

Il primo semestre 2017 premia una Luxottica sempre più digital

L'azienda lo ha chiuso con un fatturato consolidato di oltre 4,9 miliardi di euro. «La performance è il frutto del percorso di profonda trasformazione e rinnovamento strategico del gruppo volto a favorire la coerenza e la trasparenza delle politiche commerciali, un rapporto più diretto con il consumatore e un'estesa digitalizzazione in tutte le aree di business – si legge nel comunicato sui risultati preliminari del semestre, esaminati lunedì dal Cda - I risultati di tale processo cominciano a essere chiaramente visibili e costituiranno le basi per i futuri sviluppi»



Nei primi sei mesi del 2017 i ricavi di Luxottica sono cresciuti del 4,2% (+1,8% a cambi costanti) rispetto allo stesso periodo dello scorso anno. L'utile operativo del gruppo ha registrato un incremento su base *adjusted* del 4,9% a 899 milioni di euro nel semestre, con un margine operativo, in crescita, pari al 18,3%. Il margine operativo *adjusted* di entrambe le divisioni è cresciuto, assestandosi al 29,2% nel wholesale e al 14,5% nel retail. «Le attività di semplificazione organizzativa e di ristrutturazione di alcune aree di business hanno comportato nel semestre costi straordinari pari a circa 31 milioni di euro a livello di utile operativo», precisa la nota. L'utile netto *adjusted* nel primo semestre del 2017 è aumentato del 6,7% rispetto a gennaio-giugno 2016, attestandosi a 567 milioni di euro. La generazione di cassa è stata pari al livello record di 535 milioni di euro. L'indebitamento netto al 30 giugno 2017 è stato pari a 1,113 miliardi di euro, in calo dell'1,2% rispetto allo stesso periodo dello scorso anno, con un rapporto indebitamento netto/Ebitda *adjusted* di 0,5x.

Nel primo semestre l'Europa si conferma motore della crescita del gruppo, con il fatturato in aumento del 13% (+14,9% a parità di cambi) rispetto allo stesso periodo del 2016. Risultato considerato dai vertici di Luxottica «molto positivo anche al netto del contributo di Salmoiraghi & Viganò - sottolinea il comunicato - La divisione retail beneficia nel semestre sia del consolidamento dei circa 430 negozi Salmoiraghi & Viganò in Italia sia della crescita di Sunglass Hut, grazie all'ottima partenza della stagione sole e al contributo di 50 nuovi negozi».

«Siamo molto soddisfatti dei risultati dei sei mesi - commentano nella nota [Leonardo Del Vecchio](#), presidente esecutivo, e [Massimo Vian](#), amministratore delegato prodotto e operations di Luxottica - Le nuove strategie e la riorganizzazione del gruppo stanno già producendo i benefici attesi: vendite in aumento, redditività in accelerazione e una forte generazione di cassa. Abbiamo abbandonato ogni logica promozionale, riportando al centro della nostra offerta la qualità del prodotto e del servizio, i marchi e l'esperienza d'acquisto. È un investimento che facciamo sul futuro delle nostre catene, dei nostri marchi e dell'intero settore dell'ottica. Luxottica sta diventando un'azienda completamente digitale, capace di progettare e sviluppare in casa tecnologie e soluzioni di riferimento per il mercato dell'eyewear. Alla luce dei risultati dei primi sei mesi, confermiamo l'outlook per il 2017». Riscontri positivi anche dalle piattaforme e-commerce di proprietà, con vendite in aumento del 6% a cambi costanti, e in particolare di Ray-Ban.com, «grazie all'implementazione di nuove modalità d'interazione, personalizzazione e servizio garantite agli utenti, allo sviluppo della tecnologia di Virtual Try-on di ultima generazione e al lancio di collezioni esclusive per il canale online», precisa la nota (nella foto, la sede di Luxottica Group a Milano).

Zeiss e Deutsche Telekom per gli occhiali intelligenti made in Germany

Le due realtà tedesche stanno collaborando per rendere gli smart glasses ancora più facili da utilizzare e da indossare in futuro

L'obiettivo della partnership, annunciata nei mesi scorsi al Mobile World Congress 2017 di Barcellona, «è esplorare il potenziale di applicazione e il futuro degli occhiali intelligenti – si legge in una nota dell'azienda oftalmica tedesca - Zeiss ha sviluppato il prototipo di un sistema ottico che consente un design di dimensioni contenute e indossabile per i glasses, in cui dati e informazioni vengono proiettati all'interno del campo visivo dell'utilizzatore, davanti all'occhio». Deutsche Telekom sta contribuendo alla tecnologia per la connessione diretta di rete di questo dispositivo e sta lavorando a soluzioni innovative in modo che la tecnologia attualmente integrata nel device indossabile possa essere parzialmente salvata nel cloud. Le tecnologie di rete come il 5G offriranno la base tecnica per questo in futuro. Nelle fasi successive «si prevede di sviluppare i campi di applicazione sino al punto di commerciabilità dei dispositivi – conclude il comunicato - Per raggiungere questo obiettivo sono ancora necessari sforzi in molte aree: hardware, software, display, interfacce utente di applicazioni e connettività». Sviluppi che verranno condotti congiuntamente dalle due società.



