



## La GrandVision che apre: 100 mq a Mestre

L'11 marzo è stato inaugurato il primo negozio GrandVision by Avanzi in città

Il nuovo store GrandVision by Avanzi è situato in via Gino Allegri, nel cuore del centro storico di Mestre (nella foto, un momento dell'inaugurazione di sabato scorso). «Dotato di due vetrine, il negozio si sviluppa su un piano di circa 98 mq, con un ampio spazio espositivo e delle aree dedicate alla sala misurazione della vista, alla sala contattologia e al laboratorio di montaggio occhiali – si legge in una nota di GrandVision Italy, che oggi conta oltre 400 punti vendita a insegna GrandVision, Avanzi, Optissimo, Solaris e Corner Optique – Il punto vendita di Mestre, che porta all'assunzione di 4 persone, è una delle nuove aperture previste nel piano di espansione di GrandVision Italy per il 2017, con la conseguente creazione di circa 600 posti di lavoro nel corso dell'anno. Parallelamente è in atto un importante processo di rebranding che ha già interessato più di 180 punti vendita». Il nuovo store si affianca agli altri tre GrandVision by Avanzi presenti sulla terraferma veneziana, nei centri commerciali Valecenter a Marcon, Nuova Terraglio a Mestre e Nave de Vero a Marghera.



## La GrandVision che chiude: addio al Centro San Ruffillo di Bologna

Secondo quanto risulta a b2eyes TODAY, la chiusura del punto vendita a insegna Avanzi, che ha portato al licenziamento di tre dipendenti, sarebbe legato a un piano di aperture dirette da parte di Coop Alleanza 3.0

Quel che è certo è che oggi ci sono tre lettere di licenziamento, anticipate, secondo quanto riportato nei giorni scorsi dai giornali bolognesi, da un'inusitata richiesta degli scatoloni che sarebbero dovuti servire alle tre dipendenti GrandVision, ancora ignare della decisione dell'azienda, per sgomberare. Tant'è che il 10 marzo è scattato lo sciopero di buona parte degli addetti dei 13 negozi della catena sul territorio felsineo. «Abbiamo saputo più di un mese fa delle intenzioni della società nei confronti di questo punto vendita e delle sue tre lavoratrici, ma dopo due tentativi per essere convocati dalla direzione che non hanno avuto risposta, l'assemblea dei dipendenti ha dato il via libera a uno sciopero che secondo il nostro punto di vista è ben riuscito, dal momento che la proprietà ha dovuto chiamare personale da fuori provincia per mantenere aperti venerdì scorso i negozi di Bologna e provincia – spiega a b2eyes TODAY Aldo Giammella, segretario generale di Uiltucs Bologna ed Emilia Romagna – Secondo noi GrandVision Italy avrebbe potuto mettere in atto ammortizzatori sociali adatti o proporre un ricollocamento sul territorio, anziché a Verona o a Massa Carrara come hanno prospettato i vertici di GrandVision Italy alle tre addette». Nelle motivazioni del licenziamento delle quali ci sarebbe il cattivo andamento dello store in questione, ma nel mondo dell'ottica bolognese ormai tutti sanno o hanno sentito parlare della volontà di Coop Alleanza 3.0, che controlla il Centro Commerciale San Ruffillo (nella foto, tratta da Google Maps), di entrare direttamente e non solo lì nel business ottico.



«Il prossimo appuntamento è fissato per il 31 marzo presso la Direzione territoriale del lavoro: si tratta di un passaggio obbligatorio previsto dalla legge per le aziende sopra i 15 dipendenti che vogliono licenziare da 1 a 4 dipendenti – dice Giammella – Vedremo se in quell'occasione le parti troveranno un accordo soddisfacente per tutti. Comunque la vicenda è stata segnalata alle segreterie nazionali dei sindacati confederali di competenza, perché c'è il rischio che possa rivelarsi un fatto non isolato, così che prendano posizione al riguardo».

Abbiamo chiesto a GrandVision Italy un parere sulla questione, ma l'unica posizione ufficiale della catena è quella sintetizzata in una nota, secondo la quale «in merito alla chiusura del negozio a insegna Avanzi del Centro di San Ruffillo a Bologna, GrandVision Italy intende precisare quanto segue: nel rispetto delle persone coinvolte e in linea con le politiche di welfare, l'azienda si è impegnata nel proporre delle possibilità di ricollocamento interno. L'incontro con i dipendenti è previsto per il 31 marzo in occasione del collegio di conciliazione».



Occhiali ricchi di colore, design e passione italiana

SHOP AT NAU.IT





## Zaccagnini, partnership con l'Institut Supérieur d'Optique

Annunciata a Mido, offre l'opportunità di alternanza scuola lavoro e possibili sinergie didattico culturali tra Italia e Francia

