

INDICE

AVVERTENZE PER L'INVESTITORE	Pag.	9
INFORMAZIONI DI SINTESI SUL PROFILO DELL'OPERAZIONE E DELL'EMITTENTE	Pag.	13
SEZIONE PRIMA		
INFORMAZIONI RELATIVE ALL'EMITTENTE LUXOTTICA GROUP S.p.A.		
1. INFORMAZIONI CONCERNENTI L'ATTIVITÀ DEL GRUPPO LUXOTTICA ..	Pag.	19
1.1 Storia ed evoluzione del gruppo Luxottica	Pag.	20
1.2 Descrizione dell'attività	Pag.	23
1.2.1 I prodotti	Pag.	23
1.2.1.1 Marchi propri	Pag.	23
1.2.1.2 Linee griffate	Pag.	24
1.2.2 Processo produttivo	Pag.	25
1.2.2.1 Quadro generale	Pag.	25
1.2.2.2 Design e selezione dei prodotti	Pag.	25
1.2.2.3 Approvvigionamento di materie prime	Pag.	26
1.2.2.4 Produzione	Pag.	26
1.2.2.5 Controllo qualità	Pag.	27
1.2.3 LensCrafters	Pag.	27
1.2.4 Volume di affari negli ultimi tre mesi secondo i principali settori di attività e mercati geografici	Pag.	28
1.2.5 Evoluzione del portafoglio ordini	Pag.	29
1.2.6 Canali di vendita	Pag.	29
1.2.6.1 Distribuzione all'ingrosso	Pag.	29
1.2.6.2 Distribuzione al dettaglio	Pag.	30
1.2.6.3 Marketing e pubblicità	Pag.	30
1.2.7 Autonomia gestionale	Pag.	31
1.2.7.1 Autonomia gestionale rispetto al gruppo di appartenenza	Pag.	31
1.2.7.2 Dipendenza da clienti	Pag.	31
1.2.7.3 Dipendenza da fornitori	Pag.	31
1.2.7.4 Dipendenza da finanziatori	Pag.	32
1.2.8 Minacce ed opportunità derivanti dall'evoluzione dei prodotti e dalle tecnologie utilizzate	Pag.	32
1.2.9 Caratteristiche dei settori di attività in cui opera la Società ..	Pag.	32
1.2.9.1 Il mercato di riferimento	Pag.	32
1.2.10 Fattori macro e micro economici in grado di influenzare l'attività di Luxottica Group	Pag.	34
1.2.10.1 Fattori macro economici	Pag.	34
1.2.10.2 Fattori micro economici	Pag.	35
1.2.11 La stagionalità del settore di riferimento	Pag.	35
1.2.12 Rischi di mercato a cui è esposta l'attività della Società	Pag.	35

1.2.13	Fonti e disponibilità delle materie prime utilizzate da Luxottica Group	Pag.	36
1.2.14	Andamento dei prezzi	Pag.	36
1.2.15	Normativa di settore	Pag.	36
1.2.16	Posizionamento competitivo di Luxottica Group	Pag.	36
1.2.17	Brevetti, licenze, contratti, marchi, concessioni, autorizzazioni e processi di fabbricazione rilevanti per l'attività della Società ed eventuale rapporto di dipendenza	Pag.	37
1.2.17.1	Marchi	Pag.	37
1.2.17.2	Brevetti	Pag.	38
1.2.17.3	Contratti di licenza	Pag.	38
1.2.17.4	Altri contratti rilevanti	Pag.	39
1.2.18	Beni gratuitamente devolvibili	Pag.	39
1.2.19	Rapporti con soggetti correlati e collegati	Pag.	39
1.2.20	Strategie e programmi futuri	Pag.	39
1.3	Patrimonio immobiliare, impianti e attrezzature	Pag.	40
1.3.1	Patrimonio immobiliare	Pag.	40
1.3.2	Beni in uso	Pag.	41
1.4	Eventi eccezionali	Pag.	41
1.5	Descrizione della struttura organizzativa del Gruppo Luxottica	Pag.	41
1.6	Altre informazioni	Pag.	45
1.6.1	Responsabili chiave e personale	Pag.	45
1.6.1.1	Responsabili chiave	Pag.	45
1.6.1.2	Dipendenti	Pag.	47
1.6.2	Investimenti	Pag.	48
1.6.2.1	Investimenti nell'ultimo triennio	Pag.	48
1.6.2.2	Investimenti in corso	Pag.	48
1.6.2.3	Investimenti in corso di attuazione, investimenti futuri e relative forme di finanziamento	Pag.	49
1.6.3	Politica di ricerca e sviluppo	Pag.	49
1.6.4	Procedimenti giudiziari e arbitrali	Pag.	49
1.6.5	Posizione fiscale	Pag.	50
1.6.5.1	Periodi di imposta	Pag.	50
1.6.5.2	Contenziosi fiscali	Pag.	50
1.6.5.3	Perdite fiscali	Pag.	51
2.	INFORMAZIONI CONCERNENTI GLI ORGANI SOCIALI	Pag.	52
2.1	Consiglio di Amministrazione	Pag.	52
2.2	Comitato Esecutivo	Pag.	53
2.3	Collegio Sindacale	Pag.	53
2.4	Principali dirigenti	Pag.	54
2.5	Principali attività svolte dai componenti il Consiglio di Amministrazione ed il Collegio Sindacale al di fuori della Società aventi rilevanza per la Società stessa	Pag.	54
2.6	Compensi destinati, a qualsiasi titolo e sotto qualsiasi forma ai componenti il Consiglio di Amministrazione e il Collegio Sindacale da parte di Luxottica e delle società da essa direttamente e indirettamente controllate	Pag.	57

2.7	Azioni di Luxottica detenute direttamente e indirettamente dai componenti il Consiglio di Amministrazione e il Collegio Sindacale e dei loro coniugi non separati e dai figli minori	Pag.	57
2.8	Interessi dei componenti il Consiglio di Amministrazione e il Collegio Sindacale in operazioni straordinarie effettuate da Luxottica	Pag.	58
2.9	Prestiti e garanzie concesse da Luxottica e dalle società controllate ai componenti il Consiglio di Amministrazione e il Collegio Sindacale	Pag.	58
2.10	Interessi dei dirigenti di Luxottica nella Società e nel Gruppo	Pag.	58
3.	INFORMAZIONI RELATIVE AGLI ASSETTI PROPRIETARI	Pag.	59
3.1	Azionisti che detengono partecipazioni superiori al 2% del capitale ..	Pag.	59
3.2	Descrizione dell'azionariato a seguito dell'Offerta Pubblica	Pag.	59
3.3	Persone fisiche e giuridiche che esercitano un controllo su Luxottica anche ai sensi dell'Art. 93 del Testo Unico	Pag.	59
3.4	Indicazioni dell'esistenza di pattuizioni tra i soci in merito all'esercizio dei diritti inerenti ai titoli rappresentativi del capitale, al trasferimento dei medesimi e all'esercizio del diritto di voto	Pag.	60
4.	INFORMAZIONI CONCERNENTI IL PATRIMONIO, LA SITUAZIONE FINANZIARIA ED I RISULTATI ECONOMICI DEL GRUPPO LUXOTTICA	Pag.	61
	INTRODUZIONE	Pag.	61
a)	Premessa	Pag.	61
b)	Bilanci Consolidati Riclassificati di Luxottica Group S.p.A.	Pag.	61
	Parte A – Bilanci Annuali Consolidati	Pag.	63
4.1	Prospetti di bilancio consolidato al 31 dicembre 1997, 1998 e 1999 ..	Pag.	63
4.1.1	Stato patrimoniale consolidato	Pag.	63
4.1.2	Conto economico consolidato	Pag.	64
4.1.3	Rendiconti finanziari consolidati	Pag.	65
4.1.4	Prospetto delle variazioni nelle voci di patrimonio netto consolidato	Pag.	66
4.2	Acquisizione Ray-Ban	Pag.	66
4.3	Analisi dell'andamento economico	Pag.	67
4.4	Analisi dell'andamento patrimoniale e finanziario	Pag.	71
4.5	Principi contabili	Pag.	75
4.6	Dettaglio e commento delle voci dello stato patrimoniale	Pag.	77
4.6.1	Cassa e disponibilità liquide e debiti bancari a breve	Pag.	77
4.6.2	Crediti verso clienti	Pag.	78
4.6.3	Altri crediti	Pag.	78
4.6.4	Rimanenze di magazzino	Pag.	78
4.6.5	Ratei, risconti attivi e altre attività a breve	Pag.	78
4.6.6	Immobilizzazioni tecniche nette	Pag.	79
4.6.7	Immobilizzazioni immateriali nette	Pag.	79
4.6.8	Altre attività	Pag.	80
4.6.9	Imposte differite e anticipate	Pag.	80
4.6.10	Debiti finanziari a medio-lungo termine	Pag.	81
4.6.11	Fondo trattamento di fine rapporto	Pag.	82
4.6.12	Ratei, risconti passivi e altre passività	Pag.	83

4.6.13	Piano di <i>Stock Option</i>	Pag.	83
4.6.14	Patrimonio netto	Pag.	84
4.6.15	Informazioni sui settori di attività (segment information)	Pag.	86
4.6.16	Strumenti finanziari	Pag.	87
4.6.17	Impegni e rischi	Pag.	87
4.7.	Dettaglio e commento delle voci del conto economico	Pag.	90
4.7.1	Vendite	Pag.	90
4.7.2	Costo del venduto	Pag.	90
4.7.3	Spese generali, amministrative e commerciali	Pag.	91
4.7.4	Oneri e proventi finanziari	Pag.	91
4.7.5	Oneri straordinari	Pag.	91
4.7.6	Imposte sul reddito	Pag.	92
4.8	Area di consolidamento ed informazioni sulle società consolidate ...	Pag.	93
Parte B	– Bilancio semestrale consolidato	Pag.	98
4.9	Prospetti di bilancio consolidato al 30 giugno 2000	Pag.	98
4.9.1	Stato patrimoniale consolidato	Pag.	98
4.9.2	Conto economico consolidato	Pag.	99
4.9.3	Rendiconto finanziario consolidato	Pag.	100
4.9.4	Prospetto delle variazioni delle voci di patrimonio netto consolidato	Pag.	101
4.10	Acquisizione Ray-Ban	Pag.	101
4.11	Analisi dell'andamento economico	Pag.	102
4.12	Analisi dell'andamento patrimoniale e finanziario	Pag.	104
4.13	Principi contabili	Pag.	107
4.14	Dettaglio e commento alle voci dello stato patrimoniale	Pag.	107
4.14.1	Cassa e disponibilità liquide e debiti bancari a breve	Pag.	107
4.14.2	Crediti verso clienti	Pag.	107
4.14.3	Altri crediti	Pag.	108
4.14.4	Rimanenze di magazzino	Pag.	108
4.14.5	Ratei, risconti attivi e altre attività a breve	Pag.	108
4.14.6	Immobilizzazioni tecniche nette	Pag.	108
4.14.7	Immobilizzazioni immateriali nette	Pag.	109
4.14.8	Altre attività	Pag.	109
4.14.9	Imposte differite e anticipate	Pag.	110
4.14.10	Debiti finanziari a medio-lungo termine	Pag.	110
4.14.11	Fondo trattamento di fine rapporto	Pag.	112
4.14.12	Ratei, risconti passivi e altre passività	Pag.	112
4.14.13	Piano di <i>Stock Option</i>	Pag.	112
4.14.14	Patrimonio netto	Pag.	113
4.14.15	Informazioni sui settori di attività (Segment Information)	Pag.	115
4.14.16	Strumenti finanziari	Pag.	116
4.14.17	Impegni e rischi	Pag.	116
4.15	Dettaglio e commento alle voci del conto economico	Pag.	118
4.15.1	Vendite	Pag.	118
4.15.2	Costo del venduto	Pag.	119
4.15.3	Spese generali, amministrative e commerciali	Pag.	119

4.15.4	Oneri e proventi finanziari	Pag.	120
4.15.5	Oneri straordinari	Pag.	120
4.15.6	Imposte sul reddito	Pag.	120
4.16	Area di consolidamento ed informazioni sulle società consolidate ...	Pag.	121
5.	INFORMAZIONI RELATIVE ALL'ANDAMENTO RECENTE ED ALLE PROSPETTIVE DELLA SOCIETÀ E DEL GRUPPO LUXOTTICA	Pag.	122
5.1	Fatti salienti e andamento del Gruppo al 30 settembre 2000	Pag.	122
5.1.1	Principali fatti gestionali successivi all'ultimo bilancio redatto al 30 giugno 2000	Pag.	122
5.1.2	Conto economico consolidato dei primi 9 mesi del 2000 ...	Pag.	122
5.1.3	Conto economico consolidato del terzo trimestre 2000	Pag.	125
5.1.4	Situazione patrimoniale consolidata al 30 settembre 2000 ..	Pag.	128
5.1.5	Rendiconto finanziario consolidato al 30 settembre 2000 ...	Pag.	130
5.2	Andamento della gestione e prospettive della Società e del Gruppo Luxottica	Pag.	131
6.	INFORMAZIONI DI CARATTERE GENERALE SULL'EMITTENTE E SUL CAPITALE SOCIALE	Pag.	132
6.1	Denominazione e forma giuridica	Pag.	132
6.2	Sede sociale e sede amministrativa	Pag.	132
6.3	Estremi dell'atto costitutivo	Pag.	132
6.4	Durata dell'emittente	Pag.	132
6.5	Legislazione in base alla quale l'emittente opera e foro competente in caso di controversia	Pag.	132
6.6	Estremi di iscrizione nel registro delle imprese e negli altri registri aventi rilevanza per legge	Pag.	132
6.7	Indicazione dell'oggetto sociale e riferimento dello statuto in cui esso è descritto	Pag.	133
6.8	Indicazione della conformità o meno dello statuto alle prescrizioni del Testo Unico	Pag.	133
6.8.bis	Indicazione della conformità al Codice di Autodisciplina delle società quotate	Pag.	133
6.9	Capitale sociale	Pag.	133
6.10	Evoluzione del capitale sociale negli ultimi tre anni	Pag.	134
6.11	Disciplina particolare di legge o statutaria concernente l'acquisto e/o il trasferimento delle azioni	Pag.	134
6.12	Eventuale esistenza di capitale deliberato ma non sottoscritto, di impegni per l'aumento del capitale, ovvero di una delega agli amministratori attributiva del potere di aumentare il capitale sociale	Pag.	135
6.13	Obbligazioni convertibili	Pag.	135
6.14	Quote non rappresentative del capitale sociale	Pag.	135
6.15	Partecipazioni dei dipendenti al capitale o agli utili	Pag.	135
6.16	Condizioni previste dallo statuto per la modifica del capitale e dei diritti delle azioni	Pag.	136
6.17	Azioni proprie	Pag.	136
6.18	Autorizzazioni dell'Assemblea all'acquisto di azioni proprie	Pag.	136

SEZIONE SECONDA

INFORMAZIONI RELATIVE ALLE AZIONI OGGETTO DI OFFERTA

7. INFORMAZIONI RIGUARDANTI I TITOLI OGGETTO DELL'OFFERTA PUBBLICA	Pag. 139
7.1 Descrizione dei titoli offerti	Pag. 139
7.2 Diritti connessi ai titoli	Pag. 139
7.3 Decorrenza del godimento	Pag. 139
7.4 Regime fiscale	Pag. 139
7.4.1 Dividendi/Imposte sul reddito	Pag. 140
7.4.1.1 Dividendi	Pag. 140
7.4.1.2 Imposta sostitutiva sulle plusvalenze	Pag. 141
7.4.1.3 Modalità di tassazione	Pag. 141
7.4.1.4 Tassa sui contratti di borsa	Pag. 142
7.4.1.5 Imposta sulle successioni e donazioni	Pag. 143
7.5 Regime di circolazione	Pag. 143
7.6 Limitazioni alla libera disponibilità delle azioni	Pag. 143
7.7 Andamento del titolo presso il <i>New York Stock Exchange</i>	Pag. 143
7.8 Effetti di diluizione	Pag. 146
8. INFORMAZIONI RELATIVE A RECENTI OPERAZIONI AVENTI AD OGGETTO LE AZIONI OFFERTE	Pag. 147
8.1 Informazioni riguardanti l'emissione e/o il collocamento degli strumenti finanziari oggetto dell'operazione	Pag. 147
8.2 Offerte pubbliche di acquisto e scambio	Pag. 147
8.3 Altre operazioni	Pag. 147

SEZIONE TERZA

INFORMAZIONI RIGUARDANTI LA SOLLECITAZIONE

9. INFORMAZIONI RIGUARDANTI IL PROPONENTE	Pag. 151
9.1 Denominazione e forma giuridica	Pag. 151
9.2 Sede legale e sede amministrativa	Pag. 151
9.3 Capitale sociale	Pag. 151
9.4 Soggetti che esercitano il controllo	Pag. 151
9.5 Consiglio di Amministrazione	Pag. 151
9.6 Luoghi in cui possono essere consultati i documenti relativi al Proponente a disposizione del pubblico	Pag. 151
10. INFORMAZIONI RIGUARDANTI I COLLOCATORI	Pag. 152
11. INFORMAZIONI RIGUARDANTI LA SOLLECITAZIONE	Pag. 153
11.1 Ammontare dell'Offerta	Pag. 153
11.2 Titolarità e disponibilità dei titoli oggetto dell'Offerta Pubblica	Pag. 153
11.3 Deliberazioni, autorizzazioni ed omologazioni	Pag. 153
11.4 Destinatari dell'Offerta Pubblica	Pag. 153
11.5 Mercati dell'Offerta Pubblica	Pag. 153
11.6 Periodo dell'Offerta Pubblica	Pag. 153

11.7	Prezzo di offerta	Pag.	154
11.8	Modalità di adesione e quantitativi prenotabili nell'ambito dell'Offerta Pubblica	Pag.	154
11.9	Criteri di riparto	Pag.	156
11.10	Soggetto tenuto a comunicare al pubblico ed alla CONSOB i risultati dell'Offerta Pubblica	Pag.	156
11.11	Modalità e termini di comunicazione ai richiedenti dell'avvenuta assegnazione delle Azioni	Pag.	157
11.12	Modalità e termini di pagamento e di consegna delle Azioni	Pag.	157
11.13	Collocamento e garanzia	Pag.	157
11.14	Accordi di riacquisto	Pag.	157
11.15	Stabilizzazione	Pag.	157
11.16	Commissioni e spese relative all'Offerta Pubblica	Pag.	158
11.17	Limiti temporanei all'alienabilità delle azioni	Pag.	158
11.18	Ricavato dell'Offerta Pubblica	Pag.	158
12.	INFORMAZIONI RIGUARDANTI LA QUOTAZIONE	Pag.	160
12.1	Quotazione	Pag.	160
12.2	Periodo di inizio delle negoziazioni	Pag.	160
12.3	Impegni dello Sponsor	Pag.	160
13.	APPENDICI E DOCUMENTAZIONE A DISPOSIZIONE DEL PUBBLICO	Pag.	161
13.1	Appendici	Pag.	161
13.1.1	Tabelle comparative dei bilanci di esercizio di Luxottica Group S.p.A. redatti secondo il D.Lgs. 127/91 al 31 dicembre 1997, 1998, 1999 in Lire e in Euro	Pag.	162
13.1.2	Relazioni della società di revisione relative ai bilanci di esercizio di Luxottica Group S.p.A. al 31 dicembre 1997, 1998, 1999	Pag.	165
13.1.3	Relazioni del Collegio Sindacale relative ai bilanci di esercizio di Luxottica Group S.p.A. al 31 dicembre 1997, 1998, 1999 ..	Pag.	168
13.1.4	Tabelle comparative dei bilanci consolidati predisposti in base a US GAAP del Gruppo Luxottica al 31 dicembre 1997, 1998, 1999 in Lire e in Euro	Pag.	180
13.1.5	Relazioni della società di revisione relative ai bilanci consolidati del Gruppo Luxottica al 31 dicembre 1997, 1998 e 1999	Pag.	183
13.1.6	Tabella comparativa delle relazioni semestrali consolidate predisposte in base a US GAAP del Gruppo Luxottica al 30 giugno 1999 e 2000	Pag.	186
13.1.7	Relazione della società di revisione relativa alla Relazione Semestrale Consolidata del Gruppo Luxottica al 30 giugno 2000	Pag.	189
13.2	Documentazione a disposizione del pubblico presso la sede dell'emittente e presso la Borsa Italiana	Pag.	161
13.2.1	Bilanci di esercizio e consolidati degli ultimi tre esercizi di Luxottica Group S.p.A. corredati dalla relazione degli amministratori sulla gestione e dal verbale di approvazione dell'Assemblea e situazione semestrale di esercizio e consolidata di Luxottica Group S.p.A. al 30 giugno 2000	Pag.	161
13.2.2	Statuto di Luxottica	Pag.	161
13.2.3	Regolamento del piano di <i>Stock Option</i>	Pag.	161

14	INFORMAZIONI RELATIVE AI RESPONSABILI DEL PROSPETTO INFORMATIVO, ALLA REVISIONE DEI CONTI ED AI CONSULENTI	Pag.	190
14.1	Informazioni relative ai responsabili del Prospetto Informativo	Pag.	190
14.2	Società di revisione	Pag.	190
14.3	Durata del conferimento	Pag.	190
14.4	Revisione del bilancio di esercizio	Pag.	190
14.5	Revisione del bilancio consolidato	Pag.	190
14.6	Organo esterno diverso dalla società di revisione	Pag.	190
14.7	Informazioni o dati diversi dai bilanci annuali riportati nel Prospetto Informativo	Pag.	190
14.8	Rilievi o rifiuti di attestazione da parte della società di revisione	Pag.	190

AVVERTENZE PER L'INVESTITORE

Si invitano gli investitori a tenere in considerazione le seguenti informazioni al fine di un migliore apprezzamento dell'investimento.

AVVERTENZE RELATIVE ALL'EMITTENTE

Dipendenza dalla capacità della Società di lanciare sul mercato prodotti innovativi e di adeguarsi rapidamente alle tendenze di mercato

Il settore delle montature da vista e degli occhiali da sole di fascia medio-alta e alta, segmento di mercato in cui è posizionata la Società (Cfr. Sezione Prima, Capitolo I, Paragrafo 1.2.9), è particolarmente soggetto alle tendenze della moda e all'evoluzione del gusto dei consumatori. Il *management* ritiene che il successo della Società sia in parte attribuibile alla capacità di rinnovare il proprio campionario con modelli innovativi, anticipando talvolta le tendenze del mercato. Pertanto, le future *performance* della Società sono legate alla capacità di adeguare costantemente il proprio prodotto all'evoluzione del gusto dei consumatori.

Rischi connessi alla gestione della crescita

Per sviluppare e gestire la propria crescita in maniera efficace, Luxottica dovrà incrementare e ulteriormente razionalizzare la produzione, mantenendo al tempo stesso un elevato livello qualitativo in termini sia di prodotto, sia di servizio offerto alla clientela. Parallelamente, la Società dovrà sviluppare i propri sistemi informativi e formare e gestire un numero crescente di dirigenti e dipendenti. Una gestione non efficiente di tali fattori potrebbe avere impatto negativo sull'attività e sul processo di crescita della Società.

Rischi connessi alla tutela dei diritti di proprietà intellettuale

Luxottica impiega risorse significative a tutela dei propri marchi (Cfr. Sezione Prima, Capitolo I, Paragrafo 1.2.17.1). Tali forme di tutela, peraltro, non consentono di eliminare il rischio di contraffazioni e di contestazioni dei diritti della Società da parte di terzi. Nel caso in cui si verifici un significativo aumento nel numero e/o nella rilevanza dei casi di contraffazione, di violazione dei marchi della Società ovvero di contestazione dei relativi diritti da parte di terzi, Luxottica potrebbe essere costretta ad aumentare significativamente le risorse necessarie alla tutela dei propri marchi o diritti.

Rischi connessi alla capacità della Società di negoziare e mantenere contratti di licenza necessari per la propria attività

La Società ha stipulato 13 contratti di licenza con stilisti che consentono alla stessa di produrre e distribuire montature da vista e occhiali da sole con i marchi *Giorgio Armani*, *Emporio Armani*, *Chanel*, *Genny*, *Byblos*, *Salvatore Ferragamo*, *Emanuel Ungaro*, *Brooks Brothers*, *Sergio Tacchini*, *Web*, *Anne Klein*, *Bulgari* e *Moschino*. Tali contratti di licenza hanno solitamente una durata che varia fra i tre e i cinque anni, e prevedono il pagamento di *royalties* al licenziante e, talvolta, minimi garantiti (Cfr. Sezione Prima, Capitolo I, Paragrafo 1.2.17.3). A giudizio del *management*, la capacità di stipulare e mantenere contratti di licenza con gli stilisti più affermati costituisce un importante fattore di successo per la Società. Di conseguenza, nel caso in cui Luxottica non fosse in grado di stipulare e mantenere accordi di licenza soddisfacenti con i principali stilisti, le proprie prospettive di crescita e la propria redditività potrebbero esserne influenzate negativamente. In particolare, le linee firmate *Giorgio Armani* ed *Emporio Armani* rappresentano complessivamente l'11,5% del fatturato consolidato al 30 giugno 2000. La risoluzione anticipata dei contratti di licenza relativi alle collezioni *Giorgio Armani* e *Emporio Armani*, la cui scadenza cade il 31 dicembre 2001, o l'incapacità della Società di rinnovare a condizioni soddisfacenti tali contratti alla scadenza potrebbero avere effetti negativi sulla propria attività e sui propri risultati operativi. Giorgio Armani è il maggior azionista della Società dopo la Famiglia Del Vecchio, con una partecipazione pari a circa il 5% del capitale sociale (Cfr. Sezione Prima,

Capitolo III, Paragrafo 3.1), ed è membro del Consiglio di Amministrazione di Luxottica (Cfr. Sezione Prima, Capitolo II, Paragrafo 2.1).

Rischi connessi alle oscillazioni dei tassi di cambio

Luxottica è soggetta alle fluttuazioni dei tassi di cambio sotto un duplice aspetto:

- la Società sostiene la maggior parte dei propri costi di produzione in divise dell'area Euro, gran parte delle spese operative in Dollari e incassa una parte sostanziale del proprio fatturato in Dollari e in altre divise;
- una quota significativa delle attività e passività delle controllate è espressa in divise diverse da quelle dell'area Euro, divisa a cui è legata la Lira che viene utilizzata dalla Società per la redazione dei bilanci.

Con la crescita dell'attività internazionale di Luxottica, le future oscillazioni del tasso di cambio dell'Euro rispetto al Dollaro e alle altre divise potrebbero avere effetti negativi sui risultati della Società (Cfr. Sezione Prima, Capitolo I, Paragrafo 1.2.12).

Rischi connessi a procedimenti giudiziari

La Società è coinvolta in alcune azioni legali, parte delle quali sono relative all'Acquisizione Ray-Ban (al riguardo, si veda Sezione Prima, Capitolo I, Paragrafo 1.6.4). La Società viene inoltre occasionalmente coinvolta in altre cause, contenziosi o procedure governative e amministrative conseguenti al normale svolgimento della propria attività. Per quanto attualmente non siano possibili stime attendibili circa le conseguenze di tali procedimenti, la Società ritiene di avere solidi argomenti di difesa in tutte le azioni legali in cui è coinvolta e ritiene inoltre che l'eventuale esito negativo di ciascun procedimento pendente non possa determinare rilevante danno o pregiudizio sulla propria attività e su quella delle proprie controllate. Tuttavia, l'eventuale soccombenza in più cause potrebbe comportare un effetto negativo sui conti del gruppo (Cfr. Sezione Prima, Capitolo I, Paragrafo 1.6.4).

Controllo da parte degli azionisti esistenti

Alla data del Prospetto Informativo, il Cav. Leonardo Del Vecchio detiene indirettamente il controllo della Società (Cfr. Sezione Prima, Capitolo III, Paragrafo 3.3).

A seguito dell'Offerta Pubblica il Cav. Del Vecchio continuerà a detenere il controllo di Luxottica, esercitando i relativi diritti di voto in Assemblea (Cfr. Sezione Prima, Capitolo III, Paragrafo 3.2). Pertanto la Società non è contendibile.

Dichiarazioni di preminenza

Il presente Prospetto Informativo contiene dichiarazioni di preminenza formulate dal *management* di Luxottica sulla base della propria consolidata esperienza e conoscenza del settore dell'ottica, nonché sulla base dei dati storici disponibili. Tali dichiarazioni sono state formulate in considerazione della assenza di dati certi elaborati da fonti indipendenti.

Convocazione dell'Assemblea

Si precisa che il vigente statuto della Società prevede la possibilità di convocare l'Assemblea della Società anche fuori dalla sede sociale, in Italia o in qualsiasi stato dell'Unione Europea o negli Stati Uniti d'America.

Conformità dello Statuto sociale alle prescrizioni del Decreto Legislativo del 24 febbraio 1988 n. 58 (il "Testo Unico")

Il vigente statuto sociale è stato modificato dall'Assemblea straordinaria di Luxottica in data 3 maggio 2000 per adeguarne le disposizioni alla normativa vigente per le società con azioni quotate di cui al Testo Unico, fatta eccezione per quanto concerne le previsioni dell'art. 150 del Testo Unico, concernenti le modalità con cui il Consiglio di Amministrazione riferisce al Collegio Sindacale con cadenza trimestrale. A tal proposito la Società si impegna ad inserire una esplicita previsione sulle suddette modalità in occasione della prima assemblea utile (Cfr. Sezione Prima, Capitolo VI, Paragrafo 6.8).

