



Fielmann: digitalizzazione ed espansione in vista (Italia compresa)

Il gruppo tedesco, che nel nostro paese prevede di avviare altre sei nuovi negozi entro il 2018, ha chiuso il primo semestre in linea con quello dell'anno precedente



Secondo le stime preliminari, le vendite a livello di gruppo di Fielmann dal gennaio al giugno scorso dovrebbero registrare un aumento del 2% a 711 milioni di euro rispetto allo stesso periodo dell'esercizio precedente. «Fielmann ha utilizzato la liquidità disponibile per rafforzare la propria posizione sul mercato, investire nella digitalizzazione e accelerare la propria espansione – si legge in una nota della società, che ha il proprio quartier generale ad Amburgo, controlla più di 720 negozi in Europa e occupa oltre 18.300 mila persone - Prevediamo utili per 116 milioni di euro al lordo delle imposte per il primo semestre dell'anno», in leggera flessione dunque rispetto ai 123,6 milioni di euro del periodo omologo del 2017. Quanto all'intero anno, «in linea con le previsioni fornite nel nostro business report 2017, ci aspettiamo che gli utili del 2018 al lordo delle imposte siano pari a quelli dell'anno scorso e che l'aumento delle vendite consolidate sia in linea con quello del 2017» aggiunge il comunicato.

Per quel che riguarda il nostro paese, «Fielmann sta accelerando la sua espansione in Italia – prosegue la nota - Al 30 giugno gestiva dodici negozi italiani: sei nuove aperture sono previste per la seconda metà dell'anno» (nella foto, il flagship store Fielmann inaugurato a Verona lo scorso marzo).

Galileo, si amplia la gamma delle lac

L'azienda italiana, che ha il proprio core business nell'oftalmica, introduce due nuovi prodotti, Daily Toric per astigmatici e Premium in silicone hydrogel, rilanciando anche dal punto di vista della comunicazione la linea di lenti a contatto Starview

La gamma Starview, lanciata quasi due anni fa, che già proponeva sei prodotti nel proprio portafoglio, si presenta ora ulteriormente arricchita. «Starview Daily Toric è progettata per offrire ai soggetti astigmatici, grazie a un'esclusiva geometria e al materiale collaudato, una visione perfetta e il massimo del comfort - si legge in una nota di Galileo - Starview Premium è in silicone hydrogel, per garantire il massimo dell'ossigeno all'occhio e grande comfort per tutta la giornata, studiata dunque per combattere l'abbandono delle lenti a contatto». Con l'introduzione delle due nuove referenze «rilanciamo con una grafica e una comunicazione diverse e più fresche tutta la linea di contattologia, sia per quel che concerne il listino sia il piano editoriale social media», precisano a b2eyes TODAY dall'azienda.

L'obiettivo è dare ai partner la possibilità di offrire, per ogni tipologia di lac, giornaliera, mensile, toriche, sferiche e progressive, «i migliori prodotti del mercato anche nell'ambito della contattologia, in modo da soddisfare tutte le esigenze visive dei consumatori e identificarsi nella loro mente come centro ottico di fiducia», prosegue il comunicato. Accanto a Starview, l'azienda oftalmica dispone anche della linea completa per la manutenzione delle lac Oceanview, che comprende soluzioni, detergenti e gocce lacrimali.

Lo sviluppo del business lac, che sino al dicembre scorso è stato seguito insieme all'area sales da Claudio Tarantino, è al momento gestito dai diversi reparti di Oftalmica Galileo per i rispettivi ambiti di riferimento (nella foto, un'immagine di campagna di Starview e Oceanview).



Rischi all'esposizione UV

patologie, prevenzione, protezione

Lucio Buratto, Giancarlo Montani, Maurizio Martino

Coordinamento editoriale Vittorio Picardo





EssilorLuxottica vista dall'estero: se l'Italia diventasse un "porto franco"?

Dal settimanale *Internazionale* un quadro folgorante della fusione che a breve si concretizzerà definitivamente.

La nuova realtà, con oltre 140 mila dipendenti, varrà sessanta miliardi di euro e venderà un miliardo di occhiali.

