

Giorgio Sichel, la scomparsa di un pioniere degli occhiali

Generoso, umile, ma soprattutto all'avanguardia: così il figlio Gianni ricorda il padre, venuto recentemente a mancare, che ha segnato la seconda metà del secolo scorso nel settore con la propria attività commerciale e imprenditoriale



Giorgio Sichel (*nella foto*) era nato a Venezia nel 1927: figlio d'arte, il padre Silvio vendeva occhiali in tutta Italia e in molti paesi del Mediterraneo, tanto da avviarlo alla stessa attività, ma in piena autonomia. Così Giorgio, a vent'anni e con una piccola quantità di denaro concessagli dal genitore, comincia a girare il nostro paese e a distribuire pure lui montature.

Subito dopo la Seconda Guerra Mondiale, l'incontro che gli cambia la vita: quello con William Anger, che nel ventennio successivo sarebbe diventato il più grande e originale produttore di occhiali al mondo: fu l'inventore dell'Optyl, il famoso e innovativo materiale, colui che introdusse la prima licenza nel mercato dell'ottica, Dior, e l'ultima sua creazione prima di morire fu l'occhiale privo di fori e tensionature, il Lensbond, tutti affidati nel corso degli anni a Giorgio Sichel per la distribuzione in Italia.

Tra il giovane Sichel e l'imprenditore di Salisburgo è una sorta di colpo di fulmine professionale, che dura ben quarant'anni e va oltre i passaggi di proprietà dell'azienda e dei marchi lanciati da Anger. Dopo essere transitato da Roma e da Trieste, è a Padova che Giorgio Sichel, nel frattempo sposatosi con Ileana, che gli rimarrà accanto ben 66 anni, trova fissa dimora e consolida la propria attività imprenditoriale, tanto da fondare e guidare a lungo l'Unido, cioè l'associazione dei distributori italiani di montature, che nella città veneta trovano il proprio baricentro.

Il mercato si evolve e Sichel decide di seguirlo. Così nel 1991 apre la Sichel & Sichel, insieme ai figli Gianni e Silvio, società licenziataria e distributrice di marchi di moda o dello sport, come Fiorucci, Pal Zileri o Spalding, per citarne un paio, che scelgono la sua esperienza e la sua abilità per entrare nel mondo dell'eyewear. Nel frattempo, a metà degli anni Novanta, Giorgio Sichel apre un'altra società, che prende il suo nome e successivamente diventa la Eyeconfort, lasciata ai figli e oggi diretta da Gianni: ubicata sempre a Padova, distribuisce il marchio Swissflex, un'altra idea che risale ad Anger. «Papà era così all'avanguardia che, prima di svolgere l'attività imprenditoriale, ideava opere artistiche che lo hanno portato a un passo da esporre alla Biennale di Venezia – racconta a b2eyes TODAY il figlio Gianni – La sua umanità, invece, gli ha premesso di avere nell'ottica non solo tanti colleghi, clienti o fornitori, ma soprattutto tanti amici veri».

Dunhill: da Rodenstock a De Rigo

Il marchio inglese del lusso, parte del Gruppo Richemont, e l'azienda di Longarone hanno firmato un contratto di licenza esclusiva per la creazione, produzione e distribuzione a livello mondiale della collezione di occhiali da vista e da sole

Dunhill, che nell'ultimo decennio aveva affidato la licenza dell'eyewear prima ad Allison e successivamente a Rodenstock, ora sceglie De Rigo. «La partnership tra De Rigo e dunhill London è una testimonianza del costante impegno dell'eccellenza britannica, fondata su creatività, maestria artigianale e innovazione», afferma in una nota Michele Aracri, amministratore delegato di De Rigo.

Il lancio della prima collezione è previsto per l'inizio del 2016. La rete di distribuzione comprenderà i migliori negozi di ottica e i department store a livello mondiale e le boutique monomarca. «Utilizzeremo tutto il know how di De Rigo per sviluppare una collezione eyewear che testimoni il massimo impegno nel rispetto dei valori di tradizione e qualità, con un design dall'eleganza moderna», dichiara Fabrizio Cardinali, amministratore delegato di dunhill (*nella foto, un'immagine di sfilata primavera estate 2016*).



DAITACH ISELF
LENTE PROGRESSIVA ULTRA-PERSONALIZZATA



www.daitachiself.com

Una lente per ogni stile di vita!

