



Comunicato stampa

## Luxottica: il fatturato 2012 supera i 7 miliardi di Euro (+14%), il miglior risultato nella storia del Gruppo

*I primi dati del 2013 confermano la crescita, trainata dal Nord America*

Milano, 29 Gennaio 2013 - Il Consiglio di Amministrazione di Luxottica Group S.p.A. (MTA: LUX; NYSE: LUX), leader nel design, produzione, distribuzione e vendita di occhiali di fascia alta, di lusso e sportivi, riunitosi oggi, ha esaminato il fatturato e i risultati preliminari del quarto trimestre e dell'esercizio 2012.

### Esercizio 2012<sup>1</sup>

| <i>(milioni di euro)</i> | FY2012       | FY2011       | Variazione                |  |
|--------------------------|--------------|--------------|---------------------------|--|
|                          |              |              | <i>(a cambi correnti)</i> | <i>(a parità di cambi<sup>2</sup>)</i> |
| <b>Fatturato</b>         | <b>7.086</b> | <b>6.222</b> | +13,9%                    | +7,5%                                  |
| Divisione Wholesale      | 2.773        | 2.456        | +12,9%                    | +10,0%                                 |
| Divisione Retail         | 4.313        | 3.766        | +14,5%                    | +5,8%                                  |

### Quarto trimestre 2012<sup>1</sup>

| <i>(milioni di euro)</i> | Q4 2012      | Q4 2011      | Variazione                |  |
|--------------------------|--------------|--------------|---------------------------|--|
|                          |              |              | <i>(a cambi correnti)</i> | <i>(a parità di cambi<sup>2</sup>)</i> |
| <b>Fatturato</b>         | <b>1.632</b> | <b>1.509</b> | +8,2%                     | +5,1%                                  |
| Divisione Wholesale      | 611          | 556          | +9,9%                     | +9,0%                                  |
| Divisione Retail         | 1.021        | 953          | +7,2%                     | +2,7%                                  |

Il quarto trimestre del 2012 ha confermato il trend di crescita di Luxottica consolidando le performance registrate durante tutto il 2012 e in tutte le aree geografiche in cui il Gruppo opera. Questi risultati di eccellenza hanno premiato la qualità del portafoglio marchi, il successo delle iniziative lanciate e la costante attenzione nei confronti di clienti e consumatori.

*“Il 2012 è stato un altro anno record per Luxottica”, ha commentato Andrea Guerra, Chief Executive Officer di Luxottica. “Il ritmo di crescita di tutto l’anno attesta performance eccellenti che hanno premiato l’impegno del Gruppo nei confronti di clienti e consumatori. Anche i primi dati del 2013, in particolare per il Nord America, confermano ottime prospettive di crescita”.*

*“Siamo già totalmente impegnati nel far sì che i piani del 2013 siano ben eseguiti in tutti i Paesi e per tutti i nostri business”, continua Andrea Guerra. “Abbiamo grandi opportunità di crescita che ci sono offerte dal fatto di operare in un’industria ancora giovane e di poter accrescere la penetrazione complessiva dei nostri prodotti nei mercati internazionali. Alcuni canali di vendita sono molto nuovi come il travel retail, i department stores o l’e-commerce. A questo si aggiungono, da un lato, fattori esterni come l’invecchiamento della popolazione, dall’altro la nostra capacità di saper creare nuovi bacini di utenza. Riteniamo che tanti nostri business possano, anche nel 2013, crescere oltre il 10%: basti pensare ai cosiddetti Paesi emergenti e agli straordinari successi avuti in questi mercati negli ultimi anni. Altri fondamentali driver di crescita sono i nostri marchi Ray-Ban e Oakley, il nostro portafoglio di eccellenza pura nel segmento lusso e l’ingresso delle collezioni di Giorgio Armani, l’espansione internazionale della catena Sunglass Hut e la grande crescita del segmento “vista” nel mondo”.*

*“Infine” - conclude Guerra - “Anche nel 2012 abbiamo realizzato un nuovo record in termini di generazione di cassa, ciò ha permesso di ridurre ulteriormente l’indebitamento e di rafforzare la nostra base patrimoniale”.*

Il fatturato del 2012 ha superato i 7 miliardi di Euro, miglior risultato della storia di Luxottica: 7.086 milioni (+13,9% a cambi correnti e +7,5% a parità di cambi<sup>2</sup>) rispetto ai 6.222 del 2011.

