

## DaTE: la ricerca nell'occhiale non è alternativa a quella professionale

Lo conferma, tra gli altri, **Giusi Argurio**, che nel 2008 a Faenza ha avviato un punto vendita totalmente design oriented.

«Per un centro come il nostro l'aspetto ottico optometrico non passa in secondo piano: anzi, siamo portati a lavorare sul personalizzato anche in altri ambiti, come la contattologia ad esempio», afferma a b2eyes TODAY

Figlia d'arte, dalla Clinica della penna e dell'occhiale, aperta dal nonno nel cuore di Reggio Calabria negli anni 50, per motivi familiari è arrivata in Romagna, dove si è innamorata dell'eyewear d'avanguardia, tanto da dedicarci un intero negozio. «Sono così entrata in questo mondo e con il contributo di Dante Caretti ho iniziato un percorso di ricerca, prima attraverso le sole fiere, che poi hanno cominciato a cambiare, ma che rimangono comunque esperienze da fare – racconta ancora Argurio – Percorso che oggi prosegue anche con eventi come DaTE, un progetto meraviglioso e importante, anche perché creato da due italiani (*Caretti e Cristina Frasca, ndr*), si tiene in Italia e ospita brand internazionali». Da qui la scelta di venire ogni anno alla kermesse, che dal 1° al 3 ottobre sarà in programma al The Mall di Milano. «Vado al DaTE perché lì si vive un'esperienza, si scambiano opinioni e pareri con i colleghi di tutta Italia, ma anche con agenti, distributori e altri addetti ai lavori, oltre che per scrivere ordini – ricorda la titolare di Ottica Argurio – Del resto abbiamo a che fare con marchi che hanno un'anima e chi, come me, segue questo segmento di mercato non può mai rinunciare alla voglia e al piacere di lasciarsi stupire». Si recherà anche quest'anno al DaTE, precisamente nella seconda giornata, quella di domenica, **Alessandra Fulcheri**, titolare dell'omonimo centro ottico di Torino, che da un paio d'anni ha deciso di puntare sull'occhiale di ricerca. «Abbiamo modificato la nostra politica di acquisti concentrandoci su collezioni più di nicchia e cambiando all'80% i prodotti che proponiamo – spiega l'ottica piemontese al nostro quotidiano – Questa scelta è stata determinata dalla volontà di differenziarci con linee di grande qualità, in grado di stupire il cliente ed esclusive: volevamo introdurre prodotti che non hanno tutti, che non si trovino quindi né nelle boutique né presso gli altri ottici della nostra zona e proprio il DaTE è stato ed è per noi l'occasione in cui selezionare le nuove collezioni del nostro negozio e fare gli ordini, anche perché alcune aziende le troviamo solo qui. Caretti ci ha aiutato in questo, facendoci scoprire marchi d'avanguardia, che magari sono presenti in appena 30 o 40 punti vendita in tutto il mondo e che abbiamo solo noi a Torino e zone limitrofe». L'evento è l'occasione per Fulcheri anche per esplorare e lasciarsi ispirare. «Mi colpisce l'innovazione, mi interessa molto a quella che è la storia dietro un progetto, a come è nata un'idea e al suo sviluppo – confessa - Sono tutte motivazioni che mi portano a scegliere un prodotto e che poi sono preziose anche per argomentare la vendita al cliente, non solo riguardo al prezzo». Secondo **Alfio Moscato**, DaTE non è una manifestazione di nicchia, perché il mercato è inevitabilmente cambiato da quel lontano 2002, quando insieme a Gabriele Evangelisti aprì L'Osservatorio a Milano, che con pochissimi altri era ed è ancora oggi un negozio specializzato esclusivamente in occhiali di ricerca. «A DaTE si trova una concentrazione di prodotto, al quale posso così dedicarmi, senza l'inevitabile dispersione di altro genere che caratterizza le grandi fiere», spiega a b2eyes TODAY Moscato, consapevole che se prima prevaleva l'amore per il prodotto, oggi si deve fare i conti, anche in questo segmento merceologico, con distributori, agenti, il web e altro ancora. «Ma l'importante è andare dove c'è un pensiero dietro, seguire chi parte da un'idea e arriva a creare una collezione di occhiali – afferma Moscato – Come Alain Mikli e chi ha saputo coglierne lo spirito propulsivo oltre trent'anni fa, come Lindberg, Ic! Berlin e Mykita, ad esempio, nei decenni successivi o, per citarne uno che apprezzo molto, come oggi Rigards e la sua capacità di lavorare il corno».

