

Civ: un consorzio per 90 centri ottici

È ora operativo il Consorzio Italian Vision, che raccoglie i punti vendita di una decina di insegne storiche con un forte radicamento e un'importante storia a livello locale, dal nord al centro del paese



«Consorzio Italian Vision è nato agli inizi del 2015 per formare un network di imprenditori, uniti dalla volontà di condividere e sviluppare una visione di impresa al passo con i cambiamenti del mercato, puntando sulla differenziazione dell'offerta al pubblico», spiega a b2eyes TODAY Fabrizio Lambertini (nella foto), alla guida della nuova realtà consortile, che si pone come punto di riferimento e laboratorio di idee per i propri associati e colleghi, «con l'obiettivo di rispondere in modo sempre più puntuale alle esigenze del consumatore e offrirgli soluzioni costruite in maniera sartoriale», sottolinea il manager.

Le insegne coinvolte sono Barello, Fbl, Ilop, Lisi & Bartolomei, Milleocchiali, Salva, Semedo, Tutto a Vista, Vision Optika e +Vista, con i relativi punti vendita, per un totale di quasi 90 negozi. «Il cuore dell'attività consortile è la costante ricerca di nuovi modelli di business, creando centri in cui l'esperienza d'acquisto legata al prodotto e l'espletamento del servizio professionale si fondono in un rapporto continuo e soddisfacente per i clienti finali, che diventano così membri di un vero e proprio "club" – precisa Lambertini - In aggiunta ai servizi professionali offerti, nel campo optometrico e della contattologia, il Consorzio Italian Vision proporrà prodotti esclusivi per un maggior controllo della distribuzione: in particolare possiamo contare su un vero "occhiale sartoriale", che rappresenta l'essenza del made in Italy dal punto di vista sia tecnico sia estetico».

Il network punta a centralizzare vari servizi, modellati tuttavia secondo le diverse esigenze dei centri ottici, ma sempre con una precisa linea guida. «Ricerca e selezione del personale, nuove attività di marketing e comunicazione moderna, training pratico e mirato per gli addetti dei punti vendita, innovativi modelli di offerta dei prodotti, consulenza fiscale e legale: sono le principali aree di riferimento in cui andremo a operare per fornire qualcosa di diverso e, soprattutto, a elevato valore aggiunto per le imprese consorziate», ricorda ancora Lambertini.

Tour della Vista 2015: oltre 2 mila screening solo al sud

Diciannove giorni, 8 tappe tra Puglia, Basilicata, Campania e Sicilia, 2.058 persone testate: nonostante questi incoraggianti numeri, registrati dall'ultima iniziativa di Commissione Difesa Vista, conclusasi il 21 ottobre, i promotori ricordano che ancora più della metà dei cittadini italiani non si sottopone a controlli visivi regolari

«L'interesse e la partecipazione sono state significative, il che sottolinea l'importanza dell'iniziativa, ma i dati ricavati non sono rassicuranti e delineano ancora una generale trascuratezza e superficialità nella salvaguardia del benessere visivo», spiega in una nota Vittorio Tabacchi, presidente di Cdv. Infatti, risulta che più del 60% dei cittadini non si sottopone a controlli costanti o presenta sintomi che potrebbero indicare problemi che necessitano di approfondimenti clinici urgenti. In particolare, circa il 35% dei ragazzi al di sotto dei 14 anni non fa una visita oculistica da più di due anni o utilizza dispositivi di correzione obsoleti o errati. «Le percentuali aumentano fino al 50% se si analizzano gli adulti nella fascia di età 40-65, arrivando a circa il 66% nei cittadini over 65. A questi si consigliano esami oculistici o controlli da ottici per valutazioni più approfondite - recita la nota di Commissione Difesa Vista - I numeri diventano poi allarmanti se si considera che più di 100 persone sul totale esaminato, di cui il 9% tra gli over 65, hanno evidenziato segnali di possibili patologie agli occhi, come glaucoma, retinopatie, degenerazioni maculari o cataratta, con necessità urgente di sottoporsi a una visita specialistica».

Il Tour della Vista 2015 si è avvalso della collaborazione di Assogruppi Ottica, Federottica, Vision+Onlus e del supporto di Mido e dei partner tecnologici Essilor e Topcon. «Questi dati concordano purtroppo con quanto rilevato nel corso del Tour della Vista 2014, che ha coinvolto 28 città con oltre 5 mila screening effettuati – conclude il presidente di Cdv - Si tratta, quindi, di una conferma della necessità di continuare su questa linea, in modo capillare e costante, per cercare di trasmettere con sempre più efficacia l'importanza di visite di controllo per prevenire difetti visivi o alterazioni della vista che solitamente, prese per tempo, possono essere arginate e curate in modo soddisfacente».



Scopri la nuova gamma
di lenti Progressive ZEISS.



Soi: i patrocini colmano le lacune dell'ottica?

