



## Forte accelerazione dei ricavi, in crescita del 15%<sup>3,5</sup> nel quarto trimestre 2014

*Adil Mehboob-Khan e Massimo Vian nominati co-CEO*

- Fatturato consolidato 2014 adjusted<sup>3,5</sup> in crescita del 6,7% a cambi costanti<sup>2</sup> (reported in crescita del 6,1% a cambi costanti<sup>2</sup>) e del 5,3% a cambi correnti
- Fatturato divisione Wholesale 2014 in crescita dell'8,6% a cambi costanti<sup>2</sup> e del 6,8% a cambi correnti
- Vendite omogenee<sup>4</sup> divisione Retail 2014 in crescita del 4%

**Milano (Italia), 19 gennaio 2015** - 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 2014 secondo i principi contabili IAS/IFRS.

Il Consiglio di Amministrazione ha nominato Adil Mehboob-Khan Amministratore Delegato Mercati e Massimo Vian Amministratore Delegato Prodotto e Operations.

La nomina e il relativo conferimento di poteri ad Adil Mehboob-Khan e Massimo Vian perfeziona, nei tempi pianificati, il processo di cambiamento organizzativo del Gruppo dotandolo di una governance più adatta a fronteggiare le dinamiche competitive globali e a cogliere appieno tutte le opportunità di sviluppo, allineando il modello organizzativo alla visione strategica del Gruppo.

La nuova leadership, articolata e fortemente focalizzata su specifiche aree di competenza, favorisce la massima rapidità decisionale ed efficacia operativa, accelerando nel lungo periodo crescita e redditività del business.

### Andamento del fatturato nell'anno e nel quarto trimestre 2014

#### Esercizio 2014<sup>1</sup>

(milioni di Euro)	FY 2014	FY 2013	Variazione a cambi costanti <sup>2</sup>	Variazione a cambi correnti
<b>Fatturato consolidato</b>	<b>7.652,3</b>	<b>7.312,6</b>	<b>+6,1%</b>	<b>+4,6%</b>
<b>Adjusted<sup>3,5</sup></b>	<b>7.698,9</b>	<b>7.312,6</b>	<b>+6,7%</b>	<b>+5,3%</b>
Divisione Wholesale	3.193,8	2.991,3	+8,6%	+6,8%
Divisione Retail	4.458,6	4.321,3	+4,3%	+3,2%
Adjusted <sup>3,5</sup>	4.505,1	4.321,3	+5,4%	+4,3%

## Quarto trimestre 2014<sup>1</sup>

(milioni di Euro)	4Q 2014	4Q 2013	Variazione a cambi costanti <sup>2</sup>	Variazione a cambi correnti
<b>Fatturato consolidato</b>	<b>1.867,0</b>	<b>1.645,9</b>	<b>+7,9%</b>	<b>+13,4%</b>
<b>Adjusted<sup>3,5</sup></b>	<b>1.890,9</b>	<b>1.645,9</b>	<b>+9,3%</b>	<b>+14,9%</b>
Divisione Wholesale	704,2	644,2	+6,5%	+9,3%
Divisione Retail	1.162,8	1.001,7	+8,7%	+16,1%
Adjusted <sup>3,5</sup>	1.186,7	1.001,7	+11,1%	+18,5%

Luxottica chiude il 2014 con una crescita del fatturato adjusted<sup>3,5</sup> del 5,3% (+6,7% a cambi costanti<sup>2</sup>), superando i 7,6 miliardi di Euro, un risultato di assoluto valore conseguito in un contesto economico globalmente più incerto, confermando quindi l'intatta capacità del Gruppo di proseguire il proprio percorso di sviluppo assumendo tempestivamente le corrette scelte strategiche ed organizzative.

Le divisioni Wholesale e Retail contribuiscono a questo risultato con una crescita rispettivamente dell'8,6% e del 5,4% adjusted<sup>3,5</sup> a cambi costanti<sup>2</sup>. Ancora una volta il portafoglio marchi di proprietà e in licenza si è dimostrato un fattore chiave di successo, con Ray-Ban che continua a crescere a doppia cifra. Tali risultati sono stati raggiunti anche grazie all'ottima performance delle principali catene retail, soprattutto con riferimento alla crescita sostenuta di Sunglass Hut nel mondo (fatturato totale +13,5% a cambi costanti<sup>2</sup>) e ai progressivi tangibili miglioramenti delle vendite di LensCrafters trimestre dopo trimestre.

Nel quarto trimestre 2014 il fatturato adjusted<sup>3,5</sup> è cresciuto del 14,9% (+9,3% a cambi costanti<sup>2</sup>) raggiungendo 1,9 miliardi di Euro, beneficiando di un effetto cambio favorevole.

*“Siamo orgogliosi dei risultati del 2014 che mostrano vendite in crescita in tutte le aree geografiche in cui siamo presenti e un ulteriore progresso della redditività di entrambe le divisioni del Gruppo. Anche nel 2014 la rigorosa gestione del capitale circolante ha consentito una generazione di cassa eccezionale che stimiamo considerevolmente superiore al livello del 2013”* - ha commentato Massimo Vian, CEO Prodotto e Operations.

