



Per il terzo anno consecutivo il fatturato di Luxottica cresce a doppia cifra

**Fatturato consolidato per il 2006 in crescita del 13,0%;
il Gruppo prevede un 2007 in ulteriore miglioramento**

Milano, 23 gennaio 2007 - Luxottica Group S.p.A. (MTA: LUX; NYSE: LUX), leader mondiale nel settore dell'occhialeria, ha annunciato oggi il fatturato consolidato del quarto trimestre e dell'esercizio 2006.

Quarto trimestre¹

- **Fatturato: €1.105,3 milioni (+6,8%) (+13,4% a parità di cambi)**
- Fatturato retail: €769,0 milioni (+0,4%); vendite a parità di negozi, cambi e perimetro di consolidamento²: +5,7%
- Fatturato wholesale: €408,7 milioni (+23,3%); (+27,3% a parità di cambi)

Esercizio 2006¹

- **Fatturato: €4.670,9 milioni (+13,0%) (+13,8% a parità di cambi)**
- Fatturato retail: €3.294,0 milioni (+7,6%); vendite a parità di negozi, cambi e perimetro di consolidamento²: +6,7%
- Fatturato wholesale: €1.710,2 milioni (+30,5%); (+30,9% a parità di cambi)

Andrea Guerra, Amministratore Delegato di Luxottica Group, ha commentato: "Il 2006 è stato un altro anno eccezionale per Luxottica, il terzo consecutivo nel quale il fatturato del Gruppo è cresciuto a doppia cifra. Possiamo inoltre anticipare che l'utile per azione per il 2006 sarà in linea con le nostre più recenti stime comunicate al mercato".

"I risultati di fatturato evidenziano ottime performance sia per il retail che per il wholesale. In particolare, nel wholesale, i risultati registrati in tutti i mercati più importanti hanno portato a una crescita record del business: +30,5% per l'esercizio 2006, con un fatturato che supera €1,7 miliardi. Questo è dovuto principalmente al lavoro svolto sul portafoglio marchi negli ultimi anni. Sono anche molto soddisfatto dei risultati del retail, soprattutto in Nord America, dove il fatturato è cresciuto di quasi otto punti percentuali benché in assenza di grosse acquisizioni e ha così confermato, anche nell'ultimo trimestre dell'anno, la forza attuale e le potenzialità future del business".

Per quanto riguarda il segmento wholesale, le vendite a clienti terzi (dato particolarmente significativo nel valutare l'andamento del business) sono cresciute del 28,1%. Il fatturato complessivo di Ray-Ban, il marchio di occhiali più conosciuto al mondo, è cresciuto a doppia cifra per il quarto anno consecutivo, varcando così la soglia dei 14 milioni di unità vendute (record assoluto per il settore). I marchi lusso del Gruppo (tra i quali Bvlgari, Chanel, Dolce & Gabbana, Prada e Versace) sono d'altro canto cresciuti del 40%. Sotto il profilo geografico, Luxottica ha continuato a rafforzarsi in Nord America, mentre il

fatturato del business wholesale nei mercati emergenti è cresciuto del 60%, evidenziando così un'altra potenziale macro area di espansione per il futuro.

Nel 2006 il business retail del Gruppo ha beneficiato di un significativo piano di investimenti nei negozi che ha posto le basi per ulteriori opportunità di crescita futura. Sono infatti stati totalmente rinnovati circa 510 negozi. I nuovi punti vendita, tra aperture e acquisizioni, sono stati circa 570 (incluso il recente start-up delle attività cinesi).

“Per quanto riguarda il 2007”, ha aggiunto Andrea Guerra, “stiamo lavorando a un dettagliato piano che genererà ulteriore significativa crescita sia nel retail che nel wholesale. Questo piano prevede investimenti nei nostri negozi per un totale di circa €225 milioni e ci permetterà di continuare a massimizzare le opportunità di crescita del retail”.

Ad oggi il piano di investimenti per il 2007 prevede la ristrutturazione di circa 480 negozi nonché l'aggiunta di più di 500 nuovi punti vendita. In Nord America, il Gruppo si focalizzerà in particolare su Sunglass Hut, per il quale a fine 2007 circa il 60 % dei negozi saranno nuovi o recentemente ristrutturati, e LensCrafters, il cui nuovo format ha già contribuito agli ottimi risultati di questa catena per il 2006.