Eccoci a novembre. Ottobre è passato in un lampo con le sue belle giornate e il mese della prevenzione visiva. Come al solito, a parte le meritevoli iniziative locali, anche stavolta il tema della visione e della sua prevenzione non ha rotto il muro di indifferenza dei media più importanti



In sostanza sia gli ottici sia gli oculisti sia il parco industriale che li sostiene non hanno mezzi o ambizioni di creare una vera pubblicità progresso per dare al grande pubblico poche ma importanti informazioni di buona norma. Peccato, sarà per un altro anno. Passeggiando velocemente in un corridoio di un centro commerciale di nuova costruzione, in provincia di Venezia, mi accorgo che i negozi di ottica sono molto vicini gli uni agli altri. Così in poco tempo sono in grado di leggere le loro vetrine e di scorgere, a ottobre, quale comunicazione proponcano. Quella di avvicinare negozi della stessa merceologia sarà una tecnica del futuro del centro commerciale: si sono resi conto che la gente ha poco tempo e vuole comparare in brevissimo la gamma e le proposte di diversi punti vendita posti l'uno accanto all'altro. Grazie a questa nuova tecnica mi colpisce un fatto. Due insegne hanno una promozione patrocinata dalla Soi.

Non avevo mai pensato prima che la Società Oftalmologica Italiana potesse essere così disponibile nei confronti dell'ottica e delle sue catene di retail. Il primo patrocinio è per Salmoiraghi & Viganò. Si parla di lenti progressive, di primo prezzo (199 euro). La seconda è per Nau!. Trattasi di occhiale Nau! a prezzo zero dietro presentazione di ricetta oculistica. Se penso all'ottica non ci trovo niente di interessante. Ottici leader dieci anni fa facevano le stesse cose nel loro piccolo. Navigo sui siti delle due catene e trovo la campagna Salmoiraghi & Viganò con il patrocinio Soi tra le promozioni. Quella di Nau! nella pagina dei valori. Indago sulla differenza. Nau! precisa che la collezione "Prezzo Zero" sostiene la ricerca scientifica Soi. Un motivo che chiude il cerchio.

Nel suo ruolo super partes che ritengo debba tenere, è opportuno che la Soi si dedichi a patrocinare promozioni vere o presunte nel solo retail catene dell'ottica? Non sarebbe il caso che questo patrocinio fosse un'opportunità reciproca rivolta all'ottica in generale per sostenere l'informazione sulla vista e, di conseguenza, il maggior uso e consumo di visite, controlli e vendite? Forse, tuttavia, nelle catene Soi trova un interlocutore unico, adeguatamente sviluppato sull'intero territorio nazionale e con un'offerta di prodotto sostenibile.

Ricordo in passato di aver cenato in un bel ristorante di Vicenza famoso per la cena del "bastian contrario". Avete mai provato a partire dal caffè per terminare con l'antipasto? pillole@nicoladilernia.it

Progressione miopica e lenti oftalmiche: un convegno a Trento

È l'argomento che verrà affrontato il 15 e 16 novembre, presso la sede della Regione Trentino Alto Adige, da Associazione Scientifica VTC, che riunisce ottici e optometristi italiani ed europei: verranno presentati risultati ritenuti rivoluzionari da Luca Baldassari, organizzatore dell'evento

«Associazione Scientifica VTC è stata fondata nel 1984 e attualmente conta una sessantina di soci sia italiani sia europei – spiega a b2eyes TODAY Baldassari - Organizziamo eventi formativi dal 2000: questo sarebbe il nostro settimo convegno, ma l'abbiamo rinominato "Primo Internazionale" perché è la prima volta che partecipano anche i colleghi austriaci e tedeschi».

Sui contenuti del simposio, cui interverranno una ventina di relatori, e sul «rivoluzionario metodo per controllare qualsiasi tipologia di miopia in progressione attraverso l'uso delle lenti oftalmiche» Baldassari non vuole anticipare nulla. «Mostreremo i risultati che abbiamo raccolto in tutti questi anni - racconta il professionista romagnolo - Avevamo già affrontato l'argomento nell'ultimo congresso della nostra associazione, tenutosi nel 2009 a Marina di Ravenna: avrebbe dovuto osservare una cadenza biennale, ma le ricerche sono state tali che ci hanno impegnato per più tempo e abbiamo dovuto posticipare l'appuntamento. I quattro anni aggiuntivi di studio e sperimentazione dei nostri centri ottici associati, infatti, ci permetteranno di illustrare risultati mai ottenuti precedentemente tramite il solo uso delle lenti oftalmiche, prescritte nel totale rispetto delle reali esigenze di ogni singolo soggetto miope».

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

Supplemento al 11 novembre 2015 di b2eyes.com reg. presso Tribunale Milano, n. 292, 17-06-2009 © La riproduzione dei contenuti è riservata