Comunicato stampa

Luxottica: al via il primo *concept store* al mondo nel settore dell'ottica

Inaugurato in Australia un rivoluzionario modello di negozio, il cui concetto influenzerà lo sviluppo futuro del retail

Melbourne (Australia), 20 luglio 2010 – Luxottica, leader mondiale nel design, produzione, distribuzione e vendita di occhiali di fascia alta, di lusso e sportivi, ha inaugurato oggi a Melbourne, in Australia, OPSM eye hub, il primo *concept store* al mondo nel settore dell'ottica.

Il nuovo negozio, che fa parte della catena di Luxottica OPSM, leader in Australia, rappresenta un'innovazione senza precedenti nel settore e, con in suo concetto rivoluzionario di approccio al cliente, potrà influenzare lo sviluppo futuro del *retail* a livello globale.

"*OPSM eye hub testimonia il ruolo chiave dell'innovazione nel nostro settore e rappresenta quanto di meglio sia possibile offrire al consumatore nel campo dell'ottica, in termini di prodotti, tecnologie ed esperienza di acquisto*", ha commentato Andrea Guerra, Chief Executive Officer di Luxottica. "*Siamo sicuri che questo nuovo concetto di negozio avrà un grande successo, rivoluzionando gli standard del retail, e potrà essere adottato anche in altri Paesi in cui abbiamo una presenza con la nostra Divisione Retail, come ad esempio gli Stati Uniti, il Regno Unito o la Cina*".

L'approccio adottato da Luxottica nello sviluppo di OPSM eye hub si è basato su un'approfondita analisi delle esigenze del cliente di un negozio di ottica, per sesso e fascia d'età, e si tradotto in una completa personalizzazione dell'esperienza di acquisto del consumatore, grazie anche al design unico. Il risultato è un *concept store* di 1.500 metri quadrati in grado di offrire al cliente la più completa libertà e autonomia da un lato e i migliori prodotti e servizi dall'altro.

"*Normalmente sono i negozi a dettare al consumatore l'esperienza di acquisto, mentre con OPSM eye hub abbiamo ribaltato il concetto, offrendo ad esempio al nostro cliente un vero e proprio concierge in grado di aiutarlo a ottenere esattamente quello di cui ha bisogno durante la sua visita*", ha aggiunto Chris Beer, Chief Executive Officer di Luxottica Australasia, South Africa and Greater China.

All'interno del negozio, disegnato a forma di occhio da e2, pluripremiato progettista del Millennium Dome di Londra, il cliente avrà a disposizione, fra l'altro, 7 ottici optometristi, le più avanzate apparecchiature per il controllo della vista, la più ampia selezione di occhiali da vista al mondo, un laboratorio interno e aree specifiche per i bambini, lo sport o il lusso, oltre a due simulatori per provare gli occhiali anche in condizioni di vento e sole, particolari specchi interattivi e un'area relax in cui poter attendere la preparazione e la consegna degli occhiali da vista.

I numeri chiave di OPSM eye hub

- 1.500 metri quadrati di superficie
- Oltre 2.000 modelli di occhiali disponibili
- 18 postazioni per gli esami della vista
- 7 ottici optometristi sempre presenti

- 2 simulatori ad alta tecnologia per provare gli occhiali in condizioni di vento e riverbero
- 41 schermi interattivi per migliorare l'esperienza di prova degli occhiali
- 1 laboratorio interno per la finitura delle lenti

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 4038
Email: InvestorRelations@Luxottica.com

Luca Biondolillo
SVP of International Corporate Communications
Tel.: +1 (516) 918 3100
Email: LBiondolillo@us.luxottica.com

Luxottica Group S.p.A.

Luxottica Group è leader nel settore degli occhiali di fascia alta, di lusso e sportivi, con oltre 6.300 negozi operanti sia nel segmento vista che sole in Nord America, Asia-Pacifico, Cina, Sudafrica, 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, Salvatore Ferragamo, 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 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 2009, Luxottica Group ha registrato vendite nette pari a €5.1 miliardi. In Australia Luxottica vanta oltre 830 negozi. 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.