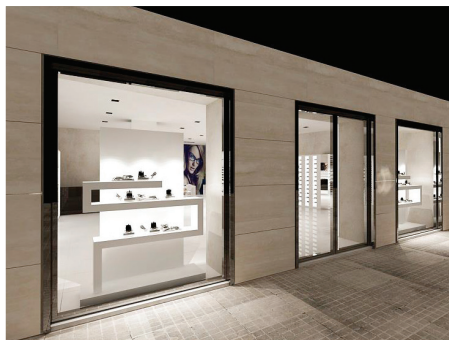


## Milleocchiali: un negozio solo con marchi propri

È quanto ha deciso il Gruppo Folletto, titolare dell'insegna, per la sua prossima apertura a Roma, il 15 settembre in via Conca d'Oro, zona Monte Sacro



«Il nuovo centro (nelle foto, i rendering provvisori dell'esterno, a sinistra, e dell'interno, in basso) è su due livelli, su una superficie di 160 metri quadrati, due vetrine, una sala misurazione e un'altra dedicata alla contattologia, con un focus particolare sull'ortokeratologia, un campo dove possiamo vantare un'esperienza pluriventennale e che ci sta dando molte soddisfazioni, tanto che dal 1994 a oggi abbiamo all'attivo oltre 2.000 casi compensati positivamente – rivela a b2eyes TODAY **Francesco Folletto**, responsabile marketing dell'azienda familiare capitolina - Per quanto riguarda la selezione delle montature, invece, proseguiamo sulla strada intrapresa dal 2009: il nuovo negozio, infatti, avrà solo prodotti nostri. A oggi abbiamo 10 marchi di proprietà, l'85% dei nostri occhiali sono realizzati in Italia e come

sell out nel primo semestre 2017 abbiamo avuto un incremento a doppia cifra rispetto allo stesso periodo del 2016, addirittura +45% sul sole. Da 8 anni ormai riduciamo sempre di più il lavoro con le grandi aziende fornitrici di montature per dare maggiore spazio ai nostri prodotti e rendere così inattaccabile il nostro business, la cui prima regola è: se non lo facciamo, non lo vendiamo»

Lo staff del nuovo centro ottico di via Conca d'Oro inizialmente sarà composto da quattro persone, due addetti alle vendite e due ottici optometristi. Con questa nuova apertura Milleocchiali conterà 18 negozi diretti, ai quali si aggiungono i 7 in franchising.



## Cecop Italia, De Michino è il nuovo direttore vendite

Il manager, con una carriera totalmente svolta sinora al di fuori dell'ottica, riporterà direttamente al country manager, Enrico Ferrario

Da luglio Francesco De Michino (nella foto) ricopre il ruolo di direttore vendite per l'Italia, all'interno del gruppo nato 21 anni fa in Spagna e che oggi vanta oltre 3.200 centri ottici affiliati negli otto paesi in cui è presente. Laureato in Ingegneria Gestionale presso l'università Federico II di Napoli, De Michino ha maturato un'esperienza pluriennale nel settore medical device, con incarichi di alto livello in ambito commerciale. «Coordinerà la forza vendita e supporterà Cecop, per essere sempre più reattivi alle nuove esigenze dell'ottico indipendente», dichiara Ferrario in un comunicato.

De Michino ha naturalmente espresso soddisfazione per il nuovo incarico in questo gruppo, «che ritengo posizionarsi come punto di riferimento per gli ottici indipendenti – afferma nella nota - Il mio motto è "esserci per continuare a crescere": contribuirò con il mio team allo sviluppo del business di Cecop e all'evoluzione del punto vendita ottico "da negozio a impresa", supportando gli associati con una forte presenza territoriale».

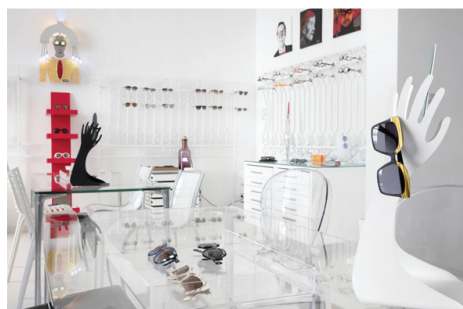


Scarica gratuitamente la **nuova**  
**APP di b2eyes TODAY**

Disponibile su APP Store e Play Store.

