



EssilorLuxottica, il mercato ha dato il via libera

Con l'assemblea dei soci della multinazionale francese di lenti oftalmiche e strumenti svoltasi l'11 maggio si è conclusa la prima parte dell'iter di approvazione dell'operazione annunciata a metà gennaio, che ha coinvolto i board e le assemblee delle due realtà interessate



Ora non resta che aspettare che si pronuncino le autorità competenti e la fusione tra Essilor e Luxottica potrà concretamente partire. «Ho avuto il piacere di partecipare all'assemblea Essilor e di constatare il clima di grande entusiasmo espresso dal mercato e da tutto il management – commenta in una nota [Leonardo Del Vecchio](#), presidente esecutivo di Luxottica Group - Con il pieno supporto da parte degli azionisti di Essilor il nostro progetto di integrazione ha fatto un altro importante passo avanti. L'approvazione della transazione e l'elezione con oltre il 90% dei voti di tutti i consiglieri conferma che siamo sulla buona strada, anche se c'è ancora tanto da fare. Continueremo a lavorare assieme per assicurare il pieno successo all'operazione».

A sua volta [Hubert Sagnières](#), presidente e amministratore delegato di Essilor International, in un comunicato dell'azienda a consuntivo dell'assemblea di giovedì scorso si definisce «lieto dell'importante supporto degli azionisti Essilor per la prevista operazione tra Essilor e Luxottica, che ha appena fatto un decisivo passo avanti. Con una presenza in tutti i segmenti dell'industria dell'ottica, il nuovo gruppo fornirà concrete e innovative soluzioni alla sfida del miglioramento delle capacità visive nel mondo» (nella foto, da sinistra, Del Vecchio e Sagnières).

Cdv: con Race for the Cure test visivi in quattro città

La Onlus presieduta da Vittorio Tabacchi è partner dell'evento di sensibilizzazione alla prevenzione e sostiene il progetto proponendo controlli gratuiti effettuati da medici oculisti e ottici volontari

Organizzata dalla Susan G. Komen Italia, un'organizzazione senza scopo di lucro basata sul volontariato che opera nella lotta ai tumori del seno su tutto il territorio nazionale, la Race for the Cure parte da Roma (nella foto, un'immagine dell'edizione 2016), dal 19 al 21 maggio, con la diciottesima edizione: una tre giorni al Circo Massimo dedicata alla salute, attraverso diverse iniziative che hanno in comune sport, benessere e solidarietà. «La scelta di Cdv Onlus è di promuovere campagne di sensibilizzazione, anche in sinergia con altre realtà, per contrastare l'assenza d'informazione sulle buone pratiche di prevenzione - si legge in una nota dell'associazione - Le manifestazioni di Race for the Cure consentono di portare il messaggio a un pubblico ampio, oltre centomila gli iscritti nel 2016, sensibile ai temi della salute e della prevenzione».



L'iniziativa di Commissione Difesa Vista è supportata dai partner tecnologici Essilor per la parte ottica e Zeiss Medical Technology per la parte oculistica. «Gli strumenti che Essilor fornisce sono due Visiotest, un frontofocometro e un autorefrattometro, mentre Zeiss Medical Technology un Oct e una lampada a fessura», prosegue il comunicato. «Da parte nostra – commenta nella nota [Vittorio Tabacchi](#) - metteremo a disposizione specialisti della visione che promuoveranno i messaggi di tutela del benessere visivo per sensibilizzare sull'importanza di controlli regolari della vista». Dopo Roma l'iniziativa farà tappa a Bari dal 26 al 28 maggio, a Bologna dal 22 al 24 settembre e a Brescia dal 6 all'8 ottobre.

CONVEGNO NAZIONALE

IL FUTURO DEL COMMERCIO DELL'OTTICA SARÀ IN FRANCHISING?

22 MAGGIO 2017 Campi Bisenzio - Firenze Centro Congressi Spazio Reale





VisionOttica? Un... Asso del Franchising

L'insegna di Vision Group, che sarà uno dei protagonisti e sponsor del primo convegno nazionale dedicato al franchising nell'ottica, in programma il 22 maggio a Firenze, ha ricevuto il riconoscimento, assegnato direttamente dai consumatori, nella categoria Cura della Persona e Accessori



I premi della seconda edizione di Asso del Franchising (*nella foto, in basso*), riconoscimento promosso da Assofranchising in collaborazione con Q&A Research e lo Studio Orlandini, società di consulenze e servizi rivolti al mondo della grande distribuzione e dei centri commerciali, sono stati consegnati l'11 maggio presso il Savoia Hotel Regency di Bologna. La serata si è svolta nel corso della seconda edizione di Franchising&RetailExpo, rassegna dedicata al franchising ospitata fino al 13 maggio a BolognaFiere. «Sulla base di un sondaggio promosso tra i consumatori, il concorso Asso del Franchising ha premiato le migliori insegne italiane in 15 diverse categorie: nella categoria che quest'anno ha visto VisionOttica al primo posto, competevano marchi come Carpisa, Yamamay e diversi altri noti franchising», si legge in una nota dell'insegna di Vision Group, che conta oltre 260 centri sul territorio

nazionale. Si tratta di un riconoscimento «ottenuto grazie alla professionalità, alla passione e all'impegno quotidiano profuso dai professionisti VisionOttica nel garantire un servizio di qualità a migliaia di persone - commentano nel comunicato dalla sede - Un premio che costituisce un ulteriore stimolo a migliorare e raggiungere traguardi sempre più sfidanti» (*nella foto, da sinistra, Angela Muto e Marco Procaccianti, rispettivamente marketing manager e amministratore delegato di Vision Group, appena premiati durante l'evento organizzato da Assofranchising, che si è svolto giovedì sera a Bologna*).



Sama Eyewear si espande in Middle East

Lo store "Destination: Sama", l'insegna che contraddistingue i negozi di Sheila Vance, proprietaria del marchio, è stato recentemente avviato anche a Riad, in Arabia Saudita

Si tratta del secondo punto vendita Sama in questa regione, dopo Dubai. Il negozio, di circa 75 metri quadrati, situato presso Harvey Nichols, catena di centri commerciali di origine britannica, va ad aggiungersi ai flagship store di Beverly Hills, in Rodeo Drive, e di Amsterdam. Al momento sono in vendita solo occhiali da sole, in quanto il brand è in attesa delle autorizzazioni necessarie per commercializzare anche occhiali correttivi.

L'insegna ha in programma l'apertura della seconda boutique a Los Angeles, cui seguiranno un'inaugurazione all'interno dello Hudson Yard Project di New York, il progetto di riqualificazione della Grande Mela, e uno store ad Abu Dhabi (*nella foto, l'interno della boutique di Riad: al centro Sheila Vance, designer del marchio, durante l'evento di inaugurazione, che si è tenuto la scorsa settimana*).

