



## Luxottica rileva Barberini per 140 milioni

Con l'acquisizione della società leader al mondo nella produzione di lenti da sole in vetro ottico, il gruppo di Leonardo Del Vecchio ricorda in una nota di voler così «consolidare la sua strategia di focalizzazione su poli produttivi di eccellenza e sul made in Italy».

Tra gli asset dell'operazione è inclusa anche Barberini Eyewear, la divisione dedicata alle montature con il brand dell'azienda abruzzese e dotate delle sue lenti in vetro, nata poco più di due anni fa, con sede distaccata a Venezia



La transazione, del valore di circa 140 milioni di euro e che sarà finalizzata entro il terzo trimestre 2018, permette infatti a Luxottica di «rafforzare il know how nelle lenti da sole e da vista in vetro, da sempre considerato il più pregiato tra i materiali ottici - precisa il comunicato - Barberini è sinonimo di eccellenza mondiale nelle lenti in vetro (*nella foto*), tra i fattori di successo dei modelli iconici di Ray-Ban e Persol e componente essenziale per molte collezioni eyewear di lusso».

Fondata da Pietro Barberini nel 1963, l'omonima azienda è diventata il produttore di riferimento per prestigiosi marchi eyewear di lenti in vetro ottico di elevata qualità, sviluppando tecnologie e brevetti per ampliare le possibilità di applicazione di questo materiale nel campo delle lenti da sole e da vista. Con un fatturato annuo di circa 85 milioni di euro, Barberini controlla l'intera filiera produttiva, dalla materia prima alla lente finita, con un polo industriale all'avanguardia in Abruzzo, recentemente rinnovato, uno stabilimento in Germania per la fusione del vetro e tecnologie avanzate per la produzione di un film polarizzante per le lenti da sole. «Luxottica accoglie nel suo sistema industriale l'eccellenza mondiale nella produzione di lenti in vetro ottico - commenta nella nota Del Vecchio, presidente esecutivo di Luxottica - Con l'acquisizione di Barberini aggiungiamo un'altra gemma ai nostri marchi, un nome unico nel mondo e sinonimo di qualità, innovazione e made in Italy. Barberini ci permette di rafforzare la leadership tecnologica nel campo delle lenti da sole e da vista e ci apre grandi opportunità di sviluppo per il futuro».

## Carminati: perché ho voluto la fresa di Mei nel reparto vendite

È il professionista di Calusco d'Adda il primo ottico d'Europa ad aver acquistato e installato nel proprio negozio la EzFit, edger all-in-one dell'azienda di Ponte San Pietro, concepita proprio per portare la tecnologia di fresatura nel settore retail, all'interno di piccoli laboratori e punti vendita

Una sinergia tutta di stampo bergamasco fa da apripista a una possibile rivoluzione nell'ottica nazionale e continentale. EzFit è entrata in Foto Ottica Carminati (*nella foto*) a fine marzo nella sua versione NoBlock, che permette di eseguire automaticamente la procedura di centraggio della lente senza l'applicazione del blocchetto, e ha fin da subito suscitato grande entusiasmo. «A distanza di tre mesi la nostra soddisfazione non diminuisce ma al contrario si amplifica: non solo tutti i montaggi realizzati presentano uno standard di precisione davvero elevato, ma soprattutto siamo consapevoli di avere al nostro fianco un partner aziendale affidabile e sempre pronto a rispondere alle nostre domande e a risolvere i nostri problemi», afferma **Marco Carminati** in una nota congiunta.

Secondo la valutazione delle due realtà coinvolte, sono state molto apprezzate anche la semplicità operativa e la flessibilità di lavorazione assicurate dalla macchina che, unite a velocità, precisione e stabilità di esecuzione e forma, permettono di aumentare la produttività del negozio. Interessante è risultata pure la reazione dei clienti, che per primi appaiono incuriositi dalla presenza del nuovo macchinario e, grazie alla possibilità di illustrare loro come avviene la fresatura della lente, possono essere resi partecipi dell'eccellenza del processo di taglio e dunque dell'abilità e velocità del centro ottico nel confezionamento dell'occhiale. «Ho voluto EzFit all'interno del reparto di vendita proprio perché da sempre ci proponiamo come "fabbricanti" di articoli ottici e non come meri rivenditori - spiega ancora Carminati - E ritengo che l'esposizione della macchina al pubblico possa essere un biglietto da visita di prestigio, oltre che un valido elemento di differenziazione».



