DI M. LANZAFAME E V. MAIORANO

BERTANI:
FEDEROTTICA È OGNI SINGOLO ASSOCIATO

A partire da questo numero cerchiamo di farvi conoscere più da vicino Federottica e la sua organizzazione attraverso le parole di chi ci lavora quotidianamente e mette a disposizione la propria professionalità. Dall'incontro col segretario generale, Stefano Bertani, emerge la fotografia delle tante attività dell'associazione.

Esperto di marketing operativo, organizzazione e innovazione tecnologica, dopo una collaborazione decennale con l'area media della nostra associazione, a partire dal 2013 ne è diventato segretario generale, compito che svolge con grande passione, competenza e professionalità. Nel corso dell'intervista **Stefano Bertani** ci accompagna dentro la "macchina associativa" per farci comprendere quanto lavoro, competenze ed esperienze siano messe a disposizione degli associati.

Siamo a dicembre, vogliamo fare un resoconto di quest'anno così difficile?

«Innanzitutto abbiamo affrontato delle situazioni che mai avremmo immaginato di vivere e pertanto nessuno aveva effettivamente una specifica esperienza a riguardo. Devo, però, dire che Federottica ha creato un team in tempi record che, con competenza, è riuscito a dare un contributo notevole alla categoria. E di questo ne sono oggettivamente fiero».

Vogliamo ricordare i giorni in cui è esplosa la pandemia: c'era una sensazione diffusa di incertezza e di abbandono dalle Istituzioni.

«In effetti, durante i primi giorni della prima fase, abbiamo provato a chiedere a gran voce un confronto interpellando a tutti i livelli i vari uffici governativi. Siamo riusciti a rientrare, come centri ottici, tra le attività di prima necessità, ma oltre a questo non abbiamo ottenuto alcun riscontro sui protocolli da seguire. Per questo motivo abbiamo messo in campo, come dicevo, tutta la nostra competenza e abbiamo stilato dei protocolli capaci di permettere al settore di operare con delle regole. Credo che questo sia stato un grandissimo lavoro tecnico, ma anche una grande responsabilità».

Un grande impegno che ti ha visto protagonista e che è stato di grande aiuto ai centri ottici.

«Grazie all'impegno di tanti. Faccio parte di un'organizzazione complessa che per muoversi e operare necessita della partecipazione di tutti. Devo ringraziare, oltre ovviamente al Presidente e ai nostri organi direttivi nazionali, anche chi, con competenza e spirito di abnegazione, supporta quotidianamente l'associazione, e tutti i direttivi provinciali e i loro presidenti. Federottica, come spesso ho detto e scritto, non è un ente etereo, misterioso, ma l'insieme delle competenze e del tempo che i soci mettono a disposizione gratuitamente - e ripeto gratuitamente - per i propri colleghi. Certo, assistiti dai nostri uffici e dai nostri preparati consulenti, a partire dal ragionier commercialista Piazzolla e dall'avvocato Noli, che lavorano nel nostro settore da decenni, i quali hanno dovuto mettere in campo tutta la loro competenza per venire a capo di tante questioni che altrimenti sarebbero rimaste ingessate.

Nel mio piccolo coordino i lavori della segreteria nazionale. Mi occupo nel dettaglio delle formalità, cercando di portare il mio contributo provando ad interpretare, quando possibile, i temi partendo da un punto di osservazione diverso, con gli occhi di chi, non essendo un operatore direttamente coinvolto, può avere una visione più distaccata e meno condizionata dagli eventi».

Sono arrivati riscontri positivi dopo l'intenso impegno dimostrato nella prima fase dell'emergenza Covid?

