

Swap party: contro la crisi spunta il baratto di occhiali

Il salone di Monaco di Baviera, che ha chiuso i battenti ieri, ha puntato forte sugli occhiali del futuro: alcune delle nuove montature smart erano presenti in un apposito spazio, il Vision 3.0, situato tra i padiglioni C2 e C3



Il primo appuntamento del 2015 con lo swap party di occhiali sarebbe dovuto essere il 4 gennaio in Puglia, ma un imprevisto fenomeno meteorologico l'ha fatto saltare, nonostante fosse tutto pronto, volantini e manifesti compresi. L'evento, in programma presso Ottica Gramegna di Conversano, in provincia di Bari, organizzato in collaborazione con la personal image consultant Angelica Pagnelli (*nella foto*), è stato infatti rimandato a causa della neve che a sorpresa ha imbiancato la regione. «Non abbiamo ancora definito la nuova data, ma verosimilmente sarà in primavera - afferma a b2eyes TODAY Alessandra Gramegna, che insieme al padre gestisce il punto vendita pugliese - Il baratto di occhiali è un fenomeno nuovissimo, che abbiamo deciso di proporre perché dopo aver ristrutturato il centro ottico tre anni fa ci siamo spinti con decisione, e con successo, sul terreno degli eventi. Abbiamo alle spalle 42 anni di attività e il negozio per noi è un po' come una casa, l'abbiamo allestito in maniera ottimale e per come è disposto si presta bene a ospitare iniziative del genere».

Obiettivo di questo tipo di evento, che Angelica Pagnelli organizza sul territorio nazionale in collaborazione con gli ottici, è motivare il mercato, dove tutti lamentano la difficoltà di attrarre nuovi clienti in un momento di grande incertezza economica, dando la possibilità alle persone di uscire dal negozio con un occhiale diverso senza dover spendere per la montatura, e guadagnando al contempo sulle lenti. «In occasione di questi appuntamenti - spiega la professionista, che da diversi anni collabora anche con Silhouette - si possono portare per lo scambio da una a tre montature, che devono essere in ottime condizioni, altrimenti possono essere cedute per l'invio nel terzo mondo. Queste vengono registrate, revisionate accuratamente e disinfettate dall'ottico. Nel giorno dello swap party, ogni persona esce dal negozio con lo stesso numero di montature che ha messo a disposizione, scelte con la mia consulenza. Io eseguo un'analisi approfondita del viso, delle caratteristiche morfologiche, dei colori del volto, delle esigenze di vita e individuo la montatura più appropriata, consigliando anche il tipo di lente più adatto, ad esempio per quel che riguarda la tonalità cromatica». Il valore economico della montatura non è una discriminante. «La regola numero uno è divertirsi, la numero due è non prestare attenzione al brand - sottolinea Pagnelli - Anche se un cliente ha ceduto per lo scambio un marchio più costoso rispetto a quello che poi porta a casa, l'importante è che la consulente gli abbia argomentato perché il secondo è più adatto a lui e lo valorizza al meglio». (Nicoletta Tobia)

Opti nel tunnel del 3D

Il salone di Monaco, che ha chiuso i battenti ieri, ha mostrato i nuovi modelli di occhiali smart in un apposito spazio, il Vision 3.0, situato tra i padiglioni C2 e C3

Nella tre giorni di fiera alcuni produttori mondiali, tra cui Rochester Optical, Vuzix, Trylive e Fittingbox hanno esposto le ultime montature smart e alcune tecnologie con software 3D che gli ottici hanno potuto indossare e provare. «Opti 2015 (*nella foto, uno scorcio degli stand*) ha mostrato il potenziale e le possibilità che si apriranno agli ottici nell'imminente futuro delle tecnologie di consumo - si legge in un comunicato del salone bavarese - Poiché per ogni applicazione di Augmented Reality servono un paio di occhiali, l'utente vorrà anche essere in grado di leggere le informazioni fornite dai dispositivi nonostante gli eventuali difetti visivi». Un settore in continua evoluzione per opti, tanto che gli è stata quasi interamente dedicata la conferenza stampa di apertura. Del resto, «secondo quanto affermato da Credit Suisse, nei prossimi 3-5 anni questo mercato crescerà di dieci volte, fino a raggiungere un volume d'affari pari a 50 miliardi di dollari», sottolinea la nota.



