



Lenzi: DaTE? Ha risvegliato il mercato in Italia

«Ho partecipato fin dalla prima edizione e trovo che abbia avuto il grande merito, soprattutto nel nostro paese, di aver aperto in maniera concreta una discussione tra ottica tradizionale e ottica che vuole essere un'alternativa al mercato mainstream, risvegliando un interesse che prima era meno coltivato», afferma a b2eyes TODAY la professionista toscana, titolare insieme al fratello Emiliano de I Visionari di Firenze



Due fratelli, Emiliano, web designer dotato di personalità artistica, ed Elena, ottica con una preparazione più tecnica, ma con interessi che non si limitano al settore: sono I Visionari di Firenze, insegna nata cinque anni fa come progetto e non solo come centro ottico che si occupa di design. Anzi, per Elena, parlare semplicemente di occhiale di design è riduttivo: «In parte è giusto, soprattutto quando si appropria un prodotto che non è commerciale, ma è anche limitativo – sostiene Elena Lenzi (nella foto, a destra, insieme a Emiliano) – Per I Visionari questa definizione è un po' stretta, perché il nostro percorso è legato alla ricerca di nuovi codici, guardiamo principalmente alle sottoculture, ai marchi indipendenti, che addirittura non hanno neppure accesso alle fiere». L'ottica toscana trova che il termine sia persino un po' abusato di questi tempi. «Sembra che l'ottica oggi sia divisa in due, quella che compra il marchio

commerciale e quella che compra l'occhiale no logo: il design non è questo, è anche una cultura che ti deve appartenere e che viene da altre fonti, da come sei tu principalmente – prosegue la professionista - Significa supportare culture e ispirazioni che vengono da mondi che spesso nemmeno hanno a che fare con l'ottica. Oggi chi si vuole ritagliarsi una storia diversa all'interno del nostro settore deve essere culturalmente ben preparato e contaminato e spesso le fiere sono solo una parte della sua formazione, complementari all'arte, al visitare le grandi metropoli e all'osservare la gente». A Lenzi non piace neppure l'attitudine di superiorità per cui il mondo del design per forza ha qualcosa di più interessante. «Vorrei che ci si prendesse meno sul serio e ci fosse una visione più easy e democratica delle cose, l'occhiale di design, o di ricerca, presuppone creatività e sperimentazione, non per forza l'esclusività», sottolinea.

Sono tanti i canali che I Visionari utilizzano nel proprio lavoro di incessante ricerca e il DaTE è uno di questi. «A DaTE trovo spunti stimolanti, soprattutto posso osservare l'evolversi di alcuni progetti che sono cresciuti raggiungendo risultati interessanti - spiega Lenzi – Inoltre, è un momento di confronto e di "energia" importante e di sicuro anche a noi serve per fare selezione, sebbene spesso ci muoviamo su circuiti diversi. Siamo molto contenti che quest'anno sia a Firenze, la trovo una scelta moderna, e mi piace l'idea che possa essere un evento itinerante: Milano naturalmente è la città della moda, ha una vocazione naturale ad accogliere manifestazioni di questo tipo, ma anche Firenze credo che possa in qualche modo seguire gli stessi tipi di ispirazione».

Europeo di atletica, gli occhiali sul podio

Il polacco Fajdek con una montatura da vista e protettiva, la tedesca Jungfleisch con un elegante acetato e il greco Tskakonias con un più tecnico sole: esempi di protezione ed eleganza direttamente da Villeneuve d'Ascq, nel nord della Francia

Qui, nel weekend appena trascorso, si è svolto il campionato europeo a squadre 2017 di atletica leggera, che ha visto un'Italia fortemente interetnica ma ancora acerba chiudere con un deludente settimo posto su undici nazioni in gara. Gli occhiali sono stati protagonisti, come spesso succede in competizioni su pista. Ma se il clima della località nei pressi di Lille non proponeva sole e vento tali da imporre un massiccio uso di montature tecniche protettive, hanno fatto notizia soprattutto il vincitore del martello e la seconda classificata nel salto in alto, con due paia da vista piuttosto inusuali sui tartan dell'atletica (nelle foto, da sinistra, Fajdek, Jungfleisch e Tskakonias rispettivamente tratte da oasport.it, Twitter e multi-news.gr).



