

## Officina Occhiali: a Ostia un concept store Galileo

È stato inaugurato a fine settembre, nei locali di una ex ferramenta molto conosciuta e chiusa da alcuni anni, il punto vendita che ha voluto associare alla propria nuova realtà la tradizione di un'azienda con oltre 150 anni di storia



«Officina Occhiali Galileo ConceptStore (nella foto, l'interno) è un negozio completamente nuovo, che parte da zero con zero clienti, in un angolo a elevato transito pedonale a Ostia – spiega a b2eyes TODAY Claudio Sebastiani, trent'anni di esperienza come responsabile di negozio per Salmoiraghi & Viganò nell'area di Roma, oggi alla guida del nuovo punto vendita ostiense aperto dall'imprenditore Stefano Faro, già titolare di altre attività commerciali tra cui due centri ottici con insegna "Vision è", a Ostia e nella Capitale - Contattando Galileo abbiamo voluto coinvolgere una realtà che ci desse una forte identità di brand, associando la nostra giovane realtà a un nome importante, con una lunga storia e un grande know how alle spalle. Sostanzialmente il nostro negozio è una vetrina sul mercato di quest'area per l'azienda oftalmica: ciò non significa che siamo una sua costola,

soltanto che c'è un forte impegno da parte nostra a vendere i loro prodotti».

All'interno il marchio di lenti oftalmiche ha un'elevata visibilità: è infatti "protagonista" di una gallery di foto d'epoca che si estende lungo quasi due terzi dello store di circa 180 metri quadrati. «Il progetto era partito con l'idea di ricreare nel negozio proprio un'officina, volevamo fosse grezzo, con bulloni, strutture in ferro, per essere fuori dagli schemi e d'impatto, ma anche rassicuranti da un punto di vista commerciale. Poi ha preso un aspetto quasi lussuoso, abbiamo realizzato un soffitto con cromature in acciaio, un'illuminazione particolare: ci siamo identificati piuttosto bene rispetto agli altri negozi di ottica di Ostia – prosegue Sebastiani – La divisione marketing di Galileo ci ha fornito immagini in bianco e nero dei suoi 150 anni di attività così, in questa galleria che si snoda nel negozio, narriamo una storia che ha radici antiche e oggi sposa Officina Occhiali, una società nuova che vuole in qualche modo unire la propria capacità di fare ottica alla tradizione di Galileo, un marchio molto noto soprattutto tra le persone meno giovani».

L'offerta del centro ottico, inaugurato il 26 settembre scorso con un evento che ha coinvolto anche il marchio di abbigliamento Sandro Ferrone e la sua testimonial Elena Santarelli, non è strutturata per intercettare solo una fascia di mercato alta. «Il nostro non vuole essere un negozio di nicchia ma esattamente il contrario: nelle montature proponiamo i marchi più conosciuti e, affiancati a questi, prodotti con un prezzo più accessibile, mentre le lenti oftalmiche sono esclusivamente Galileo – conclude Sebastiani, che conta su due collaboratori, Stefano Pichierri e Tania Renzoni - Siamo partiti da circa un mese e i risultati si stanno rivelando positivi».

## Ital-Lenti: Twice in otto nuovi materiali

Sono disponibili diverse tipologie per la costruzione della lente progressiva individuale a doppia superficie modulata, prodotta dall'azienda oftalmica di Puos D'Alpago

Organico 1.67, Organico 1.6, Organico 1.5, Trilogy 1.53, Transitions 1.67, Transitions 1.6, Transitions 1.5, Transition Trilogy 1.53 sono le nuove varianti di Twice. La lente progressiva «è stata realizzata con un'innovativa tecnologia che permette di aumentare in modo esponenziale l'acuità visiva in tutte le zone di visione, grazie alla distribuzione ottimizzata delle geometrie su entrambe le superfici», si legge in un comunicato di Ital-Lenti. Secondo la società bellunese, inoltre, Twice offre una nitida visione periferica, «garantendo la più funzionale e fisiologica correzione visiva e ottenendo una superiore qualità di visione nelle diverse zone di utilizzo, per vicino, intermedio e per lontano», come spiega la nota.

La famiglia di lenti Twice viene realizzata con tecnologia free-form di ultima generazione che ricalcola il potere su tutta la superficie della lente in funzione del fronte d'onda su 107 mila punti di ottimizzazione. «Le progressive Twice sono disponibili in sette canali di progressione da 12 a 18 mm con step di 1 mm e sono customizzabili in base ai parametri personalizzati del portatore e della montatura, tenendo in considerazione semidistanza interpupillare, distanza apice corneale, angolo pantoscopico, angolo di avvolgimento e distanza di lettura», sottolinea ancora la nota di Ital-Lenti.

