

Safilo: una forbice tra ricavi e profitti

Nel primo semestre 2015 il fatturato è aumentato grazie ai cambi e ai mercati chiave dell'azienda padovana, mentre la marginalità è stata condizionata da numerosi fattori



Da gennaio a giugno di quest'anno le vendite nette di Safilo (nella foto, la sede) si sono attestate intorno ai 675 milioni di euro e sono cresciute dell'11% circa a cambi correnti e dell'1% a cambi costanti, rispetto allo stesso periodo del 2014, con un miglioramento della performance nel secondo trimestre del 12% (+1,2% a cambi costanti). Il principale contributo alla crescita è giunto dai paesi chiave dell'Europa occidentale, dal Nord America, dal Medio Oriente e dall'America Latina.

L'utile industriale lordo, attestatosi intorno ai 410 milioni di euro, è aumentato del 7% circa rispetto al periodo gennaio-giugno 2014, in linea con la crescita del 7% registrata nel secondo trimestre: è stato pari al 60,7% del fatturato nel primo semestre e al 60,9% nel secondo trimestre.

La contrazione della marginalità rispetto alla forte base di confronto nel primo semestre e nel secondo trimestre 2014, pari, rispettivamente, al 63,3% e al 63,7%, è riconducibile ai maggiori costi nell'area industriale non ancora compensati dalle iniziative di maggiore efficienza su cui Safilo sta lavorando. A livello operativo, l'Ebitda è stato di 63 milioni di euro circa ed è sceso del 12,6% nel primo semestre e del 16,9% nel secondo trimestre, rispetto allo stesso periodo dello scorso anno: la redditività ha così scontato la performance registrata a livello di margine industriale lordo. Nel secondo trimestre, inoltre, l'Ebitda è stato anche influenzato dagli investimenti della società nelle nuove campagne pubblicitarie e di prodotto e nel rafforzamento della squadra manageriale, «tutte iniziative di cui il gruppo beneficerà in futuro», sottolinea la trimestrale di Safilo.

Il risultato netto è sceso nei primi sei mesi del 2015 del 68,5%, risentendo dell'aumento degli oneri finanziari dovuto soprattutto alle differenze di cambio nette negative registrate nel primo trimestre e degli effetti della valutazione al fair value delle obbligazioni equity-linked.

Nel periodo, Safilo ha registrato un free cash flow di circa 55 milioni di euro, «da una parte grazie all'incasso della prima delle tre rate da 30 milioni di euro corrisposta a gennaio 2015 da Kering a titolo di risarcimento, dall'altra al costante miglioramento della gestione del capitale circolante netto dovuto alla riduzione sia dei giorni medi di giacenza di magazzino sia dei giorni medi di incasso dei crediti», prosegue la nota. «Il nostro portafoglio di brand in licenza sta evidenziando un andamento positivo in linea con il ribilanciamento dei marchi previsto da qui al 2020. I nostri progetti di marketing e di prodotto su Carrera, Polaroid e Smith, compresa l'ulteriore integrazione in Safilo per quest'ultimo, stanno dando i primi risultati positivi nei mercati dove i progetti sono stati realizzati nella loro completezza, come ad esempio Carrera in Nord America e Polaroid in Spagna», commenta nella nota Luisa Delgado, amministratore delegato di Safilo.

Occhi azzurri, rischio alcolismo?

Come riportato da molti media italiani ed esteri, un recente studio dell'università del Vermont stabilirebbe una relazione tra colore chiaro delle iridi e propensione a bere troppo

Secondo la ricerca, pubblicata dall'*American Journal of Medical Genetics*, le persone con gli occhi chiari avrebbero una maggiore inclinazione al bere compulsivo rispetto a coloro che hanno le iridi scure. La ragione starebbe nella corrispondenza tra geni che regolano il colore e quelli che influenzano le dipendenze, che si trovano sullo stesso cromosoma. Lo studio è stato condotto su 1.263 volontari statunitensi di origine europea, di cui 992 con una diagnosi di alcolismo. Analizzando l'incidenza della dipendenza, è emerso che i soggetti con occhi chiari avevano un tasso di alcolismo maggiore del 54% rispetto a quelli con gli occhi scuri, con un picco dell'80% per le persone con l'iride azzurra. Il test è stato ripetuto tre volte, al netto di fattori come età, sesso e provenienza geografica, e ha restituito ogni volta il medesimo risultato. Secondo i ricercatori, ora servono studi più approfonditi: tuttavia, se l'esito fosse confermato, il colore degli occhi potrebbe essere considerato tra i fattori predittivi per le diagnosi di alcolismo.

