SCUOLA DI GESTIONE AZIENDALE SGA SIO-O
www.scuolagestioneottica.it

b2eyes TODAY

SCUOLA DI GESTIONE AZIENDALE SGA SIO-O
www.scuolagestioneottica.it

GIOVEDÌ 26 OTTOBRE 2017 ANNO VII N. 1461

Caradonna: Triangle, la nostra identità in un occhiale

Una private label di nicchia con la qualità dei materiali e della lavorazione made in Italy, da proporre solo nel proprio negozio ai clienti più ricettivi ai valori che da anni porta avanti: sono le caratteristiche della collezione studiata da Nico, insieme al padre Cosimo e al fratello Alessandro

In principio era il logo, è proprio il caso di dirlo, per quel che riguarda la "forma" che questo progetto dal valore familiare ha assunto. «Ho pensato a un certo punto di creare qualcosa di mio, ma non strettamente individuale, bensì che fosse connesso innanzitutto con chi lavora con me e che mi legasse al nostro territorio d'origine, modugnese, pugliese e soprattutto italiano, perché volevo sviluppare un prodotto di qualità e made in Italy – racconta a b2eyes TODAY Nico Caradonna – Tutto è partito dal marchio, che abbiamo ideato dopo aver condiviso le nostre idee: ne è scaturito un triangolo, da cui il nome. Perché? Noi siamo tre e il triangolo infatti è equilatero, cioè con lati che hanno lo stesso peso e la stessa forza nella nostra realtà imprenditoriale. Ognuno però rappresenta un aspetto diverso: la creatività (io), l'esperienza (papà), la tecnica (mio fratello, che si occupa della costruzione di ogni occhiale realizzato da Ottica Caradonna). Inoltre, nel linguaggio dei quattro elementi, il triangolo è il simbolo associato alla terra, dunque rappresenta il nostro attaccamento alla Puglia e all'Italia. Infine, è un segno che indica prospettiva, coerente con ciò che siamo e stiamo sviluppando, con lo sguardo sempre proiettato in avanti».

Per concretizzarsi il progetto dei Caradonna ha richiesto circa un anno di lavoro e un'attenta valutazione di ogni aspetto. Per la produzione si sono così rivolti a esperti artigiani del Cadore, che realizzano e lucidano a mano le montature, mentre per il disegno tecnico si sono affidati a una esperta designer. Ne è nata una collezione di quattro modelli in diverse varianti di colore in acetato Mazzucchelli, abbinata a un packaging coordinato. «Volevo un prodotto che parlasse di noi e, siccome la nostra storia deve essere raccontata con una certa qualità di comunicazione, il materiale e la tecnica devono corrisponderle - prosegue Nico - La linea comprende solo montature da vista molto tecniche (*nella foto, un modello*) perché per ora mi interessa soddisfare l'esigenza dei portatori che hanno problemi di refrazione: miopi, presbiti, ipermetropi». La nuova collezione è già in negozio e i primi feedback sono incoraggianti. «Per la prossima stagione dovrò capire in che direzione muovermi, dal punto di vista stilistico, per andare incontro a ciò che il pubblico richiede, senza però esserne influenzato completamente, perché un progetto deve mantenere la propria identità - conclude Caradonna - La collezione non è rivolta a tutta la clientela: chi acquista gli occhiali Triangle lo fa perché ha fiducia in me, sa che dietro ci sono io e che si può fidare. Con questi presupposti il progetto potrà crescere e diventare sempre più importante, ne sono certo».

Ray-Ban Reloaded: in vendita sino a domani 650 pezzi

Ritorna per la quinta volta il progetto dell'housebrand di Luxottica, che attinge agli archivi storici per riportare in auge le collezioni del passato, con occhiali acquistabili solo dai canali diretti del marchio

Giunto alla quinta edizione, Reloaded si orienta all'iconico modello Ray-Ban Clubmaster (*nella foto, un'immagine di campagna*): ispirato a due tendenze negli anni 80, è riproposto con montatura in acetato a doppio strato con le nuove lenti washed. «Le combinazioni cromatiche contribuiscono a ridefinire questo modello leggendario, declinato in avana marrone su avana giallo, avana chiaro su corno beige e avana marrone su avana beige», si legge in un comunicato di Luxottica.

Sono disponibili 650 pezzi in tutto il mondo, acquistabili soltanto sino a domani ed esclusivamente presso alcuni flagship store selezionati e sul sito di Ray-Ban.

SEIKO
PRECISION FOR VISION

// SAY IT PRECISELY OR SAY NOTHING AT ALL. //

La precisione è una promessa di grandi cose. SEIKO in giapponese significa "precisione". Da oltre 130 anni, SEIKO produce lenti di altissima qualità, perfettamente adatte alle diverse esigenze e ai desideri dei nostri clienti. Adesso lo sai!

