

IDEA TOUR LA PRIMA TAPPA A ROMA

Che bella... Idea!

Lo scorso 26 aprile il MotorVillage di Roma ha ospitato la prima data di Idea Tour, il giro d'Italia (e non) degli occhiali di design.

PAOLA FERRARIO

È nata da pochissimo e sta già riscuotendo un forte successo. Il suo motto è il design, la sua anima è l'occhiale e il suo nome è "Idea". Idea è frutto dell'iniziativa di un pool di aziende italiane attive, con marchi propri, nel settore dell'occhialeria creativa che hanno deciso di riunirsi in un consorzio e di realizzare il giro d'Italia degli occhiali. I promotori sono cinque: Area, con i marchi Kaos - K Actor, Immagine Eyewear con Rye & Lye e X-Ide, LA, con gli occhiali Alfa Romeo e Italia Independent, Mu & Do con i brand Okki Factory - Mezzokki Factory, Nico-design con Vanni e Derapage, Pramaor per Bioeyes e Blackn. Il loro scopo è valorizzare il design dell'occhiale nel nostro paese e all'estero, stimolando il rapporto azienda-ottico attraverso appuntamenti non omologati in collaborazione con i MotorVillages del gruppo Fiat, utilizzando gli spazi espositivi del marchio Alfa Romeo. Cinque eventi in cinque città italiane, con l'eccezione di Parigi, sono il carburante del tour. A Roma si è svolto il 26 aprile

scorso il primo appuntamento. In attesa delle prossime edizioni, P.O. ha incontrato i partecipanti per fare il punto della situazione sulla prima tappa. Dopo la capitale, gli appuntamenti continueranno a Catania (25 maggio), Treviso (21 giugno), Milano (5 luglio) e Parigi (24 settembre).

Elisio Tessaro, Area

Il primo appuntamento ha ottenuto un buon riscontro. Il Tour di Idea è come una macchina appena messa sul mercato ma che dimostra già grandi potenzialità. La tappa di Roma è stata meta di numerosi visitatori, anche "blasonati", che hanno dimostrato grande interesse e curiosità per l'iniziativa. Come prima esperienza non mi aspettavo sicuramente di ottenere grandi risultati commerciali ma gli obiettivi di comunicazione sono stati raggiunti con successo. Mi aspetto sicuramente molto dalle prossime tappe. Il format funziona ma ha bisogno di tempo per crescere e farsi conoscere. L'appuntamento di Catania sarà già una tappa "rod-data" che otterrà anche un maggior riconoscimento da parte degli ottici locali. Questo aspetto è importantissimo anche in riferimento a tutte le date future perché con Idea Tour, siamo in grado di portare agli ottici "una mini fiera sotto casa". La capillarità dell'evento permetterà agli ottici che non



Da sinistra a destra: Giovanni Accongiogio di LA, Nicola Del Din di Pramaor, Susi Tabacchi di Immagine Eyewear, Elisio Tessaro di Area, Carmelo D'Oria di Mu. & Do., Giovanni Vitaloni di Nico-design.

vivono in grandi città, o che non hanno sempre la possibilità di andare alle fiere di settore nazionali ed internazionali, di vedere da vicino le collezioni delle più importanti aziende italiane di design.

Susi Tabacchi, Immagine Eyewear

La prima tappa di Roma ha avuto un buon riscontro. Certo gli ottici devono abituarsi a questa novità ma l'approccio è sicuramente non solo innovativo ma anche comodo e pratico in quanto per la prima volta è l'azienda che si muove per andare a trovare il cliente e l'utente finale. Abbiamo ricevuto complimenti per l'iniziativa e siamo certi che la seconda tappa andrà ad incrementare il successo già ottenuto con la prima. IdeaTour è un progetto in divenire che grazie al co-marketing con altre aziende al di fuori del settore ottico andrà a sensibilizzare notevolmente il pubblico. Sono stata fin da subito entusiasta di questo progetto perché credo molto nella sinergia e nella collaborazione tra realtà che hanno una visione comune caratterizzata dall'audacia, dall'intraprendenza e dallo spirito innovativo. Inoltre mi piace che il design italiano faccia fronte comune per proporsi al pubblico in una chiave più dinamica e accessibile. Innovazione e creatività sono le caratteristiche di questo progetto e non a caso sono anche, da sempre, i tratti distintivi delle nostre collezioni.

Giovanni Accongiagioco, LA

Siamo soddisfatti per i risultati della prima tappa perché il



► L'ingresso dell'area Idea al MotorVillage di Roma.

livello di interesse degli ottici si è dimostrato molto elevato. L'opportunità per l'ottico di visionare, in un solo giorno e in un'unica location, 18 collezioni contraddistinte da valori estetico stilistici differenti è un'occasione più unica che rara. Ritengo che, tappa dopo tappa, l'interesse degli ottici e la relativa affluenza sarà più che proporzionale in quanto quello che oggi sembra un momento spot, si trasformerà in uno shopping day immancabile nell'agenda di ciascun ottico indipendente.

Carmelo Doria, Mu. & Do.

L'esordio di questo tour è stato positivo. Nonostante fosse la prima edizione, e magari gli ottici avrebbero potuto essere un po' chini diffidenti, ma sicuramente anche curiosi, abbiamo avuto nuovi contatti interessanti, relativi alla città di Roma, al Lazio ed anche la Campania. La location era molto bella ed anche l'organizzazione potrei dire perfetta! Siamo già in fermento per la prossima data del tour.

Giovanni Vitaloni, Nico-design

Siamo molto soddisfatti di come è andata la prima edizione. Al Motorvillage di Roma abbiamo avuto una buona partecipazione di ottici; ci è sembrato che chi è venuto abbia colto l'opportunità di vedere le nuove collezioni con calma, senza la pressione della fiera, e di avere uno scambio con noi, i titolari delle aziende degli occhiali di design. Si è lavorato bene, commercialmente parlando. Dal canto nostro, l'occasione è stata utile per testare la collaborazione tra le diverse aziende ed anche il modello espositivo, allestimento e via dicendo. Il "contenitore" automobilistico si è dimostrato accattivante ed ha incuriosito il pubblico degli ottici: il binomio occhiali/auto ci sembra una formula azzeccata.

Nicola Del Din, Pramaor

Il format alla base dell'evento ha dimostrato grandi potenzialità che sono destinate a crescere e a maturare durante i prossimi appuntamenti. L'affluenza al primo appuntamento è stata buona. È ovviamente normale che ci voglia del tempo per metabolizzare un'iniziativa così innovativa nel mercato italiano. Come dicevo, il Tour di Idea è sicuramente un'iniziativa forte ed originale che ha bisogno di tempo per crescere. Catania sarà un ulteriore trampolino per far conoscere l'evento. Sono certo che già dalla terza tappa di Treviso avremo la conferma delle grandi potenzialità dell'iniziativa. Non può che essere così: è la prima volta che in Italia delle aziende di design si impegnano con determinazione ad entrare in contatto così diretto con i propri clienti. ●