Nel 2012 il fatturato ha registrato una crescita solida in tutte le aree geografiche in cui il Gruppo è presente. Le vendite complessive in Nord America sono cresciute del 6% in Dollari. Luxottica ha conseguito in Europa occidentale un incremento del 4% e del 26% nei Paesi emergenti, entrambi i dati a parità di cambi<sup>2</sup>. Si tratta di performance eccellenti che confermano una crescita costante, continua e globale.

In particolare: eccellente l’andamento della divisione Wholesale in Nord America (+15%), in Europa occidentale (+3%) e nei Paesi emergenti (+19%) a parità di cambi<sup>2</sup>.

Significativi anche i risultati dell’intero anno 2012 della divisione Retail: le vendite omogenee<sup>4</sup> del Nord America sono cresciute del 6%, quelle dei Paesi emergenti sono aumentate dell’11% mentre le vendite omogenee<sup>4</sup> della catena ottica OPSM in Australia hanno avuto un incremento di circa il 10%.

Relativamente al quarto trimestre del 2012, entrambe le divisioni Wholesale e Retail hanno contribuito in maniera decisiva ai risultati realizzati. Complessivamente, il fatturato del Gruppo nel quarto trimestre si è attestato a 1.632 milioni di euro, in progresso dell’8,2% rispetto allo stesso periodo dell’anno precedente (+5,1% a parità di cambi<sup>2</sup>).

Inoltre nel quarto trimestre, il rigoroso controllo del capitale circolante ha consentito a Luxottica di realizzare una generazione di cassa<sup>3</sup> record. Di conseguenza, l’indebitamento netto<sup>3</sup> al 31 dicembre 2012 è previsto in ulteriore riduzione a circa 1,7 miliardi di euro.

### **Divisione Wholesale**

Il quarto trimestre del 2012 ha confermato il trend di crescita che ha caratterizzato l’intero anno. Per quanto riguarda l’andamento delle vendite nelle principali aree geografiche, sono stati particolarmente significativi i risultati dell’Europa Occidentale, dove Italia, Germania e Regno Unito hanno corso a doppia cifra e gli altri Paesi hanno mostrato una performance positiva. Eccellenti i risultati del Nord America e dei paesi emergenti, con tassi di crescita a doppia cifra in Cina, Brasile, Turchia, Messico, India e in Europa dell’Est.

Il 2012 è stato un anno record per la divisione Wholesale in tutte le geografie, grazie alla capacità di coinvolgimento dei clienti nell’esperienza dei marchi e di instaurare con questi relazioni uniche e durature.

Si conferma ancora una volta la crescita del segmento premium e lusso, in particolare di Prada, Burberry, Coach, Dolce & Gabbana, Ralph Lauren e Tiffany. Ray-Ban e Oakley confermano la crescita a doppia cifra trainata dal segmento vista.

Il fatturato del quarto trimestre si è attestato a 611 milioni di euro (+9,9% a cambi correnti e +9,0% a parità di cambi<sup>2</sup>). Su base annuale, il fatturato della divisione è stato pari a 2.773 milioni di euro (+12,9% a cambi correnti e +10,0% a parità di cambi<sup>2</sup>).

### **Divisione Retail**

Nel quarto trimestre del 2012 la divisione Retail ha continuato a registrare un andamento positivo. Sunglass Hut, la catena specializzata nel segmento “sole”, ha conseguito ancora una volta performance eccezionali, con vendite omogenee<sup>4</sup> complessive in crescita del 10%. Rilevanti sono stati i risultati in Sudafrica (+18,3%), in Messico (+19,1%) e in Nord America (+10,1%), dove le vendite omogenee<sup>4</sup> hanno registrato per il terzo anno consecutivo una crescita a doppia cifra.

