



Comunicato stampa

Luxottica: in forte crescita il fatturato del quarto trimestre 2011 (+11%)

*Il fatturato dell'intero anno supera i 6,2 miliardi (+10%),
livello più alto della storia del Gruppo*

Milano, 24 gennaio 2012 - 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 2011.

Quarto trimestre 2011¹

(milioni di euro)	Q411	Q410	Variazione	
			(a parità di cambi ²)	(a cambi correnti)
Fatturato	1.509,0	1.346,5	+11,2%	+12,1%
Divisione Wholesale	556,2	513,5	+8,7%	+8,3%
Divisione Retail	952,9	833,0	+12,7%	+14,4%

Esercizio 2011¹

(milioni di euro)	FY11	FY10	Variazione	
			(a parità di cambi ²)	(a cambi correnti)
Fatturato	6.222,5	5.798,0	+9,9%	+7,3%
Divisione Wholesale	2.456,3	2.236,4	+11,2%	+9,8%
Divisione Retail	3.766,1	3.561,6	+9,1%	+5,7%

Andamento del fatturato nel quarto trimestre e nel 2011

Il quarto trimestre del 2011 ha confermato il trend di crescita di Luxottica evidenziato lungo tutto il corso dell'anno e in tutte le aree geografiche. Il Gruppo ha saputo cogliere risultati di eccellenza grazie alla forza del suo portafoglio marchi, alla bontà delle iniziative lanciate e a un rapporto sempre più stretto con i clienti e i consumatori.

“Il 2011 è stato un anno particolarmente importante nella storia di Luxottica”, ha commentato Andrea Guerra, Chief Executive Officer di Luxottica. “Da un lato abbiamo compiuto cinquant'anni, dall'altro abbiamo gettato le basi per una stabile e duratura crescita anche nel

futuro e i primi dati del 2012 lo confermano, sia in termini di fatturato che di portafoglio ordini.

“Il 2012 è un anno che si prospetta ricco di grandissime opportunità per Luxottica e che pensiamo possa portare a risultati in ulteriore crescita: dovremo continuare a essere semplici e veloci, ad agire con determinazione in tutte le geografie in cui siamo presenti, facendo leva sul nostro portafoglio marchi, sulle nostre persone, sugli investimenti in cultura e tecnologie, nonché sulla nostra capacità di creare relazioni sempre più strette con i nostri clienti e consumatori: in questo modo saremo in grado di continuare a crescere sia in termini di fatturato che di redditività.

“Nei primi giorni dell'anno abbiamo lanciato le collezioni a marchio Coach e l'accoglienza da parte dei clienti è stata estremamente positiva. Nel 2012, inoltre, beneficeremo ulteriormente delle azioni realizzate nel 2011, che costituiscono le fondamenta del nostro futuro: abbiamo effettuato investimenti significativi in America Latina, dove la catena GMO è entrata a far parte del Gruppo e dove abbiamo avviato la presenza di Sunglass Hut in Messico; abbiamo acquistato TecnoL, il principale player nel settore dell'eyewear in un mercato, quello brasiliano, che rappresenta una delle più significative opportunità a livello globale nel nostro settore”.

Nel quarto trimestre del 2011 sono **migliorati ulteriormente i risultati di Luxottica in Nord America**, una regione fondamentale per il Gruppo dove il consumatore ha un'attitudine al consumo molto solida: il fatturato in dollari nel quarto trimestre 2011 è quindi cresciuto di oltre il 9,0%. A questo risultato ha contribuito in maniera determinante entrambe le Divisioni, con il Wholesale cresciuto del 17% e il Retail del 7,7%. In particolare, sia LensCrafters che, soprattutto, SunglassHut, hanno registrato i migliori risultati della storia nella stagione delle festività: le vendite omogenee³ del quarto trimestre sono cresciute di circa il 5% per LensCrafters e di oltre il 12% per Sunglass Hut.

E' inoltre proseguita la **crescita della Divisione Wholesale in tutte le aree geografiche** in cui il Gruppo opera, con risultati di eccellenza, oltre che in Nord America, in Cina, India, Medio Oriente, Brasile ed Europa dell'Est. Solide, nonostante il momento congiunturale, anche le performance nel resto dell'Europa, con tassi di crescita positivi in Francia, Germania, Spagna e Italia. Eccezionali, ancora una volta, le performance di Ray-Ban e Oakley, e anche il segmento premium e lusso è cresciuto stabilmente lungo tutto l'anno.

Da segnalare, inoltre, i risultati della Divisione Retail in Australia, dove le vendite omogenee³ del segmento “vista” sono cresciute di circa il 10%, a conferma del trend evidenziato nel corso di tutto l'anno.

Complessivamente, il fatturato del Gruppo nel quarto trimestre si è attestato a 1.509,0 milioni di euro, in progresso del 12,1% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente (+11,2% a parità di cambi²).

Grazie alla buona crescita in tutti i trimestri dell'anno, il fatturato dell'intero 2011 ha quindi superato i 6,2 miliardi di euro, livello più alto della storia di Luxottica: 6.222,5 milioni (+9,9% a cambi costanti² e +7,3% a cambi correnti e) rispetto ai 5.798,0 del 2010.

Divisione Wholesale

Nel corso del quarto trimestre del 2011 la Divisione ha confermato il trend di continuo miglioramento dei risultati, grazie alle performance nei Paesi emergenti, alla capacità di coinvolgimento dei clienti nell'esperienza dei marchi, sia nel segmento “sole” che in quello “vista”, e alla confermata tendenza di crescita del segmento premium e lusso, con marchi come

Chanel, Tiffany e Persol in particolare evidenza. Ancora positiva la crescita del programma STARS e del canale *Travel Retail*.