AVVERTENZE RELATIVE AL SETTORE IN CUI OPERA L'EMITTENTE

Concorrenza

Il segmento specifico di fascia medio-alta e alta in cui opera Luxottica è caratterizzato da un elevato livello di concorrenza (Cfr. Sezione Prima, Capitolo I, Paragrafo 1.2.16). Il *management* ritiene che, in tale contesto, uno dei principali fattori critici di successo sia costituito dalla disponibilità di una rete distributiva capillare ed efficiente e che pertanto, grazie al *network* di cui dispone attualmente il gruppo (Cfr. Sezione Prima, Capitolo I, Paragrafo 1.2.6), la Società sia ben posizionata per competere adeguatamente. Tuttavia, non è possibile escludere che in futuro l'ingresso di nuovi concorrenti o il rafforzamento degli operatori esistenti possa determinare un aumento del livello di concorrenza del settore, influenzando negativamente i risultati della Società.

Rischi connessi alla ciclicità del settore

Il mercato dei prodotti di ottica è parzialmente correlato alla dinamica macro-economica ed in particolare al reddito disponibile dei consumatori. Storicamente, il peggioramento della situazione economica generale o le incertezze connesse alle prospettive economiche future hanno influenzato la propensione al consumo nei principali mercati in cui opera la Società. Pertanto, un andamento negativo dell'economia potrebbe riflettersi sulla redditività e sulla situazione finanziaria del gruppo (Cfr. Sezione Prima, Capitolo I, Paragrafi 1.2.8 e 1.2.10.1).

Rischi tipici del settore

Il progressivo affermarsi di tecniche e prodotti sostitutivi rispetto agli occhiali da vista, quali la chirurgia laser e l'uso di lenti a contatto, potrebbero influire negativamente sulla domanda di tali prodotti. A giudizio del *management*, tali fattori non rappresentano tuttavia un elemento concreto di rischio per l'attività della Società, in quanto le attuali tecniche chirurgiche non sempre risultano completamente risolutive dei difetti visivi, mentre l'uso delle lenti a contatto si affianca a quello degli occhiali ma non lo sostituisce pienamente. Inoltre, entrambe le soluzioni favoriscono l'impiego degli occhiali da sole (Cfr. Sezione Prima, Capitolo I, Paragrafo 1.2.10).

Rischi relativi all'attività commerciale internazionale e al mutamento delle condizioni politiche e di mercato locali

La Società opera in numerosi paesi ed intende espandere la propria attività in alcuni paesi in via di sviluppo in Asia e in America Latina (Cfr. Sezione Prima, Capitolo I, Paragrafo 1.2.20). La Società è pertanto soggetta a vari rischi tipici dell'attività internazionale, fra cui:

- esposizione alla situazione politica ed economica locale;
- limitazioni ad esportazioni ed importazioni;
- restrizioni e vincoli agli investimenti.

La probabilità che tali eventi si verifichino varia da paese a paese ed è di difficile previsione; pertanto non è possibile escludere che tali fattori influiscano negativamente sull'attività, sui risultati operativi e sulla situazione finanziaria della Società.

AVVERTENZE RELATIVE ALL'OPERAZIONE

Impossibilità di procedere a riparto centralizzato

L'art. 13, comma 6, del Regolamento CONSOB n. 11971 del 14 maggio 1999, come successivamente modificato e integrato (il "**Regolamento CONSOB**"), prevede che "I criteri di riparto indicati nel Prospetto Informativo assicurano la parità di trattamento tra gli aderenti alla sollecitazione. Il riparto è effettuato dal responsabile del collocamento".

Si avverte che, a causa della disomogeneità delle procedure informatiche attualmente in uso presso il sistema bancario e finanziario italiano, UniCredit Banca Mobiliare S.p.A., in qualità di Responsabile del Collocamento per l'Offerta Pubblica (come definita alla lett. (a) della Sezione "Informazioni di sintesi sul profilo dell'operazione e dell'emittente"), non ha ancora la possibilità di effettuare il riparto in via fisicamente accentrata.

UniCredit Banca Mobiliare S.p.A. effettuerà pertanto il riparto comunicando a ciascuno dei Collocatori, al termine del Periodo d'Offerta, il numero di Lotti Minimi che ciascun Collocatore dovrà assegnare e l'algoritmo di estrazione comune a tutti ed in precedenza non conosciuto che dovrà essere applicato da ciascun Collocatore in caso di estrazione a sorte (per ulteriori dettagli, si veda la Sezione Terza, Capitolo XI, Paragrafo 11.9 del presente Prospetto Informativo).

Potenziale conflitto di interesse

Si precisa che UniCredit Banca Mobiliare S.p.A., che agisce in qualità di Responsabile del Collocamento per l'Offerta Pubblica e di Sponsor, si trova in potenziale conflitto di interesse in quanto appartiene al Gruppo UniCredito Italiano, uno dei principali soggetti finanziatori della Società.

Inizio delle negoziazioni

È possibile che le negoziazioni sul Mercato Telematico Azionario abbiano inizio sin dal primo giorno di borsa aperta successivo alla chiusura dell'Offerta Pubblica e quindi prima della Data di Pagamento (come definita nella Sezione Terza, Capitolo XI, Paragrafo 11.12).

I contratti conclusi sul Mercato Telematico Azionario prima di tale data sono, ai sensi dell'art. 2.4.3 del Regolamento dei Mercati Organizzati e Gestiti dalla Borsa Italiana (il "**Regolamento della Borsa Italiana**"), condizionati alla positiva conclusione dell'Offerta Pubblica alla Data di Pagamento della stessa; pertanto le contrattazioni effettuate sul MTA tra il 4 dicembre 2000 (presumibile data di inizio delle negoziazioni) e il 6 dicembre 2000 (Data di Pagamento) sono esposte al rischio del ritiro dell'Offerta Pubblica, per le motivazioni indicate alla Sezione Terza, Capitolo XI, Paragrafo 11.6.

Qualora l'Offerta Pubblica fosse ritirata dopo il giorno di assegnazione delle Azioni e prima della Data di Pagamento, i contratti conclusi prima della Data di Pagamento saranno privi di efficacia (Cfr. Sezione Terza, Capitolo XII, Paragrafo 11.2).

INFORMAZIONI DI SINTESI SUL PROFILO DELL'OPERAZIONE E DELL'EMITTENTE

(a) Sintesi dei dati rilevanti relativi agli strumenti finanziari ed alla sollecitazione

La Borsa Italiana S.p.A. (la "**Borsa Italiana**"), con provvedimento n. 1361 del 20 novembre 2000, ha disposto l'ammissione alla quotazione sul Mercato Telematico Azionario ("**MTA**") delle azioni ordinarie di Luxottica Group S.p.A. ("**Luxottica**" o la "**Società**").

L'inizio delle negoziazioni sarà disposto da Borsa Italiana ai sensi dell'art. 2.4.3, comma 6, del Regolamento della Borsa Italiana, previa verifica della sufficiente diffusione delle azioni ordinarie di Luxottica, subordinatamente all'esito dell'Offerta Pubblica.

La Società e UniCredit Banca Mobiliare S.p.A. ("**UBM**" o "**Sponsor**" o "**Responsabile del Collocamento**"), in qualità di Sponsor, hanno assunto l'impegno di comunicare a Borsa Italiana il consuntivo dei risultati del collocamento degli strumenti finanziari oggetto dell'Offerta Pubblica (come di seguito definita) entro il giorno di borsa aperta successivo alla data fissata per la chiusura dell'Offerta Pubblica medesima.

Il Proponente (come definito nella Sezione Terza, Capitolo IX, Paragrafo 9.1) ha assunto l'impegno di mettere a disposizione degli aventi diritto le Azioni (come di seguito definite) in forma dematerializzata presso Monte Titoli S.p.A. ("**Monte Titoli**") entro la Data di Pagamento (come di seguito definita). Al riguardo si veda la Sezione Terza, Capitolo XI, Paragrafo 11.12.

L'operazione consiste in un'offerta pubblica di vendita (l' "**Offerta Pubblica**" o l' "**OPV**") di n. 10.385.000 azioni ordinarie Luxottica, del valore nominale di Lire 100 ciascuna, godimento 1° gennaio 2000 (le "**Azioni**"), pari a circa il 2,3% del capitale sociale di Luxottica, possedute da La Leonardo Finanziaria S.r.l..

UBM è Responsabile del Collocamento per l'Offerta Pubblica.

La Società ha conferito, ai sensi del Titolo 2.3 del Regolamento della Borsa Italiana, l'incarico di Sponsor a UBM. Ai sensi dell'Art. 2.3.4 del medesimo Regolamento, lo Sponsor ha assunto gli impegni di cui alla Sezione Terza, Capitolo XII, Paragrafo 12.3 del presente Prospetto Informativo.

L'Offerta Pubblica è rivolta al pubblico indistinto in Italia. Le società fiduciarie che prestano servizi di gestione di portafogli di investimento, anche mediante intestazione fiduciaria, di cui all'art. 60, comma 4, del decreto legislativo n. 415/1996, e le società di gestione del risparmio autorizzate alla prestazione del servizio di gestione su base individuale possono aderire all'Offerta Pubblica con le modalità specificate al successivo Paragrafo 11.8 del Capitolo XI, Sezione Terza del presente Prospetto. Le Azioni oggetto dell'Offerta Pubblica saranno collocate per il tramite di un consorzio di collocamento e garanzia coordinato e diretto da UBM a cui aderiscono ulteriori banche e società di intermediazione mobiliare (i "**Collocatori**" o il "**Consorzio OPV**"). L'elenco dei soggetti facenti parte del Consorzio OPV verrà comunicato ai sensi dell'art. 9 del Regolamento CONSOB con successivo avviso, almeno 5 giorni prima dell'inizio del periodo di adesione all'Offerta Pubblica sui quotidiani "Il Sole 24 Ore" e "MF-Milano Finanza".

Si precisa che, per consentire l'immediata rivendita delle Azioni negli Stati Uniti e pertanto, la piena interscambiabilità tra le azioni Luxottica quotate sul Mercato Telematico Azionario e gli ADS quotati sul *New York Stock Exchange*, le Azioni saranno oggetto di *Registration* presso la *Securities Exchange Commission*, in conformità a quanto previsto dal *Securities Act of 1933*.

Si precisa inoltre che la Borsa Italiana, nell'ambito del proprio provvedimento di ammissione a quotazione delle azioni Luxottica sul MTA, ha individuato in n. 100 azioni il lotto minimo di negoziazione (il "**Lotto di Negoziazione**"); peraltro le domande di adesione all'Offerta

Pubblica dovranno essere presentate per quantitativi minimi pari a n. 200 azioni (il “**Lotto Minimo**”), pari a due lotti di negoziazione, o multipli di tale quantitativo (Cfr. Sezione Terza, Capitolo XI, Paragrafo 11.8).

Il Prezzo di Offerta delle Azioni (il “**Prezzo di Offerta**”) sarà stabilito con il metodo dell’*open price*, secondo le modalità descritte nella Sezione Terza, Capitolo XI, Paragrafo 11.7 del Prospetto Informativo. In particolare, l’Azionista Venditore determinerà d’intesa con il Responsabile del Collocamento:

- (1) entro il giorno antecedente l’inizio dell’Offerta Pubblica, il prezzo massimo di collocamento al pubblico delle Azioni (il “**Prezzo Massimo**”) sulla base dell’andamento delle quotazioni del titolo al *New York Stock Exchange* nelle settimane precedenti l’Offerta Pubblica nonché dell’andamento dei mercati finanziari nazionali ed esteri in prossimità del collocamento. Tale Prezzo Massimo sarà pubblicato sui quotidiani “Il Sole 24 Ore” e “MF-Milano Finanza” entro il giorno antecedente il Periodo di Offerta e contestualmente comunicato alla CONSOB;
- (2) al termine del periodo dell’Offerta Pubblica, il Prezzo di Offerta, che sarà il minore tra il Prezzo Massimo e la media dei prezzi di chiusura del titolo registrata sul *New York Stock Exchange* negli ultimi tre giorni dell’Offerta Pubblica.

Il Prezzo di Offerta sarà reso noto al pubblico mediante pubblicazione di apposito avviso integrativo che sarà pubblicato sui quotidiani “Il Sole 24 Ore” e “MF-Milano Finanza” entro il giorno di borsa aperta successivo alla chiusura del Periodo di Offerta e contestualmente comunicato alla CONSOB (Cfr. Sezione Terza, Capitolo XI, Paragrafo 11.7).

L’avviso con cui verrà reso noto il Prezzo Massimo conterrà inoltre i principali moltiplicatori di prezzo di Luxottica (quali ad esempio *price/earnings* e *price/book value*), i dati relativi al controvalore del Lotto Minimo e alla capitalizzazione di Luxottica nonché alla stima del ricavato dell’Offerta Pubblica calcolati sulla base del Prezzo Massimo.

La tabella che segue riporta i dati essenziali dell’Offerta Pubblica.

Dati rilevanti dell’Offerta Pubblica	
Ammontare del capitale sociale di Luxottica (Azioni)	451.514.400
Ammontare del capitale sociale di Luxottica (Lire)	45.151.440.000
Numero Azioni oggetto dell’Offerta Pubblica	10.385.000
Percentuale sul capitale sociale delle Azioni oggetto dell’Offerta Pubblica	2,3%

In caso di integrale collocamento delle Azioni oggetto dell’Offerta Pubblica, Leonardo Del Vecchio manterrà il controllo di diritto della Società, secondo quanto indicato alla Sezione I, Capitolo III, Paragrafo 3.2 del presente Prospetto, con una quota pari al 69,07% del capitale sociale di Luxottica.

L’ammontare del ricavato dell’Offerta Pubblica verrà comunicato con l’avviso contenente i risultati dell’Offerta Pubblica stessa.

La tabella che segue riporta il calendario delle principali attività previste ai fini dell’Offerta Pubblica.

Calendario dell’operazione	
Pubblicazione del Prezzo Massimo	Entro il 27 novembre 2000
Data di inizio dell’Offerta Pubblica	28 novembre 2000
Data di chiusura dell’Offerta Pubblica	1° dicembre 2000
Comunicazione del Prezzo di Offerta	Entro il 3 dicembre 2000
Comunicazione delle assegnazioni delle Azioni (*)	4 dicembre 2000
Data prevista per l’inizio delle negoziazioni (**)	4 dicembre 2000
Data del pagamento delle Azioni	6 dicembre 2000

(*) A partire da tale data gli aderenti si possono rivolgere ai Collocatori per informarsi circa l’avvenuta assegnazione delle Azioni.

(**) Previa autorizzazione della Borsa Italiana, soggetta alla verifica della sufficiente diffusione delle azioni Luxottica.

(b) *Dati finanziari selezionati relativi all'emittente*

La seguente tabella riporta i principali dati economici, patrimoniali e finanziari del gruppo al 31 dicembre 1997, 1998, 1999 ed al 30 giugno 1999 e 2000.⁽¹⁾

	31 dicembre			30 giugno	
	1997	1998	1999	1999	2000
(milioni di Lire, tranne che per i dati per azione)					
Ricavi netti	2.769.839	2.978.162	3.628.835	1.731.303	2.433.888
Margine operativo lordo	636.203	655.662	729.589	397.393	600.500
Risultato operativo	433.230	439.451	462.120	281.140	435.815
Risultato ordinario	250.664	257.648	309.851	177.676	281.278
Risultato netto	250.664	257.648	295.210	163.346	281.278
Patrimonio netto	993.288	1.146.009	1.522.474	1.361.371	1.816.446
Totale attivo	3.147.006	3.148.632	4.973.103	4.736.640	5.353.060
Capitale sociale	45.050	45.050	45.054	45.050	45.119
Capitale circolante ⁽²⁾	361.666	462.391	612.787	453.249	495.399
Cash flow (utili più ammortamenti)	453.638	473.859	562.679	279.599	445.963
Investimenti netti	202.715	248.612	169.427	63.045	36.735
Esposizione finanziaria netta	(1.290.023)	(1.168.540)	(2.189.924)	(2.277.313)	(1.925.055)
<i>Dati per azione</i>					
Numero di azioni ordinarie ⁽³⁾	450.500.000	450.500.000	450.539.600	450.500.000	451.188.000
Numero medio di azioni in circolazione ⁽³⁾	449.295.000	449.295.000	449.299.800	449.295.000	449.735.074
Dividendi per azione (lire)	122	143	165	⁽⁸⁾	⁽⁸⁾
Risultato operativo per azione (lire) ⁽⁴⁾	964	978	1.029	626	969
Risultato ordinario per azione (lire) ⁽⁴⁾	558	573	690	395	625
Risultato netto per azione (lire) ⁽⁴⁾	558	573	657	364	625
Cash flow per azione (lire) ⁽⁴⁾	1.010	1.055	1.252	622	992
Patrimonio netto per azione (lire) ⁽⁴⁾	2.211	2.551	3.389	3.030	4.039
Price/earning ⁽⁴⁾ ⁽⁵⁾	18,6	21,1	21,1	32,2	36,6
Price/book value ⁽⁴⁾ ⁽⁵⁾ ⁽⁶⁾	4,7	4,7	4,1	3,9	5,7
Price/cash flows ⁽⁴⁾ ⁽⁵⁾	10,3	11,5	11,1	18,8	23,1
Capitalizzazione di borsa ⁽⁹⁾	4.662.314	5.432.661	6.223.061	5.254.075	10.292.328
Pezzi venduti (milioni)	18,5	19,0	23,8	11,3	15,7
Numero dipendenti Italia	3.717	3.787	3.994	3.855	4.672
Numero dipendenti Estero ⁽⁷⁾	14.831	16.672	19.357	19.824	19.548

(1) Dati del bilancio espresso in base agli US Gaap.

(2) Dati al netto della posizione finanziaria a breve.

(3) Calcolato sulla base dei due frazionamenti azionari deliberati rispettivamente il 10 marzo 1998 e il 3 maggio 2000.

(4) Calcolato sul numero medio di azioni in circolazione.

(5) Gli indici sono calcolati sulla base del prezzo medio registrato per ciascun esercizio.

(6) Il book value è rappresentato dal valore del patrimonio netto a fine periodo.

(7) Il dato del 1999 include 1.289 dipendenti Ray-Ban.

(8) Il dato al 30 giugno non è stato riportato in quanto non rappresentativo.

(9) Pari al prodotto del numero medio di azioni in circolazione per ciascun periodo per il prezzo medio di ciascun periodo per il cambio medio di ciascun periodo.

Si precisa che, alla data del 30 settembre 2000, l'indebitamento finanziario netto della Società, a livello consolidato, ammontava a Lire 1.789,3 miliardi, di cui Lire 760,1 miliardi a breve termine e a Lire 1.029,2 miliardi a medio e lungo termine.

Pagina volutamente lasciata in bianco

SEZIONE PRIMA
INFORMAZIONI RELATIVE ALL'EMITTENTE LUXOTTICA GROUP S.p.A.

Pagina volutamente lasciata in bianco

1. INFORMAZIONI CONCERNENTI L'ATTIVITÀ DEL GRUPPO LUXOTTICA

Introduzione

Luxottica è il *leader* mondiale nella progettazione, produzione e commercializzazione di montature da vista e di occhiali da sole nella fascia di mercato medio-alta e alta. I prodotti Luxottica, progettati e realizzati in Italia, vengono commercializzati sia con marchi di proprietà, tra i quali *Ray-Ban*, *Revo*, *Arnette*, *Killer Loop*, *Persol*, *Vogue*, *Luxottica*, *Sferoflex*, sia con marchi ottenuti in licenza da grandi firme della moda, tra i quali *Giorgio Armani*, *Emporio Armani*, *Chanel*, *Genny*, *Byblos*, *Salvatore Ferragamo*, *Emanuel Ungaro*, *Brooks Brothers*, *Sergio Tacchini*, *Web*, *Anne Klein*, *Bulgari* e *Moschino*.

La produzione (Cfr. Sezione Prima, Capitolo I, Paragrafo 1.2.2.4), pari a circa 22 milioni di pezzi nel 1999, e cresciuta a 13,2 milioni di pezzi nel primo semestre 2000 rispetto agli 11,7 milioni di pezzi nel primo semestre 1999, è realizzata in sei impianti produttivi situati in Italia. Inoltre la Società possiede uno stabilimento per la produzione di lenti in cristallo per occhiali da sole a Hong Kong e, tramite una *joint venture* paritetica con un *partner* giapponese, gestisce un impianto produttivo di montature in metallo in Cina.

Nel 1999, tramite la distribuzione all'ingrosso e al dettaglio, il gruppo Luxottica ha complessivamente commercializzato approssimativamente 14 milioni di montature da vista e 10 milioni di occhiali da sole in circa 115 paesi in tutto il mondo. La distribuzione all'ingrosso avviene tramite 29 filiali commerciali, tutte direttamente o indirettamente controllate, oltre 1.000 agenti di vendita e circa 90 distributori indipendenti. Nella maggior parte dei paesi nei quali l'azienda è presente con proprie filiali distributive i principali clienti sono i rivenditori al dettaglio di occhiali di fascia di prezzo medio-alta e alta come gli ottici indipendenti, le catene al dettaglio di ottica, i negozi specializzati in occhiali da sole e i *duty-free shop*. In altri paesi, ed in particolare nel Nord America, tra i principali clienti vi sono anche optometristi e oftalmologi indipendenti, organizzazioni private di assicurazione sanitaria (chiamate anche "**HMO**") e grandi magazzini.

La Società gestisce inoltre una capillare rete di vendita al dettaglio tramite la controllata LensCrafters Inc. ("**LensCrafters**"), acquisita nel 1995 (Cfr. Sezione Prima, Capitolo I, Paragrafo 1.1). LensCrafters, il maggiore *retailer* di prodotti di ottica nel Nord America, gestisce oltre 850 negozi con una superficie complessiva di oltre 350.000 metri quadrati negli Stati Uniti, Canada e Porto Rico.

Fino al 1999 il gruppo Luxottica era maggiormente focalizzato sul segmento vista rispetto al segmento sole. Nel mese di giugno 1999 la Società ha acquisito la Divisione Eyewear di Bausch & Lomb Incorporated, consistente prevalentemente nelle attività produttive e distributive di occhiali a marchio *Ray-Ban*, *Revo*, *Arnette* e *Killer Loop* ("**Acquisizione Ray-Ban**"). L'Acquisizione Ray-Ban ha consolidato in maniera significativa la presenza della Società nel mercato degli occhiali da sole, rafforzando al tempo stesso il portafoglio dei marchi propri e apportando alla Società il *know-how*, la tecnologia e la capacità produttiva per la realizzazione delle lenti in cristallo per occhiali da sole. In seguito a tale acquisizione, la Società ha intrapreso un ambizioso programma di riorganizzazione dell'attività di Ray-Ban allo scopo di integrare le nuove attività acquisite nella struttura produttiva e commerciale, sfruttando appieno il potenziale sinergico dell'operazione.

La tabella che segue riporta l'evoluzione del fatturato realizzato dalla Società nel triennio 1997-1999 e nel primo semestre 2000, suddiviso tra attività all'ingrosso e al dettaglio:

Lire/milioni	1997	1998	1999	1°Sem. 1999	1°Sem. 2000
Fatturato netto	2.769.839	2.978.162	3.628.835	1.731.303	2.433.888
– Ingrosso	1.141.533	1.178.034	1.520.824	688.339	1.126.795
– Dettaglio	1.747.179	1.934.003	2.292.974	1.139.817	1.381.938
Eliminazione Fatturato infra gruppo	(118.873)	(133.875)	(184.963)	(96.853)	(74.845)

1.1 Storia ed evoluzione del gruppo Luxottica

La Società viene costituita nel novembre del 1981 da Leonardo Del Vecchio con la denominazione di Fininco-Finanziaria Industriale e Commerciale S.r.l., successivamente modificata, a seguito della trasformazione in società per azioni, in Luxottica Group S.p.A..

L'avvio dell'attività del gruppo Luxottica è peraltro da considerarsi risalente al 1961, anno in cui Leonardo Del Vecchio, con altri soci successivamente liquidati, fonda Luxottica di Del Vecchio e C. S.a.S., successivamente trasformata in società per azioni con la denominazione di Luxottica S.p.A..

Nata come piccolo laboratorio meccanico, la società opera fino alla fine degli anni '60 come produttore terzista di stampi, ferro-tagli, minuterie metalliche e semilavorati per il settore ottico. Con il passare degli anni, Leonardo Del Vecchio amplia progressivamente la gamma delle lavorazioni eseguite fino a costituire una struttura produttiva integrata in grado di produrre l'occhiale finito.

Il 1969 rappresenta una svolta fondamentale per lo sviluppo dell'attività della società: vengono lanciate le prime montature con il marchio Luxottica e la società si trasforma da terzista a produttore indipendente, con una linea di prodotti a marchio proprio.

Nei primi anni '70, la società commercializza le proprie montature esclusivamente tramite grossisti. Nel 1974, dopo cinque anni di intenso sviluppo dell'attività produttiva, la società inizia ad integrarsi verticalmente avviando la distribuzione diretta delle proprie montature sul mercato italiano, con l'acquisto della Scarrone S.p.A., società di distribuzione di Torino, già presente da molti anni nel settore.

All'inizio degli anni '80, la partecipazione di Leonardo Del Vecchio in Luxottica S.p.A. (pari al 99% del capitale sociale) viene conferita alla neocostituita Fininco Finanziaria S.r.l. (successivamente Luxottica Group S.p.A.), che diviene così *holding* operativa del gruppo Luxottica. Nello stesso periodo, la Società prosegue il processo di integrazione verticale a valle, con la creazione di una rete di distribuzione internazionale, tramite l'acquisizione di distributori indipendenti di prodotti di ottica (tra cui, in particolare, Avant Garde Optics Inc., distributore all'ingrosso operante sul mercato statunitense) e la costituzione di filiali commerciali nei mercati ritenuti maggiormente strategici. Contemporaneamente, nel 1981, la Società acquista il 100% del capitale della società "La Meccanoptica Leonardo S.p.A.", all'epoca nota nel settore ottico per la qualità dei prodotti, titolare in particolare del marchio "Sferoflex" e di un importante brevetto di cerniera elastica. Tale acquisizione ha una rilevanza strategica per Luxottica, consentendole di elevare l'immagine di qualità dei propri prodotti e di aumentare la propria quota sia sul mercato italiano, sia in alcuni importanti mercati europei.

Alla fine degli anni '80, la Società inizia lo sviluppo, la produzione e la distribuzione di linee di prodotto griffate sulla base di contratti di licenza stipulati con importanti case di moda.

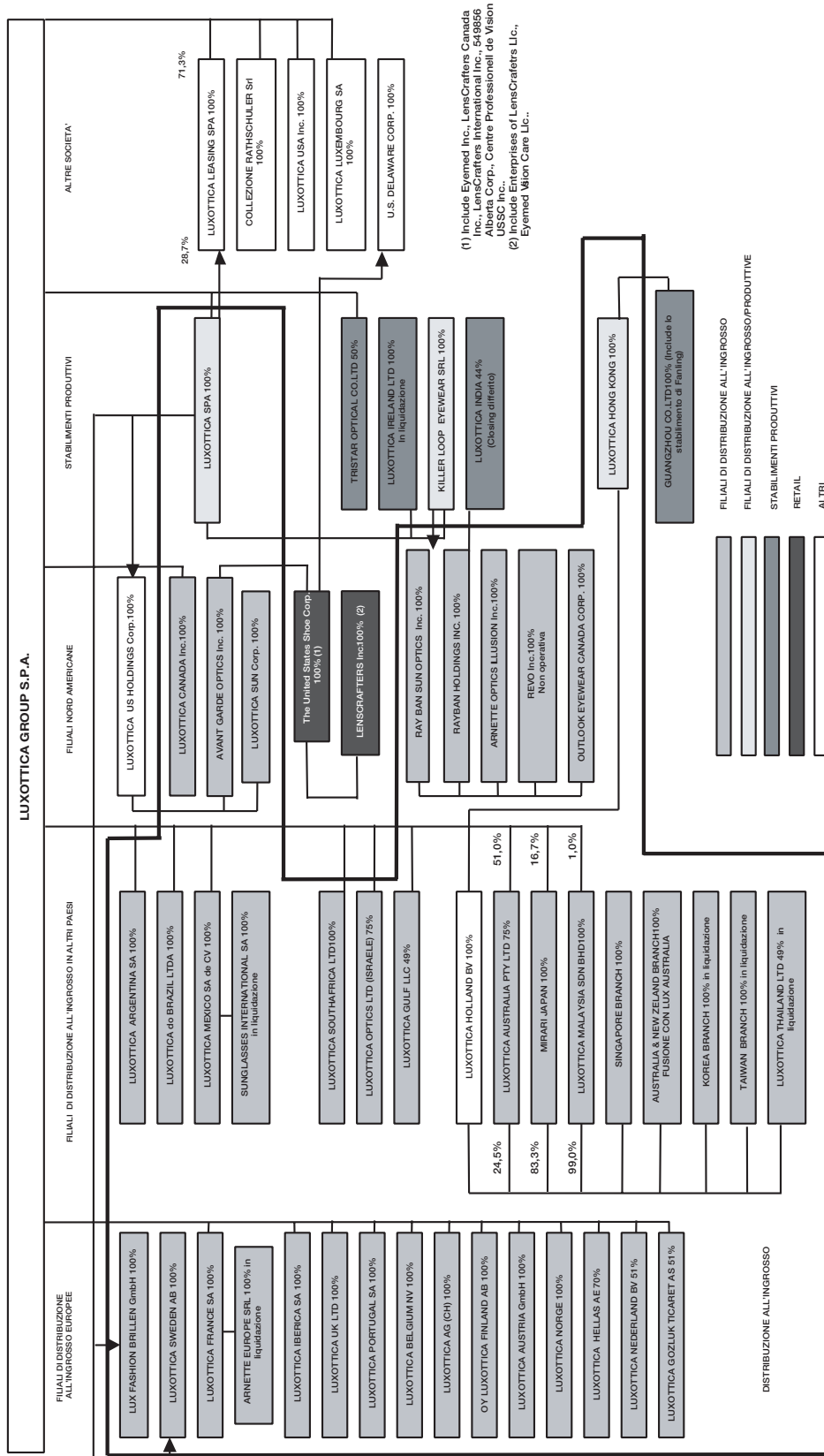
Nel 1990 la Società procede alla quotazione di ADS (*American Depositary Shares*) presso il *New York Stock Exchange*; in tal modo la Società ottiene maggior visibilità favorendo l'accelerazione del proprio processo di crescita. Il prezzo di collocamento delle azioni in sede di quotazione (rettificato tenuto conto dei frazionamenti azionari susseguitisi nel tempo) fu fissato in 0,95 dollari, rispetto alla media attuale registrata nei sei mesi correnti tra il 1 maggio 2000 e il 31 ottobre 2000 pari a 13,77 dollari (Fonte: Bloomberg).

