

GIOVEDÌ 3 MARZO 2016 ANNO VI N. 1098

Nau!, nel 2015 superati i 20 milioni di euro

«Gli ottimi risultati raggiunti nell'anno appena concluso sono la conferma della validità del percorso di sviluppo che abbiamo intrapreso», dichiara in un comunicato Fabrizio Brogi (nella foto), presidente del primo brand italiano di occhiali con negozi monomarca



È stato un 2015 record per Nau!: il fatturato passa dai 19 milioni di euro del 2014 a 24 milioni, con una crescita del 26%. Ma lo scorso anno è stato anche quello dell'internazionalizzazione: il brand è, infatti, sbarcato in [Spagna](#) e in [India](#). «In Italia sono stati 19 i punti vendita inaugurati nel 2015 – si legge nella nota - Queste aperture hanno portato alla creazione di 95 nuovi posti di lavoro nello stesso anno: ora Nau! conta un totale di 450 addetti».

Solo nell'ultimo trimestre del 2015 sono stati avviati cinque nuovi store in Italia e uno all'estero, per un totale di 96: centri commerciali, centri storici, i principali scali aeroportuali internazionali e la stazione di Firenze Santa Maria Novella sono le aree di ubicazione dei punti vendita Nau! in Italia.

«Le prospettive per il 2016? Continuare a crescere, aprendo nuovi negozi in Italia e all'estero, investendo in risorse umane e puntando sulla formazione, senza mai dimenticare di divertirsi – ricorda ancora Brogi – E ancora: disegnare e sviluppare nuovi occhiali, non concentrandosi solo sul business ma favorendo lo scambio creativo, la ricerca costante di nuove tendenze, con un occhio di riguardo all'ambiente».

Fedon: tre certificazioni Iso

Sistema di gestione qualità, ambiente e Social Accountability: sono i riconoscimenti ottenuti dal gruppo bellunese, specializzato nella produzione di astucci, accessori per l'occhialeria e prodotti di pelletteria da parte dell'ente Dnv Gl - Business Assurance

«L'importante traguardo ottenuto conferma la dinamicità dell'azienda che mantiene aggiornato il proprio standard secondo le norme Iso, per assicurare che i prodotti e i servizi siano sicuri, affidabili e di buona qualità, e si pone in linea con le esigenze del mercato e in generale di tutte le parti interessate», si legge in un comunicato di Fedon. Le certificazioni ottenute sono la ISO 9001:2015, che riguarda i sistemi di gestione per la qualità, per cui Fedon aveva già ricevuto il riconoscimento; ISO 14001:2015, inerente ai sistemi di gestione ambientale; SA 8000:2008, in merito agli aspetti legati alla responsabilità sociale d'impresa.

«La decisione di adeguarsi agli aggiornamenti delle normative è imprescindibile strumento strategico che riduce costi, sprechi ed errori e aumenta la produttività – commenta nella nota Callisto Fedon, presidente e amministratore delegato della società - La conformità alla SA 8000:2008 è imprescindibile nelle nuove dinamiche economiche globali, che non possono non tenere conto di temi fondamentali come il rispetto dei diritti umani e dei diritti dei lavoratori, la tutela contro lo sfruttamento dei minori e le garanzie di sicurezza e salubrità sul posto di lavoro».

La cerimonia di consegna ufficiale delle certificazioni Iso si è svolta il 26 febbraio, nella sede del gruppo, a Pieve d'Alpago.

«Queste importanti certificazioni - aggiunge nella nota Maurizio Schiavo, direttore generale del gruppo Fedon - si estendono anche alla nostra controllata East Coast in Romania e, entro il 2017, anche il nostro sito produttivo cinese Feidong si adeguerà ai medesimi standard» (nella foto, da sinistra, Schiavo, Nicola Privato di Dnv Gl, e Fedon).



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

Disponibile su APP Store e Play Store.

