

VisionOttica Salemi fa il bis e apre a Caltagirone

A neanche un anno di distanza dal primo di Piazza Armerina (*nella foto*), in provincia di Enna, è stato inaugurato il secondo centro ottico della famiglia siciliana



Il primo nella città dei mosaici, Piazza Armerina, il successivo in quella della ceramica, Caltagirone in provincia di Catania, entrambe patrimonio dell'Unesco. Sono situati qui i VisionOttica Salemi, aperti a dieci mesi di distanza l'uno dall'altro: un passaggio avvenuto dopo vent'anni dall'avvio della prima attività. «Mio marito, Gino Salemi, è optometrista, ma nasce come farmacista: la famiglia possiede, infatti, una farmacia nel centro storico di Piazza Armerina dal 1844 - spiega a b2eyes TODAY la titolare, Maria Dolores Vargiu - Nel 1995 abbiamo aperto il nostro negozio di ottica proprio di fianco, fino a quando non è arrivato il momento di cambiare». I Salemi si sono, quindi, trasferiti in una zona decentrata, «risolvendo così anche il problema dell'accessibilità limitata nell'area storica di Piazza Armerina», sottolinea la professionista e sono passati all'insegna

VisionOttica. «Nel settembre 2014 abbiamo inaugurato il nuovo punto vendita, 150 metri quadrati e tre vetrine fronte strada - racconta Vargiu - Volevamo offrire alla nostra clientela un servizio completo: per questo siamo passati a VisionOttica, convinti anche del fatto che l'unione faccia la forza». Particolarmente apprezzato dai clienti del centro ottico siciliano il CRM. «È utilissimo per informare in tempo reale la clientela sui servizi a disposizione. Abbiamo avuto anche un ottimo riscontro da SOS, il Servizio Occhiali Sicuri, il primo programma post vendita di servizi certificato, e da quello di Buon Compleanno», dice ancora Vargiu.

Per il secondo punto vendita a Caltagirone, i Salemi hanno rilevato l'attività di lunga data di un collega ottico, 70 metri quadrati e tre vetrine, aperto il 6 luglio scorso. L'inaugurazione è stata molto sobria. «Ci siamo circondati degli affetti più cari - precisa l'ottica - Ai clienti abbiamo, invece, inviato una lettera per invitarli a visitare il nostro nuovo negozio». Per settembre VisionOttica Salemi partirà, inoltre, con una serie di eventi, a consolidare l'attività di prevenzione che Gino Salemi svolge quotidianamente. «La prima iniziativa sarà dedicata ai bambini, con una sorta di back to school - ricorda Vargiu - Inviteremo i piccoli con i loro genitori, offriremo un controllo della vista e regaleremo loro un leggìo». Altre manifestazioni sono in programma per il 2015 e saranno legate agli screening e alla presentazione di progressive e di fotocromatiche.

Buonavista entra in Netcity

Il gruppo guidato da Laurent Schmitt (*nella foto*), che già conta circa 600 ragioni sociali aderenti su scala nazionale, amplia la propria struttura organizzativa integrando le 150 affiliate al gruppo attivo da oltre dieci anni soprattutto in Lombardia

«La chiave del successo di Buonavista è sempre stata l'estrema flessibilità e agilità nel fornire i supporti richiesti dai propri affiliati e, per assicurarne la continuità ed efficienza, il fondatore del gruppo, Maurizio Ugenti, sarà il responsabile organizzativo, affiancato dall'attuale personale operativo, altro elemento di qualità e affidabilità», si legge in un comunicato di Netcity.

I due gruppi, che ora annoverano complessivamente circa 800 centri ottici, puntano a creare sinergie, completandosi reciprocamente, e a mettere a disposizione dei propri affiliati «una gamma di concreti benefici dedicati allo sviluppo del business, rispettandone nel contempo l'identità e l'autonomia nelle scelte professionali», precisa la nota. Marketing, web, formazione, ma anche Acuitis All Inclusive e Blunet: sono alcuni degli strumenti di supporto alle vendite che fanno parte dell'attuale offerta Netcity-Buonavista Group.



Scopri la nuova gamma
di lenti Progressive ZEISS.



Nuove
con l'esclusiva
Digital Inside™
Technology

Fielmann: la matematica è un'opinione?

