



# SPAFID CONNECT

Informazione Regolamentata n. 0491-10-2019	Data/Ora Ricezione 30 Gennaio 2019 17:49:05	MTA
--	---	-----

Societa' : LUXOTTICA GROUP

Identificativo : 113450

Informazione  
Regolamentata

Nome utilizzatore : LUXOTTICAN14 - Senici

Tipologia : REGEM

Data/Ora Ricezione : 30 Gennaio 2019 17:49:05

Data/Ora Inizio : 30 Gennaio 2019 17:49:06

Diffusione presunta

Oggetto : Quattro anni di risultati record nel bilancio  
del Consiglio di Amministrazione Luxottica  
e del Presidente Del Vecchio

*Testo del comunicato*

Vedi allegato.



## Quattro anni di risultati record nel bilancio del Consiglio di Amministrazione Luxottica e del Presidente Del Vecchio

*“Ecco l’azienda che portiamo in dote a EssilorLuxottica”*

**Milano (Italia), 30 gennaio 2019** – Il Consiglio di Amministrazione di Luxottica Group S.p.A. (MTA: LUX) si è riunito oggi per la sua ultima seduta prima del delisting del titolo Luxottica dal Mercato Telematico Azionario di Borsa Italiana, atteso per il 5 marzo 2019, a seguito della nascita il 1° ottobre di EssilorLuxottica e del pieno successo dell’Offerta Pubblica di Scambio prevista dall’accordo di combinazione.

Sotto la guida di un imprenditore visionario come Leonardo Del Vecchio, Luxottica si è quotata per la prima volta al New York Stock Exchange a meno di un Dollaro americano nel 1990 e lascerà a breve Borsa Italiana sopra i 50 Euro, avendo moltiplicato il suo valore di oltre cinquanta volte in quasi trent’anni.

Il Consiglio ha colto l’occasione per un bilancio del suo quadriennio di attività e desidera ringraziare tutti gli azionisti che nel tempo hanno dato fiducia al Gruppo e al suo Presidente e fondatore. Dal suo rientro alla guida di Luxottica nel 2015, Leonardo Del Vecchio ha realizzato un profondo rinnovamento strategico, operativo, tecnologico e manageriale. Il Consiglio ha ripercorso e consuntivato le iniziative strategiche più significative varate e portate a compimento in Luxottica nell’arco dei due mandati.

**Semplificazione organizzativa.** La semplicità è tornata a governare processi e relazioni in azienda rendendola più unita e coesa. Il processo di centralizzazione delle strategie globali di business e di prodotto ha reso Luxottica una multinazionale capace di pensare al centro ed eseguire in maniera rigorosa nei vari paesi. La società ha accresciuto controllo ed efficienza su variabili chiave come prezzi, assortimenti, logistica e servizi al cliente finale.

**Ricambio manageriale.** Perseguito con determinazione, ha permesso di costruire, per fasi successive, un nuovo assetto di governance e dotare il Gruppo della migliore squadra manageriale di sempre, giovane, capace e in grado di comprendere e utilizzare le nuove tecnologie digitali in piena sintonia con le dinamiche dei mercati.

**Digitalizzazione.** La trasformazione che sta più a cuore a Leonardo Del Vecchio, su cui ha chiesto all’azienda di recuperare anni di ritardo e che permette oggi al Gruppo di controllare milioni di informazioni per prendere decisioni in tempo reale e programmare ed eseguire le sue strategie. La tecnologia oggi è l’asse portante di ogni funzione aziendale: produzione, distribuzione e vendita, in tutti i mercati e in tutti canali, wholesale, retail e online. Luxottica ha cambiato il modo di parlare con i suoi milioni di consumatori nel mondo, essendo oggi uno dei più grandi digital broadcaster privati a livello globale, con oltre quindicimila vetrine digitali installate nei propri negozi e presso clienti ottici. È solo l’inizio di un percorso già in fase di attuazione che vedrà nel 2019 un’ulteriore evoluzione, per portare nei negozi di ottica nel mondo nuove modalità di interazione digitali con l’intero catalogo di prodotti Luxottica. Il Gruppo ha inoltre investito fortemente sullo sviluppo dell’infrastruttura industriale, innovando nelle tecnologie produttive e nelle automazioni.

