



## Trimestre in crescita del 3,5%<sup>2</sup>, trainano retail ed e-commerce

- Fatturato consolidato del terzo trimestre a 2.215 milioni di Euro: +3,5% a cambi costanti<sup>2</sup> e +2,9% a cambi correnti
  - Fatturato wholesale a 732 milioni di Euro: +0,9% a cambi costanti<sup>2</sup> e -1,0% a cambi correnti
  - Fatturato retail a 1.483 milioni di Euro: +4,8% a cambi costanti<sup>2</sup> e +4,9% a cambi correnti
- Fatturato consolidato dei primi nove mesi a 6.767 milioni di Euro: +1,3% a cambi costanti<sup>2</sup> e -4,5% a cambi correnti
  - Fatturato wholesale a 2.463 milioni di Euro: -2,4% a cambi costanti<sup>2</sup> e -7,2% a cambi correnti
  - Fatturato retail a 4.305 milioni di Euro: +3,5% a cambi costanti<sup>2</sup> e -2,9% a cambi correnti
- Confermato l'outlook per il 2018

**Milano (Italia), 22 ottobre 2018** – Il Consiglio di Amministrazione di Luxottica Group S.p.A. (MTA: LUX), leader nel design, produzione e distribuzione di occhiali di fascia alta, di lusso e sportivi, ha approvato oggi il fatturato consolidato del terzo trimestre e dei primi nove mesi dell'anno, chiusi il 30 settembre 2018, redatto in accordo con gli International Financial Reporting Standards emessi dall'International Accounting Standards Board (IFRS).

### Fatturato del terzo trimestre 2018<sup>1</sup>

(Milioni di Euro)	3Q 2017 riesposto <sup>4</sup>	3Q 2018	Variazione a cambi costanti <sup>2</sup>	Variazione a cambi correnti
<b>Fatturato</b>	<b>2.153</b>	<b>2.215</b>	<b>+3,5%</b>	<b>+2,9%</b>
Divisione Wholesale	739	732	+0,9%	-1,0%
Divisione Retail	1.414	1.483	+4,8%	+4,9%

### Fatturato dei primi nove mesi del 2018<sup>1</sup>

(Milioni di Euro)	9M 2017 riesposto <sup>4</sup>	9M 2018	Variazione a cambi costanti <sup>2</sup>	Variazione a cambi correnti
<b>Fatturato</b>	<b>7.085</b>	<b>6.767</b>	<b>+1,3%</b>	<b>-4,5%</b>
Divisione Wholesale	2.654	2.463	-2,4%	-7,2%
Divisione Retail	4.431	4.305	+3,5%	-2,9%



Luxottica chiude il terzo trimestre con vendite in crescita del 3,5% a cambi costanti<sup>2</sup>, grazie all'ottima performance della divisione Retail e delle piattaforme e-commerce, e alla solida crescita in Europa, Nord America e Asia-Pacifico. Il risultato positivo del trimestre è sostenuto dall'incremento combinato del prezzo medio e dei volumi, e da un'accelerazione delle vendite dei principali marchi in portafoglio.

Il miglioramento della performance del Gruppo in entrambe le divisioni consente di chiudere i nove mesi con vendite in aumento dell'1,3% a cambi costanti<sup>2</sup>, redditività in crescita e forte generazione di cassa.

Nel terzo trimestre il fatturato della divisione Wholesale, in aumento dello 0,9% a cambi costanti<sup>2</sup> (-1,0% a cambi correnti) beneficia dell'andamento positivo in Nord America e del forte miglioramento in Europa, regione che ha recuperato nei mesi estivi il lento avvio della stagione sole.

Le vendite della divisione Retail risultano in accelerazione rispetto ai primi sei mesi dell'anno, con vendite omogenee<sup>3</sup> e fatturato in crescita rispettivamente del 2,8% e del 4,8% a cambi costanti<sup>2</sup> (+4.9% a cambi correnti), a conferma dell'efficacia delle iniziative strategiche volte a migliorare il modello operativo e la capacità di esecuzione di tutti i marchi retail. Europa e Nord America trainano le vendite di Sunglass Hut, in crescita dell'8% a cambi costanti<sup>2</sup>. Contribuiscono all'incremento del fatturato anche LensCrafters in Nord America, OPSM in Australia e i negozi Ray-Ban nel mondo.

