



Mpo: in Italia con le catene locali

Chiuso nelle scorse settimane il negozio di Padova avviato nel [settembre 2015](#), l'insegna che fa capo all'austriaco Michael Pachleitner Group punta a entrare in partnership con retailer familiari, sulla scia di un modello già attuato da un paio d'anni in Germania



«Con il nuovo team a supporto del progetto Italia, che include anche i nostri partner, avevamo già da tempo cambiato la strategia in merito al punto vendita di Padova, indirizzando il gruppo verso nuove strade per ciò che riguarda il retail, più vicine al nostro modo di essere e fare azienda: in ogni caso il negozio si è rivelato un test utile per ricavare i feedback necessari sul cliente finale italiano, con importanti informazioni in merito ai trend e alle aspettative nei confronti di un nuovo player del mercato – rivela a b2eyes TODAY [Giannicola Carrera](#) (nella foto), manager con un passato professionale in alcune delle principali insegne della distribuzione ottica succursalista, che per il gruppo austriaco è il riferimento in Italia per lo sviluppo e la gestione del retail, oltre a fornire un supporto anche nel wholesale di lenti e montature - Dal 2015 la società ha avviato piccole acquisizioni nel mercato tedesco in partnership, mantenendo identità e professionalità

degli ottici coinvolti e anche l'insegna: a oggi siamo entrati in una catena con una quarantina di centri ottici sul territorio tedesco, dove abbiamo creato anche un nuovo concept, attualmente in fase di test». L'obiettivo di Michael Pachleitner Group è offrire un supporto a 360 gradi ai propri partner, entrando con quote diverse a seconda della realtà interessata, ma senza mai assumere la totalità della proprietà. Modello che conta di avviare anche nel nostro paese, partendo dal nord. «La nostra strategia prevede partnership con importanti retailer locali che si identificano in family company interessate ad ampliare il business accrescendo le proprie quote di mercato: costruiamo con loro progetti che ci vedono coinvolti a 360 gradi dalla produzione e vendita di lenti alla distribuzione di montature, fino alla logistica, al supporto del management e al marketing», precisa Carrera, che ricorda anche come il gruppo austriaco creda che il rispetto delle identità locali e della professionalità dei partner sia fondamentale nel mercato del futuro. «Michael Pachleitner Group seguirà, quindi, esclusivamente questa strada per lo sviluppo in Italia – sottolinea ancora Carrera - Non abbiamo, infatti, intenzione di replicare il test con negozi diretti, mentre siamo aperti a incontrare partner con i quali condividere scenari comuni e opportunità: i primi contratti verranno chiusi nei prossimi mesi. Per il consumatore non cambierà nulla, anzi la collaborazione è finalizzata a migliorare il servizio e la professionalità».

Michael Pachleitner Group nasce nel 1949. L'omonimo proprietario ricopre anche il ruolo di ceo e la sua famiglia detiene il cento per cento dell'azienda. Il core business b2b sta nella produzione e distribuzione di lenti oftalmiche, mentre nell'eyewear distribuisce marchi propri e in licenza. «Il main market è il centro nord Europa, con focus in Germania – conclude Carrera - Siamo leader di mercato in Austria e abbiamo relazioni commerciali in circa 60 paesi nel mondo, grazie a cinque sedi in Europa. Per il mercato wholesale Italia di lenti e montature abbiamo già un partner commerciale e in futuro potenzieremo anche questo ambito».

Safilo, Razelli è il nuovo presidente non esecutivo

È componente del Consiglio di amministrazione del gruppo padovano dal 2010 ed è stato amministratore delegato di Magneti Marelli dal 2005 al 2015

Eugenio Razelli (nella foto) subentra a Robert Polet, in carica dall'ottobre 2011 e in precedenza alla guida di Gucci: ha rassegnato le proprie dimissioni da presidente del Consiglio di amministrazione per motivi personali, mantenendo comunque la carica di amministratore della società.

Inoltre il Consiglio di amministrazione ha nominato «l'amministratore indipendente Ines Mazzilli quale presidente e Guido Guzzetti in qualità di membro del Comitato controllo rischi e sostenibilità – si legge in un comunicato di Safilo - L'amministratore indipendente Marco Jesi è stato indicato come membro del Comitato operazioni parti correlate, che sarà ancora presieduto da Mazzilli. Razelli ha rassegnato le proprie dimissioni da detti Comitati interni».





Galileo Tour, sold out fino a settembre

Due tappe istituzionali a Milano e Torino, due appuntamenti nelle scuole del capoluogo lombardo e provincia con l'obiettivo di incentivare l'educazione visiva attraverso l'informazione e una decina di giornate in collaborazione con ottici partner del centro nord: è il primo bilancio dell'evento itinerante che è partito il 10 marzo



«Dall'avvio del tour sono stati effettuati oltre 1.300 controlli visivi con l'Autoref e il Visiotest, di cui circa 150 a Milano, nelle due date di piazzale Cadorna, e altrettanti a Torino, nel corso della due giorni organizzata insieme ai Lions in occasione dei festeggiamenti dei 100 anni dell'associazione – afferma a b2eyes TODAY **Davide Franzetti**, responsabile marketing di Galileo – Sul fronte degli eventi ad hoc sul territorio, invece, ad oggi abbiamo già raccolto oltre 60 adesioni da parte degli ottici e prenotato il van almeno fino a settembre: è veramente un ottimo successo e grande è la soddisfazione dei nostri partner, in collaborazione con ciascuno dei quali abbiamo anche studiato delle speciali promozioni su misura».

