



## Il ritardo del sole in Europa impatta temporaneamente le vendite, ma non incide sull'outlook del 2018

Fatturato consolidato nel primo trimestre a 2.136 milioni di Euro, -0,8% a cambi costanti<sup>2</sup>

- Fatturato divisione Wholesale a 830 milioni di Euro, -4,2% a cambi costanti<sup>2</sup>
- Fatturato divisione Retail a 1.306 milioni di Euro, +1,3% a cambi costanti<sup>2</sup>

Confermato l'outlook per il 2018

**Milano, 27 aprile 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 esaminato oggi il fatturato del primo trimestre 2018 in accordo con gli International Financial Reporting Standards (IFRS) emessi dall'International Accounting Standards Board.

### Vendite del primo trimestre 2018<sup>1</sup>

(Milioni di Euro)	1Q 2018	1Q 2017 riesposto <sup>4</sup>	Variazione a cambi costanti <sup>2</sup>	Variazione a cambi correnti
<b>Fatturato</b>	<b>2.136</b>	<b>2.391</b>	<b>-0,8%</b>	<b>-10,7%</b>
Divisione Wholesale	830	934	-4,2%	-11,1%
Divisione Retail	1.306	1.458	+1,3%	-10,4%

Luxottica chiude il primo trimestre 2018 con vendite in flessione dello 0,8% a cambi costanti<sup>2</sup> per il temporaneo rallentamento dell'Europa dovuto al ritardo nell'avvio della stagione sole, e la razionalizzazione del business wholesale in Cina.

Il fatturato della divisione Wholesale, in calo del 4,2% a parità cambi<sup>2</sup>, risente della performance negativa dell'Europa con il posticipo degli ordini per il meteo sfavorevole a marzo, mese che vale la metà delle vendite wholesale del trimestre. Incidono sulla performance anche le nuove politiche commerciali per gli operatori online e i clienti wholesale europei, e il completamento della ristrutturazione della distribuzione in Cina.

La divisione Retail cresce nel trimestre dell'1,3% a parità cambi<sup>2</sup>, con vendite omogenee<sup>3</sup> in flessione dello 0,6%. Contribuiscono all'incremento del fatturato Sunglass Hut in Nord America (vendite omogenee<sup>3</sup> in crescita del 7,6%), le catene retail in Cina e Australia, Target Optical e il business e-commerce nel mondo, che registra vendite in aumento<sup>2</sup> del 16% trainate da Ray-Ban.com e SunglassHut.com. Tali risultati positivi bilanciano il rallentamento del segmento sole in Europa e le vendite negative di LensCrafters, ancora impegnata nella trasformazione del suo modello di business.

*“Il calo del fatturato nel trimestre, dovuto anche al meteo sfavorevole soprattutto in Europa, non mette in risalto i risultati positivi che abbiamo conseguito in tante aree del mondo grazie all'innovazione nei nostri prodotti, al miglioramento dell'esperienza di consumo nei nostri negozi e allo sviluppo delle nostre piattaforme e-commerce. La performance delle vendite a parità cambi<sup>2</sup>*



non impatta la redditività del Gruppo, che rimane sostenuta e solida”, commenta Leonardo del Vecchio.

“Stiamo continuando a investire nella crescita di lungo periodo del Gruppo, adottando tutte le iniziative che riteniamo necessarie. Dopo la Cina, abbiamo rivisto le nostre politiche distributive e commerciali in Europa, che sono ora omogenee ed equilibrate tra i diversi canali di vendita e mirate a contrastare contraffazione e parallelo. Vogliamo essere sempre più vicini ai nostri consumatori, con innovazioni a beneficio dell’intero settore. I grandi investimenti in tecnologia offriranno agli ottici tutti i vantaggi che la trasformazione digitale può garantire, valorizzando marchi e collezioni”.

“I tanti segnali positivi che ci arrivano dai mercati, come l’ottima performance di Sunglass Hut e delle nostre piattaforme e-commerce, ci spingono a guardare con fiducia ai risultati dell’intero anno e a confermare l’outlook per il 2018”.

Il progetto di combinazione tra Essilor e Luxottica ha ottenuto i via libera delle autorità antitrust di Europa, Stati Uniti, Canada e Brasile, quattro delle cinque giurisdizioni che rappresentano condizioni sospensive dell’accordo. In Cina l’operazione è tuttora al vaglio della locale autorità antitrust. La transazione, che le società prevedono di chiudere entro il primo semestre 2018, è stata approvata in altre 14 giurisdizioni: Australia, Cile, Colombia, Corea del Sud, Giappone, India, Israele, Marocco, Messico, Nuova Zelanda, Russia, Singapore, Sud Africa e Taiwan.

