



MERCOLEDÌ 13 DICEMBRE 2017 ANNO VII N. 1493

## De Lorenzo: a Padova un restyling anche dell'insegna

Con più di trent'anni di esperienza e una passione condivisa per i motori che li ha visti gareggiare con successo alla [Parigi Dakar](#), i gemelli dell'ottica hanno inaugurato nelle scorse settimane, con un evento cui hanno partecipato circa 500 persone, il nuovo punto vendita con una rinnovata immagine coordinata in via Martiri della Libertà



Il primo centro ottico, in piazzetta Forzate, aperto nel 1983, ai gemelli Aldo e Dario De Lorenzo di soddisfazioni ne aveva regalate parecchie, tanto che pochi anni dopo avevano avviato anche il punto vendita di via Prosdocimi, nel quartiere Forcellini, sempre a Padova, seguito più di recente da quello a Noventa Vicentina. «Il primo negozio però si trovava circa 400 metri al di fuori del flusso di grande passaggio del centro e con gli anni ci siamo detti che, sebbene li lavorassimo bene, chi entrava da noi erano sempre e solo i nostri clienti ormai affezionati: così nel 2013 ci siamo spostati in via Martiri della Libertà», racconta a b2eyes TODAY [Aldo De Lorenzo](#). L'attività anche lì procede molto bene, ma tempo pochi anni Dario suggerisce l'idea di trovare una location con delle vetrine più

grandi per avere maggiore visibilità. Prende così forma l'idea di trasferirsi nuovamente e i due fratelli individuano un nuovo spazio, poco più in là sempre in via Martiri della Libertà, all'angolo con via San Fermo, una delle più belle arterie dello shopping padovano. «Noi, che abbiamo sempre puntato tutto sulla qualità, abbiamo constatato che essere nel posto giusto è una cosa vantaggiosissima: qui, spostandoci di appena 35 metri, passa una quota considerevole di gente in più», commenta Aldo.

Con 14 metri di vetrine e una superficie di 170 metri quadrati disposti su tre livelli, di cui 75 destinati all'area vendita, laboratorio di montaggio e sale refrazione e contattologia, il nuovo negozio ha mantenuto una continuità nell'offerta rispetto al precedente ma ha impresso una svolta estetica significativa. «Da anni puntiamo su una proposta diversa, con marchi per lo più non di massa, collezioni made in Italy e fatte in Cadore, ora abbiamo aumentato il livello dei potenziali clienti scegliendo prodotti con un posizionamento medio alto. Per quel che riguarda le lenti, invece, per l'80% facciamo progressive: siamo avviati in una direzione di cui siamo entusiasti e che sta dando ottimi frutti – prosegue l'ottico padovano – Nel nuovo negozio siamo riusciti a far capire al cliente anche con l'arredamento che siamo dei professionisti».

Per gli interni i due imprenditori hanno optato per uno stile industrial. «Abbiamo ripreso l'atmosfera delle vecchie fabbriche, con cromatismi che evocano quelli di un'officina – spiega De Lorenzo - Per l'illuminazione sono stati usati dei vetri speciali utilizzati nelle vecchie industrie per la sicurezza, poi ci sono due tavoli di vendita in ferro antichizzato e al soffitto è stato applicato un telo di caucciù lavorato in modo tale che la superficie sembra uno specchio e il negozio appare più alto, mentre il pavimento è in legno: il risultato è davvero di impatto, la gente si ferma a vedere il negozio». Un ulteriore cambiamento riguarda il nome e l'immagine coordinata. «Nei due negozi di Padova, abbiamo deciso di chiamarci De Lorenzo Professione Ottico, portando in primo piano il nostro personal brand», conclude il professionista veneto.

## Barzini: l'ambassador Silhouette ha ricevuto l'Ambrogino d'Oro

[Benedetta](#) (nella foto, tratta da [repubblica.it](#)), fra i testimonial nel 2013 di Lifestyle, collezione del brand austriaco, ha ricevuto giovedì scorso il prestigioso riconoscimento

«Top model e sulla prima copertina di Vogue nel 1965, femminista che a 73 anni sfila ancora senza paura di mostrare le rughe, un esempio di donna libera da sottolineare», dice la motivazione all'Ambrogino d'oro di Benedetta Barzini. Per quanto gratificante è riduttiva. Giornalista come il padre, il mitico Luigi inviato del *Corriere della Sera*, è stata la prima italiana a imporsi non solo per la bellezza particolare e l'eleganza innata, ma per il modo di muoversi in passerella, che ancora adesso la fa emergere. Colta, intelligente, vivace, è stata amica di Salvatore Dalì, ha frequentato la Factory di Andy Warhol e vissuto in prima persona i grandi cambiamenti di quegli anni. Di queste sue esperienze ne ha tratto materia per la sua attività di docente sulla moda e il costume, in vari atenei universitari. Tutto questo crescendo quattro figli e ora occupandosi di vari nipoti. Non è un caso che Silhouette l'abbia scelta nel 2013 per il suo gruppo di creativi-testimonial. ([Luisa Espanet](#))



“Lenti protettive per tutte le esigenze:  
ho scelto un ottico che ha a cuore la mia famiglia.”

