

Oxo entra in Assogruppi Ottica

Il gruppo, guidato da Marco Carminati, fa ora parte dell'associazione presieduta, sin dal suo esordio nel 2003, da Andrea Garagnani, che così riunisce, insieme a GreenVision e Vision Group, circa 2.500 centri ottici in tutta Italia



«Assogruppi Ottica si arricchisce di un ulteriore importante tassello e finalmente afferma di rappresentare la quasi totalità della distribuzione associata: con l'ingresso di Oxo, sono circa 2.500 i negozi di ottica che attraverso i loro gruppi partecipano all'associazione, distribuiti su tutto il territorio nazionale – si legge in un comunicato di Assogruppi Ottica - Assogruppi, quindi, conferma la sua mission di riunire imprese, associazioni e consorzi operanti nella distribuzione al dettaglio nel settore ottico, per la trattazione di questioni di comune interesse e per la gestione dei rapporti istituzionali e dei progetti che coinvolgono tutta la filiera».

L'assemblea dell'8 luglio, che ha sancito la nuova compagine associativa, «ha anche confermato tutte le azioni in corso e soprattutto la collaborazione con

Commissione Difesa Vista e la sintonia con Federottica – prosegue la nota - Ai soci è stata, quindi, affidata un'ulteriore riflessione riguardo il futuro sviluppo di Assogruppi nel 2016» (nella foto, da sinistra, Carminati e Garagnani).

Maffioletti-Marcolin: partnership in riva al lago

Sarnico ospita numerose manifestazioni che attirano residenti e turisti, soprattutto nel periodo estivo, supportate con iniziative dai commercianti locali, che coinvolgono anche il centro ottico del professionista bergamasco

Da questa sera a Sarnico, elegante località del lago d'Iseo, si svolgerà Artisti in Erba, evento che coinvolgerà musicisti e comici e vedrà tutto il centro storico del paese tappezzato con erba sintetica. Per questa occasione il Centro Ottico Maffioletti, presente anche a Bergamo, sponsor della manifestazione, predisporrà un'ampia pedana in legno fuori dal negozio, che definirà uno spazio in cui coinvolgerà i passanti con alcune novità tra le montature da vista e da sole. «Sarà per noi, in questo caso, un appuntamento di decisa impronta commerciale – spiega a b2eyes TODAY Gabriele Esposito, che gestisce il punto vendita di Sarnico insieme a Elena Cattaneo – Amplieremo i nostri abituali spazi verso l'esterno, ospiteremo le nuove linee di occhiali Tom Ford, che fungeranno da richiamo e orienteranno le persone anche verso la restante proposta commerciale di Marcolin, esposta dentro il negozio. Prepareremo un'accoglienza festosa con un rinfresco per le persone e prolungheremo l'apertura fino alla mezzanotte».



Il successivo grande appuntamento sarà, invece, il Busker Festival: si svolgerà per quattro giorni a fine luglio e il punto vendita sta già organizzando al meglio l'importante evento dell'estate sarnicese. Aperto nell'estate del 2013, il Centro Ottico Maffioletti al termine del primo biennio di attività archivia un bilancio più che positivo. «Sono stati due anni impegnativi: quella di Sarnico è una realtà diversa da Bergamo e ci siamo dovuti reinventare per rispondere al meglio alle differenti esigenze del territorio – prosegue Esposito – Non abbiamo cercato il successo immediato, ma abbiamo perseguito obiettivi graduali facendo conoscere e trasmettendo a ogni persona che ha varcato la soglia del centro ottico la qualità del nostro servizio professionale e commerciale. I risultati dopo due anni sono comunque positivi: negli ultimi mesi i dati evidenziano una crescita lieve ma costante, del 5-10% mese su mese». Nonostante Sarnico sia una località a forte vocazione turistica, la maggior parte della clientela del Centro Ottico Maffioletti non è però di passaggio, ma residente. «I turisti ci sono e comprano principalmente l'occhiale da sole, ma noi abbiamo soprattutto un pubblico locale, che è fedele e affezionato - rileva Elena Cattaneo - Puntiamo a quanti si affidano a noi, li seguiamo con cura e li supportiamo in varie fasi post vendita, costruendo con loro una relazione solida e duratura» (nella foto, da sinistra, lo staff del Centro Ottico Maffioletti: Sara Plebani, Esposito, Elena e Valentina Cattaneo sul lungolago di Sarnico).



