

Optical Thomas: foto storiche e una linea di occhiali per i 60 anni

Francesco Saverio Manente era un uomo imponente, vissuto tanti anni in America, che tornato diciottenne in Italia si diplomò in ottica e divenne direttore del centro ottico La Barbera. «I suoi clienti, per qualche misterioso motivo, lo soprannominarono Mr. Thomas e lui decise di dare quel nome al negozio che aprì nel 1956 a Fuorigrotta insieme a mio padre Piercarlo», spiega a b2eyes TODAY la nipote Adalgisa, titolare del punto vendita partenopeo associato a Cecop



In breve l'attività, sotto la guida intraprendente di Francesco Saverio, divenne un punto di riferimento nell'ottica foto-cine di Napoli. «Mio nonno è stato un precursore, già 60 anni fa elaborava strategie di marketing allora impensabili - racconta Adalgisa Manente (nella foto, insieme al fratello Francesco Saverio) - Personalizzava ogni materiale con il nostro logo ed ebbe l'idea di contrassegnare tutte le foto sviluppate con il timbro del punto vendita, che apponeva mia mamma Anna: tutta la Napoli che si è rivolta a noi per questo servizio oggi si ritrova in casa quegli scatti "marchiati"». Proprio a queste immagini è legata una delle iniziative con cui Optical Thomas festeggerà il sessantesimo anniversario. «Lanceremo un concorso - spiega l'ottica - chiedendo a tutti i clienti storici di portarci le fotografie con il nostro timbro che possiedono: la più bella vincerà un premio».

Nel corso degli anni il negozio non si è mai spostato, ma si è ingrandito: oggi ha un'ampiezza di 250 metri quadrati, suddivisi tra area vendita, sala refrazione e contattologia e laboratorio di montaggio, e conserva gli arredi originali. «Nel 1969 mio nonno acquistò due locali attigui e il centro, divenuto a tre vetrine, consolidò sempre più l'attività - prosegue la professionista - Purtroppo qualche anno dopo, nel '74, mio padre morì tragicamente allo stadio di Torino cadendo dagli spalti durante la partita Juve-Napoli. Seguì un decennio buio per la nostra azienda, non gestita in maniera diretta dalla famiglia in quel periodo, terminato allorché mia madre Anna, che intanto si era diplomata a Vinci e aveva avviato una propria attività, decise di prendere in mano le redini di Optical Thomas, restituendole l'imprinting dato dal nonno e trasmesso a noi eredi, di porre sempre al primo posto i bisogni del cliente». Da 15 anni alla guida del negozio "rinato" ci sono i figli di Anna: Adalgisa, innamorata della professione, abbracciata sin da ragazzina aiutando in negozio e poi diplomandosi al Fleming, frequenta ogni corso di aggiornamento possibile, non manca mai alle fiere per essere sempre al passo con le novità e per il punto vendita si occupa della parte oftalmica, della gestione del marketing e degli ordini; Francesco Saverio, diplomato al Bernini e insegnante di ottica, si dedica alla contattologia, alle visite optometriche e alla contabilità.

«Negli anni - spiega la professionista - ci siamo specializzati negli occhiali per bambini e nelle soluzioni oftalmiche complesse, come le compensazioni con prismi e per astigmatismi forti, ad esempio: più sono di difficile realizzazione, più mi appassionano. E come mi hanno insegnato mia mamma e mio nonno, o l'occhiale è fatto bene o non lo consegniamo, a costo di rimmetterci». Per celebrare i suoi sei decenni di storia Optical Thomas ha anche creato la linea di occhiali FramAda, «dove Fra sta per Francesco, Ada per Adalgisa e la M di Manente è stilizzata come il logo che mio nonno creò nel 1956 - conclude l'ottica napoletana - Le montature, per quest'anno speciale, le regaliamo ai nostri clienti che acquistano un occhiale completo di lenti Zeiss. Inoltre, lanceremo una campagna pubblicitaria in affissione, con cui trasmettere al consumatore la storicità del negozio e il fatto che sono 60 anni che utilizziamo solo prodotti di qualità».

Blackfin, dalla vela alle auto d'epoca

Occhiali in edizione speciale per i piloti di 90 vetture storiche da competizione che fino a domenica 12 giugno prendono parte alla Modena Cento Ore

Si tratta, come precisa una nota congiunta di Pramaor, proprietario del brand di occhiali in titanio, e degli organizzatori dell'evento, «dell'unica gara in Italia, e una delle poche nel mondo, in cui i piloti devono sfidarsi sia in circuito sia in prove speciali su strade chiuse al traffico». Così, dopo la presenza alla [Rolex Capri International Regata](#) il marchio italiano ha selezionato due modelli da sole che richiamano l'atmosfera retro-vintage dell'evento automobilistico: il BF728 Key West e il BF743 Waterhouse, personalizzati con il logo della manifestazione e all'interno della Sensation Black, packaging con la placchetta in metallo "Blackfin dedicated to Modena Cento Ore".



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

Disponibile su APP Store e Play Store.