È bene incominciare a farsi delle domande e darsi delle risposte, anche folli



Sono un buon lettore di *Internazionale*, settimanale che pubblica il meglio dei giornali di tutto il mondo. Come alcuni operatori dell'ottica, ho adocchiato la copertina del numero 1261 del 22 giugno scorso, con un re sullo sfondo e il titolo "L'impero degli occhiali" (nella foto): ho subito pensato a EssilorLuxottica. Il giornalista del *Guardian*, Sam Knight, ha probabilmente prodotto il più esauriente quadro del nostro mondo. Ci avrà messo un mese a scriverlo, girando tra Parigi, e Agordo e il web, ma alla fine ce l'ha fatta. L'articolo, sebbene viva a mio avviso ancora di alcune favole per principianti sul nostro settore dove non è tutto oro ciò che luccica, appare illuminante e preveggenza. L'immagine che esce di EssilorLuxottica è tentacolare. I nostri possono contare su 1,4 miliardi di persone che usano il loro prodotti. Essilor negli ultimi vent'anni ha comprato oltre 250 aziende nel mondo: laboratori ottici in Belgio e fabbriche di resina in Cina, strumentazioni in Israele e siti e-commerce in diversi paesi, ad esempio. Luxottica controlla il 25% del mercato delle montature, Essilor il 45% di quello delle lenti. Grazie all'universalità della lente oggi Essilor è in grado di fornire dai trecento ai quattrocentomila negozi in tutto il mondo, tre o quattro volte quelli di Luxottica. Se il curriculum di entrambe è inarrivabile, a me paiono altrettanto sconvolgenti i numeri cui insieme ambiscono e da cui è probabilmente scaturita l'idea della fusione. Insieme vogliono cavalcare e vincere quella che definiscono "l'esperienza visiva", ovvero il grande cambiamento nella visione dell'uomo evoluto. «Oggi viviamo al chiuso e usiamo questo, il telefono», sentenzia al giornalista Hubert Sagnières, presidente e ceo di Essilor.

Negli ultimi cento anni il nostro modo di vivere è cambiato e oggi l'occhiale sta vivendo la sua vera fioritura. Tutto quello che abbiamo vissuto fino a oggi erano le avanguardie di una rivoluzione del vivere e del vedere che ci aspetta a breve. Se l'esperienza visiva appartiene al mondo civilizzato, il "divario visivo" si riferisce ai 2,5 miliardi di persone dichiarati dai nostri, soprattutto in India, Africa e Cina, che avrebbero bisogno degli occhiali ma non hanno i mezzi per sottoporsi a un esame della vista e per acquistarli. Forse è anche per questo che Essilor ha aperto nel 2016 una sede nella Repubblica del Congo, un paese con 78 milioni di persone e duecento negozi di ottica.

L'articolo del giornalista del *Guardian* ha aperto fin troppe finestre sul cortile dell'ottica. Di certo il suo quadro fa impressione ma noi, italiani, possiamo considerarci scaltri e disincantati sull'argomento. Se fossi l'avvocato dell'ottica nazionale, opterei per l'ipotesi di proporre a EssilorLuxottica di dichiarare l'Italia un "porto franco" per l'ottica, come fece l'Imperatore asburgico Carlo VI agli inizi del 1700 per Trieste, una concessione che tutt'oggi vale: disponete ciò che volete nel mondo, ma considerate l'ottico italiano come una risorsa rara da conservare in virtù del passato trascorso insieme e delle radici su cui voi stessi vi basate. Non so se funzionerà ma conviene provarci.

[Nicola Di Lernia](#)

Francia: la conchiglia si porta... agli occhi

Il marchio Friendly Frenchy ha sviluppato una linea di occhiali da sole che rispetta l'ambiente: è realizzata con conchiglie riciclate

Come riportato da *acuité.fr*, per progettarli sono stati necessari due anni di ricerca e sviluppo. «Volevamo degli occhiali che assomigliassero a noi, ispirati al mare, ed è per questo che abbiamo avuto l'idea di utilizzare le conchiglie», commentano i fondatori del marchio, Sandrine Guyot e Laurent Pezé. Per ottenere questi modelli, hanno utilizzato un laboratorio specializzato in materiali biologici. Il risultato è un prodotto fatto con olio vegetale e a base di gusci di ostrica, cozze e capesante riciclati. La linea prevede due modelli unisex (nella foto, tratta dal sito del brand) dal design semplice e senza tempo, sviluppati in collaborazione con l'associazione Surfrider Foundation Europe, dedicata alla protezione dei mari.



Scarica gratuitamente la **nuova**
APP di b2eyes TODAY

Disponibile su APP Store e Play Store.