Per quanto riguarda l'andamento delle vendite nelle principali aree geografiche, Luxottica ha registrato ottime performance in tutti le aree geografiche in cui opera, con punte di eccellenza in Nord America, Cina, Brasile, India, Medio Oriente ed Est Europa.

Il fatturato del quarto trimestre si è attestato a 556,2 milioni di euro (+8,3% a cambi correnti e +8,7% a parità di cambi²). Su base annuale, il fatturato della Divisione è stato pari a 2.456,3 milioni di euro (+9,8% a cambi correnti e +11,2% a parità di cambi²).

L'inizio del 2012 è particolarmente promettente, grazie a un portafoglio ordini molto ricco e all'ottimo recepimento delle prime collezioni a marchio Coach.

Divisione Retail

Nel quarto trimestre del 2011 la Divisione ha continuato a registrare buoni risultati: grazie alla vicinanza al cliente, alle iniziative speciali e alle promozioni mirate, LensCrafters è stata in grado di registrare la migliore stagione natalizia della sua storia; le vendite omogenee⁴ della catena punto di riferimento del settore ottico in Nord America sono quindi cresciute del 4,8% rispetto allo stesso trimestre del 2010, mentre quelle di Target del 20,3%.

Ancora una volta eccezionale la performance di Sunglass Hut, catena specializzata nel segmento "sole" presente in numerose aree geografiche, che ha registrato risultati record durante la stagione delle festività, con punte nel weekend di *Thanksgiving*: le vendite omogenee³ negli Stati Uniti sono cresciute del 12,1% nel quarto trimestre del 2011, quelle complessive del 10,8%.

Molto positivo l'andamento in Australia, a conferma della bontà delle azioni messe in atto dal management nel corso degli ultimi trimestri: le vendite omogenee³ di OPSM sono cresciute del 10,2%.

Trend positivi sono stati inoltre registrati in tutti i Paesi a più alto tasso di crescita dove la Divisione Retail è presente, come ad esempio Cina, Sud Africa e Medio Oriente.

Il fatturato della Divisione si è quindi attestato a 952,9 milioni di euro (+14,4% a cambi correnti e +12,7% a parità di cambi). Su base annua, il fatturato è invece cresciuto del 5,7% a cambi correnti a 3.766,1 milioni di euro, +9,1% a parità di cambi.

Le aspettative per il 2012 della Divisione Retail sono positive. Negli Stati Uniti il consumatore continua a mostrare una buona attitudine e, a livello globale, Sunglass Hut potrà continuare a cogliere opportunità nei Paesi a più alti tassi di sviluppo.

§

Luxottica rende inoltre noto che è stato perfezionato l'acquisto di Grupo Tecnol Ltda, il principale *player* brasiliano nel settore dell'*eyewear*, annunciato lo scorso 1 dicembre 2011.

§

I risultati del 2011 saranno esaminati dal Consiglio di Amministrazione il 28 febbraio 2012 e illustrati il giorno successivo a partire dalle ore 9:30 (GMT) nel corso di una presentazione alla comunità finanziaria che si terrà a Milano. La presentazione sarà disponibile in web cast in diretta sul sito Internet www.luxottica.com.

Contatti

Ivan Dompé
Group Corporate Communications Director
Tel.: +39 (02) 8633 4726
Email: ivan.dompe@luxottica.com

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

www.luxottica.com

Note al comunicato

1 Tutti i confronti, incluse le variazioni percentuali, si riferiscono ai tre e ai dodici mesi terminati il 31 dicembre 2011 e il 31 dicembre 2010, 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 allegate.

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

Luxottica Group S.p.A.

Luxottica Group è leader nel settore degli occhiali di fascia alta, di lusso e sportivi, con circa 7.100 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 Bvlgari, Burberry, Chanel, 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 2011, Luxottica Group ha registrato vendite nette pari a €6,2 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 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.

- SEGUE L'APPENDICE -

Major currencies

	Three months ended December 31, 2011	Twelve Months ended December 31, 2011	Three months ended December 31, 2010	Twelve months ended December 31, 2010
Average exchange rates per € 1				
US\$	1.34815	1.39196	1.35827	1.32572
AUD	1.33156	1.34839	1.37471	1.44231
GBP	0.85727	0.86788	0.85944	0.85784
CNY	8.56824	8.99600	9.04049	8.97123
JPY	104.22219	110.95860	112.10182	116.23857

Wholesale sales⁽¹⁾ breakdown

	Wholesale sales breakdown for 4Q11	Wholesale sales breakdown for FY11
Wholesale sale:	+8.7%	+11.2%
Sales breakdown by region:		
- Western Europe	38%	42%
- North America	24%	25%
- Emerging Markes	26%	22%
- RoW	12%	11%
YoY changes by region:		
- Western Europe	+3%	+6%
- North America	+17%	+15%
- Emerging Markes	+14%	+18%
- RoW	+3%	+11%

1) Wholesale sales at constant exchange rates calculated using the average exchange rates during the corresponding period in the previous year.

Retail comparable store sales⁽¹⁾

	4Q11	FY11
Optical North America		
- LensCrafters	+4,8%	+4,7%
- Pearle Vision	+0,9%	+1,4%
- Licensed Brands	-2,5%	-2,1%
Optical Australia/New Zealand	+9,9%	+4,7%
Sunglass Hut worldwide	+10,8%	+8,7%
Group Retail	+6,5%	+5,5%

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