

Viel, dall'Italia di Marchon al mondo di Blackfin

Il manager riporterà direttamente a **Nicola Del Din**, amministratore delegato di Pramaor, l'azienda proprietaria del brand di eyewear, e guiderà il team commerciale di distributori e agenti diretti a livello internazionale



Mario Viel (nella foto), 55 anni, vanta un lungo curriculum in ambito commerciale, per la maggior parte speso nell'occhialeria. Dopo un'esperienza quasi ventennale in Luxottica, prima come key account manager e successivamente come direttore vendite Italia, nel 2014 entra in Marchon Italia sempre mantenendo quest'ultimo ruolo. «Grazie alla sua pluriennale e approfondita conoscenza dell'eyewear business Viel avrà il compito di sviluppare ulteriormente il volume d'affari attraverso i vari canali di vendita a livello globale, accompagnando Blackfin in un percorso strategico di crescita che mira a posizionare il brand nella fascia di mercato top-luxury», si legge in una nota dell'azienda di Taibon Agordino, specializzata in occhiali in titanio di alta gamma a marchio Blackfin. Del resto, lo stesso Del Din definisce straordinari i risultati degli ultimi anni, al punto da richiedere un passo avanti nell'organizzazione della società. «Non siamo mai stati così positivi guardando al futuro – commenta nella nota il numero uno dell'azienda bellunese - Non a caso stiamo lavorando per migliorare e strutturarci a vari livelli e Mario rappresenta proprio un importante completamento di uno di questi ambiti».

Viel parla di un meraviglioso progetto da portare avanti, di cui ora fa parte. «È per me un modo di ritornare alle origini, raccontando il percorso di un'azienda che vanta con orgoglio una storia di autentico made in Italy», afferma il direttore commerciale mondo di Blackfin nel comunicato.

Versace ceduta a Michael Kors: l'eyewear è tutto in casa Luxottica

La fashion week milanese si è chiusa lunedì con la notizia dell'acquisizione da parte del gruppo statunitense della casa di moda italiana, finora controllata dalla storica famiglia.
Costo dell'operazione: stimato intorno ai due miliardi di dollari

Versace passa a Michael Kors. L'azienda statunitense, che aveva già acquistato nel 2017 il marchio di accessori Jimmy Choo, per un miliardo di dollari, è proprietario anche del brand di gioielli Tiffany & Co.

Il valore dell'operazione ammonterebbe a due miliardi di dollari: il gruppo della Medusa è attualmente per il 20% in mano al fondo americano Blackrock e il resto alla famiglia. Il suo giro d'affari, nel 2017, è stato intorno ai 670 milioni di euro.

Secondo i rumors Donatella Versace, direttore creativo della maison, resterà nella società fondata dal fratello Gianni, scomparso tragicamente nel 1997, con una quota di minoranza. L'altro fratello, Santo, è presidente e titolare del 30% di Givi, la holding di famiglia che controlla circa l'80% della Gianni Versace Spa.

E per gli occhiali delle griffe coinvolte nell'operazione sono ipotizzabili cambiamenti? Allo stato attuale si gioca quasi tutto in casa Luxottica: la licenza per la produzione di modelli sole e vista a firma Michael Kors è stata avviata nel primo trimestre 2014, mentre quella di Versace, storicamente in mano alla società di Agordo, è stata rinnovata nel luglio 2009 per altri dieci anni (nella foto, un modello). Sempre nell'orbita della realtà americana, Tiffany, la cui produzione e distribuzione per l'eyewear è pure affidata al gruppo di Leonardo del Vecchio. Diversamente Jimmy Choo, nelle mani di Safilo: l'accordo per gli occhiali è stato rinnovato nel 2016 e scadrà nel 2023.



EZFit. Semplice. Veloce. Affidabile.