La nuova campagna TV, WEB E STAMPA per DAITACH ISELF®



Roma, Capitale per un giorno

Era il titolo del [convegno](#) di domenica scorsa allo Sheraton Parco De' Medici, promosso da Free Optik. E, per quanto riguarda il mondo delle lenti oftalmiche e a contatto progressive, lo è certamente stata



Centoventi presenti in sala e un'ottantina a regime che hanno seguito a distanza lo streaming video e il webinar con la possibilità di chattare e fare domande ai relatori in aula, quattro, tutti di eccellenza, sia a livello scientifico, Giancarlo Montani e Gianmario Reverdy, sia aziendale, Silvano Larcher di Hoya e Alessandro Filippo di Safilens (nella foto, durante il suo intervento, insieme a Montani). Nicola Di Lernia ha programmato l'evento, insieme a vertici di Free Optik, e condotto i lavori nella logica dell'intervista e dello storytelling. «Veramente una gran bella domenica lavorativa – ha commentato Stefano Mele, presidente della cooperativa ottica - Siamo riusciti a creare un incontro forse senza precedenti, con soci arrivati dal Lazio, dalla Puglia, dalla Campania, dalla Basilicata, dalla Toscana, ma anche dal Piemonte, portando per la prima volta un convegno a casa di chiunque lo desiderasse, grazie alla tecnologia webinar».

L'obiettivo era creare nei due momenti della giornata un parallelismo tra il mondo dell'oftalmica e quello della contattologia per una visione completa del mercato e delle opportunità offerte dalla presbiopia. Un momento particolarmente toccante è stato il saluto di Sandro Kichelmacher, padre fondatore di Free Optik, che ha ricevuto una standing ovation da parte del pubblico presente. Tra i soci che hanno potuto assistere via streaming all'evento direttamente da casa spicca il commento su Facebook di Michele Cuppone. «Grazie per questa novità che segna una rivoluzione nello scenario dell'aggiornamento professionale promosso da gruppi del mercato nazionale», ha scritto l'ottico pugliese. (con la collaborazione di Nicola Di Lernia)

Ottica Poma: vent'anni di costanza per "conquistare" il quartiere

Il punto vendita di via Viscogliosi, alla periferia di Roma, ha da poco festeggiato i due decenni di attività, durante i quali è riuscito a fidelizzare, con pazienza e professionalità, una clientela per la maggior parte residenziale

Per Ottica Poma la professione è davvero una questione tutta familiare. «Io e mia moglie Franca avevamo inaugurato il nostro primo negozio nel 1977, nel quartiere San Giovanni a Roma, dopo il diploma di ottica, ma lo abbiamo venduto nel 1990 e ci siamo presi un periodo sabbatico – racconta a b2eyes TODAY Flavio Poma (nella foto, insieme alla moglie), titolare oggi di due centri ottici della Capitale che portano il suo nome – Il punto vendita di via Viscogliosi, nel quartiere di Tor Tre Teste, dove abitiamo, l'abbiamo aperto nel 1995 perché tutti e tre i nostri figli, Gianluca, Giorgio e Gloria, di loro spontanea volontà, hanno deciso di intraprendere gli studi di ottica. È stato il maggiore di loro, qualche anno dopo, a suggerire di avviare un'attività anche in via Ratto delle Sabine, che oggi dirige con i fratelli, perché quel quartiere non era ancora servito da un ottico». Per celebrare il ventennale del primo centro ottico, Ottica Poma ha organizzato a fine settembre un piccolo evento, ospitando un happy hour cui sono intervenute tra le 150 e le 200 persone. Per pubblicizzare l'appuntamento, si è utilizzato soprattutto Facebook, attraverso la pagina di Tor Tre Teste. «L'intento era puramente celebrativo, sono venuti a trovarci per festeggiare soprattutto nostri clienti, che poi sono abitanti di questo quartiere – sottolinea Poma – D'altronde il nostro punto vendita è situato in periferia, non possiamo contare su un passaggio di gente continuo, da noi non vengono il turista o il passante. Il nostro business è, quindi, imperniato sul quartiere: un lavoro "di maglia" che si deve espandere a macchia d'olio, lentamente, lavorando sulla fidelizzazione, puntando soprattutto sulla professionalità, sul continuo aggiornamento e sulla qualità».