## Scalia: da Erice a Firenze, non possiamo rinunciare a DaTE

Lottico siciliano, titolare insieme alla moglie Giusy Testa di May Optical, ha come punto di riferimento per la propria attività la manifestazione, che dal 23 al 25 settembre si svolgerà nel capoluogo toscano



Erice, comune trapanese di circa 27 mila abitanti, non avrebbe esattamente le caratteristiche ideali per posizionare un centro ottico che propone esclusivamente occhiali d'avanguardia. Eppure la formula dei coniugi Scalia si è rivelata vincente. «Quando abbiamo deciso di aprire il nostro punto vendita (nella foto, l'interno, che si sviluppa su circa cinquanta metri quadrati), rilevandone uno già esistente, circa sei anni fa, abbiamo fatto un breve tour fra Trapani ed Erice, che tra l'altro sono due comuni inglobati: non essendo del posto, poiché io sono originario di Palermo e mia moglie di Castelvetro, nel Trapanese, volevamo valutare le proposte degli altri centri ottici, osservandone le vetrine. Abbiamo così realizzato che tutti i negozi della zona vendevano prevalentemente griffe - racconta a b2eyes TODAY [Franco Scalia](#) - La nostra attività avrebbe così dovuto competere con una forte concorrenza, per cui ci siamo interrogati sul da farsi, su quale potesse essere

l'alternativa e abbiamo preso una decisione netta». Così, dopo un'illuminante visita al Mido Design Lab, May Optical si è specializzata in occhiali di ricerca.

«Oggi per noi il DaTE è l'evento in assoluto più importante - commenta l'ottico siciliano - Lavorando soltanto con occhiali d'avanguardia è il nostro punto di riferimento, soprattutto per fare gli ordini». Scalia, infatti, ricorda che non sempre i prodotti di nicchia sono facilmente reperibili. «A volte gli occhiali che vogliamo inserire nella nostra offerta sono così esclusivi da non avere una distribuzione capillare in tutta Italia - spiega - Siamo spesso noi a cercare le aziende e DaTE è l'occasione giusta anche per fare ricerca, scoprire nuove linee e tendenze».

Firenze, la nuova location di DaTE, rappresenta per Scalia un'ulteriore opportunità. «Ammetto che mi ero già abituato a spostarmi su Milano - rivela - Però per noi commercianti poco importa dove dobbiamo recarci per acquistare o visionare nuovi prodotti, anzi è un modo per partire e vedere altri posti».

## Invu, miglior marchio da sole 2017 per gli ottici francesi

Il brand di proprietà di Swiss Eyewear Group ha ricevuto il Pont d'Or, importante riconoscimento messo in palio dalle riviste *Mode et Tendances* e *Optique Mag*

Sono stati i circa 13 mila rivenditori ottici francesi a selezionare il miglior marchio da sole del 2017: Invu ultra polarizzato è stato il vincitore. «Siamo estremamente soddisfatti di questa manifestazione di fiducia da parte della comunità degli ottici - commenta in una nota [Jerry Dreifuss](#), ceo di Swiss Eyewear Group - Mostra che il mercato riconosce e valorizza il nostro lavoro e la dedizione impiegata per offrire ai rivenditori e ai consumatori finali il miglior rapporto qualità-prezzo quando si tratta di occhiali da sole (nelle foto, due modelli)».

Secondo l'azienda elvetica «la chiave del successo di Invu è il design al passo con la moda, l'ingegneria svizzera e i materiali di alta qualità combinati con le lenti ultra polarizzate, di proprietà del brand - precisa la nota - Ultimo aspetto, con un prezzo al dettaglio che varia dai 50 agli 80 euro Invu si è guadagnato un posto preferenziale nelle scelte degli ottici e dei consumatori».



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

Supplemento al 25 luglio 2017 di b2eyes.com reg. presso Tribunale Milano, n. 292, 17-06-2009 © La riproduzione dei contenuti è riservata

