



MERCOLEDÌ 8 NOVEMBRE 2017 ANNO VII N. 1469

Ottica Delfino, il "sole" si personalizza con la stampante 3d

Il centro ottico ligure, due punti vendita in provincia di Imperia, ha installato nel proprio negozio di Arma di Taggia un dispositivo con cui realizza modelli sunwear progettati su misura in base alle esigenze e ai gusti dei clienti



Fabio Delfino è titolare insieme alla sorella Anna dei due centri ottici omonimi: uno a Taggia, aperto nel 1999, e l'altro ad Arma di Taggia, avviato nel 2011. È approdato all'idea di installare una stampante 3d in negozio spinto dalla sua passione per la tecnologia, ma anche dal desiderio di differenziarsi e di offrire qualcosa di nuovo ai clienti, una delle cui principali richieste oggi è la personalizzazione.

Prima di arrivare a questo obiettivo i due imprenditori, formati entrambi all'Irsoo di Vinci, hanno compiuto una serie di approfondimenti e di valutazioni. «Ci sono voluti alcuni mesi per essere in grado di utilizzarla, sono necessari degli studi per la modellazione 3d degli oggetti e io ho seguito dei corsi specifici – spiega a b2eyes TODAY

Delfino - Per quel che riguarda le montature, prima di poterle mettere in commercio sono stati effettuati diversi test sia sui materiali, che sono biocompatibili certificati, sia per quanto riguarda la robustezza e le caratteristiche dei modelli».

Al termine di questa prima fase la stampante 3d, con cui è possibile realizzare anche altri oggetti, ad esempio cover di cellulari, ha fatto il suo ingresso da Ottica Delfino la scorsa estate. «Abbiamo ideato cinque modelli base (nella foto, alcuni esemplari) che poi possono essere adattati su misura e variati quanto a calibro e dimensione per ciascun cliente - prosegue l'ottico ligure - Si possono anche variare i colori, di cui si possono decidere innumerevoli tonalità, scegliere trasparenze, cambiare i materiali: ad esempio è possibile fare anche occhiali in legno, perché esistono filamenti di legno per le stampanti 3d, con cui realizzare oggetti che si possono poi tagliare e levigare. Le aste non hanno bisogno di viti, sono a incastro, si possono abbinare ai diversi frontali e customizzare scrivendo nomi o loghi. Infine, il cliente ha la possibilità di scegliere anche le colorazioni e le tipologie dei filtri solari». Ma quanto tempo è necessario per portarsi a casa il proprio occhiale "fresco di stampa"? «Circa un'ora e mezza per le aste e altrettanto, o poco meno, per il frontale – dice il professionista - Una volta realizzato, ogni occhiale ha poi bisogno di una finitura a mano, che eseguiamo nel nostro laboratorio. Teoricamente una persona può ordinare il suo occhiale, no brand e personalizzato, al mattino e ritirarlo la sera. Un vantaggio è che abbiamo pezzi sostitutivi all'infinito, basta ristamparli». Posizionata nella vetrina del negozio, la nuova arrivata ha suscitato da subito una certa curiosità. «C'è stato un buon interesse circa il discorso della personalizzazione degli occhiali - conclude Delfino - Da quando ce l'ho, ne ho realizzate alcune decine». Il prezzo di lancio delle montature da sole è di circa 70 euro, calibrato poi in base alle esigenze, a seconda, ad esempio, se si parte già da una forma di base o se si vuole crearla da zero.

Il consumatore e la valorizzazione della filiera dell'ottica: un simposio di Assogruppi

In programma il 13 novembre a Milano, è organizzato dall'associazione che raccoglie Nectcity, Oxo e Vision Group

«Assogruppi Ottica (nella foto, la governance), l'associazione dei gruppi organizzati, che rappresenta una grande quota della distribuzione italiana, aveva annunciato appena prima dell'estate di stare lavorando a un progetto importante per tutta la filiera», si legge in un comunicato dell'organizzazione, che dà rappresentanza, tramite i propri associati, a oltre 3.400 centri ottici in tutta Italia, i quali sviluppano un giro d'affari complessivo superiore al miliardo di euro. Si tratta de "Il consumatore e la valorizzazione della filiera dell'ottica: una proposta di lavoro", simposio che verrà moderato da Armando Garosci, editore di *Largo Consumo*, già moderatore del [convegno sul franchising](#) del maggio scorso a Firenze.

Dopo il benvenuto del presidente di Assogruppi Ottica, Fabrizio Vettore, ci saranno gli interventi di Paolo Fonelli e Marco Procacciantè, cui seguirà una tavola rotonda. Sono stati invitati al simposio i top manager delle maggiori realtà della filiera industriale dell'ottica. L'evento si concluderà con una case history extra settore.



SEIKO
PRECISION FOR VISION

// SAY IT
PRECISELY
OR SAY NOTHING AT ALL. //

La precisione è una promessa di grandi cose. SEIKO in giapponese significa "precisione". Da oltre 130 anni, SEIKO produce lenti di altissima qualità, perfettamente adatte alle diverse esigenze e ai desideri dei nostri clienti. Adesso lo sai!