## Il mestiere secondo Safilo: conferma e stimolo per gli ottici

Eccellente la notizia che il gruppo di Padova abbia introdotto una [Scuola di Prodotto](#). Ascoltando la sua ad svizzera, pur con qualche incertezza ho apprezzato la sua ruvida sferzata quando ha detto che in Italia siamo tutti dottori e che invece pochi hanno rispetto per il "mestiere"

Le incertezze nascono dal mio background umanistico. Dal fatto che a Salerno non sono solo maghi a fare la pizza ma che risultano i primi ad aver fondato un'università nel 1200. La mia perplessità è che l'Italia non ha mai smesso di fare mestiere. Forse ha smesso di fare impresa nel senso contemporaneo del termine. Ma la valida manager ha in sé gli stimoli e le parole per rassicurarmi sulla sincerità dell'idea di riportare il mestiere in Safilo dopo anni di digiuno e di ripartire dai giovani designer uniti dall'heritage di un'impresa che probabilmente vanta una storia molto più ricca di quella di altri competitor.

Per questo, alla fine della tavola rotonda, alla mia domanda "come vuole Safilo essere il principale creatore dell'occhialeria italiana e il leader a livello globale?", la risposta di Luisa Delgado è complessa ed esauriente. Nel piano strategico per il 2020 Safilo ha delineato cinque livelli interpretativi degli occhiali. Si inizia dal concetto fondamentale che si deve smettere in Italia di fare occhiali solo belli e cari (probabilmente la presenza del direttore creativo di Swatch al tavolo dei relatori non è casuale) e che bisogna saper dare una risposta a tutti. Quindi, partendo dall'alto, un'offerta atelier dove la grande manualità è regina. Poi il fashion luxury dove Safilo è ben rappresentata, se è vero che nel mondo esistono 4.000 griffe nell'eyewear. Ecco il contemporary, gli occhiali che nascono dalle antenne poste nelle città più rappresentative del mondo. A chiudere le fila il mass cool, ovvero ciò che è trendy ma altrettanto accessibile. Un occhio di riguardo infine allo sport che pare abbia bisogno del traino dell'occhiale tecnico, tecnologico e di design.

La "vision" è l'espressione di pensiero del management attuale e credo che il quadro di Delgado meriti un rispetto assoluto per la chiarezza espositiva espressa che è normalmente sinonimo di forza e compattezza aziendale. Che cosa si può imparare da questo episodio? Che gli ottici veri, quelli che sanno il mestiere, escono rafforzati da parole simili. L'industria italiana vuole ripartire verso il mondo utilizzando gli stessi valori che ogni giorno riconosco nei miei clienti: passione, manualità, esperienza e lungimiranza. Così inviterei anche loro a pensare a una propria "vision 2020" mettendo anche un po' di sale imprenditoriale, d'innovazione e strategia finanziaria. Così si potrebbe, nel piccolo, fare concorrenza (di idee) persino a Safilo. [pillole@nicoladilernia.it](mailto:pillole@nicoladilernia.it)

## Öga: nelle aste si nascondono lame e molle

La linea, disegnata ispirandosi ai canoni dell'architettura e del design scandinavo e distribuita in esclusiva in Italia da Vega, si arricchisce di nuovi modelli

Öga è una collezione maschile dotata di una struttura meccanica «in cui ogni componente costruttivo ha anche una funzione decorativa sull'aspetto dell'intera montatura – si legge in una nota di Vega - Proprio come nel nuovo modello Tanger, dove il sistema flex a doppia azione, concept specialistico di cerniera brevettata, utilizza una lama in acciaio inossidabile visibile e ingegnosamente colorata che è parte integrante dell'asta. Questa lama in alluminio anodizzato scorre all'interno di un involucro curvo generando luce ed effetti di colore».

Metallo, titanio, acetato lavorato a mano, alluminio e TR90 sono i materiali in combinazione su ogni modello. Inoltre, Öga offre una linea di montature che «unisce la leggerezza del titanio con il colore dell'acetato e la raffinatezza del legno artigianalmente lavorato – spiega ancora il comunicato dell'azienda di Verbania - Il design incorpora una cerniera con innesto a molla che si fonde con l'asta in betulla coltivata, costituita da listelli di legno tinto combinati insieme orizzontalmente e in alcuni casi verticalmente, creando un effetto decorativo naturale (nella foto)».

