

Luxottica, nell'ultimo trimestre il fatturato frena

Accelerazione a luglio e agosto rispetto al primo semestre e calo in settembre, soprattutto per effetto degli eventi straordinari in Nord America, con la chiusura di circa 800 negozi del gruppo e la perdita di oltre 4.000 giornate di vendita al dettaglio: è la fotografia dei ricavi nel terzo trimestre 2017 della multinazionale, che tuttavia ha chiuso i primi nove mesi in positivo (*nelle tabelle*) e conferma le previsioni di crescita a breve-medio termine

Fatturato del terzo trimestre 2017¹

(Millioni di Euro)	3Q 2016	3Q 2017	Variazione a cambi costanti ²	Variazione a cambi correnti
Fatturato	2.225	2.147	+0,8%	-3,5%
Divisione Wholesale	800	770	-0,3%	-3,7%
Divisione Retail	1.425	1.377	+1,3%	-3,3%

Fatturato primi nove mesi del 2017¹

(Millioni di Euro)	9M 2016	9M 2017	Variazione a cambi costanti ²	Variazione a cambi correnti
Fatturato	6.944	7.065	+1,5%	+1,7%
Divisione Wholesale	2.770	2.750	-0,9%	-0,7%
Divisione Retail	4.174	4.314	+3,1%	+3,4%

«Siamo soddisfatti dei risultati dei mesi di luglio e agosto, nei quali i business del gruppo hanno generato una solida crescita. Gli eventi non prevedibili di settembre hanno penalizzato le vendite del periodo, in particolare i risultati in Nord America, Messico e Cina. Ciononostante, e al netto della forte volatilità dei cambi, abbiamo chiuso un trimestre in crescita», affermano nella nota a commento del fatturato del terzo trimestre 2017, esaminato lunedì scorso dal Cda, **Leonardo Del Vecchio**, presidente esecutivo, e **Massimo Vian**, amministratore delegato Prodotto e Operations di Luxottica - Grazie al ritorno alla crescita delle prime settimane di ottobre e alla solida redditività e generazione di cassa nei nove mesi, confermiamo l'outlook per il

2017. Siamo fiduciosi che le tante iniziative poste in essere nell'ultimo biennio possano portare un'accelerazione della crescita nel 2018».

Secondo il gruppo di Agordo, le vendite dell'ultimo trimestre sono sostenute dallo sviluppo in Europa e America Latina e da un miglioramento in Asia-Pacifico, mentre pesano ancora in Nord America la ristrutturazione dei canali sportivo e retail di Oakley e i cambiamenti nel business LensCrafters. Continua la crescita di Ray-Ban, grazie a una gestione integrata dei canali di vendita: a doppia cifra nel wholesale in Nord America, su RayBan.com a livello globale e attraverso i negozi monomarca in Cina. «Nel terzo trimestre l'Europa si conferma, per il decimo trimestre consecutivo, motore della crescita del gruppo, con il fatturato in aumento del 16% a cambi costanti (+14,2% a cambi correnti), positivo anche al netto del contributo di Salmoiraghi & Viganò e ancor più alla luce dei forti risultati nei due anni precedenti – si legge nel comunicato di Luxottica - La crescita nella regione è trainata da Italia, Spagna, Francia, Regno Unito, Turchia e paesi dell'Est europeo, grazie all'ottima accoglienza delle collezioni primavera-estate e al continuo miglioramento dei livelli di servizio. La divisione retail beneficia nel trimestre del consolidamento dei negozi Salmoiraghi & Viganò in Italia e della crescita di Sunglass Hut nell'Europa continentale, con l'ottima partenza nella regione della stagione sole e il contributo dei nuovi negozi».

Lozza: a Venezia per promuovere il Bello d'Italia

Il marchio di occhiali di proprietà del gruppo De Rigo e Tre Oci, storico centro espositivo situato nell'Isola della Giudecca, hanno stretto una collaborazione fino al 2021 con l'obiettivo di sostenere l'arte

La partnership triennale (*nella foto, un'immagine di campagna*) prevede incontri con i protagonisti delle mostre, aperitivi fotografici, visite guidate e workshop destinati a promuovere e a sensibilizzare tutto ciò che è "il bello".

«In De Rigo siamo tutti più che entusiasti di aver siglato questa collaborazione con uno dei centri culturali più famosi del nostro paese e situato in uno dei luoghi più suggestivi del mondo, Venezia – afferma in una nota **Barbara De Rigo**, direttore marketing housebrand di De Rigo Vision - Stiamo ideando e pianificando tantissimi eventi e attività da realizzare insieme, certi che questa collaborazione ci aiuterà a veicolare ancor di più i valori dell'arte e la cultura del "bello" che accomunano le nostre realtà».

