

## Ottici, il giro d'Italia dei furti

Dopo i casi in [provincia di Treviso](#) non c'è tregua nemmeno in questo inizio di giugno: dalla Lombardia al Piemonte, fino all'Umbria sono state molteplici le rapine messe a segno ai danni di centri ottici. Episodi che sembrano, tra l'altro, vanificare sforzi e spese affrontati per aumentare la sicurezza

Hanno divelto i dissuasori e sfondato la vetrina con un camion i malviventi che nella notte tra lunedì 8 e martedì 9 giugno hanno fatto irruzione nei locali di **Ottica V.edo** a Lodi, in provincia di Milano. I ladri hanno razzato circa 650 delle 1.500 montature delle principali griffe esposte, soprattutto da sole, per un valore di oltre 45 mila euro. Una cifra cui si aggiungono i danni legati alla devastazione. «Purtroppo per qualche motivo non sono partiti i fumogeni – spiega a b2eyes TODAY Paolo Briigliadoro, titolare del punto vendita lombardo – L'anno scorso avevo subito un altro furto per un valore ancora superiore, quindi avevo speso una cifra ingente per proteggere il mio negozio, ma a quanto pare è stato inutile. Io più di così non so che fare...». Essendo il negozio dotato di videosorveglianza e collegato ai Carabinieri, l'intervento delle forze dell'ordine è avvenuto dopo sei minuti. In cinque minuti però il colpo era stato messo a segno e i ladri erano già fuggiti dopo aver fatto piazza pulita della merce. «I Carabinieri hanno inviato le immagini delle telecamere ai Ris di Parma perché hanno dei software molto potenti e forse riusciranno a estrapolare dalle riprese la targa dell'auto e i volti dei malviventi – afferma Briigliadoro – Sapere che forse stavolta potrebbero essere individuati è già qualcosa».

Sono invece scattati gli allarmi ed è uscito il fumogeno nei locali di **Lob Ottica** a Curno, in provincia di Bergamo, ma è stato tutto inutile. Come riportato dai media locali, in appena un minuto e 40 secondi i banditi, almeno quattro, si sono dileguati con una refurtiva la cui valore supera gli 80 mila euro, dopo aver sfondato la vetrina con una macchina. Come evidenziato persino da un servizio di TG3 Regione, il negozio era già stato rapinato altre sei volte nel corso degli ultimi anni, tant'è che i titolari, esasperati, hanno pensato di proporre una ricompensa a chi aiuti a identificare i ladri.

Stessa scena all'alba di martedì 9 giugno a Todi, in Umbria, dove è stata presa di mira **Ottica Bordacchini Sole**. Secondo quanto riportato da *Il Messaggero*, qui i ladri, evidentemente esperti, hanno rubato centinaia di occhiali di grandi marche lasciando in vetrina quelli più economici.

Sembra invece fossero dei dilettanti i malviventi che hanno colpito **Ottica del Viale** a Collegno, in provincia di Torino, all'alba di lunedì 8 giugno «I ladri hanno sollevato la serranda motorizzata con un cric e spaccato la porta (nella foto, tratta da Facebook) – racconta al nostro quotidiano il titolare, Massimo Castro – Non sembra però si sia trattato di un furto organizzato e messo a segno da professionisti, hanno arraffato pochi soldi dalla cassa e appena 12 paia di occhiali da sole, neppure troppo costosi, mentre di solito sono alla ricerca di modelli di pregio, che io non tengo».



## Pitti: gli occhiali cercano nuovi consumatori

È l'obiettivo di Eye-Pop, lo spazio organizzato per la terza edizione consecutiva da Mido in collaborazione con il salone di moda maschile, in programma da domani fino a venerdì 19 giugno presso la Fortezza da Basso di Firenze

«Eye-Pop (nella foto, uno scorcio dell'edizione di giugno 2014) fa parte delle iniziative satellite promosse da Mido durante il corso dell'anno con lo scopo di raggiungere nuovi interlocutori e un pubblico sempre più diversificato – spiega una nota della fiera milanese dell'ottica, il cui prossimo appuntamento è per la fine di febbraio 2016 – Anche per questa edizione lo spazio espositivo sarà curato e allestito dall'architetto Alessandro Moradei». Saranno dieci i brand di occhiali in mostra al Piano Inferiore del Padiglione Centrale della location fiorentina, ai quali vanno aggiunti quelli che espongono autonomamente all'ottantottesima edizione di [Pitti Uomo](#), che proporrà le anticipazioni per l'estivo 2016.