**La rivoluzione del “complete pair”.** Il Gruppo, per la prima volta nella storia del settore, è in grado di portare all’ottico una soluzione completa di lenti e montature attraverso un unico canale di servizio. Due elementi da sempre complementari sono oggi disegnati e prodotti assieme sin dall’origine. Inoltre, l’estensione del valore dei marchi in portafoglio al mondo delle lenti da vista prepara l’intero settore a rispondere in modo nuovo alla crescente domanda dei consumatori di prodotti personalizzati in ogni loro componente. A supporto di questa visione, il Gruppo ha completato la realizzazione di tre nuovi grandi hub in Italia, Stati Uniti e Cina, in grado di integrare produzione e distribuzione di lenti e montature.

## La qualità dei risultati

Non esistono buone strategie che non si traducano in buoni risultati. Anche se la massimizzazione del ritorno delle iniziative realizzate dal Gruppo nel periodo si vedrà appieno nei prossimi anni, già oggi i numeri confermano la solidità delle scelte. Il Consiglio ha elaborato alcuni indicatori semplici ma estremamente chiari per poter sintetizzare quanto realizzato.

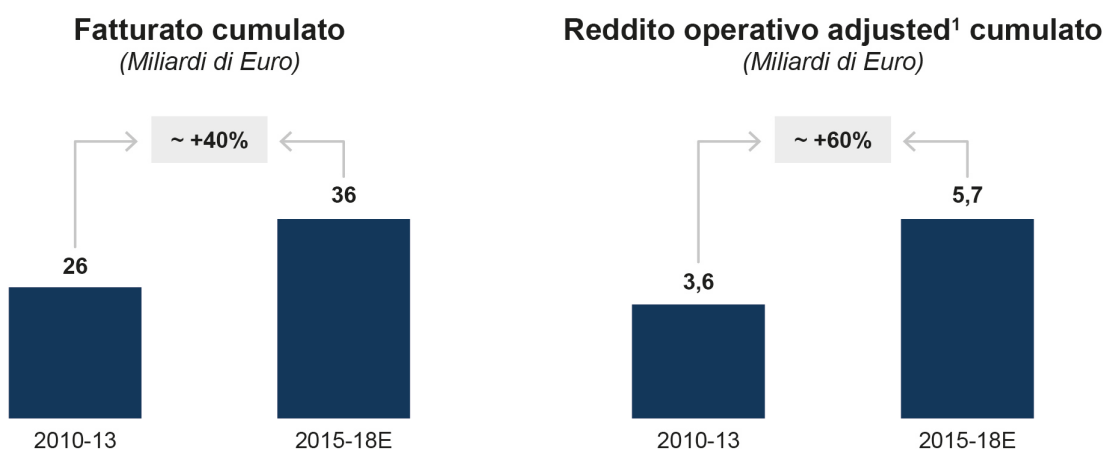
Dal confronto dei risultati cumulati degli ultimi quattro anni rispetto al periodo 2010-13:

- le vendite cumulate sono cresciute di circa il 40% da 26 miliardi a 36 miliardi di Euro;
- l’utile operativo adjusted<sup>1</sup> cumulato è cresciuto di circa il 60%;
- l’utile netto adjusted<sup>1</sup> cumulato è cresciuto del circa 80%;
- il valore medio del margine netto adjusted<sup>1</sup> è salito dal 7,5% circa a oltre il 10%.