Un mese di ottica vissuto... pericolosamente

Il presidente della Soi, Matteo Piovella, in un [videomessaggio](#), colorito da tutti i punti di vista, mi ha ricordato la parabola del frate novizio e del suo priore. Il novizio chiede all'anziano: Padre, posso fumare mentre prego? Assolutamente no, è la risposta del priore. E mentre fumo posso pregare? Certamente, puoi pregare in qualsiasi momento e condizione...

Piovella usa lo stesso metodo del novizio e trasforma il titolo di un convegno che si terrà a Napoli a cura dell'[Aleo](#) "Il glaucoma: il ruolo dell'optometrista" nel nuovo "Il ruolo dell'optometrista nella cura del glaucoma". Suona diverso e si legge diverso, direte. Ma il territorio è sempre lo stesso, vi dico io. Chi organizza il convegno, i laureati tra l'altro, si prende del «sedicente optometrista» protagonista di una «azione illegittima». Una "dichiarazione di guerra". Ma la guerra di cosa? Di Piero? No, perché Piovella anticipa il "fattaccio brutto" analizzando il clima politico delle rispettive categorie e ipotizzando un attacco degli ottici per un riconoscimento dal [Ddl Lorenzin](#) sulle nuove professioni sanitarie. Il confine, che [Soi](#) difende come lo difenderebbe un popolo della Striscia di Gaza, è per l'appunto quello sanitario. Se l'ottico, figura commerciale per antonomasia, lo oltrepassa o «sconfina», come lo stesso Piovella cita, sono a rischio i "villaggi" del mondo oculistico.

Devo ammettere che questa giovane associazione è riuscita a scaldare i telefoni della "guerra fredda" con l'inconsapevole leggerezza del giovane in barricata. In un dialogo così intenso servirebbe un moderatore, qualcuno che porti serenità. E qui, alcuni giorni fa il presidente di [Federottica](#), Andrea Afragoli, il terzo personaggio del "giallo", aveva dichiarato pacatamente dai microfoni del sito dell'associazione: «proviamo a trovare una linea comune alle molteplici esigenze della nostra categoria, restiamo uniti e puntiamo diritto al nostro obiettivo». Ma l'obiettivo di Afragoli è lo stesso di [Simone Santacatterina](#) piuttosto che di un'altra realtà come la [Foop](#), ad esempio? Se fosse così il nostro lettore si troverebbe spiazzato. Se l'obiettivo è il medesimo probabilmente il confine, o la striscia, è talmente ampio che ciascuno dei tre attori ne occupa volutamente uno distante e non comunicante con quello dell'altro. Se volessimo interpretare la fine di questo giallo in una versione politica dei fatti, come suggerisce Santacatterina, la migliore metafora sarebbe quella del centrodestra italiano nelle elezioni comunali in corso. Compatto rischia di vincere a Milano. Disunito perde di brutto a Roma.

La professionalità è l'unica arma definitiva dell'altra "guerra", quella del mercato. Chi se la può permettere deve poterla usare in maniera indiscriminata contro lo scontista che usa il prezzo. Ma se chiedessimo ai tre attori citati di descriverci la figura professionale dell'ottica e le sue vere armi li troveremmo tutti d'accordo? pillola@nicoladilernia.it

Mark'ennovy, al via il primo corso di formazione con Montani

L'azienda spagnola di lenti a contatto ha avviato il programma educational lunedì 30 maggio a Treviso: l'evento, cui hanno partecipato una ventina di contattologi esperti del nord est Italia, aveva lo scopo di dimostrare quali sono gli strumenti e i prodotti a loro disposizione per capire meglio i benefici dell'applicazione di lac personalizzate e per aumentarne il numero di successi

Durante il corso Giancarlo Montani ha condiviso i dati del proprio studio clinico sulla morfologia del segmento anteriore, presentato durante l'ultimo Global Speciality Lens Symposium di Las Vegas, che si è tenuto lo scorso gennaio, «evidenziando come all'interno di un campione di popolazione normale la profondità del segmento anteriore, considerando una corda di 15 mm, varia di circa 900 µm», si legge in un comunicato di mark'ennovy. Il docente ha, inoltre, presentato i risultati di un altro studio, illustrato all'ultima edizione del meeting Nederland Contact Lens Congress, organizzato lo scorso marzo a Veldhoven, in Olanda, «in cui, misurando le diverse profondità sagittali delle lenti a contatto usa e getta più diffuse, si evidenzia come i prodotti misurati con un unico diametro e raggio base non possono coprire adeguatamente tutti i profili del segmento anteriore – prosegue la nota – Un'inadeguata relazione fra lente a contatto e segmento anteriore può essere una delle cause che riduce il comfort durante l'utilizzo di lac con conseguente rischio di drop out che ancora oggi risulta relativamente elevato».

Nell'ambito del corso era in programma anche una parte pratica, dove sono stati utilizzati strumenti per ottenere maggiori informazioni dal segmento anteriore, finalizzata all'individuazione delle lenti più idonee per due diversi portatori. Sono previsti ulteriori eventi formativi di mark'ennovy educational che saranno tenuti da Montani nel centro e nel sud Italia nei prossimi mesi.