Nel wholesale, infine, sia Ray-Ban che i marchi-chiave del segmento lusso continueranno a crescere. Sotto il profilo geografico, il Gruppo si concentrerà anche sui mercati emergenti, dove nel corso del 2007 potrebbero concretizzarsi investimenti sia nel retail che nel wholesale.

Luxottica Group pubblicherà i risultati consolidati del quarto trimestre e dell'intero esercizio 2006 il 5 marzo 2007. In tale occasione, il Gruppo comunicherà al mercato le stime dettagliate per l'esercizio 2007.

Il Gruppo ha annunciato³ oggi che il pagamento dei dividendi relativi alle azioni ordinarie a valere sui risultati dell'esercizio 2006 è previsto per il mese di maggio 2007. Per l'esercizio 2007 non è prevista la distribuzione di acconti sui dividendi. Eventuali modifiche che dovessero intervenire successivamente al presente comunicato saranno rese note con le modalità previste dalla normativa vigente.

Si rende noto che, ai sensi dell'art. 82, comma 2 lett. b) della delibera CONSOB n. 11971/99 e successive modifiche e integrazioni, in luogo della relazione trimestrale al 31 dicembre 2006 verranno pubblicati entro il 31 marzo 2007 il progetto di bilancio ed il bilancio consolidato al 31 dicembre 2006 approvati dal Consiglio di Amministrazione.

Luxottica Group S.p.A.

Luxottica Group è leader mondiale nel settore degli occhiali di fascia alta e di lusso, con circa 5.700 negozi operanti sia nel segmento vista che sole in Nord America, Asia-Pacifico, Cina, 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, Vogue, Persol, Arnette e REVO mentre i marchi in licenza includono Bvlgari, Burberry, Chanel, Dolce & Gabbana, Donna Karan, Polo Ralph Lauren, Prada 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 e Pearle Vision in Nord America, OPSM e Laubman & Pank in

Asia-Pacifico e Sunglass Hut in tutto il mondo. I prodotti del Gruppo sono progettati e realizzati in sei impianti produttivi in Italia e in due, interamente controllati, nella Repubblica Popolare Cinese. Nel 2006 Luxottica Group ha registrato vendite nette pari a €4,7 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 sono soggette a rischi e incertezze e altri eventi che potrebbero portare i risultati effettivi a differire, anche in modo sostanziale, dalle relative previsioni. Tra i rischi e le incertezze rientrano, a titolo meramente esemplificativo, fluttuazioni valutarie, fattori economici ed eventi meteorologici che possono influenzare gli acquisti dei consumatori, la capacità di Luxottica Group di lanciare con successo nuovi prodotti, di integrare i business recentemente acquisiti e di implementare iniziative volte a stimolare il fatturato e a ridurre i costi, la disponibilità di strumenti correttivi alternativi agli occhiali, altri fattori politici, economici e tecnologici, e gli altri fattori di rischio ed incertezza menzionati nella documentazione societaria depositata presso la Securities and Exchange Commission. Tali previsioni, aspettative e/o opinioni sono formulate alla data odierna.

Contatti

Luxottica Group S.p.A., Ufficio Investor & Media Relations

Email: Investorrelations@luxottica.com
Mediarelations@luxottica.com

Luca Biondolillo, Head of Communications

Tel. (02) 8633 4062

Email: LucaBiondolillo@luxottica.com

Alessandra Senici, Senior Manager, Investor Relations

Tel. (02) 8633 4069

Email: AlessandraSenici@luxottica.com

1 Tutti i confronti, incluse le variazioni percentuali, si riferiscono al trimestre e ai dodici mesi terminati il 31 dicembre 2006 e 2005.

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

3 Quest'informazione sul pagamento dei dividendi per gli esercizi 2006 e 2007 è fornita ai sensi dell'art. IA.2.1.2, comma 1, lett. a) e b) delle Istruzioni al Regolamento dei Mercati Organizzati e Gestiti da Borsa Italiana S.p.A.