Luxottica e Burberry, altri dieci anni insieme

Il gruppo eyewear e il marchio britannico hanno confermato sino alla fine del 2025 l'accordo di licenza, iniziato nel 2005



«Siamo veramente soddisfatti della rinnovata partnership con Burberry - commenta in un comunicato Adil Khan, amministratore delegato Mercati di Luxottica - All'inizio della collaborazione, dieci anni fa, il nostro obiettivo era tradurre nel mondo dell'eyewear l'identità di uno dei più iconici brand internazionali del lusso. I risultati sono stati davvero gratificanti. Burberry continuerà ad avere un ruolo importante nel nostro portafoglio marchi, innovando e creando insieme occhiali bellissimi anche nei prossimi anni».

Gabardine Collection (nella foto, un modello), l'ultima collezione eyewear di Burberry, trae ispirazione dal tessuto gabardine. La stoffa, inventata nel 1879 dal fondatore dell'azienda, Thomas Burberry, è prodotta a Burberry Mill nello Yorkshire per realizzare i famosi trench, patrimonio esclusivo del marchio. «Sono davvero lieto

di poter continuare la collaborazione con Luxottica grazie a questo nuovo accordo - dichiara Christopher Bailey, direttore creativo e amministratore delegato di Burberry - Siamo determinati a consolidare la partnership con una delle principali aziende del settore per valorizzare ancora di più i nostri marchi».

Blackfin al fianco di Andrea Bocelli

Il brand, di proprietà di Pramaor, è stato sponsor del tradizionale concerto annuale nel Teatro del Silenzio di Lajatico, luogo di nascita dell'artista, in provincia di Pisa: giunto alla decima edizione, l'evento ha accolto negli anni oltre 150 mila spettatori

«Una collaborazione che significa condivisione di valori e ideali tra due realtà che rappresentano l'italianità più autentica, quel made in Italy che nel mondo è sinonimo di eccellenza di prodotto, di stile e di cultura», si legge in una nota di Pramaor. Oltre a sostenere il concerto e l'Associazione Teatro del Silenzio, per questa occasione particolare Blackfin ha omaggiato Andrea Bocelli (nella foto) e i suoi ospiti amici con un'edizione limitata dei propri occhiali in titanio, personalizzati in ricordo dell'evento.

«Blackfin è autentico made in Italy, è eccellenza italiana, è stile e immagine del nostro paese - commenta nel comunicato Nicola Del Din, amministratore delegato dell'azienda di Taibon Agordino - Andrea Bocelli è oggi uno dei più prestigiosi testimoni della cultura musicale italiana, un artista di grande talento e di estrema sensibilità. Siamo molto orgogliosi di aver partecipato a questo evento speciale che mi auguro possa essere l'inizio di una più lunga condivisione di progetti e ideali».

Bocelli si è esibito il 2 agosto nella Turandot di Giacomo Puccini con il Coro e l'Orchestra dei Cameristi del Maggio Musicale Fiorentino, diretta da Zubin Mehta. Per celebrare la ricorrenza del decimo anniversario è stato, inoltre, aggiunto un secondo appuntamento il 4 agosto: una serata di musica e amicizia, durante la quale il tenore ha cantato accompagnato da artisti come Elisa, Gianna Nannini, Renato Zero e il duo internazionale di violoncellisti 2 Cellos.



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

Supplemento al 1° settembre 2015 di b2eyes.com reg. presso Tribunale Milano, n. 292, 17-06-2009 © La riproduzione dei contenuti è riservata

PROMOZIONE JUNIOR & TEEN

Per loro

**1 lente
è in omaggio**

Per chi vuoi tu

1 coupon da € 55,00

valido per l'acquisto di una coppia di lenti
Meccanica dedicata al consumatore



giuste
per noi!

Dal 1 Settembre al 14 Novembre 2015 - Scopri di più su myessilor.it