Scopri la nuova gamma
di lenti Progressive ZEISS.



Nuove
con l'esclusiva
Digital Inside™
Technology

Nau!, ciak a Cinecittà

Nel cuore dell'industria cinematografica del nostro paese, è stato inaugurato il settimo centro ottico romano del brand di occhiali, con punti vendita in tutta Italia



Nau! apre un nuovo negozio (*nella foto*) nella Capitale, presso la Galleria Commerciale CinecittàDue, a pochi passi da Cinecittà Studios che hanno dato vita a grandi produzioni cinematografiche italiane ed europee.

«Il nuovo punto vendita, che occupa cinque persone, offre a turisti, visitatori, star e cineasti occhiali colorati, dal design ricercato e con un grande rispetto per l'ambiente», si legge in un comunicato di Nau!

Salgono così a sette i punti vendita del brand a Roma, dopo quello di Fiumicino, via Appia, via del Corso, via Cola di Rienzo, via Collatina e via Tuscolana.

Baronio, le fotocromatiche perfette anche con l'occhiale di design

È l'ottico lombardo ad aver vinto uno degli ultimi week end messi in palio dal concorso Sensity di Hoya. Ma non andrà né in Puglia né a Courmayeur: a godere del viaggio sarà Andrea Visconti, il suo collaboratore

Titolare di Gli Occhiali di Angelo, centro ottico di Cusano Milanino, Angelo Baronio lavora nel settore da quasi quarant'anni e nel suo paese è molto conosciuto. «A 17 anni facevo il commesso, poi mi sono diplomato come ottico presso l'Istituto Marchiondi di Milano e dopo 15 anni da dipendente ho aperto il mio punto vendita», racconta a b2eyes TODAY il professionista lombardo, che ormai ha conquistato una clientela affezionata grazie a un mix di estro e professionalità. «Il mio è un centro ottico davvero particolare – prosegue Baronio – Come offerta ho soltanto marchi di design, di grande qualità e ricerca. E anche l'allestimento del negozio (*nella foto, tratta da Facebook*), di 80 metri quadrati, è molto originale, tutto progettato da me: un misto di mattoni a vista, parquet, alluminio mandorlato, con un arredamento piuttosto eccentrico e lampadari fucsia in vetro. Va da sé che anche il target cui mi rivolgo è particolare, i miei clienti appartengono alla fascia dai 35-40 anni in su, alla ricerca di prodotti diversi, con cui distinguersi».



A tutto ciò si accompagna una grande attenzione per l'innovazione. «È un aspetto per me fondamentale, per questo collaboro con Hoya da tantissimi anni - aggiunge l'ottico - E per i clienti è altrettanto importante, oltre all'immagine originale del mio centro, il livello tecnologico che posso offrire sia per quanto riguarda le lenti sia gli strumenti. Infatti, vengono a servirsi da me perfino da Lugano». Positiva è, secondo Baronio, l'accoglienza che una clientela esigente come quella del suo negozio riserva a un prodotto come Hoya Sensity. «Fino a pochi anni fa il fotocromatico non incontrava molto il gusto dei consumatori, oggi i prodotti di nuova generazione si scuriscono veramente e con molta rapidità, quindi sono riuscito a incrementarne la vendita - conclude Baronio - Piacciono anche ai clienti di 35-40 anni, che montandole sui modelli particolari che propongo ottimizzano l'acquisto rendendo sia vista sia sole il loro occhiale di design. Il colore che vendo in assoluto di più è il grigio, che si abbina meglio a un maggior numero di tinte».

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

Supplemento al 10 luglio 2015 di b2eyes.com - reg. presso Tribunale Milano, n. 292, 17-06-2009 © La riproduzione dei contenuti è riservata



EDIZIONE SPECIALE **EXPO 2015**

Il libro sulle linee guida per una corretta alimentazione completo delle più gustose ricette della cucina italiana