PROMO WOW 2.0
PROROGATA fino al
31 Dicembre 2017



Eyezen™



con EYE PROTECT SYSTEM™

Scopri di più su myessilor.it



Ottica Batisti: la radio amplifica gli eventi in negozio

È il riscontro ottenuto dal punto vendita, situato a Roma, nei pressi del Santuario della Madonna del Divino Amore, subito dopo l'iniziativa realizzata in store a maggio con Teleradio Stereo: protagoniste della giornata le lenti Seiko, cui era legata anche una promozione



Una giornata intera on air: il centro ottico Batisti (*nella foto*) ha scelto di promuovere le lenti Seiko attraverso un'emittente che copre tutto il Lazio. «Si tratta di una radio che punta molto sull'informazione e meno sui contenuti musicali – spiega a b2eyes TODAY [Alessandro Batisti](#), titolare dell'omonima insegna, fondata dalla sorella Elisabetta, che conta due negozi nella Capitale – Si sintonizza, perciò, un certo target di utenti, soprattutto sportivi, che abbiamo ritenuto in linea con la nostra iniziativa».

L'appuntamento ha visto la partecipazione anche di Seiko Optical Italia, al fine di fornire maggiori dettagli ai clienti sulle caratteristiche delle lenti Seiko. «Per tutta la giornata Teleradio Stereo ha promosso in diretta il nostro evento che ha mantenuto importanti riscontri per oltre un mese – continua il professionista romano – Numerosi utenti sono venuti per ricevere informazioni sulle lenti Seiko, in particolare quelle con trattamento Mirror, fotocromatiche e sulla promozione del nuovo polarizzato, Seiko PolarThin». Ottica Batisti ha pianificato la comunicazione dell'appuntamento all'interno di un pacchetto pubblicitario che gli garantisce visibilità su Teleradio Stereo durante tutto l'anno.

«Questo tipo di eventi rappresenta per noi un'opportunità per rafforzare collaborazioni con aziende leader e centri ottici altamente qualificati e professionali», commentano al nostro quotidiano dall'ufficio marketing di Seiko Optical Italia.

Educational 2017, mark'ennovy aggiorna ancora studenti e ottici

Continuano i corsi del programma che l'azienda vuole offrire alle scuole e ai professionisti della visione italiani, proponendo informazioni e formazione sulle principali novità del mondo della contattologia

Dopo l'avvio del [progetto](#) Educational lo scorso anno mark'ennovy ha fatto di nuovo tappa nelle scuole. Il 6 maggio si è tenuto un corso presso l'Ipss Edmondo De Amicis di Roma, con la collaborazione di Tommaso Panzieri, business development manager centro Italia di mark'ennovy, che ha coinvolto docenti e studenti del terzo e quarto anno. «I temi affrontati hanno riguardato la nascita e l'evoluzione delle lenti a contatto, la produzione e la tornitura di lac mensili personalizzate prodotte nella sede centrale di Madrid di mark'ennovy – spiega a b2eyes TODAY [Sandro Saggini](#), direttore commerciale Italia e Grecia della società spagnola – L'incontro si è concluso con un training sull'applicazione di lenti a contatto toriche su misura». Il 22 maggio è stata la volta degli specialisti del settore. A Firenze si è tenuto il corso "Come ridurre il drop out nell'applicazione di lac morbide: l'importanza dei parametri e dei materiali delle lenti a contatto", cui hanno preso parte una ventina di applicatori (*nella foto*). Il 28 l'aggiornamento si è spostato a Mondello, in provincia di Palermo, mentre il 5 giugno è stato replicato a Padova e il 25 giugno a Oristano, ultimo appuntamento formativo di mark'ennovy prima della pausa estiva, per un totale di oltre cento professionisti partecipanti.



«Il corso è stato suddiviso in due parti, teorica e pratica – aggiunge Saggini – In particolare Giancarlo Montani ha seguito le prove pratiche di applicazione di lenti a contatto mensili su misura. Fra i temi della sezione teorica sono state trattate le cause del drop out e la morfologia del segmento anteriore dell'occhio, per quella pratica invece è stata analizzata la scelta dei parametri e del materiale di una lente a contatto morbida ed è stato indicato come aumentare il profitto e la fidelizzazione del portatore utilizzando lac personalizzate».

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

Supplemento al 27 giugno 2017 di b2eyes.com reg. presso Tribunale Milano, n. 292, 17-06-2009 © La riproduzione dei contenuti è riservata