

Venturini: barrique e Barriqule per un negozio... più frizzante

Il 13 marzo scorso il centro ottico del Porto del Mirabello a La Spezia ha creato una sinergia con Slow Food e i vini del territorio per presentare in modo originale la collezione di montature ricavate da botti in rovere antico



«Avendo selezionato questa linea di montature molto particolari che si chiamano Barriqule, costruite con il legno delle botti di rovere antiche, abbiamo deciso di presentarla ai nostri clienti creando un evento particolare, che coniugasse occhiali e specialità enogastronomiche del territorio - spiega a b2eyes TODAY Andrea Venturini (a destra nella foto, con il produttore di vini barricati delle Cinque Terre Walter De Battè durante la serata), titolare del centro ottico ligure, che per l'organizzazione si è avvalso della collaborazione di Gabriella Tartarini di Slow Food - Abbiamo scelto di ospitare l'appuntamento dalle 17 con orario esteso fino alle 22, per dare modo anche a chi usciva dal lavoro di partecipare. Per ravvivare la serata, abbiamo anche organizzato un momento conviviale, con un assaggio della focaccia spezzina di Rizzoli e la degustazione di vini di Walter De Battè, sperimentatore di tecniche antiche che ha proposto una selezione di bianchi e rossi vinificati con uve coltivate nel territorio compreso tra Nizza, in Francia, e le Cinque Terre. Sono venute a trovarci in negozio oltre 150 persone che hanno potuto provare la collezione, vista e sole, e farsi fotografare con i modelli indossati».

Gli occhiali Barriqule, prodotti dall'azienda savonese Deltottica, sono realizzati usando le doghe delle botti in cui è stato fatto invecchiare il vino, lavorate da artigiani italiani. Il nome della collezione rappresenta un gioco di parole, richiamando sia il barrique sia il termine dialettale ligure e piemontese "baricole", che indica proprio gli occhiali. Le montature sono caratterizzate da aste in rovere naturale e color rosso vino. (Nicoletta Tobia)

Galileo, partito il tour formativo 2015

L'azienda milanese ha avviato un rinnovato percorso per aggiornare i propri partner professionali attraverso un intenso programma di seminari concentrati su una selezione di prodotti strategici

Il piano itinerante per l'anno in corso riguarda molte città italiane: Bologna, Torino, Pescara, Milano, Trento, Palermo, Catania, Bari e Firenze. In questi incontri si trattano tematiche tecnico-pratiche su argomenti come lenti progressive, trattamenti con protezione dagli Uv e dalla luce blu. «Acquisire più informazioni rappresenta una leva strategica e un vantaggio indispensabile per rimanere competitivi, aumentando le probabilità di apparire interessanti agli occhi dell'acquirente - si legge in una nota di Oftalmica Galileo - Il coinvolgimento sinora mostrato dagli ottici ha evidenziato l'esigenza di un approccio educativo a 360 gradi sui prodotti proposti, per ottenere uno strumento che sensibilizzi maggiormente i consumatori sui benefici e sul benessere visivo offerti dalle soluzioni di elevata qualità, come quelli della gamma Galileo».

L'azienda ha promosso un percorso formativo in collaborazione con diverse scuole di Ottica e Optometria sul territorio nazionale. «Tra le più importanti partecipazioni di istituzione didattica ricordiamo quella della prestigiosa Università di Padova, che rinnova la partnership con Galileo intrapresa già nel 2011: fra l'altro, la sponsorizzazione del corso di laurea in Ottica e Optometria di Padova, includendo anche quattro incontri formativi organizzati per gli studenti, mira ad avvicinare sempre più il mondo scolastico a quello lavorativo, grazie ad approfondimenti sulle nuove tecnologie costruttive delle lenti oftalmiche e sull'ampia e diversificata gamma di trattamenti antiriflesso a protezione UV e a filtraggio della luce blu», ricorda il comunicato di Galileo (nella foto, l'intervento di Silvano Abati nella tappa di Torino del tour di formazione promosso da dall'azienda milanese).



