



Brescia, l'eyewear di ricerca entra nell'... Indice

Il sogno dei due imprenditori under 30, Nicolò Plebani e Giovanni Comotti, percorsi diversi alle spalle ma amici da una vita, è nato circa tre anni fa: aprire una boutique, uno spazio differente dai tradizionali negozi di ottica, in cui proporre occhiali lontani dal gusto mainstream, secondo un concept da replicare anche nel loro prossimo store



Nicolò Plebani ha intrapreso studi di economia e lingue orientali, si è occupato di accounting e marketing e anche di start up, mentre Giovanni Comotti è ottico e figlio d'arte, ha lavorato nello storico punto vendita di famiglia in provincia di Bergamo. «Inizialmente abbiamo pensato a Berlino come culla ideale per il nostro progetto, ma poi ci siamo orientati verso Brescia, città che dal punto di vista dell'avanguardia nell'abbigliamento e nella moda è molto avanti», racconta a b2eyes TODAY Plebani. I due professionisti hanno così aperto poco più di due anni fa un primo spazio (nelle foto), lavorando esclusivamente con la nicchia. «Siamo partiti da alcuni dei marchi di ricerca più conosciuti, come Kuboraum, Cazal o Linda Farrow, e nel tempo abbiamo continuato a modulare la nostra selezione, spingendoci anche verso qualcosa di più complesso:

oggi abbiamo 17 brand e, se vogliamo introdurne di nuovi, li sostituiamo ad altri già presenti - prosegue Plebani - Tutto ciò inserito in un concept altrettanto coerente: così abbiamo strutturato questo negozio di chiara ispirazione berlinese, minimal e in cui ogni elemento è realizzato su misura». In esposizione, ci sono appena 80 occhiali. «Preferiamo che sia il cliente a capire in che direzione andare, una volta che ha scelto, lo guidiamo nel vedere il resto: per questo abbiamo chiamato il nostro store "Indice": nell'indice trovo la lista dei capitoli, ma devo leggerli in maniera sequenziale per comprendere la storia - dice Plebani - Così vogliamo fare noi, conducendo il cliente dal capitolo uno, che può essere il suo primo occhiale di nicchia, non troppo difficile e fuori dagli schemi, al secondo e al terzo, avviandolo a un processo di comprensione della montatura di ricerca che va oltre la mera firma».

A distanza di due anni Plebani e Comotti hanno trovato conferma del loro progetto. «Siamo soddisfatti e lo testimonia il fatto che ci siamo spostati da pochi mesi sempre in centro, vicino al Duomo, in una location più grande, di circa 120 metri quadrati, replicando lo stesso concept, ma impreziosito con elementi di design: quella che abbiamo realizzato, nella nostra filosofia, è la boutique per eccellenza nel settore - conclude Plebani - Il nostro obiettivo è tramite Indice creare il retail di riferimento per quanto riguarda il mondo dell'ottica di ricerca, anche in termini di esperienza del cliente, e trovare la formula per replicare tale esperienza nei nostri prossimi negozi». Con il secondo punto vendita, di cui l'imprenditore non svela la location, l'obiettivo è divenire operativi entro una ventina di mesi.



Ailes, Daniele Petrini è il nuovo presidente

Subentra a Daddi Fadel, che ha guidato l'Accademia dedicata alle lenti sclerali nel primo biennio di vita



Al termine dei lavori congressuali, in occasione dell'evento AILeS del 10 e 11 giugno a Roma, si è tenuta l'assemblea dei soci per l'approvazione del bilancio e l'elezione del nuovo consiglio direttivo, che ha visto la conferma di tutti i membri uscenti e l'integrazione da 7 a 9 con l'ingresso di Luigi Marchi e Santino Pistella. La presidenza è stata assegnata a Daniele Petrini e la vicepresidenza a Carlo Tronti. «Sono onorato di assumere, con estrema comprensione della responsabilità che comporterà, la presidenza del "gioiello" di Accademia che insieme a tutti voi abbiamo costruito in questi due anni - commenta in una nota Petrini - Cercherò di dar seguito all'alto profilo scientifico dettato dalla mia predecessora, Daddi Fadel, e mi impegnerò a rendere ancor più forti e continui i rapporti tra le diverse figure dell'eye care relativamente alla materia scientifica di cui si occupa AILeS» (nella foto, il nuovo consiglio direttivo dell'Accademia Italiana Lenti Sclerali: da sinistra,

Andrea Polverini, Luigi Marchi, Marco Iovino, Luca Ciavarra, Enzo Spoto, Daniele Petrini, Daddi Fadel, Carlo Tronti, Santino Pistella).