«Certamente! Innanzitutto sono state tante le testimonianze di vicinanza e di gratitudine pervenute via email o tramite telefono. In quei giorni eravamo tutti rinchiusi nelle nostre abitazioni e, quindi, attestati di questo tipo hanno sicuramente scaldato i nostri cuori e dato una marcia in più. Non vi racconto le ansie per interpretare correttamente norme generali stilate per un intero Paese, ma da applicare al nostro specifico settore e la frenesia nel pubblicarle il prima possibile per permettere ai centri ottici di attivarsi rapidamente. Tra l'altro – e vorrei sottolinearlo – interpretazioni risultate sempre corrette. Abbiamo oltretutto visto impennarsi gli accessi al nostro sito web e alle nostre pagine social, con punte impressionanti, a dimostrazione che stavamo facendo un buono e utile lavoro».

Federottica è stata un punto di riferimento in questo periodo per gli associati?

«Non solo: abbiamo ricevuto tantissimi quesiti da parte di non associati e durante il periodo emergenziale abbiamo cercato di dare supporto a tutti. Questo ci fa pensare che siamo utili a prescindere da un'idea politico-sindacale. Ricordo il periodo di introduzione del Sistema Tessera Sanitaria, o quando il tema era l'iscrizione al registro ITCA o la gestione dei "timbri" sui diplomi: in questi casi il nostro centralino si sostituisce a quello delle pubbliche amministrazioni. In effetti trovo curioso non versare una quota rinunciando ad avere questo tipo di consulenza. Mi spiego: la quota permette ad un titolare di centro ottico di avere un telefono o una email da contattare per trovare risposte su tematiche specifiche del nostro settore. Oggi è impensabile non avere un referente qualificato quando si opera in un settore tanto complesso come il nostro. Invece noto come i social siano di-

ventati fonte d'informazione, molto spesso però non precisa o addirittura errata. Credo sia un rischio troppo grosso aggiornarsi in questo modo».

Un'associazione oggi può avere la forza di cambiare le cose?

«Almeno ci può provare. Certo, nessuno oggi può pretendere qualcosa o avere certezze. Osserviamo quotidianamente altre categorie martoriate quando anche solo il buonsenso della classe politica le avrebbe potute salvare. Ma certamente un sindacato di categoria può e deve lottare, combattere. Poi non sempre si può vincere, ma provare è comunque un obbligo. Certo, ad essere in tanti sarebbe più facile».

È un'accusa a chi non si associa?

«Assolutamente no, ognuno è libero di fare ciò che vuole. Però una cosa la vorrei dire: Federottica è un'organizzazione privata. Posso pretendere un servizio e dei risultati se di base non ho rapporto alcuno? Mi spiego meglio: criticare ed esigere servizi senza dare nulla in cambio è paragonabile a pretendere di vedere i canali televisivi di Sky senza pagare l'abbonamento. Federottica, come Sky, è un soggetto privato, non un ente pubblico. È, comunque, tutto quello che di buono riesce a fare va a vantaggio di tutti. Federottica chiede solamente il versamento di una piccola quota economica, perché oggi nessuno è esente dagli obblighi di bilancio e le quote permettono di determinare diritti e doveri, anche a garanzia di serietà di un'organizzazione come la nostra. Ma soprattutto chiede partecipazione. Un sindacato può raggiungere i risultati se un direttivo provinciale o nazionale viene supportato da una base ampia, solida e coesa. Altrimenti di cosa stiamo parlando?».

Ciò significa che la Federottica è ogni singolo associato?

«Perché non è così? Intanto il direttivo è composto da colleghi che hanno gli stessi problemi, le stesse frustrazioni e le stesse speranze di ogni altro ottico o ottico optometrista operante sul territorio italiano. Inoltre, ogni attività sindacale trova molto spesso motivo di partenza, e anche spesso risoluzione, proprio dall'interessamento di un singolo volenteroso associato. Degli esempi banali: il contatto con l'istituzione locale che può aprire un dialogo altrimenti spento, un'informazione da fare arrivare alle autorità capillarmente sul territorio, la segnalazione di un'evidenza locale che ci permette di intervenire tempestivamente tutti insieme. Vogliamo poi parlare del numero degli associati rappresentati che permette anche solo di dimostrare ai nostri interlocutori politici che siamo tanti e magari arrabbiati?».