Una lente per ogni stile di vita: il caso EGO Aquity 4U di Optovista

Circa un anno fa avevo presentato in questa rubrica la lente EGO Aquity dell'azienda oftalmica di Bologna. Ora il progetto viene ulteriormente affinato attraverso l'identificazione del profilo dell'utente

Si tratta di una tecnologia interessante e in parte innovativa, una lente con la superficie anteriore ottenuta da un semilavorato e una lavorazione free form a progressione interna che cerca di ottimizzare la superficie esterna il cui stampo di costruzione è sempre ottenuto free form. Il progetto Ego AQT presenta una superficie anteriore "con curvatura a base variabile", non sul concetto di geometria progressiva, ma di una superficie che integrandosi poi con la superficie posteriore free form permette di raggiungere una migliore qualità della visione.

La geometria della superficie anteriore è variabile per ogni range di prescrizione e studiata per dare le massime performance alla lente finale. La curvatura di questa superficie, infatti, decresce dal centro verso la parte alta, mentre cresce dal centro della lente verso la parte bassa: la curvatura è a costante incremento di potere. Per ogni diversa prescrizione avremo uno sviluppo variabile della curvatura della base anteriore per ottenere il massimo dell'acutezza visiva.

Ora il progetto di questa lente, personalizzato sulla prescrizione e sulle caratteristiche della montatura, viene ulteriormente affinato attraverso l'identificazione del profilo dell'utente, cioè del suo stile di vita. Fatte queste valutazioni potremo proporre AQT easy, studiata per il primo presbite, oppure i modelli long e near, ottimizzati per un maggior utilizzo del lontano o del vicino, o, ancora, il tipo all, a geometria individuale bilanciata. In tutte queste lenti l'inset è variabile in funzione della prescrizione e delle semidistanze interpupillari dell'individuo. Inoltre le curvature, minori nell'area del lontano e più elevate in quella per vicino, comportano, oltre a un maggior rispetto dei parametri teorici sulla qualità visiva, una diminuzione dello spessore totale della lente e una diminuzione dello spessore di vertice.
gmreverdy@gmail.com

Free Optik: l'occhialino per l'eclissi, business per un giorno

Bisognerà aspettare altri 11 anni per godersi un fenomeno del genere: la cooperativa, fondata nel 1992 e che oggi conta circa 200 centri ottici in Italia, ha offerto ai propri soci lo strumento adatto per osservare lo spettacolo. Diversi gli eventi che hanno coinvolto il consumatore finale e non solo

Venerdì scorso tutti con il naso all'insù, ma con l'occhiale giusto per l'eclissi di sole (nella foto). Un evento unico (l'ultimo si è verificato nell'agosto del 1999) che si ripeterà solo nel 2026. Free Optik non ha perso questa occasione, fornendo ai propri associati gli occhialini adatti per l'osservazione del [fenomeno](#).

«È nato tutto da una richiesta di un nostro socio che ci ha contattato presso la sede di Roma per chiedere se c'era la disponibilità di occhialini per l'eclissi – spiega a b2eyes TODAY Stefano Mele, presidente di Free Optik – Abbiamo, quindi, coinvolto un'azienda che vende occhiali certificati esclusivamente per questo tipo di uso: ne abbiamo ordinati 600 pezzi, annunciandone ai nostri soci la disponibilità tramite la pubblicazione di un post su Facebook, dove siamo molto attivi, in cui indicavamo anche a quale ora e in quale città era possibile vedere il fenomeno. Nel giro di una giornata sono andati a ruba. Il nostro rammarico è aver ordinato pochi pezzi rispetto a quella che è stata poi l'effettiva richiesta, non immaginando un successo del genere».

Un ottimo riscontro si è avuto anche all'interno dei punti vendita Free Optik. «Alcuni nostri soci hanno organizzato dei veri e propri eventi in negozio, altri hanno abbinato delle promozioni: il cliente alla fine poteva decidere di restituire l'occhialino per avere in cambio un buono sconto – racconta al nostro quotidiano online Mele – Un socio di Roma ha, invece, portato gli occhialini in una scuola della città, per poter ammirare insieme agli alunni l'eclissi».

