



LUNEDÌ 23 MAGGIO 2016 ANNO VI N. 1153

Fedon: nel primo trimestre vola con il retail e apre nuovi negozi

Da gennaio a marzo 2016 la società, specializzata in astucci per occhiali e accessori, ha registrato ricavi superiori a 17 milioni di euro, con Ebitda a 944 mila euro. Prevista, inoltre, entro l'anno l'inaugurazione di tre monomarca



«Il primo trimestre 2016 di Giorgio Fedon & Figli si chiude con un fatturato di 17,2 milioni di euro, caratterizzato dalla crescita dei ricavi derivanti dal canale wholesale, destinato ai negozi di ottica e al circuito distributivo della pelletteria, con +6% rispetto allo stesso periodo dello scorso anno, e dalla significativa crescita, anche grazie alle nuove aperture, del canale retail diretto, rappresentato dalla rete di negozi Fedon presenti negli aeroporti e nelle grandi stazioni e che conta oggi 16 punti vendita, segnando +57% rispetto a gennaio-marzo 2015. Il trend positivo è confermato anche a perimetro costante con una crescita di quasi 8% - si legge in un comunicato del gruppo cadorino - L'Ebitda si mantiene invariato in termini di incidenza sul fatturato con circa il 6%, a conferma della maggiore marginalità del mix di prodotto».

«Le vendite derivanti dal canale Oem, grandi e piccoli fabbricanti di occhiali, mostrano, invece, una diminuzione di oltre il 10% a fronte dell'andamento particolarmente positivo del primo trimestre 2015 - prosegue la nota - Tale diminuzione è, infatti, principalmente

riconducibile al ritiro anticipato di merce, avvenuto tra gennaio e marzo dello scorso anno, a opera di alcuni clienti del settore ottico per un totale di 500 mila euro a copertura del fabbisogno di diversi mesi della loro produzione».

Inoltre, a poco più di un anno dalla presentazione a Mido 2015 della linea occhiali Fedon, «abbiamo registrato un successo al di sopra delle nostre stesse aspettative», commenta nel comunicato Callisto Fedon, presidente della società, quotata sui mercati Aim Italia ed Euronext di Parigi.

Prosegue anche il progetto di espansione del gruppo: in programma, infatti, tre inaugurazioni. «La prima, prevista entro la fine di maggio, segnerà la nostra presenza al Sicily Outlet Village di Agira, in provincia di Enna - commenta nella nota Maurizio Schiavo, amministratore delegato della società - Continuerà poi il percorso negli aeroporti e nelle grandi stazioni: saranno avviati a settembre due nuovi spazi commerciali, rispettivamente all'aeroporto di Hong Kong e alla stazione di Torino Porta Nuova. Con tali aperture il numero complessivo di negozi monomarca Fedon raggiungerà le 19 unità» (nella foto, da sinistra, Fedon e Schiavo).

Safilens arriva anche in Spagna

La società italiana di lenti a contatto affida a Visionis Distribucion la commercializzazione esclusiva delle sue linee Safe-Gel, Fusion (nella foto) e Open per i prossimi cinque anni

Nata nel 2010, Visionis Distribucion ha una licenza di distribuzione di dispositivi medici per la commercializzazione di lenti oftalmiche, lenti a contatto e soluzioni, montature, occhiali da sole e accessori.

«Con un team di oltre quaranta professionisti, che vantano una lunga carriera nel settore ottico, è in grado di assicurare un servizio efficiente e personalizzato ai propri clienti - si legge in un comunicato di Safilens - Da sempre la mission di Visionis Distribucion è offrire standard qualitativi elevati, professionalità e affidabilità».

«Il mercato spagnolo, con cui lavoriamo da ormai dieci anni, è molto simile a quello italiano: unisce una lunga tradizione alla presenza sul territorio di produttori locali, soprattutto di soluzioni - commenta nella nota Vincenzo Bruno, amministratore unico di Safilens - È indubbiamente un mercato aggressivo, ma dotato di grande fedeltà verso il prodotto e siamo entusiasti di collaborare con un partner di prestigio come Visionis Distribucion per raggiungere traguardi sempre più ambiziosi».