La fresa da negozio per il montaggio lenti

DaTE 2018: è cresciuta la qualità dei buyer

L'evento che si è chiuso lunedì 24 settembre a Firenze, giunto alla sesta edizione, ha fatto registrare tremila ingressi: meno dell'anno scorso, ma con una maggiore quota di ottici italiani, più selezionati e disposti a scrivere ordini. Tanto che gli stessi espositori si sono detti soddisfatti del profilo elevato dei professionisti incontrati nelle tre giornate della Leopolda



Per DaTE 2018 (nelle foto, uno scorcio degli stand) appare sostanzialmente condiviso il giudizio soddisfatto degli espositori: sia sui risultati della loro partecipazione sia sul livello dei buyer che quest'anno hanno affollato la Leopolda soprattutto la domenica, quando si è verificato un afflusso molto più cospicuo di visitatori rispetto al sabato, secondo tutti relativamente tranquillo, e al lunedì, che ha comunque registrato un buon numero di presenze in particolare al mattino. «La scorsa edizione c'erano più professionisti curiosi, anche in senso positivo, per i quali però scegliere di inserire l'occhiale di ricerca nella loro offerta non avrebbe forse portato a un certo risultato: quest'anno c'è stata più qualità – dichiara a b2eyes TODAY [Saverio Vecchia](#), responsabile commerciale di Formelli 1945, che

alla Leopolda, accanto a Flair e Moleskine, che ha avuto ottimi riscontri, ha portato per la prima volta Vinyl Factory - Sono venuti un po' da tutta Italia gli ottici che "contano" per questo segmento, d'altronde ormai è diventato un appuntamento cui non si può mancare». Quarta edizione di presenza e bilancio positivo anche per Porsche Design. «Abbiamo incontrato quest'anno interlocutori più mirati e attenti nell'andare a ricercare non solo un design "estremo", ma con contenuti più di tecnologia, professionisti con la voglia di diversificare in modo consapevole – spiega [Simona Fonelli](#), business unit eyewear manager di Rodenstock – Sono venuti da tutta Italia, molti da Abruzzo, Marche, Lazio e Sicilia: forse il fatto che a DaTE esporgano aziende che hanno una distribuzione meno capillare è un richiamo, diventa l'occasione per vedere in maniera più attenta le cose. Inoltre, Firenze è più ricettiva per il centro e il sud e la location è molto bella e permette a tutti di essere protagonisti». Stand affollato e risultati soddisfacenti anche per Blackfin, dove era presente, accanto all'amministratore delegato [Nicola Del Din](#), anche il neo direttore commerciale mondo Mario Viel. «È stata davvero un'ottima edizione, l'evento che abbiamo organizzato domenica sera con partner e clienti è stato un successo e in Leopolda abbiamo registrato un gran passaggio: in termini numerici abbiamo realizzato il 40% circa in più di ordini rispetto al 2017», commenta [Simone Favero](#), marketing manager di Blackfin.

Soddisfatto anche [Alessandro Monticone](#), amministratore delegato di Fabbricatorino, [new entry](#) del DaTE. «Era la prima volta e il risultato è andato oltre le nostre aspettative, per numero e qualità dei professionisti incontrati – afferma il professionista piemontese – Abbiamo scritto parecchi ordini e fissato molti appuntamenti, anche da ottici che avevamo contattato in precedenza ma che non avevano visionato i campionari. Avere questi spazi, dove anche i marchi più grandi e solidi non "prevaricano", perché tutti abbiamo stand simili e il prodotto risalta di più, è stata per noi una chiave di successo».



Il 2019 di DaTE: ritorno a Firenze e sbarco in California

Il prossimo anno l'evento dedicato all'eyewear di ricerca si terrà, sempre alla Stazione Leopolda, dal 21 al 23 settembre. Ma prima è in programma il debutto negli Stati Uniti

Al termine di quest'ultima edizione, infatti, gli organizzatori hanno annunciato la volontà di dare vita a un appuntamento anche in California, a Santa Monica, a maggio 2019. Quella dell'edizione Usa del DaTE è «un'idea nata in collaborazione con Fiera Milano e Agenzia Ice che mira a esportare il format vincente di DaTE all'estero, puntando su un mercato ricco e ricettivo, dove non vi sono eventi specializzati e dove questa tipologia di prodotti è molto apprezzata – si legge in una nota degli organizzatori - Ora la parola passa agli espositori: per trasformare le intenzioni in realtà si attende il riscontro delle aziende e le selezioni sono già iniziate».

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

Supplemento al 26 settembre 2018 di b2eyes.com reg. presso Tribunale Milano, n. 292, 17-06-2009 © La riproduzione dei contenuti è riservata



Ducati
Eyewear

VIENI A SCOPRIRE LA COLLEZIONE DI OCCHIALI DUCATI
MONDOTTICA LTD | SILMO HALL 06, STAND B067 | WWW.MONDOTTICA.COM