

## Polignano a Mare: con Strigo diventa culla del design

Il centro ottico, in provincia di Bari, è stato inaugurato la scorsa estate: si propone come unico nel suo genere nella zona dall'offerta di occhiali d'avanguardia all'arredamento



«Strigo nasce dall'esigenza di proporre qualcosa di diverso, in grado di cambiare gli stereotipi dei consumatori, ma anche degli ottici stessi – spiega a b2eyes TODAY **Vito Pesola**, responsabile del punto vendita di via Giacomo Matteotti a Polignano a Mare - Il nostro obiettivo è, infatti, offrire un prodotto alternativo e, non a caso, il nostro motto è "to be different"». Da qui la scelta di vendere solo brand di montature di design, che spaziano dal francese J.F. Rey all'austriaco Andy Wolf, fino agli italiani Res Rei, Tavat Eyewear e Pq Eyewear, solo per citarne alcuni. «Non sono i classici occhiali che si possono trovare o vedere ovunque - precisa l'ottico pugliese - Ma modelli artigianali, fatti a mano: vogliamo dare l'esclusività, la novità». Anche

l'arredamento del negozio esprime questa volontà di differenziarsi, con l'utilizzo di materiali da risulta abbinati a pezzi realizzati da maestri artigiani (nelle foto).

Perché proprio Polignano? «Crediamo che la città sia una realtà in crescita – aggiunge Pesola - È dotata di grandi potenzialità per questo tipo di business, soprattutto grazie al crescente turismo». Una grande sorpresa è stato il target di riferimento di Strigo. «Chiaramente d'estate lavoriamo molto bene con i clienti che vengono qui in vacanza – dice il professionista – Pensavamo che il nostro prodotto fosse d'interesse quasi esclusivamente per un pubblico giovane, più attento alle novità: in realtà ci stiamo ricredendo, perché anche una clientela più adulta sta apprezzando le nostre collezioni».



## Terry Trish, gli occhiali della jungla

Si ispirano al mondo selvaggio e ai suoi animali, ma sono apprezzati e venduti in alcuni centri ottici in Italia, soprattutto della Lombardia. Sono le nuove montature della Wild Collection del marchio con base a Milano

Gli occhiali, realizzati in acetato, lavorati a mano, hanno stampe che ricordano la pelle del coccodrillo, piuttosto che la pelliccia del leopardo o quella del lupo, il tutto però in una colorazione forte e inaspettata (nella foto, a sinistra, un occhiale da sole). I modelli si chiamano appunto Caiman, Feline e Wolfie. Li ha disegnati **Lucas Milossi**, giovane creativo argentino che, non a caso, ha chiamato Don't cry for me la sua società, produttrice e distributrice del marchio.



Personaggio eclettico con un passato di graffitaro, di creatore del brand di T-shirt Crista, censurato dalla Camera episcopale argentina, è designer di accessori, con studi di Industrial Design e un master in Luxury Brand Management a Milano, dove vive attualmente e dove nel 2013 ha fondato l'azienda. In linea anche l'immagine pubblicitaria con cartelli vetrina, impossibili da non notare. A effetto perfino il packaging: una scatola che quando si apre produce suoni della jungla (nella foto, a destra). ([Luisa Espanet](#))



**DAITACH ISELF**  
LENTE PROGRESSIVA ULTRA-PERSONALIZZATA



[www.daitachiself.com](http://www.daitachiself.com)

**Una lente per ogni stile di vita!**

La nuova campagna TV, WEB E STAMPA per DAITACH ISELF®



## Zeiss: design, colore e personalizzazione... in maschera

Anche quest'anno il brand propone nuove soluzioni specifiche per lo sport con una collezione di mascherine da sci e snowboard venduta unicamente presso i centri ottici partner



Le maschere della nuova collezione 2016 presentano tre punti di forza, primo tra i quali il design sottile e leggero. «Il minore ingombro e la leggerezza – si legge in una nota di Zeiss – garantiscono la massima libertà di movimento, mentre l'ampio campo visivo garantisce un comfort prolungato e una maggiore percezione degli ostacoli». Su alcuni modelli è, inoltre, disponibile l'esclusiva colorazione Sonar by Zeiss, per le condizioni di scarsa luminosità. «Questa tecnologia di colore brevettata è stata studiata per aumentare i contrasti e facilitare l'identificazione di dislivelli e ostacoli

sulla neve, consentendo a chi scia di reagire al pericolo con maggiore velocità e sicurezza», prosegue la nota. Le lenti con tale colorazione sono state testate durante *wearing trial* a Cortina d'Ampezzo in Italia e a Saas Fee in Svizzera, in collaborazione con l'Istituto di Optometria di Aalen e il Dipartimento di Medicina dello Sport della Ruhr-Universität di Bochum in Germania.

Inoltre, per soddisfare le esigenze di chi è attento alla moda anche sulle piste, Zeiss ha realizzato tre categorie di prodotti. «I nuovi modelli Combo permettono una personalizzazione totale della mascherina e sono caratterizzati da un design accattivante e colorazioni alla moda come l'arancione e il verde fluorescente – ricorda il comunicato – I modelli Duo (nella foto, una maschera), disponibili in un'ampia gamma di colori, permettono di avere, invece, due lenti intercambiabili in una sola maschera per la massima performance visiva. I modelli Mono, infine, ideali per le condizioni di elevata luminosità e disponibili con un'unica lente, offrono una maschera per un total look bianco o nero». Tutte le lenti Zeiss garantiscono protezione contro i raggi Uva, Uvb e Uvc e sono arricchite da trattamenti oleo e idro repellenti di facile pulizia, che consentono una visione nitida in ogni condizione atmosferica. La nuova collezione è venduta unicamente presso i centri ottici partner di Zeiss. L'ordinazione delle maschere può essere fatta sia in forma di assortimento, per soddisfare le richieste più immediate, sia come ordine giornaliero. Possono essere richieste esclusivamente lenti di ricambio per coloro che avessero già acquistato una maschera compatibile e fossero interessati a scegliere una lente di colore uguale e diverso a quello attualmente montata.



**OPTO IN è ON AIR**

dal 7 dicembre la nostra prima grande CAMPAGNA PUBBLICITARIA nazionale su Corriere della Sera e su Radio R101.

**CORRIERE DELLA SERA** **R101**

**OPTO IN**  
www.opto.in

## Opto in: così comunicheremo i nostri valori

Partirà lunedì la prima campagna pubblicitaria a livello nazionale su stampa e radio del network di circa 200 ottici indipendenti

La campagna pubblicitaria, la prima in assoluto di Opto in, sarà pianificata fino al 21 dicembre su Corriere della Sera e Radio R101. «Si tratterà di una campagna istituzionale, volta a presentarci al cliente finale, comunicando i nostri valori di impegno, passione e responsabilità», fanno sapere da Opto in. Il network non vuole svelare ulteriori dettagli. «La creatività sarà online sul sito di Opto in da lunedì 7 dicembre», precisano dal gruppo, con sede a San Giovanni Lupatoto, in provincia di Verona (nella foto, un'immagine del lancio della campagna).

In occasione delle festività di Sant'Ambrogio e dell'Immacolata, b2eyes TODAY sospende la pubblicazione, che riprenderà regolarmente mercoledì 9 dicembre (nella foto, un'immagine dei mercatini di Natale di Rango, in provincia di Trento).



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

Supplemento al 4 dicembre 2015 di b2eyes.com reg. presso Tribunale Milano, n. 292, 17-06-2009 © La riproduzione dei contenuti è riservata