

Non solo CooperVision: anche la logistica di Sauflon passa al Belgio

«A seguito dell'acquisizione di Sauflon da parte del gruppo CooperVision, quest'ultimo sta apportando modifiche ad alcune delle sue attività in Europa, compresa l'Italia», si legge in un comunicato di CooperVision Italia

«CooperVision si propone di centralizzare una serie di attività relative a stoccaggio, distribuzione ed etichettatura, e cioè le operazioni logistiche più in generale – prosegue la nota - Tali attività, attualmente svolte presso la sede di Sauflon Italia a Roma e presso le sedi di CooperVision Italia a Lainate e a Caronno Pertusella, saranno infatti gestite dal centro logistico europeo del Gruppo con sede in [Belgio](#)».

Nella stessa nota i vertici di CooperVision Italiana ricordano di essere impegnati «a collaborare con i rappresentanti dei lavoratori per discutere le migliori soluzioni possibili per tutte le parti coinvolte, compresi i nostri dipendenti». Il comunicato conclude ricordando che «maggiori informazioni saranno divulgate al momento opportuno».

Galileo, alla guida c'è Barberis

Per oltre cinque anni responsabile del marketing e poi delle vendite in Essilor Italia e per quasi un anno di Nikon, il manager diventa il direttore generale del marchio di lenti oftalmiche, che nel 2014 ha celebrato i 150 di attività e ora ha avviato una riorganizzazione aziendale



«Massimo Barberis (nella foto), dopo aver contribuito, con successo, al progetto di valorizzazione del marchio Nikon in Europa avrà il compito di condurre l'azienda attraverso un più ampio piano di rilancio dello storico marchio Galileo», spiega una nota di Oftalmica Galileo, che punta a confermare «la volontà di accelerare il processo di cambiamento che la porterà verso nuove sfide sul territorio nazionale».

Si completa così l'integrazione nel circuito BBGR, avviato nel maggio 2010: secondo il comunicato, «Oftalmica Galileo si avvarrà delle sinergie con il network internazionale allineandone gli standard qualitativi e di servizio, con l'ambizione di raggiungere livelli più alti di competitività sul mercato. Sinergie che permetteranno alla società di avvalersi di un nuovo e più ampio portafoglio di innovazioni e prodotti, per offrire ai propri centri ottici una gamma ancora più completa e tecnologicamente avanzata accompagnata da un servizio attento e di qualità». Tra le novità in cantiere spiccano nuove opportunità di business, ad esempio l'introduzione di una linea di montature dedicata a clienti selezionati. Sotto il profilo produttivo, invece, a inizio anno si è registrato un ridimensionamento dell'attuale struttura di Sesto S. Giovanni, a nord-est di Milano, a favore della già citata sinergia con le linee produttive BBGR. «Parallelamente, nel corso del 2015 si attuerà il trasferimento della sede della società in un'area milanese certamente più strategica per il business – conclude il comunicato dell'azienda - Questo nuovo assetto della struttura produttiva si è accompagnato, già dal mese di gennaio, con un cambiamento organizzativo che Oftalmica Galileo si è impegnata a gestire in linea con la propria profonda filosofia di responsabilità sociale, assicurando la massima attenzione verso le risorse umane in uscita dalla società».

Di Lernia: un libro per farci delle domande

Sono quelle che emergono in "Da Mido 2014 a Mido 2015 – Un anno di pillole per l'ottica", volume promosso da B2eyes e in uscita in concomitanza con l'apertura della fiera milanese

"Sa perché mangio le radici?". Chiese la Santa a Jeppy Gabardella nella "Grande Bellezza". No, rispose lo scrittore-giornalista. "Perché sono importanti". Anche le parole lo sono e se sono scritte lo sono ancora di più. Non si diluiscono nel traffico della discussione, impregnano la carta e l'anima. Ecco perché nelle mie "pillole" le parole sono misurate e, anche se spesso sono scritte a getto, rappresentano il pensiero e la sintesi di un ragionamento che studia la prospettiva e illumina le sfumature. È quanto scrive Nicola Di Lernia nell'introduzione al suo nuovo libro (nella foto, la copertina). Le mie "pillole" non vogliono dire estreme verità, si calano sull'argomento come un lenzuolo steso su una corda e se ne impossessano con delicatezza ed eleganza - prosegue Di Lernia nella prefazione del pamphlet - Non esistono argomenti belli o brutti. Ma necessari e indispensabili. L'Ottica, e qui sta la mia presunzione, deve imparare dalle "pillole" una minuscola verità: dobbiamo sempre farci delle domande e darci delle risposte e quest'ultime devono indirizzare il nostro cuore e le nostre azioni. L'autore sarà presente domenica 1° marzo alle 16, presso lo stand FGE, al padiglione 3, area OttiClub.



