



Ferroni: chi vede bene... diventa lettore

Il centro ottico di San Benedetto del Tronto, nelle Marche, ha dato il via a una collaborazione con una casa editrice locale: chi acquista un occhiale riceve anche un libro in regalo



Cosa c'è di più naturale, ma anche importante e prezioso, del legame tra vista, occhiali e lettura? A questo inscindibile trinomio ha dedicato un'iniziativa Ottica Ferroni, insegna avviata nel 1983 che conta un secondo punto vendita a Porto D'Ascoli. Nelle vetrine del negozio di San Benedetto del Tronto fanno capolino oggi una serie di libri (*nella foto*): il centro ottico ha infatti instaurato una collaborazione con la Di Felice Edizioni di Martinsicuro, in Abruzzo, che pubblica varie collane di poesia, narrativa e saggistica, grazie alla quale, dalla fine di marzo sino al 31 agosto, per ogni paio di occhiali o di lenti acquistate sarà possibile ricevere in omaggio un libro e si potranno anche comprare i volumi della casa editrice. «L'idea è stata della nostra nuova addetta alle vendite, Annalisa Frontalini, che opera da anni nel campo dell'arte, degli eventi culturali e dei libri – spiega a b2eyes TODAY [Giuseppe Ferroni](#), titolare del negozio marchigiano – Io sono un optometrista, il cuore della mia attività è questo, ma ho aderito per fiducia e per curiosità, poiché lei ci crede molto, ed è interessante poter offrire ai clienti qualcosa di diverso per smuovere un mercato fermo».

A questa iniziativa l'ottico ha anche abbinato una promozione che ha coinvolto le lenti oftalmiche: sino al 15 aprile, infatti, i clienti hanno potuto usufruire di uno sconto del 50% sull'acquisto di tutti i prodotti presenti in negozio. Ma non solo. Il centro ottico ha allestito al proprio interno pure un piccolo spazio in cui le persone possono sfogliare libri e ascoltare ottima musica. «È un modo per coinvolgere i clienti, incuriosirli, farli rilassare e rimanere in negozio – conclude Ferroni – Una cosa nuova, perlomeno qui in zona: per ora forse è presto per valutare appieno i risultati». Ma i primi riscontri già ci sono. «Le persone sin da fuori sono incuriosite dalla vetrina ed entrano – aggiunge Frontalini, che tra le altre cose cura anche una collana della Di Felice Edizioni – Questo mi è sembrato un ottimo modo per aumentare la notorietà del negozio. La gente va dove sta bene, sta bene dove c'è bellezza e bellezza per me sono i libri, la musica, l'arte. In futuro l'idea è di inserire anche foto artistiche e organizzare presentazioni letterarie».

Fuorisalone: neubau spinge sulla sostenibilità

Il marchio di Silhouette è uno degli sponsor di Isola Design District, quartiere radical chic di Milano: botteghe artigiane, location nascoste e cortili privati ospitano giovani designer e brand emergenti con mostre, installazioni, workshop ed eventi

Una scelta ben precisa quella di neubau eyewear al [Fuorisalone](#) milanese. Più che per presentare una nuova collezione, per confermare il continuo interesse per il tema della sostenibilità. E quale migliore location del quartiere dell'Isola e in particolare di una palazzina in via De Castillia dove il messaggio del Rethinking Materials è dominante? Al pianterreno, infatti, hanno gli atelier-negozi diversi artigiani e altri espongono occasionalmente i loro prodotti come colorati giocattoli realizzati con stampa 3D (*nella foto, in basso*). Neubau è al primo piano, in una sala piena di luce affacciata su



una vasta area con prati, alberi, orti, tra il Bosco Verticale e altri grattacieli progettati da archistar. Un mix di verde e urbanizzazione, nato da una zona fatiscente della città, che ha molti punti in contatto con il nuovo quartiere di tendenza e del design di Vienna, che dà il nome al brand, appunto neubau. Ideale cornice quindi per proporre la collezione [Sigmund & Carl](#) (*nella foto, a destra*). Rotondi, come li portavano i grandi padri



della psicanalisi Freud e Jung, sono in natural PX ottenuto dalle piante di ricino, quindi con uno smaltimento in pieno rispetto dell'ambiente, in titanio e acciaio inox, usato per le apparecchiature mediche. In linea con l'ecosostenibilità anche la custodia in poliestere, con piccola catena da applicare alla borsa o alla cintura. ([Luisa Espanet](#))

SEIKO

PRECISION FOR VISION

// THERE'S
NO SUCH THING AS
PRECISION
LIGHT. //





Sei di nicchia o di design?