*“Forti di questi successi guardiamo al futuro con entusiasmo e rinnovata energia. Siamo come sempre determinati a cogliere tutte le opportunità di crescita, con l'obiettivo di raddoppiare il fatturato nei prossimi 10 anni. Da gennaio Adil Khan è parte della nostra squadra e gli diamo un caloroso benvenuto.”*

*“Mi congratulo con tutta la squadra per i risultati del 2014”* - ha commentato Adil Khan, CEO Mercati – *“Luxottica conferma la solidità del proprio modello di business, battendo il mercato e continuando il suo percorso di crescita, sia wholesale sia retail. Il portafoglio marchi, l'eccellenza tecnologica e la forte integrazione offrono ancora grandi opportunità tutte da cogliere. Sono entusiasta di collaborare con Massimo e con lo straordinario team di Luxottica”.*

Principale motore della crescita del fatturato del Gruppo nel corso del 2014 si conferma il Nord America, che ha evidenziato un aumento del fatturato adjusted<sup>3,5</sup> in dollari del 5,3% (+12,2% nel



quarto trimestre), risultato dell'incremento del 4% adjusted<sup>3,5</sup> della Divisione Retail e dell'11,2% della Divisione Wholesale (+11% e +18,6% rispettivamente Retail adjusted<sup>3,5</sup> e Wholesale nel quarto trimestre). Tale performance è attribuibile al continuo apprezzamento da parte del consumatore americano per le collezioni eyewear proposte da Luxottica e conferma la forza del business sia nei canali tradizionali sia in quelli più nuovi per la categoria, come i department store e l'e-commerce.

Con riferimento al quarto trimestre, da segnalare l'impatto della 53esima settimana sul business retail, che ha generato un fatturato di circa 60 milioni di Euro.

Nel 2014 le vendite omogenee<sup>4</sup> in Nord America sono cresciute del 3,3% (+5% nel quarto trimestre). LensCrafters ha confermato il progressivo miglioramento delle vendite omogenee<sup>4</sup>, che hanno mostrato un incremento dell'1,8% nell'anno (+6,3% nel quarto trimestre). Sunglass Hut ha dimostrato anche nella stagione natalizia la solidità del proprio modello di business, registrando vendite omogenee<sup>4</sup> in crescita del 7,4% nel 2014 (+5,9% nel quarto trimestre).

La performance registrata in Europa è stata complessivamente positiva, con una crescita del fatturato in Euro del 4,3% nell'intero anno, che riflette un incremento delle quote di mercato nei principali paesi. La Divisione Wholesale è cresciuta dell'1,6% nel 2014, evidenziando da un lato un buon andamento del segmento vista, dall'altro una performance del segmento sole al di sotto delle aspettative nella seconda parte dell'anno, condizionato dalle avverse condizioni atmosferiche nella stagione estiva. La contrazione delle vendite del quarto trimestre riflette il cambiamento del modello distributivo wholesale, principalmente nei paesi dell'area mediterranea, che passa dalla vendita tradizionale al modello STARS riducendo le giacenze nei negozi e instaurando un virtuoso rapporto commerciale con gli ottici.

Sempre brillante, in controtendenza con l'andamento dei mercati europei, Sunglass Hut ha generato nel 2014 vendite omogenee<sup>4</sup> in crescita del 10,1%.

I mercati emergenti<sup>6</sup> continuano a registrare risultati eccellenti, con vendite in crescita a cambi costanti<sup>2</sup> del 17,6% nell'intero anno e del 14,7% nel quarto trimestre. Particolarmente significative, perché in controtendenza rispetto allo scenario macroeconomico locale, le performance di Cina e Brasile<sup>6</sup>, il cui fatturato totale cresce rispettivamente del 19,3% e del 19,9% a cambi costanti<sup>2</sup> nell'anno. In particolare, le vendite omogenee<sup>4</sup> di LensCrafters in Cina (inclusa Hong Kong) hanno registrato un incremento del 12% nell'anno e dell'8,2% nel quarto trimestre. Inoltre, le vendite omogenee<sup>4</sup> di Sunglass Hut in America Latina e in Sudafrica sono cresciute nel 2014 rispettivamente del 18,9% e del 16,3%.

Nel 2014 la divisione retail in Australia ha mostrato performance divergenti tra Sunglass Hut e OPSM. Da un lato, Sunglass Hut ha generato vendite omogenee<sup>4</sup> in crescita dell'8,5% con il quarto trimestre allineato ai trimestri precedenti. Dall'altro, OPSM ha risentito dell'intensificarsi delle dinamiche competitive registrando vendite omogenee<sup>4</sup> in crescita dell'1,7% nel 2014, evidenziando un rallentamento nella seconda parte dell'anno.

