

LA SCOMMESSA DEGLI INVESTITORI ESSILUX AVANTI SUI NUOVI BUSINESS

Con l'ultima trimestrale il gigante del lusso
riprende la traiettoria di crescita su ricavi
e margini. E il titolo festeggia...

di **DANIELA POLIZZI**

I prossimi appuntamenti sono già fissati per il 17 novembre a Parigi alla JP Morgan Global Luxury & Brands Conference e per il giorno successivo, in occasione del summit di Morgan Stanley Asia Pacific a Singapore. Davanti alla platea di investitori istituzionali che pesano per oltre il 60% del capitale di Essilux, la multinazionale racconterà il percorso del gruppo. Non solo nel business e nella crescita dei ricavi, ma anche in Borsa.

Tra le carte che la multinazionale guidata dal presidente e ceo **Francesco Milleri** potrà far valere c'è anche l'upgrade del rating ad A+ incassato venerdì scorso da S&P, che ha certificato la traiettoria positiva della società. Il top management parlerà dei numeri che nel terzo trimestre hanno visto un aumento dei ricavi del 9% a 7,48 miliardi. Allungando lo sguardo ai primi nove mesi, il fatturato ha segnato 22,3 miliardi (+8,9% a cambi costanti).

Al di là delle cifre, il team farà un'analisi dopo una stagione di investimenti e svolte tecnologiche. I cosiddetti wearables, cioè gli occhiali tecnologici con l'AI, e i nuovissimi Nuance Audio Plus (quelli che aumentano la capacità di ascolto, giunti alla seconda generazione) nel solo terzo trimestre 2026 hanno già raccolto 486 milioni di ricavi, in crescita del 20%. Mentre il business tradizionale, quello più legato alla storia dell'azienda ha portato gli altri 7 miliardi di fatturato con una crescita del 6,1%.

Tecnologia

Sono dati chiave, secondo la maggioranza degli analisti, perché consentono di dare una lettura più profonda di quanto succede nel gruppo. Che ha aggiunto la tecnologia ai suoi prodotti, è rimasto fedele alle sue radici, ma anche gettato solide basi per il suo futuro. La tecnologia insomma ha consentito di creare una nuova linea di prodotto nel portafoglio della multinazionale, perfettamente integrata nella piattaforma

industriale, logistica e distributiva dell'azienda, e con le tecnologie di lenti e i servizi nel vision care. Nel quarto trimestre di un anno fa, le vendite di smart glass con l'AI realizzati con Meta avevano visto un picco del fatturato a 1,1 miliardi, dopo la spinta di acquisti eccezionali registrati negli Stati Uniti grazie ai wearables nel consumer electronics. Oggi, come ha dimostrato il dato del terzo trimestre presentato la scorsa settimana, il gruppo è tornato alla normalità. E il mercato sembra aver capito la traiettoria solida e in costante crescita nei ricavi e nei margini.

Mercati

Il picco sopra i 300 euro registrato a novembre di un anno fa era stato raggiunto sull'onda di un entusiasmo del mercato attorno ai wearables e agli sviluppi dell'AI, con forti acquisti sul mercato e una valutazione molto positiva degli analisti. Una bolla valutativa di breve periodo che ha alimentato di pari passo i dubbi del mercato sulla profittabilità della nuova categoria.

Oggi quegli stessi analisti vedono addirittura una graduale espansione del margine lordo per gli AI glasses a partire dall'anno fiscale 2026. Al pari cioè di quello del business tradizionale. Il mercato ha visto con favore i nuovi dati di Essilux e sta premiando il gruppo che nella sola giornata di mercoledì, all'indomani della presentazione dei numeri al mercato, ha visto un rialzo record del titolo al listino Euronext di Parigi del 16%, a 173,8 euro, consolidato e ampliato sopra i 180 euro al termine dell'ottava.

«Sono risultati solidi, come i fondamentali dell'azienda», ha spiegato **Francesco Milleri**, presidente e ad del gruppo. «L'apprezzamento del mercato, compreso l'upgrade del rating di S&P — ha aggiunto — ci conferma la qualità delle strategie e della nostra crescita, in linea con la visione del fondatore, sicuri che gli investimenti nei wearables, nel med-tech e nei nuovi business daranno ritorni sempre più significativi

anche nei numeri».

Le somme di un anno fatto di fortissimi aumenti e successivi ridimensionamenti le hanno tirate gli stessi analisti.

Se si prendono a confronto le capitalizzazioni di mercato di alcune delle grandi aziende del lusso e del vision care comparabili a Essilux, dal 2022, anno della scomparsa del fondatore, e fatto cento il valore negli ultimi quattro anni, emerge che la multinazionale italiana in Borsa ha sovraperformato molti dei peer, con un rialzo del 35% nel periodo, a differenza del -29% di Lvmh e

del -63% di Kering, del -64% di Nike, o del -19% di Cooper Companies e del -67% di Carl Zeiss Mediatech (dati a venerdì 23 ottobre).

Assetti

Anche l'attesa concorrenza negli smart glass con l'arrivo di nuovi player, sembra trovare Essilux in grado di contrastare le mosse dei competitor. Il prossimo trimestre trarrà infatti beneficio dal lancio della terza generazione di Ray-Ban Meta e della nuova linea audio annunciate a settembre. Gli analisti di Equita hanno scritto che «la resilienza del business tradizionale e la prospettiva di un ritorno alla crescita dei wearables possano sostenere il rerating del titolo».

Nella call con gli analisti all'indomani



dei conti è emersa qualche domanda sulla governance di Delfin e sui continui contrasti tra i membri della famiglia Del Vecchio. «Non vedo impatti duraturi. La squadra è forte, focalizzata sugli obiettivi. E il management ha la fiducia e il supporto del cda del gruppo. Questo è lo stato d'animo in Essilux», ha risposto per tutti il cfo, Stefano Grassi.

La crescita costante del gruppo e la performance del titolo dovrebbero soddisfare le aspettative anche dei soci della cassaforte Delfin, cui fa capo il 32,4% di Essilux. Gli otto azionisti sono alla ricerca di nuovi equilibri tra chi pensa a un disimpegno e chi vorrebbe rimanere nella compagine o magari cambiare gli assetti di governance. Ma il perno degli eventuali cambiamenti richiede l'unanimità, cosa che fin qui gli eredi non hanno mai saputo trovare. Il board di Delfin resta quindi autonomo, come vuole lo statuto scritto dal fondatore. E appare compatto con il presidente **Milleri**, la figura che identifica maggiormente la visione di Leonardo Del Vecchio e gli altri quattro consiglieri. Il ceo Romolo Bardin sta provando a migliorare la comunicazione tra il cda e gli azionisti, soprattutto con quelli che da tempo chiedono di essere più coinvolti. Ma, per cambiare le cose, dovranno in primo luogo mettersi d'accordo tra loro e trovare una voce comune e allineata.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

L'evoluzione

L'andamento dei prezzi delle azioni di EssilorLuxottica rispetto ad alcuni dei suoi principali concorrenti e aziende globali a ottobre 2026. Dato giugno 2022 = 100

EssilorLuxottica	135	+35%
Alcon	92	-8%
 CooperCompanies	81	-19%
COVIVIO	80	-20%
LVMH	71	-29%
 KERING	37	-63%
 NIKE	36	-64%
 ZEISS MEDITEC	33	-67%



Alla guida

Francesco Milleri, presidente e amministratore delegato di EssilorLuxottica e presidente di Delfin