



Nau!, destinazione Nord America

Stati Uniti, dove nell'ottobre scorso ha già aperto un corner a Miami, e Canada sono tra gli obiettivi 2017 del primo brand italiano con negozi, che nell'ultimo esercizio ha fatto registrare 30 milioni di euro di fatturato, il 25% in più rispetto al 2015



«Il 2016 si è chiuso in maniera particolarmente positiva per Nau!: è proseguito, con successo, il nostro percorso di crescita sui mercati internazionali e siamo riusciti a rendere ancora più capillare la nostra presenza in Italia raggiungendo quota 109 punti vendita – commenta in una nota [Fabrizio Brogi](#) (nella foto), presidente e fondatore del brand - Nel 2017 i nostri sforzi saranno concentrati nel continuare sulla via dell'internazionalizzazione, con la volontà di espanderci anche verso gli Usa e il Canada, e nel rafforzare la nostra rete commerciale in Italia».

Il 2016 di Nau! ha fatto segnare, oltre al significativo incremento nei ricavi, anche l'apertura di 22 nuovi store, «tra i quali il primo corner negli Stati Uniti a Miami, il terzo punto vendita a [New Delhi](#), situato all'interno del centro commerciale più grande dell'India, e due nuovi store a Milano, in [via Torino](#) e in [Corso Buenos Aires 66](#), che hanno portato complessivamente alla creazione di 73 nuovi posti di lavoro», precisa il comunicato. La rete distributiva di Nau! ha così raggiunto complessivamente quota 113 negozi monomarca, tra diretti e in franchising: i punti vendita affiliati rappresentano circa il 30% del totale del brand, mentre il rapporto fra centri commerciali e centri storici è attualmente 60 a 40.

Matelica, avvicinare l'ottico al design industriale

È il messaggio giunto dal quarto [Meeting Regionale Marchigiano di Ottica Oftalmica](#) (nella foto), che si è svolto nelle scorse settimane all'Ipsia Don Enrico Pocognoni

Aumentare le competenze dell'ottico sulle montature e orientarlo verso la produzione: sono i due principali stimoli emersi dall'evento formativo, quest'anno incentrato sulla progettazione industriale e sul design nell'occhialeria, promosso da [Paolo Traù](#), docente dell'indirizzo ottico al Pocognoni, insieme alla collega Rossella Baroni e con il patrocinio dell'Università di Camerino. «La complessità tecnologica delle montature troppo spesso appare lontana dalle conoscenze comuni dell'ottico, che quindi fatica a comprendere appieno il valore del prodotto che ha di fronte – spiega Traù a b2eyes TODAY – Inoltre le multinazionali dell'eyewear hanno implementato le produzioni su larga scala, determinando una mescolanza nello stesso campionario di modelli di fattura industriale e di altri di più spiccata artigianalità, difficili da distinguere o da apprezzare».



Sull'argomento si sono confrontati designer, imprenditori ed esperti di settore, con un excursus storico sull'origine e sugli sviluppi dell'occhialeria in Italia, su come si possa dar vita a una nuova collezione in termini di materiali, forme, design e realizzazione del prototipo e sul valore dell'immagine e della comunicazione per la diffusione di un brand tramite, ad esempio, i social media. «Molto interessante è stata l'analisi del caso della New Optic Italia, una delle pochissime aziende che ha fatto dello studio dell'occhialeria destinata ai bambini una vera e propria mission – si legge in una nota degli organizzatori – I professionisti si sono inoltre soffermati sul ruolo strategico della figura dell'ottico, vero trait d'union tra il mercato nazionale o globale e la realtà locale in cui vive e opera». A seguire si è svolto un workshop sulla progettazione in occhialeria, che ha visto impegnati, oltre agli studenti del Pocognoni, anche quelli degli istituti Sacconi di Ascoli Piceno, Benelli di Pesaro e Pacinotti di Foggia.

«Notiamo un certo fermento a livello scolastico e formativo in genere sulla relazione tra ottica e design industriale – aggiunge al nostro quotidiano Traù – Il seminario di Matelica ha, infatti, ricordato quanto sia importante orientare l'ottico verso la produzione, dove c'è una grande richiesta di personale tecnico esperto che non sempre proviene dal settore o non ne conosce a fondo le peculiarità».



Occhiali ricchi di colore, design e passione italiana

SHOP AT NAU.IT

nau!



Milano, la Scuola Civica prosegue anche nel web

La struttura si è trasferita da via Quarenghi al quartiere San Leonardo,
in via Alex Visconti (nella foto, tratta da otticaincomune.it),
sempre nella zona nord ovest della città



Il Centro di Formazione Alex Visconti, che nella precedente sede di via Quarenghi è stato chiuso dallo scorso dicembre a febbraio per permettere tutte le operazioni di trasloco di materiali e strumenti, ha recentemente avviato il programma di aggiornamento professionale. «La nostra offerta comprende una serie di corsi che vanno da quelli di preparazione agli esami di abilitazione per l'esercizio della professione, in [collaborazione](#) con l'Istituto Superiore Statale Galileo Galilei, a seminari rivolti a ottici, così come l'organizzazione di moduli che hanno l'obiettivo di implementare le conoscenze del professionista e permettono di formarsi in materie come illuminotecnica e analisi optometrica, solo per citarne alcune», spiegano a b2eyes TODAY dalla direzione del Centro, che fa parte dell'Area economia urbana e lavoro del Comune di Milano.

In programma a breve, ad esempio, un corso di 170 ore di "Informatore di tecnologie ottiche", figura che si occupa di svolgere attività di informazione e consulenza sugli strumenti e i prodotti utilizzati nel settore ottico, quindi con un mix di conoscenze tecniche e capacità commerciali.

«Questo corso sarà supportato da una piattaforma online, altra novità del nostro centro: si tratta di un iter formativo virtuale, cui possono accedere gli iscritti a questo corso – dicono ancora dall'istituto – Permette, inoltre, ai corsisti di accedere a una community, condivisa con gli studenti e gli ex studenti della nostra struttura, con cui è possibile confrontarsi, oltre a visualizzare eventuali offerte di lavoro: è uno strumento che sta funzionando molto, nonostante le reticenze iniziali degli ottici».

Coco Song Award: cinque finalisti per un posto... al sole

Il vincitore del [contest](#) per giovani designer di Area98,
azienda friulana proprietaria del brand, sarà annunciato
in occasione del prossimo Silmo

Sono stati rivelati durante l'ultimo Mido i cinque finalisti della prima edizione del Coco Song Award: in lizza per la vittoria ci sono i progetti Zhe Zhi di Selene Cassarino, Dissect di Roberta L'Episcopo, Roots di Roberta Pinna, Bambusa di Carla Vinci e Cloud di Davide Mazzaglia, destinati alla linea sole del brand.

La giuria ha espresso il proprio parere sui lavori in gara tramite una scheda di valutazione «diretta ad analizzarne non solo il grado di innovazione e il valore estetico ed emozionale, ma anche il livello di ispirazione agli elementi di forza della collezione e la reale fattibilità delle proposte», si legge in una nota di Area98.

I cinque finalisti intraprenderanno uno stage a distanza con Area98, durante il quale verranno accompagnati nella realizzazione del prototipo di una variante colore dell'occhiale progettato. Lo studente vincitore sarà annunciato a inizio ottobre in occasione di Silmo (nella foto, il progetto "Dissect" di Roberta L'Episcopo).

