

ANDREA GUERRA

“Le donne risparmiano Ora sono gli uomini a comprare di più”

LUCA FORNOVO

Chiamarla crisi è riduttivo, il mondo sta cambiando faccia. È come una nuova evoluzione della specie, che è partita dalla ristrutturazione della finanza e dell'economia e sta cambiando i comportamenti di uomini, aziende e governi. Secondo Andrea Guerra, amministratore delegato del colosso degli occhiali, Luxottica, «stanno cambiando i consumi, i modelli di business, il modo di fare politica. Persino le grandi potenze: Brasile, Cina e India sono poco colpiti dalla recessione e stanno rivoluzionando gli equilibri internazionali. E nel Nuovo



Numero uno di Luxottica

Andrea Guerra è amministratore delegato del colosso degli occhiali

Mondo saremo tutti più noiosi». Mi scusi ma che vuol dire?

«La nuova generazione si è trovata ad affrontare una situazione mai sperimentata in precedenza, con risvolti che hanno toccato anche le sfere umane e personali. Le grandi aziende hanno dovuto fare molti sacrifici e tutto questo cambierà il modo di affrontare la realtà: d'ora in avanti gli imprenditori faranno più attenzione a ogni minimo dettaglio, a non tralasciare

nulla, faranno progetti e investimenti coi piedi per terra».

Insomma, ci sarà un sano ritorno al core business?

«Esatto, si tornerà a guardare alle attività principali di un'azienda. E l'imprenditore che sarà lento a seguire questo Nuovo Mondo, si fermerà. Tanti business sembravano troppo facili, nella finanza, nei beni di consumo e nel lusso. Ma solo i marchi forti hanno resistito».

E qual è invece il profilo del nuovo consumatore?

«È molto incerto sul futuro, anche perché l'ondata della disoccupazione non è passata. La gente non vuole più strafare, sono finiti gli anni di esaltazione del consumismo. Il consumatore guarderà di più al rapporto qualità-prezzo e alla scelta del negozio».

Non pensa che sia necessario rilanciare i consumi?

«Penso che negli Stati Uniti, vero motore mondiale dei consumi, sia necessario che gli americani risparmino, ancora per un po'. Invece in Italia i lavoratori dipendenti hanno in media redditi troppo bassi; è giusto incentivarli, ad esempio con la detassazione degli straordinari. Ma anche le aziende devono fare la loro parte».

Luxottica che ha fatto?

«A maggio abbiamo lanciato un programma di incentivazione in beni e servizi e abbiamo già consegnato ai nostri 7.800 dipendenti in Italia un "carrello della spesa" da 110 euro. Una goccia nel mare, ma è una prima iniziativa concreta per aiutare i lavoratori e altre ne seguiranno».

Parliamo ora di occhiali e del settore del lusso. Come va?

«I consumi maschili hanno retto molto di più di quelli femminili. Gli eccessi di moda e lusso sono scomparsi. Si va verso prodotti più semplici o ad alto contenuto tecnico o attenti all'ambiente. Ad esempio Luxottica sta riscontrando un buon successo per una linea di occhiali Revo realizzata, grazie alle nostre attività di ricerca e sviluppo, con materiali riciclati».

Parliamo ancora di Luxottica. Quali sono i vostri piani anticrisi?

«Il gruppo ha basato la strategia per il 2009 su cinque pilastri: uno stato patrimoniale forte come testimonia-

no i dati del primo semestre con ricavi in crescita e una generazione di cassa che nel solo secondo trimestre è stata di 260 milioni. In secondo luogo abbiamo ripensato alla nostra organizzazione, dalla logistica alla riduzione dei costi fissi».

E poi?

«Terzo: abbiamo puntato sulla flessibilità commerciale, avviando progetti che ci avvicinano di più ai nostri clienti. Quarto, abbiamo continuato a investire ed espanderci, come dimostra l'acquisto in Sud America del 40% di MultiOpticas e l'accordo con Myer per aprire 65 punti vendita Sunglass Hut in Australia. In futuro continueremo a concentrarci su Australia, Nuova Zelanda, India e Cina».

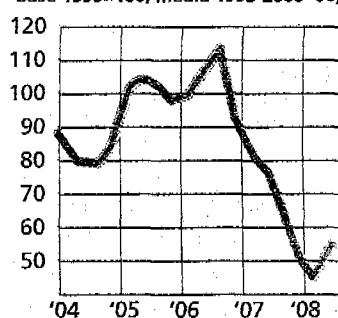
E l'ultimo pilastro?

«Quello più importante, e non è retorica, sono le persone. E le persone vanno motivate non solo con stipendi e bonus, ma anche col cuore, con la passione per il lavoro».



LA FIDUCIA NELL'AREA EURO

base 1995=100; media 1993-2008=90,4



Fonte: IFO

