

Safilo, mai più un mega brand come Gucci

L'azienda padovana ha recentemente illustrato nei dettagli, presso lo showroom di Milano, le strategie del piano industriale da portare a termine entro il 2020: tra gli obiettivi il rafforzamento del portafoglio con nuove licenze, attualmente 25, e label a marchio proprio, al momento 5, per coprire lo spazio lasciato libero dalla griffe dal 2017



«Meglio tanti brand con la propria autonomia e identità che uno solo». Il messaggio dei vertici aziendali di Safilo è chiaro: aumento della quota degli housebrand sino ad arrivare al 40% del proprio portafoglio, divisione dei marchi in cinque segmenti per rispondere alle esigenze di un consumatore sempre più attento ed espansione della linea bambino sono i punti chiave della nuova strategia aziendale. «Questo rafforzamento ha l'obiettivo di compensare l'uscita di Gucci – ha spiegato Gianni Panciera, trade marketing manager Italia di Safilo Group (nella foto, la sede) – Punteremo sulle licenze Dior, Marc Jacobs, Fendi, che debutterà con la collezione eyewear maschile da gennaio, e su Max Mara che, in particolare, ha registrato negli ultimi due anni una crescita del 30%, con un incremento a doppia cifra nel periodo estivo rispetto a quello dello scorso anno e il cui accordo è stato rinnovato in anticipo sino al 2023». A conferma della linea d'azione di Safilo la nuova partnership con Moschino e quella fresca di annuncio con Rag&Bone, brand statunitense di abbigliamento, in partenza nel 2018 e valida sino al 2022. Nell'ambito della segmentazione del prodotto ci sarà una novità per Oxydo, "promosso", con il lancio della linea Oxydo Lab nel 2017, al lusso della categoria Atelier, insieme a Elie Saab. «Ottima anche la performance di Carrera, uno dei marchi di Safilo più forti nel vista, in crescita nel sole grazie al modello Maverick, con testimonial Jared Leto: in questo segmento ha, infatti, registrato negli ultimi due mesi, rispetto al 2015, +19% - aggiunge Panciera – Sono previste attività nei centri ottici a ulteriore supporto del sell-out».

Nel piano industriale l'Italia giocherà un ruolo di spicco. «È già stato avviato un processo per riportare in Italia una parte significativa della produzione», ha spiegato Despina Tsagari, country manager Italia del gruppo padovano. La riorganizzazione interna prevede anche uno spostamento delle risorse dagli uffici all'area produttiva, come pubblicato nelle scorse settimane da alcuni giornali locali, che parlavano di una trentina di dipendenti. «Rispetto a quanto riportato dai quotidiani il numero delle persone coinvolte è più basso – ha precisato Antonella Leoni, responsabile della comunicazione di Safilo – Il progetto di trasformazione di tutta la catena industriale, che prevede anche l'introduzione del Sap (*software di gestione aziendale, ndr*) e la revisione della supply chain con un investimento di circa 60 milioni di euro, è riportare la produzione di occhiali finiti in Safilo, con focus sull'Italia, senza ricorrere a terzisti: ciò necessita di figure aziendali compatibili a questo disegno organizzativo che potrebbe comportare una modifica delle mansioni di alcune risorse alle quali verrà offerto, a parità di condizioni economiche, un nuovo ruolo. In merito alla questione, prossimamente è in programma un incontro con i sindacati». L'azienda ci tiene comunque a sottolineare che nell'ultimo anno nel solo stabilimento di Longarone sono state assunte 159 persone e investiti 4 milioni di euro per nuovi macchinari.

Seiko Xtranet semplifica e velocizza l'ordine online

Il brand oftalmico ha messo da qualche mese a disposizione dei centri ottici partner il nuovo sistema gratuito che consente di gestire le richieste in maniera rapida e intuitiva

Seiko Xtranet offre la possibilità di effettuare ordini seguendo una procedura semplice e veloce perché si può utilizzare da qualsiasi device, computer, smartphone e tablet. «Il sistema è pratico e intuitivo e non è necessaria nessuna installazione: l'accesso avviene infatti collegandosi al portale online dedicato seikoxtranet.it (nella foto, la pagina d'accesso) - spiegano in Seiko Optical Italia - Consente di effettuare ordini di lenti intere o sagomate grazie al fatto che è possibile configurarlo con i principali traser presenti sul mercato. Inoltre l'inserimento dei dati e le funzioni nuove sono costantemente aggiornati in automatico. Infine, grazie a Seiko Xtranet i clienti beneficeranno di numerosi vantaggi: avranno l'opportunità di effettuare il calcolo degli spessori, di avere una visualizzazione della lente in formato 3D e la completa visibilità dei tempi di spedizione prevista per ogni tipo di ordine».



