

Optovillage? Un'alternativa a fiere e rappresentanti per gli ottici del sud

Un centinaio di professionisti ha partecipato alla seconda edizione dell'evento, conclusosi ieri a Bari e ideato da Luigi Dabbicco e Nicola Capriati, che pensano già alle novità per il 2016



Tra un sorso di buon vino e una specialità culinaria Optovillage, esclusivamente dedicata agli addetti ai lavori, riconferma il clima familiare che lo ha caratterizzato sin dal suo debutto. «La giornata di sabato 12 settembre ha visto la presenza di numerosi ottici – spiega a b2eyes TODAY Dabbicco – La domenica, invece, è stata penalizzata dalla Fiera del Levante e dal bel tempo, ma ieri l'affluenza è stata maggiore rispetto a quella che avevamo preventivato. Sono, inoltre, intervenuti per la prima volta molti professionisti non solo dalla Puglia, ma anche dalla Campania e dalla Basilicata».

La novità di quest'edizione è stata l'apertura a nuovi segmenti. «Oltre alle aziende di occhiali (nella foto, tratta da Facebook, uno stand), che hanno presentato le collezioni in anteprima, e a quelle oftalmiche, abbiamo ospitato società specializzate nell'accessorio, nei bijoux e nell'arredamento, in tutto una trentina – sottolinea Dabbicco – Le realtà che hanno già preso parte all'evento lo scorso anno hanno consolidato la propria clientela, mentre per le nuove è stata l'occasione per costruire

nuovi contatti: pensiamo che Optovillage sia una formula vincente, un'alternativa per gli ottici alle grandi fiere del settore, molto spesso dispersive, o alla visita dei rappresentanti nel punto vendita, focalizzando la scelta su poche realtà in grado di offrire un buon prodotto».

Anche quest'anno è stato dato spazio alla formazione, con il workshop sui social media di Alessandra Salimbene. E gli organizzatori stanno già lavorando alla terza edizione. «Sarà sempre la prima manifestazione fieristica di settore, subito dopo l'estate, quindi in calendario nello stesso periodo – conclude il professionista pugliese – Pensiamo di proporre qualcosa di nuovo, per attirare gli ottici, magari con qualche evento, ma non vogliamo svelare ulteriori dettagli».

Da Roma a Bari: i Fratelli Ottici si uniscono in federazione

Dopo la conferenza stampa in Senato del luglio scorso i fondatori del gruppo Facebook, che attualmente raccoglie oltre 500 membri, a Optovillage 2015 hanno annunciato la nascita della Federazione Ottici Optometristi Professionisti: non un'associazione, ma un organo di controllo e vigilanza

«Siamo stati invitati a presentare Foop in occasione di Optovillage dagli stessi organizzatori, Nicola Capriati e Luigi Dabbicco, qualche giorno prima dell'evento – rivela a b2eyes TODAY Marta Arlunno, ottica e optometrista veronese, che insieme al collega catanese Stefano Di Bella ha partecipato alla manifestazione pugliese – La Federazione Ottici Optometristi Professionisti ha origine sempre all'interno del gruppo Fratelli Ottici, nato in Facebook come spazio virtuale di confronto tra colleghi: non si tratta di un'associazione, poiché non chiediamo, ad esempio, un costo per l'iscrizione né espletiamo una funzione sindacale e nemmeno vogliamo sostituirci alle organizzazioni già presenti, ma di un organo di controllo e vigilanza».

Quali, quindi, le attività previste? «Nel gruppo Fratelli Ottici abbiamo promosso un sondaggio, chiedendo ai vari membri quali attività avrebbero voluto svolgere e creando contestualmente dei gruppi di lavoro, in base alla preferenza effettuata, con la possibilità di aggiungere ulteriori argomenti – racconta Arlunno – Vogliamo, inoltre, creare interscambi professionali, strutturare metodi per incrementare la clientela, contribuire a eliminare il fenomeno scontisti, modernizzare la categoria usando nuove tecnologie e azioni di marketing mirate». La nuova organizzazione ha in programma il supporto al sequestro di premontati non a norma, i progetti di una regolamentazione della vendita di lenti a contatto giornaliere e di campagne di informazione rivolte all'utente finale. «La disponibilità dei colleghi e il desiderio di salvaguardare la propria professione è, quindi, fondamentale – conclude Arlunno – Entro la fine dell'anno Foop dovrebbe diventare realtà».

