

Anfao e Mido, Vitaloni è il nuovo presidente

Ieri nell'assemblea annuale di Belluno sono stati eletti i vertici che guideranno per il prossimo quadriennio l'associazione aderente a Confindustria: legame con il territorio, coinvolgimento dei soci e innovazione spiccano nel programma del nuovo Consiglio



L'Associazione Nazionale Fabbrianti Articoli Ottici ha scelto **Giovanni Vitaloni** (nella foto) quale nuovo presidente, che assume anche la presidenza di Mido. Nominato anche il nuovo Consiglio di presidenza che lo accompagnerà nel percorso: Paolo Pettazzoni, Renato Sopracolle, Lorraine Berton, Nicola Del Din (vicepresidenti) e Cirillo Marcolin (past president). I vicepresidenti verranno coadiuvati da delegati per specifiche attività: Callisto Fedon per i rapporti con Certottica, Enrico Tormen per la Commissione Tecnica e Nadia Zampol per l'internazionalizzazione.

Giovanni Vitaloni, 49 anni, già vicepresidente dell'associazione con delega a Mido, proviene da una famiglia di industriali torinesi ed è fondatore e amministratore delegato di Nico-design. Forte di una presenza trentennale nel settore, «orientato alla concretezza, la sua squadra di lavoro incarna lo slancio verso le sfide del mercato, mantenendo un legame strategico con il distretto territoriale dell'occhialeria», precisa un comunicato di Anfao. «Opereremo per migliorare la comprensione delle problematiche d'interesse per tutti gli associati, ispirandoci a quattro valori: trasparenza, coinvolgimento, innovazione, qualità», commenta nella nota il neopresidente di Anfao, che intende lavorare in continuità con la presidenza uscente, alle cui linee di sviluppo e realizzazione ha contribuito in veste di vice. «Sono onorato di subentrare in un ruolo che tradizionalmente ha espresso la rappresentanza di grandi gruppi industriali del nord-est – aggiunge Vitaloni - Noi siamo una realtà certamente di un'altra dimensione, oltre che geograficamente localizzata nel nord-ovest, ma non di meno impegnata a tenere vivo e costruttivo il rapporto con il distretto di riferimento. La crescita in termini di attrattività e visibilità di Anfao, l'allargamento della base associativa, il rafforzamento della rappresentanza istituzionale e l'ampliamento dell'offerta dei servizi agli associati attraverso la nuova **Federazione**, il mantenimento e laddove possibile l'incremento delle iniziative di internazionalizzazione sono alcuni punti fondamentali sui quali mi concentrerò a livello associativo. Costante attenzione verrà dedicata allo sviluppo delle attività commerciali e di comunicazione legate a Mido, fiore all'occhiello del sistema e patrimonio inestimabile per tutte le aziende associate». Nella nota il presidente uscente ricorda i risultati più significativi del suo ultimo quadriennio di presidenza. «La nascita di Confindustria Moda e l'imminente trasferimento nella nuova sede che ospiterà i comparti del mondo fashion, l'impulso all'internazionalizzazione del settore, la conferma della leadership di Mido a livello internazionale, la conclusione dell'accordo con le parti sociali che riguarda la nuova classificazione del personale del settore occhialeria, il riconoscimento Onlus della Commissione Difesa Vista di cui siamo da sempre promotori e, non ultima, la partecipazione societaria in DaTE, elemento molto importante che dà ulteriore prestigio al nostro sistema», afferma Cirillo Marcolin.

Dai Optical: per gli ottici un'estate... scontata

L'azienda oftalmica propone Corriere Dai summer edition, un calendario di promozioni che abbraccia tutto il periodo estivo

Corriere Dai summer edition (nella foto, l'immagine di campagna), in vigore sino alla fine di agosto, è dedicata ad alcuni dei prodotti dell'azienda oftalmica. A luglio è attiva la promozione per Color Mirror Xtra, «un nuovo trattamento sulle fotocromatiche Transitions Xtractive che unisce specchiature glamour e trattamento antiriflesso Decor interno», precisa un comunicato della società di Molfetta.

Per le consegne urgenti è disponibile Quick Color, il servizio di produzione e consegna veloce. «Ordinando, entro le 16, una lente di ricetta con indice 1.5 colorata, la lente sarà costruita e l'ordine sarà evaso in giornata», si legge ancora nella nota. Dai Optical propone, inoltre, Polarizzati 2017. «Acquistando una lente polarizzante l'ottico avrà diritto allo sconto cliente più un ulteriore sconto del 50% sull'altra lente – prosegue il comunicato - Per ogni coppia di lenti polarizzanti acquistate, il professionista della visione riceverà, gratuitamente, la nuova Card Tester da consegnare ai propri clienti. La card, oltre a garantire l'autenticità del prodotto, consente all'utente finale di testare immediatamente l'efficacia delle lenti polarizzanti attraverso l'apposito watch box». A completare il ventaglio di servizi il tester da banco Polara, da esporre nel proprio centro ottico e da utilizzare come ausilio di vendita. Il tester è in promozione a luglio e agosto con la promo Polatester: acquistando una lente Polara, si potrà richiedere il Polara Tester con l'aggiunta di una piccola differenza di prezzo.



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

Disponibile su APP Store e Play Store.

