

## Cecop Italia e la sua... Evolution

Così si chiamerà il programma di formazione e consulenza personalizzata che il gruppo di matrice spagnola ha presentato agli ospiti della sua convention, svoltasi a Bari domenica 9 e lunedì 10 ottobre



«Evolution è un percorso di formazione che vuole fornire agli ottici gli strumenti di management utili per passare dalla gestione di un negozio a quella di un'impresa – ha spiegato [Paolo Schieppati](#), country manager Italia di Cecop, ai circa 200 ospiti, di cui un centinaio ottici, presenti a ExpoCecop 2016 – Evolution sarà declinato in un master in gestione dell'ottica e in una proposta di analisi e consulenza personalizzata, con Cecop a fare da tutor». Affidato a esperti di formazione, Evolution sarà solo uno dei focus del gruppo per il 2017. «Punteremo anche sullo sviluppo di nuovi servizi digital, soprattutto per le attività di marketing – ha ricordato Schieppati – E poi su Cecopmarket, la già esistente piattaforma di ordini online di montature, lenti a contatto e liquidi, che vogliamo ulteriormente sviluppare, in particolare con astucci, pezuole e altri accessori necessari all'attività di un centro ottico. Aggiungeremo nuovi prodotti ma anche servizi a Contact, la nostra famiglia di prodotti a marchio di contattologia. Sono inoltre in programma nuovi investimenti nella comunicazione via web per The Fab Glasses, la nostra linea di montature

a marchio, recentemente lanciata e per la quale Alessia Ventura è stata madrina dell'evento (nella foto) qui a Bari».

Un'altra novità nel cantiere di Cecop Italia riguarda CecopLab. «Si tratta di una struttura specializzata nella ricerca di occhiali di nicchia, sulla scia di una tendenza in atto e anche del successo dell'ultimo DaTE a Milano – ha detto ancora Schieppati – Vogliamo capire la solidità e la serietà delle aziende fornitrici, per poi inserirle nel nostro catalogo prodotti».

## Pride Eyewear e il premio... a sua insaputa

L'azienda di Cortina d'Ampezzo ha ricevuto lo speciale riconoscimento istituito per la prima volta quest'anno nell'ambito del Silmo d'Oro in collaborazione con [Premiere Classe](#)

La vittoria è giunta inaspettata, tant'è che nessuno della giovane azienda, che aveva debuttato proprio al Silmo l'anno scorso, era presente per ritirare il premio durante la cerimonia di consegna avvenuta il 23 settembre alla Maison de la Mutualité. «Circa un mese prima della fiera ci è arrivato un invito da parte di Silmo e subito dopo è giunta una richiesta da parte di Premiere Classe a inviare un nostro modello e delle immagini: abbiamo spedito il tutto pensando a una prassi di routine, legata alla pubblicità – spiega a b2eyes TODAY [Mauro Lanaro](#), che, dopo una parentesi di dieci anni seguita alla negativa esperienza nell'azienda di famiglia, ha deciso di rientrare in attività nell'occhialeria assieme alla moglie Liliana, le figlie Gyada e Liza e a Nicholas Dimroci – Non siamo andati alla cerimonia del Silmo d'Oro perché eravamo molto stanchi, ma mentre era in corso la serata abbiamo ricevuto una serie di tweet e delle mail che annunciavano la nostra vittoria. Lì per lì ho pensato a una "bufala", invece era vero e ci è spiaciuto molto non essere presenti, il premio lo abbiamo ritirato in fiera il giorno dopo (alla chiusura della fiera, in assenza di un comunicato ufficiale, non figurava nemmeno sul sito del [Silmo](#), ndr). Non sapevamo di essere tra i candidati, anche perché nelle [nominations](#) del Silmo d'Oro non c'eravamo».

A vincere è stato il modello sole 305 BL, con montatura in acciaio, lenti ottagonali e una particolare incisione al laser. «Produciamo una collezione molto piccola, composta da due tipologie di prodotto per le quali utilizziamo come elemento di base il nylon, materiale che permette di realizzare occhiali estremamente leggeri e dall'ottima calzatura – prosegue Lanaro – Attualmente siamo posizionati presso circa 50 negozi in Italia e la vendita all'ottico avviene in maniera diretta, ma creeremo delle reti di distribuzione, anche per l'Europa» (nella foto, da sinistra, Mauro e Gyada Lanaro, Dimroci, Liliana Mantione e Liza Lanaro).



