

## Torino e Bologna, "roccaforti" di Nau!

Con la recente apertura presso la Galleria Commerciale Centro Lame salgono a tre i punti vendita nel capoluogo emiliano del brand di occhiali con monomarca, mentre grazie al negozio avviato presso il Centro Commerciale Auchan arrivano addirittura a otto quelli nel capoluogo piemontese



Lo store appena inaugurato a Bologna (*nella foto, l'esterno*) è il settimo che i fratelli Lampitelli hanno aperto con Nau! in otto anni di partnership. «All'epoca ci ha incuriositi il progetto, ma più di tutto ci ha incuriosito la novità nel settore unita alla formula in franchising, una modalità di gestione che ti permette di farcela, di avere una crescita serena, veloce e supportata dall'esperienza e dalla competenza della casa madre: Nau! ha concretizzato i nostri progetti e ripagato la scelta iniziale – spiegano Marco e Monica Lampitelli in un comunicato di Nau! – A giugno, aprendo il secondo negozio a [Genova](#), il sesto a marchio Nau!, avevamo dichiarato che non si sarebbe trattato della chiusura di un cerchio, ma di un nuovo spunto per il futuro e così è stato».

A detta di Fabrizio Brogi, presidente del marchio di occhiali, la nuova apertura a Bologna dei fratelli Lampitelli «rappresenta un'importante tappa nel processo di penetrazione del brand sul mercato italiano – si legge nello stesso comunicato - Siamo orgogliosi di collaborare da anni con i *franchisee* Lampitelli che credono nel nostro modello di business e che, grazie alle aperture di otto store, ci supportano nella diffusione del concept Nau!».

Il Centro Lame in cui è collocato il nuovo punto vendita Nau!, che occupa cinque persone, è appena oltre i viali che delimitano il cuore di Bologna. Altrettanti collaboratori per il negozio Nau! all'Auchan di Torino, che si trova nell'immediato hinterland nord orientale della città.

## Syncro: una rivoluzione tra i Crm per gli ottici?

Come migliorare la performance del centro ottico, attraverso l'analisi dei dati dei propri clienti: è l'obiettivo del progetto che nell'ultimo anno ha coinvolto la consulente Anna Gatti (*nella foto*), Bludata Informatica e Guttadauro Network, società specializzata in prodotti IT, e che sarà disponibile dal 1° novembre

«Con Syncro vogliamo ottenere una più profonda comprensione delle esigenze dei clienti, un miglioramento della qualità dei prodotti e dei servizi offerti, un contatto personale con i clienti chiave, la personalizzazione di campagne e offerte sulla base dei bisogni dei clienti, nonché la comunicazione dei valori aziendali a consumatori interessati, anche attraverso l'utilizzo di social media», spiega a b2eyes TODAY Gatti, consulente di analisi e gestione dello Studio A&G di Bologna.

La consulente bolognese ricorda, inoltre, che «oggi possediamo i dati anagrafici dei consumatori, raccolti con il loro consenso, e i loro dati di vendita, con l'esclusione naturalmente di quelli sensibili, che definiscono gusti e preferenze – ricorda al nostro quotidiano - Dobbiamo analizzarli al meglio per poter definire, insieme, le campagne di direct marketing e social media marketing più adatte». Da qui la necessità di dotarsi di una piattaforma Crm all'interno del punto vendita. «Grazie alla tecnologia Syncro siamo oggi in grado di procedere alla clusterizzazione del dato in modo efficace e strategico e di arrivare alla conoscenza dei gusti dei nostri clienti – sottolinea ancora Gatti - Solo grazie a questa consapevolezza saremo in grado di offrire un prodotto adatto alle loro esigenze, con l'obiettivo di incrementare il fatturato e il profitto del centro ottico. L'informazione, prima raccolta e poi analizzata, permetterà al collaboratore del punto vendita di conoscere le potenzialità del cliente finale e di sviluppare con lui una relazione commerciale personalizzata».



