

LA NOVITÀ**Usa, Del Vecchio riparte da LensCrafters**

LUXOTTICA riparte da LensCrafters, la prima importante acquisizione del gruppo negli Usa che risale al 1995. Nella crisi più nera dei consumi americani, il gruppo torna a investire massicciamente sulla sua prima catena di occhialeria (960 punti vendita), e la migliore quanto a redditività. LensCrafters che con i suoi 12mila dipendenti rappresenta un quinto circa dell'organico del gruppo nel mondo, è infatti il gioiello del retail Usa e uno dei polmoni della Luxottica quanto a flussi di cassa. Invece di proporre sconti e promozioni, LensCrafters punta al cuore dei suoi clienti con un claim sulla cura della vista (I love Lc, che è un gioco di parole l'occhio ama Lc). Per questo Luxottica ha acquistato a valore 100 milioni di dollari di pubblicità per la nuova campagna che è partita negli Usa in questi giorni. Del resto LensCrafters genera circa 2 miliardi di dollari di ricavi l'anno.

