

Il rebranding: l'inaugurazione dei nuovi centri ottici VisionOttica

QUOTIDIANI

24 ottobre 2022

IL PIANO

Vision Group, missione 900 negozi

STEFANIA AOI

Il gruppo vuole allargare in sette anni la rete dei punti vendita in modo che ciascun store sia raggiungibile da un qualsiasi cliente in 15 minuti al massimo

«Nei prossimi tre anni apriremo altri 80 centri ottici in Italia, grazie ad acquisizioni e aperture dirette o in franchising». Marco Procacciante, amministratore delegato di Vision Group, illustra il piano industriale dell'azienda, dopo il rebranding dei 174 negozi di recente acquisiti da EssilorLuxottica. Si punta insomma all'espansione nel Paese e si valuta persino la quotazione a Piazza Affari. «Siamo stati un'azienda Elite di Borsa Italiana - commenta l'ad - e non escludiamo, quindi, operazioni straordinarie sul nostro capitale funzionali agli ambiziosi piani di sviluppo». Un importante ruolo di indirizzo e supporto strategico in questo senso lo avrà il socio Arcadia Sgr, entrata nel 2014 e tuttora socio con il 46,3% delle quote, che ora pensa anche di sostituire nei prossimi mesi gli investitori che hanno affiancato la società in questi anni e aprendo all'ingresso di nuovi operatori finanziari che affianchino il management nel percorso di sviluppo.

Quotazione o meno, l'obiettivo di Vision Group, nato nel 1989 grazie ad alcuni ottici optometristi motivati dal desiderio di adottare strategie comuni verso il mercato, è ora di sviluppare il network fino ad arrivare a 900 punti vendita ad insegna VisionOttica entro i prossimi sette anni, per servire l'85% della popolazione con negozi di prossimità raggiungibili in 15 minuti. «Il mercato dell'ottica, nel nostro



Marco Procacciante
Ad Vision Group

Paese, - racconta Procacciante - vale 3 miliardi di euro al consumo ed è in crescita sia per via dell'invecchiamento della popolazione che dell'uso di smartphone e computer che aumentano i problemi alla vista». Già oggi Vision Group è il primo network distributivo dell'ottica in Italia per numero di punti vendita diretti e in franchising, impiega oltre 900 dipendenti. Dopo un 2021 chiuso con 80 milioni di euro di ricavi, adesso conta di chiudere quest'anno con un fatturato superiore ai 150 milioni di euro anche grazie all'acquisizione del network EssilorLuxottica, e un Ebitda del 10%. Il gruppo detiene una quota di mercato superiore al 22%, con circa 2.700 centri ottici in tutto il Paese, di cui 200 di proprietà diretta, 300 in franchising e oltre 2.200 affiliati. Come sta avvenendo per le farmacie, anche la distribuzione nel settore ottico sta realizzando un percorso di razionalizzazione e Vision Group intende giocare un ruolo da protagonista nei prossimi anni.

© RIPRODUZIONE RISERVATA