

De Rigo, nel 2016 conferma il trend del decennio: +2,6%

Nuove filiali e rafforzamento del portfolio marchi in licenza: sono le principali ragioni, secondo il gruppo di eyewear di Longarone, dell'aumento del fatturato consolidato che nell'ultimo esercizio è salito a quasi 414 milioni di euro, all'interno del progetto di bilancio approvato nei giorni scorsi dall'assemblea degli azionisti



Nell'ultimo triennio De Rigo Vision ha sempre fatto registrare il segno più alla voce ricavi, ma è nell'arco di tutto questo decennio che i risultati sono più che soddisfacenti per l'azienda familiare bellunese. «In un momento complesso per l'industria dell'occhialeria che sta vivendo significativi mutamenti negli assetti a livello globale, il nostro gruppo sta reagendo bene, rispondendo ai cambiamenti del mercato in modo rapido e continuando la sua politica mirata d'investimento – commenta in una nota il presidente, [Ennio De Rigo](#) - Ciò è consentito in larga misura dalla nostra struttura finanziaria solida, che ci garantisce la massima flessibilità e prontezza nelle decisioni più strategiche sullo scacchiere internazionale».

Nel 2016 il fatturato della divisione Wholesale è aumentato del 2,9% rispetto all'anno precedente, raggiungendo 237,8 milioni di euro (*comprensivi delle vendite alle catene di proprietà, ndr*), in buona parte grazie all'acquisizione di [Rem Eyewear](#), per il mercato americano, e del distributore australiano e la conseguente creazione di [De Rigo Australia](#). «Il risultato positivo di vendita è stato ottenuto anche grazie ai nuovi marchi in licenza introdotti, [Zadig & Voltaire](#), [Trussardi](#) e [Nina Ricci](#), che hanno dato un contributo significativo alla buona performance di questo esercizio – prosegue il comunicato - L'anno concluso è stato all'insegna della razionalizzazione di altri mercati molto importanti per il gruppo, con il presidio di due nuove filiali dirette, entrambe inaugurate a gennaio: a Dubai, dando così vita alla [De Rigo Vision Middle East](#), e a Francoforte con la [De Rigo Vision D.A.CH](#)». In aumento del 2,6% anche il fatturato della divisione Retail, con le catene di negozi di proprietà General Optica in Spagna, Mais Optica in Portogallo, Opmar Optik in Turchia e la partecipata Boots Opticians nel Regno Unito, pari a 189,8 milioni di euro, con un incremento del 2,6% «grazie alla crescita delle vendite realizzata dalla catena controllata General Optica, anche a compensazione del calo (-2,1%) della catena Opmar Optik che ha risentito della situazione economico-politico locale della Turchia e del crollo della lira turca», precisa la nota.

L'Ebitda si è attestato a 29,8 milioni di euro, mentre la posizione finanziaria al 31 dicembre 2016 era positiva e pari a 24,4 milioni di euro, «nonostante gli ingenti investimenti nelle acquisizioni, nell'apertura di 13 punti vendita in Spagna e nell'aggiornamento tecnologico dei sistemi informativi e logistici, pari a complessivi 13 milioni di euro», sottolinea il comunicato della società di Longarone, secondo cui anche il 2017 è iniziato positivamente, con il rinnovo anticipato «di due accordi di licenze strategiche, quali Chopard nella fascia lusso ed Escada nel segmento fashion» (*nella foto, una fase della produzione in De Rigo Vision*).

Vogue e Gigi Hadid, insieme per una special collection

La collaborazione fra la modella statunitense e l'housebrand di Luxottica esalta lo spirito della campagna #ShowYourVogue con il lancio di quattro occhiali in edizione limitata

«La straordinaria personalità e la freschezza di Gigi sono perfettamente in linea con il messaggio di #ShowYourVogue – commenta in una nota [Greta Gervasini](#), global marketing manager dell'housebrand di Luxottica - Per questo motivo Vogue Eyewear ha voluto che fosse lei a impersonarne i valori e a portare la campagna a un altro livello»

Prendendo spunto da "la bellezza che va oltre la bellezza", concetto su cui è imperniata la campagna #ShowYourVogue, Gigi combina lo spirito eclettico e provocante degli anni 90 e gli ultimi trend. «Sia in qualità di giovane donna giocosa sia di star delle passerelle, Gigi propone look di impatto e montature dall'aria rétro chic che interpretano ogni sfaccettatura della bellezza individuale con la convinzione delle donne che sanno portare la propria personalità», sottolinea il comunicato.

La collaborazione tra Vogue e la modella è stata lanciata ufficialmente con un party che si è tenuto a New York la scorsa settimana, cui era presente Gigi Hadid (*nella foto*), insieme a oltre trecento invitati tra blogger, influencer e socialite. La special collection è disponibile in punti vendita selezionati.



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

Disponibile su APP Store e Play Store.

