

Occhiali per uscire dal coro

Ottico a Roma da 20 anni,
Massimiliano Savo ha fatto dello stile una vocazione.

di Alessandra Zacco

Ottico a Roma da venti anni, Massimiliano Savo, titolare dell'ottica Gallia, ha fatto dello stile una vocazione.

Il suo negozio, in via Gallia 45, è frequentato da politici e personaggi dello spettacolo che nel suo atelier sanno di poter trovare prodotti di lusso, di nicchia, veri e propri gioielli dell'occhialeria per chi desidera emergere e distinguersi dalla massa.

"La premessa che faccio sempre, a qualsiasi cliente, è che l'occhiale non è né una condanna né una protesi, ma un accessorio che serve a comunicare, a dire agli altri chi siamo e come la pensiamo - esordisce Savo - per questo il mio negozio non si propone con un'immagine tradizionale, ma vuole offrire un salotto elegante dove scambiare opinioni e scegliere le montature più adatte al viso di ciascuno".

**LAVORIAMO SUL
PASSAPAROLA ED
È IMPORTANTE
L'IMMAGINE DEL
NEGOZIO**





Come ha iniziato?

"I primi passi li ho mossi lavorando in un importante negozio di Roma dove ho imparato sia i rudimenti del mestiere, sia il modo di relazionarmi con il cliente. L'Ottica dei miei esordi era frequentata da personaggi in vista, così ho avuto modo di accumulare una bella esperienza specie sul piano delle pubbliche relazioni. Scoprendomi appassionato, mi sono iscritto alla scuola di Optometristi di Roma e nel 1986, dopo il diploma, ho lavorato ancora per breve tempo presso altri e fra questi "ottica Romani", ed anche fuori regione, presso "ottica Avanzi" di Bologna, fino ad aprire un negozio tutto mio secondo una filosofia professionale basata su uno speciale rapporto con il consumatore".

Tra gli articoli più ricercati che si trovano da Massimiliano Savo: occhiali in corno di bufalo, sofisticatissime linee francesi eleganti e fashion, montature che lo stesso ottico definisce "senza tempo" e che possono essere arricchite con particolari esclusivi a scelta del cliente.

Anche gli astucci che custodiscono gli occhiali sono particolari e nuovi. Stessa cura nella scelta d'arredo del negozio che rispecchia il gusto e lo stile che Savo vuole comunicare all'esterno.

"Lavoriamo principalmente sul passaparola e attraverso il nostro sito internet, pertanto è importante trasmettere una bella immagine del negozio. Così abbiamo puntato su una scelta particolare dei mobili, dei colori e di tutto il contesto che è sostanzialmente un comodo salotto dove sentirsi a proprio agio e con calma scegliere l'occhiale più idoneo al proprio viso. "Guarda quel tizio che begli occhiali che ha!" è questo ciò che vorrei sentissero dire i clienti che si sono rivolti a noi".

La concorrenza della grande distribuzione si fa sentire? A vent'anni dai suoi inizi nota qualche differenza nella realtà commerciale romana?

"Sinceramente no. Ma a questo proposito ho una teoria personalissima che riguarda proprio la mia città: Roma ha un clima dolce ed è difficile che la gente rinunci ad una passeggiata per chiudersi in un centro commerciale. Per questo siamo fortunati e non risentiamo di questo genere di concorrenza. Da noi la comunicazione è importantissima ed è difficile che un romano rinunci al rapporto umano a favore di un modo anonimo e spersonalizzato di fare acquisti. Se poi si tratta di un articolo importante come un occhiale è davvero impensabile non stabilire con l'ottico un rapporto di fiducia".