OcchioOcchio: faccia a faccia "storico" con Paul Rose

L'evento si è tenuto il 30 ottobre scorso, presso la sede di Ferrara: l'esperto neozelandese di lenti a contatto si è confrontato con l'applicatore Riccardo Giulianelli e con Maria Giulia Muzzi, responsabile tecnico dell'azienda di contattologia



Ne è uscita un'intervista di ben due ore a Paul Rose, durante le quali ha illustrato la sua storia e descritto gli studi compiuti, le attività che svolge ancora oggi in giro per il mondo e quali sono i suoi progetti futuri. Inoltre è stata fatta una prima applicazione su un portatore di cheratocono con le Rose K, le lenti inventate dall'esperto neozelandese, che hanno subito prodotto positivi riscontri sul portatore stesso. «Abbiamo deciso di organizzare un appuntamento assolutamente inedito come format per l'ottica in Italia: senza pubblico, una sorta di tutorial, su cui ora sta lavorando un team di videomaker per ricavarne un trial da pubblicare sul sito di OcchioOcchio, l'intervista integrale in italiano e inglese sempre sul portale e un terzo video esclusivamente in inglese per Menicon, con cui collabora la nostra società – spiegano a b2eyes TODAY Franca Pazzaglia e Mauro Carrieri,

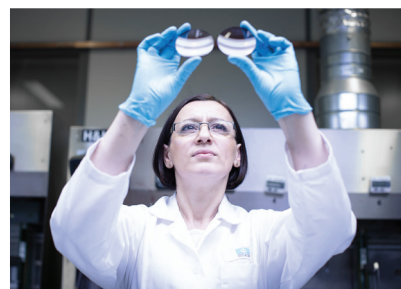
titolari di OcchioOcchio - È la prima esperienza di questo tipo per noi: visto l'esito positivo, contiamo di ripeterla presto, verosimilmente entro il primo trimestre 2018, con Jacinto Santodomingo, responsabile degli studi clinici e ricercatore presso la divisione scientifica di Menicon o con altri esperti del gruppo giapponese». Rose era già stato ospite dell'azienda ferrarese nel 2014, in occasione del secondo simposio organizzato da OcchioOcchio. «Sta ultimando un tour europeo, ma potrebbe tornare in Europa e anche in Italia già la prossima primavera – dicono ancora Pazzaglia e Carrieri - Laureato in ben tre discipline, Matematica, Optometria e Psicologia, la prima lo ha molto aiutato nel costruire la sua linea di lenti a contatto adatta ai portatori particolari: oggi sono quasi cento i paesi nel mondo che vendono le Rose K, realizzate da 22 produttori, alcuni dei quali sono stati rilevati da Menicon, che ha acquisito anche il brevetto di queste lenti e il know how e la consulenza del suo ideatore. OcchioOcchio le distribuisce in esclusiva per gli applicatori italiani con il materiale Menicon Z e detiene anche l'esclusiva nazionale della distribuzione di una serie di prodotti Menicon per la manutenzione» (nella foto, da sinistra, Rose e Pazzaglia, durante l'evento del 30 ottobre).

Essilor, premiata la sua sostenibilità

Il gruppo ottico oftalmica è stato riconfermato nella composizione del Dow Jones Sustainability Index Mondo ed Europa ed è stato nuovamente incluso nell'FTSE4Good

Per il Dow Jones Sustainability Index, che valuta le performance finanziarie delle compagnie mondiali che seguono principi sostenibili, Essilor si è classificata seconda nel settore Health Care Equipment and Supplies. Inoltre, per il quattordicesimo anno consecutivo la società è stata inclusa nell'FTSE4Good, un indice di investimento globale progettato per identificare le aziende che, attraverso la loro governance, le pratiche sociali e ambientali, dimostrano un forte impegno nel settore della Corporate Social Responsibility. «Siamo orgogliosi che il Dow Jones Sustainability Index e l'FTSE4Good riconoscano il valore che il nostro impegno a lungo termine per lo sviluppo sostenibile può apportare al benessere visivo nel mondo oggi e alla prosperità globale domani», dichiara in una nota Hubert Sagnières, presidente e ceo di Essilor.

Oltre a queste due importanti referenze, nel 2017 il gruppo ha ricevuto altrettanti riconoscimenti per la sua responsabilità sociale d'impresa. Nel mese di luglio, a Singapore, ha vinto un premio come impresa sostenibile per il suo impegno verso gli "Obiettivi per lo Sviluppo Sostenibile" delle Nazioni Unite. «Attraverso la missione e l'approccio alla sostenibilità lungo la sua catena del valore, Essilor contribuisce a 13 dei 17 obiettivi per lo Sviluppo Sostenibile dell'Onu», precisa il comunicato. In giugno, Essilor aveva vinto il premio per la Responsabilità Sociale d'impresa nell'ambito dei World Procurement Awards per il suo programma di sostenibilità dei fornitori, che coinvolge i supplier del gruppo in iniziative a sfondo sociale, etico, ambientale e comunitario (nella foto, una fase della lavorazione delle lenti in Essilor).



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

Supplemento all'8 novembre 2017 di b2eyes.com reg. presso Tribunale Milano, n. 292, 17-06-2009 © La riproduzione dei contenuti è riservata



Scarica gratuitamente la **nuova**
APP di b2eyes TODAY

Disponibile su APP Store e Play Store.