Nel corso degli anni '90, la Società continua lo sviluppo della propria rete distributiva, con la costituzione di nuove filiali commerciali (tra cui, in particolare, Mirari Japan operante in Giappone), e nel 1995 è il primo operatore del settore ad entrare direttamente nel mercato della vendita al dettaglio di prodotti ottici, attraverso l'acquisizione negli USA di LensCrafters.

Sempre nel corso degli anni '90, la Società allarga progressivamente la propria attività nel segmento sole, inizialmente con l'acquisizione nel 1990 della società fiorentina Florence Line

S.p.A., nota sul mercato per i suoi occhiali da sole con marchio “*Vogue*”. Nel 1995, sull’onda dei risultati positivi ottenuti con *Vogue*, la Società acquisisce la Persol S.p.A., società già affermata e dotata di una linea di prodotto di fascia medio-alta. Infine, nel 1999 Luxottica consolida la propria presenza in tale segmento tramite l’Acquisizione Ray-Ban, rafforzando il proprio portafoglio marchi e assicurando l’accesso alla tecnologia e la capacità produttiva relativa alle lenti di cristallo per occhiali da sole.

Il diagramma che segue illustra la struttura organizzativa di Luxottica Group S.p.A., al 30 settembre 2000.



La Società e le società appartenenti al gruppo (congiuntamente di seguito definite il “Gruppo”), non hanno avuto nell’ultimo triennio interruzioni di attività che ne abbiano influenzato in modo rilevante l’operatività, né sono state assoggettate a procedure concorsuali.

1.2 Descrizione dell’attività

Luxottica è il *leader* mondiale nella progettazione, produzione e commercializzazione di montature da vista e di occhiali da sole nella fascia di mercato medio-alta e alta. La Società inoltre opera nel *retail*, tramite la propria controllata LensCrafters, *leader* nel mercato nord americano nella vendita al dettaglio di prodotti ottici.

1.2.1 I prodotti

La Società progetta e produce circa 2.650 modelli di montature da vista e occhiali da sole (di cui circa 1.450 modelli di montature da vista e 1.200 modelli di occhiali da sole) commercializzati sia con marchi propri, sia con marchi in licenza.

Le diverse linee prodotte dalla Società si rivolgono a *target* di consumatori diversi nell’ambito dei segmenti medio-alto e alto del mercato. Nel 1999 Luxottica ha prodotto complessivamente circa 22 milioni di pezzi tra montature da vista e occhiali da sole (rispetto a circa 18,5 milioni e 19,3 milioni prodotti, rispettivamente, negli anni 1997 e 1998), e 13,2 milioni di pezzi nel primo semestre del 2000 (rispetto a circa 11,7 milioni di pezzi nel primo semestre del 1999).

La tabella che segue illustra la ripartizione percentuale fra marchi propri e linee griffate delle unità prodotte nell’ultimo triennio e nel primo semestre 1999 e 2000:

	1997	1998	1999	1° Sem. 1999	1° Sem. 2000
Marchi propri	49,0%	46,8%	53,6%	44,0%	58,1%
Linee griffate	51,0%	53,2%	46,4%	56,0%	41,9%

A partire dal 1990, la Società ha iniziato un processo di espansione nel segmento degli occhiali da sole, ritenuto particolarmente strategico dal *management*, culminato nel 1999 con l’Acquisizione Ray-Ban (Cfr. Sezione Prima, Capitolo I, Paragrafo 1.1). Anche grazie al marchio Ray-Ban, focalizzato esclusivamente sul segmento sole, la Società ha significativamente incrementato i volumi prodotti in tale segmento.

La tabella che segue illustra la ripartizione percentuale tra montature da vista e occhiali da sole delle unità prodotte nell’ultimo triennio e nel 1° semestre 1999 e 2000:

	1997	1998	1999	1° Sem. 1999	1° Sem. 2000
Montature da vista	66,6%	65,2%	60,8%	62,9%	44,2%
Occhiali da sole	33,4%	34,8%	39,2%	37,1%	55,8%

1.2.1.1 Marchi propri

Le collezioni dei marchi propri, interamente concepite e realizzate internamente dalla Società, sono commercializzate in tutto il mondo con i marchi *Luxottica*, *Sferoflex*, *Mirari*, *Vogue*, *T3*, *Sferosol* e *Persol* e, a seguito della Acquisizione Ray-Ban, con i marchi *Ray-Ban*, *Revo*, *Killer Loop* e *Arnette*. Di seguito si riporta una descrizione sintetica dei principali marchi propri:

- **Luxottica.** È stata la prima collezione creata dall’azienda. È composta unicamente da montature da vista ed è indirizzata ad un *target* molto eterogeneo. Nel 2000 la linea ha avuto un ampliamento della gamma con l’aggiunta di Luxottica Titanium, collezione composta da montature da vista in lega di titanio, superleggere, di altissima qualità e caratterizzate da un *design* minimalista.

- **Persol.** Nato nel 1917 ed acquisito da Luxottica nel 1995, il marchio Persol è da sempre sinonimo di classe, eleganza, tradizione e precisione tecnica. Gli occhiali Persol, attraverso una vasta gamma di modelli sia da sole che da vista, sono diventati un accessorio di moda senza tempo grazie all'eleganza ed alla ricercatezza del *design*.
- **Vogue.** Moderno ed innovativo, il marchio Vogue, acquisito da Luxottica nel 1990, incarna lo stile giovane e dinamico di un pubblico attento ai dettagli, che vede nell'occhiale il completamento del proprio *look*, cioè un accessorio di moda.
- **Sferoflex.** È stato il primo marchio acquisito da Luxottica nel 1981. La collezione è composta unicamente da montature da vista caratterizzate da uno stile classico e comodo, grazie all'asta flessibile che permette all'occhiale di adeguarsi alle dimensioni di ogni viso senza fastidiose costrizioni.
- **Ray-Ban.** Nato negli anni '30, è il marchio *leader* nel segmento degli occhiali da sole ed unisce all'altissima qualità visiva delle lenti uno stile senza tempo.
- **Revo.** È una linea orientata allo sport e al tempo libero che offre una sintesi ideale tra stile e tecnologia grazie ai particolari rivestimenti studiati per le lenti.
- **Killer Loop.** Nasce nel 1989 come marchio di occhiali da sole sportivi che combina *design* e qualità. Si tratta di un marchio giovane e di tendenza che si è evoluto nel corso degli anni passando da un occhiale prettamente sportivo ad uno indossabile in ogni momento della giornata.
- **Arnette.** Orientato ai consumatori giovani, è caratterizzato da una linea sportiva con un *design* estremamente all'avanguardia.

Nell'ambito dei marchi propri, attualmente la Società produce oltre 1.150 modelli diversi. Ciascun modello viene in genere prodotto in tre misure e con un minimo di quattro colori. L'effettiva disponibilità dei modelli, dei colori e delle misure dei prodotti varia a seconda dei mercati geografici in funzione della domanda locale.

1.2.1.2 Linee griffate

Le linee griffate sono prodotte e commercializzate sulla base di contratti di licenza stipulati con grandi firme della moda. Le licenze hanno carattere esclusivo e durata indicativa compresa tra i 3 e i 5 anni (Cfr. Sezione Prima, Capitolo I, Paragrafo 1.2.17.3). Attualmente la Società produce 13 linee di occhiali firmati con i marchi Giorgio Armani, Emporio Armani, Chanel, Genny, Byblos, Salvatore Ferragamo, Emanuel Ungaro, Brooks Brothers, Sergio Tacchini, Web, Anne Klein, Bulgari e Moschino. Tali linee sono sviluppate dai *designer* della Società in stretta collaborazione con lo stilista licenziante. Di seguito si riporta una descrizione sintetica dei marchi in licenza:

- **Giorgio Armani ed Emporio Armani.** Eleganti, essenziali e minimalisti nei contenuti e nelle forme, gli occhiali Giorgio Armani ed Emporio Armani rappresentano l'emblema del *made in Italy*.
- **Chanel.** Luxottica, nel 1999, è divenuta la prima società licenziataria di prodotti a marchio Chanel. Le collezioni Chanel, che si rivolgono ad un consumatore amante del lusso, riflettono i valori essenziali del marchio: stile, eleganza e classe.
- **Genny.** La linea Genny, classica e sofisticata, è destinata ad un pubblico di fascia alta.
- **Byblos.** I modelli Byblos sono pensati per chi ricerca un prodotto di alta qualità abbinato ad uno stile moderno, anticonformista, non troppo sofisticato ed intellettuale.
- **Salvatore Ferragamo.** Le collezioni Salvatore Ferragamo sono caratterizzate da un *design* essenziale e pulito, spesso innovativo, pur conservando un aspetto di eleganza senza tempo, nonché da una grande cura per i dettagli e per la qualità e dall'originalità nell'uso dei materiali e nella scelta dei colori.
- **Emanuel Ungaro.** La linea Emanuel Ungaro presenta collezioni con caratteristiche differenti: occhiali dalle forme classiche ed eleganti di colori sobri e naturali ed occhiali dalle forme innovative e fantasiose di colori vivaci ed in contrasto.
- **Brooks Brothers.** La linea Brooks Brothers si rivolge al pubblico maschile ed è caratterizzata da uno stile classico.

- **Sergio Tacchini.** È una linea sportiva e per il tempo libero rivolta ad un pubblico giovane e dinamico che richiede all'occhiale ottime prestazioni ad un prezzo competitivo.
- **Web.** La linea Web si ispira ad un gusto un po' *retro* e si contraddistingue per l'originalità del *design*, per la ricerca dei colori e per le forme innovative. L'occhiale Web si rivolge a persone che amano lo stile senza tempo e l'altissima qualità.
- **Anne Klein.** Le collezioni Anne Klein sono rivolte alle donne di successo attente alla qualità e all'immagine.
- **Bulgari.** Gli occhiali Bulgari si contraddistinguono per l'altissima qualità dei materiali impiegati, per l'attenzione ai dettagli e per il *design* elegante, e sono indirizzati ad una clientela selezionata che ricerca nell'occhiale un oggetto esclusivo e prezioso, quasi un gioiello.
- **Moschino.** Tali collezioni si distinguono dalle altre linee prodotte da Luxottica per la trasgressività e l'originalità dei modelli, in linea con il modo di essere del marchio Moschino.

Attualmente le linee griffate comprendono circa 1.500 modelli diversi.

1.2.2 Processo produttivo

1.2.2.1 Quadro generale

La Società produce montature sia in metallo sia in materie plastiche; a partire dal 1999, Luxottica produce anche lenti in cristallo destinate esclusivamente alle proprie collezioni di occhiali da sole.

Il ciclo di definizione di una nuova collezione dura circa 10 mesi ed include lo studio e la definizione dei prototipi, le diverse fasi di ingegnerizzazione della produzione, la produzione e la consegna alla clientela tramite un processo produttivo fortemente integrato verticalmente.

La produzione avviene quasi interamente nei sei stabilimenti italiani del Gruppo, dal momento che sono prodotte in Estremo Oriente solo parte delle lenti Ray-Ban e alcune linee *private-label* per LensCrafters.

Ogni stabilimento è specializzato in una specifica tecnologia produttiva, conseguendo livelli di efficienza estremamente elevati.

1.2.2.2 Design e selezione dei prototipi

Luxottica ritiene che alla base del proprio successo vi sia l'attenzione dedicata al *design* e al continuo sviluppo di nuovi modelli. Gli stilisti della Società collaborano con *designer* esterni per la creazione dei nuovi modelli. Nel 1999 la Società ha inoltre creato un laboratorio di progettazione a Milano ove studenti e professionisti di *industrial design* collaborano allo sviluppo di nuovi concetti di *design* e alla creazione di stili innovativi.

Per le linee griffate, lo staff dell'ufficio stile della Società, seguendo le indicazioni degli stilisti licenzianti relative a colori, forme e materiali, predispone le nuove collezioni che vengono sottoposte agli stilisti stessi per l'approvazione. Nella fase di studio delle nuove collezioni, soprattutto al fine di definire il corretto posizionamento dei prodotti, gli uffici *marketing* e commerciale forniscono ai *designer* analisi della domanda e dell'evoluzione dei gusti dei consumatori.

Una volta selezionati e approvati i nuovi modelli, Luxottica produce i prototipi per valutare l'effettiva fattibilità tecnica dei modelli proposti. I prototipi sono sviluppati utilizzando la tecnologia *computer-aided design/computer-aided manufacturing*, conosciuta come CAD/CAM, completamente integrata nel processo produttivo della Società. Tale tecnologia, che consente di visualizzare la montatura con immagini bidimensionali e tridimensionali, permette di modificare direttamente al computer il progetto. Grazie alla totale integrazione della tecnologia CAD/CAM nel processo produttivo, il passaggio dal prototipo alla produzione risulta estremamente semplificato.

Prima di iniziare la produzione, i prototipi sono nuovamente sottoposti all'approvazione degli stilisti e dei *designer* della Società per garantire la corrispondenza tra il progetto iniziale e il prototipo nonché la coerenza con l'immagine distintiva di una determinata linea di prodotto. Ogni anno circa 750 nuovi modelli vengono aggiunti alle collezioni. Ogni collezione è pertanto composta da modelli nuovi e dai modelli preesistenti di maggior successo. La capacità di rinnovare costantemente la propria base di prodotti ha consentito alla Società di soddisfare la domanda dei consumatori in ciascuna fascia di mercato in cui i marchi sono posizionati.

1.2.2.3 Approvvigionamento di materie prime

Per la produzione di montature da vista ed occhiali da sole la Società si approvvigiona di materie prime quali resine di plastica e metalli, oltre che di parti di occhiali e lenti. Inoltre la Società acquista astucci per occhiali e materiali da imballaggio.

L'Acquisizione Ray-Ban ha apportato alla Società, grazie ai due stabilimenti localizzati a Hong Kong e in Irlanda (quest'ultimo ora chiuso), il *know-how* e la capacità produttiva per la produzione di lenti in cristallo per occhiali da sole, prodotto considerato strategico dal *management*.

L'approvvigionamento delle materie prime impiegate dalla Società viene effettuato in misura preponderante sul mercato europeo (87%), e secondariamente sul mercato asiatico (10%) e su quello americano (3%).

1.2.2.4 Produzione

La Società possiede sei stabilimenti di produzione in Italia, cinque dei quali ubicati nel Nord-Est, l'area geografica in cui si trova la maggior parte dell'industria ottica italiana, mentre il sesto è localizzato nei pressi di Torino. Tali impianti sono altamente automatizzati. Luxottica gestisce inoltre uno stabilimento per la produzione di lenti in cristallo per occhiali da sole a Hong Kong. Infine, dal 1998, Luxottica produce in Cina montature destinate esclusivamente al mercato nord americano, in *joint venture* paritetica con un *partner* giapponese.

Nel corso degli ultimi anni la Società ha razionalizzato il proprio processo produttivo specializzando ciascuno stabilimento su una specifica tecnologia produttiva, al fine di incrementare sia la produttività sia la qualità della produzione. In particolare, la Società produce montature in materie plastiche a Sedico (BL), Pederobba (TV) e Torino, mentre le montature in metallo sono prodotte negli stabilimenti di Agordo (BL) e Rovereto (TN). Le minuterie metalliche sono prodotte nello stabilimento di Cencenighe (BL). Nel 1999, il 68% delle montature prodotte da Luxottica era in metallo e le restanti erano in materie plastiche.

Il processo produttivo si avvale di strumenti di precisione e stampi realizzati dagli uffici interni di progettazione e ingegnerizzazione della Società. Il *management* ritiene che la capacità di Luxottica di ingegnerizzare e produrre strumenti di precisione e stampi internamente, riducendo sia il tempo necessario al lancio dei prodotti sia i costi di produzione, le consenta di adattarsi rapidamente all'evoluzione delle tendenze del mercato, creando un forte vantaggio competitivo. Inoltre, grazie alle innovazioni tecnologiche sviluppate internamente, è possibile mantenere lotti di produzione più elastici, al fine di adeguare la produzione stessa alle esigenze dei diversi mercati.

Il processo di lavorazione delle montature in metallo si compone di circa 170 fasi, che vanno dalla produzione dei singoli componenti (cerchi, aste, ponti e doppi ponti), ricavati da profili o da lastre di metallo, alle fasi di saldatura e assemblaggio, di trattamento superficiale (verniciatura e galvanica) e, infine, finitura, montaggio lenti e confezionamento.

Quanto alle montature in materie plastiche, la tecnica di produzione si differenzia, a seconda dei modelli e dei colori, in due diversi processi, il processo c.d. "pantografato" e il processo c.d. "iniettato". Nel primo caso, la materia prima utilizzata è materia plastica estrusa in

fogli, che viene fresata da frese CAD/CAM; da tale processo si ricavano il frontale e le astine che, successivamente, vengono sottoposte a lavorazione di finitura, confezionamento e imballaggio. Nel secondo processo, c.d. "iniettato", la materia prima è rappresentata da granuli di materie plastiche, che vengono liquefatti e iniettati in stampi tramite apposite presse; il prodotto stampato viene successivamente sottoposto a verniciatura e finitura e, quindi, confezionato.

L'efficiente rete distributiva del Gruppo permette il monitoraggio settimanale dei dati di vendita delle filiali che vengono utilizzati per il costante aggiornamento delle statistiche commerciali ed incrociati con i dati relativi alla disponibilità di magazzino; ciò consente di:

- (a) pianificare la produzione sulla base di risultati di vendita sempre aggiornati, in alcuni casi intervenendo sui programmi di produzione già in corso;
- (b) riallocare con grande tempestività modelli tra i diversi *stock* delle filiali riducendo al minimo il livello delle scorte e conseguentemente il rischio di obsolescenza;
- (c) reagire con grande rapidità al cambiamento delle tendenze di mercato trasmettendo costantemente le graduatorie delle vendite all'ufficio stile interno.

L'Acquisizione Ray-Ban ha apportato significativi sviluppi all'attività produttiva della Società. A seguito di tale acquisizione Luxottica ha chiuso tutti gli impianti produttivi di Ray-Ban al di fuori dell'Italia, ad eccezione dello stabilimento di Hong Kong, e ha trasferito la produzione delle montature negli stabilimenti italiani. Contemporaneamente la Società ha effettuato consistenti investimenti per potenziare la capacità produttiva negli stabilimenti italiani che, nel corso del primo semestre del 2000, hanno aumentato la produzione di oltre il 20%. L'integrazione in Luxottica dei marchi Ray-Ban ha permesso agli stessi di allinearsi ai parametri di redditività caratteristici del Gruppo, nell'arco di soli 12 mesi.

1.2.2.5 Controllo Qualità

La qualità dei prodotti è sempre stata uno degli obiettivi della Società. Nel 1997, Luxottica è stata fra le prime società del settore ad ottenere la certificazione ISO 9001.

Al fine di assicurare l'elevata qualità della propria produzione, i *team* di controllo qualità e di controllo di processo della Società ispezionano con regolarità i semilavorati nelle diverse fasi del ciclo di produzione. Inoltre, viene controllata e certificata la conformità dei processi produttivi dei principali fornitori, e la maggior parte dei materiali utilizzati sono a loro volta sottoposti a controlli di qualità specifici. Infine, allo scopo di garantire la massima qualità del prodotto, ogni singolo occhiale subisce un'accurata serie di controlli. Grazie all'efficienza del controllo di qualità, storicamente il tasso di resi per merce difettosa è stato inferiore all'1%.

1.2.3 LensCrafters

Attraverso LensCrafters, la Società svolge attività di vendita al dettaglio di occhiali da vista, occhiali da sole, lenti e altri prodotti oftalmici propri e di terzi nel mercato nord americano.

Il *management* ritiene che l'acquisizione di LensCrafters, avvenuta nel 1995, abbia consentito di:

- conseguire un significativo vantaggio competitivo nei confronti della concorrenza, in termini di quota di mercato detenuta sul mercato nord americano;
- entrare in un settore di attività complementare rispetto al settore industriale-grossista fino a quel momento occupato, con prospettive di sviluppo e di contatto con il cliente finale molto più ampie.

Dall'acquisizione ad oggi, LensCrafters ha proceduto a migliorare l'efficienza dei negozi grazie ad un servizio diretto fabbrica-negozi, che ha permesso una sostanziale riduzione delle giacenze in magazzino e un più rapido approvvigionamento dei modelli in base alle effettive vendite giornaliere; ciò ha comportato una più ampia presenza nei negozi LensCrafters dei prodotti del Gruppo

rispetto a quelli della concorrenza. Luxottica ha proceduto ad una sensibile riduzione delle politiche promozionali nonché al parallelo miglioramento della gamma dei prodotti e dei servizi offerti alla clientela. La Società ha inoltre sviluppato l'attività di LensCrafters nel segmento sole, con la creazione, all'interno di alcuni punti vendita, di un reparto specificatamente dedicato agli occhiali da sole.

Al momento dell'acquisizione, LensCrafters contava circa 600 punti vendita. La Società ha subito chiuso circa 50 punti vendita *discount*, ampliando nel triennio 1996-1998 la rete, sia tramite l'apertura di nuovi punti vendita, sia tramite l'acquisizione di singoli negozi o di catene, fino a raggiungere gli oltre 850 negozi, gestiti direttamente, in Nord America. A partire dal 1999 LensCrafters si è focalizzata principalmente sullo sviluppo dei negozi aperti tra il 1996 ed il 1998.

LensCrafters intende espandere ulteriormente il numero dei punti vendita principalmente tramite l'acquisizione di catene regionali o di singoli negozi.

LensCrafters è oggi la maggiore catena al dettaglio di prodotti di ottica in Nord America in termini di fatturato, che nel 1999 è stato pari a Lit. 2.293 miliardi (rispetto a lire 1.934 miliardi del 1998).

Il modello LensCrafters consiste in *superstore* di prodotti di ottica in grado di fornire occhiali completi di lenti da vista in un'ora ed ha sviluppato il concetto che vede riuniti in un unico luogo l'optometrista, (con cui i clienti possono sottoporsi ad un esame della vista), un'ampia gamma di montature, di lenti e di occhiali da sole e il laboratorio per la predisposizione delle lenti. La gamma dei prodotti offerti comprende, tra l'altro, lenti innovative, quali FeatherWates (leggere, sottili e antiurto), DURALENS (super resistenti ai graffi), ByeLines (bifocali senza separazione netta) e Invisibles (antiriflesso).

Nel 1999, oltre il 70% delle montature vendute da LensCrafters è stato prodotto da Luxottica. Tuttavia i punti vendita LensCrafters non vendono solo prodotti del Gruppo, ma un'ampia gamma di lenti e altri prodotti per la cura della vista di altri fornitori.

1.2.4 Volume di affari secondo i principali settori di attività e mercati geografici

La tabella che segue riporta la distribuzione del fatturato netto a livello consolidato per segmento di attività relativo ai periodi indicati:

Lire/milioni	1997	1998	1999	1° Sem. 1999	1° Sem. 2000
Ingresso (*)	1.022.660	1.044.159	1.335.861	591.486	1.051.950
– marchi propri	365.362	362.455	579.332	200.732	516.005
– linee griffate	615.628	643.894	694.522	381.309	481.987
– altro	41.670	37.810	62.007	9.445	53.958
Dettaglio	1.747.179	1.934.003	2.292.974	1.139.817	1.381.938
Totale	2.769.839	2.978.162	3.628.835	1.731.303	2.433.888

(*) Al netto del fatturato infragruppo.

La tabella che segue riporta la distribuzione geografica del fatturato netto a livello consolidato relativo ai periodi indicati:

Lire/milioni	1997	1998	1999	1° Sem. 1999	1° Sem. 2000
Europa	539.876	559.133	620.160	327.734	482.704
Stati Uniti e Canada	277.593	266.383	439.058	149.386	330.778
Resto del Mondo	205.191	218.643	276.643	114.366	238.468
Totale Ingresso (*)	1.022.660	1.044.159	1.335.861	591.486	1.051.950
Dettaglio (Nord America)	1.747.179	1.934.003	2.292.974	1.139.817	1.381.938
Totale	2.769.839	2.978.162	3.628.835	1.731.303	2.433.888

(*) Al netto del fatturato infragruppo.

Per un commento dei dati finanziari sopra indicati si veda Sezione I, Capitolo IV.

1.2.5 Evoluzione del portafoglio ordini

La Società non opera sulla base di commesse, fatta eccezione per gli ordini ricevuti dai distributori indipendenti, che rappresentano in media il 5% del totale ordini ricevuti dal Gruppo. Per la restante parte dell'attività Luxottica opera sulla base di programmi di produzione definiti in funzione delle rilevazioni statistiche del venduto, proiettate sul fabbisogno futuro. Pertanto l'evoluzione del portafoglio ordini non rappresenta un'indicazione significativa dell'andamento della Società.

1.2.6 Canali di vendita

La Società distribuisce i propri prodotti tramite canali all'ingrosso e al dettaglio. Le vendite effettuate tramite i canali al dettaglio includono anche prodotti fabbricati da terzi.

1.2.6.1 Distribuzione all'ingrosso

Attualmente la Società distribuisce all'ingrosso i propri prodotti in circa 115 paesi. Nei principali mercati si avvale di 29 filiali commerciali, tutte direttamente o indirettamente controllate, mentre nei restanti paesi in cui non è direttamente presente, la distribuzione avviene tramite circa 90 distributori indipendenti. Ciascuna filiale commerciale della Società coordina una propria rete di agenti di vendita, che sono retribuiti in linea di massima tramite commissioni.

Il *management* ritiene che il controllo diretto dell'attività distributiva nei principali mercati costituisca un notevole vantaggio competitivo per Luxottica, in quanto consente di massimizzare l'immagine e la visibilità del proprio marchio.

La tabella che segue riporta l'elenco delle società di distribuzione di Luxottica, con indicazione del paese in cui ciascuna opera e della percentuale di capitale detenuto dalla Società.

Controllata	Paese	Percentuale di proprietà
Luxottica S.p.A.	Italia	100%
Luxottica Fashion Brillen GmbH	Germania	100%
Luxottica Portugal S.A.	Portogallo	100%
Luxottica Iberica S.A.	Spagna	100%
Luxottica U.K. Ltd.	Regno Unito	100%
Luxottica Belgium N.V.	Belgio	100%
Luxottica Sweden A.B.	Svezia	100%
Oy Luxottica Finland A.B.	Finlandia	100%
Luxottica Vertriebsgesellschaft MbH	Austria	100%
Luxottica Norge A.S.	Norvegia	100%
Luxottica France S.A.	Francia	99,4%
Luxottica A.G.	Svizzera	97%
Luxottica Hellas A.E.	Grecia	70%
Luxottica Nederland B.V.	Olanda	51%
Luxottica Gozluk Ticaret	Turchia	51%
Avant Garde Optics Inc.	U.S.A.	100%
Luxottica Canada Inc.	Canada	100%
Outlook Eyewear Canada Corp.	Canada	100%
Luxottica Do Brasil Ltda	Brasile	100%
Luxottica Mexico S.A. de C.V.	Messico	100%
Luxottica Argentina S.r.l.	Argentina	100%
Mirari Japan Ltd.	Giappone	100%
Luxottica South Africa Pty Ltd.	Sud Africa	100%
Luxottica Malaysia Sdn Bhd	Malesia	100%
Luxottica Hong Kong Ltd.	Hong Kong	100%
Luxottica Holland B.V. - Singapore Branch	Singapore	100%
Luxottica Australia Pty Ltd.	Australia	75.5%
Luxottica Optics Ltd.	Israele	74.9%
Luxottica Gulf LLC.	Emirati Arabi Uniti	49% (*)

(*) La quota del 49% si conforma alla legge locale, che non permette la costituzione di società a responsabilità limitata con la maggioranza del capitale detenuto da persona giuridica di diritto straniero. In virtù di accordi esistenti, di fatto Luxottica controlla tale società.

Luxottica si mantiene in stretto contatto con i propri distributori al fine di controllarne l'operato e di verificare la qualità dei punti vendita che hanno in assortimento i propri prodotti. I contratti di distribuzione stipulati dalla Società con importatori e distributori terzi prevedono normalmente acquisti minimi annuali e limitazioni territoriali. Inoltre, per quanto previsto e ammesso dalle leggi dei singoli paesi, la Società consente la distribuzione unicamente tramite canali al dettaglio autorizzati e agenti di vendita qualificati.

Attualmente il sistema distributivo della Società è integrato a livello internazionale con il sistema centrale di programmazione della produzione, grazie ad una rete informativa computerizzata che collega i centri logistici e di vendita dei diversi paesi con gli impianti produttivi in Italia. Tale *network* consente a Luxottica di controllare giornalmente l'andamento delle vendite mondiali e i livelli delle scorte, di programmare le risorse produttive e di riallocare gli *stock* in base alla specifica domanda del mercato. Il *management* ritiene che uno dei principali punti di forza della Società, e al tempo stesso barriera all'entrata di altri concorrenti, sia la capacità di offrire il miglior servizio pre e post vendita. Allo scopo di migliorare ulteriormente il servizio ad oggi offerto, Luxottica sta realizzando un processo di centralizzazione delle attività logistiche in tre diversi centri. Tale progetto è in fase di avanzata realizzazione per quanto riguarda l'Europa (Italia) e l'Estremo Oriente (Giappone), mentre è in fase di studio per il Nord America (USA). Il suo completamento porterà un rilevante miglioramento in termini di efficienza logistica con riduzione dei costi connessi.

