

Assogruppi: Vettore è il nuovo presidente

Cinquantenne, ottico e optometrista, titolare di un centro a Varese che conta più di mezzo secolo di storia, avviato dal nonno Ettore e portato avanti dal padre Claudio, Fabrizio Vettore (*nella foto*) guiderà l'associazione che oggi riunisce Oxo e Vision Group, per un totale di oltre duemila centri ottici in tutta Italia, sei insegne e un giro d'affari complessivo intorno ai 500 milioni di euro



Vettore si distingue sia come professionista sia come imprenditore: così lo descrive un comunicato diffuso da Assogruppi Ottica, che l'ha nominato presidente nell'ultima assemblea. «Sono le qualità, oltre al grande entusiasmo che lo contraddistingue, che cercavamo nella persona cui affidare il difficile compito di succedere alla [presidenza](#) di Andrea Garagnani - afferma nella nota Marco Procaccianti, amministratore delegato di Vision Group - A Garagnani va tutta la nostra stima per l'impegno con cui ha lavorato negli anni di conduzione di Assogruppi e il nostro ringraziamento per la disponibilità che, ne siamo certi, continuerà a dimostrare nei confronti dell'associazione». Nel comunicato i vertici di Assogruppi ricordano che lo stesso Garagnani sarà al fianco del neopresidente, «affinché il lavoro dell'associazione continui nel solco della tradizione».

«La scelta di Vettore è dettata dalla volontà di continuare il lavoro già iniziato nello stesso solco - precisa nella nota Marco Carminati, presidente di Oxo - Conosco Fabrizio da anni, lo vedo all'opera nella carica che ha nel Consiglio di Oxo e sono certo che non potrà che svolgere un ottimo lavoro».

Pronipote di Luciano, uno dei pionieri dell'optometria italiana e non solo, cui è stato dedicato, tra l'altro, il [VisionOttica Award](#) 2016 all'interno dell'ultimo Congresso Aloeo, il nuovo presidente si dice onorato dell'incarico. «Assogruppi Ottica è una realtà importante e stimata del nostro settore: guidarla dopo Andrea Garagnani è un compito rilevante e di cui sono grato soprattutto per la stima e la fiducia dimostrate nell'avermelo affidato», si legge nel medesimo comunicato. Nell'agenda di Assogruppi Ottica e del nuovo presidente è già in programma un incontro operativo con Commissione Difesa Vista per continuare il lavoro intrapreso negli ultimi anni.

Premontati "illegali": Tiger ne conferma a Federottica il ritiro

Tramite una comunicazione ufficiale l'insegna di origine danese ha informato la maggiore associazione italiana di categoria sull'interruzione della vendita degli occhiali negativi nei propri negozi

«Con una lettera raccomandata, datata 4 aprile 2016, inviata a Federottica e in copia al ministero della Salute (in risposta della nostra ultima del 15 marzo scorso), Tiger Italy 2 ha voluto ufficialmente comunicarci l'avvenuto ritiro degli occhiali da vista negativi dai loro negozi», si legge in un comunicato di Federottica.

Come già [anticipato](#) a b2eyes TODAY da Roberto Valvo, amministratore delegato di Tiger Italy 2, la società che gestisce i negozi Tiger nel Centro Italia, e in particolare a Roma, Federottica precisa che il manager «ci ha voluto segnalare come alcuni occhiali siano stati inseriti per errore dalla casa madre danese in un ordine e di conseguenza, sempre per errore, siano stati successivamente acquistati da alcuni negozi italiani della catena - si legge ancora nella nota - "Dopo la Vostra gentile segnalazione", prosegue la comunicazione di Tiger Italy, 2, "li abbiamo immediatamente ritirati dalla vendita e ci rendiamo disponibili a rimborsare chi li avesse acquistati"».

Federottica ringrazia, inoltre, Valvo «per l'immediato riscontro e intervento - sottolinea l'associazione - Vogliamo comunque evidenziare la serietà dell'azienda che svolge quotidianamente un'importante azione di controllo e verifica sui prodotti venduti nei propri negozi. Questo è facilmente riscontrabile visitando l'apposita sezione sul loro sito web».

