



Mirror: il ritorno di Sacilotto sarà una “meraviglia”?

È questo il nome dell'insegna che l'ex manager di Randazzo e GrandVision Italy aprirà il 27 luglio a Milano, in Galleria Passerella, dove sorgeva l'ultimo negozio di Elio Fiorucci



Duecentoquaranta metri quadrati di estensione su due livelli e otto collaboratori, tutti ottici diplomati. Ma soprattutto un negozio, «che vuole suscitare meraviglia, come ricorda l'etimologia latina del verbo *miror*», anticipa a b2eyes TODAY Luca Sacilotto (nella foto). Un punto vendita con una base neutra, nessun elemento strutturale di arredo di grande caratterizzazione, aspetto ritenuto già ampiamente inflazionato sulla piazza milanese. «Ma se il palcoscenico sarà neutro, la strada della personalizzazione che intendiamo percorrere è quella dell'arte – rivela ancora Sacilotto – Seguiremo, infatti, le tendenze artistiche di Milano e non solo, cambiando ogni 3 o 4 mesi scenografia all'interno dello store: dagli elementi grafici e cinematografici della prima era analogica, ad esempio, all'omaggio il prossimo autunno allo stesso Fiorucci e ad Andy Warhol, con una caratterizzazione pop. Anche il prodotto si allineerà a queste tendenze: per il 40% proporremo un assortimento trendy, all'insegna del design, dell'artigianalità o delle libere interpretazioni, per un altro 40% avremo un prodotto mainstream ma con un lavoro di selezione su occhiali di qualità, mentre il restante 20% sarà costituito da private label ma in versione tailor made»

Il flagship di Salmoiraghi & Viganò di San Babila, il primo Ray-Ban store sulla medesima piazza: Mirror avrà vicini di casa tanto importanti quanto competitivi, per citare solo i due esempi più significativi. «Pur rispettando tutte queste realtà, noi facciamo un mestiere diverso – afferma Sacilotto – Mirror rappresenta, di fatto, un progetto pilota: la società che lo gestisce, Nova Optical, è interamente di mia proprietà e voglio trasferirvi le esperienze professionali che ho maturato. Sono infatti convinto che l'ottica abbia bisogno di qualcosa di nuovo, ecco perché vogliamo crescere, ma esclusivamente con rapporti di partnership con imprenditori sul territorio decisi a sposare questo progetto e in grado di proporre un'identità nuova, la più efficace nel rivolgersi all'area di cui fanno parte». Tant'è che già a settembre verrà inaugurato un altro centro ottico, stavolta a Bologna, ma con caratteristiche ben diverse da quello di Milano. «Sarà un negozio più borghese, più bolognese, con un'insegna diversa - spiega ancora l'imprenditore - Non vogliamo punti vendita o assortimenti uguali dappertutto, come ha invece generalmente fatto il retail ottico negli ultimi anni. Il nostro obiettivo è essere riconosciuti dal cliente finale come centri indipendenti, molto vicini ai suoi desiderata».

Vision Adria: un convegno per “prendersi cura” della gente

Dopo il successo dell'edizione 2016 la cooperativa di ottici del nord est replica il prossimo 17 settembre l'appuntamento con un nuovo simposio, sempre in collaborazione con la Fondazione Banca degli Occhi del Veneto Onlus

Presso il Padiglione Rama dell'Ospedale dell'Angelo di Mestre Vision Adria riproporrà il suo convegno (nella foto, la locandina), aperto a tutti gli operatori dell'ottica: lo scopo è condividere un insieme di regole che possano essere utilizzate per aiutare le persone a vivere e vedere meglio. I lavori durante la giornata si suddivideranno in tre blocchi a tema che coinvolgeranno sia i relatori sia le aziende partner: come prendersi cura della gente, la personalizzazione in ambito oftalmico e nella contattologia e le buone regole che l'ottico affronta quotidianamente in molti campi.

Il convegno sarà coordinato dall'esperto di mercato Nicola Di Lernia, con il contributo scientifico di Giancarlo Montani. Significativo sarà l'apporto di Diego Ponzin, oculista e direttore della Fondazione Banca degli Occhi del Veneto, che proporrà tre relazioni a integrazione della ventina di interventi previsti da parte di esperti di fama dell'ottica italiana.

«Il titolo stesso dell'evento mostra chiaramente la volontà di essere al servizio del cittadino, collaborando con la classe medica, ognuno nel rispetto delle specifiche competenze: in questa prospettiva vogliamo creare un metodo di lavoro comune che coinvolga tutti i nostri soci, una trentina di centri ottici ubicati nel nord est d'Italia, nella loro attività quotidiana – commenta a b2eyes TODAY Iginò Franceschetto, presidente di Vision Adria – La scelta di organizzare un convegno a cadenza biennale non è casuale: l'obiettivo è proporre un simposio che non si riveli ripetitivo, bensì unico per la qualità e il livello del servizio offerti, compresa la prestigiosa location, a fronte anche della gratuità della partecipazione».