Brogi: con "Prezzo Zero" + 30% dall'oculista

Lo ha affermato il presidente di Nau! il 26 ottobre a Roma, in occasione di un incontro sulla prevenzione visiva, organizzato alla Biblioteca del Senato



«Il numero dei nostri clienti che va prima dall'oculista cresce del 30%, un tasso superiore a quello con cui cresce Nau!, pari al 25% annuo», ha ricordato **Fabrizio Brogi**, davanti a qualche decina di persone, tra ospiti, addetti ai lavori e giornalisti. Il merito, secondo il fondatore del brand di occhiali con negozi, che ha ormai ampiamente superato quota cento monomarca tra Italia ed estero, è della promozione "Prezzo Zero", con cui Nau! offre una montatura gratuita a fronte della presentazione nel centro ottico di una prescrizione oculistica.

"Fatti guardare negli occhi", l'incontro romano moderato dalla giornalista Daniela Minerva e alla presenza del senatore Federico Gelli e dell'oftalmologo Filippo Cruciani, è stato l'occasione per il rilancio dell'iniziativa, con tanto di video promozionali girati tra

la gente a Milano. «Nau! è uno degli esempi di perfetta armonia e collaborazione nell'interesse di tutte le persone, in una situazione italiana che da decenni si presenta all'insegna di un'inutile contrapposizione», ha sottolineato **Matteo Piovella**, altro relatore all'evento. Il presidente della Società Oftalmologica Italiana ha anche ribadito che l'attività di Nau! è importante, «perché è il "ponte" per arrivare a fare vera prevenzione visiva a un numero molto ampio di persone – ha detto Piovella – Nau!, inoltre, continua a sponsorizzare il Premio della Ricerca Scientifica della Soi, del valore di 25 mila euro, che verrà consegnato al Congresso di novembre». E con i clienti che non si presentano in negozio con una prescrizione oculistica, come si comporta Nau!? «Il personale dei nostri punti vendita viene formato affinché, dopo il controllo della vista, consigli sempre di andare dall'oculista almeno una volta all'anno per una visita specialistica», ha rivelato a b2eyes TODAY lo stesso Brogi (nella foto, i relatori all'incontro di Roma: da sinistra: Brogi, Minerva, Gelli, Piovella e Cruciani).

Sioo, 100 mq in più per la formazione

Entro tre mesi circa è prevista l'inaugurazione di una nuova aula e di un nuovo ambulatorio optometrico per la struttura formativa collocata all'interno della stazione di Santa Maria Novella a Firenze

«La Scuola Internazionale di Ottica e Optometria di Firenze ha deciso, per la seconda volta da quando è nata, nel 2013, di ampliare i propri locali per rispondere a una richiesta sempre crescente di iscrizioni e di classi, oggi una dozzina in tutto, tra Ottica e Optometria – annuncia a b2eyes TODAY il direttore, **Silvano Abati** – Abbiamo, quindi, chiesto a Grandi Stazioni un nuovo spazio, altri 100 metri quadrati nella stessa struttura che attualmente ci ospita».

Ma le novità per la scuola fiorentina non finiscono qui. Oggi, 2 novembre, parte un corso di Optometria curriculare di un anno, con frequenza durante la settimana, che va ad affiancarsi alle tre classi di Optometria per studenti lavoratori già attive. E poi ci sono le conferme. Il 13 novembre prenderà il via, infatti, la seconda edizione del corso di aggiornamento per ottici: strutturato in sei incontri, «è studiato per coloro che, non potendo frequentare un corso di Optometria, desiderino comunque acquisire quelle nozioni teoriche e pratiche necessarie per affrontare le nuove sfide che si prospettano alla categoria», ricorda Abati. A sua volta, il 20 novembre ripartirà come da tradizione il corso di contattologia di base.

La Sioo, in collaborazione con la classe medica, fornisce inoltre docenti e strutture alla Scuola Italiana di Ipovisione, che con l'incontro in programma a metà novembre proseguirà il primo ciclo annuale di corsi dedicati alla materia (nella foto, un gruppo di studenti della Sioo di Firenze, davanti alla sede della scuola).

