

Una giornata in Overal - Clic Italia

Clic: innovazione e tecnologia a “misura” di portatore

Prosegue il giro di incontri di Ottica Italiana con le aziende che operano nel nostro settore, con lo scopo di approfondire la conoscenza delle persone, dei servizi e dei prodotti con un approccio diverso, molto pratico e quindi utile per gli operatori del settore che sono poi i nostri lettori



Questo mese Ottica Italiana ha fatto visita alla Overal, affermata azienda conosciuta per la linea di occhiali Clic, quelli con il magnete sul ponte, e riconosciuta oggi non solo dagli operatori del nostro settore.

Durante la nostra visita nella sede romana abbiamo avuto il piacere di incontrare Massimo Maglione, presidente dell'azienda, che ci ha "anticipato", attraverso un colloquio ricco di spunti estremamente interessanti, anche un'importante novità per il 2010.

Gli occhiali Clic, confermano in azienda, si dice abbiano avuto origine da un progetto della Nasa per risolvere un problema agli astronauti che, in assenza di gravità, riscontravano difficoltà nell'utilizzare montature sorrette dal classico laccetto o dalla catenella.

L'idea, rivelatasi azzeccata nel tempo, fu di realizzare una montatura che si "apriva" per rimanere fissa attorno al collo in posizione di riposo grazie a un collarino rigido. Questo attraverso un magnete posizionato nel ponte della montatura, brevetto esclusivo mondiale,

Presidente Clic



È visto ancora come occhiale gadget premontato?

«Tengo a sottolineare che Clic nasce inizialmente come prodotto indicato per risolvere problemi di presbiopia, ed è vero che inizialmente sia stato da qualcuno erroneamente recepito come un "gadget". Oggi invece l'ottico optometrista, attraverso la sua specifica competenza, ha compreso il suo reale potenziale allargando il campo di utilizzo, e oggi viene proposto per diverse necessità e con diverse prescrizioni. Oltre il

25% delle montature vengono fornite montate con lenti oftalmiche personalizzate e, per il modello Clic Zero, anche con lenti progressive».

che hanno reso gli occhiali Clic unici al mondo. Tanti anni sono oramai passati dal loro lancio e oggi sono una realtà consolidata e diffusa a livello mondiale. Overall si occupa del mercato italiano.

Innanzitutto, è interessante sottolineare come gli occhiali Clic e le successive evoluzioni, non siano nati rispondendo alla sola "domanda del mercato" ma, tengono a precisare in Overall, attraverso la conoscenza diretta dei clienti e misurando, quindi, il loro grado di consenso.

Sottolinea Massimo Maglione come la loro clientela sia estremamente importante nello sviluppo del prodotto e ne è prova il fatto che il "cliente tipo" sia proprio quel professionista più "elevato", che desidera qualcosa di nuovo, innovativo, tecnologico e che, pertanto, riesce a identificarsi in un prodotto che racchiude tutte queste caratteristiche.

Dottor Maglione, come mai la vostra azienda predilige il rapporto con l'ottico optometrista?

«Negli anni abbiamo riscontrato diverse difficoltà nel promuovere il nostro prodotto a catene in quanto, dialogando con gli uffici acquisti centrali, risultava difficile se non impossibile trasmettere le nostre filosofie ai loro tanti addetti nei centri ottici, incaricati poi di consigliare il nostro prodotto ai loro utenti finali.

Diverso invece con l'ottico indipendente in quanto, sposato il prodotto e compreso come approcciarlo, attraverso la sua professionalità era in grado di consigliarlo con soddisfazione sua e dei suoi utenti. È un prodotto che, se supportato bene in fase di proposta, permette di ottenere notevoli benefici e successi».

Quindi Overall è oggi un partner importante per il professionista della visione?

«Certamente. Ci piace pensare che noi e l'ottico optometrista siamo "la stessa cosa". Nel senso che non vogliamo risultare come dei fornitori, ma insieme al professionista cerchiamo di trovare le migliori soluzioni per la comune soddisfazione.

Certamente sembrano frasi scontate, ma la riprova è che non cerchiamo di appropinquare la massa, ma il singolo Cliente con la "C" maiuscola, anche a livello commerciale, dandogli il massimo suppor-



to, come per esempio, mantenendo collezioni con rotazione limitata cercando, così, di garantire una continuità nel tempo. E il mantenimento del prezzo: da cinque anni il prezzo al pubblico è rimasto invariato».

E a livello di marketing, come supportate i centri ottici vostri clienti?

«Usiamo e useremo sempre di più il web. E un rapporto con i nostri clienti, fornendo loro brochure e materiale informativo, con lo scopo di “educare” il consumatore finale, sia sulle tecnologie che noi utilizziamo per realizzare le nostre linee di occhiali, sia sui vantaggi che ne scaturiscono per lui. Inoltre, stiamo realizzando dei nuovi espositori in grado di attirare l'attenzione attraverso una reale differenziazione: poco ingombranti e invadenti ma di classe, qualità e ben riconoscibili».