Negli ultimi cinque anni il tema dell'occhiale di bellezza è entrato nell'immaginario collettivo degli ottici italiani con successi alterni e risultati più o meno concreti. Da un manipolo di carbonari a uno sciame di interessati e interessabili

Da pochi giorni si è conclusa, nuovamente a Bari, la [sesta edizione](#) di Design Your. Dopo il passo troppo lungo di Roma gli organizzatori hanno riproposto più artigianalmente nelle proprie terre quello che fu il primo spin-off delle fiere di settore, nel settembre 2012 ad Altamura, dedicato all'occhiale di nicchia italiano e non. Ancor prima del DaTE va riconosciuta a questi "ragazzi" la scelta di aver voluto regalare all'ottico e alle aziende di nicchia l'opportunità di incontrarsi, conoscersi e scambiarsi idee. Il cosiddetto "Effetto Farfalla" certifica che il battito d'ali di una farfalla è in grado di scatenare un uragano a diecimila chilometri di distanza. Probabilmente il primo battito dell'occhiale di nicchia fu quello di Design Your e quello del definitivo decollo dell'occhiale di design va attribuito al DaTE nell'[ultima edizione](#) di Firenze, nel settembre scorso. Fatto sta che in cinque anni l'ottica in Italia è stata in grado di proporre montature ancora più belle e costose e non solo italiane. L'eyewear di design è penetrato nel Dna dell'ottica affiancando e spesso sostituendo quello di griffe su cui l'industria italiana ha costruito il proprio trampolino di lancio. Un Dna rigenerato non solo nel retail ma soprattutto nell'industria del conto terzi, che ha trovato in questo segmento il suo sfogo creativo e una visione parallela del business d'impresa.

Quella dell'occhiale di design è stata una piccola rivoluzione che ha generato ottici e imprenditori contaminati dallo stesso prodotto da loro scelto o creato. Una contaminazione visibile nell'esposizione, nello store e, perché no, anche nello stile e nelle scelte professionali di chi ha intrapreso questa strada. A Luciana Ricciuti, un'energica ottica della Basilicata presente all'ultima edizione di Design Your, la nuova parabola dell'occhiale italiano ha cambiato radicalmente l'esistenza, l'ha convinta a offrire nuove simbologie visive ai propri clienti e a realizzare una piccola collezione privata che la rappresentasse. Secondo le ultime notizie della sua vita professionale, la vicentina Arianna Foscarini da ottica ha intrapreso un percorso parallelo di [consulente](#) di moda e immagine. L'eyewear di design ha, quindi, influenzato molto la loro vita e quella dei clienti che l'hanno acquistato.

Tuttavia non posso dimenticare il DaTE di via Tortona, nell'autunno 2014, e quella atmosfera carbonara che le già tante aziende presenti facevano percepire insieme ai primi ottici che ricercavano da quelle nuove montature un posizionamento di nicchia rispetto a un mercato che si stava omologando verso il basso. Se la nicchia ha generato il design ne possiamo essere felici perché ha dato uno scossone verso l'alto all'offerta. Ma il design, come ricorda la stessa Ricciuti, necessita anche della funzionalità d'uso, perché l'occhiale non è solo moda ma soprattutto sostegno visivo.

Queste parole mi riaccendono il ricordo di una mostra sulla Rinascente tenutasi recentemente a Milano. Alcune stanze furono dedicate all'esposizione dei prodotti che vinsero il "Compasso d'oro", un concorso di prestigio per anni organizzato dalla Rinascente stessa che a sua volta vendeva una buona parte dei prodotti premiati. Una sorta di "cannibalismo intellettuale" che a distanza di anni resta una delle attestazioni della bellezza creativa della nostra industria italiana. Non sprechiamo l'opportunità, cara ottica, di essere parte di questa grande storia del nostro paese. pillole@nicoladilernia.it

Zaccagnini: formazione e lavoro al centro della tavola rotonda

Il Congresso organizzato dall'Istituto si svolgerà presso l'Hotel Savoia Regency di Bologna domenica 22 e lunedì 23 aprile: nel tradizionale simposio di chiusura punterà l'accento su sistema formativo e necessità del mondo professionale e produttivo

È tutto pronto per la ventunesima edizione del [Congresso](#) interdisciplinare promosso dall'Istituto Zaccagnini, focalizzata su "Occhio anteriore: le risposte delle scienze della visione fra innovazione e contrasto alla mutazione dei contesti sociali e dell'ambiente". Oltre alle sei sessioni plenarie che si terranno domenica e lunedì e ai workshop che si svolgeranno nella seconda giornata del simposio, sempre di lunedì avrà luogo, come di consueto, la tavola rotonda conclusiva, quest'anno dedicata a "Lavoro, giovani e formazione professionale: un nodo da sciogliere". «Il dramma dell'Italia è il profondo scollamento tra il sistema formativo e quello delle competenze che il mondo del lavoro richiede – commenta a b2eyes TODAY [Giorgio Righetti](#), direttore dell'Istituto Zaccagnini – Perciò chiameremo a confrontarsi operatori della scuola, della formazione e delle imprese della filiera ottica, che chiariranno di quali profili necessitano, presentando una serie di dati ma anche l'evoluzione dei percorsi formativi che avvieremo con Certottica a Bologna, Milano e Longarone».

Al termine dei lavori scientifici, domenica, si svolgerà anche la tradizionale cerimonia di consegna delle licenze di abilitazione e degli attestati conseguiti dagli studenti dei corsi di ottica e di specializzazione in optometria dell'Istituto felsineo nell'anno scolastico 2016-2017.

Direttore responsabile: [Angelo Magri](#) Coordinamento redazionale: [Francesca Tirozzi](#) Redazione: [Nicoletta Tobia](#)

Supplemento al 20 aprile 2018 di b2eyes.com reg. presso Tribunale Milano, n. 292, 17-06-2009 © La riproduzione dei contenuti è riservata

Sight for Kids
Aderisci anche tu!



Con il patrocinio di:

