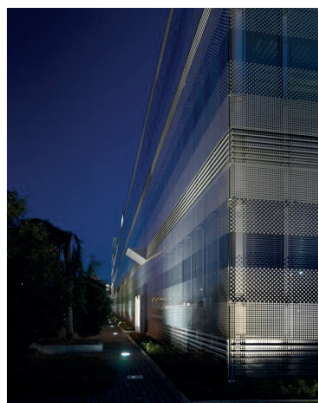


Safilo: i ricavi sfiorano 1,3 miliardi di euro

I dati preliminari del fatturato 2015 indicano che il gruppo padovano è cresciuto dell'8,5% a cambi correnti, mentre è rimasto in linea con i risultati del 2014 a cambi costanti. Ma anche che negli ultimi tre mesi dello scorso anno ha fatto segnare una frenata



Nel quarto trimestre le vendite del gruppo hanno, infatti, registrato, rispetto al 2014, +2,6% a cambi correnti (-2,7% a cambi costanti) raggiungendo circa 319 milioni di euro. «La performance complessiva delle vendite relative al portafoglio di marchi in continuità, esclusi quindi tutti i brand che non fanno o non faranno più parte del portafoglio del gruppo, ha evidenziato nel periodo ottobre-dicembre 2015 un aumento del 7,4% a cambi correnti e del 2% a cambi costanti – si legge in un comunicato di Safilo Group (nella foto, uno scorcio della sede di Padova) - Su base annua, la crescita organica rispetto allo scorso anno è stata pari al 13% a cambi correnti e al 4,3% a cambi costanti». In Europa Safilo nel 2015 è cresciuta del 6%, mentre in Nord America ha registrato un +0,8% a cambi costanti rispetto al 2014. Il gruppo di montature ha realizzato, invece, risultati negativi in America Latina (-1% sempre a cambi costanti) e in Asia-Pacífico (-20% circa), mentre nel resto del mondo ha accelerato con un tasso a due cifre (quasi +12%).

Certottica, vertice mondiale sul nichel

La nuova norma che regola le analisi su questo metallo per il mondo dell'occhiale, già approvata e operativa dopo la pubblicazione prevista in primavera, è stata illustrata lunedì e martedì presso l'Istituto di Longarone a una platea internazionale

«Il workshop di due giorni sul nichel nell'occhiale è il primo a livello mondiale aperto alle aziende», spiega in una nota Certottica. Responsabili di società e di laboratori, provenienti da varie parti del mondo, dal Giappone al distretto dell'occhiale bellunese, si sono, infatti, incontrati nei giorni scorsi a Longarone per ascoltare le informazioni del gruppo di lavoro WG8, "Ni release from spectacle frames", ossia il rilascio del nichel nelle montature degli occhiali, istituito dal tavolo normativo del CEN/TC 170, incentrato su ottica e oftalmologia, a sua volta incaricato dalla Commissione Europea per la definizione della nuova metodologia. L'organismo ha così stabilito i nuovi test su questo metallo, potenzialmente un allergene, «causa principale di dermatite da contatto nella popolazione europea – sottolinea il comunicato - La ricerca ha appurato che la reazione allergica è provocata dall'assorbimento di ioni da parte della pelle. Per questo sono diversi i problemi che emergono nel certificare la conformità dei prodotti: primo tra tutti l'incertezza nel misurare i processi di migrazione, e del conseguente assorbimento, se uno dei reagenti è, per esempio, un elemento estremamente soggettivo e difficile da standardizzare come il sudore».

La norma appena approvata è stata tarata appositamente sull'occhiale. «Le montature in metallo, prodotte in milioni di pezzi ogni giorno, necessitavano di un metodo per valutare rapidamente ed economicamente la conformità anche di un singolo lotto – prosegue la nota - In parallelo anche le autorità ispettive dovevano disporre di un parametro per valutare l'idoneità degli articoli per la salute dei consumatori senza arrecare inutili danni alle aziende con soste forzose della merce. La norma è composta da due test, uno qualitativo e uno quantitativo, è già approvata e sarà pubblicata in primavera divenendo così operativa: nel frattempo i contenuti sono stati spiegati dagli stessi autori nel meeting a Certottica, con l'ausilio anche di dimostrazioni pratiche», conclude la nota (nella foto, una fase dei lavori del workshop dell'1 e il 2 febbraio).



I premontati finiscono al Tg5

Il disegno di legge sugli occhiali da lettura preconfezionati, presentato lo scorso luglio in [Senato](#), è stato citato lunedì in un servizio nell'edizione serale del telegiornale di Mediaset. A intervenire in video presumibilmente un farmacista, l'oculista Romolo Appolloni, ma nessun ottico



«Occhiali da vista economici, si trovano ormai ovunque: c'è chi mette in guardia dai possibili rischi e chi vuole limitarne la vendita»: così Alberto Bilà, conduttore del Tg5 nell'edizione delle 20 del 1° febbraio, introduce il servizio di Roberta Floris sui premontati. Il primo ad apparire sullo schermo è, probabilmente, un farmacista: si riconosce alle spalle un punto vendita, di cui non viene indicata l'identità, anche se si intravedono sullo sfondo espositori con medicinali e prodotti da banco, tipici di una farmacia. «Vengono con ricetta medica dopo aver fatto una visita oculistica – dice il professionista in camice bianco al microfono (nella foto) - In altri casi vengono qui per avere un rimedio subitaneo».

L'oggetto di cui si parla è il premontato, «venduto presso tabaccai, market sino alle edicole: da qui l'iniziativa di un gruppo di senatori per ridurre il numero di luoghi destinati alla vendita di occhiali preconfezionati e controllare la qualità di prodotti – spiega in voice over Floris – L'intento è scongiurare il fai da te e i rischi della merce non omologata». A sostegno di questa tesi interviene nel servizio Romolo Appolloni, primario della clinica oculistica S. Eugenio di Roma. «Spesso acquistare gli occhiali premontati significa bypassare la visita oculistica e questo non va bene perché ci sono tante patologie dell'occhio che sono, specialmente nelle fasi iniziali, sintomatologicamente poco evidenti – afferma nel servizio l'oftalmologo romano - Gli occhiali preconfezionati hanno due lenti che sono identiche, mentre ci sono tanti pazienti che hanno gli occhi leggermente differenti». Per Appolloni il medico può consigliare gli occhiali premontati, dopo aver fatto una visita oculistica «ma è bene acquistarli in centri specializzati», sottolinea il professionista, senza però indicare quali. Meglio, secondo il servizio, evitare di comprare occhiali a buon mercato che possono provocare problemi alla vista, venduti ad esempio da ambulanti, uno dei quali, intervistato in chiusura del pezzo, evidenzia l'esigenza dei propri clienti di risparmiare.

Ray-Ban, per San Valentino si personalizzano online

Il servizio di personalizzazione degli occhiali da sole, disponibile sul sito dell'housebrand di punta di Luxottica, dal 1° febbraio offre l'opportunità di celebrare la festa degli innamorati con un'incisione ad hoc sulle aste

Grazie al servizio Ray-Ban Remix, lanciato nel 2013, il cliente finale può già personalizzare completamente gli occhiali da sole del marchio: attraverso l'apposita sezione sul sito del brand l'utente può, infatti, selezionare il modello, combinare i colori del frontale e delle aste, selezionare le lenti, standard o sfumate, polarizzate, flashate o a specchio e scegliere cosa incidere sulle aste e sulla custodia.

In occasione di San Valentino, l'housebrand di Luxottica propone però un'ulteriore opportunità. Dall'inizio di febbraio, infatti, il servizio consente di individuare la scritta che si desidera far incidere e di indicare dove si vuole posizionare un cuore sulle aste (nella foto), con cui si può personalizzare anche la custodia. Oltre che in Europa, l'opzione è disponibile anche negli Stati Uniti, in Canada e in Australia.



Direttore responsabile: [Angelo Magri](#) Coordinamento redazionale: [Francesca Tirozzi](#) Redazione: [Nicoletta Tobia](#)

Supplemento al 4 febbraio 2016 di b2eyes.com reg. presso Tribunale Milano, n. 292, 17-06-2009 © La riproduzione dei contenuti è riservata