

Rossini, l'ottica è il nuovo gioiello di famiglia

Avviata da ben sei generazioni, la storica attività di Russi, in provincia di Ravenna, ha inaugurato il 7 novembre un punto vendita dedicato, indipendente rispetto ai reparti gioielleria e orologeria che sono rimasti in corso Carlo Luigi Farini



«Agli albori, secondo quanto siamo riusciti a ricostruire, e parliamo grossomodo della seconda metà dell'800, addirittura non esisteva un punto vendita: i nostri avi partivano da Solarolo e con il carretto facevano i mercati, eseguendo riparazioni e vendita di orologi – racconta a b2eyes TODAY Giuseppe Rossini, ottico e optometrista, affiancato oggi nell'attività di famiglia dal fratello Giovanni, orologiaio, e dalla sorella Rossella che si occupa della parte gestionale – Del negozio, invece, si trova traccia nei documenti più o meno dal 1928». La storia di Gioielleria Orologeria e Ottica Rossini dunque è nata con l'oreficeria e l'orologeria, «poi il nonno Giuseppe ha iniziato a introdurre l'ottica, che è diventata un settore chiave solo con mio padre Cesare, diplomato a Vinci nel '63 – prosegue il professionista romagnolo – Oggi abbiamo deciso di creare per gli occhiali, una parte consistente del nostro business, uno spazio più ampio e moderno, completamente indipendente». Il nuovo centro ottico (nella foto, l'interno), circa 70 metri quadrati divisi tra area

vendita e sala refrazione, conta su un'offerta molto diversificata, rivolta a un target ampio per potere d'acquisto e per età, ed è situato in un edificio storico in piazzetta Dante, nel centro del paese. «Abbiamo dovuto procedere a un restauro conservativo piuttosto importante, mantenendo le travi antiche, l'assito in legno e un arco gotico del '400 – racconta Rossini - Gli interni sono in rovere grezzo con elementi in acciaio spazzolato a mano e laccati in bianco, realizzati da Artigiana Legno, azienda locale specializzata in arredamento su misura». Il negozio è stato inaugurato con un evento alla presenza di Sergio Retini, sindaco della cittadina di 11 mila abitanti in cui c'è un solo competitor, ma che si trova a pochi chilometri da Ravenna, Lugo e Faenza dove i centri ottici sono piuttosto numerosi. «Sono intervenuti molti clienti, che ormai sono anche amici – conclude il professionista - Essendo sul mercato da tanti anni abbiamo una clientela fidelizzata che con il tempo, concentrandoci con attenzione crescente sull'ottica e, quindi, dando un servizio sempre migliore, è cresciuta. Io ho iniziato gli studi a 14 anni a Pieve di Cadore e da lì in avanti ho investito molto sulla formazione. Ed è proprio questa una delle leve strategiche con cui ci siamo differenziati e ci siamo mantenuti competitivi sul mercato: professionalità, aggiornamento e strumentazione all'avanguardia sono, infatti, le tre parole chiave attorno alle quali è imperniata la nostra attività».

Safilo ancora in aula: dona i macchinari a un istituto di Belluno

L'azienda padovana conferma il proprio impegno nella formazione didattica: dopo l'apertura della [Scuola Prodotta](#) ha offerto a giugno all'Itis Segato le strumentazioni tecniche che sono entrate recentemente in funzione

Destinatario dell'iniziativa, che ha l'obiettivo di valorizzare un'eccellenza del territorio e dare enfasi a un progetto encomiabile proprio nel settore dell'occhialeria, è l'Istituto Tecnico Industriale Statale Segato di Belluno, che dal 2012 ha attivato l'indirizzo di studi in Tecnologia dell'Occhiale. «Safilo ha fortemente appoggiato l'avvio e lo sviluppo di questo percorso scolastico di specializzazione e ha potuto partecipare attivamente alla formulazione di un piano di studi dedicato che coniugasse le conoscenze tecniche con le competenze pratiche richieste dall'industria del settore occhialeria, per avvicinare il più possibile il mondo della scuola alle reali esigenze di quello dell'impresa – si legge in una nota di Safilo - La strumentazione tecnica donata consta in tutto di otto macchinari per la produzione di occhiali in acetato di cellulosa e in metallo e di attrezzature specifiche fondamentali per la realizzazione degli stampi e della componentistica degli occhiali». Oltre alla strumentazione, Safilo si è anche impegnata a fornire un supporto didattico e di officina per la formazione del personale docente, in modo da rendere familiari i processi e le tecniche di occhialeria che verranno poi veicolati agli studenti. «Con questa donazione Safilo si impegna, quindi, a offrire un contributo concreto alla formazione di future figure professionali qualificate e a rafforzare il proprio dialogo con il territorio cadornino», conclude la nota.

