

## Luxottica: fatturato raddoppiato entro il 2025

È l'obiettivo dichiarato nell'ultima trimestrale del gruppo di Agordo, che ha chiuso anche il periodo luglio-settembre 2015 con performance molto positive in termini di vendite e redditività



«I risultati conseguiti ci permettono di confermare con serenità l'outlook per il 2015 – commentano nella nota di Luxottica i due amministratori delegati della società, Adil Khan e Massimo Vian - Prevediamo che i trend positivi di crescita organica proseguano nel prossimo anno, con un incremento degli utili superiore alle vendite. Guardando avanti, grazie alle positive prospettive del settore e al nostro piano di investimenti, confermiamo l'obiettivo di raddoppiare i ricavi nell'arco dei prossimi dieci anni».

Nel terzo trimestre del 2015 il Gruppo ha registrato un aumento del fatturato *adjusted* (i dati *adjusted* tengono in considerazione l'operazione EyeMed, l'integrazione Oakley e l'uscita di Andrea Guerra, ndr) del 15,4% (+5,5% a cambi costanti) a 2,2 miliardi di euro, con una crescita del 10,1% nella divisione Wholesale e del 18,8% in quella Retail. Nei primi nove mesi il fatturato *adjusted* è così cresciuto del 19,7% (+6,4% a cambi costanti) a quasi 7 miliardi di euro, con +13,8% per il Wholesale e +24,1% per il Retail del 24,1%.

Il risultato operativo *adjusted* è aumentato nel terzo trimestre del 18,6% a 351 milioni di euro, con un'espansione del margine di 50 punti base rispetto al terzo trimestre del 2014, fino a raggiungere il 16%. Nei nove mesi del 2015 il risultato operativo *adjusted* è cresciuto del 27,8% a 1,2 miliardi di euro, con un margine in progresso di 110 punti base al 17,7%. L'utile netto *adjusted* ha raggiunto nel terzo trimestre 209 milioni di euro, in crescita del 20,6% rispetto al terzo trimestre dell'anno scorso.

Nei primi nove mesi dell'anno l'utile netto *adjusted* ha raggiunto 734 milioni di euro, in crescita del 29,7% rispetto allo stesso periodo dell'anno scorso. Nel terzo trimestre la generazione di cassa si è attestata a 396 milioni di euro, «il livello più alto mai registrato nella storia del Gruppo in un singolo trimestre - precisa la nota di Luxottica - L'indebitamento netto al 30 settembre 2015 è stato pari a 1.050 milioni di euro (1.447 milioni di euro al 30 giugno 2015), con un rapporto indebitamento netto/Ebitda *adjusted* di 0,6x, raggiungendo già nel terzo trimestre l'obiettivo comunicato per l'intero 2015» (nella foto, la sede del gruppo).

## Opti, a Monaco il design raddoppia

Dalla prossima edizione il padiglione C1 della fiera, in programma dal 15 al 17 gennaio, si presenterà, su circa 1.800 metri quadrati, in una veste rinnovata: una nuova area dedicata all'eyewear di nicchia, si aggiungerà a quella già presente nel padiglione C4 e accoglierà anche le start up

Hot!, Home of Optic Talent, si troverà in una posizione speculare rispetto a Yes!, Young Eye Styles, area del padiglione C4 da sempre dedicata al design. L'esigenza è scaturita dalla crescente richiesta da parte di nuovi player del segmento che nella Hall C4 non trovavano più superficie a disposizione dato il tasso di reiscrizione, pari al 95%, degli espositori abitualmente lì collocati. «Con l'area Hot! abbiamo finalmente implementato il tanto a lungo desiderato spazio dedicato al design, insieme al padiglione C4 - afferma in una nota Bettina Reiter, project manager di Opti - Qui si troveranno brand di produttori affermati così come di nuove realtà. I marchi delle due aree Yes! e Hot! sono affratellati nello spirito, contraddistinti da indipendenza, artigianalità e un mix di forma, stile e funzionalità».

La riprogettazione del padiglione C1 prevede anche il trasferimento dalla Hall C4 delle Opti Boxes, spazi destinati alle start up fondate dopo il 1° gennaio 2013. Inoltre, alle giovani aziende dell'eyewear sarà dedicato più spazio: se nella scorsa edizione solo 12 start up potevano aspirare a uno degli ambiti posti, ora saranno 16 i nuovi marchi che esporranno a Monaco (nella foto, un rendering).