È risaputo che Bolzano sia una piazza fortemente ancorata al passato con un'aristocrazia di ottici del centro per lo più di lingua tedesca e la curiosa mancanza di negozi appartenenti a catene italiane emergenti, come Naul, e consolidate, come Avanzi o Salmoiraghi & Viganò, che si limitano a Trento

Pare quindi coerente il fatto che la prima catena, low cost, di ottica che apra a [Bolzano](#) abbia un nome tedesco. Fielmann opera principalmente sui mercati del nord: dalla Germania all'Austria, alla Svizzera e all'Olanda, per arrivare in Polonia e Lussemburgo. La prima apertura di Fielmann in un mercato latino è quindi in Italia: anche se culturalmente per i tedeschi Bolzano è il loro avamposto verso il sud. I numeri di produzione che Fielmann dichiara sul proprio sito sono impressionanti. Nello stabilimento di Rathenow, nel Brandeburgo, producono 18 mila lenti al giorno e da lì evadono 45 mila ordini. Nel 2013 l'intero gruppo ha venduto 4,5 milioni di lenti e 7,3 milioni di occhiali. Mi piacerebbe sapere cosa ne pensano Essilor, Hoya e altri del comparto... La loro filosofia, perché ne hanno anche una loro, è in linea con questi numeri. Sempre dal loro sito: "We think long-term. Our motto is Take a little less and you receive more. We make low prices for many and not high prices for a few". Non traduco perché è tanto semplice questa filosofia che la deve capire anche un ottico che non parla l'inglese.

[All'apertura](#) di Fielmann a Bolzano, la descrizione che ne ha fatto il suo staff a questo quotidiano è più in linea con una situazione di apertura delle gabbie che non con l'inaugurazione di un nuovo negozio. In una città dove il reddito medio e la qualità della vita sono tra le più alte in Italia, secondo Fielmann oltre quattromila persone sono entrate in un giorno da loro, ben tremila hanno comprato e ben trecento hanno fatto un accurato controllo della vista. Io che sono un filosofo e sociologo prestato all'economia e al marketing ho sempre creduto che la matematica sia un'opinione anziché una scienza. E i bilanci falsi di Parmalat e della Grecia, ad esempio, me lo testimoniano. Però i numeri di una giornata di Fielmann mi affascinano e mi stupiscono: 300 controlli accurati della vista, di conseguenza minimo 15 minuti per persona - se uso l'aggettivo accurato - quindi 40 controlli orari su 10 ore di apertura che debbono essere esauriti da una équipe di almeno 8 ottici. Sui tremila acquisti realizzati nello stesso giorno serve una équipe di altrettanti assistenti alla vendita e cassieri (perché gli ottici stanno facendo i controlli). Se torno a fare il sociologo, perché come avete visto il matematico non lo so fare, vedo in questo fenomeno un vero atto di liberazione. Non so da cosa ma certamente da qualcosa. E alla domanda, che da una settimana aleggia tra i gruppi di ottici nei social, se si fermeranno a Bolzano, la mia risposta è: non credo. pillole@nicoladiernia.it

Safilo, i selezionati alla Scuola Prodotto

Si è completato il percorso di reclutamento dei partecipanti alla [prima edizione dell'iniziativa](#), che partirà il 14 settembre: tra le oltre duecento candidature sono stati individuati nove giovani talenti di diversa formazione e provenienza

I partecipanti selezionati sono: Marco Da Maren, laurea magistrale in Architettura e Città allo IUAV di Venezia, Daniele De Angelis, laurea magistrale in Design & Engineering al Politecnico di Milano, Nicole Laffranchi, laurea triennale in Graphic Design all'Accademia di Belle Arti di Brescia e master in Design Management alla Sole 24 Ore Business School di Milano, Francesca Pansini, laurea triennale in Marketing e Comunicazione d'Azienda all'Università degli Studi di Bari, Simone Petrolli, laurea magistrale in Ingegneria dei Materiali all'Università di Trento, Marianna Quota, laurea magistrale in Architettura all'Università degli Studi di Ferrara, Alessandra Salmistraro, laurea magistrale in Ingegneria Gestionale all'Università di Padova, Simone Scorrano, laurea triennale in Design del Prodotto Industriale all'Università degli Studi di Ferrara, ed Erika Zanchetta, laurea magistrale in Ingegneria dei Materiali all'Università degli Studi di Padova.

«Seguendo un programma triennale in linea con le best practice di tirocinio internazionale, questi giovani affronteranno il percorso formativo della Scuola Prodotto Safilo che si sviluppa attraverso il savoir faire tradizionale dell'azienda e il suo know how strettamente legati al mondo dell'occhialeria, alla conoscenza delle forme, all'esperienza con i diversi materiali - si legge in una nota del gruppo padovano - La Scuola Prodotto Safilo dedica, inoltre, un ampio spazio al learning on the job affiancato da momenti di confronto con manager ed esperti di settore anche a livello internazionale, oltre a contemplare i regolari training in aula e project work interdisciplinari». La scuola sarà diretta da Alessandra Albarello, consulente, giornalista ed esperta di diversi settori, tra cui l'ottica.



EDIZIONE SPECIALE **EXPO 2015**

Il libro sulle linee guida per una corretta alimentazione completo delle più gustose ricette della cucina italiana