## Il caos precede l'ordine

Monopoli e Giancarlo Montani ti fanno tornare indietro nel tempo. Non è solo per il sapore del mare e l'intensità del sole quasi fuori stagione. Non è per la sonnolenza di un aeroporto (quello di Brindisi) che ha appena smaltito le quantità del turismo d'agosto. È il clima che si respira al Porto Giardino, sede dell'ottavo Convegno internazionale su aggiornamenti in contattologia e ottica oftalmica, che ti riporta a quell'ottica primitiva e pionieristica che faceva di questi appuntamenti un tesoro di apprendimento e piacere



La qualità e la quantità dei contenuti che il suo coordinatore scientifico ha messo sul tavolo permetterebbero di farne tre di convegni di questi tempi. E Montani poi lo fa come l'oste studiato. Mette tutto sul tavolo in maniera scomposta, apparentemente caotica, e lascia al commensale l'onere e il piacere della scoperta. Lo sfioramento di orario della domenica è l'effetto di questo caos calmo dove nessuno si lamenta e tutti si adattano con quel sottile senso di compiacimento che abbiamo quando torniamo in una trattoria locale indimenticabile nei gusti e unica per il suo carattere. Non imparate però nulla da questa ricetta del nostro Giancarlo coadiuvato da una coordinatrice operativa, Mery Veneziani, all'altezza del miglior mediano di contenimento della storia della nazionale che ha ispirato la nota canzone di Ligabue. È una ricetta unica, inimitabile che sa di radici e passione.

Il convegno aveva il suo titolo nella personalizzazione dei prodotti e dei servizi e le grandi famiglie professionali dell'ottica si sono suddivise nei temi tecnici a loro cari: prescrizione, occhio secco, progressione miopica, ecc. Ho aperto il convegno e i lavori in plenaria e, parlando di personalizzazioni, ho lanciato una nuova parola chiave: ad personam, un "latinorum" che spiega un effetto collaterale classico della nostra indole latina riguardo la personalizzazione. La nostra vena creativa si esprime, infatti, ai massimi livelli nel processo di personalizzazione e ognuno ci mette il proprio pizzico di personalità che ritiene essere la ricetta esclusiva di questo processo. Ma ogni interprete ha comunque il proprio spartito e nelle quattro fasi che ho elencato per poter disporre di un programma iniziale di fidelizzazione (identificare, differenziare, interagire, personalizzare) ho ricordato agli oltre 300 presenti un dettaglio fondamentale: se non sapete riconoscere il vostro cliente (nel difetto, nei gusti, nei dettagli) è meglio che non iniziate a fare nulla. Riconoscere è il primo passo e rappresenta il senso di modestia di un grande professionista (*nella foto, gli esponenti delle aziende in mostra al Convegno*). [pillole@nicoladilernia.it](mailto:pillole@nicoladilernia.it)

## Giornata Mondiale della Vista: a Roma si parlerà di malattie oculari nei bambini

Domani, giovedì 13 ottobre, in occasione dell'appuntamento annuale dedicato alla salute e al benessere visivi, si terrà presso Palazzo Ferrajoli, in piazza Colonna (*nella foto*), un simposio dal titolo "L'importanza e l'efficacia della prevenzione nelle patologie oculari in età scolare", promosso da Osservatorio Sanità e Salute

Coordinatore scientifico del convegno è Guido Ripandelli, mentre moderatore sarà Carlo Maria Villani, entrambi membri della Fondazione G.B. Bietti. Numerosi e di chiara fama gli oftalmologi che vi prenderanno parte: da Mario Stirpe a Filippo Cruciani, da Paolo Nucci a Giovanni Corsello, da Beata Kopczak a Matteo Piovella e Luigi Mele. I lavori saranno aperti da Cesare Cursi, presidente dell'Osservatorio Sanità e Salute. All'evento sono attesi anche importanti rappresentanti politici e governativi della Sanità, della Cultura e dell'Istruzione.



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

Supplemento al 12 ottobre 2016 di b2eyes.com reg. presso Tribunale Milano, n. 292, 17-06-2009 © La riproduzione dei contenuti è riservata



DAITACH  
ISELF

DAI  
OPTICAL INDUSTRIES

info: [daioptical.com](http://daioptical.com) - [daitachiself.com](http://daitachiself.com)



LA PROMO CHE  
GIUSTIFICA I MEZZI  
Porta un amico e scopri l'offerta!

Acquistando una coppia di progressive daitach ISELF, avrai il secondo paio di lenti ad un prezzo davvero speciale!