SEIKO

PRECISION FOR VISION

LENTI COLORATE E
TRATTAMENTO
SEIKO MIRROR:
PER UN LOOK MODERNO
ED INVIDIABILE

ABBINATE
una delle cinque
specchiature





Leonardo da Vinci, prima visita "fuori porta" per optometria

Accompagnati da [Gianmario Reverdy](#), direttore del corso all'istituto di Bergamo, gli studenti del secondo anno (*nella foto*) sono stati recentemente ospiti presso la sede di Hoya, a Garbagnate Milanese



«L'iniziativa rientra nel programma di confronto con le principali aziende oftalmiche, che ho voluto avviare da quando un paio di anni fa ho assunto la direzione del corso di optometria presso il Leonardo da Vinci – spiega Reverdy a b2eyes TODAY - Essilor e Galileo sono già venute con alcuni loro manager a scuola per illustrare ai ragazzi novità di prodotto e di sistema e soprattutto l'evoluzione del mercato oftalmico. Con Hoya c'è stata, invece, l'opportunità di una visita direttamente presso il loro impianto produttivo».

Il cuore dell'incontro è stato una lezione, con il contributo di Matilde Ronzoni, esperta di prodotto in Hoya Italia, sulle progressive personalizzate del gruppo, sui metodi e gli strumenti necessari alla presa di misure dei parametri necessari per proporre al meglio queste lenti e sull'utilizzo della telesagomatura.

La giornata si è poi conclusa con la visita ai reparti produttivi dell'azienda di Garbagnate: gli studenti hanno potuto così rendersi conto della complessità della produzione di una lente, soprattutto progressiva, ma anche della qualità del lavoro e dell'organizzazione che stanno dietro.

White, qui l'eyewear mantiene i suoi spazi

Conferme e debutti per gli occhiali al salone milanese, che si è concluso il 18 giugno in zona Tortona e ha registrato un calo di presenze del 10% rispetto alla stessa edizione dell'anno scorso: successo, invece, per White Street Market, una nuova sezione della manifestazione dedicata allo sportswear&streetwear e aperta anche al pubblico che ha accolto ottomila visitatori in tre giorni



Mentre il [Pitti Uomo](#) questa volta è stato povero di proposte eyewear, White di Milano ha mantenuto i suoi spazi. Tra i fedelissimi [Delirious](#) ha proposto un modello in alluminio senza viti e senza cerniera, con possibilità di essere aperto per cambiare le lenti, che sarà nei negozi a settembre, e un altro ecosostenibile perché in un acetato con il 30% di fibra di cotone.

Due le new entry, uno spagnolo e un italiano. [Maltesa](#) è nato a Malaga quattro anni fa con solo occhiali da sole e in Italia ha già partecipato a Homi. Punta sulla moda, la protezione e il prezzo. I modelli clou sono in Terra Noventa, materiale definito indistruttibile, utilizzato per gli occhiali dei

ciclisti, e con lenti specchiate. Il brand italiano è di Torino, come dice il nome [011 Eyewear](#), con il prefisso della città. È stato creato nel 2017 dai fratelli Daniele e Simone Testore. Già presenti al Mido, saranno al DaTE di Firenze, dal 22 al 24 settembre. I modelli (*nella foto*), creati da un designer interno, sono in acetato e metallo con varie combinazioni di colori, da vista e da sole. Si ispirano al design post industriale, come anticipa il disegno della vecchia industria sul logo. Per ora sono venduti solo dagli ottici, ma vorrebbero arrivare con un 30% nei negozi di abbigliamento e per questo sono venuti a White. ([Luisa Espanet](#))