«È da diversi anni che perseguiamo l'obiettivo di internazionalizzare l'istituto, la nostra scuola non è nuova alla collaborazione con realtà estere, basti pensare a quella con l'Aston University di Birmingham – sottolinea a b2eyes TODAY Giorgio Righetti, direttore dell'Istituto Zaccagnini – In questo caso si tratta di un progetto di scambio che ha l'obiettivo di fornire ai nostri studenti occasioni di tirocinio in Francia presso un punto vendita ottico o, per la parte optometrica, anche presso un centro medico; e agli studenti francesi di avere l'opportunità per fare esperienza in Italia». Per il momento l'accordo con l'Iso, scuola di ottica che conta numerose sedi, tra Parigi, Bordeaux, Lille, Lione, Marsiglia, Nancy, Nantes, Rennes e Tolosa, è focalizzato sull'alternanza scuola lavoro, ma in prospettiva potrebbe estendersi anche a scambi di natura più squisitamente didattico culturale. «Il mercato dell'ottica francese ha caratteristiche molto diverse dal nostro, inoltre sono più determinati dal punto di vista commerciale, c'è un maggiore orientamento al business, alla gestione retail – commenta Righetti – Questi aspetti rendono l'integrazione interessante: per uno studente che vuole abbracciare questa professione poter mettere a curriculum un'esperienza internazionale è un'occasione importante».



Dopo l'evento organizzato all'ultimo Mido per presentarla ufficialmente, il prossimo open day sarà l'occasione per illustrare questa partnership nel dettaglio. Secondo la formula consolidata, infatti, per tutta la giornata di sabato 25 e sino alle 13 di domenica 26 marzo l'Istituto bolognese aprirà le sue porte agli studenti e alle loro famiglie, ma anche ai professionisti abilitati e agli imprenditori ottici che desiderano ricevere maggiori informazioni sull'offerta formativa proposta, confrontandosi con la direzione, lo staff e il corpo docente (nella foto, a destra, Righetti con Stephane Lebrati, presidente dell'Institut Supérieur d'Optique presso lo stand dell'Istituto Zaccagnini a Mido 2017).

## Del Vecchio, l'optometria e l'economia liquida

La fusione EssilorLuxottica ha sdoganato le news finanziarie del mondo dell'occhiale dai titoli di coda.

Per il suo nuovo inserto L'Economia del lunedì il Corriere della Sera sceglie come battesimo un'intervista di Ferruccio de Bortoli con Leonardo del Vecchio. Un colloquio molto esauriente e illuminante, per tutti

Lo sappiamo, gli operatori italiani: questa fusione non è nata per il mercato italiano. Il nostro è un paese maturo che invecchia bene ma non per questo necessita di grandi manovre. Uno dei veri obiettivi della fusione è il mercato asiatico, dove la correzione dei difetti visivi degli studenti, che stanno più tempo al pc e tablet delle generazioni precedenti, è un must per tutti. Affrontare quei mercati da soli, sebbene grandi e solidi, poteva essere un azzardo. Crescere o scansarsi quindi. Trovo illuminante l'affermazione del Cavaliere che diventa il titolo dell'intervista: peso di meno ma conto di più. Il senso è chiaro per tutti. Non sarà più il titolare supremo della sua azienda ma galleggerà sempre sopra il 30%, il limite per continuare a decidere il suo destino. Un'affermazione recuperabile dal concetto dell'economia liquida di Zygmunt Bauman. Per il filosofo tedesco, recentemente scomparso, la modernità sta nel fatto che "il cambiamento è l'unica base permanente e che l'incertezza è l'unica certezza". Tutto nasce dalla caduta delle certezze del secolo precedente, dalla mancanza di nuovi modelli e dalla ricerca costante di una nuova visione delle cose senza però ancora trovarne la logica futura.

Le mosse di Luxottica, si sa, non piacciono a tutti. Posso però dire che ciò che fa è un segnale forte di cambiamento e una risposta all'incertezza del futuro. Quando acquistarono il marchio Ray-Ban quegli occhiali erano venduti in America a 38 dollari e in promozione a 18, come ricorda Del Vecchio nell'intervista al Corriere. Li portarono a 78 dollari e dopo qualche tentennamento iniziarono a venderli come oggi. In una fusione con un'azienda oftalmica come Essilor il modello logistico vincente sarà quello di Luxottica che, grazie ai suoi 8.000 negozi nel mondo, oggi ne sa di più di occhiali e lenti della cugina francese. Quel "peso di meno ma conto di più" dovrebbe a mio avviso essere il prossimo prezioso segnale che Luxottica lancia al mercato amico e fratello italiano. Oggi, in questa società liquida, non contano abbastanza i titoli, le posizioni storiche, le élite per costruire il futuro. Conta il pensiero, l'indirizzo: il saper fare, il saper gestire. Anche l'ottica è entrata inconsapevolmente nell'era del post modernismo, nella disgregazione lenta dei sistemi da cui siamo partiti. Impegnarsi a puntellarli con manifesti, congressi, è come costruire sull'acqua. La discussione aperta oggi sull'optometria mi sembra abbia dei parallelismi con quella dei cantieri del Mose che dovrebbero salvare dall'acqua alta Venezia, che sopravvive all'acqua alta da mille anni. Cantieri costosi, che non si sa quando finiscano e che, se finiranno, non si sa se risolveranno il problema. Cerchiamo di pesare meno in questo mare magnum e di contare di più. Solo così ci assicureremo, almeno, il galleggiamento. *pillole@nicoladilernia.it*

**SEIKO**  
EYEWEAR THAT PERFORMS

Acquistando una coppia di lenti di ricetta SEIKO, in tutti gli indici e materiali,

**il TRATTAMENTO SEIKO RoadClearCoat (RCC)**  
è allo stesso prezzo del trattamento SEIKO SuperCleanCoat (SCC)