Come interpreti allora certi post critici sui social?

«Leggere certi post non fa male alla Federottica nazionale o alle associazione provinciali, ma creano danno a tutto il movimento e anche a chi quei post li scrive. Faccio io una domanda: che senso ha? A volte rileggo certi post dove si critica a prescindere, dimenticandosi, per esempio, che è proprio per merito di Federottica se ancora oggi resiste l'obbligo di presenza di un professionista abilitato nel centro ottico per la fornitura di un dispositivo medico su misura. Un passaggio fondamentale per garantire la qualità di un servizio e la tutela degli utenti. Una presenza che ci permette oltretutto di arginare certe pratiche ritenute scorrette come la vendita itinerante effettuata da soggetti non abilitati o, come accaduto recentemente, il "centro ottico viaggiante" nelle farmacie, problematica gestita proprio dalla Federottica. Come è stato merito di Federottica avere lottato per il mantenimento dello status di fabbricante, dando così valore all'attività professionale con tutti i vantaggi del caso. Oppure per il lavoro svolto a tutela della categoria nella fase di ingresso nel sistema Tessera Sanitaria, che oltretutto ci ha nettamente differenziato da altri "operatori" e il lavoro che si sta facendo in vista dell'entrata in vigore del prossimo Regolamento sui dispositivi medici. Anni fa un'interpretazione ministeriale allargò gli "orizzonti" per i premontati: certamente fu uno choc ma fu, onestamente, una delle nefaste conseguenze di fare parte dell'Europa unita. Come fu per le LaC, a seguito di una sentenza della Corte europea che aprì la vendita delle stesse anche online».

Cosa ne pensi delle vendite online, argomento molto dibattuto anche sul web?

«Tema molto delicato. Con la scusa della pandemia il Governo ha aperto molto le maglie, tanto

che oggi le strategie (leggi Programma Cashback) cercano di riportare i consumatori nei negozi fisici. Bisogna tenere anche conto che l'innovazione trova nella Rete un grande facilitatore. In Europa, specialmente nel nord, le vendite online sono viste come una specifica necessità. Non voglio entrare nel legale e su cosa dice la normativa che conosciamo tutti e che lascio al nostro avvocato.
Vorrei però provare a rispondere, visto anche il mio ruolo, con un diverso approccio: ritengo che vendere online dispositivi medici su misura sia alquanto pericoloso sia per il fabbricante, sia per il consumatore. Se è vero che ancora oggi chi li immette sul mercato è il fabbricante, è pur vero che quest'ultimo si prende una grande responsabilità civile, ma anche penale, certificata attraverso la dichiarazione di conformità. Operando in presenza, oggi, l'operatore abilitato nel centro ottico controlla questo rischio, lo gestisce e di conseguenza garantisce la sicurezza al consumatore, offrendo pertanto un servizio completo, professionale e puntuale. Accorgimenti molto difficili da adottare a distanza. Per questo, per quanto possa valere, non approverei le vendite online nel nostro settore, invece molto utili per i consumatori in altri comparti e contesti».

Guardando avanti, quali sono le novità per il prossimo anno?

«Domanda più difficile delle precedenti. Purtroppo non sappiamo ancora quando finirà questa pandemia, pertanto non possiamo ancora programmare eventi sul territorio con date certe. Abbiamo iniziato un nuovo percorso che vede l'organizzazione di eventi "televisivi" online per dare l'opportunità a tutti di conoscere dalla viva voce dei diretti protagonisti cosa sta accadendo nel nostro settore. L'edizione di ottobre di "Adoo Events", seguita da un grandissimo numero di spettatori, ha confermato che siamo sulla strada giusta. Inoltre, ha permesso al presidente Afragoli di parlare di un argomento molto delicato come quello del nuovo Regolamento europeo sui dispositivi medici, utile ma anche potenzialmente pericoloso. Pericolo che, ancora una volta, giunge dall'Europa».

