
Modaes

Back Stage

Industria óptica: un negocio que mira al futuro entre gigantes italianos y recién llegados

Sarah García
17 feb 2014 - 04:40

De los pintalabios y los perfumes a las gafas. Este es el camino que han tomado muchas enseñas de moda internacional en sus procesos de diversificación. Y es ahí donde se han encontrado con grupos como **Safilo**, **Marcolin**, **Luxottica** o **Essilor**. Gigantes de la óptica que dominan un sector que, sólo en España y según datos de **DBK**, mueve más de 600 millones de euros al año, y en el que ahora se está produciendo un cambio de tendencia: la incorporación de empresas de nicho que copan cada vez más cuota de mercado, gracias a la innovación y la apuesta por el diseño.

Los principales grupos de gestión de licencias de óptica tienen la misma procedencia: Italia. El país se ha convertido en uno de los mayores productores de gafas a nivel global y cuenta con varias compañías que lideran el sector, tanto con sus marcas propias como con contratos de licencia de firmas como **Chanel**, **Prada** o **Armani**.

Un ejemplo son **Luxottica** y **Safilo**, que actualmente son dos de las mayores empresas del sector. Ambas son italianas y obtienen anualmente cifras de negocio que superan los 1.000 millones de euros. **Luxottica** cuenta en su cartera con enseñas propias como **Ray-Ban** y tiene contratos de licencia con firmas como **Burberry**, **Bulgari**, **Chanel**, **DKNY**, **Armani**, **Miu Miu**, **Prada** o **Stella McCartney**. Además, la compañía cuenta con una red de distribución propia de óptica: **Sunglass Hut**.

Safilo, por su parte, tiene un portfolio diversificado liderado por marcas propias como **Carrera** y **Polaroid** y por contratos con enseñas internacionales como **Dior**, **Marc Jacobs**, **Gucci**, **Saint Laurent**, **Céline**, **Hugo Boss**, **Jimmy Choo** o **Max Mara**.

Essilor es otra de las empresas más grandes del sector. La compañía francesa, que en

Modaes

su último ejercicio facturó casi 5.000 millones de euros, no cuenta con una cartera de marcas de moda muy extensa (tiene acuerdos con **Dockers**, **Reebok** o **Champion**), pero sí que tiene contratos de licencia con potentes enseñas como **Barbie**, **Disney** o **Marvel**. Todo su negocio de licencias está integrado dentro de su filial **FGX**, que es la que gestiona la división de lentes no prescritas, formada por gafas de leer pre montadas y gafas de sol.

Sí son italianas **Marcolin** y **De Rigo**. Ambas empresas, que tienen un volumen de negocio más reducido que el de **Luxottica** y **Safilo**, también han centrado el grueso de su negocio en los contratos de licencia internacionales con enseñas de moda. **Marcolin**, que en su último ejercicio facturó 224 millones de euros, tiene entre sus marcas licenciadas a **Diesel**, **Balenciaga**, **Dsquared**, **Roberto Cavalli**, **Swarovski**, **Montblanc** o **Tod's**. **De Rigo**, por su parte, cuenta con marcas propias como **Police**, con la que ha entrado en textil, y contratos con enseñas de moda como **Ermenegildo Zegna**, **Loewe**, **Tous**, **Chopard**, **Carolina Herrera** o **Givenchy**.

La estadounidense **Marchon** también forma parte de los líderes del sector óptico. La compañía, que en 2008 fue adquirida por **VSP** por 735 millones de dólares, está centrada en las licencias de óptica para marcas de moda, con ejemplos como **Calvin Klein**, **Chloé**, **DVF**, **Jil Sander**, **G-Star**, **Lacoste**, **Michael Kors** o **Nine West**, así como en sus marcas propias, entre las que figuran **Marchon**, **Flexon**, **Tres Jolie** o **Scandinavian Eyewear**.

Nuevos actores del sector

Todos estos gigantes del negocio de la óptica han visto como, en los últimos años, han proliferado enseñas de nicho, con una estructura mucho más reducida, que han ido ganando peso poco a poco. Compañías como las españolas **Etnia Barcelona** y **Visual Global** o la italiana **Italia Independent** han entrado con fuerza en el sector y no sólo han incrementado su cuota de mercado con licencias, sino también con gafas de diseño propio que apuestan por la innovación y la diferenciación.

Nacida en 2003, **Etnia Barcelona** ha conseguido incrementar su plantilla hasta superar las 300 personas, y tras facturar 30 millones de euros en 2013, tiene previsto concluir este año con casi 40 millones de euros de cifra de negocio. La compañía, que vende sus productos en más de sesenta países de todo el mundo, se desmarca del resto por su apuesta por la innovación y el desarrollo de modelos de gafas con materiales poco habituales.

En el caso de **Visual Global**, la empresa cuenta con enseñas como **Viceroy** y **Shiseido**, de las que distribuye sus productos, y con contratos de licencia con marcas españolas

Modaes

como **Camper**. Además, la compañía también tiene una cartera de marcas propias formada por nombres como **Iman** o **Andrea Nielsen**.

Italia Independent es, de las tres compañías, la que más se ha desarrollado en los últimos años. La empresa, nacida en 2007, ha incrementado su estructura hasta conseguir salir al mercado alternativo de Milán en 2013.

Fundada y liderada por **Lapo Elkann** (heredero del imperio **Fiat**), **Andrea Tessitore** y **Giovanni Accongiagioco**, **Italia Independent** ha tejido una red de diez puntos de venta propios y una cartera de clientes que, en 2013, alcanzaba los 3.000.

Pese a que la empresa nació como productora y distribuidora de gafas, **Italia Independent** se ha marcado el objetivo de convertirse en una enseña de *lifestyle*, por lo que ha diversificado e incorporado productos para completar la oferta de moda que cualquier marca ofrece.

La compañía, que cerró el ejercicio 2012 con una cifra de negocio de 15 millones de euros, tenía previsto concluir el 2013 con una facturación de 24 millones y se ha marcado el objetivo de incrementar esa cifra hasta los 30 millones de euros en dos años.