Soddisfatto anche Andrea Afragoli, presidente di Federottica. «Il lavoro in campo sindacale è spesso difficile, ma ci capita di incontrare anche interlocutori disponibili a dialogare e che comprendono le nostre necessità nel far rispettare la normativa senza dover iniziare diversi percorsi per ottenere correttezza - commenta nella nota Afragoli - Per fare questo è importante un'unità di intenti di tutto il settore e supportare tutti insieme le azioni, senza pregiudizi, svolte con estrema competenza e metodologia».

ONE DAY DALLO SPOT AL POST
Guida all'uso dei new media

Iscriviti su www.scuolagestioneottica.it

Firenze 20 giugno 2016

SGA SIO-O
SCUOLA DI GESTIONE AZIENDALE

Johnson & Johnson e Bausch + Lomb tra i cento marchi più autentici

Lo stabilisce lo studio Authentic Brands 2016: sono quelli, operativi anche nell'ottica, giudicati tra i più credibili e identificati da quasi dodicimila consumatori intervistati in 14 paesi



Per trovare Johnson & Johnson bisogna scorrere sino alla posizione 26 e sino alla 81 per individuare Bausch + Lomb (nella foto, una confezione di lenti a contatto) senza, ovviamente, alcun riferimento alle diverse divisioni interne alle due aziende: nel quarto studio di Cohn & Wolfe, agenzia globale di comunicazione, specializzata in reputazione aziendale, quello che conta è il brand, o meglio l'autenticità del brand. L'analisi ne prende, infatti, in esame le caratteristiche tipiche, l'impatto che ha sui comportamenti e gli atteggiamenti di consumatori, investitori e dipendenti, oltre che sul business.

«Authentic Brands 2016 è il risultato di una combinazione di ricerche, che comprende sondaggi su più di 1.600 brand selezionati e analisi specifiche su 300 marchi globali effettuati a fine 2015 su quasi dodicimila consumatori in 14 mercati: Brasile, Cina, Emirati Arabi, Francia, Germania, Hong Kong, India, Indonesia, Italia, Regno Unito, Singapore, Spagna, Stati Uniti e Svezia», si legge in una nota di Cohn & Wolfe. Al primo posto della classifica si posiziona Disney, seguita da Bmw, Microsoft, Amazon e Apple.

Cina, Francavilla è cittadino onorario di Dongguan

Il vicepresidente di Luxottica è stato insignito del prestigioso riconoscimento: è la prima personalità occidentale a ottenerlo e gli è stato conferito dalle massime autorità della prefettura cinese, in visita in Italia per rinnovare la collaborazione con il gruppo di eyewear

A Dongguan, nella provincia del Guangdong, ha sede uno dei principali poli produttivi di Luxottica che nel 1997 ha fatto il proprio ingresso in Cina, dove registra attualmente circa il 3% del proprio fatturato. La prestigiosa onorificenza, la più alta concessa finora a una personalità straniera non asiatica, è stata conferita a Luigi Francavilla (nella foto) il 22 aprile ad Agordo, nel corso di una cerimonia ufficiale, da alcune delle massime autorità di Dongguan, «che hanno voluto essere presenti personalmente per sottolineare l'importanza del rapporto solido e duraturo tra l'azienda e il loro territorio», spiega un comunicato di Luxottica.

La visita della delegazione cinese in Italia era finalizzata anche a conoscere in modo approfondito Luxottica nel suo paese d'origine. In questa occasione le autorità di Dongguan hanno confermato formalmente l'impegno a proseguire «con slancio ancora maggiore la collaborazione quasi ventennale con il gruppo, che ha portato benefici a entrambi – prosegue la nota - Luxottica ha trovato a Dongguan un ambiente favorevole in cui espandersi, caratterizzato da un tessuto industriale innovativo e d'eccellenza. Al contempo, gli investimenti del gruppo hanno avuto ricadute significative in termini di sviluppo economico e sociale del territorio».

A Dongguan e nell'intera regione Francavilla è presidente della consociata cinese e rappresenta l'immagine stessa di Luxottica. «Sono onorato di ricevere questo importante riconoscimento da un paese e una regione che hanno un legame particolare con Luxottica e hanno avuto un ruolo determinante nel favorire la nostra crescita commerciale nel mercato - commenta nella nota Francavilla - Un legame che da oggi è ancora più stretto».



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

Disponibile su APP Store e Play Store.