1.2.6.2 Distribuzione al dettaglio

La Società svolge attività di vendita al dettaglio in Nord America di montature da vista, occhiali da sole, lenti e altri prodotti oftalmici propri e di terzi attraverso la catena di negozi LensCrafters.

Le caratteristiche della rete di vendita LensCrafters sono descritte al precedente Paragrafo 1.2.3 del presente Capitolo.

La Società non opera alcuna attività di vendita al dettaglio al di fuori degli Stati Uniti, del Canada e di Porto Rico, e attualmente non intende espandere le proprie attività *retail* in aree in cui è già presente sul mercato tramite la distribuzione all'ingrosso.

1.2.6.3 Marketing e pubblicità

Il *management* attribuisce grande importanza alle attività di *marketing* e pubblicitarie a supporto dell'immagine della Società e dei propri marchi. Nel 1999 gli investimenti pubblicitari complessivi della Società hanno rappresentato circa il 9% del fatturato consolidato, in linea con il dato del 1998.

Luxottica adotta politiche di *marketing* differenziate per l'attività distributiva all'ingrosso e per la vendita al dettaglio realizzata mediante LensCrafters.

(a) Attività di *marketing* per la distribuzione all'ingrosso

Sono essenzialmente focalizzate sul prodotto e finalizzate a promuovere i marchi e l'immagine del Gruppo e si suddividono tra attività incentrate sul punto vendita e attività rivolte direttamente ai consumatori.

Nel primo caso, gli strumenti utilizzati consistono in cataloghi, poster, materiale espositivo e da vetrina, spesso legato alle campagne pubblicitarie in corso rivolte al consumatore finale; tale materiale espositivo, studiato e realizzato dalla Società, viene esposto nel punto vendita.

Nel secondo caso (attività rivolte direttamente al consumatore), i canali utilizzati sono quelli classici, quali media (stampa, radio e televisione) e cartellonistica.

L'entità degli investimenti in attività pubblicitarie rivolte al consumatore e la selezione dei canali pubblicitari varia da paese a paese a seconda delle caratteristiche del mercato: in Nord America la Società utilizza prevalentemente la stampa, la radio e la televisione; in Europa la stampa, la televisione e la cartellonistica; in Giappone e in Estremo Oriente la stampa. Inoltre la Società fa pubblicità sulle pubblicazioni specializzate di settore.

Luxottica trae beneficio anche dalle attività pubblicitarie e promozionali effettuate dai titolari dei marchi in licenza. Si tratta normalmente di attività mirate a promuovere il marchio in licenza e l'immagine della *griffe*. I contratti di licenza prevedono normalmente l'obbligo per la Società di versare al titolare del marchio una determinata percentuale del fatturato realizzato da ciascun marchio da destinare all'attività pubblicitaria, che viene effettuata in coordinamento con gli stilisti.

La Società infine partecipa alle principali fiere di settore (fra cui il MIDO a Milano, il VisionExpo negli Stati Uniti e il Silmo a Parigi), in cui le nuove collezioni vengono presentate e proposte al mercato.

(b) Attività di *marketing* per la distribuzione al dettaglio

Oltre alle attività di *marketing* sui propri prodotti sopra descritte, la Società svolge attività parallele di promozione e pubblicità volte a promuovere la propria attività di vendita al dettaglio gestita da LensCrafters con obiettivi di *marketing* sia di breve sia di lungo periodo. Gli obiettivi di breve periodo consistono nell'attrarre le persone all'interno dei negozi, stimolandone la propensione all'acquisto. Nel lungo periodo, invece, la Società cerca di costruire l'immagine e la conoscenza del marchio LensCrafters, incoraggiando la fedeltà e la ripetizione degli acquisti. La Società ritiene che, grazie ai vantaggi che LensCrafters offre all'interno dei propri punti vendita in termini di qualità, servizio e comodità della consegna in un'ora, gli obiettivi di breve e di lungo periodo siano strettamente correlati e si rafforzino reciprocamente.

Quanto agli strumenti utilizzati, una parte considerevole del budget di pubblicità di LensCrafters è dedicato alla comunicazione con la clientela acquisita (*mailing*, cataloghi, ecc.). Questa pubblicità si avvale del *database* di LensCrafters, in cui sono presenti oltre 20 milioni di nominativi. Un'altra parte significativa del *budget* è investito in pubblicità su vari media: televisione, radio e stampa, al fine di raggiungere l'ampio mercato degli Stati Uniti con messaggi che rafforzino l'immagine di LensCrafters.

1.2.7 Autonomia gestionale

1.2.7.1 Autonomia gestionale rispetto al gruppo di appartenenza

Luxottica Group S.p.A., in qualità di capogruppo, coordina e controlla le altre attività del Gruppo, agendo in assoluta autonomia gestionale.

1.2.7.2 Dipendenza da clienti

Negli ultimi tre anni nessun cliente singolo o gruppo di clienti associati ha rappresentato più del 2% del fatturato netto consolidato della Società. Il *management* della Società, pertanto, ritiene che non sussista alcun significativo rapporto di dipendenza rispetto a singoli clienti.

1.2.7.3 Dipendenza da fornitori

Il *management* ritiene di non essere in rapporto di dipendenza con singoli fornitori.

1.2.7.4 Dipendenza da finanziatori

Il *management* ritiene di non essere in rapporto di dipendenza con singoli finanziatori.

1.2.8 **Minacce ed opportunità derivanti dall'evoluzione dei prodotti e dalle tecnologie utilizzate**

Con riferimento al settore di attività in cui opera la Società, il *management* ritiene che l'evoluzione dei prodotti venduti e delle tecnologie utilizzate da Luxottica non costituisca fonte di minacce ovvero di significative opportunità per la stessa.

Il segmento di mercato in cui Luxottica opera, ovvero il segmento delle montature da vista e occhiali da sole di fascia medio-alta e alta, risulta prevalentemente influenzato dal mutamento del gusto e dall'apprezzamento estetico dei consumatori. In tale mercato, pertanto, il prezzo di vendita dei prodotti incide in misura meno rilevante rispetto a quanto incidano il *design*, le caratteristiche del prodotto, i materiali utilizzati e la riconoscibilità dei marchi commercializzati.

L'ampia gamma di prodotti, la capacità di continuo rinnovamento degli stessi e la presenza capillare del Gruppo nei principali mercati mondiali permette di recepire tempestivamente i mutamenti nelle tendenze di mercato, modificando e adattando il prodotto con immediatezza all'evoluzione del gusto estetico dei consumatori. Il *management* ritiene che ciò rappresenti per il Gruppo un rilevante vantaggio competitivo rispetto alla concorrenza.

1.2.9 **Caratteristiche dei settori di attività in cui opera la Società**

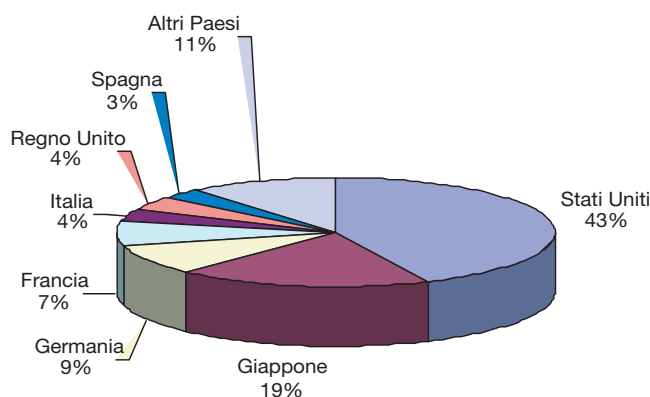
1.2.9.1 Il mercato di riferimento

Il settore dell'ottica è ampio e diversificato e ricomprende tutto ciò che si collega alla cura della vista, includendo prodotti quali lenti, montature da vista, occhiali da sole, lenti a contatto ed altre categorie di prodotto ad esso correlate.

Sulla base di dati di mercato (*) la Società ha stimato che nel 1999 il valore del mercato mondiale dei prodotti di ottica sia stato pari a circa 45 miliardi di dollari, con un peso preponderante degli Stati Uniti, il cui mercato è pari a circa 19 miliardi di dollari, seguito dai principali paesi europei (Germania, Francia, Italia, Spagna e Regno Unito) per un valore complessivo di circa 13 miliardi di dollari e dal Giappone (circa 8,2 miliardi di dollari).

Mercato mondiale dei prodotti ottici nel 1999

(fonte Euromonitor)

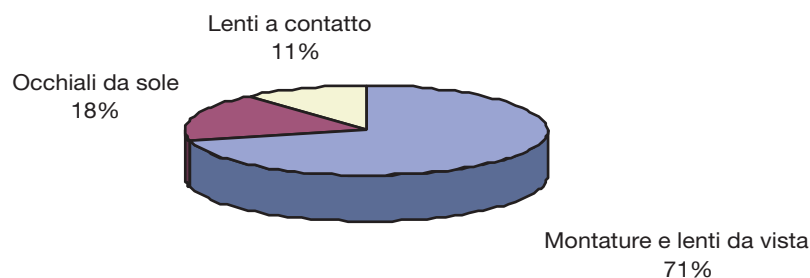


(*) Elaborazioni sulla base di dati Euromonitor.

Nei grafici che seguono viene raffigurata la segmentazione per prodotto nel mercato statunitense ed in quello europeo. Entrambi evidenziano come oltre l'80% del mercato sia rappresentato da lenti e montature da vista ed occhiali da sole.

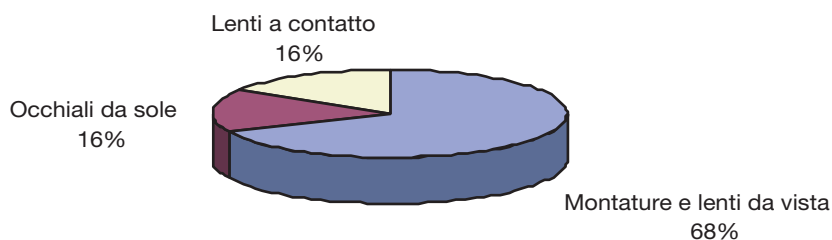
Mercato USA dei prodotti ottici nel 1999

(fonte Euromonitor)



Mercato europeo dei prodotti ottici nel 1999

(fonte Euromonitor) (*)



(*) Mercato riferito ai seguenti paesi: Francia, Germania, Italia, Spagna e Regno Unito.

Il mercato in cui opera la Società è quello delle montature da vista e degli occhiali da sole. Il *management* ritiene che tale mercato possa essere suddiviso in tre macro classi in funzione del prezzo di vendita al dettaglio dei prodotti:

- montature di fascia bassa, generalmente vendute ad un prezzo inferiore ai \$ 50;
- montature di fascia media, generalmente vendute ad un prezzo compreso tra i \$ 50 e i \$ 100;
- montature di fascia alta, generalmente vendute ad un prezzo superiore ai \$ 100.

La Società opera nelle fasce di prezzo medio-alta e alta.

Il segmento di fascia bassa è presidiato dai produttori asiatici, mentre i produttori italiani sono focalizzati sui segmenti di fascia medio-alta e alta.

Il *management* individua nei seguenti fattori i principali *driver* di crescita del segmento delle montature da vista:

- evoluzione della percezione del prodotto da parte del consumatore, con peso crescente della componente *fashion*;
- invecchiamento della popolazione nei paesi sviluppati (attualmente circa il 90% della popolazione sopra i 45 anni fa uso di occhiali);
- crescita del numero di utilizzatori nei paesi in via di sviluppo;
- peggioramento delle capacità visive in relazione al cambiamento dello stile di vita (crescente utilizzo di TV e personal computer).

Nel segmento sole di fascia medio-alta e alta, la Società ritiene che la crescita riscontrata negli ultimi anni sia riconducibile a tre fattori, che si ritiene continueranno a favorirne lo sviluppo nel futuro:

- crescente commercializzazione di occhiali firmati, che ha creato nuovi mercati fra consumatori sensibili al contenuto *fashion* che oggi vivono l'occhiale come un accessorio di moda;
- crescente attenzione agli effetti dannosi dei raggi ultravioletti. Ciò ha contribuito a orientare i consumatori all'acquisto di occhiali di maggiore qualità;
- aumento della domanda di occhiali da sole per usi specifici (attività sportive), che ha portato ad acquisti multipli.

1.2.10 Fattori macro e micro economici in grado di influenzare l'attività di Luxottica Group

Di seguito, sono indicati i principali fattori macro e micro-economici che il *management* ritiene possano condizionare l'attività della Società.

1.2.10.1 Fattori macro-economici

Andamento macro-economico

In generale, l'andamento dell'industria dell'occhialeria è parzialmente correlato alla dinamica macro-economica e in particolare alla propensione alla spesa dei consumatori. Tuttavia, nel segmento delle montature da vista e occhiali da sole di fascia medio-alta e alta, la domanda risulta meno sensibile al prezzo dei prodotti. Conseguentemente l'attività e i risultati della Società sono solo parzialmente condizionati dall'andamento dei consumi e dallo scenario macro-economico nel complesso. La domanda relativa ai prodotti offerti da Luxottica è invece influenzata dal *design*, dalla peculiarità del prodotto, dalla riconoscibilità dei marchi stessi.

Concorrenza

Nonostante l'estrema frammentazione dell'industria dell'occhialeria nel suo complesso, il segmento specifico di fascia medio-alta e alta in cui opera la Società è caratterizzato dalla presenza di un numero limitato di operatori significativi. In tale contesto, il *management* ritiene che fattori critici di successo nel settore siano la capacità di controllare una rete distributiva efficiente e capillare, l'immagine dei marchi e l'abilità creativa dei propri *designer*, nonché la qualità dei prodotti e il contenuto innovativo degli stessi.

Fattori specifici del settore ottico

Il progressivo affermarsi di tecniche e prodotti sostitutivi rispetto agli occhiali da vista come la chirurgia laser e l'uso di lenti a contatto può condizionare lo sviluppo della domanda di montature da vista. Tuttavia, se in alcuni casi l'intervento chirurgico determina una correzione completa del difetto visivo e pertanto elimina la necessità di lenti correttive, il *management* ritiene che sia tali operazioni, sia l'uso delle lenti a contatto favoriscano un maggior utilizzo degli occhiali da sole. Inoltre le lenti a contatto non sono pienamente sostitutive dell'occhiale da vista.

1.2.10.2 Fattori micro-economici

Portafoglio marchi

Un fattore critico di successo per assicurare un'efficace segmentazione del mercato ed un'ampia diversificazione dell'offerta è la disponibilità di un numero di marchi in grado di garantire una gamma di linee sufficientemente diversificata. Inoltre, il successo e l'immagine dei marchi stessi, nonché il loro corretto posizionamento, costituiscono ulteriori fattori critici di successo.

Qualità

Il posizionamento competitivo nel segmento medio-alto e alto del mercato determina la necessità di mantenere costantemente elevati gli standard qualitativi di prodotto e di servizio alla clientela, monitorando continuamente l'evoluzione del mercato al fine di offrire prodotti in linea con le tendenze della moda.

Distribuzione

Un ulteriore fattore che influenza in maniera particolarmente significativa l'attività della Società è la capacità di controllo sulla struttura distributiva al fine di assicurare, da un lato, una copertura geografica capillare dei differenti mercati nel mondo, e dall'altro, un efficace servizio pre e post vendita alla clientela.

1.2.11 La stagionalità del settore di riferimento

L'andamento del segmento sole può essere influenzato nei diversi mercati geografici da fenomeni di stagionalità. Per un gruppo operante su scala mondiale, tuttavia, le fluttuazioni nei diversi mercati tendono a mitigarsi vicendevolmente.

1.2.12 Rischi di mercato a cui è esposta l'attività della Società

Luxottica è soggetta alle fluttuazioni dei tassi di cambio sotto un duplice aspetto:

- la Società sostiene la maggior parte dei propri costi di produzione in divise dell'area Euro, gran parte delle spese operative in Dollari e incassa parte sostanziale del proprio fatturato in Dollari e in altre divise;
- parte sostanziale delle attività e passività delle controllate è espressa in divise diverse da quelle dell'area Euro, divisa a cui è legata la Lira che viene utilizzata dalla Società per la redazione dei bilanci.

Con la crescita dell'attività internazionale di Luxottica, le future oscillazioni del tasso di cambio dell'Euro rispetto al Dollaro ed alle altre divise potrebbero avere effetti negativi sui risultati della Società.

1.2.13 Fonti e disponibilità delle materie prime utilizzate da Luxottica

Le principali materie prime impiegate da Luxottica nella realizzazione dei propri prodotti comprendono materie plastiche e metalli di vario genere. La Società non dipende da alcuna singola fonte di fornitura per nessuna delle principali materie prime, e utilizza diversi fornitori per parti specifiche della montatura. Inoltre, sebbene Luxottica non abbia stipulato alcun contratto formale a lungo termine con i propri fornitori, non si sono verificate ad oggi interruzioni sostanziali nell'approvvigionamento.

1.2.14 Andamento dei prezzi

Tradizionalmente la Società posiziona il proprio *mix* di prodotto nelle fasce medio-alta e alta, e pertanto non risente in modo rilevante delle fluttuazioni dei prezzi di mercato.

1.2.15 Normativa di settore

I prodotti della Società sono soggetti alle normative in materia di commercio, sanità, sicurezza ed ambiente e alle normative dei paesi in cui sono prodotti e venduti. Luxottica verifica regolarmente le tecniche e gli standard di produzione al fine di garantire la conformità ai requisiti applicabili ed in passato la necessità di conformarsi a tali normative non ha avuto un effetto sostanziale sulle attività della Società.

1.2.16 Posizionamento competitivo di Luxottica

I principali concorrenti della Società nel mercato mondiale delle montature da vista e degli occhiali da sole di fascia medio-alta e alta sono, nel settore della vista, Safilo, Charmant e Marcolin, mentre, nel settore sole, De Rigo, Safilo e Oakley. Va peraltro precisato che l'attività di Luxottica, presente sia nel segmento della produzione e distribuzione all'ingrosso sia nel segmento della vendita al dettaglio, non è direttamente raffrontabile con quella dei concorrenti di dimensioni analoghe, presenti solo nell'uno o nell'altro dei suddetti segmenti (Cfr. Sezione Prima, Capitolo IV, Paragrafo 4.3).

Nel mercato nord americano della distribuzione al dettaglio, caratterizzato da una concorrenza molto agguerrita, operano molti concorrenti di piccole dimensioni e numerose catene di ottica nazionali e regionali. Negli ultimi anni diversi fattori, fra cui la concentrazione delle catene e l'emergere di reparti di ottica nei *discount* della grande distribuzione, hanno determinato una significativa concorrenza sul prezzo al dettaglio. La Società ritiene che la concorrenza basata esclusivamente sul prezzo non sia premiante rispetto alla capacità di offrire qualità, servizio pre e post vendita e assortimento. Il *management* intende mantenere anche per il futuro un adeguato *mix* tra qualità, assortimento e servizio pre e post vendita.

La Società compete con diverse catene negli Stati Uniti e in Canada, fra cui Pearle Vision Stores, i punti vendita in *franchising* Cole National, Wal-Mart, Vista Eye Care, Eye Care Centers of America e, nel settore degli occhiali da sole, Sunglass Hut.

Il *management* ritiene che il posizionamento competitivo di Luxottica sia caratterizzato dai seguenti punti:

- *Completezza ed elevato appeal del portafoglio marchi, sia di proprietà che in licenza.* La Società vanta tra i marchi di proprietà Luxottica, Ray-Ban, Persol, Vogue, Sferoflex, Revo, Killer Loop e Arnette e tra le licenze Giorgio Armani, Emporio Armani, Chanel, Genny, Byblos, Salvatore Ferragamo, Emanuel Ungaro, Brooks Brothers, Sergio Tacchini, Web, Anne Klein, Bulgari e Moschino.

- *Integrazione verticale e presidio di tutte le fasi del processo produttivo.* Il Gruppo Luxottica ha avviato il processo di integrazione verticale delle proprie attività a partire dalla metà degli anni '70. Attualmente tutte le fasi del processo, sia produttivo che distributivo, sono gestite internamente: progettazione, realizzazione dei prototipi, produzione degli stampi e delle singole parti della montatura (a cui è stata recentemente aggiunta la produzione di lenti in cristallo per occhiali da sole) e distribuzione in tutto il mondo tramite la propria rete distributiva.
- *Massa critica.* Gli elevati volumi prodotti e venduti consentono alla Società di beneficiare di rilevanti economie di scala in ambito produttivo, distributivo e commerciale.
- *Ampiezza di gamma e diversificazione delle linee di prodotto.* La Società offre circa 2.650 modelli di montature da vista e di occhiali da sole (segmento recentemente potenziato grazie all'Acquisizione Ray-Ban). Mediamente, ogni anno vengono lanciati sul mercato oltre 750 nuovi modelli. Luxottica, inoltre, ha sempre dedicato grande attenzione all'innovazione e ha contribuito all'affermazione di nuove tendenze, la più importante delle quali è stato il cambiamento nella percezione degli occhiali da parte dei consumatori, da necessità medica ad accessorio di moda.
- *Controllo di una estesa rete distributiva.* La rete distributiva controllata da Luxottica è presente nei principali mercati mondiali. Tale rete si avvale di agenti in massima parte monomandatari esclusivisti, coordinati localmente dalle filiali commerciali del Gruppo. Il sistema distributivo diretto fabbrica-negozi riduce le fasi della catena distributiva, fornendo ai clienti un prodotto di qualità ad un prezzo competitivo. La rete distributiva permette inoltre di fornire un eccellente servizio alla clientela, sia pre sia post vendita, soddisfacendo così la grande eterogeneità di gusti e tendenze.
- *Forte presenza nel retail.* Con l'acquisizione di LensCrafters nel 1995 e con la sua successiva espansione, il Gruppo Luxottica è divenuto *leader* nella vendita al dettaglio di prodotti di ottica in Nord America. I negozi LensCrafters costituiscono inoltre un importante sbocco commerciale per montature da vista e occhiali da sole realizzati dalla Società: oltre il 70% delle montature vendute nel 1999 sono state prodotte da Luxottica.
- *Efficienza del processo produttivo.* I sei stabilimenti produttivi situati in Italia, certificati ISO 9001, sono altamente automatizzati. La Società utilizza tecnologie avanzate, ed ha specializzato ogni stabilimento su una specifica tecnologia produttiva, al fine di aumentarne la produttività. La pianificazione della produzione è basata su un sistema flessibile, che consente alla Società di reagire rapidamente ai cambiamenti delle tendenze del mercato.
- *Rapida integrazione delle attività acquisite.* Nel corso della propria attività, la Società ha identificato e acquisito con successo *business* complementari con il proprio, e ha sempre integrato tali attività rapidamente ed in modo efficiente, realizzando significativi effetti sinergici.

1.2.17 Brevetti, licenze, contratti, marchi, concessioni, autorizzazioni e processi di fabbricazione rilevanti per l'attività della Società ed eventuale rapporto di dipendenza

1.2.17.1 Marchi

I marchi più rilevanti di proprietà del Gruppo sono *Luxottica* (di proprietà di Luxottica S.p.A.), *Ray-Ban* (di proprietà di Luxottica Leasing S.p.A.), *Persol*, *Vogue* (entrambi di proprietà di Luxottica S.p.A.) e *LensCrafters* (di proprietà di The United States Shoe Corporation). Il Gruppo ha provveduto alla registrazione dei marchi di cui è titolare sia come marchi denominativi che figurativi; la tutela di gran parte dei suddetti marchi è stata inoltre estesa in svariati paesi mediante depositi e registrazioni.

Il *management* ritiene che, con l'eccezione del marchio Ray-Ban (che nel primo semestre del 2000 ha rappresentato l'11,4% del totale del fatturato consolidato), l'attività della Società non si ponga in rapporto di dipendenza da singoli marchi da essa posseduti.

1.2.17.2 Brevetti

Il *management* ritiene di non essere in possesso di alcun brevetto di rilevanza tale da poter influire sull'andamento del *business*.

1.2.17.3 Contratti di licenza

Il Gruppo ha in essere contratti di licenza per la produzione e la distribuzione di montature da vista e di occhiali da sole prevalentemente su base mondiale dei marchi *Giorgio Armani*, *Emporio Armani*, *Chanel*, *Genny*, *Byblos*, *Salvatore Ferragamo*, *Emanuel Ungaro*, *Brooks Brothers*, *Sergio Tacchini*, *Web*, *Anne Klein*, *Bulgari* e *Moschino*.

In base a tali contratti, la Società è tenuta a versare *royalty* che tipicamente variano dal 5% al 10% del fatturato netto derivante dalla collezione di riferimento, e in alcuni casi *royalty* minime garantite. I contratti prevedono normalmente l'obbligo della Società di corrispondere al licenziante mediamente il 5% del proprio fatturato netto realizzato dalla collezione, da destinare ad attività di promozione, sia del marchio che della collezione stessa, realizzate dal licenziante medesimo.

La durata di tali contratti di licenza varia da tre a cinque anni, con facoltà di recesso anticipato di ciascuna parte in determinate ipotesi, fra cui il mancato pagamento delle *royalty*, il mancato raggiungimento delle soglie minime di fatturato, la non conformità dei prodotti rispetto alle specifiche dei licenzianti e, in determinati casi, l'ipotesi di cambiamento nel controllo della società licenziante o licenziataria.

Particolarmente rilevanti per l'attività della Società sono i contratti di licenza stipulati per le collezioni *Giorgio Armani* ed *Emporio Armani*, la cui scadenza è prevista il 31 dicembre 2001. Nel primo semestre del 2000, il fatturato generato dai prodotti delle collezioni *Giorgio Armani* e *Emporio Armani* è stato complessivamente pari all'11,5% del fatturato complessivo consolidato della Società. Giorgio Armani è il maggior azionista della Società dopo la Famiglia Del Vecchio, con una partecipazione pari a circa il 5% del capitale sociale ed è inoltre membro del Consiglio di Amministrazione della Società.

La tabella che segue elenca i principali contratti di licenza della Società in essere alla data del Prospetto Informativo.

Concedente la licenza	Marchi in licenza	Territorio
Kasper ASL Ltd. Bulgari S.p.A. Byblos S.p.A.	- Anne Klein - Bulgari - Byblos	Licenza mondiale esclusiva Licenza mondiale esclusiva Licenza esclusiva in quei paesi e stati in cui il marchio è stato registrato e qualunque paese o stato in cui il marchio sarà registrato in futuro
Genny S.p.A.	Genny	Licenza esclusiva in quei paesi e stati in cui il marchio è stato registrato e qualunque paese o stato in cui il marchio sarà registrato in futuro
Moon Shadow S.p.A. Salvatore Ferragamo Italia S.p.A.	Moschino	Licenza mondiale esclusiva (Giappone escluso)
Emanuel Ungaro S.p.A.	- Salvatore Ferragamo - Ferragamo - Ungaro - Emanuel Ungaro	Licenza mondiale esclusiva
Brooks Brothers Inc. Win S.r.l.	- Brooks Brothers - Web - W	Licenza mondiale esclusiva Licenza esclusiva in quei paesi e stati in cui il marchio è stato registrato e qualunque paese o stato in cui il marchio sarà registrato in futuro
Sandys Group S.p.A. Giorgio Armani S.p.A.	- Sergio Tacchini - Emporio Armani - Giorgio Armani - La raffigurazione del simbolo dell'aquila con "G.A."	Licenza mondiale esclusiva (Giappone escluso) Licenza mondiale esclusiva
Chanel SA, Chanel SAS, Chanel UK, Chanel USA	- Chanel - Doppia C incrociata - Doppia C incrociata in un cerchio	Licenza mondiale esclusiva

1.2.17.4 Altri contratti rilevanti

Il *management* ritiene che l'attività del Gruppo non dipenda da contratti industriali, commerciali o finanziari diversi da quelli già indicati.

1.2.18 Beni gratuitamente devolvibili

La Società non detiene beni gratuitamente devolvibili rilevanti per la propria attività.

1.2.19 Rapporti con soggetti correlati e collegati

Luxottica garantisce alcune linee di credito accordate alle società del Gruppo tramite fidejussioni, lettere di *patronage* e altre forme di garanzia. L'importo totale delle garanzie accordate alle società del Gruppo è pari a circa Lire 1.263.000.000.000.

1.2.20 Strategie e programmi futuri

I *driver* della strategia di medio periodo rimangono, come per il passato, la crescita interna e le acquisizioni, entrambe finanziate dall'utilizzo del *cash flow* e dallo sfruttamento della leva finanziaria.

In particolare gli obiettivi di medio termine del Gruppo sono i seguenti:

- *maggior penetrazione nel mercato degli occhiali da sole.* L'Acquisizione Ray-Ban ha garantito a Luxottica, che era già il secondo produttore mondiale di occhiali da sole, la *leadership* nella fascia medio-alta e alta del *business* del sole. Il *management* ritiene che il mercato degli occhiali da sole evidenzierà nei prossimi anni tassi di crescita più elevati di quelli previsti per il segmento vista. La Società intende sviluppare il portafoglio marchi derivante dall'Acquisizione Ray-Ban, facendo leva sull'elevata notorietà e sull'immagine riconosciute a questi prodotti a livello mondiale. La Società intende inoltre sviluppare ulteriormente l'attuale portafoglio marchi, al fine di incrementare complessivamente il peso degli occhiali da sole nel *mix* di prodotto;
- *espansione dell'attività retail in Nord America.* Luxottica si propone di rafforzare la *leadership* detenuta nel *retail* in Nord America attraverso l'acquisizione di catene o singoli punti vendita, con particolare attenzione a quelle aree di mercato in cui la propria presenza non è capillare;
- *ulteriore espansione in nuovi mercati.* Con l'Acquisizione Ray-Ban, Luxottica ha rafforzato significativamente la propria posizione in Asia, primo passo verso una maggior penetrazione in tale area geografica. La Società ha inoltre pianificato di espandere la propria attività distributiva in America Latina, in particolare in Argentina e Brasile, paesi in cui Luxottica è già operativa. A tal fine il *management* sta testando nuove forme di filiali di distribuzione "leggere", che permetteranno al Gruppo di controllare direttamente la distribuzione anche in quei paesi nei quali la dimensione del mercato non giustificerebbe i costi di una società commerciale di tipo tradizionale;
- *continua ottimizzazione del portafoglio marchi.* La Società persegue una strategia di ottimizzazione continua del proprio portafoglio marchi, focalizzandosi di volta in volta sui segmenti di mercato maggiormente profittevoli. Luxottica intende implementare un'aggressiva strategia di *marketing* facendo leva sul potenziale del proprio portafoglio marchi e sul proprio posizionamento di mercato;

- *acquisizione ed integrazione di nuovi business.* La Società intende proseguire la propria strategia vincente di individuazione, acquisizione ed integrazione di *business* complementari, sfruttando a tal fine l'esperienza maturata in passato.

