

## ANALISI & COMMENTI

# Essilor-Luxottica, coronamento di un sogno o un'occasione mancata?

Già ora possiamo rallegrarci che non si sia trattato di un puro e semplice trasferimento del controllo ma di un merger che si presenta ai nastri di partenza come paritario. Resta però l'amarezza che l'Italia non riesca a trasformarne almeno una in una piattaforma aggregatrice in grado di federare alcuni dei nostri celebri brand sul modello sperimentato con successo da Kering e Lvmh nel lusso o da Lactalis e Danone nell'agroalimentare

**Giovanni Costa\***

Lunedì 16 Gennaio 2017 18:34



**Si tratta di una vendita, di un matrimonio o di un'unione civile, di un merger paritario?** Si tratta di un altro colpaccio dei francesi a danno dell'Italia ma presentato come provvidenziale, quei francesi che quando si tratta di cantieri navali piantano paletti di ogni tipo come sta accadendo con Fincantieri e STX France? O si tratta di un normale allargamento del mercato che non deve essere drammatizzato? Sui social si accavallano i giudizi e i commenti più disparati che poi vengono ripresi e amplificati dai media specializzati in finanza.

**A caldo e in assenza di maggiori dettagli, mi sembra di poter sostenere che l'operazione Essilor-Luxottica presenta alcuni indubbi aspetti positivi:**

1. Il futuro di Luxottica viene in qualche misura separato dai destini del suo fondatore e della famiglia e viene inserito in un contesto più internazionale, più solido sia sotto il profilo manageriale sia sotto quello finanziario;
2. Emerge un robusto disegno strategico attraverso le sinergie che per gli occhiali si creano tra lenti, montature e distribuzione in grado di portare a sintesi le funzioni di protesi sanitaria, di protezione e di fashion;
3. Si profila la nascita di un player in grado di giocare un ruolo significativo in tutto lo scenario globale di un mercato che promette una crescita costante per i prossimi anni e che già oggi vale 100 miliardi di cui si assicura un 15%;
4. Si allontana lo spettro di un percorso già sperimentato da altre aziende del made in Italy un tempo di grande successo infilatesi in un *cul de sac* senza prospettive di rinnovamento, incapaci sia di rigenerare il modello familiare sia di abbracciare quello manageriale.

**Per contro ci sono alcuni aspetti problematici:**

1. Il centro decisionale e strategico si sposta a Parigi fuori dal nostro Paese assecondando una tendenza in atto da alcuni anni che impoverisce il ruolo che possono giocare l'Italia e una piazza come Milano;
2. Un altro titolo uscirà quasi certamente dalla già asfittica Borsa di Milano;
3. Si arresta un processo di crescita che aveva fatto di Luxottica una dei più interessanti casi imprenditoriali della storia del business e non solo del nostro Paese.

**Il bilancio complessivo si potrà fare solo tra qualche tempo quando saranno più chiari i dettagli** del progetto e la nuova governance comincerà a implementare il disegno strategico che sottende l'operazione.

**Già ora possiamo rallegrarci che non si sia trattato di un puro e semplice trasferimento del controllo ma di un merger** che si presenta ai nastri di partenza come paritario. Resta però l'amarezza che l'Italia che pure vanta storie di assoluta eccellenza non riesca a trasformarne almeno una in una piattaforma aggregatrice in grado di federare alcuni dei nostri celebri brand sul modello sperimentato con successo da Kering e Lvmh nel lusso o da Lactalis e Danone nell'agroalimentare.

**Del Vecchio con Luxottica era forse l'ultimo che poteva tentare una simile avventura.** Ancora una volta saranno i francesi a farlo.

\*Giovanni Costa, Università di Padova e **CdA Intesa Sanpaolo**