UNA NUOVA FRONTIERA DELLA SICUREZZA ALLA GUIDA.

Lenti ZEISS DriveSafe

Una lente ad uso quotidiano per una guida più sicura e rilassata, anche in condizioni luminose difficili.



Migliora la visibilità con luce scarsa

Riduce riflessi e abbagliamento da fari e segnaletica

Garantisce un'accurata visione di strada, cruscotto e specchietti



We make it visible.

Lenti-occhiali: un "matrimonio" a tutela dei margini dell'ottico?

Al Mido 2015 ci furono le prime avvisaglie di possibili partnership tra aziende produttrici di occhiali e aziende produttrici di lenti oftalmiche per recapitare all'ottico cliente di entrambi un occhiale finito e dal prezzo competitivo per il mercato attuale. Oggi, con l'alleanza tra Netcity e il Gruppo Essilor in Italia sul brand francese Acuitis, la palla si sposta direttamente sul banco degli ottici



Di queste cose l'ottica ne ha già viste molte in passato ma quello che più mi colpisce è il nome degli attuali protagonisti. All'ultimo Mido apparvero ufficialmente Eyeeye (Italia Independent) e Kodak Lens (Gruppo Essilor) per proporre un progetto congiunto di montatura "intelligente" nella forma e nel prezzo, attraverso un servizio chiavi in mano per cui l'ottico si ritrovava l'occhiale richiesto già montato e pronto alla vendita. Non ho altre informazioni riguardo tale progetto ma una notizia analoga mi rimbalza sul tavolo da un angolo opposto. Un gruppo di ottici, attraverso un accordo con l'azienda francese Acuitis (un sito solo in lingua francese, negozi in Francia, Lussemburgo e Svizzera), con la collaborazione di Essilor Italia e di Galileo è in grado di portare al proprio associato l'occhiale da vista già montato di lenti dichiarando due vantaggi significativi: nessun magazzino montature se non il kit di presentazione al pubblico e un'esclusiva dell'offerta (nella foto, un'immagine di campagna). Per Netcity, il nome del gruppo, si tratta inizialmente di corner che gli associati inseriscono nei propri punti vendita e che potrebbero in un futuro prossimo diventare anche negozi stessi in [franchising](#).

In questa storia c'è una matrice comune: la Francia, paese che in questi giorni ricordo con un senso di rispetto nuovo. Ma in sostanza la Francia è anche il mercato dove l'ottica è più competitiva, più legata alla distribuzione moderna e dove le aziende di oftalmica fanno a sportellate per emergere l'una sull'altra e ogni giorno cercano di differenziarsi non solo sul prodotto ma anche sulla strategia e il servizio. È da qui che parte la mia riflessione finale. Chi mi legge sa che sono convinto di due cose: il mercato italiano dell'ottica si regge sul mark up della lente oftalmica e sulla sua totale assenza di magazzino in grado di concedere un margine netto all'ottico. Solo così si può spiegare come tenga ancora bene una distribuzione legata agli anni '90 con numeri dichiarati bassissimi di ricambio dell'occhiale rispetto alle medie europee. In sostanza oggi, come per l'appunto negli anni '90 con la contattologia, l'ottico italiano si potrebbe permettere di aprire un negozio virtuale (un e-commerce vivente, come il presepe dei prossimi giorni) dove lui accoglie il cliente con pochi esempi di occhiali e una simulazione virtuale della performance della lente che gli mostra attraverso i sistemi che le imprese oftalmiche hanno di recente approntato. Si tratta di un'ottica estremizzata? Tra qualche anno valuteremo insieme se la direzione è quella giusta. pillole@nicoladilernia.it

Blackfin, argento alla Hong Kong Optical Fair

Il brand, prodotto e distribuito da Pramaor, si è aggiudicato, durante la fiera asiatica che si è svolta dal 4 al 6 novembre, il V.Award Silver nella categoria occhiale da sole

Dopo il [Bestand](#) a Mido 2015 e il [Silmo d'Oro](#) all'ultimo salone parigino, Blackfin conquista un nuovo riconoscimento: il secondo posto ai V.Award, premio internazionale dedicato all'eyewear nell'area Asia Pacific. Il titolo è stato attribuito al modello tondo BF732 Eagle (nella foto), in beta-titanio, con lenti specchiate blu abbinato alla montatura sottile nero opaco. «Il premio, organizzato dalla rivista internazionale di settore V.Magazine, è riservato alle aziende espositrici dell'area Visionaries of Style, la sezione della Hong Kong Optical Fair che ogni anno ospita i migliori prodotti creativi e i marchi internazionali più innovativi e di design all'interno della Brand Name Gallery», si legge in una nota di Pramaor.