## Vendite nelle principali geografie

Fatturato (Milioni di Euro)	1Q 2018	%	1Q 2017 riesposto <sup>4</sup>	%	Variazione a cambi costanti <sup>2</sup>	Variazione a cambi correnti
Nord America	1.197	56%	1.376	57%	+0,1%	-13,0%
Wholesale	239	11%	273	11%	+0,5%	-12,4%
Retail	958	45%	1.103	46%	0,0%	-13,2%
Europa	489	23%	517	22%	-4,1%	-5,5%
Asia-Pacifico	279	13%	307	13%	-0,3%	-9,3%
America Latina	131	6%	145	6%	+2,6%	-9,8%
Resto del mondo	40	2%	46	2%	-6,3%	-12,2%
<b>Totale Gruppo</b>	<b>2.136</b>	<b>100%</b>	<b>2.391</b>	<b>100%</b>	<b>-0,8%</b>	<b>-10,7%</b>

### Nord America

Nel primo trimestre del 2018 il Nord America registra un fatturato a parità cambi<sup>2</sup> in linea con quello dello stesso periodo dello scorso anno. La divisione Wholesale cresce dello 0,5% a cambi costanti<sup>2</sup>, grazie alla solida performance di Ray-Ban, in particolare nel sole, del business con le principali catene e dell’e-commerce. La divisione Retail riporta vendite invariate a cambi costanti<sup>2</sup>. Le ottime performance di Sunglass Hut, Target Optical, Pearle Vision, delle piattaforme e-commerce del Gruppo (in particolare Ray-Ban.com e SunglassHut.com) e di EyeMed nel segmento Managed Vision Care controbilanciano completamente le vendite ancora in flessione di LensCrafters.



## **Europa**

Dopo dodici trimestri consecutivi di solida crescita, l'Europa riporta un fatturato in calo del 4,1% a cambi costanti<sup>2</sup> per effetto combinato della standardizzazione delle politiche commerciali e del mancato avvio della stagione sole a marzo. Nel trimestre il Gruppo ha modificato gli accordi di distribuzione selettiva, introdotto nuove modalità di gestione dei clienti online e investito nella digitalizzazione della comunicazione nel canale wholesale per migliorare le modalità di relazione con i clienti ottici. Il tempo instabile nella seconda parte del trimestre penalizza anche le vendite del business retail, comunque in leggera crescita rispetto allo stesso periodo del 2017.

## **Asia-Pacifico**

Le vendite a parità cambi<sup>2</sup> in Asia-Pacifico rimangono pressoché invariate nel trimestre. Il contributo positivo di Australia, Giappone, India e del travel retail compensa la performance negativa della Cina, dove si sta concludendo il processo di ristrutturazione della distribuzione a favore di un rapporto diretto con il consumatore finale. Il business retail cresce in tutti i paesi, con l'ottima performance di Sunglass Hut, di OPSM in Australia e di LensCrafters e dei negozi Ray-Ban in Cina.

## **America Latina**

Nel trimestre l'America Latina riporta vendite in aumento del 2,6% a cambi costanti<sup>2</sup>. A trainare il risultato è il solido contributo del Brasile, dove il Gruppo ha varato una nuova organizzazione commerciale per migliorare la prossimità e il servizio al cliente e registra l'ottima performance di Óticas Carol. La divisione Retail beneficia della crescita delle vendite di Sunglass Hut e dell'avvio promettente dei primi negozi Ray-Ban nella regione.

## §

*L'audio webcast dei dati di fatturato del primo trimestre 2018 sarà disponibile venerdì 27 aprile a partire dalle ore 18:30 (17:30 BST) sul sito istituzionale del Gruppo <http://www.luxottica.com/it/investitori/risultati-presentazioni/webcasts>.*

*Una presentazione sarà disponibile nella sezione Investor Relations del sito web di Luxottica Group, all'indirizzo <http://www.luxottica.com/it/investitori/risultati-presentazioni>, prima dell'inizio dell'evento. Il materiale rimarrà disponibile nell'archivio della suddetta sezione.*

*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 Communication 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 Media Relations Senior Manager  
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 terminati il 31 marzo 2017 e il 31 marzo 2018, rispettivamente.

2 I dati a parità cambi sono calcolati utilizzando il cambio medio del rispettivo periodo di confronto. Per ulteriori informazioni si rimanda alla tabella allegata.

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 Il fatturato del primo trimestre 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.

## 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 beneficiario 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 ("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.



## Principali divise

<i>Cambio medio per EUR 1</i>	1Q 2018	1Q 2017
USD	1,2292	1,0648
AUD	1,5632	1,4056
GBP	0,8834	0,8601
CNY	7,8154	7,3353
JPY	133,1662	121,0138
BRL	3,9887	3,3468