Pisa, sequestrati diecimila falsi marchi Ray-Ban e Prada

È stata recentemente scoperta nella città toscana, dopo un blitz della polizia, una stamperia abusiva: insieme ai loghi contraffatti sono stati rinvenuti anche 600 occhiali illegali. Denunciato un bengalese



Oltre al materiale contraffatto, il bengalese teneva una contabilità dettagliata degli ambulanti abusivi che riforniva, localizzati nei pressi del complesso monumentale di piazza dei Miracoli (nella foto). Secondo quanto riportato da *lanazione.it*, dopo un breve pedinamento, il malvivente è stato fermato dalla pattuglia della Polizia che lo stava seguendo: gli agenti lo hanno sorpreso con numerose paia di occhiali Ray-Ban palesemente contraffatti e hanno deciso di procedere con la perquisizione del suo domicilio. Qui sono state trovate e sequestrate oltre 600 paia di occhiali Prada e Ray-Ban, tre macchine punzonatrici e più di diecimila marchi contraffatti, sempre Ray-Ban e Prada, pronti per essere assemblati a montature prive di logo. Come si legge ancora sul sito del quotidiano, gli agenti gli hanno anche sequestrato tremila euro in contanti, ritenuti il ricavo dell'attività illecita, e hanno recuperato diverse fatture e bolle di accompagnamento di aziende che producono occhiali in Cina, del valore di svariate migliaia di euro, e alcune agende con la contabilità delle forniture con decine di nomi di senegalesi ai quali consegnare la merce in cambio di precise somme di denaro.

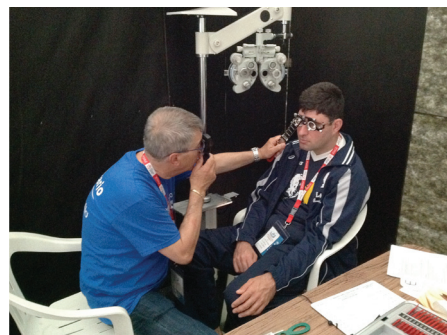
«Come associazione professionale territoriale, nella nostra città abbiamo sempre promosso la legalità con diverse iniziative, invitando i consumatori ad acquistare occhiali sia sole sia vista presso i centri ottici, cercando così di contrastare l'abusivismo commerciale: per il sole, in particolare, abbiamo evidenziato la necessità di scegliere le lenti protettive adeguate, con il supporto di un professionista della visione», commenta a b2eyes TODAY [Alessandro Simonelli](#), presidente di ConfOttici di Pisa.

Essilor Italia ancora al fianco degli Special Olympics

L'azienda prenderà in carico le prescrizioni raccolte attraverso gli screening visivi effettuati da Solcioe, equipaggiando gli atleti con le lenti correttive più indicate

In occasione della 33esima edizione dei Giochi Nazionali Estivi Special Olympics Italia, che si tengono a Biella da oggi fino all'8 luglio, Essilor Italia rinnova la partecipazione al programma Opening Eyes a favore degli atleti che parteciperanno alla manifestazione e che, durante le giornate sportive, si sottoporranno ai test visivi gratuiti (nella foto, in un'immagine di repertorio) effettuati a cura di Solcioe Italia Onlus, Special Olympics Lions Club Opening Eyes. A mettere in campo il proprio know how e a occuparsi degli screening, uno specifico team di volontari Solcioe composto da ottici e optometristi provenienti da tutta Italia e da studenti dei corsi di laurea in Ottica e Optometria, in collaborazione con alcuni medici oculisti. Essilor prenderà in carico le prescrizioni raccolte, equipaggiando gli atleti con le lenti correttive più adatte.

La città di Biella e il vicino lago di Viverone vedranno impegnati i giovani atleti nelle otto diverse discipline, tra le quali nuoto, bocce, pallavolo unificata, flag rugby, bowling, equitazione e vela sperimentale: si attendono oltre 1.400 atleti, quasi 270 tecnici, circa 300 delegati accompagnatori, mille volontari, 535 familiari e migliaia di amici e sostenitori. «Tenere fede alla nostra mission, in questo genere di iniziative, è un onore, oltre che un dovere – commenta in una nota [Luca Strigiotti](#), managing director di Essilor Italia, che sarà presente alle attività - Il nostro obiettivo, da sempre, è migliorare la vita, migliorando la vista. Proprio per questo gli Special Olympics rappresentano un'opportunità unica di mettere al servizio di chi ne ha più bisogno tutte le nostre competenze e la nostra professionalità per gli interventi che si rendono necessari, oltre a essere uno straordinario volano per promuovere lo sport come mezzo di fratellanza, inclusione e amicizia».



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

Supplemento al 3 luglio 2017 di b2eyes.com reg. presso Tribunale Milano, n. 292, 17-06-2009 © La riproduzione dei contenuti è riservata



DUAL VISION
www.dualvision.it

SOLO DALL'OTTICO
OPTOMETRISTA

L'OCCHIALE GIÀ PRONTO
PER UNA VISIONE CORRETTA
DA VICINO E INTERMEDIO