Nel terzo trimestre le piattaforme e-commerce del Gruppo registrano vendite in aumento del 16% a cambi costanti<sup>2</sup>. Ray-Ban.com si conferma motore del business digitale di Luxottica, beneficiando di prodotti in esclusiva per il sito e della nuova campagna Ray-Ban Studios, che rafforza il legame del marchio con il mondo della musica e dei millennial. Anche SunglassHut.com e Oakley.com contribuiscono all'ottima performance del business online.

*“Siamo molto contenti dei risultati di questo trimestre in crescita nei principali paesi e in tutti i canali. Stiamo mantenendo un ottimo equilibrio tra sviluppo e redditività, a riprova che strategie globali e qualità dell'esecuzione stanno dando i risultati che ci aspettavamo. Un ringraziamento speciale va a tutti gli oltre ottantamila collaboratori di Luxottica che, in questo complesso percorso di avvicinamento alla nascita di EssilorLuxottica, mi hanno sempre dimostrato piena fiducia, mantenendo inalterata la passione e l'attaccamento al nostro Gruppo”,* commenta Leonardo Del Vecchio, Presidente Esecutivo di Luxottica.

*“La fase di rinnovamento strategico che il Gruppo ha intrapreso negli ultimi tre anni ha rafforzato il modello di business verticalmente integrato e favorito la semplificazione organizzativa, aumentando velocità decisionale e precisione di esecuzione. Gli ottimi risultati ottenuti costituiscono solide basi su cui realizzare il processo di integrazione con Essilor”.*

*“Alla luce del trend positivo del business retail ed e-commerce e del ritorno alla crescita della divisione Wholesale confermiamo l'outlook 2018, con vendite attese in crescita nell'intorno del 2%<sup>2</sup> e una solida redditività”.*

Luxottica ed Essilor hanno annunciato in data 1 ottobre 2018 la nascita di EssilorLuxottica, leader globale nella progettazione, produzione e distribuzione di lenti oftalmiche, occhiali da vista e da sole.

## Vendite nelle principali geografie<sup>1</sup>

Fatturato (Milioni di Euro)	3Q 2017 riesposto <sup>4</sup>	%	3Q 2018	%	Variazione a cambi costanti <sup>2</sup>	Variazione a cambi correnti
Nord America	1.236	57%	1.301	59%	+3,7%	+5,2%
Wholesale	206	10%	220	10%	+3,9%	+6,5%
Retail	1.030	47%	1.081	49%	+3,6%	+5,0%
Europa	457	21%	468	21%	+4,0%	+2,3%
Asia-Pacifico	273	13%	280	12%	+5,3%	+2,5%
America Latina	148	7%	130	6%	-1,2%	-12,3%
Resto del mondo	38	2%	36	2%	-4,9%	-5,4%
<b>Totale Gruppo</b>	<b>2.153</b>	<b>100%</b>	<b>2.215</b>	<b>100%</b>	<b>+3,5%</b>	<b>+2,9%</b>

Fatturato (Milioni di Euro)	9M 2017 riesposto <sup>4</sup>	%	9M 2018	%	Variazione a cambi costanti <sup>2</sup>	Variazione a cambi correnti
Nord America	4.045	57%	3.866	57%	+2,4%	-4,4%
Wholesale	741	10%	714	10%	+3,2%	-3,5%
Retail	3.305	47%	3.152	47%	+2,2%	-4,6%
Europa	1.602	23%	1.546	23%	-1,9%	-3,5%
Asia-Pacifico	870	12%	853	12%	+4,0%	-2,0%
America Latina	436	6%	389	6%	+1,2%	-10,8%
Resto del mondo	131	2%	113	2%	-10,6%	-14,2%
<b>Totale Gruppo</b>	<b>7.085</b>	<b>100%</b>	<b>6.767</b>	<b>100%</b>	<b>+1,3%</b>	<b>-4,5%</b>

**Nord America** – In Nord America nel terzo trimestre il fatturato del Gruppo sale del 3,7% a cambi costanti<sup>2</sup> grazie alla solida crescita di entrambe le divisioni.

