



Netcity: il web un concorrente? No, un alleato

Un e-commerce di lenti a contatto, l'aggiornamento diretto delle pagine social e aperture in franchising con soluzioni alternative a quelle tradizionali sono le principali novità presentate in occasione della convention annuale del network, che si è tenuta il 15 e il 16 aprile a Rimini



Il web come opportunità e come nuovo canale di vendita, se gestito direttamente: è uno dei progetti che il management di Netcity ha presentato alla platea al Grand Hotel di Rimini. Una due giorni di confronto e di aggiornamento che ha visto la partecipazione di oltre trecento professionisti provenienti da tutta Italia. «L'analisi del mercato delle lenti a contatto, oltre ai volumi, ai pezzi venduti e alla distribuzione, principalmente costituita da centri ottici e catene, deve oggi tener conto di un terzo incomodo – ha spiegato alla platea **Roberto Marlazzi**, storico presidente di Netcity – Si tratta dell'online, che sul mercato interno attualmente rappresenta il 15% a valore di fatturato: per questo motivo abbiamo deciso di prenderlo in forte considerazione come canale alternativo». È stato, infatti, presentato un nuovo progetto che, se troverà l'accordo degli affiliati, verrà sviluppato e reso operativo entro l'inizio del 2019. «Se gestite direttamente, le vendite online delle lac rappresentano l'opportunità di incrementare il traffico nel centro ottico – ha sottolineato **Laurent Schmitt** (nella foto), amministratore delegato di Netcity – Lo sviluppo del programma prevede diverse fasi, dalla selezione del partner per la creazione del sito alla scelta della politica commerciale e marketing, passando per la costruzione del sito vero e proprio sino a test e verifiche sulla sua funzionalità, per vedere la luce il prossimo febbraio». Al centro delle vendite via web, la nuova gamma completa di lenti a contatto Blunet, realizzata in collaborazione con CooperVision e Safilens. «Il consumatore potrà scegliere sul nostro sito i prodotti desiderati, prenotarli e ritirarli presso il nostro centro ottico più vicino – ha aggiunto Schmitt – Questo permetterà all'utente di passare fisicamente nel punto vendita, generando così traffico in negozio e nuove occasioni di vendita».

L'attività via internet di Netcity si intensifica, inoltre, anche nei social network con la creazione di contenuti ad hoc, condivisibili dal network per una maggiore visibilità. Il gruppo offre anche l'opportunità di amministrare le pagine Facebook dei soci.

Prosegue, infine, l'espansione del franchising Acuitis. Dopo l'apertura del monomarca di Gallarate, durante la convention riminese sono state introdotte nuove soluzioni per avviare di nuovi. «Si può procedere in maniera tradizionale con il contratto di franchising con un solo soggetto oppure con un progetto di crowdfunding, ossia con la costituzione di una società di due o più ottici che coordina autonomamente l'avviamento della start up – ha spiegato **Loris Damiani**, consulente finanziario di Netcity – A queste due possibilità si aggiunge l'opportunità di aprire in crowdfunding con la creazione di un business plan gestito da Acuitis e condiviso con i soci».

Fielmann, anche la seconda generazione sul ponte di comando

Günther Fielmann mantiene l'autorità sulle decisioni strategiche, la strategia di espansione, lo sviluppo delle collezioni e la responsabilità generale, mentre il nuovo co-ceo Marc Fielmann (nella foto) sarà responsabile delle pubbliche relazioni, del marketing e della direzione operativa della multinazionale dell'ottica con sede ad Amburgo

La decisione è stata presa all'unanimità dal supervisory board della società il 12 aprile, con effetto immediato. «La struttura del co-ceo appena adottata rappresenta un passo che guarda al futuro», sottolinea in una nota **Mark Binz**, presidente del supervisory board di Fielmann, evidenziando come «Günther e Marc Fielmann sono consapevoli delle esigenze delle diverse generazioni» e «uniscono esperienza e innovazione». La nuova struttura di governance è considerata, infatti, un passo coerente nel piano a lungo termine di successione di Günther Fielmann. «L'espansione internazionale e la digitalizzazione offrono grandi opportunità per il futuro della nostra azienda – commenta **Marc Fielmann** nel comunicato – L'obiettivo di Fielmann è quello di ridefinire il settore dell'ottica in Europa a beneficio dei consumatori, senza compromettere la qualità». Secondo i dati finanziari preliminari relativi al 2017, resi noti lo scorso febbraio, le vendite consolidate sono salite a 1,39 miliardi di euro contro 1,34 miliardi dell'anno precedente. L'utile netto dell'esercizio si è attestato a 173 milioni di euro rispetto ai 171,2 milioni di euro del 2016. Alla fine dell'anno di riferimento, Fielmann gestiva 723 negozi in Europa e impiegava oltre 18 mila addetti.