Gianmario Reverdy TODAY

Il futuro dell'ottica è riflesso in uno specchio

Poco più di cento pagine per "Magia delle somiglianze, la conquista dello spazio secondo Galileo Galilei", il primo romanzo di Segio Cappa, edito da Narcissus, la cui uscita è stata anticipata da b2eyes TODAY del 17 ottobre, può essere un'utile e piacevole lettura che ci riporta indietro negli anni a comprendere da dove viene buona parte della nostra cultura

«Solo chi può vantare un grande passato può progettare un grande futuro!». La frase pubblicitaria di una nota autovettura può adeguarsi anche al nostro settore: l'ottica infatti, madre anche dell'optometria, ha un importante passato e conoscerlo, apprezzarlo e ricavarne ogni utile insegnamento può essere anche uno dei nostri traguardi e lo stimolo per progettare un avvenire migliore. Senz'altro ci aiuterebbe a comprendere meglio i fenomeni che ci riguardano e a essere più competenti nella professione giornaliera.

Sono i pensieri che mi sono venuti in mente leggendo il saggio di Cappa. Il testo, con dovizia di particolari e ambientazioni, tratta delle riflessioni che il Maestro, il Galilei, fa sulla formazione dell'immagine data da uno specchio e della "magia" prodotta dall'inversione alto-basso e destra-sinistra.

Le competenze ottiche di Cappa, unite alla conoscenza meticolosa degli aspetti storici, fanno di questo libro una piacevole lettura che ci proietta, a volte con qualche difficoltà di interpretazione dovuta al linguaggio medioevale, nel mondo delle scoperte, sofferte e discusse, che fanno parte del patrimonio scientifico di cui noi oggi godiamo e del quale spesso non ci rendiamo conto. Ad esempio, se con grande semplicità possiamo usare uno schiascopio e attraverso la teoria delle ombre valutare una refrazione, non possiamo dimenticare che l'uso dello specchio affonda le sue radici in un lontano passato. Il mio plauso, quindi, al collega che attraverso i suoi studi e le sue ricerche ci riporta molto spesso alle origini del nostro sapere, fatto di fatica, ma anche di molti aneddoti interessanti. *gmreverdy@gmail.com*

Ottici, se non usate i Google Glass sarete tagliati fuori

È quando sostenuto da Michael Pfiffner, ottico di Colonia, che è intervenuto all'opti-Forum, lo spazio che il salone di Monaco dedica ogni anno alla formazione, per spiegare l'utilità di questi occhiali tecnologici come supporto alla vendita

«Nel mio centro ottico i Google Glass svolgono due funzioni: per prima cosa li indossiamo durante i nostri colloqui di consulenza - ha spiegato in una nota di opti Pfiffner (*nella foto, tratta da Facebook*), dal 2007 anche consulente aziendale - Mentre il cliente prova le varie montature, noi lo filmiamo. L'immagine viene trasmessa direttamente su un grande schermo. In questo modo anche le persone con deficit visivi hanno la possibilità di verificare direttamente se la montatura è adatta a loro o meno. In più, è possibile zoommare sui singoli dettagli dell'occhiale. I faticosi tentativi di guardarsi attraverso uno specchietto per farsi un'opinione del modello indossato appartengono ormai al passato. In secondo luogo, i Google Glass rappresentano un elemento di marketing per la mia attività: tramite Facebook informo gli utenti che chiunque può provare e indossare questi occhiali. Molti clienti di lunga data hanno apprezzato e ne ho attirati di nuovi che, proprio grazie a quest'offerta, hanno scoperto il mio negozio».



La realtà aumentata e quella virtuale sono già entrate di fatto in numerosi settori, da quello automobilistico a quello medico. «Chi oggi non sfrutta questa possibilità presto o tardi verrà messo da parte dai fornitori su internet. Il futuro dell'ottica risiede negli occhiali smart: le giovani generazioni vogliono utilizzare questa nuova tecnologia per giochi interattivi o per guardare i nuovi film. E non vogliono vedere immagini sfuocate solo perché hanno problemi alla vista - sottolinea nel comunicato il professionista tedesco - Noi ottici, in quanto specialisti del settore, dobbiamo offrire delle soluzioni: diamo dei consigli sullo spessore delle lenti, regoliamo le aste, ma questo non basta più. Non si tratta di spillare denaro al cliente che, invece, desidera un servizio, un'assistenza e vuole che il suo ottico di fiducia lo aiuti e si mostri aperto alle nuove tecnologie. Per questo motivo dovremmo informarci sugli occhiali smart».