

Empresa

Luxottica gana un 7% más en los nueve primeros meses impulsada por el multimarca

Modaes
30 oct 2014 - 11:22

Luxottica saca partido a su red de distribución multimarca. El grupo italiano, especializado en óptica, ha concluido los nueve primeros del ejercicio (periodo finalizado el pasado septiembre) con un incremento del 6,9% en su resultado neto, hasta 555 millones de euros. La compañía ha conseguido una buena evolución de su beneficio gracias al buen ritmo de su división de distribución multimarca.

El grupo italiano, que actualmente se encuentra reorganizando su cúpula directiva tras la salida del director financiero y del consejero delegado, ha conseguido elevar un 6% la cifra de negocio de su división de distribución multimarca, pasando de facturar 2.347 millones de euros en 2013 a 2.490 millones de euros en 2014.

La división de retail de **Luxottica**, que incluye su red de tiendas propias **Sunglass Hut**, ha cerrado los nueve primeros meses con un retroceso del 0,72% en su facturación, hasta 3.296 millones de euros. En términos globales, la compañía incrementó un 2% sus ventas en el periodo, hasta 5.785 millones de euros.

Luxottica acaba de recuperar la estabilidad directiva con el fichaje de dos co consejeros delegados, que serán los que lideren una nueva etapa del grupo, tras la salida de **Enrico Cavatorta**, director financiero, y de **Andrea Guerra**, que ha sido el consejero delegado del grupo durante la última década.

Ambos decidieron abandonar la empresa tras varios desacuerdos con **Leonardo Del Vecchio**, fundador y presidente del grupo **Luxottica**.