

DaTE verso il record d'ingressi

Già duemila operatori preregistrati, stand sold out e interessanti progetti per il futuro



Alla luce di questi numeri e considerazioni, **Cristina Frasca** e **Dante Caretti** (nella foto), ideatori di DaTE, suggeriscono qualche spunto inedito agli ottici italiani che da domani a lunedì 3 ottobre vorranno visitarlo al The Mall di Milano.

Quali sono le vostre sensazioni e i vostri obiettivi per questa edizione di DaTE, sempre più ricca di nomi, molti nuovi e importanti?

Le sensazioni sono meravigliose. Mai quattro anni fa avremmo pensato di raggiungere una così vasta platea di ottici. Il segmento degli occhiali d'avanguardia sta interessando sempre più il mercato, sono nate e continuano a nascere nuove e interessanti realtà. Ci credevamo già molto tempo fa, quando abbiamo iniziato il nostro percorso (*rispettivamente 33 anni per Dante e 15 per Cristina, ndr*), e oggi finalmente vediamo il risultato di tanti anni di sacrifici.

Fornite qualche "consiglio di viaggio" all'ottico italiano che vuole venire al DaTE: da chi andare, quanto fermarsi, come muoversi tra gli stand e così via.

Il nostro consiglio è di guardare tutto! Il DaTE è bello perché "a misura d'uomo" e ogni stand è un mondo. Non andate solo per comprare quello che normalmente comprate, ma siate curiosi, prestate attenzione a quanto più possibile, anche solo per cultura. Non abbiate paura a chiedere, a provare occhiali. Spesso una sorta di timidezza o riservatezza non fa avvicinare gli ottici agli stand. Dovete divertirvi e, ripetiamo, provare, provare, provare...

Avete altri progetti per questo evento sul breve e medio termine?

Il DaTE è un laboratorio sperimentale in continua evoluzione e cambiamento e per questo motivo stiamo già pensando alle sue prossime incarnazioni. Proprio per lo spirito "zingaro" che lo caratterizza, tra le varie riflessioni che stiamo facendo c'è quella relativa alla sua sede: dopo quattro anni a Milano, DaTE potrebbe spostarsi in un'altra città italiana o, perché no, varcare i confini nazionali. Quello che è certo è che il suo futuro sarà un continuo sorprendere, coerente alla sua anima e alla sua ragion d'essere.

Segnali di fumo

In un recente comunicato il presidente di Anfao, Cirillo Marcolin, esprimeva il suo "non pessimismo" sui dati del primo semestre 2016, che vedevano le esportazioni dell'occhialeria ancora in crescita ma non più a doppia cifra come negli ultimi due anni. Al contempo [Italia Independent](#) recitava un mea culpa sui risultati poco confortanti dello stesso periodo e sulle necessità di ricapitalizzare l'azienda e ripensarne il business

È risaputo che le tribù di indiani spesso si trovavano di fronte, ma ognuna di loro parlava esclusivamente la propria lingua che poteva essere compresa solo dai membri di quella stessa tribù. Come si poteva comunicare, quindi, se non si conosceva la lingua di un'altra tribù? Il più diffuso, quello che tutti capivano tra i mezzi di comunicazione adottati era il linguaggio dei segnali di fumo.

Due tribù, l'associazione e l'industria, che mandano segnali di fumo da interpretare insieme per poter avere un quadro del futuro dell'occhialeria. L'associazione parla di «potenziare ancora di più le nostre capacità di competere a livello internazionale e mantenere quel vantaggio innegabile che abbiamo oggi: nel mondo stanno aumentando sempre di più i consumatori sofisticati, che cercano un prodotto proprio perché è italiano, e, per tale, sono disposti a spendere». Una dichiarazione che appare il "trailer" dell'imminente DaTE di Milano. L'industria ribatte sul rallentamento dei risultati che «ci ha portato a riflettere e a capire che dobbiamo ritrovare la spinta innovativa e la motivazione che hanno accompagnato tutti gli ultimi anni, in cui siamo stati capaci di coniugare crescita, passione e innovazione». Un modo elegante per dire: ci siamo persi, le abbiamo prese, ne stiamo facendo tesoro.