Le vendite della divisione Wholesale aumentano del 3,9% a cambi costanti<sup>2</sup> con il contributo positivo di tutti i canali di vendita e, in particolare, delle grandi catene, degli ottici indipendenti e del canale sportivo.

L'ottimo risultato della divisione Retail, con vendite in crescita del 3,6% a cambi costanti<sup>2</sup>, è attribuibile a tutte le catene, ad eccezione di Sears Optical. I negozi Sunglass Hut si confermano destinazione preferita dai consumatori per l'acquisto di occhiali da sole premium, grazie anche ad un'offerta sempre più omnicanale. LensCrafters prosegue il percorso di trasformazione del modello di business, con risultati molto soddisfacenti: il fatturato cresce del 2,7% a cambi costanti<sup>2</sup> e le vendite omogenee<sup>3</sup> tornano positive a +2,3%.

**Europa** – Nel terzo trimestre il fatturato del Gruppo in Europa cresce del 4% a cambi costanti<sup>2</sup>, trainato dall'ottima performance registrata in Francia, Regno Unito, Turchia ed Europa dell'Est e dalla crescita a doppia cifra del business retail. La divisione Wholesale riporta risultati in



miglioramento rispetto alla prima parte dell'anno, quando il riallineamento delle politiche commerciali e il ritardo della stagione sole avevano indotto un temporaneo rallentamento nelle vendite della regione. Anche i paesi dell'Europa Mediterranea riportano risultati in miglioramento.

**Asia-Pacifico** – Nel terzo trimestre il fatturato del Gruppo in Asia-Pacifico evidenzia un incremento delle vendite a cambi costanti<sup>2</sup> del 5,3%. Tutti i mercati contribuiscono alla crescita, con la sola eccezione di Taiwan che risente temporaneamente della prossima apertura di una filiale commerciale.

La performance in Australia conferma la forza di OPSM e Sunglass Hut. Giappone, Corea e Sudest asiatico, mercati strategici per il Gruppo, evidenziano un'accelerazione della crescita.

**America Latina** – Dopo anni di solida crescita, il fatturato del Gruppo in America Latina riporta un leggero calo del -1,2% a cambi costanti<sup>2</sup>, evidenziando una contrazione del business wholesale in Brasile per l'incertezza politica e macroeconomica. Per contro, il Messico e il business retail in Brasile e nel resto dell'America Latina continuano ad evidenziare performance positive.

## §

*Il Dirigente Preposto alla redazione dei documenti contabili societari Stefano Grassi dichiara ai sensi del comma 2 articolo 154 bis del Testo Unico della Finanza che l'informativa contabile contenuta nel presente comunicato corrisponde alle risultanze documentali, ai libri e alle scritture contabili.*

### Contatti

Alessandra Senici  
Group Investor Relations and Corporate Communications Director  
Tel.: +39 (02) 8633 4870  
Email: [InvestorRelations@luxottica.com](mailto:InvestorRelations@luxottica.com)  
<http://www.luxottica.com/it/investitori/contatti>

Marco Catalani  
Group Corporate and Internal Communications Director  
Tel.: +39 (02) 8633 4470  
Email: [corporate.communication@luxottica.com](mailto:corporate.communication@luxottica.com)

### Note al comunicato stampa

**1** Tutti i confronti, incluse le variazioni percentuali, si riferiscono ai tre mesi e ai nove mesi terminati il 30 settembre 2017 e il 30 settembre 2018, rispettivamente.

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

**3** Per vendite omogenee si intendono le vendite a parità di negozi, cambi e perimetro di consolidamento. Le vendite omogenee non includono il fatturato e-commerce.

