



Vendite 2007: un altro anno di forte crescita per Luxottica

Fatturato consolidato per il 2007 a 5 miliardi (+12,6% a parità di cambi)

Milano, 29 gennaio 2008 - Luxottica Group S.p.A. (MTA: LUX; NYSE: LUX), Il Consiglio di Amministrazione di Luxottica Group, leader mondiale nel design, produzione, distribuzione e vendita di occhiali di fascia alta e di lusso, riunito oggi a Milano sotto la presidenza di Leonardo Del Vecchio, ha esaminato il fatturato consolidato del quarto trimestre e dell'esercizio 2007.

Esercizio 2007¹

- **Fatturato:** €4.967 milioni (+6,2%) (€5.263 milioni +12,6% a parità di cambi), inclusi €88 milioni di fatturato Oakley (6 settimane)
 - **Fatturati divisionali (escluso Oakley):**
 - Fatturato retail: €3.234 milioni (-1,8%) (+5,6% a parità di cambi); vendite a parità di negozi, cambi e perimetro di consolidamento²: +1,2%
 - Fatturato wholesale: €1.993 milioni (+16,2%) (+19,8% a parità di cambi)

Quarto trimestre¹

- **Fatturato:** €1.189 milioni (+7,1%) (+16,2% a parità di cambi) inclusi €88 milioni di fatturato Oakley (6 settimane)
 - **Fatturati divisionali (escluso Oakley):**
 - Fatturato retail: €714 milioni (-7,2%) (+2,8% a parità di cambi); vendite a parità di negozi, cambi e perimetro di consolidamento²: -1,7%
 - Fatturato wholesale: €479 milioni (+15,6%) (+20,2% a parità di cambi)

Andrea Guerra, Amministratore Delegato di Luxottica Group, ha commentato: *"Il 2007 è stato un altro anno record per Luxottica, il quarto consecutivo nel quale il fatturato del Gruppo è cresciuto a doppia cifra, a tassi di cambio costanti. Abbiamo raggiunto il traguardo dei 5 miliardi di euro di fatturato con una crescita del 12,6%, a cambi costanti, approssimandoci ai livelli della straordinaria performance 2006, che aveva fatto segnare sull'anno precedente un incremento del 14%.*

"L'importanza dell'anno appena concluso è stata per noi enorme - ha concluso Andrea Guerra - sia in termini di crescita sia di investimenti. Oggi il nostro modello di integrazione verticale è ancora più efficiente, siamo sempre più fortemente radicati in tutti i mercati in cui operiamo, il nostro portafoglio marchi è più forte e bilanciato e siamo apprezzati dai consumatori in tutti i segmenti del nostro business. Nell'anno abbiamo investito più di 2 miliardi di dollari solo per Oakley e siamo intervenuti su un

quarto della nostra catena commerciale, ponendo così basi molto solide per l'ulteriore sviluppo del prossimo triennio."

La divisione wholesale, anche senza contributo di Oakley, ha registrato una crescita del business del 20% a tassi costanti per l'esercizio 2007, con un fatturato di circa 2 miliardi di euro, a conferma dell'ottimo lavoro svolto sul portafoglio marchi negli ultimi anni. Le vendite a clienti terzi (dato particolarmente significativo nel valutare l'andamento del business) sono cresciute del 21,7% a cambi costanti. Il fatturato complessivo di Ray-Ban è cresciuto a doppia cifra per il quinto anno consecutivo, così come ottimo è stato l'andamento dei marchi del lusso, tra i quali Bvlgari, Chanel, Dolce & Gabbana, Prada e Versace. Sotto il profilo geografico, Luxottica ha continuato a rafforzarsi in tutto il mondo. Il fatturato del business wholesale nei mercati emergenti è cresciuto del 40%, evidenziando un'altra macro area di espansione del business.

I risultati del retail, anche senza contributo di Oakley, sono stati soddisfacenti, con una crescita del 5,6% a tassi costanti e vendite (a parità di negozi, cambi e perimetro di consolidamento) in aumento del 1,2%², anche in presenza di un andamento altalenante del mercato in Nord America, che ha manifestato comportamenti a tratti emotivi in relazione ai segnali ancora non chiari dello scenario complessivo di quella economia. Nel resto dei mercati dove Luxottica opera vanno segnalate le ottime performance del retail in Australia e in Cina, con un trend di crescita stabile e sostenuto. Lo sviluppo di Sunglass Hut continua in tutti i paesi in cui è presente: negli ultimi 3 anni ha realizzato una crescita a parità di perimetro del 40%².

L'andamento complessivo del business nel mercato nord americano è stato positivo nell'intero anno, con un progresso totale (wholesale e retail) del 6,1% (in US\$) sull'anno precedente.

Il 2007 ha fatto anche registrare l'acquisizione di Oakley, il secondo marchio di occhiali più famoso al mondo dopo il nostro Ray-Ban. Il contributo di Oakley al consolidato del Gruppo per il 2007 ha riguardato le ultime 6 settimane dell'anno, peraltro non stagionali. Il lavoro dei team integrati Oakley e Luxottica sta procedendo a ritmi sostenuti nella definizione del piano di business 2008-2010. Il prossimo 7 febbraio a Foothill Ranch in California, il piano verrà presentato agli investitori e ai mercati.

Luxottica Group pubblicherà i risultati consolidati del quarto trimestre e dell'intero esercizio 2007 il 13 marzo 2008. Le stime dettagliate per l'esercizio 2008 verranno invece rese note al mercato in occasione del citato Investor Day del prossimo 7 febbraio.