Il tiki taka di Luxottica

Se il colosso di Agordo fosse una grande squadra di calcio? Direi il Barcellona di Guardiola con il suo possesso palla assoluto e un fuoriclasse a dirigere e risolvere, Messi, alias il Cavalier Del Vecchio

Le prime giornate di luglio hanno una luce diversa. Intensa, prolungata, infinita. Raccolgo dalla redazione di *b2eyes* un comunicato stampa di Luxottica. Annunciano l'apertura di un portale dedicato a clienti retail dove questi ultimi possono ricevere la migliore formazione possibile sul prodotto Luxottica e sulle tecniche di vendita per proporlo. Questa notizia, che potrebbe passare inosservata rispetto a quelle cui ci ha abituato l'azienda, illumina a mio avviso un nodo della sottile trama che essa sta tessendo da decenni con pazienza e padronanza. Ci siamo abituati al fatto che Luxottica sia la prima a fare qualcosa. Il fatto che esprima con orgoglio di essere sempre la prima nelle montature ad aprire un portale dedicato alla formazione retail mi aiuta a credere che in questa squadra non sono importanti solo i passaggi che smarcano l'attaccante davanti alla porta (vedi acquisto e apertura di negozi nel mondo, acquisizione di Ray-Ban e Oakley, ribaltamento del fatturato a favore dei marchi aziendali, creazione di fabbriche di lenti oftalmiche, fusione con il più grande gruppo mondiale di lenti), ma anche quei passaggi intermedi a centrocampo che sono propedeutici al mantenimento della palla, alla frustrazione dell'avversario e al passaggio finale in porta.

Da qui recupero una domanda lanciata sul palco del recente [convegno sul franchising](#) nell'ottica riguardo il programma Stars di Luxottica. Uno dei protagonisti dell'evento aveva chiesto: possiamo credere che anche Stars sia di fatto un franchising offerto a circa mille retailer dell'ottica italiani? Io avrei risposto di pancia quel giorno ma poi ci ho riflettuto e il portale formativo, probabilmente dedicato a ciò, mi aiuta nel ragionamento. Uno dei fattori vincenti del franchising è lo scambio di competenze tra i due soggetti. In particolare chi fa aiuta chi vende e soprattutto il suo personale a erogare le soluzioni con la massima competenza possibile sul prodotto e con tecniche di vendita chiare e poco interpretabili. Se il portale formativo ha lo scopo di formare anche il personale dell'imprenditore ottico - punto debole del sistema - è chiaro che, per quanto non si possa parlare di franchising puro, quella di Stars è di fatto una joint venture dichiarata dal primo all'ultimo passaggio in porta.

Certo, solo una grande squadra come il Barcellona, con una grande società e un pubblico - socio - alle spalle, con un grande allenatore e un fuoriclasse può impegnarsi in una tattica di questo profilo per lungo tempo. Le altre aziende dell'ottica sono apparentemente lontane da questa visione del calcio. Per il momento all'orizzonte non vediamo un Real Madrid o un Bayern in grado di competere con una formazione del genere. Eppure, così la storia ci dice, tutto è fatto di cicli e probabilmente il punto delicato per questa indimenticabile squadra sarà proprio il passaggio generazionale dei suoi campioni. Come succede in tutte le piccole e grandi famiglie. pillole@nicoladilernia.it

Cauti: le consulenze di stile? Riguardano anche le lenti

Sempre attiva sul fronte delle [iniziative](#), l'imprenditrice ha ospitato il 23 giugno nel suo punto vendita di Ortona, in provincia di Chieti, il Guardaroba Occhiali di Angelica Pagnelli, per presentare ufficialmente ai clienti il brand austriaco di montature di ricerca Andy Wolf

Per l'occasione il Guardaroba Occhiali ha coinvolto anche le nuove tonalità delle lenti colorate [Fashion Sphere](#) di Hoya, che Pagnelli stessa ha creato in collaborazione con l'azienda oftalmica. A richiedere la consulenza di stile della professionista sono state 15 persone, tra cui anche alcuni uomini, che evidentemente dimostrano sensibilità e interesse a un tema del genere. «Abbiamo invitato i clienti a portare i loro occhiali per fare analizzare se fossero adatti a loro e consigliare alternative o una particolare attenzione nella successiva scelta - spiega a *b2eyes* TODAY [Marina Cauti](#) - Oltre a studiare forme e colori della montatura che meglio si adattano all'incarnato e alla fisionomia, Angelica ha proposto anche gli abbinamenti con le lenti cosmetiche nelle nuove colorazioni. A questo aspetto devo dire che noi ottici spesso non prestiamo particolare attenzione: facciamo le lenti bianche o al massimo da sole, ma all'occhiale per l'happy hour o la cena romantica non pensiamo. Si tratta di nuance e sfumature da studiare, per saperle proporre alla persona che abbiamo davanti. Penso sarebbe addirittura utile un corso specifico per imparare a presentare al meglio questi colori» (nella foto, da sinistra, Pagnelli e Cauti in occasione dell'evento).



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

Supplemento al 7 luglio 2017 di [b2eyes.com](#) reg. presso Tribunale Milano, n. 292, 17-06-2009 © La riproduzione dei contenuti è riservata

