

Arnaboldi: perché abbiamo scelto Vision Group

«Il nostro Fondo punta su società con chiare prospettive di sviluppo e che possano aumentare la propria dimensione, cercando di aiutarle a migliorare la governance e tutti gli aspetti strategici e gestionali», rivela a b2eyes TODAY l'amministratore delegato di Arcadia SGR, che nei giorni scorsi ha siglato una partnership con il principale network italiano dell'ottica, entrando con una quota del 46,3%



Arcadia SGR è una «giovane iniziativa nata da persone che hanno alle spalle una lunga esperienza nel private equity – spiega Simone Arnaboldi (*nella foto*), che guida il Fondo insieme a Guido Belli, presidente di Arcadia – Quella con Vision Group è la seconda operazione che abbiamo realizzato dopo l'ingresso in VSP Bulloneria, azienda industriale che produce viti speciali». Arnaboldi e Belli non erano digiuni del mondo del retail e, nello specifico, dell'ottica, avendo in passato avuto esperienze professionali anche all'estero con realtà come Alain Afflelou, ad esempio. «Per un investitore finanziario puntare su una società leader come Vision Group che opera in un settore che, nonostante si confronti con la contrazione dei consumi del mercato interno, può comunque avere sviluppi significativi grazie al consolidamento delle quote di mercato, rappresenta un'opportunità interessante – afferma ancora Arnaboldi – Inoltre in Vision Group abbiamo trovato persone capaci e con una lucida visione strategica, con le quali siamo entrati subito in sintonia». Da operatore fino a ieri esterno, come valuta il panorama della distribuzione ottica in Italia? «In generale il processo di modernizzazione ha coinvolto il retail italiano con notevole ritardo rispetto alla maggior parte degli altri paesi – sostiene Arnaboldi – E ancora di più questo si è verificato nell'ottica: sarà comunque inevitabile

un'evoluzione, se non altro perché molti operatori indipendenti si ritrovano con il problema del mancato ricambio generazionale o nella condizione di dover affrontare nuove forme di concorrenza. È, quindi, opportuno che questi centri ottici si associno a realtà organizzate, così da mantenere in vita un patrimonio professionale importante e avviare un percorso di sviluppo, per garantire al consumatore finale i tipici vantaggi della modernizzazione del canale di vendita, conservando la focalizzazione sulla professionalità e la vicinanza al cliente».

Germano Gambini, Mido celebra un pioniere del fashion

L'ottico e designer bolognese, scomparso nel 2011, viene ricordato con una monografia, opera della figlia Paola. Il suo percorso umano e professionale verrà presentato da Luisa Redaelli durante il salone milanese, nello spazio Otticclub

«La monografia, ricca di documentazione storica, ripercorre in 140 pagine l'evoluzione del mondo degli occhiali dai primi anni '60 a oggi e riporta numerose testimonianze di collaboratori e amici che mettono in luce il segno profondo lasciato da Germano Gambini in un settore all'epoca ancora ai primordi – spiega a b2eyes TODAY Paola Gambini - In particolare, viene sottolineata l'intuizione che ebbe del futuro sviluppo degli occhiali come accessorio fashion, sulla scia della nascita del prêt-à-porter, e delle numerose collaborazioni con famosi stilisti, fino all'approdo a collezioni proprie, molte delle quali ancora di grande attualità e oggetto di ricerca per gli appassionati del vintage».

Oltre a celebrare la figura di Germano, noto anche nel mondo della pallacanestro, prima come giocatore della Virtus e poi come presidente della Fortitudo, le due squadre di Bologna, la monografia si propone di illustrare anche le radici storiche del brand lanciato dall'ottico «che rappresenta l'eccellenza del made in Italy e si colloca a buon diritto come player di alto livello nel panorama dell'eyewear di marca: disegnato e prodotto completamente in Italia, con materiali di alta qualità e con lavorazioni artigianali e ispirato a uno stile di classe e raffinatezza irrinunciabili», sottolinea Paola.



Al 94%*
dei tuoi clienti
piace
BlueControl

BlueControl

L'esclusivo trattamento che protegge dai dannosi effetti della luce blu per il massimo comfort nel mondo digitale.

HOYA
Cura per i dettagli

Zaccariotto & Furlan TODAY

Piccole e medie imprese: arriva la Sabatini Bis

Dal 31 marzo sarà possibile presentare le domande per l'accesso a finanziamenti e contributi per nuovi investimenti nel processo produttivo



Il contributo è rivolto alle piccole e medie imprese operanti in tutti i settori produttivi con sede operativa in Italia, costituite e iscritte nel Registro delle imprese. L'oggetto del finanziamento sono gli investimenti, anche tramite leasing finanziario, in:

- macchinari;
- impianti;
- beni strumentali di impresa e attrezzature nuove di fabbrica a uso produttivo;
- hardware, software e tecnologie digitali, classificabili, nell'attivo dello stato patrimoniale, come "Impianti e macchinario" (voce B.II.2) e come "Attrezzature industriali e commerciali" (voce B.II.3) e destinati a strutture produttive esistenti o da impiantare su tutto il territorio nazionale.

Vengono comunque esclusi investimenti in terreni o fabbricati.

Per essere agevolabili, gli investimenti devono essere avviati successivamente alla data della domanda di accesso al contributo. Alle imprese sarà riconosciuto dal ministero dello Sviluppo economico un contributo in conto interessi pari all'ammontare complessivo degli interessi calcolato su un tasso favorevole del 2,75%, ripartito in 5 anni in quote annuali costanti. La domanda deve comunque essere redatta secondo uno schema predefinito in formato elettronico, sottoscritta con firma digitale e presentata, a partire dalle ore 9 del 31 marzo 2014, solo a mezzo posta elettronica certificata (PEC) agli indirizzi di PEC delle banche/intermediari finanziari aderenti alle convenzioni. info@zaccariottoefurlan.it

Paolo Seminara "debutta" a Mido con Silvan Heach

Il designer siciliano, noto nel settore per aver creato il brand Vogue, ora di proprietà di Luxottica, è il curatore della linea eyewear del brand che fa capo al gruppo Arav e che verrà presentata in anteprima al salone milanese

La linea «prevede 19 modelli da vista (*nella foto, in alto*) e 9 modelli da sole (*nella foto, in basso*), ideati ognuno in una gamma di cinque varianti colore - recita una nota del gruppo Arav - Cromie luminose e accesi toni fluo, in linea con le ultime tendenze moda, si sposano con l'acetato, materiale d'elezione della collezione, declinato sia nella variante trasparente sia stampato». Le forme sono minimal «dai frontali ampi dal gusto retrò fino a quelli più squadri di ispirazione contemporanea», prosegue la nota.

A Mido, Silvan Heach si presenterà con uno stand «innovativo, progettato da Fabio Marano - si legge ancora - Un'accogliente lounge room di 50 metri quadrati, immersa in una diafana atmosfera, mitigata dai colori tenui di licheni, tappeti e tessuti, darà il benvenuto ai visitatori che saranno "rapiti" da un ambiente unico creato dall'accostamento di materiali eterogenei come cartone, vetro e marmo. A convogliare gli sguardi degli ospiti, imponenti tubi di cartone bucheranno le pareti per indirizzarli in un percorso visivo ideale tra le montature di raffinata fattura in esposizione e il gioco creativo di finiture naturali alla base dello stand, esempio dell'attenzione del gruppo Arav verso la sostenibilità».

Il progetto, che prevede una distribuzione nazionale nel canale ottico, ha visto la creazione di una rete vendita dedicata che copre l'intero territorio italiano.