E a livello di forniture e prezzi?

«Grazie della domanda perché è un argomento che mi sta particolarmente a cuore. Se un modello o un dato colore non venisse venduto lo ritiriamo

senza problemi e lo sostituiamo con un altro. E se un centro ottico non trovasse soddisfazione nel nostro prodotto oppure iniziasse a proporlo in un modo non proprio “corretto”, lo ritiriamo immediatamente senza nessun problema.

Vendiamo in tutto il mondo e abbiamo una nostra policy.

A una famosa catena italiana che proponeva i nostri prodotti in sconto, abbiamo ritirato tutta la fornitura, moltissimi pezzi, senza pensarci un secondo. Non potremmo predicare di essere dalla stessa parte dell'ottico optometrista nostro cliente se non ci comportassimo così».

Quale anticipazione vuole regalare ai lettori di Ottica Italiana?

«Volevo presentarvi Clic One, un occhiale unico, “il primo della classe”, interamente ideato e prodotto da Clic. Realizzato in lega di alluminio, è il più leggero della linea Vison ed è caratterizzato da una forma unica, elegante e tecnologica. Proprio per questo non viene fornito in diverse colorazioni, in quanto la tecnologia non ha colore. L'Italia è la prima nazione al mondo dove verrà



Le “taglie” concepite e realizzate con Clic fits

lanciato questo nuovo modello top della gamma, spezzando una lancia a favore degli italiani che non sono secondi a nessuno in fatto di design e innovazione, il contributo dato da Overal per la sua ideazione è stato determinante.

Monta naselli in silicone, come prevedeva la vecchia scuola, è completamente anallergico e completamente adattabile a ogni persona. La gallery dei dettagli della collezione è visitabile sul nostro sito: www.clicproducts.it».

Ma è vero che è una montatura che si acquista a seconda della propria "taglia"?

«Verissimo. Clic One utilizza la tecnologia "Clic fits", diversificando i suoi collarini che vengono proposti in 4 differenti grandezze (quindi taglie): Classic, LH long hair (capelli lunghi), XL e XXL. Per ogni tipologia di testa il collarino perfetto».

Il packaging a supporto?

«Sul packaging abbiamo dedicato molta attenzione, per fare in modo che l'immagine tecnologica e preziosa dell'occhiale non venisse vanificata dalla sua scatola. Clic One verrà pertanto fornito insieme a una bellissima confezione, che si dif-

ferenza nettamente e che lo rende veramente unico nel suo genere. E dirò di più: ne assicura le aspettative sull'oggetto che contiene. Un packaging unico per un prodotto unico».

Quando lo vedremo nei centri ottici italiani?

«A partire da gennaio con lancio ufficiale a Mido 2010».

E la vostra mission per il futuro? Come vede il futuro in questo senso?

«Ricerare prodotti sempre nuovi e tecnologici (e detto tra noi, abbiamo già in serbo qualche bella sorpresa), che siano innovativi per i nostri clienti e vantaggiosi per il benessere visivo degli utilizzatori.

Non credo che a livello commerciale il "prêt à porter" facile sarà il futuro. Sicuramente avere una tecnologia avanzata è fondamentale, e attraverso quest'alta tecnologia realizzare prodotti capaci di differenziarsi seriamente rispetto alla massa, fornendo dei benefici seri.

Quindi ribadisco la nostra intenzione di essere e rimanere un partner serio e affidabile per i nostri clienti».

Chi è Overal

Il coraggio d'intraprendere il "cambiamento" spesso rappresenta il punto di forza di un'azienda. Overal da sempre ha scelto il cambiamento, attraverso un progetto di crescita innovativo ed entusiasmante, che si rigenera a ogni nuovo progetto.

Lo sviluppo, la crescita e il consolidamento da azienda di rappresentanza, con una presenza ventennale su mercati diversificati a quello specifico del settore dell'ottica, ha consentito di aprire a nuove avventure con l'obiettivo di comunicare e proporre al mercato prodotti che siano espressione di tecnologia e di nuove tendenze, per solu-

zioni eyewear creative, innovative e "uniche".

Con l'orgoglio di perseguire "l'originalità", con occhiali che siano reali "novità" nel panorama dell'ottica nazionale e internazionale, Overal si pone come pioniere di espressioni sempre più creative e tecnologiche nell'ottica, "del mai visto per la vista", penetrando nei mercati di settore europei e nel resto del mondo.

Il supporto allo sviluppo dei brand distribuiti si estende anche alla comu-

nicazione integrata, coordinandone aspetti e strategie di marketing, dal pop al development delle collezioni, sempre orientate alla proposta del "nuovo".

L'Optical Division si affianca ad altri campi d'attività aziendale, ma rappresenta, grazie a importanti partnership e alti livelli di certificazione raggiunti, il consolidamento del lavoro e dei successi ottenuti.

Per il prossimo futuro, il progetto "ottica" inserito in un piano di sviluppo decennale, si aprirà verso nuovi trend e progetti innovativi internazionali.

Per saperne di più: www.overal.it

