

Luxottica supera i 9 miliardi di ricavi

I risultati preliminari 2015 appena approvati dal Consiglio d'amministrazione del gruppo di eyewear indicano un incremento del fatturato *adjusted* pari al +17% a cambi correnti e al +5,5% a cambi costanti rispetto all'esercizio precedente



A cambi correnti entrambe le divisioni di Luxottica (*nella foto, la sede milanese del gruppo*) hanno fatto segnare una crescita a due cifre: +12,5% il Wholesale e +20,3% il Retail. Quest'ultima, inoltre, ha registrato vendite omogenee in aumento del 3,9% rispetto al 2014. E per l'e-commerce il gruppo parla nella nota di «eccezionale performance», con un aumento dei ricavi pari al 50%. «Celebriamo un altro anno di risultati eccezionali, con l'aspettativa di generare utili, a parità di cambi, in crescita a doppia velocità rispetto alle vendite – commentano nella nota Adil Khan e Massimo Vian - Determinazione, velocità e obiettivi strategici chiari hanno facilitato, anche in un contesto macroeconomico incerto, una solida crescita organica e ci hanno permesso di migliorare l'operatività di ogni area di business, ponendo basi solide per una crescita sostenibile nel lungo termine».

Il management di Luxottica, ricorda, inoltre, che nell'ultimo anno il gruppo ha implementato una serie di iniziative definite strategiche, come l'integrazione di Oakley o il programma di armonizzazione dei prezzi in Cina e nel Sudest Asiatico. «Traguardi importanti sono stati i rinnovi delle licenze Prada, Burberry e Dolce & Gabbana, il lancio globale di Michael Kors, l'espansione di Sunglass Hut in nuovi mercati e l'ulteriore sviluppo di partnership di successo tra cui quella con Macy's in Nord America – si legge ancora nella nota - Il 2015 si chiude per il gruppo con prospettive molto positive. I risultati delle prime settimane del 2016 e l'avvio di un ambizioso piano di investimenti di lungo periodo pongono le basi per un nuovo anno di solida crescita, con un incremento atteso degli utili superiore alle vendite, e di espansione in nuovi mercati».

Luxottica, ancora un cambio al vertice: esce Adil Khan

Dall'addio di Andrea Guerra, cioè da settembre 2014, è il quarto: il Cda di venerdì scorso ha così approvato una semplificazione del modello organizzativo del gruppo che prevede ora un amministratore delegato, Massimo Vian, e un presidente esecutivo, Leonardo Del Vecchio

Di fatto il presidente e fondatore di Luxottica assume le deleghe esecutive per l'area Mercati che per un anno sono state nelle mani di **Adil Kahn** (*nella foto*), mentre Vian prosegue nel ruolo di amministratore delegato Prodotto e Operations. «Ringrazio Adil che, con grande passione, empatia e professionalità, ci ha affiancato in questa fase di profonda trasformazione e crescita eccezionale del gruppo – commenta in un comunicato della società Del Vecchio - La sua esperienza internazionale e la conoscenza dei mercati e dei consumatori ci hanno garantito un prezioso contributo da capitalizzare per gli anni a venire. Lo spirito imprenditoriale e la velocità di azione che ci hanno sempre contraddistinto, ci portano oggi a semplificare il nostro assetto organizzativo. La mia decisione di assumere deleghe operative e dare un contributo più attivo al management deriva dalla consapevolezza che in questo nuovo scenario di mercato e per accelerare l'evoluzione in corso nell'area Mercati ci vuole un rinnovato spirito imprenditoriale. Rappresenta inoltre la garanzia che crescita, efficienza e investimenti rimangono priorità e continueranno ad avere un orizzonte di lungo periodo».

Secondo quanto comunicato da Luxottica, la buonuscita di Adil Khan è stata di 7 milioni di euro complessivi. Piazza Affari, tuttavia, non ha premiato l'indicazione giunta dal quartier generale di piazzale Cadorna a Milano: ieri, primo giorno di scambi in Borsa dopo l'annuncio del cambio al vertice, il titolo di Luxottica ha costantemente fatto segnare un trend negativo.



Horus: l'ortocheratologia è anche in streaming

L'azienda di Settimo di Pescantina, in provincia di Verona, continua a investire sulla contattologia personalizzata e il 10 febbraio propone un workshop di ortocheratologia online, in diretta e gratuito, per discutere sull'efficacia e sulla sicurezza di questa tecnica applicativa



«È un evento importante perché non si parlerà di prodotti, ma di tecnica applicativa, di gestione del portatore e di protocolli di sicurezza, tutti elementi che stanno alla base di un'applicazione di ortocheratologia sicura ed efficace e che sono irrinunciabili per il professionista che vuole esprimersi al meglio in questo ambito», spiega in una nota di Horus il suo fondatore, Umberto Risoldi.

Oltre a quattro ottici optometristi esperti in ortocheratologia, all'appuntamento sarà presente anche un oftalmologo «per avere, un confronto aperto e costruttivo tra applicatori e classe medica, perché, soprattutto in Italia, la cogestione in ortocheratologia è importante per la crescita e la diffusione di questa tecnica», sottolinea Risoldi.

Con questo seminario online l'azienda veronese vuole ripetere l'ottimo riscontro del workshop "Minisclerali" dello scorso maggio (nella foto, in primo piano, Mauro Frisani, coordinatore dei relatori all'evento Horus) proposto sempre in diretta streaming, che ha raggiunto 500 utenti.

100% Optical, aumentano i big player

Partirà il 6 febbraio la manifestazione londinese, in programma fino a lunedì 8 presso il centro mostre e conferenze ExCel, che vedrà nuove aziende di spicco del settore partecipare per la prima volta

Giunge quest'anno alla terza edizione 100% Optical, il salone inglese dedicato all'ottica, che ha debuttato nel 2014. Tra gli oltre 200 espositori dei segmenti eyewear, lenti oftalmiche e lenti a contatto, tecnologie e servizi che hanno deciso di partecipare alla fiera, ci saranno per la prima volta anche Bcla, Charmant, De Rigo Vision, Essilor, Hoya e Specsavers. «Siamo davvero entusiasti per questo terzo anno di 100% Optical - commenta Nathan Garnett, direttore dell'evento, in una nota della società organizzatrice, Media 10 - L'atmosfera dello scorso anno è stata incredibile e per il 2016 abbiamo in serbo miglioramenti e innovazioni, così i visitatori potranno sfruttare tutte le opportunità di formazione e di business nel fine settimana, godendosi anche un piacevole soggiorno».

Tra le novità del 2016 ci sarà uno spazio dedicato alle lenti a contatto, mentre nel Fashion Hub sfilerà in passerella una preview delle creazioni dei principali espositori. La terza edizione della manifestazione vedrà, inoltre, il lancio di un nuovo programma che offre a espositori e visitatori la possibilità di un'interazione one to one con i responsabili d'acquisto di livello internazionale grazie a seminari ed eventi di networking progettati ad hoc. Ricca anche l'agenda dedicata alla formazione, in collaborazione con la britannica Association of Optometrists che proporrà relatori internazionali di spicco in ambito interdisciplinare, tra cui Scott Brown, Harminder S. Dua, Debbie Laughton, John Marshall, Barbara Pierscionek e James Wolffsohn: tra i temi, trattati la chirurgia laser, il trattamento della cataratta e le lenti progressive free form. [L'edizione 2015](#) di 100% Optical ha ospitato 200 espositori, 12 fashion show e circa 100 ore di formazione, cui sono intervenuti 60 relatori internazionali, e ha richiamato oltre 6 mila visitatori (nella foto, uno scorcio di 100% Optical 2015).