## §

Luxottica rende noto che la verifica avviata dalla Guardia di Finanza per l'anno 2008 si è conclusa con un processo verbale di constatazione (PVC) basato sullo stesso rilievo formulato con riferimento al 2007 – cui la Società aveva aderito nel mese di dicembre 2013 - in materia di transfer pricing (ossia la modalità di determinazione dei prezzi intragruppo). Tale rilievo implica un esborso di circa Euro 29 milioni.



La contestazione riguarda le ordinarie operazioni commerciali di esportazione di prodotti finiti dall'Italia alle filiali estere del gruppo, tutte localizzate in Paesi a fiscalità ordinaria. Pertanto la pretesa avanzata riguarda redditi che sono già stati regolarmente tassati in capo alle consociate estere.

Luxottica ha deciso di aderire al processo verbale di constatazione procedendo al pagamento delle somme risultanti per l'anno 2008, pur restando fermamente convinta della correttezza del proprio operato per le ragioni ampiamente illustrate nei documenti difensivi predisposti. Questa decisione è stata presa nella consapevolezza che la materia oggetto della contestazione è di natura esclusivamente valutativa in quanto riguarda il giudizio di congruità dei prezzi praticati a consociate estere. Essa si presta pertanto a divergenti posizioni che non sono facilmente risolvibili nell'ambito di un procedimento contenzioso, se non a seguito di lunghe, defatiganti e costose iniziative difensive con un esito inevitabilmente incerto.

## Contatti

Alessandra Senici  
Group Investor Relations Director

Tel.: +39 (02) 8633 4870  
Email: [InvestorRelations@Luxottica.com](mailto:InvestorRelations@Luxottica.com)

[www.luxottica.com/it/company/investors](http://www.luxottica.com/it/company/investors)

## Note al comunicato stampa

1 Tutti i confronti, incluse le variazioni percentuali, si riferiscono ai tre e ai dodici mesi terminati il 31 dicembre 2013 e il 31 dicembre 2014. Con riferimento alla divisione Retail l'anno fiscale e il quarto trimestre 2014 includono 53 e 14 settimane rispettivamente, in confronto alle 52 e alle 13 settimane dell'anno fiscale 2013.

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 Il fatturato adjusted è un indicatore non previsto dai principi contabili IAS/IFRS.

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

5 Il fatturato adjusted del quarto trimestre e dei dodici mesi del 2014 si riferisce alla modifica dei termini contrattuali con una delle principali controparti assicurative di EyeMed, a seguito della quale la Società riconosce minori ricavi e costi derivanti dall'attività assicurativa, per Euro 23,9 milioni ed Euro 46,6 milioni rispettivamente.

6 A cambi correnti le vendite (i) dei mercati emergenti hanno registrato una variazione dell'11,8% e del 14,9%, rispettivamente sull'intero anno e sul quarto trimestre; (ii) di Cina e Brasile hanno registrato una variazione rispettivamente del 19% e del 10,2% sull'intero anno.

## 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, Michael Kors, 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 tre, interamente controllati, nella



Repubblica Popolare Cinese, in uno in Brasile e in uno negli Stati Uniti, dedicato alla produzione di occhiali sportivi. Nel 2014, Luxottica Group ha registrato vendite nette pari a oltre 7,6 miliardi di Euro. 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 –**



## Fatturato<sup>(1)</sup> della divisione Wholesale per area geografica

	Wholesale sales breakdown for 4Q 2014	Wholesale sales breakdown for FY 2014
<b>Wholesale division sales</b>	<b>+6.5%</b>	<b>+8.6%</b>
Sales breakdown by region		
- Western Europe	31%	36%
- North America	26%	26%
- Emerging Markets	32%	27%
- Rest of the World	11%	11%
YoY changes by region		
- Western Europe	-8%	+1%
- North America	+19%	+11%
- Emerging Markets	+14%	+17%
- Rest of the World	+8%	+12%

<sup>(1)</sup> I dati a parità cambi sono calcolati utilizzando il cambio medio del rispettivo periodo di confronto.

## Vendite omogenee<sup>(2)</sup> divisione Retail

	4Q 2014	FY 2014
Optical North America		
- LensCrafters	+6.3%	+1.8%
- Retail Licensed brands	+8.0%	+6.2%
Optical Australia/New Zealand	+0.2%	+1.4%
Sunglass Hut worldwide	+5.9%	+7.4%
<b>Group Retail</b>	<b>+5.0%</b>	<b>+4.0%</b>

<sup>(2)</sup> Per vendite omogenee si intendono le vendite a parità di negozi, cambi e perimetro di consolidamento.

## Principali divise

	Three months ended December 31, 2014	Twelve months ended December 31, 2014	Three months ended December 31, 2013	Twelve months ended December 31, 2013
Average exchange rates per €1				
US\$	1.24980	1.32850	1.36098	1.32775
AUD	1.45962	1.47188	1.46618	1.37655
GBP	0.78911	0.80612	0.84074	0.84923
CNY	7.68240	8.18575	8.29031	8.16304
JPY	142.75391	140.30612	136.47625	129.59424