



## **Luxottica: crescita a doppia cifra anche nel 2007**

**Milano, 6 marzo 2007** - Luxottica Group S.p.A. (MTA: LUX; NYSE: LUX), leader mondiale nel settore dell'occhialeria, prevede che l'utile per azione nell'esercizio 2007 crescerà, a parità di cambio, tra il 16% e il 18%.

### **Previsioni per l'esercizio 2007<sup>1</sup>**

Luxottica Group stima che il fatturato consolidato nel 2007 aumenterà, a tassi di cambio costanti, tra l'8% e il 10%, con un incremento dell'utile per azione tra il 16% e il 18%. Ipotizzando un tasso medio di cambio Euro/Dollaro per l'intero anno di €1 = US\$1,30, il fatturato 2007<sup>2</sup> sarebbe compreso tra €4,9 miliardi e €5,0 miliardi, e l'utile per azione sarebbe stimato tra €1,07 e €1,09 (corrispondente a un utile per ADS tra US\$1,39 e US\$1,42).

Il Gruppo, inoltre, prevede un ulteriore miglioramento nella posizione finanziaria netta rispetto al livello di fine 2006. In modo analogo il 2007 sarà un altro anno caratterizzato da forte generazione di cassa.

Andrea Guerra, Amministratore Delegato di Luxottica Group, ha commentato: "Oggi siamo i leader in un settore che sta evolvendo a grande velocità. Gli occhiali sono sempre più un accessorio di moda e lusso, parte integrante della personalità di ciascuno di noi. E' solo da qualche anno che due terzi della popolazione mondiale si è affacciata al mercato, con grande apprezzamento del nostro stile e dei nostri marchi. Nel mondo occidentale i cittadini che invecchiano, in particolare i baby boomer, rappresentano un importante driver di crescita nel settore. Per questo ci aspettiamo che il 2007 sia un altro anno record, grazie anche all'accelerazione degli investimenti nei nostri negozi: un totale di circa €225 milioni sarà dedicato al restyling di 480 negozi e a più di 480 nuovi punti vendita".

### **Il 2007 sarà un altro anno di forte crescita per il wholesale**

Il Gruppo si aspetta un 2007 di ulteriore importante crescita per il segmento wholesale, con vendite in crescita del 15%, e un incremento della redditività di un ulteriore punto percentuale, nonostante gli attuali livelli rappresentino già un record per l'intero settore. I principali driver di crescita saranno il forte portafoglio marchi (a inizio anno è stata lanciata la prima collezione Polo Ralph Lauren e ottime performance sono attese da Burberry, Bvlgari, Chanel, Dolce & Gabbana, Persol, Prada, Ray-Ban e Versace); i maggiori investimenti in pubblicità e trade marketing; e la crescita dei mercati emergenti, che presentano una redditività più elevata.

**Nel retail il segmento sole offre grandi opportunità, il segmento vista una crescita più costante**

Nel 2007 Sunglass Hut si espanderà in altre aree geografiche, così da poter far leva su un modello di business ideale per trarre vantaggio dalla forte crescita della domanda nel

segmento dell'occhialeria di fashion e di alta gamma. Alla base della crescita del segmento sole ci saranno i mercati tradizionali - in primis gli Stati Uniti, ma anche l'Asia-Pacifico e il regno Unito, dove il business di Sunglass Hut ha appena concluso una riorganizzazione vincente che ha consentito di ritrovare la strada della redditività - i paesi emergenti e lo sviluppo di nuovi canali distributivi. Tra i nuovi mercati, Luxottica punterà soprattutto su Medio Oriente, Hong Kong, Macao e Sud Africa. Lo sviluppo nei nuovi canali, infine, prevede un rinnovato impegno nei department store e nel travel retail.

Nel segmento vista Luxottica prevede una crescita più costante grazie agli investimenti effettuati nei negozi in Nord America e in Asia-Pacifico, alla rinnovata forza del portafoglio marchi e al focus sui prodotti e servizi a maggior valore aggiunto, incluse le nuove tecnologie connesse alla lavorazione delle lenti. Una sempre migliore efficienza operativa, inoltre, continuerà a essere alla base della crescita della redditività.

### **Presentazione agli investitori, disponibile via webcast**

Oggi, a partire dalle ore 14:30, il management di Luxottica presenterà i risultati dell'esercizio 2006 a Milano, presso la sede della Borsa Italiana. La presentazione, aperta alla comunità finanziaria e ai giornalisti, sarà accessibile anche via webcast attraverso il sito del Gruppo [www.luxottica.com](http://www.luxottica.com). Nel corso della presentazione il management del Gruppo illustrerà i principali driver di crescita e le prospettive del 2007.

### **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](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 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](mailto:Investorrelations@luxottica.com)  
[Mediarelations@luxottica.com](mailto:Mediarelations@luxottica.com)

Luca Biondolillo, Head of Communications

Tel. (02) 8633 4062

Email: [LucaBiondolillo@luxottica.com](mailto:LucaBiondolillo@luxottica.com)

Alessandra Senici, Senior Manager, Investor Relations

Tel. (02) 8633 4069

Email: [AlessandraSenici@luxottica.com](mailto:AlessandraSenici@luxottica.com)

---

**1** Le stime relative all'utile per azione non riflettono l'impatto dell'adozione del Financial Accounting Standard Board Interpretation No. 48, Accounting for Uncertainty in Income Taxes, of FASB Statement 109 (FIN 48).

**2** Le stime di Luxottica Group per l'anno fiscale 2007 includono l'impatto economico delle stock options, come conseguenza dell'applicazione dello SFAS 123 (R) dall'1 gennaio 2006.