SCUOLA DI GESTIONE AZIENDALE SGA SIO-O
www.scuolagestioneottica.it

b2eyes TODAY

SCUOLA DI GESTIONE AZIENDALE SGA SIO-O
www.scuolagestioneottica.it

GIOVEDÌ 26 OTTOBRE 2017 ANNO VII N. 1461

Mei, tour in Europa per avvicinarsi agli ottici

All'ultimo Silmo ha debuttato la nuova soluzione compatta destinata a centri ottici e laboratori EzFit TBA dell'azienda bergamasca, che esporrà per la prima volta anche a opti di gennaio 2018 e poi sarà presente come sempre a Mido

EzFit TBA (*nella foto*) propone in una singola unità le funzionalità di EzFit, edger all-in-one concepita per portare la tecnologia di fresatura all'interno di piccoli laboratori e punti vendita, e il processo di ispezione e carico automatico TBA, cioè Throw the Block Away. «Già ampiamente collaudata in vari modelli di macchine Mei, la tecnologia TBA permette controllo del potere e taglio senza ausilio di blocchetti di centraggio – spiega una nota della società lombarda - La necessità del blocchetto di fissaggio è eliminata grazie a un sistema integrato di carico lente che combina le operazioni di ispezione, orientamento e carico in un singolo processo interno. L'unità TBA riduce notevolmente i costi di produzione e aumenta la precisione di centraggio lenti, senza accrescere i tempi del ciclo di sagomatura. EzFit TBA permette, dunque, di incrementare la produttività con un carico completamente automatico». EzFit è stata proposta al salone di Parigi anche nella già nota versione Advanced, oltre che nella recente variante NoBlock Developer che, grazie allo Shape Finder integrato, permette di creare i job direttamente in macchina.

A Silmo ha debuttato anche Shape Finder EVO, una versione avanzata di Shape Finder, dispositivo di scansione ottica concepito per migliorare e completare le funzionalità di EzFit, evitando i comuni errori delle unità standard che operano con telecamere. Shape Finder EVO combina le caratteristiche di Shape Finder, un computer e un lettore di codici a barre, in un dispositivo multifunzione user friendly: grazie al computer integrato è possibile usufruire di connessione internet e wi-fi per preparare e salvare lavori standard o speciali direttamente sul computer o sul server, oltre che per modificare lavori svolti in precedenza. «Il tutto si traduce in una maggiore rapidità di esecuzione e in un'estrema semplicità operativa – precisa il comunicato - Shape Finder EVO è disponibile anche in una versione Blocker che permette di bloccare direttamente le lenti».

Expo Ottica Sud, dal 2018 cambia casa

Si è conclusa lunedì la quarta edizione del salone di Catania, che quest'anno ha ospitato oltre 70 espositori tra aziende e marchi: si è confermato un evento importante per buona parte degli ottici del Sud e per le realtà in mostra, alcune delle quali al debutto

«Non sono ancora disponibili i dati definitivi, ma quest'anno l'afflusso di visitatori in fiera (*nella foto, tratta da Facebook, uno scorcio degli stand*) è stato più o meno in linea con il 2016 - dichiara a b2eyes TODAY Massimo Pennisi, responsabile marketing di Asso Fiere Sicilia, la società organizzatrice dell'evento campionario etneo - Per quanto riguarda le aziende partecipanti ho colto un buon livello di soddisfazione soprattutto per la giornata di domenica e in parte di lunedì, mentre il sabato l'affluenza è stata più lenta ma continua». Un parere positivo è stato espresso da diversi espositori anche per quel che riguarda la qualità dei visitatori, professionisti provenienti da tutta la Sicilia e in maniera consistente dalla Calabria, oltre che da Malta, anche in rappresentanza di centri ottici o addirittura di family chain di rilievo del territorio. Come pure è stato apprezzato il livello della manifestazione, che si sta affermando come una vera e propria fiera, con gli spazi adatti, stand curati e un'organizzazione attenta alle esigenze di chi espone.

Per l'edizione 2018, due sono le novità che anticipa Pennisi. «La sede non sarà più il Centro Fieristico Etnapolis, anche se manterremo la location a Catania – rivela il manager - Contestualmente prenderemo in considerazione l'opportunità di ampliare gli spazi per gestire eventuali nuove richieste. Abbiamo già avvisato gli espositori, molti dei quali hanno espresso la volontà di tornare l'anno prossimo: stiamo valutando la scelta che comunicheremo quanto prima. Inoltre l'anno prossimo con buona probabilità sposteremo l'orario di apertura del primo giorno di manifestazione alle 14, per consentire agli espositori di giungere in fiera anche il sabato mattina».

Direttore responsabile: Angelo Magri Coordinamento redazionale: Francesca Tirozzi Redazione: Nicoletta Tobia
Supplemento al 26 ottobre 2017 di b2eyes.com reg. presso Tribunale Milano, n. 292, 17-06-2009 © La riproduzione dei contenuti è riservata