Padiglione Rama - Ospedale dell'Angelo, Mestre (VE)
PER INFORMAZIONI E ISCRIZIONI

Rischi all'esposizione UV

patologie, prevenzione, protezione

Lucio Buratto, Giancarlo Montani, Maurizio Martino

Coordinamento editoriale Vittorio Picardo





Spoto: vent'anni di design con tappa al DaTE

L'imprenditore di Ragusa, che alla fine del 2016 ha completamente rinnovato il proprio centro ottico, ripercorre la sua storia "d'amore" con l'eyewear di avanguardia, nata all'alba del nuovo millennio



«Il nostro rapporto con gli occhiali di ricerca inizia circa vent'anni fa, intorno al Duemila, quasi agli albori della distribuzione in Italia dei marchi cosiddetti di design: siamo sempre stati molto attenti alle novità, a quei tempi si viaggiava un po' meno per le fiere, era più radicata la figura dell'agente che veniva a proporci tutto ed è stato così che abbiamo inserito i primi nomi di avanguardia, Theo e Anne & Valentin ad esempio – afferma a b2eyes TODAY **Giorgio Spoto** (nella foto), quarta generazione di una famiglia siciliana di ottici - Noi che siamo cresciuti a "pane e occhiali" ci siamo sempre emozionati e stupiti di fronte a oggetti che fanno la differenza, che inducono a pensare ad altro e che aprono nuove frontiere rispetto al semplice indossare un occhiale da vista o da sole. Ricordo ancora le valigie con questi occhiali dalle forme stranissime e dai colori mai visti, e noi che circolavamo stupiti all'interno del negozio, emozionati e contenti che potesse esistere qualcosa di diverso dal solito, così da aprirci la mente».

Utilizzate DaTE come evento per cercare e acquistare questo tipo di occhiali? «Assolutamente sì, DaTE è nato con questo preciso intento, anche se la maggior parte degli espositori è già conosciuta da noi - sottolinea Spoto - Non ho partecipato per ragioni organizzative all'ultima edizione, ma quasi certamente andremo a Firenze il **prossimo settembre**: si tratta di un evento molto utile per confrontarsi con questo segmento di mercato, l'importante è che non assuma un carattere troppo commerciale».

L'imprenditore ottico è convinto che nel suo negozio di Ragusa, attivo da sessant'anni, gli occhiali di avanguardia «saranno sempre presenti, perché siamo costantemente alla ricerca delle novità e soprattutto del bello - conclude Spoto - Alla luce dell'esperienza di questi vent'anni rimangono importanti ed è affascinante proporli e riuscire a venderli. Tuttavia la parte optometrica del nostro centro ricopre un ruolo fondamentale e, visto il posizionamento in una località di provincia, non possiamo fare affidamento solo sui modelli più ricercati: i marchi commerciali hanno ancora una certa importanza, quello che si vende maggiormente è il prodotto semplice, funzionale, ben fatto e ben assistito. Non potremmo, quindi, permetterci di sbilanciarci troppo sul design spinto, ma abbiamo e avremo sempre qualcosa di diverso all'interno del nostro centro ottico».

Giappone, l'alluvione non ha colpito l'oftalmica

Dopo le piogge torrenziali che nei giorni scorsi hanno devastato la parte occidentale del paese, il bilancio delle vittime ha ormai sfiorato quota 180

Quello che si è verificato, secondo le autorità locali, è il peggior disastro degli ultimi decenni. Le frane e le inondazioni hanno distrutto abitazioni e costretto decine di migliaia di persone ad abbandonare le loro case: gli ordini di evacuazione subito dopo l'alluvione hanno riguardato quasi 6 milioni di residenti in 19 prefetture. Ripercussioni ci sono state anche sul piano produttivo, con alcuni colossi dell'auto nipponici che hanno deciso di fermare gli impianti, anche a seguito delle difficoltà da parte dei lavoratori nel raggiungere le sedi a causa dell'interruzione di strade e ferrovie.

Secondo quanto risulta a b2eyes TODAY, le maggiori aziende di lenti oftalmiche con casa madre in Giappone, Hoya, Seiko e Nikon, non hanno invece segnalato conseguenze, ma esprimono solidarietà alla popolazione colpita. Sul proprio sito, ad esempio, Nikon ha pubblicato un messaggio di vicinanza a quanti sono stati coinvolti nel disastro, offrendo sconti speciali sulle riparazioni di apparecchiature del marchio eventualmente danneggiate (nella foto, la sede di Hoya Corporation, a Tokyo).



Scarica gratuitamente la **nuova**
APP di b2eyes TODAY

Disponibile su APP Store e Play Store.