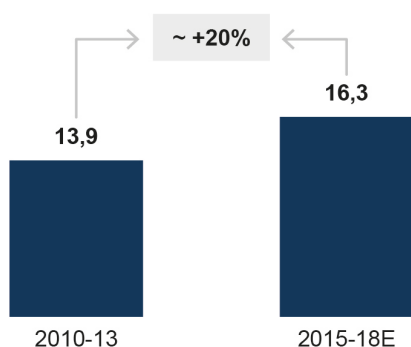
Inoltre, il rapporto indebitamento netto/EBITDA si è ridotto dal 2,0x del 2010 a un valore stimato nel range dello 0,2x-0,3x nel 2018, grazie alla forte generazione di cassa.

Il Consiglio ha espresso particolare soddisfazione nel prendere atto dei dati di redditività operativa e netta adjusted<sup>1</sup> per unità venduta, che risultano superiori in media rispettivamente di circa il 20% e circa il 35% nel periodo 2015-18 rispetto al decennio precedente.

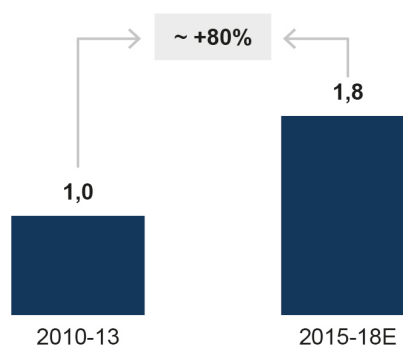
Tutto questo si è tradotto in una forte creazione di valore per tutti gli azionisti, con un dividendo cumulato di competenza quasi doppio negli ultimi quattro anni rispetto a quello riconosciuto nel periodo 2010-13.