Bestore: la migliore shopping experience si fa ancora in Germania

Dopo [Monaco di Baviera](#) è di Heidelberg il centro ottico vincitore quest'anno del premio istituito da Mido nel 2015



Il vincitore del 2016, individuato da una giuria internazionale, composta da leader del settore, trend setter ed esperti di marketing, è lo store Steingasse 14 di Heidelberg (nella foto, gli interni), località nel sud ovest della Germania.

Il secondo gradino del podio l'ha conquistato l'Osservatorio di Milano, mentre terzo classificato è risultato il punto vendita americano Black Optical di Tulsa, in Oklahoma. «In linea con l'evoluzione dei concept store, Mido continua a promuovere la circolazione di nuove idee sugli elementi fondamentali per un'efficace strategia di visual merchandising: l'importanza del design degli interni, dell'esposizione del prodotto e dell'interazione con il cliente in un ambiente piacevole e creativo», si legge in una nota degli organizzatori del salone milanese.

In occasione di Mido è stato premiato anche il vincitore di Bestand, giunto alla terza edizione. A ricevere il riconoscimento è stata l'azienda britannica Inspec che ha ricreato nei propri spazi un pub inglese. A decretare il primo classificato sono stati i visitatori della fiera, che hanno espresso la propria preferenza attraverso la app di Mido. «Eleganza, originalità estetica, cura nel design, comfort e un'esposizione fresca e vivace del prodotto in grado di creare un'esperienza indimenticabile sono le caratteristiche in base alle quali i visitatori sono stati chiamati a votare il proprio stand preferito», spiega il comunicato.

Galileo, riparte l'Academy online

Dopo i positivi risultati ottenuti lo scorso anno, ha preso il via anche nel 2016 quella che l'azienda oftalmica italiana chiama "formazione a portata di web"

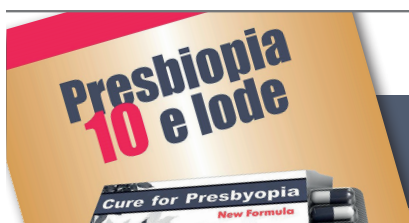
«Con l'evoluzione della proposta training nella realtà Galileo Academy, Oftalmica Galileo Italia continua a investire sulla formazione del partner ottico, mettendo a disposizione un pacchetto di servizi strutturato per rispondere a tutte le esigenze, con giornate open day, sessioni dedicate presso i punti vendita e la nuova piattaforma di training Galileo Academy online», si legge in una nota della società milanese. «Con la modalità webinar si può partecipare agli eventi formativi dalla propria postazione, dedicando trenta minuti all'approfondimento dei prodotti e con la possibilità di interagire con i relatori nello spazio finale dedicato alle domande – spiega il comunicato di Galileo – C'è inoltre la possibilità di essere aggiornati in tempo reale sulle proposte commerciali e di avere indicazioni su come utilizzarle al meglio». Il servizio via web è offerto gratuitamente ai partner ottici che vogliono puntare sulla conoscenza di prodotti e servizi in maniera continua: una data al mese in doppia sessione, con adesione completamente libera.

Il primo appuntamento online del 25 febbraio scorso (nella foto, la locandina), su "Luce Blu: effetti, prevenzione e l'importanza della protezione", ha raggiunto oltre cento ottici su tutto il territorio nazionale. Il secondo appuntamento, previsto per il 24 marzo, vedrà invece protagonista la tecnologia Transitions e le novità in arrivo sul mercato.



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

Supplemento al 3 marzo 2016 di b2eyes.com reg. presso Tribunale Milano, n. 292, 17-06-2009 © La riproduzione dei contenuti è riservata



Presbiopia 10 e lode - Nicola Di Lernia

10 mega pillole per accelerare il tuo processo di crescita nel mercato over 40 anni utilizzando la tecnica dello scalatore

Sfoglialo un estratto del libro su www.fgeditore.it