Il Gruppo ha annunciato³ oggi che il pagamento dei dividendi relativi alle azioni ordinarie a valere sui risultati dell'esercizio 2007 è previsto per il mese di maggio 2008. Eventuali modifiche che dovessero intervenire successivamente al presente comunicato saranno rese note con le modalità previste dalla normativa vigente.

Si rende noto che, ai sensi dell'art. 82, comma 2 lett. b) della delibera CONSOB n. 11971/99 e successive modifiche e integrazioni, in luogo della relazione trimestrale al 31 dicembre 2007 verranno pubblicati entro il 31 marzo 2008 il progetto di bilancio ed il bilancio consolidato al 31 dicembre 2007 approvati dal Consiglio di Amministrazione.

- fine -

Il dirigente preposto alla redazione dei documenti contabili societari Enrico Cavatorta dichiara, ai sensi dell'articolo 154 bis, comma 2, del TUF, che l'informativa contabile contenuta nel presente comunicato stampa corrisponde alle risultanze documentali, ai libri e alle scritture contabili.

RETAIL COMPARABLE STORE SALES^{2,4}

	4° trimestre 2007	Esercizio 2007
Vista Nord America	(3,0)%	(0,1)%
▶ LensCrafters, Pearle Vision	(3,2)%	1,2%
▶ Licensed Brands	(2,0)%	(5,4)%
Sunglass Hut mondo	(3,1)%	1,7%
▶ Sole	2,6%	5,7%
▶ Orologi e accessori	(48,0)%	(38,4)%
Vista Australia & Nuova Zelanda	7,2%	6,3%
Vista Greater China	17,0%	15,7%
Totale Gruppo	(1,7)%	1,2%

1 Tutti i confronti, incluse le variazioni percentuali, si riferiscono al trimestre e ai dodici mesi terminati il 31 dicembre 2007 e 2006.

2 Per vendite omogenee si intendono le vendite a parità di negozi, cambi, perimetro di consolidamento e numero di settimane.

3 Quest'informativa sul pagamento dei dividendi per gli esercizi 2006 e 2007 è fornita ai sensi dell'art. l'Art. 2.1.2, comma 1, lett. a) e b) delle Istruzioni al Regolamento dei Mercati Organizzati e Gestiti da Borsa Italiana S.p.A.

4 La tabella non include i dati di Oakley

Luxottica Group S.p.A.

Luxottica Group è leader mondiale nel settore degli occhiali di fascia alta, di lusso e sportivi, con oltre 6.000 negozi operanti sia nel segmento vista che sole in Nord America, Asia-Pacifico, Cina, Sudafrica, Europa e un portafoglio marchi forte e ben bilanciato. Tra i marchi propri figurano Ray-Ban, il marchio di occhiali da sole più conosciuto al mondo, Oakley, Oliver Peoples, Vogue, Persol, Arnette e REVO mentre i marchi in licenza includono Bvlgari, Burberry, Chanel, Dolce & Gabbana, Donna Karan, Polo Ralph Lauren, Prada, Salvatore Ferravamo, Tiffany e Versace. Oltre a un network wholesale globale che tocca 130 paesi, il Gruppo gestisce nei mercati principali alcune catene leader nel retail tra le quali LensCrafters, Pearle Vision e Sunglass Icon in Nord America, OPSM e Laubman & Pank in Asia-Pacifico e Sunglass Hut in tutto il mondo. I prodotti del Gruppo sono progettati e realizzati in sei impianti produttivi in Italia e in due, interamente controllati, nella Repubblica Popolare Cinese. Nel 2007, Luxottica Group ha registrato vendite nette pari a €5 miliardi. Ulteriori informazioni sul Gruppo sono disponibili su www.luxottica.com.

Safe Harbor Statement

Talune dichiarazioni contenute in questo comunicato stampa potrebbero costituire previsioni ("forward looking statements") così come definite dal Private Securities Litigation Reform Act del 1995. Tali dichiarazioni riguardano rischi, incertezze e altri fattori che potrebbero portare i risultati effettivi a differire, anche in modo sostanziale, da quelli anticipati. Tra tali rischi ed incertezze rientrano, a titolo meramente esemplificativo e non esaustivo, la capacità di integrare con successo le attività di Oakley, la capacità di concretizzare le attese sinergie derivanti dall'acquisizione di Oakley, la capacità di introdurre e commercializzare con successo nuovi prodotti, la capacità di mantenere un sistema distributivo efficiente, la capacità di prevedere le future condizioni economiche e cambi nelle preferenze dei consumatori, la capacità di raggiungere e gestire la crescita, la capacità di negoziare e mantenere accordi di licenza favorevoli, la disponibilità di strumenti correttivi alternativi agli occhiali da vista, fluttuazioni valutarie, l'abilità di integrare effettivamente gli altri business recentemente acquisiti, così come altri fattori politici, economici e tecnologici e altri rischi e incertezze già evidenziati nei nostri filing presso la Securities and Exchange Commission. Tali previsioni ("forward looking statements") sono state rilasciate alla data di oggi e non ci assumiamo alcun obbligo di aggiornamento.

Contatti

Media Relations:

Carlo Fornaro
Group Corporate Communications Director
Tel.: +39 (02) 8633 4062
Email: MediaRelations@luxottica.com

Luca Biondolillo
Head of International Communications
Tel.: +39 (02) 8633 4668
Email: LucaBiondolillo@Luxottica.com

Investor Relations:

Alessandra Senici
Group Investor Relations Director
Tel.: +39 (02) 8633 4069
Email: InvestorRelations@Luxottica.com