

04/05/2010

## Una nuova "Idea" per proporre l'occhiale di nicchia



*Visionare una quindicina di collezioni in una sola volta e incontrare direttamente i manager dell'azienda per un confronto diretto: sono questi i punti di forza del consorzio "itinerante" di sei società italiane di design, che ha ottenuto un buon successo nel primo appuntamento romano presso il Motor Village, il 26 aprile scorso*

Il cappello che racchiude una serie di operazioni legate ad Area, Immagine Eyewear, LA, Mu & Do, Nico-design e Pramaor, con l'obiettivo di promuovere a livello nazionale e internazionale le proprie collezioni, ha inaugurato il proprio cammino a Roma, ottenendo un buon riscontro. «Si tratta di un'attività di marketing in controtendenza rispetto a quello che è il normale incontro tra un ottico e un rappresentante, in cui è quest'ultimo a presentarsi nel punto vendita per mostrare le ultime collezioni – spiega a [b2eyes.com](http://b2eyes.com) Giovanni Acconciadioco.

Amministratore delegato della divisione occhialeria di Italia Independent, che ha presentato le linee HI e Alta Romeo (nella foto lo stand) - Per le tappe di Idea (acronimo di Italian design eyewear association, ndr) queste regole tradizionali vengono sconvolte: è, infatti, l'ottico a essere invitato dall'azienda».

Stiamo ancora definendo l'iter, poiché è un appuntamento nuovo anche per gli ottici – dice Nicola Del Din, presidente di Pramaor che ha presenziato alla prima del tour con Blakfin e Bioeyes – Sono certo che il prossimo step a Catania, il 25 maggio, farà molto parlare di sé, per poi ottenere pieno successo nella tappa successiva, a Treviso, il 21 giugno» Sono poi previsti altri incontri in tutta Italia che vedranno la loro conclusione a Parigi in occasione del Silmo. Le aziende consorziate, infatti, stanno progettando di organizzare per il salone parigino un'area Idea all'interno della quale ogni azienda avrà un proprio stand.

.T.