## VisionOttica approda per la terza volta al Salone Nautico di Genova

L'insegna nazionale, che unisce oltre 260 centri ottici in tutta Italia, dopo l'esperienza positiva delle scorse edizioni sarà presente anche quest'anno alla manifestazione, di cui è partner ufficiale, che si svolgerà dal 20 al 25 settembre

«Durante le cinque giornate del Salone, VisionOttica ospiterà i visitatori presso lo stand per fornire consigli sulle montature e le soluzioni ottiche più adatte per godersi appieno il mare – si legge in un comunicato dell'insegna - Lo stand sarà attrezzato con un'area espositiva dove sarà possibile provare e acquistare modelli da sole tecnici, ma anche fashion. Ogni occhiale verrà accompagnato da "SOS – Servizio Occhiali Sicuri", l'esclusivo programma di garanzie e servizi certificato che rende l'acquisto sicuro nel tempo, come ad esempio la garanzia per rottura o smarrimento, oltre a offrire un bouquet di vantaggi per il tempo libero in collaborazione con diversi partner che VisionOttica seleziona di mese in mese». A sottolineare l'importanza della manifestazione cui l'insegna prenderà parte sono i dati relativi al Salone Nautico. «Soffia buon vento – prosegue la nota di VisionOttica citando il comunicato stampa ufficiale dell'evento - Lo dicono non soltanto i dati di mercato, ma anche le iscrizioni in aumento del 21%. In incremento anche gli espositori e la gamma dei brand di accessori, componentistica e abbigliamento tecnico».

Eyewear for  
Spect-Actors

The new collection is coming



**Barberini**  
High Performance Glass Eyewear

## Ottitaly, si parte con l'assicurazione professionale

Da ieri è online il nuovo [progetto](#) di Nectcity, annunciato meno di quattro mesi fa alla convention romana della società di servizi



«Un punto chiave per comprendere l'utilità di Ottitaly a favore di ciascun centro ottico affiliato è la sua natura dinamica: si tratta, infatti, di un progetto marketing completo, quotidianamente aperto al dialogo e alla ricerca d'interlocutori per mezzo di argomenti d'interesse pratico che spaziano dalle promozioni, spesso sostenute dalle più importanti aziende del settore, alle informazioni professionali e commerciali, fino alla proposta di servizi esclusivi – si legge in una nota di Nectcity - Tra questi ultimi spicca la protezione assicurativa CasquO per danni accidentali e furto, che i nostri affiliati potranno fornire sugli occhiali da vista a costi gestionali minimi e utilizzando procedure comode e snelle; così come formule di finanziamento a tasso zero, per le quali abbiamo ottenuto condizioni di eccezionale interesse da importanti società finanziarie di livello internazionale».

Nectcity si prefigge di arricchire e aggiornare costantemente il pacchetto di proposte di Ottitaly. «Per poter sfruttare al meglio tutte le opportunità dei canali web, abbiamo peraltro coinvolto un'azienda specializzata, con professionisti esperti in questo tipo di comunicazione e in grado di sviluppare la qualità necessaria per essere attraenti a un pubblico numeroso ed esigente – precisa la nota - Ogni affiliato presente in Ottitaly sarà visibile con una vetrina personalizzata e un sistema di localizzazione geografica, con possibilità di collegamento al proprio sito specifico». Utilizzando Facebook, Twitter, Instagram, l'animazione di blog dedicati e, a breve, anche una propria app, Ottitaly trasporterà i punti vendita degli associati verso le comunità dei loro frequentatori, «con l'obiettivo di portare più clienti fisicamente all'interno degli stessi negozi, creando così un circuito virtuoso in cui ciascuno si potrà sentire protagonista dinamico di un mercato sempre più vasto e informato» (nella foto, un'immagine di campagna di Ottitaly).

## Irsoo, a Roma un dibattito sull'esercizio dell'optometria

La tavola rotonda, con Alessandro Fossetti, Mauro Frisani e Anto Rossetti, si terrà il 26 settembre al termine della presentazione del nuovo percorso formativo della scuola di Vinci nella [Capitale](#)

“Chi può esercitare la professione in Italia?»: ne discuteranno Frisani, presidente della Società Optometrica Italiana, e Rossetti, docente ed esperto sui temi riguardanti la professione optometrica, «per cercare di chiarire quali siano oggi le possibilità operative di un optometrista», sottolinea un comunicato di Irsoo.

Inoltre, alla presentazione del corso capitolino di Optometria, illustrato da Fossetti, direttore dell'Irsoo, parteciperanno anche due degli insegnanti romani, Marica Lava e Carlo Tronti, che collaboreranno alla realizzazione del progetto insieme ai docenti storici dell'istituto toscano. Come anticipato, la formula adottata sarà di otto incontri a Roma e quattro a Vinci ogni anno, per due anni. «Sebbene inizialmente visti come un carico gravoso, saranno molto apprezzati anche gli incontri che teniamo nella sede principale, come già successo per i corsi di Milano – commenta nella nota Fossetti - All'Irsoo gli studenti avranno la possibilità di svolgere molte ore di pratica optometrica, divisi in gruppi, a ognuno dei quali verrà assegnato un insegnante. Grazie al numero ridotto di studenti per ogni gruppo possiamo sostenere che i partecipanti riceveranno dai nostri docenti un'assistenza sostanziale e non formale».

