

Bari, nel 2017 Optovillage sarà dedicata al bambino

Lo ha annunciato [Luigi Dabbicco](#), organizzatore dell'evento insieme a [Nicola Capriati](#) e [Angelo Magistro](#), a consuntivo della terza edizione, che si è tenuta nel capoluogo pugliese a metà settembre e, tra le varie iniziative, ha premiato un agente di Luxottica



Formula vincente non si cambia, il segmento sì. Se per l'evento appena concluso Optovillage ha confermato quel "clima familiare e conviviale" cui gli organizzatori tengono molto e che hanno trasformato nel proprio cavallo di battaglia, per il 2017 la manifestazione pugliese ha in serbo qualche cambiamento: sarà, infatti, rivolta esclusivamente al segmento kid. «Pensiamo che questo comparto non sia valorizzato come dovrebbe e perciò abbiamo deciso di dedicargli la prossima edizione – anticipa a b2eyes TODAY Dabbicco – Eventualmente, sulla base degli sviluppi organizzativi, potrebbe essere anche selezionata una location diversa da Villa Morisco, che ci ha ospitato in questi anni, ma al momento non possiamo fornire ulteriori dettagli, se non quello delle date, sempre a metà settembre».

Nel frattempo Optovillage 2016 ha confermato numeri e visitatori. «Abbiamo ospitato una trentina di aziende, coprendo tutti i segmenti della filiera – aggiunge il professionista pugliese – Gli ottici, circa un centinaio, in linea con la scorsa edizione, provenivano soprattutto dalla Puglia, ma anche dalla Sicilia e dalla Campania, queste ultime regioni presenti con una percentuale significativa. Qualche buyer è pure venuto dal nord Italia e dall'Albania».

Al debutto il [premio](#) speciale "Il Pennino", dedicato alla carriera dei rappresentanti dell'ottica e assegnato da una giuria composta da professionisti del settore: il riconoscimento è stato conferito ad Alceste Fazio, agente di Luxottica Group, ed è stato consegnato nella serata di sabato (nella foto, tratta da Facebook, da sinistra, Fazio, Magistro, Capriati e Dabbicco).

Essilor Italia: perché sosteniamo Commissione Difesa Vista

«Siamo sicuri che attraverso queste iniziative trasversali si possano raggiungere risultati significativi per la promozione della sensibilizzazione su un tema importante come quello del bene vista», commenta in una nota il numero uno della filiale nazionale dell'azienda ottico oftalmica, [Luca Strigiotti](#), a consuntivo della [prima tappa](#) degli screening visivi gratuiti di sabato 24 settembre alle porte di Pavia

Durante l'evento Commissione Difesa Vista ha effettuato «108 screening gratuiti su 77 uomini e 31 donne, principalmente tra i 40 e i 65 anni: a 22 di loro è stata consigliata una visita oculistica, a 3 è stata caldeggiata una visita con urgenza, ad altri 5 soggetti è stato suggerito di sottoporsi a un controllo ottico e per i restanti 78 non è stata riscontrata alcuna criticità», si legge ancora nel comunicato di Essilor Italia, che rinnoverà il proprio sostegno a Cdv Onlus anche in occasione del Tour della Vista, appuntamento itinerante giunto alla terza edizione che prenderà il via giovedì 6 e venerdì 7 ottobre a Roma, «con l'obiettivo condiviso di valorizzare e promuovere una più capillare cultura del benessere visivo tra la popolazione», sottolinea la nota.

Essilor Italia metterà a disposizione, infatti, «una serie di sofisticate attrezzature tra cui il Visiotest, completo di scheda per condurre il test e di rilevazione: uno strumento professionale che consente di valutare ed esplorare rapidamente le principali funzioni visive eseguendo test completi per la visione da lontano e da vicino – conclude il comunicato - Si aggiunge un autorefrattometro per la misurazione oggettiva del potere refrattivo dell'occhio e un frontofocometro la cui funzione è quella di misurare il potere diottrico delle lenti».



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

Disponibile su APP Store e Play Store.

