

Made in Italy Rilevato il 40% del gruppo Multiópticas Internacional

Luxottica va in Sudamerica con una rete di 390 negozi

Guerra: puntiamo sempre di più sulla distribuzione

MILANO — Negli ultimi tempi l'amministratore delegato di Luxottica Andrea Guerra non si è mai stancato di ripetere che il gruppo «ha un dna forte e di crescita» e che nonostante «il 2009 sarà un anno impegnativo», l'attuale crisi è anche un «momento di opportunità» da cui «ne usciremo da leader quali siamo» e soprattutto attraverso la «crescita esterna». Lo sbarco in Sud America annunciato ieri dalla società di Leonardo Del Vecchio va in questa direzione.

Luxottica acquisisce il 40% di Multiópticas Internacional, società che controlla oltre 390 negozi di ottica in Cile (193), Perù (100), Ecuador (39) e Colombia (61), con un giro d'affari nel 2008 di 60 milioni di euro. La multinazionale del made in Italy è presente in Sud America ma non con una propria rete di vendita. «Un accordo con una doppia valenza strategica — spiega Guerra —. Da un lato ci permette di entrare in quattro Paesi con una piattaforma di retail ben organizzata, dall'altro rappresenta un'ottima opportunità per rafforzare il posizionamento dei nostri marchi in quell'area».

L'intesa (che sarà perfezionata a giugno) riconosce un'opzione per l'acquisto del

Il gruppo



Negozi
6.150

Fatturato 2008
5,2 miliardi di euro

1° trimestre 2009

Fatturato **1,3 miliardi**

Variazione **-6,2%**

Ebitda **-16,6%**

Utile netto **80,4 milioni**

Variazione **-22,5%**

CORRIERE DELLA SERA

restante 60% esercitabile nel 2012-2014.

Soddisfazione anche da parte del numero uno di Multiópticas Internacional, Jose Luis Carceller che ha riconosciuto nel gruppo di Agordo il «leader nel settore dell'ottica» con il quale «stabilire una costruttiva relazione di lungo periodo». La società (costola del gruppo spagnolo Multiópticas) punta con questa operazione allo sviluppo del mercato sudamericano (in cui è pre-

La società

Multiópticas ha negozi in Cile, Perù, Ecuador e Colombia, con vendite per 60 milioni di euro

sente, a partire dal Cile, dal 1999). Nonostante la crisi che ha penalizzato la prima trimestrale del 2009 (e soprattutto nonostante il crollo dei consumi negli Stati Uniti dove il gruppo dell'occhialeria di lusso è molto esposto) Guerra continua ad avere fiducia nella tenuta della redditività dei 6.150 negozi sparsi in quattro continenti (che si è mantenuta «intorno al 10%»). E continua a spingere l'acceleratore sull'espansione internazio-

L'accordo

L'intesa, che sarà perfezionata a giugno, riconosce un'opzione per rilevare il restante 60%



Andrea Guerra

le del retail. L'ultima operazione risale al novembre 2008 quando la griffe del lusso ha siglato un accordo di franchising con un gruppo indiano per l'apertura di 100 store nel Paese del Gange e sempre nel 2008 ha deciso l'ingresso della catena Sunglass Hut in Thailandia.

Numero uno al mondo per gli occhiali di alta gamma, Luxottica, forte anche di un portafoglio di marchi propri (10) del calibro dei Ray-Ban e in licenza (20, da Chanel a Bulgari, da Prada a Ralph Lauren) si preoccupa di avere numeri e risorse a posto per poter ripartire dopo la crisi. Con un network globale che tocca 130 Paesi.

Antonia Jacchia
ajacchia@corriere.it