Maria Grazia Cucinotta





## Marchon, continua la partnership con Karl Lagerfeld

L'azienda di eyewear e il marchio d'alta moda hanno annunciato il rinnovo pluriennale a lungo termine dell'accordo di licenza globale relativo agli occhiali



Questa alleanza strategica riguarda «la progettazione lo sviluppo, la produzione e la distribuzione in esclusiva su scala mondiale di collezioni da uomo e da donna di occhiali da vista e da sole a marchio Karl Lagerfeld – si legge in una nota congiunta delle due società - Il rinnovo precede di poco il decimo anniversario del contratto di licenza globale tra Marchon e Karl Lagerfeld, stipulato nel 2007 e seguito nel 2008 dalle collezioni di debutto del marchio».

Secondo quanto dichiarato a b2eyes TODAY da Marchon, l'azienda per policy non rilascia informazioni circa la durata dei contratti di licenza.

Oggi l'eyewear del brand (nella foto, un'immagine di campagna) viene venduto in tutto il mondo presso ottici, centri commerciali e negozi specializzati selezionati. «Siamo entusiasti di collaborare con questo marchio innovativo e di tendenza per attrarre i nostri consumatori e far sì che Karl Lagerfeld riesca a crescere nel settore degli occhiali a livello globale», commenta nel comunicato [Nicola Zotta](#), amministratore delegato e presidente di Marchon Eyewear.

## Santa Lucia: protettrice anche dello sguardo... digitale?

È la singolare iniziativa di don Alessandro Palermo, parroco della Chiesa di San Matteo, a Marsala, che ieri, in occasione della veglia dedicata ai giovani in onore della Protettrice della vista e degli occhi, ha deciso di benedire i cellulari in seguito a una riflessione sull'uso che se ne fa

Come ogni anno gli ottici festeggiano Santa Lucia. Chi prima, chi dopo, ha condiviso o condividerà insieme ai colleghi con manifestazioni, iniziative e incontri conviviali, i festeggiamenti dedicati alla Protettrice degli occhi e della vista.

Non solo il settore, tuttavia, quest'anno ricorderà Santa Lucia. Un'iniziativa particolare è già stata realizzata a Marsala. «Benedire il cellulare significa sollecitare gli utenti, con l'aiuto di Dio, a dire e a fare un buon uso del proprio smartphone», spiega sul proprio blog, [elementidipastoraledigitale.wordpress.com](#), don Palermo, che aggiunge come Santa Lucia possa essere considerata, nella società moderna, la protettrice non solo della vista e degli occhi, ma anche una speciale guida per un uso corretto dei dispositivi digitali. «Gli occhi e lo sguardo vanno educati, protetti, salvaguardati anche quando guardiamo lo schermo del nostro cellulare. Non è solo una questione di salute, è anche una questione morale. Si può anche peccare con lo sguardo – dice il parroco - Lucia può, quindi, diventare una speciale guida per un uso corretto e positivo dei media digitali. Ecco perché io li voglio benedire».

Di rilievo professionale, invece, l'iniziativa legata a Fondazione Banca degli Occhi del Veneto Onlus, centro di riferimento nazionale per i trapianti di cornea, che quest'anno ha celebrato il traguardo della centomillesima cornea donata a partire dal 30 settembre 1987. Nei giorni scorsi è stato presentato al ristorante Le Calandre di Rubano, in provincia di Padova, Santalucia 2016, il vino Maculan selezionato da una commissione di esperti per sostenere, attraverso 300 bottiglie uniche e numerate, i progetti di ricerca sulle malattie oculari della Fondazione. Un vino che si carica quest'anno di una speciale valenza: il Santalucia 2016 sarà il vino ufficiale del Trentennale di Fondazione Banca degli Occhi (nella foto, Santa Lucia, nella raffigurazione di Giovanni Battista Salvi da Sassoferrato, presso Palazzo Chigi, palazzo storico del centro storico di Ariccia, in provincia di Roma).

