



Tipologia: Negozio di articoli per ottica

Il progetto Claro è stato messo a punto da un team di noti ottici italiani, già leader in diverse aree geografiche della penisola, che hanno costituito un pool con esperti di trade marketing, per applicare a questo settore metodologie proprie del commercio organizzato già applicate in molti altri settori.

Al pari di altri comparti del commercio, anche il comparto dell'occhialeria richiede che la dimensione di punti vendita sia sempre più grande. A fronte di questa esigenza resta fondamentale l'approccio tradizionale basato sul rapporto fiduciario con la clientela, pertanto ne consegue che la grande distribuzione continua a svolgere un ruolo marginale e concentrata sulla fascia di prodotto medio-bassa o di tendenza moda.

Sul mercato si è quindi venuta a creare una divaricazione tra coloro che vendono prodotti considerati di qualità a prezzi mediamente elevati (ottici tradizionali) e punti vendita di tipo "discount" o "spacci aziendali", cui si chiede soprattutto la convenienza economica. In questo contesto di mercato, nasce il progetto Claro con un approccio "semplice", ma rivoluzionario: **la qualità ed il servizio dell'ottico tradizionale abbinati a prezzi aggressivi e ad offerte realmente inusuali per questo settore.**

Si può facilmente comprendere come questo posizionamento di leadership nel rapporto qualità/prezzo risulti particolarmente apprezzato dalla clientela, specie in periodi di congiuntura economica sfavorevole. Claro è posizionato proprio nel segmento di mercato più interessante, abbinando un negozio rassicurante dall'impostazione tradizionale ad un lay-out moderno ed essenziale, che cura con attenzione i criteri espositivi per garantire la migliore rotazione del prodotto. L'appartenenza al network Claro permette di usufruire di tutti i vantaggi legati al gruppo: assortimento di prodotti "private label" esclusivi a qualità garantita ed elevata marginalità, accordi di fornitura estremamente vantaggiosi con aziende leader, e una serie di servizi di supporto alla gestione operativa.

I prodotti venduti nei punti vendita CLARO sono: Montature da Vista, Occhiali da sole, Lenti oftalmiche, Premortati, Lenti a contatto, Soluzioni per lenti a contatto, Accessori vari

Il primo negozio ad insegna CLARO, è stato avviato in data 11 maggio 2008 a Pordenone (Centro Commerciale di Fiume Veneto), quale pilota del progetto franchising, seguito da un altro punto vendita localizzato nella città di Salerno.

La novità e le buone performance dei primi negozi aperti hanno attirato la curiosità di altri imprenditori così che, in tre anni dall'avvio dello sviluppo commerciale, la rete di negozi Claro conta già 16 punti vendita, di cui 2 gestiti direttamente dalla Claro Italia Srl e 14 gestiti in franchising. Tale dinamicità ha portato ad una progressiva crescita di fatturato per la Claro Italia Srl, passando dai 370.000 € nel 2008 a quasi 1 milione di euro per il 2010.

Il piano di sviluppo della rete prevede nei prossimi 3 anni un'ulteriore espansione, con l'apertura di 18 punti vendita, di cui 14 da effettuare grazie alla Convenzione di accreditamento stipulata con Invitalia.

Codice attività:

47.78.20 - Commercio al dettaglio di materiale per ottica e fotografia