1.3 Patrimonio immobiliare, impianti e attrezzature

1.3.1 Patrimonio immobiliare

La sede legale della Società si trova in Piazzale Lotto 2, Milano, Italia. Di seguito sono riportati l'ubicazione, l'utilizzo e la superficie indicativa dei principali immobili del Gruppo alla data del Prospetto Informativo:

Località	Utilizzo	Superficie appross. in metri quadrati
Agordo (Belluno), Italia	Sede centrale e stabilimento di produzione	71.050
Milano, Italia	Sede legale e Direzione Generale	3.943
Rovereto (Trento), Italia	Stabilimento di produzione	19.983
Sedico (Belluno), Italia	Stabilimento di produzione e centro di distribuzione	36.084
Cencenighe (Belluno), Italia	Stabilimento di produzione	5.566
Lauriano (Torino), Italia	Stabilimento di produzione	6.000
Pederobba, Italia (Killer Loop)	Stabilimento di produzione	7.814
Port Washington, Stati Uniti	Sede centrale U.S.A. e centro di distribuzione	13.071
Toronto, Canada	Filiale commerciale	1.870
Barcellona, Spagna	Filiale commerciale	1.276
Londra, Regno Unito	Filiale commerciale	1.300
Göteborg, Svezia	Filiale commerciale	1.446
Fukui, Giappone	Centro di distribuzione estremo oriente	2.415
Lisbona, Portogallo	Filiale commerciale	580
Waterford, Irlanda	Immobile non utilizzato	11.640
Hossegor, Francia	Filiale commerciale	973
Valaurise, Francia	Immobile non utilizzato	662

1.3.2 Beni in uso

Di seguito sono riportate l'ubicazione, l'utilizzo e la superficie indicativa dei principali immobili in locazione al Gruppo alla data del Prospetto Informativo:

Località	Utilizzo	Superficie appross. in metri quadrati
Cincinnati, Usa	Sede centrale e centro di distribuzione	29.780
Miami, Usa	Ufficio Vendite	150
Monaco, Germania	Filiale commerciale	1.040
Valbonna, Francia	Filiale commerciale	1.324
Tokyo, Giappone	Ufficio vendite	725
Deurne, Belgio	Filiale commerciale	850
S.Paolo, Brasile	Filiale commerciale	2.100
Langenthal, Svizzera	Filiale commerciale	500
Heemstede, Paesi Bassi	Filiale commerciale	750
Città del Messico, Messico	Filiale commerciale	800
Atene, Grecia	Filiale commerciale	3.700
Espo, Finlandia	Filiale commerciale	425
Buenos Aires, Argentina	Filiale commerciale	475
S.Clemente, Usa	Filiale commerciale	850
Missisagua, Canada	Filiale commerciale	2.033
Herzlia, Israele	Filiale commerciale	700
Midrand, Sud Africa	Filiale commerciale	1.100
Sidney, Australia	Filiale commerciale	330
Osaka, Giappone	Ufficio vendite	182
Nagoya, Giappone	Ufficio vendite	108
Fukuoka, Giappone	Ufficio vendite	73
Dubai, Emirati Arabi Uniti	Ufficio vendite	150
Selangor, Malesia	Filiale commerciale	70
Guangzhou, Cina	Stabilimento di produzione	700
Fanling, Cina	Stabilimento di produzione	6.670
Guang Dong, Cina (Tristar Optical Co.)	Stabilimento di produzione	6.397
Kongsberg, Norvegia	Filiale commerciale	250
Klosterneuberg, Austria	Filiale commerciale	570
Izmir, Turchia	Filiale commerciale	540
Singapore Branch	Filiale commerciale	60
Salonicco, Grecia	Ufficio vendite	167
Hong Kong (Tristar Optical Ltd)	Ufficio amministrativo	60
Witcombe, Australia	Centro di distribuzione	850

Inoltre, al 31 dicembre 1999 LensCrafters aveva in locazione oltre 850 negozi con una superficie media di circa 410 metri quadrati. Tali contratti di locazione scadono fra il 2000 e il 2009 e i termini degli stessi sono, a giudizio del *management*, generalmente ragionevoli e riflettono le condizioni di mercato.

La Società ritiene che, con le proprie strutture, la stessa sia in grado di soddisfare le esigenze attuali e ragionevolmente prevedibili.

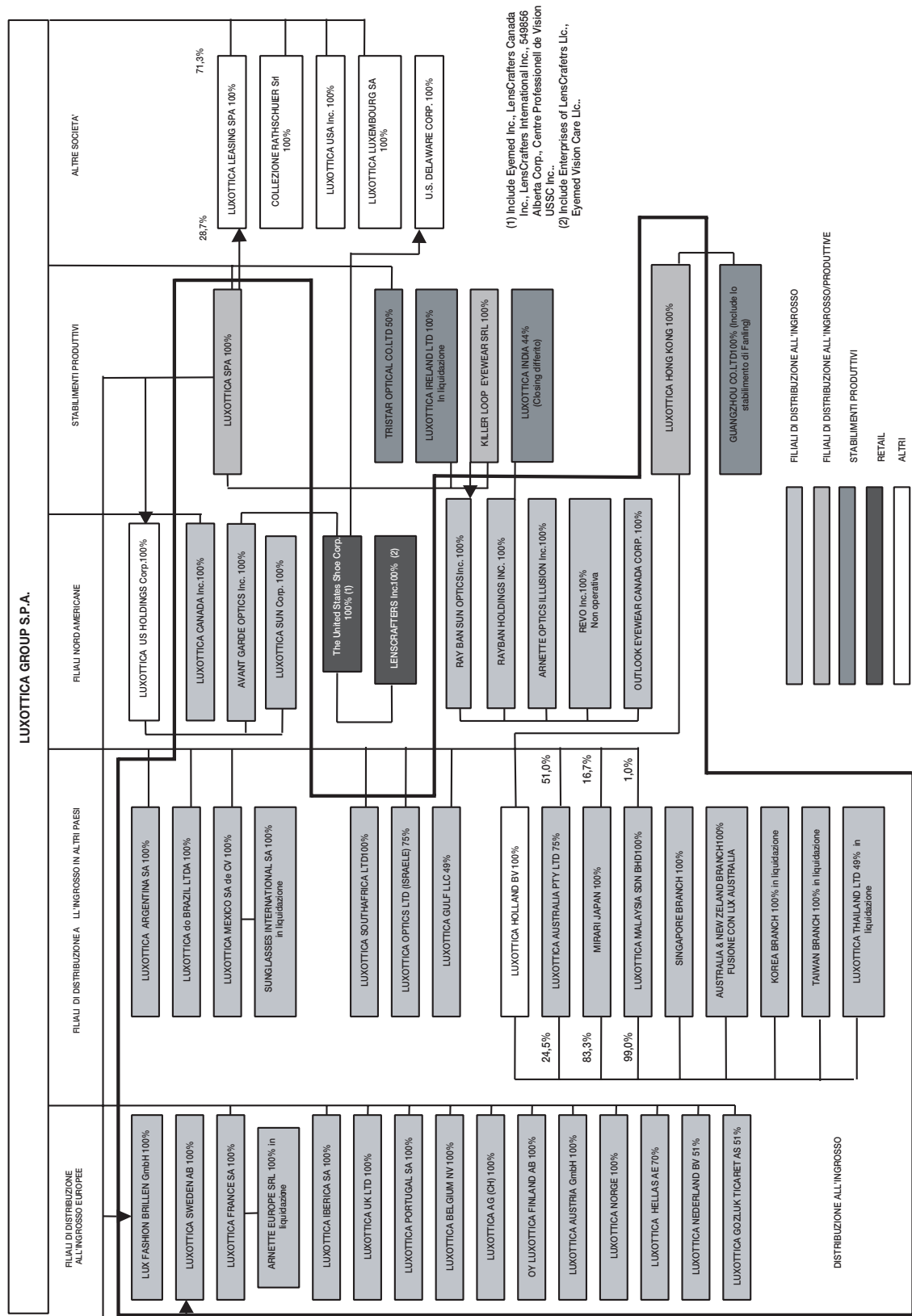
1.4 Eventi eccezionali

Il *management* ritiene che non si siano verificati negli ultimi tre esercizi eventi eccezionali che abbiano influito sull'attività della Società.

1.5 Descrizione della struttura organizzativa del Gruppo Luxottica

L'attuale struttura del Gruppo Luxottica è il risultato di successivi processi di riorganizzazione dettati dall'esigenza di snellire e integrare la struttura del Gruppo stesso a seguito delle acquisizioni effettuate (Cfr. Sezione I, Capitolo I, Paragrafo 1.1).

Il grafico che segue riporta la struttura del Gruppo Luxottica al 30 settembre 2000.



Luxottica svolge attività di capogruppo.

Di seguito si riportano i dettagli delle principali società operative del Gruppo.

Società	Dati societari
Luxottica S.p.A.	Costituita in data 27 aprile 1961, ha sede legale in Agordo (Belluno), e capitale sociale di Lire 18.565.000.000. La società, interamente controllata da Luxottica Group, è una società produttiva e commerciale.
Luxottica Leasing S.p.A.	Costituita in data 1° dicembre 1987, ha sede legale in Agordo (Belluno), e capitale sociale di Lire 16.000.000.000. La società è partecipata al 71,33% da Luxottica Group e al 28,67% da Luxottica S.p.A., ed è una società finanziaria.
Collezione Ratschuler S.r.l.	Costituita in data 23 febbraio 1990, ha sede legale in Agordo (Belluno), e capitale sociale di Lire 20.000.000. La società, interamente controllata da Luxottica Group, è una società commerciale.
Luxottica Usa Inc.	Costituita in data 3 dicembre 1984, ha sede legale in New York, e capitale sociale di Dollari Americani 1.650.000. La società, interamente controllata da Luxottica Group, è una società finanziaria.
Luxottica Luxembourg S.A.	Costituita in data 20 maggio 1999, ha sede legale in Città del Lussemburgo, capitale sociale di Franchi Lussemburghesi 5.000.000. La società è partecipata al 99,98% da Luxottica Group e allo 0,02% da Luxottica S.p.A. È una società finanziaria.
Tristar Optical Co.Ltd.	Costituita in data 26 settembre 1996, ha sede legale in Hong Kong, e capitale sociale di Dollari di Hong Kong 27.000.000. La società è controllata al 50% da Luxottica Group, e al 50% da Aristar Holdings Pte. Ltd., avente sede legale in Singapore. È una società di produzione.
Luxottica US Holdings Corp.	Costituita in data 1° marzo 1995, ha sede legale in Wilmington (Delaware), e capitale sociale di Dollari Americani 1. La società, interamente controllata da Luxottica S.p.A., è una società finanziaria.
Luxottica Fashion Brillen GmbH	Costituita in data 29 luglio 1981, ha sede legale in Monaco di Baviera, Germania, e capitale sociale di Marchi Tedeschi 450.000. La società, interamente controllata da Luxottica S.p.A., è una società commerciale.
Luxottica France S.A.	Costituita in data 2 dicembre 1985, ha sede legale in Sophia Antipolis, Francia, e capitale sociale di Franchi Francesi 3.500.000. La società è partecipata al 98,80% da Luxottica S.p.A., allo 0,20% da Luxottica UK Ltd., allo 0,20% da Luxottica Group, allo 0,20% da Luxottica Leasing S.p.A., allo 0,20% dal Cav. Leonardo Del Vecchio, allo 0,20% dal Sig. Roberto Chemello, allo 0,20% dal Sig. Claudio Del Vecchio. È una società commerciale.
Luxottica Iberica S.A.	Costituita in data 10 ottobre 1983, ha sede legale in Barcellona, Spagna, e capitale sociale di Pesetas Spagnole 230.100.000. La società, interamente controllata da Luxottica Group, è una società commerciale.
Luxottica UK Ltd.	Costituita in data 9 febbraio 1984, ha sede legale in Londra, Regno Unito e capitale sociale di Sterline Inglesi 90.000. La società, interamente controllata da Luxottica Group, è una società commerciale.
Luxottica Sweden A.B.	Costituita in data 6 luglio 1988, ha sede legale in Göteborg, Svezia, e capitale sociale di Corone Svedesi 250.000. La società, interamente controllata da Luxottica S.p.A., è una società commerciale.
Luxottica Portugal S.A.	Costituita in data 20 marzo 1990, ha sede legale in Lisbona, Portogallo, e capitale sociale di Escudo Portoghesi 140.000.000. La società è partecipata al 99,14% da Luxottica Group, allo 0,21% da Luxottica Leasing S.p.A., allo 0,21% da Luxottica UK Ltd., allo 0,21% da Luxottica S.p.A., allo 0,21% da Luxottica Fashion Brillen GmbH. È una società commerciale.
Luxottica Belgium N.V.	Costituita in data 11 novembre 1991, ha sede legale in Deurne, Anversa e capitale sociale di Franchi Belgi 1.250.000. La società è controllata al 99% da Luxottica Group e all'1% da Luxottica S.p.A.. È una società commerciale.
Luxottica AG.	Costituita in data 3 giugno 1993, ha sede legale in Langenthal (Svizzera), e capitale sociale di Franchi Svizzeri 100.000. La società è partecipata al 97% da Luxottica Group, all'1% dal Sig. Roberto Chemello, all'1% dal Sig. Oberle, all'1% dal Sig. Schlumpf. È una società commerciale.
Oy Luxottica Finland A.B.	Costituita in data 17 settembre 1993, ha sede legale in Espoo 63 (Finlandia), e capitale sociale di Marchi Finlandesi 1.000.000. La società, interamente controllata da Luxottica Group, è una società commerciale.
Luxottica Vertiebsgesellschaft MbH	Costituita in data 19 maggio 1994, ha sede legale in Klosterneuburg, Austria, e capitale sociale di Scellini Austriaci 3.000.000. La società, interamente controllata da Luxottica Group, è una società commerciale.
Luxottica Norge A.S.	Costituita in data 6 ottobre 1999, ha sede legale in Kongsberg, e capitale sociale di Corone Norvegesi 100.000. La società, interamente controllata da Luxottica Group, è una società commerciale.

Società	Dati societari
Luxottica Hellas A.E.	Costituita in data 10 settembre 1991, ha sede legale in Atene, e capitale sociale di Dracme Greche 584.300.000. La società è controllata da Luxottica Group al 70% e dal sig. E. Tzatzimakis al 30%. È una società commerciale.
Luxottica Nederland B.V.	Costituita in data 30 luglio 1993, ha sede legale in Heemstede, Olanda, e capitale sociale di Fiorini Olandesi 1.000.000. La società è controllata da Luxottica Group al 51% e da Friedrichs III B.V.al 49%. È una società commerciale.
Luxottica Gozluk Ticaret A.S.	Costituita in data 11 gennaio 1999, ha sede legale in Izmir, Turchia e capitale sociale di Lire Turche 713.832.487. La società è controllata da Luxottica Group al 51%, al 48% dai Signori Avram Berti Alaluf, Izak Alaluf, Jak Alaluf, all'1% da Eksen Optik Sanayi Ve Ticaret Ltd. Sirketi. È una società commerciale.
Luxottica Canada Inc.	Costituita il 25 giugno 1985, ha sede legale in Toronto e capitale sociale di Dollari Canadesi 300.200. La società è partecipata al 50% da Luxottica Group a e al 50% da Luxottica S.p.A.. È una società commerciale.
Luxottica Argentina S.A.	Costituita il 25 novembre 1996, con sede legale in Buenos Aires e capitale sociale di Pesos Argentini 700.000. La società è partecipata al 99,57% da Luxottica Group e allo 0,43% da Luxottica S.p.A.. È una società commerciale.
Luxottica do Brasil	Costituita il 12 marzo 1992, con sede legale in San Paolo e capitale sociale di Dollari Americani 2.474.338. La società è partecipata al 99,989% da Luxottica Group e allo 0,011% da Luxottica S.p.A. È una società commerciale.
Luxottica South Africa Ltd.	Costituita in data 14 aprile 1997, con sede legale in Midrand e capitale sociale di Rend Sudafricani 220.000. La società è interamente controllata da Luxottica Group. È una società commerciale.
Luxottica Optics Ltd.	Costituita in data 15 febbraio 1998, con sede legale in Herzelia-Pitua e capitale sociale di Sheckel Israeliani 44. La società è partecipata al 74,9% da Luxottica Group e al 25,1% dal Sig. Itsik Balas. È una società commerciale.
Luxottica Holland B.V.	Costituita in data 4 giugno 1999, con sede legale in Heemstede e capitale sociale di Fiorini Olandesi 100.000. La società è partecipata al 100% da Luxottica Group. È una società finanziaria.
Luxottica Australia PTY Ltd.	Costituita il 16 febbraio 1996, con sede legale in Sydney e capitale sociale di Dollari Australiani 700.000. La società è partecipata al 51% da Luxottica Group, al 24,50% da Luxottica Holland BV e al 24,50 % dal Sig. Solomon Caganoff. È una società commerciale.
Mirari Japan Co. Ltd.	Costituita in data 30 marzo 1990, con sede legale in Tokyo e capitale sociale di Yen 450.000.000. La società è partecipata all'83,33% da Holland BV e al 16,67% da Luxottica Group. È una società commerciale.
Luxottica Malaysia Sdn BHD	Costituita in data 19 giugno 1999, avente sede legale in Selangor e capitale sociale Myamar Malesiani 2, è partecipata al 99% da Luxottica Holland B.V. e all'1% da Luxottica Group, ed è una società commerciale.
Luxottica Mexico SA DE CV	Costituita in data 4 ottobre 1994, con sede legale in Col Lomas de Chapultepec Mexico D.F. e capitale sociale di Pesos Nuevos 2.000.000. La società è partecipata al 96% da Luxottica Group e al 4% da Luxottica S.p.A. È una società commerciale.
Luxottica Gulf Llc.	Costituita il 23 febbraio 2000, con sede legale in Dubai (Emirati Arabi Uniti) e capitale sociale di Dirham 300.000, è controllata al 49% attraverso Luxottica Group e al 51% da Dawood Moh. Abdullah Ahli. È una società commerciale.
B&L Commercial Limitada	Costituita il 12 novembre 1989, con sede legale in Porto Alegre e capitale sociale di Dollari Americani 3.051.425, è controllata al 100% attraverso Luxottica do Brasil LTDA. È una società commerciale.
Sunglasses International SA DE CV	Costituita il 24 giugno 1999, con sede legale in Città del Messico e capitale sociale di Pesos Nuevos 50.000, è controllata al 100% attraverso Luxottica Mexico SA DE CV. È una società commerciale.
Avant Garde Optics Inc.	Costituita il 14 febbraio 1947, con sede legale in New York e capitale sociale di Dollari Americani 68.660.379, è controllata al 100% da Luxottica US Holding Inc.. È una società commerciale.
The United States Shoe Corp.	Costituita il 10 dicembre 1996, avente sede legale in Wilmington (Delaware) e capitale sociale di Dollari Americani 1, è interamente controllata da Avant Garde Optics Inc.. È una società finanziaria.
LensCrafters Inc.	Costituita il 19 dicembre 1991, avente sede legale in Cincinnati e capitale sociale di Dollari Americani 0, è interamente controllata da Us Shoe Corporation. È una società commerciale.
Outlook Eyewear Canada Corp.	Costituita il 26 giugno 2000 con sede legale in Halifax (Nuova Scozia) e capitale sociale di Dollari Canadesi 100, è controllata al 100% da Ray-Ban Sun Optics Inc.. È una società commerciale.
Killer Loop Eyewear S.r.l.	Costituita il 10 dicembre 1996 con sede legale in Pederobba (TV) e capitale sociale di Lire 3.000.000.000, è controllata al 100% da Luxottica S.p.A.. È una società produttiva e commerciale.

Società	Dati societari
Ray-Ban Sun Optics Inc.	Costituita il 27 maggio 1999, con sede legale in Wilmington (Delaware), e capitale sociale di Dollari Americani 1, è controllata al 100% da Killer Loop S.r.l.. È una società commerciale.
Arnette Optics Optics Illusion Inc.	Costituita il 15 novembre 1991, con sede legale in San Clemente, California, e capitale sociale di Dollari Americani 100, è controllata al 100% da Ray-Ban Sun Optics. Inc.. È una società commerciale.
Luxottica Sun Corp.	Costituita il 17 dicembre 1996, con sede legale in Wilmington (Delaware) e capitale sociale di Dollari Americani 1, è controllata al 100% da Luxottica U.S. Holdings Corp.. È una società commerciale.
Ray-Ban Holdings Inc.	Costituita il 16 febbraio 2000 con sede legale in Wilmington (Delaware) e capitale sociale di Dollari Americani 1, è controllata al 100% da Killer Loop S.p.A.. È una società finanziaria.
U.S.S. Delaware Corp.	Costituita l'8 agosto 1997, con sede legale in Wilmington (Delaware) e capitale sociale di Dollari Americani 1, è controllata al 100% da The United States Shoe Corp.. È una società finanziaria.
Luxottica Hong Kong Ltd.	Costituita il 4 giugno 1999, con sede legale in Hong Kong e capitale sociale di Dollari di Hong Kong 160.000.000, è controllata al 99,999999% da Luxottica Holland B.V., e allo 0,000001% da Luxottica S.p.A.. È una società commerciale.
Guangzhou B&L Co. Ltd.	Costituita in data 11 marzo 1993, con sede legale in Xin Hua Town, Hua Du City, Guangzhou, PRC., e capitale sociale di Dollari Americani 350.000, è controllata al 100% da Luxottica Hong Kong Ltd.. È una società produttiva.

Non esistono società consociate di Luxottica che gestiscano aree di attività analoghe o connesse a quelle della Società.

1.6 Altre informazioni

1.6.1 Responsabili chiave e personale

1.6.1.1 Responsabili chiave

La tabella che segue indica i responsabili chiave della Società e le funzioni cui ciascuno di essi è adibito.

Nome e Cognome	Responsabilità
Leonardo Del Vecchio	Presidente del Consiglio di Amministrazione - Membro del Comitato Esecutivo
Luigi Francavilla	Vice Presidente e Amministratore Delegato - Membro del Comitato Esecutivo
Claudio Del Vecchio	Consigliere di Amministrazione
Roberto Chemello	Amministratore Delegato - Membro del Comitato Esecutivo
Lucio Rondelli	Consigliere di Amministrazione - Membro del Comitato Esecutivo
Tancredi Bianchi	Consigliere di Amministrazione
Giorgio Armani	Consigliere di Amministrazione
Cliff Bartow	Direttore Operativo di LensCrafters
Enrico Cavatorta	Direttore Amministrazione Finanza e Controllo
Enzo Damin	Responsabile Risorse Umane
Jack Dennis	Direttore Finanziario di LensCrafters
Andrea Gallina	Direttore della Produzione
Valerio Giacobbi	Responsabile Affari Generali
Sabina Grossi	Responsabile Relazioni con gli Investitori
Paolo Mollo	Responsabile Pianificazione della Produzione e Logistica
Beatrice Niedda	Responsabile Marketing
Claudio Renon	Responsabile Sviluppo Prodotto
Luciano Santel	Responsabile Sviluppo Business
Umberto Soccà	Responsabile Sistemi Informativi

Di seguito si riportano i profili dei responsabili chiave della Società.

Leonardo Del Vecchio: Presidente del Consiglio di Amministrazione della Società sin dal momento della sua fondazione. Riveste la medesima carica in numerose controllate del Gruppo. Nel 1986, il Presidente della Repubblica gli ha conferito l'onorificenza di Cavaliere dell'Ordine al "Merito del Lavoro". Nel 1994 è diventato membro del Consiglio di Amministrazione di UniCredito Italiano S.p.A. e della RAS S.p.A.. Nel maggio 1995 ha ricevuto una laurea *ad honorem* in Economia Aziendale dall'Università Cà Foscari di Venezia. Nel 1999 ha ricevuto un master *honoris causa* in Economia Internazionale da parte di MIB, Management School di Trieste.

Luigi Francavilla: è Amministratore Delegato della Società dal 1981; è inoltre Vice Presidente del Consiglio di Amministrazione di Luxottica S.p.A., una delle principali controllate operative del Gruppo, dal 1971; è infine membro del Consiglio di Amministrazione di numerose controllate. Dal 1969 al 1971 è stato *Technical General Manager* di Luxottica S.p.A., e dal 1972 al 1977 è stato *General Manager* di Luxottica S.p.A.. Nell'aprile 2000 ha ricevuto una laurea *ad honorem* in *Business Administration* da parte della Constantinian University, Providence, USA.

Claudio Del Vecchio: figlio di Leonardo Del Vecchio, è membro del Consiglio di Amministrazione della Società dal 1981. Dal 1982 è Vice Presidente Esecutivo di Avant-Garde Optics Inc., la principale controllata di vendita all'ingrosso negli Stati Uniti. Dal 1979 al 1982 si è occupato dell'attività distributiva in Italia e Germania. È inoltre membro del Consiglio di Amministrazione di numerose controllate.

Roberto Chemello: è Amministratore Delegato della Società dal 1985, ed è inoltre Presidente o membro del Consiglio di Amministrazione di numerose controllate. Fino al 1985 è stato Direttore Finanziario della Società. Ha conseguito la laurea in Economia e Commercio presso l'Università Cà Foscari di Venezia.

Lucio Rondelli: è attualmente Presidente del Consiglio di Amministrazione di UniCredito Italiano S.p.A., dopo aver ricoperto diverse posizioni di rilievo presso la banca a partire dal 1974. È inoltre Vice Presidente di Rolo Banca 1473 S.p.A., nonché membro del Consiglio di Amministrazione di numerose società, tra cui Mediobanca S.p.A. e RAS S.p.A. e dell'Associazione Bancaria Italiana (ABI). Nel 1976 ha ricevuto l'onorificenza di Cavaliere di Gran Croce dell'Ordine per merito alla Repubblica Italiana, e nel 1988 il Presidente della Repubblica Italiana gli ha conferito l'onorificenza di Cavaliere dell'Ordine al "Merito del Lavoro".

Tancredi Bianchi: è Professore di Economia delle Aziende di Credito all'Università Bocconi di Milano dal 1978. In precedenza ha insegnato presso le Università di Venezia, Pisa e Roma. Fino al 1989 è stato membro del Consiglio di Amministrazione del Credito Bergamasco e, recentemente, è divenuto membro del Consiglio di Amministrazione di Montedison S.p.A.. Fino al 1988 è stato Presidente dell'Associazione Bancaria Italiana (ABI), ed è attualmente Presidente dell'Associazione Nazionale dell'Istituto Centrale di Banche e Banchieri. È membro del Consiglio di Amministrazione del Credito Emiliano S.p.A., Milano Assicurazioni S.p.A., Sella Asset Management, Sopaf S.p.A. e Rolo Banca 1473 S.p.A..

Giorgio Armani: è Presidente del Consiglio di Amministrazione e azionista unico della Giorgio Armani S.p.A., fondata a Milano nel 1975. Nel 1979 ha iniziato la sua espansione oltre oceano fondando la Giorgio Armani Corporation negli Stati Uniti. All'inizio degli anni '80, Giorgio Armani ha stipulato un importante contratto di licenza con l'Oreal per profumi, e ha lanciato le linee Emporio Armani e Armani Jeans. Nella seconda metà degli anni '80, ha fondato Giorgio Armani Japan e, nel 1988, ha stipulato un contratto di licenza per il settore ottico con Luxottica Group. Il gruppo Giorgio Armani è attualmente una delle principali case di moda al mondo: esso progetta, produce e realizza prodotti moda attraverso diversi marchi, tra cui Giorgio Armani, Armani Collezioni, Emporio Armani e Armani Jeans. La rete distributiva di Giorgio Armani comprende attualmente quasi 300 punti vendita in tutto il mondo.

Cliff Bartow: è Direttore Operativo di LensCrafters dal dicembre 1988 ed è responsabile di tutte le attività di vendita, di marketing e produttive di LensCrafters. Precedentemente, è stato Vice Presidente Esecutivo dell'area commerciale di LensCrafters. Ha conseguito un B.A. in Diritto Penale presso l'Indiana University in Pennsylvania.

Enrico Cavatorta: è Direttore Finanziario della Società dal 1999. In passato è stato responsabile del controllo di gestione di Procter & Gamble Italy, consulente presso McKinsey & Co. e responsabile pianificazione controllo di gruppo presso Piaggio S.p.A. Ha conseguito la laurea in Economia e Commercio presso l'Università LUISS di Roma.

Enzo Damin: è responsabile Risorse Umane della Società dal 1997. In passato ha svolto attività di consulenza presso l'Associazione Industriale Bresciana ed ha ricoperto il ruolo di Responsabile Risorse Umane di varie controllate del gruppo Rinascente e di BIC Italia. Ha conseguito la laurea in Giurisprudenza presso l'Università di Parma.