La Casa dei Tre Oci è una testimonianza dell'architettura veneziana di inizio 900, costruita nel 1913 al centro del bacino di San Marco, di fronte alla Piazza e a Palazzo Ducale. Dopo un accurato restauro, la Casa dei Tre Oci è diventata nel 2012 uno spazio espositivo aperto al pubblico, campus privilegiato di elaborazione e confronto culturale sui linguaggi del contemporaneo, con particolare attenzione a quello fotografico.



SEIKO

PRECISION FOR VISION

// SAY IT
PRECISELY
OR SAY NOTHING AT ALL. //

La precisione è una promessa di grandi cose. SEIKO in giapponese significa "precisione". Da oltre 130 anni, SEIKO produce lenti di altissima qualità, perfettamente adatte alle diverse esigenze e ai desideri dei nostri clienti. Adesso lo sai!



Safilens chiude in bellezza la stagione agonistica con AnyWave

Si è classificato terzo assoluto all'arrivo e secondo di categoria alla decima edizione della Veleziana, svoltasi a Venezia domenica 15 ottobre, il maxi yacht del Sistiana Sailing Team sponsorizzato dall'azienda italiana di contattologia, che per il prossimo anno intende proseguire la collaborazione

Per Safilens, sponsor ufficiale di AnyWave (nella foto) per tutte le regate del circuito adriatico 2017, il bilancio è positivo.

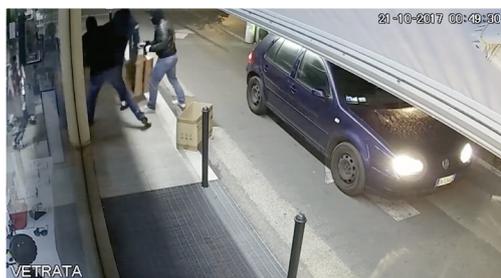
«Siamo estremamente soddisfatti di questa partnership, che ci ha permesso di promuovere il nostro brand nelle location di maggior prestigio della riviera adriatica e durante le manifestazioni veliche più seguite - commenta [Daniele Bazzocchi](#), general manager di Safilens in una nota - Questa sponsorship ci ha offerto un'occasione di visibilità unica, per non parlare del supporto alle [attività](#) di solidarietà di Intersos, che ci rende ancora più fieri dei traguardi raggiunti».

Dopo un anno di [partnership](#) «l'azienda è determinata nel dare seguito alla collaborazione con il Sistiana Sailing Team», aggiunge il comunicato.



Lucca, furto di occhiali da centomila euro

E il valore della refurtiva sottratta da una banda di ladri nella notte fra venerdì 20 e sabato 21 ottobre, oltre ai danni causati al negozio: nel mirino il punto vendita Centrottica, nella città toscana, al secondo colpo in soli tre mesi



Tre ladri e meno di un minuto e mezzo per portare via oltre 450 occhiali griffati. Il furto è stato nitidamente ripreso dalle videocamere di sorveglianza, posizionate sia all'esterno sia all'interno di Centrottica, attività di Lucca situata in zona Arancio. Nel video, postato dai titolari sulla propria pagina Facebook (nella foto) e condiviso da altri utenti quasi tremila volte, si vedono tre persone incappucciate giungere su un'auto davanti all'ingresso del punto vendita, scendere, sfondare la porta con un blocco di cemento e agire indisturbati all'interno. Nonostante il fumo artificiale sia scattato, gli espositori vengono svuotati e tre scatole di cartone riempite.

«Ero già stato vittima di un furto identico lo scorso luglio - spiega a b2eyes TODAY [Claudio Di Benedetto](#), titolare di Centrottica - Allora i ladri erano due e il nebbiogeno, per motivi tecnici, non era entrato in funzione: le modalità del furto sono le stesse di quest'ultimo, con la differenza che il fumo artificiale è scattato, ma la pompa non è stata sufficiente a contrastare l'azione dei criminali che hanno portato via tutte le montature in esposizione».

L'aspetto che maggiormente sconcerta Di Benedetto è il fatto che il furto sia stato avvenuto in un orario in cui i locali della zona sono ancora aperti e la gente è in strada. «Il colpo è stato messo a segno all'una meno dieci - aggiunge il professionista toscano - I ladri hanno agito in un attimo, un minuto e mezzo, e due minuti dopo è arrivata la polizia, ma ormai si erano dileguati». L'auto utilizzata, una Volkswagen Golf di colore blu, chiaramente visibile nel filmato, è stata ritrovata il giorno dopo ed è risultata rubata. Degli occhiali nessuna traccia. «Le modalità con cui il furto è stato eseguito mi fanno supporre che i ladri siano gli stessi di quello precedente - conclude Di Benedetto - Dopo due azioni di questo tipo è difficile ripartire per i danni subiti, anche perché avevo appena acquistato le montature rubate: sabato mattina alle 10 tuttavia abbiamo deciso di tornare operativi, dopo aver ripristinato la porta d'ingresso».



Scarica gratuitamente la **nuova**
APP di b2eyes TODAY

Disponibile su APP Store e Play Store.