Immagini un congresso virtuale nel 2021 visti i tanti argomenti sul piatto?

«Non credo che i congressi si possano organizzare in modalità a distanza. Anzi ne sono sicuro. Innanzitutto un congresso deve essere vissuto: dal vivo si parla, si discute, ci si confronta ma soprattutto si sta insieme. Dal dialogo diretto nascono strategie, accordi, idee, percorsi da svolgere e nuovi obiettivi da affrontare. Le nostre iniziative online sono state pensate invece come trasmissioni di divulgazione. Pronti a tornare in presenza il prima possibile. Il 28 febbraio, salvo stravolgimenti, ci sarà un nostro secondo evento televisivo del quale daremo informazioni già nei prossimi giorni. Questo in attesa di programmare un prossimo congresso in presenza».

La pandemia ha accelerato la digitalizzazione, come si sta muovendo l'associazione?

«Stiamo portando a termine un grandissimo lavoro per arrivare alla digitalizzazione completa della Federottica. Questo permetterà di fornire servizi sempre più personalizzati e rafforzare le modalità di relazione con i nostri uffici. Del resto è vero che gli associati sul territorio hanno come riferimento le loro associazioni territoriali, ma è anche vero che le problematiche di oggi sono sempre più personali, tanto che oramai in tanti chiamano il nostro numero unico di Milano. È un piacere ma è difficile dare risposte in tempo reale. Oggi registriamo numeri altissimi di accesso al nostro portale, un incremento costante degli iscritti alle pagine social e alla nostra newsletter, una diffusione di *Ottica Italiana* sempre notevole – ricordo 12 numeri all'anno inviati gratuitamente – e i nuovi prodotti editoriali, che stanno piano piano crescendo, come il magazine *Brand's* e il nuovo

portale della *Rio* (Riopto.org). Purtroppo il Covid ha rallentato lo sviluppo ma ci stiamo arrivando. Se aggiungessimo anche la nascita di *Ottica Italiana TV* e le trasmissioni che prossimamente metteremo in onda, senza dimenticare le interviste video svolte dalla nostra redazione, possiamo sicuramente dire che l'offerta è ampia e di carne sul fuoco ne abbiamo veramente tanta. Tutti prodotti e servizi fatti in casa con il nostro team e con l'aiuto di fidati professionisti».

Come spieghi questo successo viste le critiche di cui si accennava prima?

«Perché le nostre attività di comunicazione sono pensate come fossero un servizio. Federottica non opera per fare utili e dividendi, ma investe quello che ha per iniziative a supporto della categoria che siano utili e concrete. E le persone apprezzano, magari non lo raccontano ma ne usufruiscono. Siamo già assaliti da tantissime informazioni di tutti i tipi che provengono dai media, dalla carta stampata, passando per Internet fino alle tv generaliste. Noi cerchiamo di dare solo quelle informazioni che sono, nel nostro intento, capaci di risolvere un problema oppure utili per programmare le attività nel proprio centro ottico. Non a caso durante il Covid abbiamo raggiunto, come detto, uno *share* altissimo».

Cosa consiglierebbe a chi è indeciso se associarsi alla Federottica?