**EZFit. Semplice. Veloce. Affidabile.**

**La fresa da negozio per il montaggio lenti**



## Zeiss: una spedizione nel grande Nord "alla scoperta" degli UV

Si è concluso venerdì l'evento con cui l'azienda oftalmica ha condotto al Circolo Polare Artico circa centocinquanta ospiti tra giornalisti, influencer, blogger e clienti top provenienti da varie parti del mondo, per informare e sensibilizzare circa l'importanza della difesa dai raggi ultravioletti e la tecnologia UVPprotect

Un evento unico nel suo genere è stato quello organizzato da Zeiss nell'anno contraddistinto dal lancio della nuova tecnologia UVPprotect. Più che un evento, una vera spedizione che, non senza alcuni imprevisti risolti con determinazione e impegno dal team dell'azienda, ha condotto un drappello di "esploratori della luce" a Sommarøy, nel nord della Norvegia, il 21 giugno, solstizio d'estate e giorno più lungo dell'anno. Il luogo e il momento d'elezione per questo appuntamento, proprio dove e quando il sole non tramonta mai e quindi l'esposizione agli UV è massima, come hanno evidenziato sia [Matthias Metz](#), presidente e ceo, sia [Sven Hermann](#), chief sales officer e chief marketing officer di Zeiss Vision Care Business Group, accogliendo gli ospiti nella sede del gruppo a Oberkochen, in Germania, il giorno prima della partenza per il grande Nord. Nel loro intervento i due manager hanno ripercorso le tante innovazioni, la costante sfida per superare gli standard e la responsabilità sociale che fanno parte del Dna dell'azienda sin dalla sua fondazione. Inoltre i partecipanti hanno potuto anche ascoltare un luminare di fama mondiale come [Miguel Burnier](#), professore onorario di oftalmologia, patologia, medicina e oncologia, che dirige il dipartimento di Oftalmologia alla canadese McGill University, il quale ha condiviso alcuni dei risultati derivati dalle sue ricerche e dai suoi studi sulla correlazione esistente tra il carcinoma basocellulare delle palpebre e danno UV. Lo studioso ha sottolineato, quindi, l'importanza della protezione dagli ultravioletti nella prevenzione delle malattie degli occhi, aspetto su cui proseguirà negli anni a venire le ricerche in partnership con Zeiss.

Anche sul suolo norvegese sono stati numerosi gli input forniti sull'argomento, all'interno di una serata dalla formula esperienziale e informativa insieme: che le radiazioni UV, ad esempio, sono presenti non solo quando il sole splende alto in cielo, ma anche all'ombra o se ci sono le nuvole, che quelle diffuse sono rilevanti tanto quelle dirette, che gli UVA sono in grado di penetrare più profondamente nei tessuti, quindi possono produrre danni significativi per gli occhi. In maniera impattante si è potuto fare esperienza anche degli effetti prodotti su pelle e occhi dai raggi ultravioletti grazie alle foto e ai video dall'artista Thomas Leveritt, realizzati con uno speciale obiettivo che ne rivela i danni. E attraverso le parole di due rappresentanti di Nivea, che in collaborazione con Zeiss ha posto l'accento sull'importanza della protezione totale viso e occhi.

L'informazione e l'approfondimento sono andati, come già nel settembre scorso a [Berlino](#), di pari passo con una parte ludica e conviviale: la giornata si è conclusa, anzi è proseguita vista la "assenza" della notte, con un barbecue sulla spiaggia per la celebrazione della Midsummer night, in un clima che nonostante la temperatura poco estiva e una leggera pioggia non ha fatto rimpiangere i lidi di ben altre latitudini a un gruppo ormai coeso dalla piccola avventura.

## Magnabosco: a Riga riceve il titolo di Cavaliere della Stella d'Italia

Il manager, basato da anni all'estero, ha recentemente ricevuto l'onorificenza dall'ambasciatore italiano della città lettone, [Sebastiano Fulci](#): il riconoscimento intende ricompensare quanti abbiano acquisito particolari benemerenzze nella promozione dei rapporti di amicizia e di collaborazione tra il nostro e gli altri paesi

[Alessandro Magnabosco](#) nasce a Bolzano da una famiglia di ottici. Diplomato in ottica e specializzato in optometria a Vinci, si trasferisce a Riga per avviare la distribuzione nelle Repubbliche Baltiche per conto di Luxottica. «Nel corso del tempo aumentano le mie responsabilità all'interno del gruppo fino ad assumere la direzione della filiale russa, coordinandone l'apertura, sempre mantenendo la guida commerciale delle Repubbliche ex Unione Sovietica», spiega a b2eyes TODAY il manager. L'amore per questi paesi lo ha successivamente portato a intraprendere una nuova sfida imprenditoriale con Kering Eyewear. «Ho costituito con altri sei ex colleghi due società di distribuzione - aggiunge Magnabosco - Kontessa, con sede a Riga, che si occupa della commercializzazione nelle Repubbliche ex Sovietiche delle linee del gruppo francese, e Markisa Project, con base a Mosca, che si occupa della vendita in Russia».

L'onorificenza è concessa dal presidente della Repubblica Italiana, su proposta del ministro degli Affari Esteri, sentito il Consiglio dell'Ordine, composto da altri quattro membri. «La nomina a Cavaliere della Stella d'Italia è arrivata inaspettata - conclude Magnabosco - Sono molto orgoglioso del traguardo raggiunto» (nella foto, da sinistra, Magnabosco e Fulci durante la consegna dell'onorificenza).