DaTE: zingaro, sessantottino e carismatico

La Milano del sabato mattina è ancora addormentata mentre apre i battenti l'ultimo DaTE che si tiene nel prestigioso The Mall vicino a piazza Gae Aulenti: nel 2017 la manifestazione si svolgerà dal 23 al 25 settembre alla Leopolda di Firenze



Dante Caretti, che incontro con un sorriso stanco ma soddisfatto, mi premette che il DaTE è nato "zingaro" e segue il vento del cambiamento. The Mall è il simbolo della nuova Milano nata dall'Expo ma tra un anno DaTE avrà bisogno di una nuova atmosfera più vicina all'evoluzione dei suoi espositori e dei loro gioielli. Perché DaTE, mi conferma colui che l'ha fondato insieme a Cristina Frasca, più che un'esposizione è un progetto divulgativo: il bell'occhiale deve poter essere reperibile in uno spazio ottico, seppure selezionato, che abbia come mission plasmare le persone e rendere la montatura specchio della loro anima. Certo che le circa 2.800 preregistrazioni dell'edizione 2016 non sono comunque una minoranza, con gli stranieri in forte crescita (al termine dell'evento i visitatori unici sono stati 2.330, più 38% sul 2015, di cui il 4% esteri, ndr). Francesco Gili, chief operating officer di

Mido, mi conferma il supporto tecnico organizzativo al DaTE come scelta strategica e non più episodica: il prossimo anno partirà prima in contemporanea alla fashion week milanese, in una città che faccia da specchio alla capitale della moda italiana ma con una maggiore propensione a coccolare la comunità del DaTE.

Saluto Gili e Caretti, raggiunti da Frasca, e dopo una serie di piacevoli incontri con espositori e designer trovo, a un tavolo all'aperto di Corso Como 10, il tempo per una riflessione finale. Percepisco la netta separazione tra un'industria italiana dell'occhiale e una neonata dell'artigianato e del design. La prima alla conquista dei mercati, la seconda alla ricerca del suo cliente ideale. Da una parte si contano i numeri, dall'altra le teste. Abbiamo finalmente colmato il divario culturale dal neodesign del nord Europa che ha fatto crescere gli ICI Berlin, Mykita, Theo, tra gli altri, e oggi, grande novità, facciamo più sistema dei francesi. Si stanno imponendo gli artigiani-designer italiani postmoderni e non me ne vogliono se li chiamo così. Nel dopoguerra Salvatore Ferragamo era soprannominato "il ciabattino della regina Elisabetta" e oggi il suo gruppo fattura oltre 1,4 miliardi di euro.

Gli ottici italiani respirino un po' di quest'aria "sessantottina" e si sfidino a proporre in tutto o in parte un occhiale in grado di conquistare l'anima di chi lo porta e a dotarsi del carisma necessario uscendo dalla propria comfort-routine: perché "carismatico" letteralmente significa "colui che trasmette la luce di Dio" e la bellezza, anche nell'occhiale, è qualcosa che non si spiega ma che si deve far vivere (nelle foto: a destra, uno scatto di Giuseppe Circhetta, di DaTE 2016; in alto, da sinistra: Caretti, Frasca e Gili). pillole@nicoladilernia.it



Vuarnet, nuova rete commerciale in Italia

Il marchio francese di occhiali sportivi e outdoor (nella foto, un modello) cerca di recuperare quote sul mercato interno e amplia il team di agenti

«Per Vuarnet si tratta di un rilancio storico, dopo molti anni in cui il brand è stato assente in molte regioni d'Italia», spiega in un comunicato Lucio Lozza, direttore di Vuarnet per il nostro paese e amministratore delegato della filiale americana. Il rinnovo della rete vendita prevede dieci agenti che copriranno tutta la penisola. Responsabile del team sarà Umberto Valentini, la cui struttura si occupa anche della distribuzione del marchio Eblock della Som Occhiali, coadiuvato da Stefano Frescura e Filippo Valentini. Il debutto della nuova rete commerciale "congiunta" è avvenuto al DaTE di Milano.



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

Supplemento al 4 ottobre 2016 di b2eyes.com reg. presso Tribunale Milano, n. 292, 17-06-2009 © La riproduzione dei contenuti è riservata