



Ottica Gecele entra nel perimetro di Luxottica

Lo storico negozio di ottica nel cuore di Trento è stato recentemente acquisito dal gruppo di Leonardo Del Vecchio, che tuttavia intende garantire continuità a insegna e valori che lo caratterizzano da oltre settant'anni



Di questo centro ottico (nella foto, tratta dalla pagina Facebook dell'insegna) avviato nel capoluogo trentino nel lontano 1946 da Fabio Gecele diverse testate locali nei giorni scorsi hanno scritto come se si trattasse del primo punto vendita indipendente italiano rilevato da Luxottica. E che sarebbe subito entrato nella "galassia" di Salmoiraghi & Viganò.

«Anche se formalmente l'acquisizione è avvenuta a firma di Salmoiraghi & Viganò, al momento è nostra intenzione mantenere l'autonomia dell'insegna di Ottica Gecele: pur uscendo dalla proprietà la famiglia fondatrice, giunta alla seconda generazione, sarà garantita la continuità nella gestione, per quanto riguarda i valori che da oltre settant'anni contraddistinguono questo centro ottico e l'approccio al cliente», dichiarano da Luxottica Group a b2eyes TODAY.

Hoya Italia: formazione a vele spiegate

Da Nizza a Calvi, in Corsica, facendo tappa a Portofino e Saint Tropez: a inizio giugno 250 ottici e familiari sono saliti sul veliero Club Med 2 (nella foto, a sinistra), in esclusiva per l'azienda oftalmica: un'occasione di incontro e relax, ma anche di confronto



«Sono stati giorni di scoperta di luoghi affascinanti, ma come sempre ci sta a cuore la condivisione - commenta a b2eyes TODAY Anna Maria Nicolini (nella foto, a destra), direttore marketing di Hoya Italia - Oltre alle escursioni di giorno e agli spettacoli serali abbiamo curato prima di cena un paio di momenti di riflessione, anche con relatori esterni, sulla gestione del cambiamento e su come reagire all'evoluzione dei consumatori, che nonostante le centinaia di stimoli devono scegliere il benessere visivo».

Mario Diana, retail director di GfK Italia, ha presentato un'indagine della società di ricerche di mercato leader nell'ottica sull'evoluzione dei mercati e dei canali di vendita a livello internazionale. «Il manager ha, inoltre, sottolineato il cambiamento dell'esperienza d'acquisto da parte dei consumatori e il

nuovo approccio che i professionisti della visione devono assumere nei confronti dei clienti», dice Nicolini. Diana ha successivamente illustrato i dati a livello europeo sull'andamento delle lenti progressive registrati lo scorso anno.

Ai momenti formativi ha preso parte anche Diego Marangon, docente del Politecnico di Milano, che ha spiegato alcune modalità di vendita e ha evidenziato la necessità di far coincidere le caratteristiche del prodotto con i benefici che questo deve offrire. A supporto di Marangon, Nicolini ha mostrato le iniziative dedicate ai partner Hoya per trasformare uno sconosciuto in cliente e successivamente in promotore del centro ottico.



EZFit. Semplice. Veloce. Affidabile.

La fresa da negozio per il montaggio lenti



Come scegliere un corso di optometria?

Pochi, non richiesti forse, ma sempre utili suggerimenti ai diplomati in ottica per districarsi nell'attuale offerta formativa



Il privilegio anagrafico mi ha consentito di visitare molte realtà didattiche sparse sulla penisola e di averne incontrate alcune, invero, poco edificanti. Al termine di un altro anno scolastico, da vecchio insegnante mi permetto quindi di suggerire ai giovani ottici che intendano iscriversi ai corsi di optometria qualche accorto ammonimento.

La credibilità di una scuola professionale è sancita dalla preparazione dei suoi insegnanti, professionisti noti per il loro curriculum specialistico e/o anche per la visibilità in congressi, relazioni, pubblicazioni, ecc; ma è garantita anche dalla serietà della sua direzione, da un manager responsabile, avveduto e di notevole intuito, supportato da uno staff coeso e rapido nelle scelte. L'affidabilità è sostenuta anche da laboratori e da aule attrezzate con strumentazione utile e sufficiente, verificabile fin da subito. Infine non dimenticate che stima e credito di una scuola sono raccontati dalla sua storia, dal suo percorso disteso negli anni sempre al servizio della migliore offerta didattica. La reputazione di un corso professionale,

quale che sia, non riposa su propagandati espedienti, ormai spuntati: poiché le scuole di optometria, in generale private, si sostengono su e con le rette degli studenti, diffidate dei corsi dai prezzi irrisori; se concordiamo che una palese professionalità è protetta da una diuturna e intensa applicazione corredata da testi, congressi o relazioni, dubitate di brevi insegnamenti di pochi incontri e anche di quelli che "garantiscono" l'attestato finale. Se infine volete misurare il vostro sapere optometrico, siate frequentatori assidui di eventi e meeting: potrete testare il gap professionale tra voi e le relazioni sul palco. Che l'estate vi sia d'accorto consiglio! [Sergio Cappa](#)

Fidia Farmaceutici prende il controllo di Optox

La multinazionale italiana specializzata nella ricerca, sviluppo, produzione e commercializzazione di prodotti farmaceutici a base di acido ialuronico ha completato l'acquisizione di Sooft, azienda del settore oftalmico nazionale, assorbendo così anche la divisione che distribuisce prodotti finalizzati al benessere visivo

Fidia Pharma Group, con sede ad Abano Terme, in provincia di Padova, ha assunto il controllo totale di Sooft. «Con la conclusione dell'operazione iniziata a marzo 2017 e avvenuta in accordo con i venditori, Fidia esprime una grande soddisfazione per il risultato raggiunto, sottolineando come, a un anno dall'assunzione del controllo di Sooft, siano state confermate tutte le aspettative», sottolinea un comunicato della multinazionale. «Siamo lieti di verificare - dichiara nella nota [Carlo Pizzocaro](#), presidente del gruppo Fidia - che dopo un anno di intenso lavoro da parte del team, volto a rafforzare la posizione del gruppo Fidia nel settore oftalmologico, Sooft abbia consolidato il proprio posizionamento, superando il fatturato di 70 milioni di euro, in un mercato che prefigura interessanti margini di crescita, e che vede Fidia quale operatore italiano di eccellenza nel settore».



fidia
PHARMA GROUP

Sooft è proprietaria di 27 brevetti registrati che andranno, quindi, ad aggiungersi ai 900 brevetti di Fidia Farmaceutici, di cui oltre 650 a copertura dell'acido ialuronico con diversi pesi molecolari.

Con il completamento dell'acquisizione di Sooft è entrata a far parte della galassia Fidia anche Oox, la business unit con headquarter a Montegiorgio, in provincia di Fermo, specializzata nella commercializzazione di prodotti per il benessere visivo a marchio Optox. «Fidia ne ha acquisito il 100% delle quote - spiega a b2eyes TODAY [Vito Squicciarri](#), direttore commerciale di Optox - Dal 7 giugno facciamo parte della multinazionale e ne siamo molto orgogliosi: per gli ottici sostanzialmente non cambia nulla».

Sight for Kids
Aderisci anche tu!



Con la collaborazione di:

Johnson & Johnson VISION

KIDS
by **SAFILO**
MADE IN ITALY

ZEISS