



# LA RETE DELL'OTTICA SI ESPANDE VISION GROUP VUOLE 900 INSEGNE

**P**er Vision Group, il più grande network distributivo italiano nel settore dell'ottica, il 2023 è l'anno della conferma. La rilevazione di 75 location a insegna GrandVision e del marchio VistaSi (con i suoi 99 centri), portata a termine nella primavera del 2022, in seguito agli impegni di cessione assunti da Essilor-Luxottica con la Commissione europea nell'ambito dell'acquisizione internazionale del gruppo, ha permesso alla società di estendere il suo primato, toccando il 23% della quota di mercato.

«Stiamo lavorando intensamente al percorso di integrazione attraverso un progressivo rebranding dei centri GrandVision acquisiti, per adeguarli al marchio VisionOptica (l'insegna del gruppo): contiamo di concludere questa fase entro fine febbraio — spiega Marco Procacciantè, amministratore delegato di Vision Group —. I centri VistaSi, invece, manterranno il nome, anche se ovviamente il loro posizionamento verrà modificato, in linea con le nostre strategie».

## La storia, gli obiettivi

Oggi Vision Group conta infatti 200 centri ottici di proprietà diretta, oltre 300 affiliati all'insegna VisionOptica, un network di 2.200 imprenditori indipendenti aderenti al gruppo, 930 dipendenti e un fatturato che nel 2022 ha superato i 150 milioni di euro.

Un vero e proprio polo italiano dell'ottica, con una storia ventennale nata da un'idea di Procacciantè, classe 1966, la cui passione per questo mestiere è stata tramandata dal pa-

Il gruppo, dopo aver rilevato una quota negozi GrandVision e VistaSi, punta a servire l'80% degli italiani. Il peso della formazione

di **Andrea Bonafede**



## L'imprenditore

Marco Procacciantè è amministratore delegato di Vision Group, network di distribuzione ottica in Italia, che ha fondato agli inizi del Duemila. L'idea era combinare le pratiche professionali e relazionali degli ottici indipendenti con l'organizzazione aziendale di un'insegna nazionale

dre. «Verso la fine degli anni Novanta ho intuito che si poteva creare una grande sinergia in questo settore, combinando le pratiche professionali e relazionali degli ottici indipendenti con l'organizzazione aziendale di una grande insegna nazionale — racconta —. Ho assunto così la guida di un consorzio, creato insieme ad altri colleghi, poi con alcuni soci nel 2003 abbiamo aperto i primi centri diretti, definito protocolli e standard efficaci che sarebbero diventati la base del franchising VisionOptica. La nostra innovazione è stata non solo porci come un gruppo d'acquisto, come già ne esistevano, ma pensare a mettere i clienti al centro, diventando un vero e proprio gruppo di vendita».

Vent'anni dopo, poco meno di un terzo degli ottici italiani è affiliato a

Vision Group, ma la voglia di crescere ancora è forte e le strategie di sviluppo a lungo termine già ben delineate. «Quando avremo terminato il rebranding delle location acquisite avremo circa 420 centri VisionOptica in Italia, più altri 80 che puntiamo ad acquisire nei prossimi tre anni — dice Procacciantè —. L'obiettivo è arrivare in futuro a 900 location con la nostra insegna, in modo tale che po-

ssiede il 46,3% del gruppo e ha accompagnato la società nel percorso di espansione, per ora focalizzato sull'Italia. «In passato siamo stati un'azienda Elite di Borsa Italiana, ma riteniamo che il private equity in questo momento sia lo strumento migliore per il nostro sviluppo — spiega il ceo di Vision Group —. Finora ci siamo concentrati solo sul mercato nazionale perché dobbiamo ancora completare la nostra crescita nel Paese. Quando avremo raggiunto questo obiettivo valuteremo anche l'estero, che per ora non è una priorità».

ssiede il 46,3% del gruppo e ha accompagnato la società nel percorso di espansione, per ora focalizzato sull'Italia. «In passato siamo stati un'azienda Elite di Borsa Italiana, ma riteniamo che il private equity in questo momento sia lo strumento migliore per il nostro sviluppo — spiega il ceo di Vision Group —. Finora ci siamo concentrati solo sul mercato nazionale perché dobbiamo ancora completare la nostra crescita nel Paese. Quando avremo raggiunto questo obiettivo valuteremo anche l'estero, che per ora non è una priorità».

Nei piani di Vision Group non ci sono solo acquisizioni e partnership finanziarie. Da qualche anno il gruppo si è infatti impegnato su diversi progetti relativi alla formazione e alla ricerca. «Abbiamo una Academy, una piattaforma formativa per gli ottici optometristi del nostro gruppo, una scuola di ottica a Firenze per la crescita di nuovi professionisti, e il Centro Studi per portare avanti attività di ricerca nel settore — conclude Procacciantè —. In più, collaboriamo con le università italiane e bandiamo ogni anno un concorso, il VisionOptica Award, che premia gli studenti con le migliori tesi e, attraverso borse di studio, incoraggiamo la ricerca. L'ottica è un mercato sofisticato e noi investiamo molto per avere i migliori professionisti».

**Il socio Arcadia Sgr, che ha il 46,3% delle quote, è stato di supporto all'espansione su scala nazionale della società**

## Academy e ricerca

Il percorso di crescita individuato da Vision Group comprende la collaborazione con operatori finanziari. Dal 2014, infatti, nella compagnia è entrato il socio Arcadia Sgr, che oggi