«Qualsiasi operatore di qualsiasi settore dovrebbe avere un "consulente", come penso sia oggi "Federottica". Per qualsiasi problema riguardante l'attività il socio può contattarci e ricevere risposte competenti e documentabili. Pensi che ci chiamano spessissimo anche i commercialisti e gli avvocati dei nostri associati e non vi dico quando capitano problemi seri come in occasione di visite degli organi di controllo nei centri ottici o nel caso di sinistri o altro. Inoltre, è impensabile non avere oggi un'assicurazione e Federottica con solo 60 euro permette di attivarne ben tre. Senza dimenticare la polizza Incendio & furto a costi e coperture eccellenti e le varie convenzioni che è possibile trovare sul nostro sito ufficiale. E ancora, le informazioni sulla fatturazione elettronica dei dispositivi medici o come fare per aprire un centro ottico. Se rimani da solo in un mercato globalizzato, dove i confini sono completamente saltati, sei troppo piccolo per resistere al cambiamento. Se avessi un'attività non ci penserei due volte ad iscrivermi ad un'associazione del mio settore di appartenenza.
Come fa Federottica, del resto, che per molte problematiche chiede supporto a Confcommercio».

In conclusione, c'è un messaggio che ti piacerebbe dare?

«Faccio un augurio per un sereno 2021 nella speranza di tornare finalmente alla normalità. Vorrei però ringraziare anche il mio staff. Si dice che per svolgere un buon lavoro un "capo" debba avere al suo fianco uno staff valido. Posso dirlo? Sono felice di fare parte di una grande squadra. Non faccio differenza tra Federottica, Adoo e Optoservice srl: tutti i nostri collaboratori sono parte integrante della nostra squadra e vorrei ringraziarli tutti. È stato un anno veramente duro e difficile. Ma non solo: fanno parte della nostra squadra anche i consulenti e i professionisti che lavorano con noi, alcuni già da prima che arrivassi in Federottica oltre 16 anni fa. Anche a loro va la mia gratitudine per il lavoro svolto. Certo, tutti dobbiamo sempre e ancora migliorare, ma credetemi, non sono frasi di circostanza: dico veramente grazie!».

IL MAGAZINE
DELLA FEDEROTTICA

OTTICA ITALIANA

ANNO 62 - 2020 | N. 735

BERTANI: FEDEROTTICA È OGNI SINGOLO ASSOCIATO | REVELLI: ECOO PER LA CRESCITA PROFESSIONALE IN EUROPA | INDAGINE FEDEROTTICA: CENTRO OTTICO IN TEMPO DI COVID

Poste Italiane s.p.a. - Spedizione in Abbonamento Postale - 70% - LO/MI. Numero chiuso per la pubblicazione 23 dicembre 2020. Ottica Italiana n. 735. Sede via A. Raimondi 10, 20156 Milano.

SOMMARIO NUMERO 735

EDITORIALE

13 Un evento per ripercorrere con orgoglio le tappe della nostra storia

18 IL CENTRO OTTICO AL TEMPO DEL COVID

FATTI DELLA PROFESSIONE

14 **Diario** Mese per mese, cosa fa la tua associazione
18 **Speciale Adoo Events** Indagine: il centro ottico al tempo del Covid
24 **Intervista** Bertani: Federottica è ogni singolo associato
30 **Attualità** Approvato il "Bonus Vista" proposto da Commissione Difesa Vista
34 **Professione** Revelli: «Il nostro impegno per la crescita della professione in Europa»
52 **Vita delle associazioni** Federottica Milano Acofis: un brindisi virtuale per Santa Lucia
60 **Formazione** Nuovi laureati "a distanza" in Ottica e Optometria

LE NOSTRE RUBRICHE

32 **Le affinità visive** La città dell'occhio: Venezia/1
48 **Caleidoscopio** Santa Lucia 2020, un giorno d'incontri speciali guardando al futuro insieme
64 **Previdenza** 2021, neo papà a casa: una settimana più un giorno

APPROFONDIMENTI

40 **Attualità** Digital transformation: dal Mise 100 milioni di euro per le Pmi
44 **Intervista** Carrieri: vita nuova per Occhio x Occhio
54 **Personaggi** Beppe Modenese: l'innovatore delle grandi sfilate di moda
58 **Attualità** Confindustria Moda: mancano 29 miliardi di fatturato nel 2020

24

BERTANI:
FEDEROTTICA È OGNI SINGOLO ASSOCIATO