ONE DAY DALLO SPOT AL POST
Guida all'uso dei new media

Iscriviti su www.scuolagestioneottica.it

Firenze 27 giugno 2016

SGA SIO-O

SCUOLA DI GESTIONE AZIENDALE



Galilei-Luxemburg, più pratica in contattologia

Il 13 maggio, presso la sede dell'istituto milanese, si è tenuto un incontro con Evolens, nata nel 2011 e specializzata ogni tipo di lenti a contatto su misura, con l'obiettivo di far acquisire agli studenti maggiore esperienza sul campo



Il Galilei-Luxemburg rinnova il rapporto con le [aziende](#) del settore, facendo il bis con le lac. «È già da un paio d'anni che organizziamo all'interno della nostra scuola appuntamenti di questo tipo con Evolens: insieme allo staff dell'ufficio tecnico di Milano dell'azienda, con sede a Gattico, in provincia di Novara, era presente un loro consulente esterno, Roberto Guenzi – spiega a b2eyes TODAY [Barbara Merli](#), insegnante tecnico-pratico della scuola milanese – L'iter, di dodici ore complessive sia per la classe quarta sia per la classe quinta, suddivise su due mattinate (nella foto), era in programma all'interno dell'insegnamento di "Esercitazioni lenti a contatto": l'azienda ha trattato diversi argomenti tra cui le lac su misura per il cheratocono, per l'ortocheratologia e protesiche». È seguita un'applicazione su portatori reali, con il supporto della strumentazione di Nikon Instruments. «I dati erano stati precedentemente acquisiti su alcuni alunni che si sono offerti come volontari – racconta ancora la docente – Le lenti a contatto sono state realizzate da Evolens sulla base dei parametri raccolti e, quindi, rese disponibili a scuola per la prova pratica». Il percorso si è chiuso con un intervento degli specialisti del Centro Protesico Oftalmico Viggi di Bologna sulle protesi oculari. «Hanno trattato un argomento che non è propriamente da scuola di Ottica – sottolinea Merli – Ma è stato comunque un modo per approfondire alcuni aspetti sulla materia».

Popai Award, in finale anche due aziende dell'eyewear

I progetti realizzati da Intertouch per Luxottica e da Cartimballo per Mad in Italy sono in lizza, in due diverse categorie, per il prestigioso riconoscimento delle eccellenze nell'arte del retail marketing e del pop

Mad in Italy è tra i finalisti nella categoria "Pop non durevole", ossia i materiali per il punto vendita realizzati in cartonati. «La società Cartimballo di Falzè di Piave, in provincia di Treviso, specializzata nella progettazione e produzione di soluzioni espositive e packaging d'autore, ha scelto di partecipare al Popai Award presentando l'espositore (nella foto, in basso), realizzato per il brand e intitolato "Futurismo 2016 per Vista Eyewear", l'azienda che produce [Mad in Italy](#), ispirato al movimento artistico italiano del primo Novecento», si legge in una nota della società veneta di montature.



È, invece, tra i finalisti della categoria "Digital e Technological Innovation-Tech per lo store" il progetto Magic Mirror (nella foto, a destra), ideato da Intertouch di Roma per lo store [Ray-Ban](#) di Soho, a New York. Il Magic Mirror, come si legge sul sito della società romana, «trasforma il punto vendita in uno store digitale, ingaggiando gli utenti in percorsi interattivi che arricchiscono la shopping experience con nuovi livelli di interazione» e consente «un'esperienza d'acquisto coinvolgente e unica, in cui è il consumatore il vero protagonista: lo shopper può provare i diversi prodotti e, tramite lo specchio touch, scattarsi delle foto e condividerle all'esterno dello store attraverso email, Qr Code e social network». La consegna dei riconoscimenti ai vincitori delle categorie in gara si terrà a Milano domani, al trentunesimo piano del Grattacielo Pirelli.



Scarica gratuitamente la **nuova APP di b2eyes TODAY**
Disponibile su APP Store e Play Store.