LensCrafters ha registrato una solida performance nella “stagione assicurativa”, che comprende anche la prima settimana di gennaio 2013, con vendite omogenee<sup>4</sup> in crescita del 3,6%. Crescita che è proseguita nelle settimane successive. Nel 2012 il calendario retail Nord America di Luxottica ha chiuso il 29 dicembre, ciò ha penalizzato il fatturato dell’ultima settimana del 2012 a favore della prima settimana del 2013. Pertanto le vendite omogenee<sup>4</sup> del quarto trimestre di LensCrafters hanno registrato un incremento di circa l’1% rispetto allo stesso periodo dell’anno precedente.

Prosegue il trend positivo anche in Australia che mette a segno i benefici della riorganizzazione iniziata nel mese di febbraio. In questo contesto, significativa è stata la performance di OPSM in Australia che ha registrato, nell’ultimo trimestre 2012, un incremento delle vendite omogenee<sup>4</sup> pari all’8,7% rispetto allo stesso periodo del 2011. Le vendite omogenee<sup>4</sup> di OPSM in Australia del 2012 sono cresciute del 9,5%.

Il fatturato della divisione si è quindi attestato nel trimestre a 1.021 milioni di euro (+7,2% a cambi correnti e +2,7% a parità di cambi<sup>2</sup>). Su base annua, il fatturato è invece cresciuto del 14,5% a cambi correnti a 4.313 milioni di euro, +5,8% a parità di cambi<sup>2</sup>.

§

Si comunica inoltre che la Società ha deciso di avvalersi delle facoltà previste dall’art. 70, comma 8 e dall’art. 71, comma 1-bis del Regolamento Emittenti CONSOB e, quindi, di derogare all’obbligo di mettere a disposizione del pubblico un documento informativo in occasione di operazioni significative di fusione, scissione, aumento di capitale mediante conferimento di beni in natura, acquisizione e cessione.

§

I risultati del 2012 saranno esaminati dal Consiglio di Amministrazione il 28 febbraio 2013 e illustrati il giorno successivo, venerdì 1 marzo 2013, nel corso di una presentazione alla comunità finanziaria. La presentazione sarà disponibile in webcast in diretta sul sito Internet [www.luxottica.com](http://www.luxottica.com).

## Luxottica Group - Contatti

Cristina Parenti  
Group Corporate Communication and Public  
Relations Director  
Tel.: +39 (02) 8633 4683  
Email: [cristina.parenti@luxottica.com](mailto:cristina.parenti@luxottica.com)

Alessandra Senici  
Group Investor Relations Director  
Tel.: +39 (02) 8633 4870  
Email: [InvestorRelations@Luxottica.com](mailto:InvestorRelations@Luxottica.com)

Ana Iris Reece  
Group Financial and Corporate Press Office Manager  
Tel.: +39 (02) 8633 4912  
Email: [anairis.reece@luxottica.com](mailto:anairis.reece@luxottica.com)

[www.luxottica.com](http://www.luxottica.com)

1 Tutti i confronti, incluse le variazioni percentuali, si riferiscono ai tre e ai dodici mesi terminati il 31 dicembre 2012 e il 31 dicembre 2011, secondo i principi contabili IAS/IFRS.

2 I dati a parità di cambi sono calcolati utilizzando il cambio medio del rispettivo periodo di confronto. Per ulteriori informazioni si rimanda alle tabelle allegate.

3 Il free cash flow e l'indebitamento netto sono indicatori non previsti dai principi contabili IAS/IFRS.

4 Per vendite omogenee si intendono le vendite a parità di negozi, cambi e perimetro di consolidamento. Dal secondo trimestre 2012 Pearle Vision è esclusa dal calcolo.

