



Luxottica alla Mostra Internazionale di Ottica, Optometria e Oftalmologia 2014

Padiglione 13 – stand H09 – L16

Milano, 28 febbraio 2014 – Luxottica annuncia che in occasione della prossima edizione della Mostra Internazionale di Ottica, Optometria e Oftalmologia, la fiera dedicata all'industria dell'eyewear e dell'ottica che si terrà dall'1 al 3 Marzo 2014 – sarà presente in veste istituzionale con uno stand completamente rinnovato, di forte impatto e dedicato a tutte le collezioni del Gruppo.

Quest'anno Luxottica sarà alla Mostra Internazionale di Ottica, Optometria e Oftalmologia con uno stand in cui si illustrano i valori fondanti dell'azienda: la sede di Agordo (Belluno), la sapienza artigianale, l'impegno accanto alla Fondazione OneSight per la salvaguardia della vista nel mondo, l'attenzione costante all'innovazione e la capacità di reinterpretare icone universali nel mondo dell'eyewear.

Molteplici le novità presentate da Luxottica nell'ambito delle tendenze, ma soprattutto dei materiali.

MATERIALI

Per Ray-Ban, il rinnovamento delle icone classiche, passa attraverso l'uso e la sperimentazione di nuovi materiali, più tecnologici o glamour. Tra le novità, il LiteForce, un materiale d'avanguardia di ultima generazione che offre estrema leggerezza e flessibilità, la fibra di carbonio, il titanio. Per chi ama anche nuove esperienze sensoriali, il velluto è la nuova finitura fashion, colorata e morbida al tatto.



Per Oakley, che festeggia nel 2014 i 30 anni di nascita del marchio, un ritorno al futuro con i materiali brevettati allora che non hanno mai finito di sorprendere. L' "Unobtainium®", il materiale che diventa più aderente con la traspirazione, e la "Plutonite®", materiale ottico che ottimizza la resistenza agli urti e ha la proprietà intrinseca di filtrare il 100% dei raggi UV, sono stati gli ingredienti con cui sono stati realizzati i primi Eyeshades™, i primissimi occhiali pensati per lo sport. Questi due materiali sono ancora i protagonisti della nuova edizione degli Eyeshades, parte della collezione celebrativa OAKLEY HERITAGE. Le novità? Naselli ottimizzati da una nuova struttura e data (2014) incisa all'interno dell'asta.



ISPIRAZIONI

È agli eroi (e le eroine) dei Film Noir anni '50, e ai dettagli delle montature dell'epoca, come la freccia Phoenix, che Persol ha attinto per dar vita a una collezione piena di fascino e atmosfera. Femme fatale, detective e gangster, intrighi e drammi, incorniciati da modelli in acetato in colori esclusivi.



È la femminilità radiosa e romantica di Eva Mendes, infine, la musa dei modelli da sole e da vista creati per il Vogue Eyewear – Council of Fashion and Design of America da Charlotte Ronson. Delicata come le dentellature che ne decorano profili e aste, divertente come i colori scelti, sorprendente come le stampe floreali che decorano l'interno delle aste dei modelli in nero e bordeaux.





Luxottica Group S.p.A.

Luxottica Group è leader nel settore degli occhiali di fascia alta, di lusso e sportivi, con oltre 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 di proprietà figurano Ray-Ban, il marchio di occhiali da sole più conosciuto al mondo, Oakley, Vogue Eyewear, Persol, Oliver Peoples, Alain Mikli e Arnette mentre i marchi in licenza includono Giorgio Armani, Bulgari, Burberry, Chanel, Coach, Dolce & Gabbana, Donna Karan, Polo Ralph Lauren, Prada, Starck Eyes, 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 2013, Luxottica Group ha registrato vendite nette pari a oltre 7,3 miliardi di Euro. 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 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 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.