Jack Dennis: è Direttore Finanziario di LensCrafters dal 1992 e Direttore Amministrativo dal 1999. Anteriormente al 1992, è stato *Controller* di LensCrafters, dirigente nell'area finanziaria in diverse divisioni di US Shoe e *Senior Audit Manager* con Arthur Andersen & Co.. Ha conseguito la laurea in Accounting presso l'Università del Kentucky.

Andrea Gallina: è in Luxottica dal 1998. È stato in passato Direttore della Produzione del Gruppo Aprilia. È attualmente il Direttore della Produzione degli stabilimenti italiani.

Valerio Giacobbi: è Responsabile Affari Generali della Società dal 1991. Ha conseguito la laurea in Economia Aziendale presso l'Università Cà Foscari di Venezia.

Sabina Grossi: è Responsabile Relazioni con gli Investitori dal 1996. È stata in passato analista finanziario del settore azionario presso Caboto Sim S.p.A.. Ha conseguito la laurea in Economia e Commercio presso l'Università LUISS di Roma.

Paolo Mollo: è Responsabile della Pianificazione della Produzione dal 1993 e della Logistica dal 2000. Laureato in Economia Aziendale all'Università Cà Foscari di Venezia, lavora con la Società dal 1990, dove ha inizialmente operato nell'area Finanza e Controllo.

Beatrice Niedda: è Responsabile Marketing dal 1999. In passato ha ricoperto il ruolo di Responsabile Marketing di Unipath, divisione del Gruppo Unilever, dopo aver avuto precedenti esperienze, sempre nel *trade marketing*, in altre società del medesimo gruppo, Elida Fabergè ed Elisabeth Arden. È laureata in Ingegneria e ha conseguito un Master in *Business Administration* presso l'Università Bocconi di Milano.

Claudio Renon: è Responsabile Sviluppo Prodotto dal 1990. Prima di allora, ha ricoperto diverse cariche nella Società a partire dal 1968.

Luciano Santel: lavora in Luxottica dal 1999. Tra il 1996 e il 1999 è stato Direttore Operativo di Casual Corner Group Inc.. Ha acquisito esperienza in passato lavorando con Arthur Andersen e altre società produttive. Ha conseguito la laurea in Economia e Commercio presso l'Università Cà Foscari di Venezia.

Umberto Soccà: è Responsabile dei Sistemi Informativi dal 1988. Con l'espansione della rete distributiva della Società, è divenuto responsabile dei sistemi informativi di numerose controllate europee. Ha lavorato in passato come programmatore *software* e responsabile dei centri data processing presso l'Associazione Industriale Provinciale.

1.6.1.2 Dipendenti

Al 30 giugno 2000 Luxottica aveva 24.220 dipendenti in tutto il mondo, 4.673 dei quali in Italia.

La tabella che segue indica il numero medio e il numero totale dei dipendenti del Gruppo Luxottica alla date indicate.

Gruppo Luxottica	31.12.1997	Media	31.12.1998	Media	31.12.1999	Media	30.06.2000
Dirigenti	73	79	82	83	188	185	113
Impiegati	15.175	15.042	17.121	16.422	18.870	18.910	19.253
Operai	3.300	3.618	3.346	4.110	4.293	4.129	4.854
Totale	18.548	18.739	20.549	20.615	23.351	23.224	24.220

Il *management* ritiene che le relazioni con i sindacati siano buone; la Società non ha subito alcuna rilevante interruzione del lavoro in passato.

La Società non ha mai fatto ricorso alla Cassa Integrazione Guadagni.

1.6.2 Investimenti

1.6.2.1 Investimenti nell'ultimo triennio

La tabella che segue riporta gli investimenti materiali e immateriali effettuati negli ultimi tre anni:

Lire/miliardi	1997	1998	1999
Terreni e fabbricati	76,1	47,1	68,2
Impianti e macchinari	55,7	40,3	47,8
Altri beni materiali	61,6	68,8	56,4
Acquisizione Ray-Ban:			
– materiali	–	–	110,6
– immateriali	–	–	988,9
Altre attività immateriali	7,2	93,1	39,0
Totale	200,6	249,3	1.310,9

Nel corso del triennio, oltre ai normali investimenti in beni materiali per rinnovo e ampliamento degli impianti produttivi, sono da segnalare gli incrementi registrati nel 1999 e relativi all'Acquisizione Ray-Ban e l'andamento della voce Altre attività immateriali. Per quel che concerne l'Acquisizione Ray-Ban si fa riferimento al Capitolo IV per una più diffusa trattazione. Gli investimenti in altre attività immateriali hanno subito un significativo incremento nel 1998 in seguito ad una campagna di acquisizione di negozi negli Stati Uniti che ha comportato il pagamento ai precedenti proprietari di compensi a titolo di avviamento. Nel corso del 1999, terminata l'Acquisizione Ray-Ban, il Gruppo si è concentrato nel ridefinire i rapporti con *partner* minoritari in alcune filiali europee ed in Giappone, procedendo all'acquisto delle relative quote di minoranza e riconoscendo un avviamento agli ex-soci.

L'Acquisizione Ray-Ban è stata finanziata mediante un finanziamento-ponte a breve termine di Lire 1.220 miliardi sostituito, nel giugno 2000, da un finanziamento a medio termine di Lire 968 miliardi. Tutti gli altri investimenti sono stati autofinanziati con i flussi di cassa generati dall'attività operativa.

1.6.2.2 Investimenti in corso

Gli investimenti effettuati nel primo semestre del 2000, autofinanziati dal Gruppo, sono riportati nella seguente tabella:

Lire/miliardi	1° Semestre 2000
Terreni e fabbricati	1,0
Impianti e macchinari	17,5
Altri beni materiali	53,0
Acquisizione Ray-Ban:	
– materiali	(40,7) ⁽¹⁾
– immateriali	307,0
Altre attività immateriali	6,0
Totale	343,8

(1) Il valore negativo rappresenta l'aggiustamento operato sul valore dei cespiti acquisiti da Bausch & Lomb al termine del periodo consentito per una corretta valutazione degli stessi (un anno con scadenza giugno 2000). Nel bilancio al 30 giugno, infatti, il valore dei cespiti acquisiti risulta di Lire 69,9 miliardi. La differenza di 40,7 miliardi è stata imputata a maggior valore dell'avviamento.

1.6.2.3 Investimenti in corso di attuazione, investimenti futuri e relative forme di finanziamento

La Società non ha deliberato investimenti in corso di attuazione o futuri aventi carattere di straordinarietà tale da far ricorso al finanziamento esterno.

1.6.3 *Politica di ricerca e sviluppo*

L'attività di ricerca e sviluppo svolta all'interno dell'azienda è articolata nei seguenti filoni tecnici principali:

- (a) ricerca sui materiali;
- (b) ricerca sui processi produttivi.

Con riferimento ai materiali, i laboratori del Gruppo sono costantemente impegnati nella sperimentazione di nuove leghe metalliche, materie plastiche, vernici e pellicole protettive atte a migliorare l'estetica del prodotto elevandone la qualità ed allungandone conseguentemente il ciclo di vita.

L'attività di ricerca sui processi produttivi è invece più articolata e riguarda: lo studio di nuove applicazioni tecnologiche per l'automazione di macchinari; il miglioramento delle *performance* produttive e la riduzione dell'impatto ambientale, soprattutto con riferimento alla rumorosità; lo studio di nuovi processi produttivi che da un lato migliorino la qualità del prodotto, aumentando l'efficienza del processo produttivo con conseguente riduzione dei costi, e dall'altro consentano una maggiore elasticità del processo stesso.

1.6.4 *Procedimenti giudiziari ed arbitrati*

Attualmente la Società è impegnata in una controversia legale con Bausch & Lomb Incorporated derivante dall'Acquisizione Ray-Ban. La controversia verte sulla determinazione finale al *closing* del valore delle attività nette operative trasferite, che comporterebbe una rettifica del prezzo di acquisto convenuto. Pertanto, con lettera in data 19 novembre 1999, la Società ha notificato a Bausch & Lomb la richiesta di tale rettifica del prezzo. Il contratto di acquisto prevede che la risoluzione di tali controversie avvenga tramite procedura arbitrale. Per quanto in queste fasi iniziali della procedura sia impossibile prevedere con certezza l'esito di tale controversia, la Società ritiene che la propria rivendicazione sia fondata. In ogni caso il *management* ritiene che, qualunque sia l'esito della vertenza, non ci sarà effetto negativo sui conti del Gruppo.

Luxottica ha inoltre in corso una controversia con Bausch & Lomb nascente dal contratto di licenza di marchio stipulato al momento dell'Acquisizione Ray-Ban. Tale contratto autorizza Luxottica ad usare alcuni marchi di proprietà Bausch & Lomb su propri prodotti. A seguito della disdetta del contratto di licenza comunicata da Bausch & Lomb per presunto inadempimento contrattuale, in data 28 febbraio 2000, Luxottica ha presentato un ricorso avanti la Corte Distrettuale degli Stati Uniti per il Southern District di New York chiedendo una sentenza che dichiari che Bausch & Lomb non ha diritto a risolvere il contratto di licenza in quanto nessun inadempimento è stato commesso da parte di Luxottica. Il 3 marzo 2000, Bausch & Lomb ha depositato ricorso in altra Corte Distrettuale chiedendo la risoluzione del contratto di licenza per inadempimento e la condanna di Luxottica a ritirare dal mercato tutti i prodotti recanti marchi Bausch & Lomb, oltre al risarcimento del danno, non quantificato dall'attore. Per accordo delle parti, le cause sono state riunite presso la Corte del Southern District di New York. In data 31 marzo 2000 Bausch & Lomb ha richiesto l'emissione di un provvedimento di urgenza per l'immediata cessazione dell'uso dei marchi Bausch & Lomb da parte di Luxottica. Il ricorso è stato discusso il 5 maggio 2000 e sino ad oggi nessun provvedimento è stato emesso in merito. La Società si sta opponendo con vigore alle domande di Bausch & Lomb e ritiene di avere valide difese.

La Società è stata chiamata in causa da Oakley Inc. in una controversia già pendente presso la Corte del Central District della California, promossa il 16 giugno 1998 originariamente nei confronti di Bausch & Lomb, Arnette e Revo per la violazione di quattro brevetti di sua proprietà da parte di modelli prodotti e commercializzati dalle stesse e per concorrenza sleale. Oakley ha successivamente modificato la propria domanda estendendo l'asserita violazione ad altri due brevetti e rinunciando nel contempo alla domanda relativa alla concorrenza sleale. Oakley chiede il risarcimento dei danni per mancato profitto richiedendo, in caso di accoglimento della domanda per violazione dolosa, deliberata e intenzionale, la triplicazione dell'ammontare dei danni, ancorchè non quantificati dall'attore. Il caso si trova attualmente nella fase istruttoria e, per quanto ancora prematuro, la Società intende opporsi con vigore alle domande di Oakley e ritiene di avere valide difese.

In data 24 novembre 1999, Lantis Eyewear Corporation ha promosso una controversia avanti la Corte Suprema dello Stato di New York, indicando come convenute Luxottica e la controllata della Società Ray-Ban Sun Optics, Inc.. Lantis era un distributore di occhiali Ray-Ban fino a quando il suo contratto è stato risolto il 10 gennaio 2000. Il ricorso sostiene che Ray-Ban e Luxottica hanno violato il contratto di distribuzione con Lantis, inviando alla stessa notifica scritta il 4 ottobre 1999 invocando il proprio diritto contrattuale di risolvere il contratto. Lantis ha inoltre richiesto la condanna al risarcimento di danni punitivi per illecita interferenza delle convenute nelle relazioni commerciali intrattenute da Lantis con i propri clienti. In data 11 ottobre 2000 la Corte ha rigettato tutte le domande di Lantis nei confronti di Luxottica, nonché la domanda relativa al risarcimento di danni punitivi nei confronti di Luxottica e di Ray-Ban Sun Optics. La Corte non si è ancora pronunciata sulla domanda di Lantis relativa alla presunta illecita risoluzione del contratto.

La Società è occasionalmente coinvolta in altre cause e contenziosi conseguenti al normale svolgimento della propria attività, fra cui diverse procedure governative e amministrative. La Società ritiene che l'esito di tali contenziosi o dei procedimenti pendenti non possa avere un effetto sostanziale avverso sulla stessa e sulle proprie controllate nel complesso.

1.6.5 Posizione fiscale

1.6.5.1 Periodi d'imposta

Con riferimento a Luxottica Group S.p.A., i periodi d'imposta ancora accertabili da parte dell'Amministrazione Finanziaria decorrono dal 1994 ai fini delle imposte dirette e dal 1995 ai fini dell'imposta sul valore aggiunto.

1.6.5.2 Contenziosi fiscali

Luxottica Group S.p.A. attualmente non ha in essere alcun contenzioso nei confronti dell'Amministrazione Finanziaria, né gode o ha goduto nell'ultimo triennio di particolari esenzioni o riduzioni d'imposta.

Per Luxottica S.p.A. è in essere un contenzioso relativo alla deducibilità delle quote di ammortamento dell'avviamento iscritto a seguito del disavanzo di fusione derivante dall'incorporazione di due società operative. Le quote di ammortamento sono state dedotte negli anni dal 1990 al 1994 per un valore complessivo di 24 miliardi. Il contenzioso in essere riguarda gli anni dal 1990 al 1993 e, a tale proposito, le Commissioni Tributarie di merito hanno accolto integralmente i ricorsi presentati dalla società.

Solo per gli anni 1990, 1991 e 1992, l'Amministrazione Finanziaria ha presentato ricorso alla Corte di Cassazione contro le decisioni delle Commissioni di merito ma, viste le recenti sentenze n. 9663 e n. 9666 del 2000 della Corte di Cassazione sezione Tributaria, è altamente probabile che il ricorso venga rigettato.

Per una delle società controllate estere esiste un contenzioso in essere con l'Autorità Fiscale per la deducibilità di alcune spese per un totale di 2 miliardi di Lire.

1.6.5.3 Perdite fiscali

Luxottica Group S.p.A. non ha perdite fiscali riportabili a nuovo. Al 31 dicembre 1999 (ultimo esercizio fiscale chiuso) a livello di gruppo risultano essere presenti le seguenti perdite pregresse generate da alcune società controllate:

Scadenza	Ammontare perdite (Lire/milioni)
2002	–
2003	–
2004	378.989
2005	–
2006	–
2007	–
Riportabili senza limiti di tempo	85.422
Totale	464.411

2. INFORMAZIONI CONCERNENTI GLI ORGANI SOCIALI

2.1 Consiglio di Amministrazione

Ai sensi dell'Art. 17 dello Statuto, la Società è amministrata da un Consiglio di Amministrazione composto da un numero variabile da un minimo di tre ad un massimo di undici membri, soci o non, secondo la determinazione dell'Assemblea.

Il Consiglio di Amministrazione in carica alla data del presente Prospetto Informativo è composto da n. 7 membri ed è stato nominato dall'Assemblea ordinaria del 19 maggio 2000 e rimarrà in carica fino all'Assemblea per l'approvazione del bilancio al 31 dicembre 2002. I componenti del Consiglio di Amministrazione sono i seguenti:

Carica	Nome e Cognome	Luogo e data di nascita
Presidente	Leonardo Del Vecchio	Milano, 22 maggio 1935
Vice-Presidente e Amministratore Delegato	Luigi Francavilla	Palagianello (TA), 12 giugno 1937
Amministratore Delegato	Roberto Chemello	Auronzo di Cadore (BL), 24 maggio 1954
Consigliere	Claudio Del Vecchio	Borgo Valsugana (TN), 26 febbraio 1957
Consigliere	Lucio Rondelli (*)	Bologna, 12 maggio 1924
Consigliere	Tancredi Bianchi (*)	Caravaggio (BG), 12 giugno 1928
Consigliere	Giorgio Armani	Piacenza, 11 luglio 1934

(*) Amministratori indipendenti ai sensi dell'Articolo 3 del Codice di autodisciplina redatto dal Comitato della Corporate Governance delle Società quotate della Borsa Italiana (per ulteriori dettagli si veda la Sezione Prima, Capitolo VI, Paragrafo 8-bis del Prospetto Informativo).

I componenti del Consiglio di Amministrazione sono tutti domiciliati per la carica presso la sede legale di Luxottica, in Milano (MI), Piazzale Lotto n. 2.

Il Consiglio di Amministrazione, in data 19 maggio 2000, ha deliberato:

- (i) di conferire al Presidente del Consiglio di Amministrazione, Cav. Leonardo Del Vecchio, poteri di amministrazione ordinaria e straordinaria della Società, tra cui, in via esemplificativa e non tassativa: stipulare, modificare, risolvere, cedere ed acquisire per cessione contratti di compravendita e permuta di beni mobili e immobili, contratti di noleggio, trasporto, appalto, comodato, somministrazione, contratti di acquisto, di licenza, di cessione e di permuta di diritti di proprietà intellettuale, di *know-how* e di segretezza; stipulare, modificare e risolvere contratti individuali di lavoro, anche relativi a dirigenti; stipulare accordi sindacali con le rappresentanze sindacali; esigere o cedere crediti; rappresentare la Società di fronte all'autorità giudiziaria e amministrativa; instaurare e abbandonare giudizi di fronte a qualsiasi autorità giudiziaria e amministrativa; compiere atti avanti le Amministrazioni Pubbliche ed Enti in genere; richiedere la concessione di aperture di credito ed affidamenti in genere da parte di Istituzioni bancarie, finanziarie e commerciali in genere, fino ad un importo massimo di Lire 100 miliardi per ogni operazione; effettuare operazioni di prelevamento sui conti correnti della Società con limite per ogni operazione di Lire 5 miliardi; rilasciare e concedere garanzie reali o personali nei confronti di Istituzioni bancarie, finanziarie e di terzi in genere, per importi non superiori complessivamente, per singola Istituzione, a Lire 100 miliardi; conferire deleghe a dipendenti della Società;
- (ii) di conferire agli Amministratori delegati Luigi Francavilla e Roberto Chemello poteri di ordinaria e straordinaria amministrazione, tra cui, in via esemplificativa e non tassativa: (i) in forma congiunta, stipulare, modificare e risolvere contratti di conto corrente e deposito presso Istituti di Credito e uffici postali; stipulare, modificare, risolvere, cedere ed acquisire per cessione contratti di locazione di immobili e mobili, contratti di compravendita di immobili e mobili; (ii) in forma disgiunta, intimare licenze e sfratti per finita

locazione o morosità, intimare precetti, promuovere azioni esecutive di qualsiasi genere; conferire deleghe a dipendenti della Società; (iii) in forma congiunta o disgiunta, a seconda dell'ammontare della transazione, compiere operazioni finanziarie (concessione di apertura di credito ed affidamenti, operazioni di prelevamento sui conti correnti della Società, rilascio e/o concessione di garanzie reali o personali).

2.2 Comitato Esecutivo

Ai sensi dell'art. 19 dello Statuto della Società, il Consiglio di Amministrazione può nominare un Comitato Esecutivo composto da almeno tre dei suoi membri e delegare a tale Comitato quelli fra i suoi poteri che ritiene opportuni.

Alla data del Prospetto Informativo, i membri del Comitato Esecutivo sono i signori Leonardo Del Vecchio, Luigi Francavilla, Roberto Chemello e Lucio Rondelli.

Il Consiglio di Amministrazione, in data 19 maggio 2000, ha deliberato di delegare al Comitato Esecutivo i poteri e le attribuzioni necessarie per il compimento delle operazioni rientranti nell'oggetto sociale ad esclusione, oltre a quelle non delegabili per legge, di quelle qui di seguito elencate:

- definizione dei programmi generali di sviluppo e degli obiettivi di gruppo;
- definizione del bilancio previsionale;
- definizione dei programmi finanziari ed approvazione di operazioni di indebitamento oltre i 18 mesi;
- programmazione ed esecuzione di investimenti che eccedano di oltre il 20% gli importi previsti dal bilancio previsionale e dal programma di investimenti approvati.

Il Comitato Esecutivo può delegare a dipendenti della Società i poteri occorrenti per il compimento di operazioni di ordinaria amministrazione. Per la validità delle deliberazioni del Comitato Esecutivo è richiesta la presenza di almeno tre dei suoi componenti. Le deliberazioni sono prese a maggioranza. In caso di parità di voti, ogni decisione viene rimessa al Consiglio di Amministrazione alla sua prima adunanza. Delle riunioni viene dato atto nel Libro delle adunanze e delle deliberazioni del Comitato Esecutivo, appositamente istituito ai sensi dell'Art. 2421 del Codice Civile.

2.3 Collegio Sindacale

Il Collegio sindacale nominato dall'Assemblea ordinaria del 19 maggio 2000 ed in carica per un triennio è così composto:

Carica	Nome e Cognome	Luogo e data di nascita
Presidente	Giancarlo Tomasin	Padova, 19 giugno 1934
Sindaco effettivo	Mario Medici	Rovereto (TN), 7 marzo 1941
Sindaco effettivo	Walter Pison	Ponte nelle Alpi (BL), 9 ottobre 1946
Sindaco supplente	Giuseppe Luigi Tacca	Trichiana (BL), 25 ottobre 1944

I componenti del Collegio Sindacale sono domiciliati per la carica presso la sede legale di Luxottica, in Milano (MI), Piazzale Lotto n. 2.

L'articolo 27 dello Statuto della Società prevede un meccanismo del voto di lista per la nomina dei componenti del Collegio Sindacale.

2.4 Principali dirigenti

Carica	Nome e Cognome	Luogo e data di nascita	Anzianità di servizio
Presidente	Leonardo Del Vecchio	Milano, 22 maggio 1935	1961
Vice-Presidente e Amministratore Delegato	Luigi Francavilla	Palagianello (TA), 12 giugno 1937	1969
Consigliere	Claudio Del Vecchio	Borgo Valsugana (TN), 26 febbraio 1957	1976
Amministratore Delegato	Roberto Chemello	Auronzo di Cadore (BL), 24 maggio 1954	1979
Consigliere	Lucio Rondelli	Bologna, 12 maggio 1924	1990
Consigliere	Tancredi Bianchi	Caravaggio (BG), 12 giugno 1928	1990
Consigliere	Giorgio Armani	Piacenza, 11 luglio 1934	2000
Direttore Operativo di LensCrafters	Cliff Bartow	Denver, Colorado (USA), 7 agosto 1952	1987
Direttore Amministrazione Finanza e Controllo	Enrico Cavatorta	Treviso, 30 giugno 1961	1999
Responsabile Risorse Umane	Enzo Damin	Legnago (VR), 7 gennaio 1957	1997
Direttore Finanziario LensCrafters	Jack Dennis	Somerset, Kentucky (USA), 3 settembre 1945	1982
Responsabile della Produzione	Andrea Gallina	Venezia, 5 giugno 1955	1998
Responsabile Affari Generali	Valerio Giacobbi	Cortina (BL), 21 luglio 1964	1991
Responsabile Relazioni con gli Investitori	Sabina Grossi	Roma, 10 maggio 1965	1996
Responsabile Pianificazione della Produzione e Logistica	Paolo Mollo	Torino, 16 agosto 1961	1990
Responsabile Marketing	Beatrice Niedda	Sassari, 9 gennaio 1961	1999
Responsabile Sviluppo Prodotto	Claudio Renon	Gosaldo (BL), 30 agosto 1948	1968
Responsabile Sviluppo Business	Luciano Santel	Venezia, 12 ottobre 1956	1999
Responsabile Sistemi Informativi	Umberto Soccal	Pieve D'Alpago (BL), 24 ottobre 1950	1988

2.5 Principali attività svolte dai componenti il Consiglio di Amministrazione ed il Collegio Sindacale al di fuori della Società aventi rilevanza per la Società stessa

Nome e Cognome	Attività
Consiglio di Amministrazione	
Leonardo Del Vecchio	Membro del Consiglio di Amministrazione del Credito Italiano S.p.A.; Membro del Consiglio di Amministrazione di RAS S.p.A.; Presidente del Consiglio di Amministrazione di Luxottica S.p.A.; Presidente del Consiglio di Amministrazione di Luxottica Fashion Brillen GmbH; Presidente del Consiglio di Amministrazione di Luxottica France S.A.; Presidente del Consiglio di Amministrazione di Luxottica Sweden A.B.; Presidente del Consiglio di Amministrazione di Luxottica Portugal S.A.; Presidente del Consiglio di Amministrazione di Luxottica Hellas A.E.; Presidente del Consiglio di Amministrazione di Luxottica Finland A.B.; Presidente del Consiglio di Amministrazione di Luxottica Usa Inc.; Presidente del Consiglio di Amministrazione di Luxottica Canada Inc.; Presidente del Consiglio di Amministrazione di Avant Garde Optics Inc.; Presidente del Consiglio di Amministrazione di Mirari Japan Ltd.; Presidente del Consiglio di Amministrazione di Ray-Ban Sun Optics Inc.; Chairman Managing Director di Luxottica Belgium N.V.; Chairman Managing Director di Luxottica Norge A.S.; Managing Director di Luxottica Holland B.V.; Director Class A di Luxottica Australia PTY Ltd.; Membro del Consiglio di Amministrazione di Luxottica Iberica S.A.;

Nome e Cognome	Attività
	Membro del Consiglio di Amministrazione di Luxottica UK Ltd.; Membro del Consiglio di Amministrazione di Luxottica Nederland B.V.; Membro del Consiglio di Amministrazione di Luxottica Luxembourg S.A.; Membro del Consiglio di Amministrazione di Luxottica Ireland Ltd.; Membro del Consiglio di Amministrazione di Luxottica Sun Corp.; Membro del Consiglio di Amministrazione di The U.S. Shoe Corp.; Membro del Consiglio di Amministrazione di Luxottica U.S. Holding Corp.; Membro del Consiglio di Amministrazione di Outlook Eyewear Canada Corp.; Membro del Consiglio di Amministrazione di Singapore Branch; Membro del Consiglio di Amministrazione di Korea Branch.
Luigi Francavilla	Presidente del Consiglio di Amministrazione di Luxottica Leasing S.p.A.; Presidente del Consiglio di Amministrazione di Killer Loop Eyewear S.r.l.; Presidente del Consiglio di Amministrazione di Luxottica Optics Ltd.; Presidente del Consiglio di Amministrazione di Luxottica Gozluc Ticaret A.S.; Presidente del Consiglio di Amministrazione di Guangzhou B&L Manufacturing Co. Ltd.; Vice Presidente del Consiglio di Amministrazione di Luxottica S.p.A.; Director Class A di Luxottica Australia PTY Ltd.; Membro del Consiglio di Amministrazione di Luxottica UK Ltd.; Membro del Consiglio di Amministrazione di Luxottica Sweden A.B.; Membro del Consiglio di Amministrazione di Luxottica Portugal S.A.; Membro del Consiglio di Amministrazione di Luxottica Hellas A.E.; Membro del Consiglio di Amministrazione di Luxottica Belgium N.V.; Membro del Consiglio di Amministrazione di Luxottica Vertriebsgesellschaft MbH; Membro del Consiglio di Amministrazione di Luxottica De Mexico De C.V.; Membro del Consiglio di Amministrazione di Luxottica South Africa Ltd.; Membro del Consiglio di Amministrazione di Luxottica Hong Kong Ltd.; Membro del Consiglio di Amministrazione di Eyemed Inc.; Membro del Consiglio di Amministrazione di Tristar Optical Company Ltd.; Membro del Consiglio di Amministrazione di Luxottica Malaysia SDN B.H.D.; Membro del Consiglio di Amministrazione di Luxottica Thailand Ltd.; Membro del Consiglio di Amministrazione di Singapore Branch; Membro del Consiglio di Amministrazione di Korea Branch.
Lucio Rondelli	Presidente del Consiglio di Amministrazione di UniCredito Italiano S.p.A.; Vice Presidente di Rolo Banca 1473 S.p.A.; Membro del Consiglio di Amministrazione di Mediobanca S.p.A.; Membro del Consiglio di Amministrazione di RAS S.p.A.; Membro del Consiglio di Amministrazione dell'Associazione Bancaria Italiana (ABI).
Claudio Del Vecchio	Presidente del Consiglio di Amministrazione della Casual Corner Group Inc.; Chief Executive Officer di Ray-Ban Sun Optics Inc.; Executive Vice President di Avant Garde Optics Inc.; Executive Vice President di Luxottica Fashion Brillen GmbH.; Vice President & Secretary di Luxottica Canada Inc.; Vice President & Secretary di Luxottica Usa Inc.; Membro del Consiglio di Amministrazione di Luxottica S.p.A.; Membro del Consiglio di Amministrazione di Luxottica France S.A.; Membro del Consiglio di Amministrazione di Collezione Rathschuler S.p.A.; Membro del Consiglio di Amministrazione di Luxottica Sun Corp.; Membro del Consiglio di Amministrazione di The US Shoe Corp.; Membro del Consiglio di Amministrazione di Luxottica US Holding Corp.; Membro del Consiglio di Amministrazione di LensCrafters Inc.; Membro del Consiglio di Amministrazione di LensCrafters International Inc.; Membro del Consiglio di Amministrazione di LensCrafters Ec. Corp.; Membro del Consiglio di Amministrazione di Eyemed Inc.; Membro del Consiglio di Amministrazione di U.S.S. Delaware Corp. Membro del Consiglio di Amministrazione di Outlook Eyewear Canada Corp.;

Nome e Cognome	Attività
Roberto Chemello	Membro del Consiglio di Amministrazione di LensCrafters Canada Inc.; Membro del Consiglio di Amministrazione di 519856 Alberta Inc.; Membro del Consiglio di Amministrazione di Centre Professional De Vision USSC Inc.. Presidente del Consiglio di Amministrazione di Luxottica A.G.; Presidente del Consiglio di Amministrazione di Luxottica South Africa Ltd.; Amministratore delegato di Luxottica S.p.A.; Amministratore delegato di Luxottica Leasing S.p.A.; Amministratore delegato di Killer Loop Eyewear S.r.l.; Vice Presidente Amministratore Delegato di Luxottica Hellas A.E.; Vice Chairman di Guangzhou B & L Manufacturing Co. Ltd.; Managing Director di Luxottica Holland B.V.; Director Class A di Luxottica Australia PT Ltd.; Membro del Consiglio di Amministrazione di Luxottica France S.A.; Membro del Consiglio di Amministrazione di Luxottica Iberica S.A.; Membro del Consiglio di Amministrazione di Luxottica UK Ltd.; Membro del Consiglio di Amministrazione di Luxottica Belgium N.V.; Membro del Consiglio di Amministrazione di Luxottica Nederland B.V.; Membro del Consiglio di Amministrazione di Luxottica Finland A.B.; Membro del Consiglio di Amministrazione di Luxottica Norge A.S.; Membro del Consiglio di Amministrazione di Luxottica Optics Ltd.; Membro del Consiglio di Amministrazione di Luxottica Gozlug Ticaret A.S.; Membro del Consiglio di Amministrazione di Luxottica Luxembourg S.A.; Membro del Consiglio di Amministrazione di Luxottica Ireland Ltd.; Membro del Consiglio di Amministrazione di Luxottica De Mexico De C.V.; Membro del Consiglio di Amministrazione di The US Shoe Corp.; Membro del Consiglio di Amministrazione di Eyemed Inc.; Membro del Consiglio di Amministrazione di Luxottica Hong Kong Ltd.; Membro del Consiglio di Amministrazione di Ray-Ban Holdings Inc.; Membro del Consiglio di Amministrazione di Singapore Branch; Membro del Consiglio di Amministrazione di Luxottica Malaysia SDN BHD; Membro del Consiglio di Amministrazione di Korea Branch; Membro del Consiglio di Amministrazione di Luxottica Thailand Ltd..
Giorgio Armani	Azionista unico della Giorgio Armani S.p.A..
Tancredi Bianchi	Presidente della Associazione Nazionale dell'Istituto Centrale di Banche e Banchieri; Membro del Consiglio di Amministrazione di Montedison S.p.A.; Membro del Consiglio di Amministrazione del Credito Emiliano S.p.A.; Membro del Consiglio di Amministrazione di Milano Assicurazioni S.p.A.; Membro del Consiglio di Amministrazione di Sella Asset Management; Membro del Consiglio di Amministrazione di Sopaf S.p.A.; Membro del Consiglio di Amministrazione di Rolo Banca 1473 S.p.A.; Professore di Economia delle Aziende di Credito all'Università Bocconi di Milano.
Collegio Sindacale	
Marco Medici	Sindaco effettivo di Luxottica Leasing S.p.A.; Sindaco supplente di La Leonardo Finanziaria S.r.l.; Sindaco supplente di Delfin S.r.l..
Walter Pison	Presidente del Collegio Sindacale di Luxottica Leasing S.p.A.; Presidente del Collegio Sindacale di Killer Loop Eyewear S.r.l.; Presidente del Collegio Sindacale di La Leonardo Finanziaria S.r.l.; Presidente del Collegio Sindacale di Delfin S.r.l.; Sindaco effettivo di Luxottica S.p.A..
Giuseppe Luigi Tacca	Sindaco effettivo di Luxottica S.p.A.; Sindaco effettivo di Killer Loop Eyewear S.r.l.; Sindaco effettivo di Delfin S.r.l.; Sindaco supplente di La Leonardo Finanziaria S.r.l..