## Opto in: con Ottica L'anima inaugura un proprio concept

Il nuovo negozio aperto il 25 ottobre da tre giovani professionisti di Piove di Sacco, in provincia di Padova, frutto dell'intervento dell'architetto Giuliano Nobili e del network di ottici indipendenti, potrebbe essere il primo di una lunga serie



«Dieci anni fa gli ottici associati al network Opto in, che utilizzavano in maniera più assidua i nostri prodotti, si sono riuniti in un consorzio, interno all'azienda, per la promozione del punto vendita – spiega a b2eyes TODAY Gualtiero Cavaleri, responsabile marketing di Opto in, che attualmente conta 250 ottici clienti - L'obiettivo era differenziarsi dagli altri negozi con un'immagine comune». L'iniziativa è partita con una serie di attività presso i centri ottici su prodotti Opto in. «Dalla scorsa estate abbiamo avviato un nuovo progetto: su 60 punti vendita, distribuiti tra Veneto, le province di Brescia, Trento e Bolzano e in Emilia, applicheremo delle vetrofanie identificative Opto in – racconta ancora il manager – A dicembre, inoltre, avvieremo delle campagne pubblicitarie a livello nazionale su stampa e radio».

Discorso diverso per Ottica L'Anima di Piove di Sacco, nel padovano, inaugurato domenica scorsa da due sorelle, Laura e Nicoletta Masiero, e Marco Giordano, tutti ottici optometristi. «Il padre di Laura e Nicoletta, Mario Masiero, è già titolare di due punti vendita associati Opto in, uno a Noventa Padovana e l'altro a Legnago, rispettivamente avviati 43 e 15 anni fa – dice Cavaleri - Ci ha contattato per riferirci l'intenzione di aprire una nuova attività e per chiederci la disponibilità a ideare un concept del negozio, non limitandoci quindi alle vetrofanie, ma facendo un'insegna comune». Nel progetto è stato coinvolto l'architetto Giuliano Nobili, allievo di Carlo Scarpa, noto per aver realizzato progetti per gli store di alcuni brand di abbigliamento e ristoranti. «Nobili ha ideato un concept tale da permettere al centro di mantenere la propria identità: ci tengo, infatti, a sottolineare che non si tratta di un franchising, ma la proprietà è dell'ottico cliente associato Opto in – aggiunge il manager – Se dal progetto scaturiranno altre esigenze o richieste di questo tipo, il concept verrà applicato, non in maniera identica, ad altri centri ottici, con nuovi elementi d'arredo identificativi». La realizzazione degli ambienti di Ottica L'Anima (nella foto, l'esterno) è stata un lavoro di sinergie. «Nobili ci ha presentato una serie di disegni del negozio e ci siamo confrontati – afferma a b2eyes TODAY Laura Masiero – Abbiamo un'ampia sala refrazione e applicazione lenti a contatto molto attrezzata. Inoltre, nel centro ottico sarà presente anche un ortottista». All'inaugurazione erano presenti circa duecento persone. «Puntiamo alla professionalità e non alla vendita dell'occhiale discount», sottolinea Masiero.

## Marcolin: un'estate hi-tech e a effetto bubble

Nelle collezioni dell'azienda di Longarone per la prossima stagione, presentate alla stampa giovedì scorso a Milano, i due elementi che saltano agli occhi sono la ricerca tecnologica e il dettaglio personalizzante e di tendenza

Un ottimo esempio hi-tech è il nuovo modello del brand **Ermenegildo Zegna**, esclusivamente maschile. Ha una forma tondeggiante e rettangolare (nella foto, a sinistra), con una appena accennata ispirazione rétro, e il frontale è un'unica lastra incisa al laser cui sono applicate le aste. Moda e high-tech sono strettamente collegati negli occhiali di **Roberto Cavalli**. Sempre legato per tradizione all'effetto maculato, al pitone, al coccodrillo, attorciglia un serpente sui due lati del frontale, staccando completamente le lenti. Interessanti e in linea, gli effetti *torchon* e *bubble* nell'acetato degli occhiali **Balenciaga**. O uno dei due modelli, firmati **Tom Ford**, indossati dallo 007 Daniel Craig in *Spectre*. Con la parte superiore in fine acetato, l'inferiore in metallo e la T dorata sulle aste (nella foto, a destra). (Luisa Espanet)



Direttore responsabile: [Angelo Magri](#) Coordinamento redazionale: [Francesca Tirozzi](#) Redazione: [Nicoletta Tobia](#)

Supplemento al 2 novembre 2015 di b2eyes.com reg. presso Tribunale Milano, n. 292, 17-06-2009 © La riproduzione dei contenuti è riservata