Noi, che siamo a valle in mezzo a questi segnali di fumo, che cosa possiamo ricavarne? Che anche nell'ottica, mercato "protetto" checché se ne dica, serve ripensare il business in tempi brevissimi rispetto al passato. Qui non è solo questione di ottica o di optometria. Anche un cielo limpido può essere oscurato da segnali di fumo apparentemente innocui ma densi di significati. "Make something happen" sarebbe il mio slogan se oggi fossi un candidato alla Casa Bianca. O, più semplicemente, nei panni di Anfao e di Lapo Elkann. pillole@nicoladilernia.it

DAITACH
ISELF



info: daioptical.com - daitachiself.com

ME4YOU



LA PROMO CHE
GIUSTIFICA I MEZZI

Porta un amico e scopri l'offerta!

Acquistando una coppia di progressive daitach ISELF, avrai il secondo paio di lenti ad un prezzo davvero speciale!

Salerno, tornano i talk show di ortocheratologia

Dopo il positivo debutto di [Varese](#), domenica 2 e lunedì 3 ottobre la sezione italiana di EurOk ripropone il format per gli applicatori del centro sud

Si tratta di un incontro «caratterizzato da comunicazione e interattività con il pubblico, che vedrà il susseguirsi di interventi da parte di relatori ed esperti con lo scopo di ripercorrere le tappe necessarie a una buona applicazione di lenti a contatto ortocheratologiche – si legge in una nota della sezione nazionale di EurOk-Accademia Europea di Ortocheratologia - Domenica si discuterà di tutte le migliori procedure e scelte tecniche per una pratica efficace e sicura, dal primo approccio con il potenziale portatore fino alla gestione dei controlli, passando per la corretta collaborazione con il medico oculista». Lunedì mattina sono in programma, invece, i corsi di formazione organizzati da EurOk. Moderatore del talk show sarà ancora una volta Sandro Sciacca, che coordinerà gli interventi di Marco Cena, Mirko Chinellato, Marino Formenti, Mauro Frisani, Serena Lazzeretti, Luigi Marchi e Filippo Romani (nella foto, un promo dell'evento).



Milano Fashion Week: sottotono ma con tanto eyewear

Non sono state sfilate che passeranno alla storia quelle di questa edizione. Nessuna tendenza vincente, nessun nuovo nome che è emerso con forza, nel bene e nel male

Dopo [New York](#) e Londra, si è conclusa martedì 27 settembre anche la settimana della moda milanese passando il testimone degli show primavera estate 2017 a Parigi, fino al 5 ottobre. In passerella a Milano diversi marchi hanno dato spazio alle montature, da sole e da vista, in varie forme, materiali e dimensioni.

Interessante la passerella finale degli stilisti di Shenzhen, la città cinese della moda. Fra le colonne di Palazzo del Senato, tre dei nomi più autorevoli con 15 pezzi ciascuno: collezioni diversissime tra loro ma ognuna con un'identità precisa e di pregio. Nessun occhiale presente. Chi ha il record del numero maggiore di uscite con occhiali, a parte [Arthur Arbesser](#) che ha presentato la sua linea disegnata per [Silhouette](#), è stato [Antonio Marras](#). Nella sua rivoluzionaria, ma portabile collezione trionfo del patchwork, si sono visti vari modelli con montature in acetato o metalliche (nella foto, in basso, a sinistra) dal gusto un po' anni Cinquanta. Occhiali anche da [Marco De Vincenzo](#), colorati e con motivi di righe e abbinamenti di colori insoliti proprio come i suoi capi. Sono disegnati dallo stilista stesso e prodotti da De Rigo. Vari e di vario tipo gli occhiali da [Stella Jean](#), anche da vista



(nella foto, in basso, a destra). Con profili chiari e con Swarovski, completano gli abiti dalle stampe etniche.

Molti occhiali, anche da vista, per le donne romantiche e futuribili di [Byblos](#), che apre la passerella sulle note di Lou Reed. Tondi da [Wunderkind](#), habitué di Parigi per la prima volta a Milano, che sfilava anche con l'uomo. [Marni](#) propone occhiali grandi, quasi delle mascherine ad accessoriare i suoi spolverini e le sue gonne con tasche-borse. Vere e proprie mascherine dal greco [Angelos Frentzos](#). Un solo paio, leggermente a cuore, per le donne chic e iperfemminili di [Jenny](#). Grandi, tondi, anche specchiati da [Trussardi](#). Immane gli occhiali nei tableaux vivants di [Tod's](#), dove la pelle è protagonista. Presenti ovviamente da [Giorgio Armani](#) (nella foto, in alto, a destra) che questa stagione sfilava a Parigi con l'Emporio. Metallici anche con doppio ponte si accordano al blu luminoso degli abiti, delle giacche e degli inediti spolverini annodati sul fondo come uno scialle. ([Luisa Espanet](#))