**4** Si rimanda alla prima tabella in Appendice.

### Luxottica Group S.p.A.

Luxottica Group è leader nel design, produzione e distribuzione di occhiali di fascia alta, di lusso e sportivi, con un portafoglio marchi forte e ben bilanciato sia di proprietà, tra cui Ray-Ban, Oakley, Vogue Eyewear, Persol, Oliver Peoples



e Alain Mikli, sia in licenza, come Giorgio Armani, Burberry, Bulgari, Chanel, Dolce&Gabbana, Ferrari, Michael Kors, Prada, Ralph Lauren, Tiffany & Co., Valentino e Versace. Oltre a una presenza wholesale globale che tocca più di 150 Paesi, il Gruppo gestisce un esteso network retail, comprendente circa 9.000 negozi: LensCrafters e Pearle Vision in Nord America, OPSM e LensCrafters in Asia-Pacifico, GMO e Óticas Carol in America Latina, Salmoiraghi & Viganò in Italia e Sunglass Hut in tutto il mondo. Con circa 85.000 dipendenti nel mondo, Luxottica Group ha chiuso il 2017 con un fatturato di oltre 9 miliardi di Euro. Per ulteriori informazioni sul Gruppo: [www.luxottica.com](http://www.luxottica.com).

### **Informazioni importanti**

Questo comunicato stampa non costituisce alcuna offerta o sollecitazione al mercato per l'acquisto o la sottoscrizione di titoli negli Stati Uniti o in qualsiasi altra giurisdizione. I titoli non possono essere offerti o venduti negli Stati Uniti a meno che non siano stati registrati ai sensi del Securities Act degli Stati Uniti del 1933, come modificato (il "Securities Act") o beneficiano di un'esenzione dalla registrazione. I titoli che possono essere offerti in qualsiasi operazione non sono stati e non saranno registrati ai sensi del Securities Act e non è intenzione effettuare un'offerta pubblica avente ad oggetto tali titoli negli Stati Uniti.

Questo comunicato stampa è stato distribuito ed è destinato esclusivamente a (i) persone che non si trovano nel Regno Unito o (ii) agli investitori di cui all'articolo 19, paragrafo 5, del Financial Services and Markets Act 2000 (Promozione finanziaria) Order 2005 (l' "Ordinanza") o (iii) a società ad elevata patrimonializzazione e ad altre persone a cui può essere legalmente comunicato, ai sensi dell'articolo 49, paragrafo 2, lettere da a) a d) dell'Ordinanza (di seguito, le "persone qualificate"). I titoli cui si fa qui riferimento - così come qualunque invito, offerta o accordo per sottoscrivere, acquistare o comperare in altro modo tali titoli - sono riservati solo a persone qualificate. Chiunque non sia persona qualificata non dovrebbe agire sulla base di, o fare riferimento a, questo documento o a qualsiasi suo contenuto.

### **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, legali e tecnologici e altri rischi e incertezze già evidenziati nei nostri filing presso le autorità regolatorie. Tali previsioni ("forward looking statements") sono state rilasciate alla data di oggi e non ci assumiamo alcun obbligo di aggiornamento.

**- SEGUE APPENDICE -**

## Riesposizione del fatturato 2017

<i>Fatturato (Milioni di Euro)</i>	1Q 2017	2Q 2017	3Q 2017	9M 2017	4Q 2017	FY 2017
<b>Fatturato</b>	<b>2.391</b>	<b>2.540</b>	<b>2.153</b>	<b>7.085</b>	<b>2.099</b>	<b>9.184</b>
Wholesale	934	981	739	2.654	717	3.371
Retail	1.458	1.559	1.414	4.431	1.382	5.813

**Nota** – Il fatturato del 2017 è stato riesposto per riflettere l'applicazione dal primo trimestre 2018 del nuovo principio contabile IFRS 15 e l'inclusione del fatturato delle piattaforme e-commerce del Gruppo all'interno della divisione Retail.

## Principali divise

<i>Cambio medio per EUR 1</i>	3Q 2017	9M 2017	3Q 2018	9M 2018
USD	1,1746	1,1140	1,1629	1,1942
AUD	1,4880	1,4539	1,5904	1,5761
GBP	0,8978	0,8732	0,8924	0,8841
CNY	7,8340	7,5766	7,9151	7,7789
JPY	130,349	124,681	129,606	130,925
BRL	3,7150	3,5352	4,5974	4,2966