A fare da apripista è stata Ottica Balestra, due punti vendita a Monza, che con il van è stata presente il 17 marzo nella centralissima piazza San Paolo. «Ci è sembrata un'opportunità davvero interessante, sia per farci conoscere sia per far capire alla gente che è necessario prendersi maggiormente cura della propria visione», commenta al nostro quotidiano Silvano Balestra, titolare insieme alla moglie Giulia dell'attività fondata nel 1986. In una giornata sono stati effettuati oltre 100 test della vista. «Mi ha colpito il fatto che chi aveva la correzione ottimale era una minoranza. Sono rimasto stupito anche perché avevamo la coda fuori dal van per sottoporsi ai controlli gratuiti, sebbene li facciamo anche in negozio: forse a spingere le persone era anche la curiosità di vedere questo mezzo davvero bello – prosegue l'ottico monzese – Quel che ho riscontrato è che c'è ancora molta ignoranza tra la gente su cosa siano effettivamente i difetti visivi e poca conoscenza delle varie tipologie di lenti più adatte alle diverse esigenze: per la guida o per proteggersi dalla luce blu dannosa, ad esempio. Questa è stata un'ottima occasione per fare informazione». Balestra è soddisfatto anche della redemption, pari a circa il 10%. «Sono tornate in negozio con il volantino distribuito durante la giornata per fare gli occhiali undici persone», conclude il professionista brianzolo (nella foto, da sinistra: **Giada laquintana**, agente di zona di Galileo, **Daniele Filizzola**, collaboratore del centro ottico monzese, i titolari **Giulia e Silvano Balestra e, Stefano Cazzola**, area manager nord di Galileo).

Lvmh si prende tutto Dior: un altro colpo per Safilo?

Con questa operazione il gruppo del lusso francese, che già detiene il 74% della maison e nell'eyewear si è legato a Marcolin, annuncia un doppio piano strategico: la semplificazione della struttura societaria e il rafforzamento della sua divisione Fashion & Leather Goods

Christian Dior Couture e Lvmh diventano un'unica maison. «Questo progetto rappresenta una pietra miliare importante per il gruppo – commenta in una nota Bernard Arnault, fondatore di Lvmh – Dimostra l'impegno della mia famiglia nei confronti dell'azienda e sottolinea la fiducia nelle prospettive a lungo termine di Lvmh e dei suoi marchi». Semyrhamis, società che fa capo alla famiglia Arnault, che detiene direttamente e indirettamente il 74,1% di Christian Dior presenterà, quindi, un'offerta pubblica mista, che verrà decisa dagli azionisti, per tutte le azioni di Christian Dior che attualmente non possiede. Una volta acquisite tutte le azioni, la famiglia Arnault venderà a Lvmh la Christian Dior Couture per 6,5 miliardi di euro, come precisano alcuni osservatori. Dior, che nel 2016 ha registrato ricavi pari a oltre 2 miliardi di euro, entrerà così a far parte direttamente della galassia Lvmh, dove sono presenti, tra le altre, griffe del calibro di Louis Vuitton, Fendi e Bulgari. «L'acquisizione di Christian Dior Couture permetterà a Lvmh di incorporare uno dei marchi più emblematici al mondo – prosegue la nota – Sulla base della sua storia e delle prospettive favorevoli, Christian Dior Couture sarà una fonte di crescita per Lvmh: il suo sviluppo sarà sostanzialmente sostenuto nei prossimi anni da un nuovo slancio creativo e da importanti investimenti già completati, in particolare in America, Cina e Giappone». Alla notizia, diffusa il 25 aprile da Lvmh, che recentemente ha stretto una [joint venture](#) con Marcolin, il titolo di Safilo, che attualmente ha in [licenza](#) l'eyewear di Dior, ha registrato nella prima parte di ieri un trend negativo, che nel corso della giornata si è quasi del tutto riassorbito. Il gruppo padovano, interpellato da b2eyes TODAY, ha ricordato che la licenza con la griffe francese è stata recentemente rinnovata sino al 2020. «Mentre la licenza Céline (sempre di proprietà di Lvmh, ndr) è stata rinnovata solo per un anno e nel 2018 non farà più parte del nostro portafoglio, per Dior proseguirà sino alla data concordata», spiega al nostro quotidiano **Antonella Leoni**, responsabile comunicazione di Safilo.

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

Supplemento al 27 aprile 2017 di b2eyes.com reg. presso Tribunale Milano, n. 292, 17-06-2009 © La riproduzione dei contenuti è riservata

SEIKO
EYEWEAR THAT PERFORMS

MY SHADES
MY CONTRAST
MY SEIKO
POLARThin

LENTI POLARIZZATE
SEIKO PolarThin
Lenti leggere e confortevoli. Minor riflesso, maggior contrasto. Massima protezione.