

ACCESSORI PER L'OCCHIALERIA

La svolta sostenibile della Fedon «Laboratorio e manager ad hoc»

Il presidente e ad Callisto Fedon
«Nel nostro archivio oltre cento nuovi "eco-materiali" tra i quali spiccano quelli derivati dal riciclo, i bio-based e i rigenerati»

ALPAGO

Fedon punta sulla sostenibilità e guarda con ottimismo ai prossimi mesi. «La voglia di vacanza e tempo libero è tanta - sottolinea Callisto Fedon, presidente e ad del gruppo bellunese attivo negli astucci per occhiali e nel packaging di lusso - con la vita all'aperto si cerca anche un occhiale da sole. Quindi siamo positivi sia per l'estate che per la stagione invernale». Ed intanto lancia un laboratorio interno dedicato ad analisi e test dei materiali e dei prodotti e sceglie una nuova figura aziendale, la sustainability manager. Perché? «Il nuovo laboratorio, pronto a breve - spiega Fedon - garantirà una qualità e standard sempre più elevati ai nostri clienti. L'esigenza di gestione interna delle attività di analisi e testing nasce dalla consapevolezza che quello che ci differenzia è proprio il know-how e il controllo di alcuni processi fondamentali e delicati come questi. Il laboratorio sarà fondamentale anche per l'analisi e lo sviluppo dei nuovi materiali con valenze sostenibili. Ad oggi l'archivio Fedon vanta oltre 100 nuovi "eco-materiali" tra i quali



Callisto Fedon, presidente del gruppo con sede principale ad Alpago

spiccano quelli derivati dal riciclo di materiali, i bio-based e i rigenerati».

Su quali nuovi prodotti state lavorando?

«Lavoriamo costantemente a nuove creazioni, come ad esempio un portaocchiali che, grazie alla sua particolare struttura, coperta da brevetto, può essere piegato su se stesso quando non utilizzato, riducendo il suo volume del 60% e risparmiando così nel trasporto e nei costi di stoccaggio. E poi ci siamo impegnati nel nuovo settore di igiene e pulizia de-

gli occhiali».

Ovvero?

«Nella fase successiva al primo lockdown, abbiamo proposto una serie di kit e prodotti Safe&Go, efficaci per riprendere le attività quotidiane in piena tranquillità; oggi l'offerta si amplia con un nuovo spray igienizzante con antimicrobico, una sostanza sviluppata per il trattamento dei tessuti, che ha dimostrato la capacità di riduzione fino al 99% di virus e batteri in due ore, in base ai test standard».

Come va il mercato degli

ottici?

«Oltre al mercato domestico, in cui operiamo con una rete di agenti, la Francia è un mercato storico per il nostro gruppo, in cui vogliamo rafforzare la nostra penetrazione; così come la Germania, in cui stiamo rafforzando la nostra presenza».

Come avete chiuso il 2020?

«Il business Fedon è legato a doppio filo alla vendita degli occhiali da sole oltre che a quelli da vista, un settore che nel 2020 ha subito una contrazione a causa della pandemia. Abbiamo vissuto quindi una situazione generalizzata, che ha coinvolto tutti i player della filiera dell'occhialeria, chiudendo con una perdita di 1,7 milioni dovuta più alla sommata svalutazioni e imposte straordinarie che alla gestione economica, ma finanziariamente l'anno trascorso è stato un anno di equilibrio, l'Ebitda è stato positivo per 4,1 milioni».

Fra le novità c'è anche The mind garden: di cosa si tratta?

«È una nuova sala multifunzione, uno spazio per tutti i collaboratori, dove scambiarsi idee, rilassare la mente, riprendere la socialità perduta nel periodo delle limitazioni dovute alla pandemia».

E la nuova sustainability manager?

«È una figura interna, una collaboratrice che negli anni ha maturato una approfondita conoscenza e competenza. Coordina un team composto da un referente per ogni area aziendale, a lei il compito di ottimizzare e coordinare tutti i progetti e le attività funzionali al cambiamento sostenibile».

STEFANO VIETINA

© RIPRODUZIONE RISERVATA