SEIKO

PRECISION FOR VISION

//THERE'S
NO SUCH THING AS
PRECISION
LIGHT.//





Modena: Ottica Silingardi mette piede in università

L'insegna ha preso parte al MoReMed, evento completamente realizzato dagli studenti del corso di laurea in Medicina e Chirurgia dell'ateneo locale che si è tenuto il 10 e l'11 aprile, con l'obiettivo di diffondere il benessere visivomultinazionale ottica



Alla sua terza edizione MoReMed, dedicato al tema dell'innovazione e dell'avanguardia nel campo della medicina, che ha avuto luogo presso il Centro Servizi del Policlinico di Modena, è diventato un punto di riferimento per gli studenti di Medicina dell'università di Modena e Reggio Emilia per il suo innovativo format: un ampliamento dell'offerta formativa organizzato dal comitato studentesco dell'ateneo, ossia ragazzi dai 20 ai 25 anni. «È stato un evento di altissimo livello, che ha visto la partecipazione di illustri relatori – dice a b2eyes TODAY Paola Bertoli, collaboratrice di Ottica Silingardi, che sul territorio di Modena conta sei punti vendita – Per noi è stata la prima volta: si è rivelata un'ottima occasione per approcciarci con un bacino d'utenza, quello degli universitari, cui abbiamo illustrato la nostra proposta di benessere visivo».

Ottica Silingardi si è proposta con uno stand espositivo (nella foto) dedicato alla protezione dalla luce blu. «Abbiamo parlato agli studenti di prevenzione dalla luce blu nociva dei dispositivi digitali – aggiunge Bertoli – Eravamo dotati di sensori per misurare all'istante l'emissione di luce blu di tablet e smartphone, dimostrando anche l'efficacia di lenti protettive in tal senso e agevolandoli nell'acquisto con un buono sconto presso i nostri centri ottici». L'efficacia della comunicazione ha avuto risvolti positivi anche grazie al passaparola che si è diffuso nella due giorni congressuale. «I ragazzi si sono dimostrati entusiasti della nostra proposta – conclude Bertoli – Il 90% di loro non sapeva nemmeno che cosa fosse la luce blu: il consenso e l'interesse sono stati eccezionali».

In occasione del congresso si è tenuto un concorso tra gli studenti: Ottica Silingardi ha offerto ai cinque migliori progetti presentati un coupon da 250 euro per l'acquisto di un occhiale personalizzato da vista o da sole.

Milano, la "civica" riparte con il primo open day

Dopo il trasloco dalla storica sede di via Quarenghi alla non lontana via Alex Visconti, sempre nell'area nord ovest della città, completato a inizio anno, è oggi a tutti gli effetti operativa la struttura che per oltre quarant'anni ha sfornato ottici e aggiornato in optometria

Il 7 maggio è in programma il primo open day Centro di Formazione per l'Ottica del Comune di Milano: dalle 10 alle 17 le persone interessate potranno visitare aule e laboratori della scuola di via Alex Visconti e incontrare la direzione e i docenti, che terranno una presentazione dell'offerta formativa sia al mattino sia al pomeriggio. «Si tratta di un'opportunità unica e assolutamente importante per conoscere meglio e da vicino l'attenzione alla qualità che da sempre poniamo nelle nostre proposte di formazione», anticipa a b2eyes TODAY Manuela Terragni, docente di Optometria e figura storica della struttura milanese.



Oggi queste proposte si declinano nel corso biennale di optometria, che conta 12 iscritti, nel corso per addetto alla vendita del settore ottico, 7 iscritti, nella formazione continua per ottici, che prevede opportunità formative brevi di optometria o contattologia, e nel corso annuale di preparazione all'esame di abilitazione in ottica rivolto a coloro che possiedono un diploma di maturità generico ed esperienza lavorativa nel settore, secondo l'ordinanza Giannini del 2016, o un diploma di maturità specifico o laurea in Ottica e Optometria, per un totale di 55 iscritti. Relativamente a quest'ultimo ambito, il Centro di Formazione è convenzionato con l'Istituto statale Galileo Galilei di Milano ed eroga corsi rivolti agli studenti dell'Università Bicocca.

«Ora è importante che il territorio milanese e, più in generale, lombardo sappiano che questa realtà è tornata operativa a pieno regime con la propria dotazione di personale docente e strumentazione tecnologica di alto livello – spiega al nostro quotidiano il direttore della sede, Andrea Marziani – Ecco perché ho pensato di organizzare il primo open day totalmente dedicato all'ottica, alla presenza di tutti i docenti coinvolti» (nella foto, di Pasquale Speciale, l'aula di contattologia della struttura milanese).

Direttore responsabile: [Angelo Magri](#) Coordinamento redazionale: [Francesca Tirozzi](#) Redazione: [Nicoletta Tobia](#)

Supplemento al 19 aprile 2018 di b2eyes.com reg. presso Tribunale Milano, n. 292, 17-06-2009 © La riproduzione dei contenuti è riservata



Con il patrocinio di:

