



## Made in Italy: una class action contro Kering Eyewear?

L'accusa è di utilizzare questa dicitura, ma di produrre in Cina: a citare il gruppo, con la richiesta ai giudici di poter far accedere alla causa anche altri soggetti, è stata Selima Optique, azienda americana con negozi a New York, Santa Monica e Parigi e titolare anche di una propria linea di occhiali



Tutto ha avuto inizio quando nella boutique sono stati consegnati un modello Ysl su cui erano riportate sia la dicitura made in Italy sia made in China. Secondo quanto riportato da *pambianconews.com* e da altri media internazionali, Kering Eyewear avrebbe attribuito l'accaduto a un errore, affermando che il made in China era riportato su un prodotto in realtà destinato agli occhiali di Puma, realizzati in Oriente.

Selima Optique si è sentita, però, danneggiata, essendo un rivenditore (*nella foto, tratta da selimaoptique.com, il punto vendita di Soho, a New York*) ma anche un competitor. Ha, perciò, chiamato in causa Kering Eyewear: l'accusa mossa è produrre le varie parti degli occhiali in Cina, per poi spedirle in Italia, dove vengono assemblate. Più precisamente Selima sostiene che a partire dal settembre 2016, poco dopo il lancio della prima campagna di vendita globale per Gucci, Kering Eyewear abbia iniziato a sostituire le etichette "made in China" con "made in Italy" prima di venderle a grossisti o direttamente ai consumatori.

Kering Eyewear, nel confermare a b2eyes TODAY i fatti, fa alcune precisazioni. «I modelli consegnati a Selima Optique presentavano effettivamente un errore di stampigliatura – spiega un portavoce dell'azienda con sede a Padova – Si tratta di 21 pezzi, che sono finiti per sbaglio nel ciclo di stampigliatura made in China, destinato invece a Puma, di cui venti consegnati a un rivenditore e uno solo a Selima Optique: dopo la segnalazione abbiamo richiamato il lotto, sostituito i modelli e presentato ai nostri clienti tutti i certificati di qualità. Mentre il primo rivenditore ha compreso che si trattava di un errore, Selima Optique ha invece avviato una causa contro di noi. Ci batteremo nelle sedi opportune per dimostrare che i nostri prodotti luxury sono made in Italy e rispettosi di tutte le normative vigenti».

## Cecop, al via la formazione manageriale con Evolution

Annunciato nell'ottobre 2016 a Bari in occasione della convention annuale del gruppo, il programma è partito nei giorni scorsi con due appuntamenti a Milano (*nella foto*) e a Roma e riprenderà a settembre

Per il gruppo d'acquisto di matrice spagnola, che oggi conta nel nostro paese circa 700 punti vendita associati, il progetto mira a trasformare l'ottica "da negozio a impresa". «Evolution rappresenta una serie di appuntamenti nei quali si analizzano le possibili strategie imprenditoriali dell'ottica e gli indicatori di gestione necessari per monitorarne i risultati – spiega in una nota [Enrico Ferrario](#), country manager Italia di Cecop - Durante gli incontri vengono inoltre approfonditi argomenti come il percorso che porta dall'accoglienza al post vendita e l'impatto che la differenziazione e la pianificazione hanno sulla marginalità».

Evolution costituisce, di fatto, un ulteriore passo in avanti per Cecop Italia, che già da tempo punta con decisione sulla formazione continua attraverso i webinar, corsi online tenuti da professionisti e aziende partner, con particolare attenzione al mondo dei social media. A loro volta non sono mancati i corsi in aula alla ExpoCecop 2017, che si è svolta a fine maggio a Milano: il tema di quest'anno è stato "Be YOUNique: trova il tuo stile unico" e ha avuto come filo conduttore quello della differenziazione, grazie anche all'intervento in plenaria di Roberto Pregliasco, ottico, optometrista e coach, che ha parlato proprio di differenziazione e di cambiamento.

L'evento ha complessivamente coinvolto più di 150 persone tra imprenditori ottici affiliati ed esponenti delle aziende partner.





## Lapo e la livella dell'ottica

Il rinascimento di Italia Independent parte da Pitti Uomo. Un campo neutro dove il suo fondatore annuncia il [taglio del management](#) e offre una ragione presente e futura alla sua azienda di abbigliamento ma soprattutto di occhiali



La sortita di Lapo Elkann alla web tv di *Repubblica* mi riporta alla memoria un fenomeno di amico che ritornava sulla scena dopo una fuga, una marachella e al quale non disdegnavo un sorriso e una carezza. Ma le sue dichiarazioni mi lasciano l'amaro in bocca e probabilmente anche a molti del settore. La storia di Italia Independent parte dieci anni fa. Ed è una bella storia. Un rampollo di una grande famiglia di industriali decide di entrare nel mondo dell'occhialeria con creatività, esuberanza, voglia di vincere. Non è la punta di diamante di questa famiglia ma molti gli riconoscono la figura di outsider, quello che può azzeccare qualcosa di grande. E quel qualcosa Lapo e Italia Independent iniziano a cercarlo nei primi anni della loro vita. E, paradossalmente, questa allegra brigata le sue spiagge le ha raggiunte. Anch'io mi sono innamorato di Italia Independent, delle sue idee creative, dell'abbinamento-accostamento dell'occhiale all'abbigliamento, delle grandi alleanze con grandissime icone della moda. Basti pensare a quell'occhiale da sole che Italia Independent produsse assieme a Karl Lagerfeld, il genio di Chanel. Io lo comprai e lo sapevo - dentro di me - che quell'occhiale si poteva fare meglio, nel senso del produrlo, ma appena lo indossavo tutti, soprattutto l'altra metà del cielo, mi facevano i complimenti e mi chiedevano la provenienza. Si sa, tu indossi un'occhiale per esigenza, piacere, protezione ma se piace anche agli altri e ti dicono che sei "avanti", questi complimenti non hanno prezzo e te li ricordi nel tempo.

Poi in questi ultimi cinque anni Italia Independent è scomparsa dal mio radar. Gli uomini che andavano dai miei clienti ottici e scherzosamente, ma mica tanto, li esortavano nel guarire dalla "Luxottichite" e dalla "Safilite", si sono imborghesiti. Nel cuore, non nell'abbigliamento. Gli occhiali sono diventati "normali", le mire espansionistiche si sono rifatte a quelle di altri grandi consolidate ma senza le spalle grosse. In sostanza l'onda anomala si è adagiata sulla spiaggia. E probabilmente proprio qui, quando è entrata nel mondo della normalità ha perso, fino a oggi, quello che era prima senza più ritrovarsi.

Per questo quando osservavo il video di Lapo Elkann e ascoltavo le sue parole sorridenti mi è tornata alla memoria quella grande poesia di Totò, ovvero "La livella". Solo che, sempre che il Principe de Curtis me lo permetta, vorrei "storpiare" l'immensa frase finale dedicandola a tutti quelli che nel nostro settore credono che il successo sia fatto da tanti piccoli passi: caro Lapo, noi siamo seri, apparteniamo all'ottica. [pillole@nicoladilernia.it](mailto:pillole@nicoladilernia.it)

## Essilor scende sul green contro la Sla

L'azienda sponsorizzerà e parteciperà all'evento benefico Fondazione Vialli e Mauro Golf Cup, in programma il 26 giugno al Golf Club Villa Carolina a Capriata d'Orba, in provincia di Alessandria, per sostenere la onlus, impegnata dal 2003 nella lotta contro la Sclerosi Laterale Amiotrofica

Essilor scende in campo al fianco di Gianluca Vialli e Massimo Mauro per sostenere l'impegno della loro Fondazione, prendendo parte alla competizione benefica, giunta alla XIV edizione, che vedrà coinvolti personaggi del mondo dello sport e dello spettacolo, oltre a imprenditori che saranno insieme sul green per raccogliere fondi a favore della ricerca sulla Sla. «Ventinove squadre si sfideranno in un'avvincente gara shot gun 18 buche: i team saranno capitanati ciascuno da un professionista dell'European Tour affiancato, per l'occasione, da una celebrity e da due amateur - si legge in una nota di Essilor Italia - Due premi speciali, inaugurati nella precedente edizione, saranno assegnati durante la gara: il "Buca 14", in ricordo della leggenda del calcio Johan Cruyff, e il "Giovane Promessa", in ricordo di uno dei più talentuosi golfisti italiani in erba, Teodoro Soldati, scomparso all'età di 15 anni». I fondi raccolti saranno destinati ad AriSLA-Fondazione Italiana di Ricerca per la Sla e al finanziamento decennale di un posto da ricercatore presso l'Università degli Studi di Torino per l'attività di ricerca sulla malattia.

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

Supplemento al 22 giugno 2017 di b2eyes.com reg. presso Tribunale Milano, n. 292, 17-06-2009 © La riproduzione dei contenuti è riservata



Scarica gratuitamente la **nuova**  
**APP di b2eyes TODAY**

Disponibile su APP Store e Play Store.