## Reddito operativo adj.<sup>1</sup> per unità venduta (Euro)

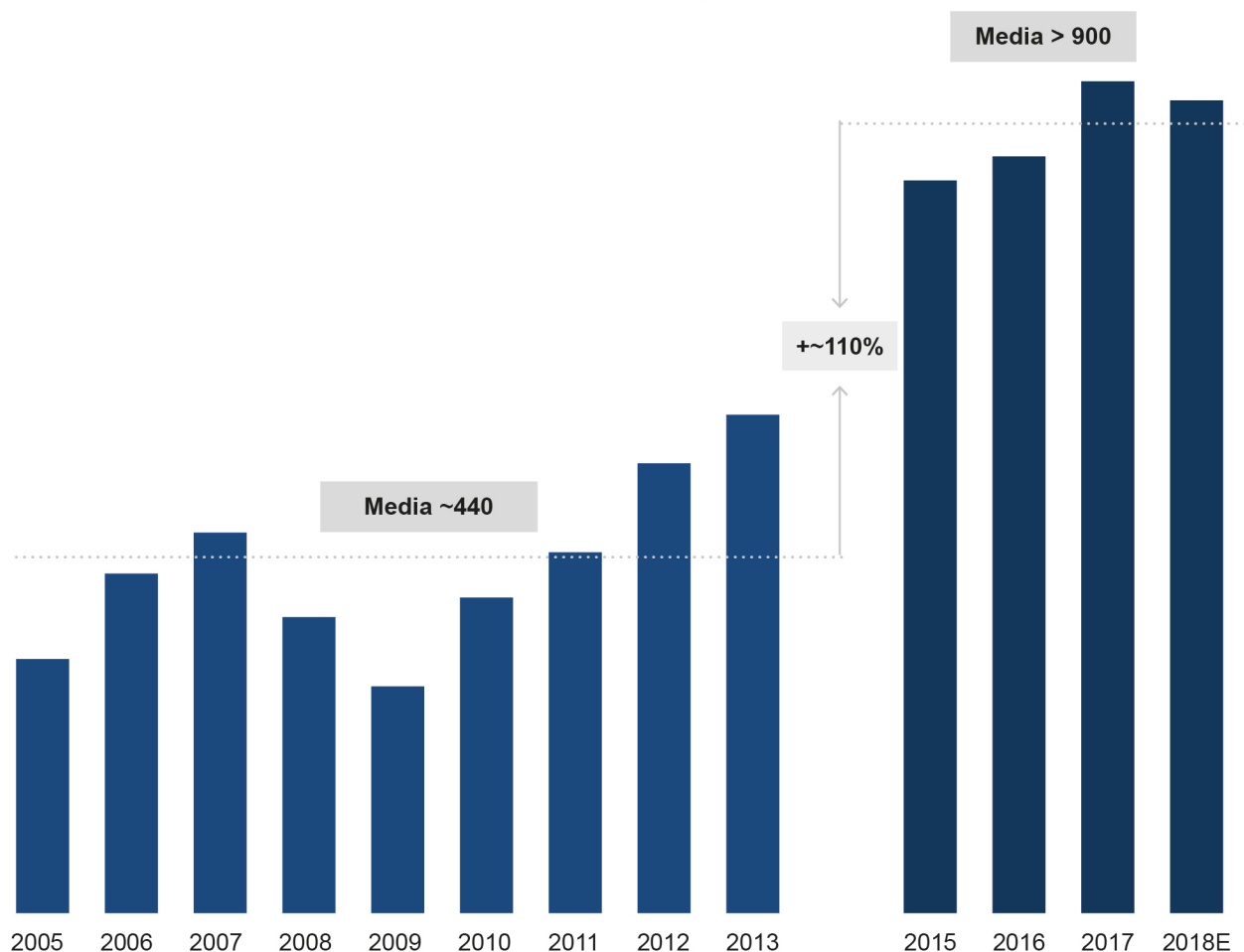


## Monte dividendi (Miliardi di Euro)



La lettura più chiara dell'efficacia delle nuove strategie del Gruppo è esemplificata dall'andamento dell'utile netto adjusted<sup>1</sup> degli ultimi quattro anni.

## Utile netto adjusted<sup>1</sup> (Milioni di Euro)



Le informazioni finanziarie relative all'esercizio 2018 utilizzate ai fini dell'elaborazione dei dati sopra esposti rappresentano stime del management e non sono ancora state oggetto di



approvazione del Consiglio di Amministrazione né assoggettate a revisione contabile. I risultati definitivi di Luxottica Group per l'esercizio 2018 verranno pubblicati l'8 marzo 2019 a seguito dell'approvazione del Consiglio di Amministrazione di EssilorLuxottica.

### **Il bilancio del Presidente**

*“Ringrazio il nostro Consiglio di Amministrazione che in questi quattro anni ha sempre dato il pieno supporto a tutti i manager del Gruppo, condividendone le scelte e dando preziosi consigli. I risultati, visti nella giusta prospettiva, premiano il grande lavoro che abbiamo compiuto e che non sempre è stato immediatamente capito”,* ha spiegato Del Vecchio.

*“In questo momento il mio pensiero va a Luigi Francavilla, compagno di un'intera vita lavorativa. Alle sue capacità e alla sua passione dobbiamo molto di quello che abbiamo costruito insieme. Un grazie particolare va anche al nostro Amministratore Delegato, Francesco Milleri, il cui prezioso contributo in questi quattro anni ha permesso di ottenere risultati destinati a durare nel tempo”.*

*“Ho realizzato l'obiettivo che mi ero prefissato di migliorare l'azienda in ogni sua parte, redendola forte, piena di idee, tecnologia e passione, e al tempo stesso capace di riportare il margine netto sopra la soglia del 10%. Questa è l'azienda che portiamo in dote a EssilorLuxottica, la nuova avventura a cui intendo dare il mio pieno contributo”.*

*“In questi quattro anni abbiamo portato a termine un forte processo di rinnovamento dei vertici e mai come oggi Luxottica può contare su un management forte a tutti i livelli, preparato, e soprattutto giovane, capace e pronto a cogliere opportunità di crescita sul mercato. A tutti loro e agli oltre ottantamila nostri dipendenti nel mondo rinnovo il mio speciale ringraziamento per aver dimostrato fiducia, passione e attaccamento a questa meravigliosa azienda”.*