## Lina Wertmüller: occhiali bianchi? Ne ho per tre vite

Può succedere a tutti di perdere i propri occhiali preferiti, di dimenticarli, di romperli. E spesso è una piccola tragedia.

È capitato anche alla regista, famosissima e sempre dissacrante. Che fare? Di solito si ricomprano subito e tutto torna come prima.

L'artista invece ha avuto un'esperienza un po' diversa che spiega perché lei porterà sempre, e per sempre, la sua inconfondibile montatura



«È una storia lunga - commenta ironica a b2eyes TODAY Lina Wertmüller a proposito del film "Dietro gli occhiali bianchi" di Valerio Ruiz, che è stato presentato durante l'ultimo Festival del Cinema di Venezia e disponibile su iTunes - Una volta, tanto tempo fa, prima dei 40 anni, i miei occhiali preferiti si ruppero. Un bel problema, davvero, che si è risolto quando finalmente un giorno ho visto, direi "ho incontrato" un bel paio di occhiali bianchi: per me è stato come un colpo di fulmine. Sai quando ti innamori? Ecco, un'emozione simile. Quegli occhiali bianchi mi ricordavano l'estate, il mare, la luce. Sono nata il 14 agosto. E allora ho deciso di rivolgermi direttamente all'azienda per farmeli realizzare su misura. Ricordo molto bene cosa mi hanno detto. "Signora Wertmüller, possiamo produrli questi occhiali, certo, ma l'ordine minimo è di 5.000 pezzi". Prendere o lasciare. E io, nonostante la sorpresa, ho risposto: "Va bene". Così me ne hanno recapitate 5.000 paia, tutte

uguali». Che per Lina Wertmüller sono diventati davvero un marchio di fabbrica. «Nel tempo ne ho regalati, usati e persi tanti, e ne ho ancora così tanti che mi bastano per tre vite - prosegue la regista - Ormai mi ci sono completamente abituata, fanno parte della mia faccia, il che significa anche che mi ci sono sempre trovata bene».

Così bene che hanno anche ispirato il titolo del film di Valerio Ruiz, suo assistente da più di dieci anni, "Dietro gli occhiali bianchi", un documentario-viaggio a più voci attraverso il mondo magico della grande regista, raccontato da chi la conosce bene e ha lavorato con lei. Da Martin Scorsese a Harvey Keitel e naturalmente Giancarlo Giannini, Mariangela Melato, scomparsa nel 2013, «così bella e di talento» dice la Wertmüller che l'ha lanciata, e tantissimi altri. «Penso sia molto complicato raccontare il talento di un'artista, forse è impossibile, perché non si sa da dove viene, è il suo mistero - spiega al nostro quotidiano Ruiz - Così la mia scelta è stata, in qualche modo, quella di mostrarlo» (nella foto, gentilmente concessa dallo staff della regista, Wertmüller insieme a Ruiz). (Rosaria D'Amico)

## Bruxelles, l'autunno è cool nel centro ottico

Cappelle Opticien si trova nella capitale belga, in una delle principali vie dello shopping.

Non mancano le griffe e i lorgnette, il must have del momento

Propone più di duemila montature, ma è anche un ottimo indirizzo per le lenti a contatto. Aperto nel 1974 Cappelle Opticien è uno dei negozi della Bruxelles cool. Non a caso si trova al numero 65 della Antoine Dansaerstraat, la via dello shopping chic che porta alla Grande Place. Curatissime le vetrine, sempre a tema. In questo momento punta sull'autunno con alberi brulli e foglie secche (nella foto).

Nella vastissima scelta, oltre alle collezioni dei più importanti stilisti, da Prada a Tom Ford, molti brand di design come Starck Eyes, e piccoli marchi d'élite come il francese Charles Mosa. Fra gli italiani i modelli di Italia Independent. Un'offerta curiosa anche di accessori, dalle custodie e le catenelle ai lorgnette, ora di gran moda.

(Luisa Espanet)

