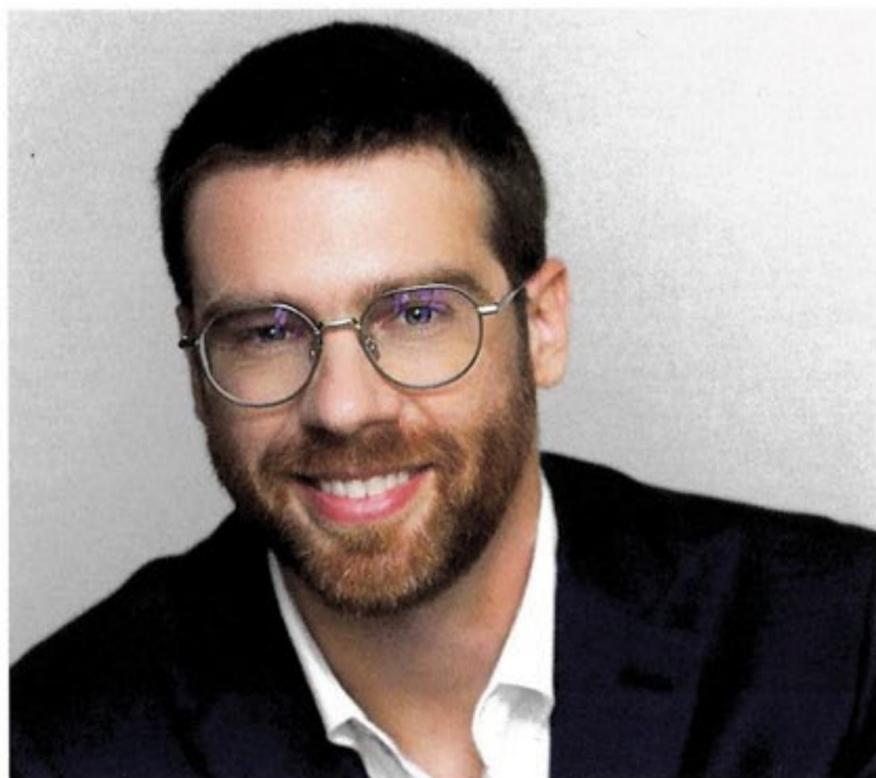


# News



NOMINATION

## Un ancien de Luxottica prend la tête de Thélios

Début février, la maison-mère LVMH a officialisé l'entrée en fonction d'Alessandro Zanardo à la direction générale de Thélios\*, sa division lunetière. Pour mémoire, le groupe de luxe en a acquis la totalité du capital en fin d'année. « Le sens du leadership d'Alessandro, sa vision avant-gardiste et sa grande expérience au sein de groupes d'envergure seront essentiels pour soutenir Thélios dans sa position d'acteur majeur de l'industrie de la lunetterie », peut-on lire dans un communiqué officialisant cette nomination à effet immédiat. Après des débuts chez Ferrari en 2002 puis un passage chez Roland Berger Strategy Consultants en 2007, Alessandro Zanardo a ensuite évolué plus de dix ans, entre 2010 et 2021, chez Luxottica où il a occupé différentes fonctions à l'international (en Russie, en Afrique du Sud ou encore au Brésil). Il prend la suite de Giovanni Zoppas, parti de Thélios en avril 2021.

\* Dior, Fendi, Céline, Loewe, Stella Mc Cartney, Kenzo, Fred, Berluti, Rimowa et, depuis janvier, Givenchy.

### En bref

Sous le nom Blue & Beyond, **Kering Eyewear** propose depuis mai dernier une sélection de modèles dont les verres sont doublement filtrants. Jusqu'à présent, trois marques de son portefeuille - Gucci, Saint Laurent et Montblanc - proposaient une sélection de lunettes maison protégeant de la lumière bleue et des UV grâce à la technologie photochromique. Aujourd'hui, l'offre s'étend à Chloé et Dunhill.



CENTRALES

## La CDO mise sur l'affichage dynamique

« Pour générer du trafic en magasin et rivaliser avec les différentes enseignes, il faut constamment savoir innover et être force de propositions créatives », explique Jérôme Rossignon, responsable marketing de la Centrale des Opticiens (CDO) qui propose depuis peu à ses adhérents de recourir à l'affichage dynamique. Forte d'un récent partenariat noué avec un spécialiste de l'affichage dynamique des points de vente en immobilier, la centrale décline un dispositif de location longue durée d'un moniteur professionnel nouvelle génération, adapté à la configuration de chaque boutique. Cet écran est assorti d'une application web intégrant directement les marques vendues en magasin mises à disposition par la CDO en accord avec ses fournisseurs. La centrale veut ainsi faciliter l'animation des vitrines de ses adhérents, sous le signe « d'une élégante modernité ». « Ce service permet de programmer des playlists au scénario personnalisé pour présenter ses marques, ses services et ses offres commerciales en se démarquant avec agilité et de manière qualitative des autres magasins utilisant encore les PLV fournisseurs pour communiquer », fait valoir M. Rossignon.