### Luxottica Group S.p.A.

Luxottica Group è leader nel settore degli occhiali di fascia alta, di lusso e sportivi, con circa 7.000 negozi operanti sia nel segmento vista che sole in Nord America, Asia-Pacifico, Cina, Sudafrica, America Latina ed 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, Vogue, Persol, Oliver Peoples, Arnette e REVO mentre i marchi in licenza includono Giorgio Armani, Bvlgari, Burberry, Chanel, Coach, Dolce & Gabbana, Donna Karan, Polo Ralph Lauren, Prada, 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 ILORI in Nord America, OPSM e Laubman & Pank in Asia-Pacifico, LensCrafters in Cina, GMO in America Latina e Sunglass Hut in tutto il mondo. I prodotti del Gruppo sono progettati e realizzati in sei impianti produttivi in Italia, in due, interamente controllati, nella Repubblica Popolare Cinese, in uno in Brasile e in uno negli Stati Uniti, dedicato alla produzione di occhiali sportivi. Nel 2012, Luxottica Group ha registrato vendite nette pari a oltre €7,0 miliardi. Ulteriori informazioni sul Gruppo sono disponibili su [www.luxottica.com](http://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 e incertezze rientrano, a titolo meramente esemplificativo e non esaustivo, la capacità di gestire gli effetti dell'attuale incerta congiuntura economica internazionale, la capacità di acquisire nuove attività e di integrarle efficacemente, la capacità di prevedere le future condizioni economiche e cambi nelle preferenze dei consumatori, la capacità di introdurre e commercializzare con successo nuovi prodotti, la capacità di mantenere un sistema distributivo efficiente, 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, variazioni nelle condizioni locali, la capacità di proteggere la proprietà intellettuale, la capacità di mantenere le relazioni con chi ospita i nostri negozi, problemi dei sistemi informativi, rischi legati agli inventari, rischi di credito e assicurativi, cambiamenti nei regimi fiscali, 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.

**- SEGUE L'APPENDICE -**

## Major currencies

|                                   | Three months ended<br>December 31, 2012 | Twelve months ended<br>December 31, 2012 | Three months ended<br>December 31, 2011 | Twelve months ended<br>December 31, 2011 |
|-----------------------------------|---|--|---|--|
| Average exchange rates<br>per € 1 |   |  |   |  |
| US\$                              | 1,29669                                 | 1,28479                                  | 1,34815                                 | 1,39196                                  |
| AUD                               | 1,24844                                 | 1,24071                                  | 1,33156                                 | 1,34839                                  |
| GBP                               | 0,80740                                 | 0,81087                                  | 0,85727                                 | 0,86788                                  |
| CNY                               | 8,10358                                 | 8,10523                                  | 8,56824                                 | 8,99600                                  |
| JPY                               | 105,12297                               | 102,49188                                | 104,22219                               | 110,95860                                |

## Wholesale Division sales breakdown

|                                  | Wholesale sales<br>breakdown for<br>4Q12 <sup>(1)</sup> | Wholesale sales<br>breakdown for FY12 <sup>(1)</sup> |
|----------------------------------|---|--|
| <b>Wholesale Division sales:</b> | <b>+9.0%</b>  | <b>+10.0%</b>  |
| Sales breakdown by region:       |   |  |
| - Western Europe                 | 37%   | 40%  |
| - North America                  | 24%   | 25%  |
| - Emerging Markets               | 27%   | 23%  |
| - RoW                            | 12%   | 12%  |
| YoY changes by region:           |   |  |
| - Western Europe                 | +5%   | +3%  |
| - North America                  | +5%   | +15%   |
| - Emerging Markets               | +19%  | +19%   |
| - RoW                            | +11%  | +9%  |

1) Wholesale sales at constant exchange rates calculated using the average exchange rate  
In effect for the respective comparative period in the previous year.

## Retail Division comparable store sales<sup>(1)</sup>

|   | 4Q12         | FY12         |
|---|--------------|--------------|
| Optical North America   |              |              |
| - LensCrafters  | +0,8%        | +2,4%        |
| - Retail Licensed Brands  | +0,8%        | +3,8%        |
| Optical Australia/New Zealand   | +6,6%        | +6,3%        |
| Sunglass Hut worldwide  | +10,0%       | +9,8%        |
| <b>Group Retail</b>   | <b>+4,5%</b> | <b>+5,8%</b> |
| Pearle Vision total system sales<br>( Business plan changed from corporate stores to franchising model) | -3,9%        | -1,9%        |

1) Comparable store sales reflects the change in sales from one period to another that, for comparison purposes, includes in the calculation only stores open in the more recent period that also were open during the comparable prior period, and applies to both periods the average exchange rate for the prior period and the same geographic area. Commencing 2Q12, North America and Group Retail comparable store sales exclude Pearle Vision results.