2.6 Compensi destinati, a qualsiasi titolo e sotto qualsiasi forma, ai componenti il Consiglio di Amministrazione e il Collegio Sindacale da parte di Luxottica e delle società da essa direttamente ed indirettamente controllate

Nel corso del 1999, Luxottica e le società da essa direttamente e indirettamente controllate hanno destinato ai membri del Consiglio di Amministrazione e del Collegio Sindacale di Luxottica i seguenti compensi:

Nome e Cognome	Carica	Luxottica	Controllate	Totale
Consiglio di Amministrazione				
Leonardo Del Vecchio	Presidente	217.500.000	582.000.000	799.500.000
Luigi Francavilla	Vice Presidente e Amministratore Delegato	217.500.000	1.209.231.000	1.426.731.000
Lucio Rondelli	Consigliere	144.600.000	–	144.600.000
Tancredi Bianchi	Consigliere	84.400.000	–	84.400.000
Giorgio Armani	Consigliere	–	–	–
Claudio Del Vecchio	Consigliere	144.600.000	151.200.000	295.800.000
Roberto Chemello	Amministratore Delegato	144.600.000	1.003.200.000	1.147.800.000
Collegio Sindacale				
Giancarlo Tomasin	Presidente	109.274.232	–	109.274.232
Mario Medici	Sindaco effettivo	83.930.198	10.200.000	94.130.198
Walter Pison	Sindaco effettivo	75.658.500	42.044.400	117.702.900

2.7 Azioni di Luxottica detenute direttamente e indirettamente dai componenti il Consiglio di Amministrazione e il Collegio Sindacale e dai loro coniugi non separati o dai figli minori

Nome e Cognome	Numero azioni alla fine del precedente esercizio (*)	Numero azioni acquistate	Numero azioni vendute	Numero azioni possedute alla data del Prospetto Informativo
Leonardo Del Vecchio	78.839.690 ⁽¹⁾			78.839.690
	1.822.670 ⁽²⁾	2.547.000	–	4.369.670 ⁽²⁾
	62.582.640 ⁽³⁾	87.453.000	–	150.035.640 ⁽³⁾
	5.065.983 ⁽⁴⁾	–	2.547.000	2.518.983 ⁽⁴⁾
	173.944.017 ⁽⁵⁾	–	87.453.000	86.491.017 ⁽⁵⁾
Luigi Francavilla	2.252.500 ⁽⁶⁾	–	–	4.505.000
Claudio Del Vecchio	3.341.000	–	–	3.341.000
	78.839.690 ⁽⁷⁾	–	–	78.839.690
Giorgio Armani	22.524.000 ⁽⁸⁾	–	–	22.524.000
Roberto Chemello	1.250.000	–	–	1.250.000

(*) Calcolato sulla base dei due frazionamenti azionari deliberati rispettivamente il 10 marzo 1998 e il 3 maggio 2000.

(1) Tramite Delfin S.r.l., di cui detiene una quota pari al 100% in usufrutto a tempo indeterminato.

(2) Tramite La Leonardo Finanziaria S.r.l. (che possedeva n. 64.405.310 azioni alla fine del precedente esercizio e che possiede n. 154.405.310 azioni alla data del Prospetto Informativo), di cui detiene una quota pari al 2,83% in piena proprietà.

(3) Tramite La Leonardo Finanziaria S.r.l. (che possedeva n. 64.405.310 azioni alla fine del precedente esercizio e che possiede n. 154.405.310 azioni alla data del Prospetto Informativo), di cui detiene una quota pari al 97,17% in usufrutto a tempo indeterminato.

(4) Tramite Leopart Luxembourg S.a.r.l. (che possedeva n. 179.010.000 azioni alla fine del precedente esercizio e che possiede n. 89.010.000 azioni alla data del Prospetto Informativo), il cui unico socio è Leoinvest Luxembourg S.a.r.l., a sua volta posseduta al 100% da La Leonardo Finanziaria S.r.l., di cui detiene una quota pari al 2,83% in piena proprietà.

(5) Tramite Leopart Luxembourg S.a.r.l. (che possedeva n. 179.010.000 azioni alla fine del precedente esercizio e che possiede n. 89.010.000 azioni alla data del Prospetto Informativo), il cui unico socio è Leoinvest Luxembourg S.a.r.l., a sua volta posseduta al 100% da La Leonardo Finanziaria S.r.l., di cui detiene una quota pari al 97,17% in usufrutto a tempo indeterminato.

(6) Tramite Luigi Francavilla S.a.S., di cui detiene una quota pari al 2% in piena proprietà e una quota pari al 48% in usufrutto.

(7) Tramite Delfin S.r.l., di cui detiene la nuda proprietà al 100%.

(8) Di cui 13.514.000 detenute tramite ADRs.

2.8 Interessi dei componenti il Consiglio di Amministrazione ed il Collegio Sindacale in operazioni straordinarie effettuate da Luxottica

Nessuno dei membri del Consiglio di Amministrazione e del Collegio Sindacale di Luxottica ha avuto o ha interessi in operazioni straordinarie, per il loro carattere o per le loro condizioni, effettuate da Luxottica durante l'ultimo esercizio e durante quello in corso ovvero in operazioni di ugual genere effettuate nel corso di precedenti esercizi, ma non ancora concluse.

2.9 Prestiti e garanzie concessi da Luxottica e dalle società controllate ai componenti il Consiglio di Amministrazione ed il Collegio Sindacale

Alla data del Prospetto Informativo, Luxottica, le sue società controllate e la società controllante non hanno in essere prestiti a favore di componenti il Consiglio di Amministrazione e il Collegio Sindacale di Luxottica, né sussistono garanzie costituite dalle stesse a favore di tali soggetti.

2.10 Interessi dei dirigenti di Luxottica nella Società e nel Gruppo

In data 10 marzo 1998 l'Assemblea straordinaria della Società ha deliberato un programma di *Stock Option* che prevede di aumentare il capitale sociale in una o più volte, per massime Lire 1.225.000.000, mediante l'emissione di n. 6.125.000 azioni ordinarie (a seguito del frazionamento deliberato dall'Assemblea straordinaria del 3 maggio 2000 tale ammontare è pari a n. 12.250.000 azioni) da offrire in sottoscrizione esclusivamente a dipendenti della Società e/o di società dalla stessa controllate e con esclusione del diritto di opzione dei soci in conformità al disposto dell'ultimo comma dell'Art. 2441 del Codice Civile. (Al riguardo, si veda Sezione Prima, Capitolo IV, Paragrafo 4.6.13 e Sezione Prima, Capitolo VI, paragrafo 6.15).

Alla data del 31 ottobre 2000, in esecuzione del programma di *Stock Option*, sono state emesse n. 1.014.400 azioni da nominali Lire 100.

3. INFORMAZIONI RELATIVE AGLI ASSETTI PROPRIETARI

3.1 Azionisti che detengono partecipazioni superiori al 2% del capitale

Alla data del Prospetto Informativo i soggetti che detengono partecipazioni rilevanti del capitale sociale di Luxottica sono:

Azionisti	N. azioni	Valore	%
La Leonardo Finanziaria S.r.l. ⁽¹⁾	154.405.310	15.440.531.000	34,20%
The Bank of New York ⁽²⁾	90.984.410	9.098.441.000	20,15%
Leopart Luxembourg Sarl ⁽³⁾	89.010.000	8.901.000.000	19,71%
Delfin S.r.l. ⁽⁴⁾	78.839.690	7.883.969.000	17,46%
Giorgio Armani ⁽⁵⁾	22.524.000	2.252.400.000	4,99%

(1) Paola Del Vecchio, Marisa Del Vecchio e Leonardo Maria Del Vecchio detengono rispettivamente in nuda proprietà una quota del 32,39%. Leonardo Del Vecchio detiene la piena proprietà per una quota pari al 2,83%; detiene altresì in usufrutto a tempo indeterminato una quota pari al 97,17%, esercitando i relativi diritti di voto.

(2) In qualità di depositaria delle American Depositary Receipts (ADRs). Tale numero non comprende gli ADRs detenuti da Giorgio Armani.

(3) Il cui unico socio è la Leoinvest Luxembourg Sarl, a sua volta posseduta al 100% da La Leonardo Finanziaria S.r.l.

(4) Claudio Del Vecchio detiene la nuda proprietà al 100%, Leonardo Del Vecchio detiene l'usufrutto per una quota pari al 100%, esercitando i relativi diritti di voto.

(5) Tale numero comprende n. 13.514.000 azioni, rappresentanti il 2,9951% del capitale sociale, detenute tramite ADRs presso The Bank of New York.

Gli azionisti Leopart Luxembourg S.a.r.l., La Leonardo Finanziaria S.r.l., Delfin S.r.l. e Luigi Francavilla S.a.s. oltre agli amministratori Leonardo Del Vecchio, Luigi Francavilla, Claudio Del Vecchio e Roberto Chemello, per le azioni da essi direttamente o indirettamente detenute alla data di sottoscrizione del contratto di Collocamento e Garanzia per l'Offerta Pubblica, saranno soggetti al lock-up secondo quanto indicato alla Sezione Terza, Capitolo XI, Paragrafo 11.17 del presente Prospetto.

3.2 Descrizione dell'azionariato a seguito dell'Offerta Pubblica

Successivamente all'Offerta Pubblica, il Cav. Leonardo Del Vecchio continuerà a detenere il controllo della Società con una partecipazione diretta ed indiretta pari al 69,07%. In caso di collocamento di tutte le n. 10.385.000 Azioni oggetto dell'Offerta Pubblica, la compagine sociale di Luxottica risulterà così composta:

Azionisti	Azioni ante Offerta Pubblica	Percentuale del capitale sociale	Azioni Offerta Pubblica	Azioni post Offerta Pubblica	Percentuale del capitale sociale
Loapart Luxembourg S.a.r.l.	89.010.000	19,71%	–	89.010.000	19,71%
Delfin S.r.l.	78.839.690	17,46%	–	78.839.690	17,46%
La Leonardo Finanziaria S.r.l.	154.045.310	34,20%	10.385.000	144.020.310	31,90%
Giorgio Armani	22.524.000 ⁽¹⁾	4,99%	–	22.524.000	4,99%
Altri	15.742.990	3,49%	–	15.742.990	3,49%
Mercato, di cui:					
– The Bank of New York (Flottante USA) ^(*)	90.992.410 ⁽²⁾	20,15%	–	90.992.410	20,15%
– Mercato Telematico Azionario (Flottante Italia)	0	0,00%	–	10.385.000	2,30%
Totale	451.514.400	100,00%	–	451.514.400	100,00%

(1) Comprendenti le azioni detenute tramite ADRs presso *The Bank of New York*.

(2) Non comprendenti le azioni detenute da Giorgio Armani tramite ADRs.

(*) Questi dati tengono conto dell'aumento del capitale sociale di Luxottica a seguito dell'esercizio delle opzioni di *Stock Option* successivamente al 30 settembre 2000.

3.3 Persone fisiche e giuridiche che esercitano un controllo su Luxottica anche ai sensi dell'Art. 93 del Testo Unico

Leonardo Del Vecchio: (i) detenendo in usufrutto a tempo indeterminato una quota pari al 97,17% e la nuda proprietà pari al 2,83% di La Leonardo Finanziaria S.r.l., ed esercitando i relativi poteri di voto; (ii) detenendo in usufrutto a tempo indeterminato una quota pari al 100% di Delfin S.r.l. ed esercitando i relativi poteri di voto; (iii) detenendo indirettamente, tramite la Leoinvest Luxembourg Sarl, società a sua volta posseduta al 100% da La Leonardo Finanziaria S.r.l., il controllo di Leopart Luxembourg Sarl ed esercitando i relativi poteri di voto; detiene il controllo di diritto della Società.

3.4 Indicazione dell'esistenza di pattuizioni tra i soci in merito all'esercizio dei diritti inerenti ai titoli rappresentativi del capitale, al trasferimento dei medesimi e all'esercizio del diritto di voto

Alla data del Prospetto Informativo non esistono pattuizioni tra i soci in merito all'esercizio dei diritti inerenti ai titoli rappresentativi del capitale, al trasferimento dei medesimi e all'esercizio del diritto di voto.

4. INFORMAZIONI CONCERNENTI IL PATRIMONIO, LA SITUAZIONE FINANZIARIA ED I RISULTATI ECONOMICI DEL GRUPPO LUXOTTICA

Introduzione

(a) Premessa

Nella Parte A del presente Capitolo vengono illustrati i bilanci consolidati di Luxottica Group S.p.A. relativi agli esercizi 1997, 1998 e 1999; tali bilanci sono stati sottoposti a revisione contabile e le relative relazioni della società di revisione sono allegate in appendice al presente Prospetto.

La Parte B include invece il bilancio consolidato relativo al semestre chiuso il 30 giugno 2000, anch'esso sottoposto a revisione contabile; la relativa relazione della società di revisione è anch'essa allegata in appendice al presente Prospetto. Il conto economico al 30 giugno 2000 espone come dati comparativi il conto economico dell'analogo periodo del 1999: i dati relativi al primo semestre del 1999, resi pubblici nelle forme previste dalla *Securities and Exchange Commission*, sono stati oggetto di revisione contabile limitata secondo lo *Statement of Auditing Standard* n. 71.

(b) Bilanci Consolidati Riclassificati di Luxottica Group S.p.A.

Lo Stato Patrimoniale ed il Conto Economico consolidati sono stati riclassificati secondo gli schemi dell'analisi finanziaria in conformità alla prassi internazionale.

Il criterio di riclassificazione utilizzato consente l'agevole riconducibilità delle voci a quelle dei conti annuali dell'Emittente e dai prospetti riclassificati emerge una rappresentazione della situazione economica e patrimoniale strettamente coerente con quella desumibile dai conti annuali redatti in base ai principi contabili americani (*US Gaap*) e pubblicati come richiesto dalla *Securities and Exchange Commission* per le società quotate al *New York Stock Exchange*. La Società, previo parere favorevole da parte della CONSOB, ha ritenuto infatti opportuno predisporre le informazioni contabili e finanziarie inserite nel presente Prospetto Informativo in base ai principi contabili *US Gaap* piuttosto che secondo i principi contabili italiani ("*Italian Gaap*"), per i seguenti motivi:

- (i) mantenere la continuità ed omogeneità tra l'informativa contabile comunicata al mercato negli anni scorsi, predisposta in base agli *US Gaap*, e i dati economici e patrimoniali inseriti nel presente Prospetto, per consentirne la diretta confrontabilità;
- (ii) garantire la perfetta corrispondenza tra i dati economici e patrimoniali contenuti nel presente Prospetto e quelli inseriti nel prospetto informativo in lingua inglese predisposto contestualmente ai fini della registrazione delle Azioni presso la *Securities and Exchange Commission* in conformità a quanto previsto dal *Securities Act of 1933*;
- (iii) mantenere l'omogeneità del bilancio consolidato di Gruppo con i bilanci delle società controllate americane (predisposti in base agli *US Gaap*) che rappresentano oltre il 60% dei risultati del Gruppo.

La Società predispone in ogni caso un bilancio consolidato secondo gli *Italian Gaap* in osservanza alle norme italiane vigenti per le società costituite ed aventi sede legale in Italia. Per un raffronto tra i risultati del bilancio consolidato secondo *US Gaap* e *Italian Gaap*, si rimanda al successivo Paragrafo 4.6.14.

Sono stati omessi i dati relativi al bilancio d'esercizio di Luxottica Group S.p.A. in quanto non sono di per sé significativi e non forniscono alcuna informazione aggiuntiva rispetto a quelli consolidati di Gruppo. Nelle pagine seguenti sono pertanto esposti unicamente i dati consolidati.

Nel giugno del 1999, Luxottica ha acquisito alcune attività e passività della divisione *eyewear* di Bausch & Lomb Inc. con l'obiettivo primario di acquisirne i marchi (Ray-Ban, Revo, Arnette e Killer Loop). In considerazione del fatto che le politiche produttive e commerciali seguite dal *management* Bausch & Lomb non erano in linea con quelle di Luxottica e pertanto l'attività acquisita non era facilmente integrabile in Luxottica, la Società ha cessato, nella seconda metà del 1999, le attività produttive acquisite all'estero per ricondurle nei propri stabilimenti in Italia, nell'ambito di un processo di ristrutturazione volto ad integrare le rimanenti attività acquisite nell'organizzazione Luxottica. La chiusura degli stabilimenti produttivi esteri ha comportato la svalutazione totale del valore dei cespiti acquisiti, il pagamento di indennità di licenziamento al personale interessato nonché, in alcuni casi, il pagamento di penali per l'anticipata cessazione di contratti di fornitura.

A ristrutturazione completata, la divisione Ray-Ban può essere considerata, a tutti gli effetti, come un'acquisizione di marchi che si affiancano a quelli di proprietà e a quelli utilizzati su licenza, costituendo, nel loro complesso, l'offerta di prodotti del Gruppo.

Pertanto, nonostante le attività e passività acquisite siano di per sé significative, non si è ritenuto di dover presentare dati pro-forma per simulare gli effetti patrimoniali ed economici dell'acquisizione sugli esercizi 1997, 1998 e 1999, in quanto l'informazione che si sarebbe ottenuta non avrebbe offerto una rappresentazione corretta dell'attuale struttura del Gruppo. Questa impostazione è stata condivisa dalla *Securities and Exchange Commission* che ha esentato la Società dalla predisposizione dei dati proforma relativi all'Acquisizione Ray-Ban.

In sostituzione, la *Securities and Exchange Commission* ha richiesto la revisione contabile del bilancio consolidato semestrale al 30 giugno 2000, così da ottenere (tenuto conto anche della revisione contabile del bilancio consolidato relativo all'esercizio 1999), una *audit opinion* completa sui dodici mesi successivi alla data dell'Acquisizione Ray-Ban. Pertanto, i bilanci consolidati 1999 e primo semestre 2000 (soggetti a revisione contabile) costituiscono una corretta e completa rappresentazione della situazione economica e patrimoniale della Società, comprensiva dell'Acquisizione Ray-Ban.

Parte A – Bilanci Annuali Consolidati

4.1 Prospetti di Bilancio Consolidato al 31 dicembre 1997, 1998 e 1999

4.1.1 Stato Patrimoniale Consolidato

	1997	1998	1999
	(Milioni di Lire)		
ATTIVITÀ			
Cassa e disponibilità liquide	60.156	68.828	115.898
Crediti verso clienti	336.801	355.373	548.316
Altri crediti	139.765	159.511	206.620
Rimanenze di magazzino	354.897	393.366	567.538
Ratei, risconti attivi ed altre attività a breve	71.878	69.997	126.734
Totale attività correnti	963.497	1.047.075	1.565.106
Immobilizzazioni tecniche nette	616.134	616.213	793.751
Immobilizzazioni immateriali	1.492.582	1.420.759	2.589.172
Partecipazioni	2.661	4.288	698
Altre attività a lungo termine	72.132	60.297	24.376
Totale altre attività	1.567.375	1.485.344	2.614.246
TOTALE ATTIVITÀ	3.147.006	3.148.632	4.973.103
PASSIVITÀ E PATRIMONIO NETTO			
Banche	192.832	357.314	338.479
Finanziamenti a breve termine	–	–	1.135.883
Quota corrente dei debiti a medio-lungo termine	349.845	345.562	140.372
Fornitori	196.802	188.589	225.570
Debiti verso il personale e previdenziali	82.950	73.051	104.047
Ratei, risconti passivi e altre passività	261.923	254.216	506.804
Totale passività correnti	1.084.352	1.218.732	2.451.155
Debiti a lungo termine	807.502	534.492	691.088
Fondo trattamento di fine rapporto	43.718	47.821	56.899
Fondo imposte differite	156.006	130.644	142.401
Altre passività a lungo termine	48.902	57.309	95.641
Interessi di minoranza	13.238	13.625	13.445
PATRIMONIO NETTO			
Capitale sociale	45.050	45.050	45.054
Fondo sovrapprezzo azioni	5.371	5.371	5.371
Utili non distribuiti	887.766	1.090.600	1.321.561
Differenze di conversione	59.621	9.508	155.008
Totale	997.808	1.150.529	1.526.994
Meno: azioni proprie	4.520	4.520	4.520
Patrimonio netto	993.288	1.146.009	1.522.474
TOTALE PASSIVITÀ E PATRIMONIO NETTO	3.174.006	3.148.632	4.973.103

4.1.2 Conto Economico Consolidato

	Esercizi chiusi al 31 dicembre					
	1997	%	1998	%	1999	%
	(Milioni di Lire)					
Vendite nette	2.769.839	100,0%	2.978.162	100,0%	3.628.835	100,0%
Costo del venduto	748.990	27,0%	854.520	28,7%	1.065.184	29,4%
MARGINE INDUSTRIALE	2.020.849	73,0%	2.123.642	71,3%	2.563.651	70,6%
Spese generali, amministrative e commerciali	1.587.619	57,3%	1.684.191	56,6%	2.101.531	57,9%
UTILE OPERATIVO	433.230	15,6%	439.451	14,8%	462.120	12,7%
Interessi attivi	3.143	0,1%	11.541	0,4%	4.262	0,1%
Interessi passivi	(92.188)	-3,3%	(78.312)	-2,6%	(80.086)	-2,2%
Altri proventi (oneri) netti	1.148	0,0%	(8.738)	-0,3%	55.291	1,5%
Totale	(87.897)	-3,2%	(75.509)	-2,5%	(20.533)	-0,6%
UTILE PRIMA DELLE IMPOSTE	345.333	12,5%	363.942	12,2%	441.587	12,2%
Imposte	89.742	3,2%	102.923	3,5%	124.219	3,4%
UTILE AL LORDO DEGLI INTERESSI DI MINORANZA	255.591	9,2%	261.019	8,8%	317.368	8,7%
Interessi di minoranza	4.927	0,2%	3.371	0,1%	7.517	0,2%
UTILE PRIMA DELLE POSTE STRAORDINARIE	250.664	9,0%	257.648	8,7%	309.851	8,5%
Onere straordinario	-	0,0%	-	0,0%	14.641	0,4%
Utile netto	250.664	9,0%	257.648	8,7%	295.210	8,1%
UTILE PER AZIONE BASE (in Lire) (1)						
Utile prima delle poste straordinarie	558		573		690	
Onere straordinario	-		-		33	
Utile netto	558		573		657	
UTILE PER AZIONE DILUITO (in Lire) (1)						
Utile prima delle poste straordinarie	558		573		688	
Onere straordinario	-		-		33	
Utile netto	558		573		656	
NUMERO MEDIO PONDERATO DELLE AZIONI IN CIRCOLAZIONE (in migliaia)						
Base	449.295,0		449.295,0		449.299,8	
Diluito	449.295,0		449.295,0		450.228,5	

(1) L'utile per azione base e diluito riflette il frazionamento azionario nel rapporto da uno a due come da delibera dell'Assemblea Straordinaria del 3 maggio 2000.

4.1.3 Rendiconti Finanziari Consolidati

	Esercizi chiusi al 31 dicembre		
	1997	1998	1999
	(Milioni di Lire)		
FLUSSI DI CASSA DALL'ATTIVITÀ OPERATIVA			
Utile prima degli interessi di minoranza e della perdita straordinaria	255.591	261.019	317.368
Rettifiche relative alle voci che non hanno effetto sulla liquidità:			
Oneri straordinari	–	–	(14.641)
Ammortamenti	202.974	216.211	267.469
Fondo imposte differite	(12.848)	(27.044)	(10.620)
Minusvalenze su vendita cespiti	6.046	1.057	3.511
Accantonamento TFR	9.424	9.867	11.176
Variazioni nelle attività e passività correnti:			
Crediti verso clienti	(33.363)	(25.076)	101.014
Ratei, risconti e altre attività	55.036	(22.290)	(60.764)
Rimanenze di magazzino	(40.664)	(52.811)	67.516
Fornitori	12.951	(4.104)	(41.076)
Ratei, risconti e altre passività	(253.676)	(23.187)	(325.927)
Fondo resi	949	(1.262)	551
Fondo imposte e tasse	(38.839)	18.017	11.438
Totale rettifiche	(92.010)	89.378	9.647
Flussi di cassa dall'attività operativa	163.581	350.397	327.015
FLUSSI DI CASSA DALL'ATTIVITÀ DI INVESTIMENTO			
Acquisizioni di immobilizzazioni tecniche	(193.433)	(156.151)	(172.407)
Cessioni di immobilizzazioni tecniche	–	2.232	38.383
Acquisizioni di aziende, al netto delle disponibilità liquide	–	–	(1.212.111)
(Incremento) Decremento partecipazioni	(2.092)	(1.627)	3.602
Incremento di attività immateriali	(7.190)	(93.066)	(39.005)
Flussi di cassa usati nell'attività di investimento	(202.715)	(248.612)	(1.381.538)
FLUSSI DI CASSA DALL'ATTIVITÀ FINANZIARIA			
Finanziamenti a breve termine	–	–	1.135.883
Debiti a lungo termine:			
Incrementi	368.681	165.011	685.009
Rimborsi	(338.953)	(375.076)	(579.875)
Stock Option esercitate	–	–	4
Dividendi pagati	(56.939)	(47.217)	(73.990)
Flussi di cassa generati (utilizzati) dall'attività finanziaria	(27.211)	(257.282)	1.167.031
Differenze di conversione	(19.824)	849	(43.021)
(Decremento) incremento dei conti cassa e banche	(86.169)	(154.648)	69.487
Saldo netto di cassa e banche all'inizio dell'esercizio	(45.309)	(132.676)	(288.486)
Differenze di conversione su cassa	(1.198)	(1.162)	(3.582)
Saldo netto di cassa e banche alla fine dell'esercizio	(132.676)	(288.486)	(222.581)
INFORMAZIONI SUPPLEMENTARI			
Ammontare pagato nell'anno per interessi	79.516	77.459	74.017
Ammontare pagato nell'anno per imposte	69.981	123.980	130.315
Acquisizioni dell'esercizio:			
Valore di mercato delle attività nette acquisite	–	15.539	841.937

4.1.4 Prospetto delle Variazioni nelle Voci di Patrimonio Netto Consolidato

	Capitale sociale		Riserva sovrap- prezzo Azioni	Utili indivisi	Riserva di conversione	Azioni proprie ammontare	Patrimonio netto
	Azioni n. (1)	Ammontare					
	(Milioni di Lire)						
Saldo al 1° gennaio 1997	450.500.000	45.050	5.371	682.032	5.305	(4.520)	733.238
Differenze di conversione					54.316		54.316
Dividendi				(44.930)			(44.930)
Utile netto				250.664			250.664
Saldo al 31 dicembre 1997	450.500.000	45.050	5.371	887.766	59.621	(4.520)	993.288
Differenze di conversione					(50.113)		(50.113)
Dividendi				(54.814)			(54.814)
Utile netto				257.648			257.648
Saldo al 31 dicembre 1998	450.500.000	45.050	5.371	1.090.600	9.508	(4.520)	1.146.009
Esercizio delle <i>Stock Option</i>	39.600	4					4
Differenze di conversione					145.500		145.500
Dividendi				(64.249)			(64.249)
Utile netto				295.210			295.210
Saldo al 31 dicembre 1999	450.539.600	45.054	5.371	1.321.561	155.008	(4.520)	1.522.474

(1) Il numero delle azioni tiene conto dei frazionamenti azionari deliberati dall'Assemblea straordinaria rispettivamente del 10 marzo 1998 e del 3 maggio 2000.