### **Contatti**

Alessandra Senici  
Group Investor Relations and Corporate Communications Officer  
Tel.: +39 (02) 8633 4870  
Email: [InvestorRelations@luxottica.com](mailto:InvestorRelations@luxottica.com)  
<http://www.luxottica.com/it/investitori/contatti>

Marco Catalani  
Group Corporate and Internal Communications Director  
Tel.: +39 (02) 8633 4470  
Email: [corporate.communication@luxottica.com](mailto:corporate.communication@luxottica.com)

### **Note**

**1** Per la definizione dei dati adjusted si rimanda alle definizioni incluse nelle precedenti comunicazioni sui risultati finanziari dei periodi presi in considerazione.

### **Luxottica Group S.p.A.**

Luxottica Group è leader nel design, produzione e distribuzione di occhiali di fascia alta, di lusso e sportivi, con un portafoglio marchi forte e ben bilanciato sia di proprietà, tra cui Ray-Ban, Oakley, Vogue Eyewear, Persol, Oliver Peoples e Alain Mikli, sia in licenza, come Giorgio Armani, Burberry, Bulgari, Chanel, Dolce&Gabbana, Ferrari, Michael Kors,



Prada, Ralph Lauren, Tiffany & Co., Valentino e Versace. Oltre a una presenza wholesale globale che tocca più di 150 Paesi, il Gruppo gestisce un esteso network retail, comprendente circa 9.000 negozi: LensCrafters e Pearle Vision in Nord America, OPSM e LensCrafters in Asia-Pacifico, GMO e Óticas Carol in America Latina, Salmoiraghi & Viganò in Italia e Sunglass Hut in tutto il mondo. Con circa 85.000 dipendenti nel mondo, Luxottica Group ha chiuso il 2017 con un fatturato di oltre 9 miliardi di Euro. Per ulteriori informazioni sul Gruppo: [www.luxottica.com](http://www.luxottica.com).

### **Informazioni importanti**

Questo comunicato stampa non costituisce alcuna offerta o sollecitazione al mercato per l'acquisto o la sottoscrizione di titoli negli Stati Uniti o in qualsiasi altra giurisdizione. I titoli non possono essere offerti o venduti negli Stati Uniti a meno che non siano stati registrati ai sensi del Securities Act degli Stati Uniti del 1933, come modificato (il "Securities Act") o beneficiano di un'esenzione dalla registrazione. I titoli che possono essere offerti in qualsiasi operazione non sono stati e non saranno registrati ai sensi del Securities Act e non è intenzione effettuare un'offerta pubblica avente ad oggetto tali titoli negli Stati Uniti.

Questo comunicato stampa è stato distribuito ed è destinato esclusivamente a (i) persone che non si trovano nel Regno Unito o (ii) agli investitori di cui all'articolo 19, paragrafo 5, del Financial Services and Markets Act 2000 (Promozione finanziaria) Order 2005 (l' "Ordinanza") o (iii) a società ad elevata patrimonializzazione e ad altre persone a cui può essere legalmente comunicato, ai sensi dell'articolo 49, paragrafo 2, lettere da a) a d) dell'Ordinanza (di seguito, le "persone qualificate"). I titoli cui si fa qui riferimento - così come qualunque invito, offerta o accordo per sottoscrivere, acquistare o comperare in altro modo tali titoli - sono riservati solo a persone qualificate. Chiunque non sia persona qualificata non dovrebbe agire sulla base di, o fare riferimento a, questo documento o a qualsiasi suo contenuto.

### **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, legali e tecnologici e altri rischi e incertezze già evidenziati nei nostri filing presso le autorità regolatorie. Tali previsioni ("forward looking statements") sono state rilasciate alla data di oggi e non ci assumiamo alcun obbligo di aggiornamento.

Fine Comunicato n.0491-10

Numero di Pagine: 7