Galileo, il tour formativo allarga i confini

Dopo le sei tappe in Piemonte, Lombardia e Veneto tra maggio e giugno, che hanno visto la partecipazione di oltre 180 partner ottici, il brand ottico-oftalmico ne ha in programma altre undici, da qui alla fine dell'anno, in tutta Italia



Il percorso di formazione di Oftalmica Galileo è realizzato in collaborazione con la Scuola Internazionale di Ottica e Optometria di Firenze: Andrea Ravizza e Daniele Buzzoni, rispettivamente responsabile Marketing Prodotto e specialista Training per Galileo, hanno approfondito alcuni tra i più interessanti argomenti riguardo la correzione visiva mediante lenti progressive in tecnologia digitale, le nuove tipologie di trattamenti antiriflesso a protezione UV e luce blu e il corretto utilizzo delle lenti per ufficio, insieme a Silvano Abati, direttore della Sioo, e al docente Matteo Fusi.

Tutti i temi sono stati dapprima affrontati in ambito optometrico da Buzzoni, con una panoramica sui più frequenti problemi e sintomi visivi e sui principali test che il professionista può effettuare per individuarne la corretta soluzione. Successivamente i docenti della Sioo hanno analizzato le caratteristiche tecniche dei dispositivi oftalmici e le soluzioni disponibili, con attenzione particolare alle differenze, ai casi di applicazione e ai risultati ottenibili. Infine, Ravizza ha presentato le soluzioni di prodotto offerte da Galileo nel risolvere le specifiche problematiche, i relativi consigli per una corretta centratura, le modalità di ordine e le istruzioni per il corretto approntamento degli occhiali. «Molto interessante, a giudizio dei partecipanti, è stata la spiegazione dei vantaggi offerti dall'individualizzazione delle lenti progressive, le versioni Mio della gamma di progressive Galileo – si legge in una nota del brand – Grazie ai moderni sistemi di videocentratura come EyeMio, software per iPad proposto da Galileo, comunicando in fase d'ordine i parametri individuali misurati, come l'angolo pantoscopico, l'angolo di avvolgimento, la distanza lente-apice corneale e la distanza di lettura, è possibile realizzare un dispositivo oftalmico specifico per ciascun utente, che tiene in considerazione le caratteristiche fisiche della persona e la posizione della montatura sul suo volto». Così Galileo ha strutturato una vera e propria piattaforma di training dedicata ai centri ottici clienti: le prossime tappe affronteranno una serie di approfondimenti sulla nuova gamma di lenti progressive con campi visivi ottimizzati per visione intermedia dinamica, sulle lenti per ufficio, sui trattamenti antiriflesso e sulle soluzioni per la protezione solare e indice E-SPF. «Il servizio di Training, organizzato dal nuovo Ufficio Marketing di Galileo, ha come obiettivo quello di far conoscere ai partner ottici l'alto livello tecnologico dei prodotti Galileo, approfondire le conoscenze tecniche per una consulenza di qualità al pubblico, formare efficacemente il personale e aumentare la professionalità del punto vendita, mantenendoli sempre aggiornati sulle ultime novità tecnologiche», sottolinea la nota (nella foto, una delle giornate formative organizzate da Galileo tra maggio e giugno).

Silhouette: nuovi colori e modelli in... vista

Sono disponibili da settembre presso rivenditori selezionati le ultime montature (nella foto) del marchio austriaco

Urban Lite di Silhouette (nella foto, un modello), premiata all'IF Design Award, si arricchisce di nuovi modelli e tonalità. «Con uno spessore di soli 0.6 mm, è la collezione cerchiata più sottile e più leggera sul mercato – si legge in una nota dell'azienda austriaca - L'elasticità del materiale sintetico SPX+ consente alla montatura di adattarsi al volto di chi la indossa. La collezione da oggi annovera due nuovi modelli e cinque colorazioni moda, per un'offerta complessiva di 72 possibilità di scelta, spaziando dalla trendy colorazione marsala al blu». Con Titan Contour, invece, nasce un nuovo look per gli occhiali da uomo. «Con il suo equilibrio estetico frutto del materiale utilizzato, l'ultraleggero high-tech Titanium e il sistema di montaggio lenti, Titan Contour è un occhiale cerchiato in metallo molto sofisticato – prosegue il comunicato - Si tratta di due modelli ultrasottili ciascuno in due misure in cinque colori. La tonalità principale della collezione è il blu». La nuova collezione Spx Match, infine, propone 12 modelli casual chic in 12 colori. Le montature sono caratterizzate da un design bicolore e da un effetto 3D ottenuto grazie al materiale sintetico SPX+ con cui sono realizzate.



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

Supplemento al 15 settembre 2015 di b2eyes.com reg. presso Tribunale Milano, n. 292, 17-06-2009 © La riproduzione dei contenuti è riservata



EDIZIONE SPECIALE **EXPO 2015**

Il libro sulle linee guida per una corretta alimentazione
completo delle più gustose ricette della cucina italiana

Acquistalo
SU
www.fgeditore.it