## Fotocromatiche, al Sud possono crescere ancora

È quanto si deduce dalle parole di Salvo Maniscalco, titolare dell'omonimo punto vendita di Palermo, nuovo vincitore del concorso Hoya Sensity che ogni settimana premia un professionista con un weekend a scelta tra due note località turistiche

«La richiesta di lenti fotocromatiche come le Hoya Sensity è in aumento – sostiene a b2eyes TODAY Maniscalco, ottico, optometrista e ortottista, che come destinazione per il weekend vinto ha scelto la masseria in Puglia per la bellezza della struttura – Il livello d'interesse da parte dei clienti si è alzato, si è fatta una buona campagna di comunicazione negli anni passati su questo tipo di prodotto che ha raggiunto livelli qualitativi elevati. L'ostacolo più che altro è legato al fattore spesa. Sulle progressive è più facile proporre il fotocromatico perché il gap di prezzo è contenuto, meno semplice è il caso delle monofocali, dove la forbice è molto più accentuata, per cui ancora non è così comune, qui da noi, che le richieda chi vuole ottimizzare e fare un occhiale sia vista sia sole. In quest'area per cultura non c'è ancora grande attenzione alle fotocromatiche, perché le mezze tinte sono associate alle persone anziane, ma dipende dal livello socioculturale del cliente. A oggi il colore che vendiamo di più è assolutamente il grigio».



Optica Maniscalco (nella foto, tratta dal sito web) è una delle attività storiche di Palermo, essendo stata fondata da Demetrio, il padre di Salvo, ormai cinquant'anni fa. Da circa quaranta il centro si trova nella sede attuale, nella zona universitaria del capoluogo siciliano, e oggi dispone di una superficie di 200 metri quadrati, suddivisi in area vendita, laboratorio protesi oculari e laboratorio lenti interni, con sistema di telesagomatura, e ambulatorio dedicato alla visita ortottica e all'ipovisione, con le più moderne tecnologie e un'alta qualità dei prodotti, del servizio e della professionalità. «Nel nostro centro siamo specializzati sulle protesi oculari, le lenti progressive, l'ipovisione – conferma Maniscalco – La parte più specialistica e tecnica della professione è la nostra area di competenza, l'occhiale da sole non è esattamente il nostro core business».

Optica Maniscalco (nella foto, tratta dal sito web) è una delle attività storiche di Palermo, essendo stata fondata da Demetrio, il padre di Salvo, ormai cinquant'anni fa. Da circa quaranta il centro si trova nella sede attuale, nella zona universitaria del capoluogo siciliano, e oggi dispone di una superficie di 200 metri quadrati, suddivisi in area vendita, laboratorio protesi oculari e laboratorio lenti interni, con sistema di telesagomatura, e ambulatorio dedicato alla visita ortottica e all'ipovisione, con le più moderne tecnologie e un'alta qualità dei prodotti, del servizio e della professionalità. «Nel nostro centro siamo specializzati sulle protesi oculari, le lenti progressive, l'ipovisione – conferma Maniscalco – La parte più specialistica e tecnica della professione è la nostra area di competenza, l'occhiale da sole non è esattamente il nostro core business».

## Vision Group, seminari per l'imprenditore protagonista del futuro

Con questo spirito si è svolto in maggio ad Arezzo il primo incontro di formazione imprenditoriale che ha coinvolto i centri ottici toscani affiliati al gruppo, seguito da quello di Perugia dell'8 giugno



L'incontro di Arezzo (nella foto) ha avuto come tema portante la gestione strategica del punto vendita, per fornire ai centri ottici una serie di strumenti di analisi che è necessario conoscere e tenere sotto controllo per massimizzare i risultati. «Nel mercato globalizzato e ipercompetitivo di oggi diventa sempre più necessario rendere efficace ogni aspetto del proprio business al fine di massimizzare le vendite e migliorare costantemente il rapporto con i propri clienti – ha dichiarato durante il seminario Anna Gatti, consulente di gestione e docente di questa sessione – L'ottico è spesso ancorato al conseguimento di risultati economici di breve periodo, senza una visione strategica focalizzata sulla creazione di valore nel medio termine. Attraverso gli indicatori di prestazione l'ottico imprenditore potrà avere uno spaccato sull'andamento dell'attività, conoscere i punti di forza e le eventuali aree in cui occorre migliorare, sapere in che direzione sta andando la propria attività»

La formazione di Vision Group è proseguita con l'appuntamento dell'8 giugno a Perugia, che ha visto una sessione sul budget e sulla pianificazione degli acquisti. Il corso è stato tenuto da Moreno Sereni, già dirigente di numerose aziende del settore, e Gianluca Santilli, consulente d'impresa specializzato nel settore ottico. «L'impegno di Vision Group è comunque quello di creare momenti formativi su tutto il territorio italiano, che saranno resi noti a breve», afferma in un comunicato Irene del Prato, marketing manager del gruppo.



**Scopri la nuova gamma**  
di lenti Progressive ZEISS.



Nuove  
con l'esclusiva  
**Digital Inside™**  
Technology