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

Disponibile su APP Store e Play Store.

Aio e Perron Cabus: storia di un presidente mai nato

L'ottica torinese, per sei anni vicepresidente dell'Associazione Italiana Ottici, ha comunicato le proprie dimissioni tramite Facebook la scorsa settimana: benché la nomina non fosse stata ancora ufficializzata, avrebbe dovuto sostituire Mario Casini, alla guida dello storico organismo professionale dal novembre 2011



«Delusa, amareggiata, dispiaciuta, tradita, arrabbiata...». Dopo la comunicazione ufficiale ai vertici dell'associazione, [Paola Perron Cabus](#) (nella foto) ha affidato a Facebook l'annuncio delle dimissioni da presidente di Aio, incarico che le era stato, almeno ufficiosamente, conferito in occasione dell'ultimo Mido. «Mi sono impegnata per anni nell'attività dell'Aio – scrive sul social network Perron Cabus - Per anni l'ho vissuta indirettamente tramite i miei genitori, per poi subentrare, quando mi fu chiesto di partecipare attivamente. Ci ho messo davvero l'anima; ho scritto spesso per la rivista (dell'associazione, ndr) e spesso ho ricevuto riconoscimenti ed elogi; mi sono messa in gioco, parlando sempre di trasparenza e umiltà».

A farle cambiare idea e a spingerla a dimettersi dalla carica di presidente, una riunione con il consiglio direttivo di Aio, che si è tenuta il 17 luglio, a Firenze. «L'incontro con la commercialista, con cui dovevamo definire alcuni aspetti burocratici sul mio incarico, non ha sciolto diversi dubbi che avevo maturato in questi mesi e a malincuore ho deciso di rassegnare le mie dimissioni da presidente, carica che tra l'altro non è mai stata formalizzata», spiega a b2eyes TODAY Perron

Cabus, che non scende in ulteriori dettagli e particolari.

La professionista, titolare del centro ottico Occhialeria Artigiana, a Torino, non smetterà di promuovere i progetti che aveva in mente di sviluppare in Aio. «Sono disponibile anche a entrare in altre associazioni di settore disposte ad abbracciare i miei ideali e progetti - rivela al nostro quotidiano - Oppure a crearne una mia, con altri colleghi». Insieme a Perron Cabus hanno lasciato l'incarico anche Gabriele Bertolino, Paolo Di Biase e Sandro Zannella, consiglieri di Aio. «Ringraziamo Paola Perron Cabus per il contributo che ha dato ad Aio – commenta a b2eyes TODAY Mario Casini – Le attività previste saranno portate avanti e presto procederemo con la sostituzione dei dimissionari».

Padova, un seminario Sopti sulla contattologia pediatrica

È in programma il 25 settembre presso il dipartimento di Fisica dell'Università locale e avrà un approccio multidisciplinare

Al seminario di aggiornamento interverranno quindici relatori, tra oftalmologi, neuropsichiatri, ortottisti e optometristi: le più comuni patologie oculari dell'età pediatrica, il cheratocono in pediatria, la compensazione con le lenti a contatto, la visione binoculare, la prevenzione del difetto miopico sono alcuni dei temi che verranno affrontati.

«Il giorno precedente al seminario di contattologia pediatrica Sopti organizzerà l'assemblea dei soci, unitamente a un pomeriggio d'informazione e di confronto, aperto e gratuito per i soli iscritti all'associazione – anticipa a b2eyes TODAY [Laura Livi](#) (nella foto), presidente della Società Optometrica Italiana - Il dibattito sarà attinente ad argomenti attuali, quali, ad esempio, responsabilità professionale, fiscalità, informative e competenze optometriche. Sopti cresce soprattutto con questo scambio di opinioni: siamo, perciò, pronti a rispondere alle richieste di procedure condivise e di tutela degli utenti finali, che la nostra attività professionale ci impone».

A distanza di pochi mesi Sopti terrà anche il suo congresso annuale, il cui programma è in fase di lavorazione: appuntamento a Firenze il 21 e 22 gennaio 2018, con "La miopia: gestione interdisciplinare e procedure di buona pratica in optometria" come tema.



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

Supplemento al 26 luglio 2017 di b2eyes.com reg. presso Tribunale Milano, n. 292, 17-06-2009 © La riproduzione dei contenuti è riservata