Sul lavoro bisogna aprire bene gli occhi

A distinguere gli uffici buoni da quelli cattivi c'è anche l'aspetto visivo

«Per distinguere gli uffici buoni da quelli cattivi sono decisivi sette criteri: qualità dell'aria, illuminazione, ergonomia, igiene, temperatura e aspetto visivo. Ecco dunque le regole dell'ambiente lavorativo ideale: (...) la luce naturale, quella che entra dalle finestre non deve essere riservata agli uffici dei capi; è ora che si instauri una democrazia solare negli uffici (...). In quanto ai colori, valga l'iniziativa individuale, ciascuno dovrebbe essere incoraggiato a decorare il proprio ufficio, anche se minuscolo, con le fantasie più vivaci (...)».

Riprendendo un'iniziativa editoriale del Washington Post, che ha consultato i maggiori esperti di ergonomia, medicina del lavoro ed eco-psicologia per disegnare le regole dell'ufficio sano, Federico Rampini, in un articolo apparso su La Repubblica del 21 giugno scorso, riporta e illustra i sette criteri fondamentali per "distinguere gli uffici buoni da quelli cattivi" e, oltre ai più prevedibili, compare anche l'aspetto visivo. In un introvabile Quaderno dell'architetto Manzoni sulla Filosofia della Luce, edito nel 1991, si legge: «... non è più tollerabile far vivere degli operatori dove si opera con i Vdu, in ambienti con caratteristiche ansiogene come quelli privi di luce naturale, (...), norme di Igiene del Lavoro stabiliscono che i locali di lavoro devono essere convenientemente illuminati da luce diretta...». Oggi i Vdu sono scomparsi e chiunque di noi è correato e supportato da schermi interattivi dai quali siamo ormai dipendenti.

La migliore Optometria ha tutti i requisiti per occuparsi e preoccuparsi della qualità dell'ergonomia visiva e del percepito quotidiano, anche alla luce delle mutate condizioni visive. Le Associazioni responsabili e i professionisti sensibili, presenti anche al prossimo Mido, sapranno sollecitare il legislatore in tal senso, per soddisfare un bisogno esteso e un'educazione visiva consapevole, che ci compete.

cappa.sergio@fastwebnet.it

Pettazzoni: a Mido una piazza oftalmica per le esigenze di tutti

Anche per il padiglione delle lenti è stata ridisegnata la maglia dei corridoi, così da dar vita a un percorso più razionale e fruibile per i visitatori. Ma tra le grandi novità di quest'anno c'è pure l'allestimento di un'area conviviale, analoga a quella già esistente nel Fashion District



«Il grande rinnovamento di Mido 2015 porterà con sé anche un importante rinnovamento del padiglione delle lenti – spiega a B2eyes TODAY Paolo Pettazzoni (nella foto), vicepresidente Anfao, responsabile per il gruppo delle lenti oftalmiche – La prima grande novità sarà costituita dalla presenza della piazza, elemento che prima caratterizzava solo il Fashion District. A differenza dell'altra non ospiterà un open bar, ma fungerà comunque da punto di ritrovo e sarà allestita con un arredamento di design che le conferirà una precisa connotazione contribuendo a un'ambientazione ben definita. Discorso che, del resto, vale anche per gli altri padiglioni». Oltre che luogo d'incontro per i visitatori, la nuova piazza rappresenta anche un servizio di livello offerto agli espositori. «Il mondo delle lenti è piuttosto dibattuto per quel che riguarda l'esperienza fieristica in generale – commenta Pettazzoni – C'è chi la reputa essenzialmente uno strumento di pubbliche relazioni e valuta, quindi, il ritorno in termini d'immagine non adeguato all'investimento necessario per partecipare. Alcuni espositori scelgono di non esserci o di ricollocarsi, adeguando le superfici. Ridisegnare il padiglione delle lenti è stata l'occasione per un

ripensamento in questa ottica e la presenza della piazza serve proprio a offrire alle aziende una visibilità maggiore e a valorizzare il loro allestimento».

Attorno alla piazza esporranno i maggiori player del comparto lenti, che quest'anno vede la presenza in fiera di quasi tutte le aziende più grandi. «Mi sono speso molto perché la rappresentanza tornasse ad alti livelli – conclude Pettazzoni – Il ritorno di nomi di spicco, come ad esempio Hoya, fa ben sperare. Ci saranno anche Rodenstock, Zeiss ed Essilor con la divisione Instruments... Manca ancora il gruppo Essilor inteso come aziende satelliti, ma auspico, visto lo sforzo fatto, che le innovazioni rappresentino un incentivo per il futuro».

(Nicoletta Tobia)