4.2 Acquisizione Ray-Ban

In data 26 giugno 1999 la Società ha acquisito alcune attività e passività della divisione *eyewear* della Bausch & Lomb Inc.. L'acquisizione ha riguardato tutte le linee occhiali da sole di Bausch & Lomb, compresi i marchi *Ray-Ban*, *Revo*, *Arnette* e *Killer Loop*.

L'acquisizione è stata contabilizzata usando la metodologia del "*purchase method*", e di conseguenza il prezzo d'acquisto di circa Lire 1.230 miliardi (US\$ 655 milioni) è stato imputato alle attività acquisite ed alle passività assunte in base ai valori loro attribuiti alla data di acquisizione. L'eccedenza del prezzo di acquisto rispetto ai valori attribuiti all'attivo netto acquistato (avviamento) è stata registrata nello stato patrimoniale consolidato ed è ammortizzata in 20 anni.

Il prezzo di acquisto è stato allocato provvisoriamente al 31 dicembre 1999 come segue:

	Milioni di Lire
Attivo acquisito:	
Cassa e valori equivalenti	17.021
Magazzino	181.455
Crediti	265.317
Immobilizzazioni tecniche	110.579
Marchi ed altre immobilizzazioni immateriali	601.690
Altri valori netti	30.750
Passività assunte:	
Fornitori ed altre passività	(364.875)
Attivo netto acquisito	841.937
Avviamento	387.195
Prezzo d'acquisto totale	1.229.132

La valutazione al 31 dicembre 1999 dell'attivo e del passivo acquistato dalla Società era preliminare e il *management* ha provveduto a completare la valutazione finale dei valori acquisiti nel giugno 2000. Per tale valutazione finale si rinvia al Paragrafo 4.10, Parte B, del presente Capitolo.

4.3 Analisi dell'Andamento Economico

I dati e gli indicatori economici più significativi sono desumibili dalla seguente tabella (ammontari in miliardi di Lire):

	Esercizio chiuso al 31 dicembre					
	1997	%	1998	%	1999	%
Vendite nette	2.769,8	100,0%	2.978,2	100,0%	3.628,8	100,0%
Costo del venduto	749,0	27,0%	854,5	28,7%	1.065,1	29,4%
Margine industriale	2.020,8	73,0%	2.123,7	71,3%	2.563,7	70,6%
Spese generali, amministrative e commerciali	1.587,6	57,3%	1.684,2	56,6%	2.101,5	57,9%
Utile operativo	433,2	15,6%	439,5	14,8%	462,2	12,7%
Proventi/(Oneri) finanziari netti	(89,0)	-3,2%	(66,8)	-2,2%	(75,9)	-2,1%
Altri proventi (oneri) netti	1,1	0,0%	(8,8)	-0,3%	55,2	1,5%
Utile prima delle imposte	345,3	12,5%	363,9	12,2%	441,5	12,2%
Imposte	89,7	3,2%	102,9	3,5%	124,2	3,4%
Interessi di minoranza	4,9	0,2%	3,4	0,1%	7,5	0,2%
Oneri straordinari	-	-	-	-	14,6	0,4%
Utile netto	250,7	9,0%	257,6	8,7%	295,2	8,1%
ROI ⁽¹⁾	22,6%		24,7%		14,4%	
ROE ⁽²⁾	33,8%		29,0%		24,1%	

(1) Utile operativo/Capitale investito (dedotte le passività di esercizio ed il TFR).

(2) Utile di esercizio/Patrimonio netto con esclusione dell'utile netto di esercizio.

Non viene indicato il confronto con i principali dati economici e patrimoniali dei concorrenti di dimensioni analoghe della Società, in quanto l'attività di Luxottica, presente sia nel segmento della produzione e distribuzione all'ingrosso, che nel segmento della vendita al dettaglio, non è direttamente raffrontabile con quella dei concorrenti, presenti solo nell'uno o nell'altro dei suddetti segmenti.

• **Variazioni intervenute nel 1999 rispetto al 1998**

Vendite nette

Le vendite del 1999 sono aumentate del 21,8% rispetto al 1998, passando da Lire 2.978,2 miliardi del 1998 a Lire 3.628,8 miliardi del 1999. Questo aumento è dovuto per Lire 236 miliardi alle vendite avvenute nel secondo semestre con i nuovi marchi acquisiti con la divisione Ray-Ban. L'incremento in termini omogenei è pari Lire 415 miliardi (+13,9%).

Le vendite al dettaglio in Nord America, attraverso la catena LensCrafters, sono incrementate del 18,6% passando da Lire 1.934,0 miliardi nel 1998 a Lire 2.293,0 miliardi nel 1999. L'incremento è dovuto per il 6,9% alle maggiori vendite in Dollari effettuate a parità di negozi e per la parte rimanente all'aumento dei negozi, passati da 853, al 31 dicembre 1998, a 861, al 31 dicembre 1999, ed al rafforzamento del Dollaro contro la Lira avvenuto nel 1999. Il cambio medio Lira/Dollaro è passato da Lire 1.736,24 per Dollaro del 1998 a Lire 1.819,38 per Dollaro nel 1999. L'effetto cambio ha incrementato le vendite del 1999 per Lire 120 miliardi.

Le vendite all'ingrosso nei confronti dei terzi a livello mondiale sono incrementate complessivamente del 28%, passando da Lire 1.044,2 miliardi nel 1998 a Lire 1.335,9 miliardi nel 1999, principalmente per effetto delle vendite Ray-Ban. Escludendo le vendite di prodotti a marchio Ray-Ban, l'incremento delle vendite all'ingrosso è stato di circa il 5,3%.

Nel 1999 sono stati venduti circa 23,8 milioni di pezzi contro circa 19,0 milioni del 1998 con un incremento del 25,2%. Questo incremento è dovuto per 3,2 milioni di pezzi alle vendite dei marchi acquisiti con la divisione Ray-Ban, per cui l'incremento in termini omogenei rispetto all'esercizio precedente è pari al 8,5%.

Va notato che le vendite nette in Usa e Canada nel 1999 sono state pari a Lire 2.732,0 miliardi, rappresentando pertanto il 75,3% delle vendite totali, con un incremento del 24,2% rispetto al 1998. Le vendite nette effettuate nel resto del mondo sono state pari a Lire 896,8 miliardi nel 1999, con un incremento del 15,3% rispetto al 1998.

Costo del venduto

Il costo del venduto è aumentato nel 1999 del 24,7% rispetto al 1998 ed è passato dal 28,7% al 29,4% in termini percentuali sulle vendite. La ragione è principalmente da ricercarsi nell'inclusione della divisione Ray-Ban, caratterizzata da strutture produttive e distributive a costi più elevati rispetto a quelli di Luxottica.

Gli acquisti (al netto della variazione delle rimanenze) sono passati dal 13,4% delle vendite relative al 1998 al 14,1% di quelle relative al 1999.

Il costo del personale è passato da Lire 330,7 miliardi nel 1998 a Lire 394,3 miliardi nel 1999, con un incremento del 19,2%.

In termini percentuali sulle vendite il costo del personale è passato dall'11,1% del 1998 al 10,9% del 1999 per effetto principalmente della maggior efficienza conseguita dai negozi della catena LensCrafters.

Margine industriale

Il margine industriale è aumentato nel 1999 del 20,7% rispetto al 1998, anche se in termini percentuali sulle vendite è passato dal 71,3% del 1998 al 70,6% del 1999 per le ragioni spiegate precedentemente.

Spese generali amministrative e commerciali

Le spese generali amministrative e commerciali sono passate da Lire 1.684,2 miliardi del 1998 a Lire 2.101,5 miliardi del 1999, registrando pertanto un aumento del 24,8%.

In particolare le spese di vendita, pubblicità e *royalties*, sono passate da Lire 1.251,0 miliardi del 1998 a Lire 1.506,9 miliardi del 1999, registrando un incremento del 20,4% per effetto della maggior attività di vendita. L'incidenza di queste spese sulle vendite si è tuttavia ridotta dello 0,4% per effetto dell'aumento nelle vendite al dettaglio e delle vendite Ray-Ban sulle quali non pesano le *royalties*.

Le spese generali ed amministrative sono incrementate nel 1999 del 37,2%, passando da Lire 433,2 miliardi del 1998 a Lire 594,6 miliardi del 1999 per effetto degli oneri connessi all'Acquisizione Ray-Ban e dell'ammortamento dei relativi marchi, che nel 1999 ha pesato per circa Lire 26 miliardi. Dal momento dell'Acquisizione Ray-Ban, il *management* di Luxottica è stato impegnato nella riduzione dei costi di struttura della divisione acquisita attraverso la razionalizzazione e l'integrazione delle sue strutture produttive e distributive con quelle del Gruppo.

Utile operativo

L'utile operativo nel 1999 è stato pari a Lire 462,1 miliardi, rappresentando il 12,7% delle vendite, mentre nel 1998 è stato pari a Lire 439,5 miliardi, rappresentando il 14,8% delle vendite. Per quanto riguarda il segmento della produzione e distribuzione all'ingrosso, l'utile operativo si è ridotto in termini percentuali sulle vendite passando dal 23,9% del 1998 al 17,4% del 1999. La riduzione di 6,5 punti percentuali sulle vendite è dovuta alla riduzione precedentemente spiegata del margine industriale ed ai costi di struttura della divisione Ray-Ban significativamente più alti rispetto a quelli del resto del Gruppo.

Nel segmento delle vendite al dettaglio, l'utile operativo è rimasto relativamente costante passando dal 12,5% del 1998 al 12,0% del 1999.

Oneri finanziari netti

Gli oneri finanziari (al netto dei proventi) sono aumentati passando da Lire 66,8 miliardi del 1998 a Lire 75,8 miliardi del 1999, per effetto dei finanziamenti contratti per l'Acquisizione Ray-Ban.

Altri proventi (oneri)

Negli altri proventi del 1999 sono inclusi Lire 41,9 miliardi di proventi relativi alla risoluzione anticipata di un contratto di "currency swap".

Utile netto

L'utile prima delle imposte e degli interessi di minoranza è stato nel 1999 di Lire 441,6 miliardi, pari al 12,2% delle vendite nette, contro Lire 363,9 miliardi del 1998, pari al 12,2% delle vendite nette.

Gli interessi di minoranza sono stati nel 1999 Lire 7,5 miliardi, contro Lire 3,4 miliardi del 1998. L'incremento è dovuto agli investimenti effettuati nel 1999 in *joint venture* con terzi.

L'utile netto è passato da Lire 257,6 miliardi nel 1998 a Lire 295,2 miliardi nel 1999, pur includendo l'onere straordinario (al netto delle imposte) di Lire 14,6 miliardi relativo all'estinzione anticipata di un finanziamento.

L'utile per azione base è passato da Lire 573 del 1998 a Lire 657 del 1999, mentre quello diluito è passato da Lire 573 del 1998 a Lire 656 del 1999.

• ***Variazioni intervenute nel 1998 rispetto al 1997***

Vendite nette

Complessivamente nel 1998 le vendite sono aumentate del 7,5% rispetto al 1997, passando da Lire 2.769,8 miliardi del 1997 a Lire 2.978,2 miliardi del 1998.

Le vendite al dettaglio in Nord America, attraverso la catena LensCrafters, sono aumentate sia in valore che in quantità di circa il 10,7%. Questo incremento è attribuibile all'aumento del numero dei negozi, passati da 745 a fine 1997 a 853 a fine 1998. L'incremento delle vendite in Dollari a parità di negozi è stimato in circa il 2,5%. Gli incrementi sopra descritti sono stati parzialmente influenzati dal fatto che l'esercizio 1998 di LensCrafters si componeva di 52 settimane di vendita contro le 53 del 1997. Le vendite hanno risentito positivamente del rafforzamento del Dollaro sulla Lira, il cui cambio medio è stato nel 1998 di Lire 1.736,24 per Dollaro contro Lire 1.703,43 per Dollaro nel 1997.

Le vendite all'ingrosso nei confronti dei terzi a livello mondiale sono incrementate complessivamente del 2,1%, passando da Lire 1.022,7 miliardi nel 1997 a Lire 1.044,2 miliardi nel 1998.

Le quantità vendute sono passate da circa 18,5 milioni di pezzi nel 1997 ai circa 19,0 milioni di pezzi nel 1998, con un incremento del 2,7%.

Va notato che le vendite nette in Usa e Canada nel 1998 sono state pari a Lire 2.200,4 miliardi, rappresentando pertanto il 73,9% delle vendite totali, con un incremento rispettivamente del 8,7% nelle vendite e del 2,2% delle quantità rispetto al 1997.

Le vendite effettuate nel resto del mondo sono state pari a Lire 777,7 miliardi nel 1998, con un incremento rispetto al 1997 del 4,4% a valore e del 3,1% a quantità.

Costo del venduto

Il costo del venduto è stato nel 1998 pari a Lire 854,5 miliardi, registrando un aumento del 14,1% rispetto al 1997. In termini percentuali sulle vendite è passato dal 27,0% del 1997 al 28,7% del 1998.

Gli acquisti (al netto della variazione delle rimanenze) sono passati dal 12,5% delle vendite relative al 1997 al 13,4% di quelle relative al 1998. Questo fatto è da attribuire ad un incremento dei costi delle materie prime al quale non ha fatto seguito un relativo aumento dei prezzi di vendita.

Il costo del personale è passato da Lire 299,8 miliardi nel 1997 a Lire 330,7 miliardi nel 1998, con un incremento del 10,3%.

Il costo del lavoro in termini percentuali sulle vendite è passato dal 10,8% del 1997 all'11,1% del 1998, principalmente per effetto dell'apertura di 108 nuovi negozi LensCrafters.

I costi di produzione sono passati, in termini percentuali sul fatturato, dal 3,3% del 1997 al 3,5% del 1998, a seguito dei costi conseguenti alla riorganizzazione dei processi produttivi ed all'ampliamento degli stabilimenti industriali in Agordo.

Margine industriale

Il margine industriale è aumentato nel 1998 del 5,1% rispetto al 1997, passando da Lire 2.020,8 miliardi del 1997 a lire 2.123,6 miliardi del 1998, anche se in termini di percentuale sulle vendite è passato dal 73,0% del 1997 al 71,3% del 1998. La variazione è dovuta alla ristrutturazione delle unità produttive, all'espansione degli stabilimenti in Agordo e al fatto che la rapida e profittevole crescita di LensCrafters ha fatto sentire i suoi effetti solo a fine 1998.

Spese generali, amministrative e commerciali

Le spese generali amministrative e commerciali sono passate da Lire 1.587,6 miliardi del 1997 a Lire 1.684,2 miliardi del 1998, registrando pertanto un aumento del 6,1%.

La loro incidenza in termini percentuali sulle vendite si è tuttavia ridotta passando dal 57,3% del 1997 al 56,6% del 1998.

In particolare le spese di vendita, pubblicità e *royalties* sono passate da Lire 1.134,5 miliardi del 1997 a Lire 1.251,0 miliardi del 1998, registrando un incremento del 10,3%. Questo incremento è principalmente dovuto ai costi connessi ai 108 nuovi negozi aperti o acquisiti nel corso del 1998.

Le spese generali ed amministrative si sono ridotte nel 1998 del 4,4%, passando da Lire 453,1 miliardi del 1997 a Lire 433,2 miliardi del 1998. Questa riduzione è principalmente da attribuire alle efficienze conseguite da LensCrafters ed al risparmio dei costi conseguente alla fusione per incorporazione in Luxottica S.p.A. di La Mecanoptica Leonardo S.p.A. e di Persol S.p.A..

Va segnalato che le spese generali ed amministrative includono l'ammortamento di avviamento e marchi per Lire 55,0 miliardi, dei quali Lire 49,9 miliardi sono relativi all'acquisizione di LensCrafters.

Utile operativo

L'utile operativo è stato nel 1998 pari a Lire 439,5 miliardi, rappresentando il 14,8% delle vendite nette, contro Lire 433,2 miliardi del 1997, pari al 15,6% delle vendite nette.

L'utile operativo del segmento di business relativo alla produzione ed alla vendita all'ingrosso è migliorato leggermente passando dal 23,5% del 1997 al 23,9% del 1998 in termini percentuali sulle vendite.

Nel segmento delle vendite al dettaglio, l'utile operativo si è ridotto passando dal 14,7% sulle vendite del 1997 al 12,5% sulle vendite del 1998.

Questo decremento è conseguenza della riduzione nel margine lordo e dell'aumento dei costi di vendita e pubblicità spiegati in precedenza.

Oneri finanziari netti

Gli oneri finanziari (al netto dei proventi) si sono ridotti passando da Lire 89,0 miliardi del 1997 a Lire 66,8 miliardi del 1998. Gli oneri finanziari del 1998 includono Lire 53,3 miliardi (Lire 66,9 miliardi nel 1997) relativi al finanziamento dell'acquisizione di LensCrafters.

Altri proventi (oneri)

Negli altri oneri del 1998 sono inclusi Lire 8,3 miliardi di perdite non realizzate alla fine dell'anno relative ad operazioni di copertura sui tassi di interesse dei finanziamenti accesi nel settembre 1998.

Utile netto

L'utile prima delle imposte e degli interessi di minoranza è stato nel 1998 di Lire 363,9 miliardi, pari al 12,2% delle vendite nette, contro Lire 345,3 miliardi del 1997, pari al 12,5% delle vendite nette.

Gli interessi di minoranza sono stati nel 1998 di Lire 3,4 miliardi, contro Lire 4,9 miliardi del 1997.

L'utile netto è passato da Lire 250,7 miliardi del 1997 a Lire 257,6 miliardi del 1998.

L'utile per azione base e diluito sono passati da Lire 558 del 1997 a Lire 573 del 1998.

4.4 Analisi dell'Andamento Patrimoniale e Finanziario

I dati e gli indicatori patrimoniali e finanziari più significativi sono desumibili dalla seguente tabella (ammontari in miliardi di Lire):

	31 dicembre					
	1997	%	1998	%	1999	%
Attività correnti	963,5	30,6%	1.047,1	33,3%	1.565,1	31,5%
Immobilizzazioni materiali	616,1	19,6%	616,2	19,6%	793,8	16,0%
Immobilizzazioni immateriali	1.492,6	47,4%	1.420,7	45,1%	2.589,2	52,1%
Altre immobilizzazioni	74,8	2,4%	64,6	2,1%	25,0	0,5%
Totale attività	3.147,0	100,0%	3.148,6	100,0%	4.973,1	100,0%
Passività correnti	1.084,3	34,5%	1.218,7	38,7%	2.451,1	49,3%
Debiti a lungo termine	807,5	25,7%	534,5	17,0%	691,1	13,9%
Altre passività a lungo termine	261,9	8,3%	249,4	7,9%	308,4	6,2%
Patrimonio netto	993,3	31,6%	1.146,0	36,4%	1.522,5	30,6%
Totale passività e patrimonio netto	3.147,0	100,0%	3.148,6	100,0%	4.973,1	100,0%
Patrimonio netto/Totale attività	0,32		0,36		0,31	
Indebitamento netto/Patrimonio netto	1,30		1,02		1,44	
Attività correnti/Passività correnti	0,89		0,86		0,64	

Il confronto dei dati patrimoniali del 1999 con i corrispondenti dati del 1998 è fortemente influenzato dall'Acquisizione Ray-Ban, principale motivo dell'incremento di Lire 1.168 miliardi

delle immobilizzazioni immateriali e dell'incremento dell'indebitamento netto di lire 1.020 miliardi, e dall'ulteriore rafforzamento del Dollaro. Il rafforzamento del Dollaro rispetto alla Lira, avvenuto nel 1999, ha avuto l'effetto di rivalutare il valore di avviamento e marchi contabilizzati in Dollari nei bilanci delle società americane portandoli, nonostante gli ammortamenti effettuati, ai valori del 1997 e di rivalutare i patrimoni netti delle società americane, fatto che è causa principale della variazione di Lire 145 miliardi nella riserva di conversione.

Quanto descritto porta il rapporto fra indebitamento e patrimonio netto da 1,02 del 1998 a 1,44 del 1999.

Il finanziamento temporaneo di questa acquisizione con l'indebitamento a breve ha l'effetto di peggiorare il rapporto fra attività correnti e passività correnti che passa da 0,86 del 1998 a 0,64 del 1999.

L'analisi dei dati patrimoniali della precedente tabella evidenzia un andamento uniforme per quanto riguarda il confronto fra gli esercizi 1997 e 1998.

Da questo confronto si evidenzia come la gestione caratteristica generi risorse tali da consentire la riduzione dell'indebitamento netto, che si riduce nel 1998 di Lire 122 miliardi. Il rapporto tra indebitamento e patrimonio netto infatti passa da 1,30 del 1997 a 1,02 del 1998.

Il rapporto fra attività correnti e passività correnti peggiora nel 1998 in modo marginale passando da 0,89 a 0,86 per effetto della riduzione dell'indebitamento a lungo termine.

• **Analisi del capitale circolante**

Il capitale circolante è così composto (ammontari in miliardi di Lire):

	31 dicembre		
	1997	1998	1999
Crediti verso clienti	336,8	355,4	548,3
Rimanenze di magazzino	354,9	393,4	567,5
Ratei e risconti attivi	71,9	70,0	126,7
Crediti verso Erario	61,1	70,8	95,6
Imposte differite attive	78,7	88,7	111,1
Fornitori	(196,8)	(188,6)	(225,6)
Fondo imposte	(47,2)	(61,4)	(91,6)
Ratei e risconti passivi	(82,9)	(73,1)	(104,0)
Fondo resi	(17,9)	(15,5)	(18,7)
Altre passività a breve	(196,8)	(177,3)	(396,6)
Capitale circolante	361,7	462,4	612,8

Nel 1999 il capitale circolante netto si è incrementato di Lire 150,4 miliardi soprattutto per effetto dell'Acquisizione Ray-Ban. Le vendite effettuate con i nuovi marchi acquisiti, pari a Lire 236 miliardi, hanno contribuito all'incremento dei crediti verso clienti ed all'incremento delle rimanenze di magazzino rispettivamente per Lire 192,9 miliardi e Lire 174,1 miliardi. Per contro, le passività a breve hanno risentito di passività accantonate, anch'esse attribuibili alla divisione Ray-Ban, per circa Lire 113 miliardi.

La variazione del capitale circolante netto, incrementatosi di Lire 100,7 miliardi nel 1998 rispetto al 1997, è principalmente dovuta all'incremento dei crediti verso clienti (+Lire 18,6 miliardi) ed all'incremento delle rimanenze di magazzino (+Lire 38,5 miliardi), effetto diretto dell'incremento delle vendite, non compensato da un analogo incremento nelle passività a breve che nel loro complesso si sono ridotte di Lire 25,7 miliardi.

- **Evoluzione nei flussi di cassa**

I rendiconti finanziari, già dettagliati nel precedente Paragrafo 1.3, possono essere analizzati e commentati come segue (ammontari in miliardi di Lire):

	Esercizi chiusi al 31 dicembre		
	1997	1998	1999
Flussi derivanti dall'attività operativa:			
Utile prima degli interessi dei terzi e della perdita straordinaria	255,6	261,0	317,4
Perdita straordinaria	–	–	(14,6)
Ammortamenti	203,0	216,2	267,5
Altre variazioni	2,6	(16,1)	4,1
Passaggio a breve dei debiti a lungo	(223,5)	(21,7)	(3,9)
Variazioni nelle attività e passività a breve	(74,1)	(89,0)	(243,5)
Totale	163,6	350,4	327,0

L'attività operativa ha generato flussi di cassa significativi che tuttavia sono stati parzialmente assorbiti dalla variazione nelle attività e passività correnti, il cui saldo netto è aumentato sia per effetto dell'incremento delle vendite dovuto all'attività ordinaria che a quelle relative all'Acquisizione Ray-Ban.

	Esercizi chiusi al 31 dicembre		
	1997	1998	1999
Impieghi derivanti dall'attività di investimento:			
Acquisizione di immobilizzazioni tecniche	(193,4)	(156,2)	(172,4)
Cessione di immobilizzazioni tecniche	–	2,2	38,4
Acquisizione di azienda	–	–	(1.212,1)
Acquisizione di immobilizzazioni immateriali	(7,2)	(93,1)	(39,0)
Variazione nelle partecipazioni	(2,1)	(1,6)	3,6
Totale	(202,7)	(248,6)	(1.381,5)

L'acquisizione di immobilizzazioni tecniche si è mantenuta ad un livello uniforme nei tre anni esaminati. Nel 1998 l'acquisizione di vari negozi da parte di LensCrafters ha comportato il pagamento di corrispettivi a titolo di avviamento che sono stati contabilizzati nelle immobilizzazioni immateriali.

Nel 1999 l'attività di investimento più rilevante è consistita nell'Acquisizione Ray-Ban da Bausch & Lomb.

	Esercizi chiusi al 31 dicembre		
	1997	1998	1999
Flussi derivanti dall'attività finanziaria:			
Incremento dei finanziamenti a breve	–	–	1.135,9
Incremento dei debiti a lungo	368,7	165,0	685,0
Rimborso dei debiti a lungo	(339,0)	(375,1)	(579,9)
Dividendi pagati	(56,9)	(47,2)	(74,0)
Totale	(27,2)	(257,3)	1.167,0

I flussi di cassa generati dall'attività operativa, al netto di quelli utilizzati nell'attività di investimento, hanno consentito nel 1997 e nel 1998 di ridurre l'indebitamento.

Nel 1999, l'Acquisizione Ray-Ban ha richiesto l'accensione di un finanziamento di Lire 1.136 miliardi.

- **Analisi dell'indebitamento**

L'indebitamento della Società può essere analizzato come segue (ammontari in miliardi di Lire):

	31 dicembre		
	1997	1998	1999
Debiti finanziari a breve termine:			
Banche	192,8	357,3	338,5
Finanziamenti	–	–	1.135,9
Quota corrente finanziamenti a medio e lungo termine	349,8	345,6	140,3
Disponibilità liquide	(60,1)	(68,8)	(115,9)
Totale debiti finanziari a breve termine netti	482,5	634,1	1.498,8
Debiti finanziari a medio e lungo termine	807,5	534,4	691,1
Indebitamento finanziario netto complessivo	1.290,0	1.168,5	2.189,9

L'incremento della posizione finanziaria nel 1999 è dovuto all'Acquisizione Ray-Ban, parzialmente compensato dalla generazione di flussi di cassa. La strutturazione dell'indebitamento bancario tra breve e lungo termine è stata determinata sulla base delle aspettative temporali dei flussi di cassa: il "Credit Agreement" di US\$ 1,1 miliardi, acceso nel 1995 per finanziare l'acquisizione della LensCrafters, aveva una parte "Term" con rimborsi fissi trimestrali ed una parte "Revolver" rinnovata periodicamente a 1, 2 o 3 mesi con importi variabili normalmente decrescenti, rimborsati sulla base dei flussi di cassa generati.

Detto prestito è stato estinto il 30 giugno 1999 a seguito dell'emissione di un prestito obbligazionario da parte della società controllata Luxottica Luxembourg S.A. per un importo di Euro 350 milioni, al tasso fisso del 3,625%, di durata triennale con scadenza al 25 giugno 2002, la cui provvista è stata girata alla consociata Luxottica U.S. Holdings, che successivamente ha stipulato un contratto di *cross currency swap* per scambiare l'ammontare in Euro ricevuto con un controvalore in Dollari al tasso fisso del 6,10%.

L'Acquisizione Ray-Ban è stata tutta finanziata a breve termine tramite un "finanziamento ponte" della durata di un anno per complessivi US\$ 650 milioni (circa Lire 1.220 miliardi) suddivisi in due tranches:

- US\$ 120 milioni (circa Lire 225 miliardi) versati direttamente alla controllata Ray-Ban Sun Optics Inc. e che sono stati estinti in aprile 2000;
- US\$ 530 milioni (circa Lire 990 miliardi) che sono stati sostituiti da un accordo di finanziamento stipulato con un pool di banche (capofila Unicredito) per Euro 500 milioni. Tale accordo prevede un finanziamento a lungo termine di Euro 300 milioni al tasso Euribor+0,4% (5,01% al 30 giugno 2000) con scadenza 16 giugno 2003 e un indebitamento sotto forma di "*Revolving loan*" per altri Euro 200 milioni al tasso Euribor+0,375% (4,86% al 30 giugno 2000) che può essere rinnovato, a discrezione della Società, ogni sei mesi, fino alla scadenza dell'accordo prevista per il giugno 2003.

In merito alle tipologie dei tassi d'interesse, considerati i forti flussi di cassa generati che permettono veloci rimborsi di esposizioni a breve, è pratica aziendale posizionarsi sul tasso variabile sia per il Dollaro che per l'Euro: solo per indebitamenti a lungo – in presenza di aspettative al rialzo delle curve dei tassi – vengono ricercate opportunità finanziarie a tasso fisso, come nel caso del prestito obbligazionario di Luxottica Luxembourg del giugno '99 o del *cross currency swap* del prestito infragruppo di Luxottica Luxembourg a Luxottica US Holdings.

Al 31 dicembre 1999 la capogruppo aveva fidi bancari per circa Lire 2.850 miliardi, utilizzati parzialmente per Lire 2.315 miliardi. Le future espansioni dell'attivo circolante e gli investimenti pianificati verranno finanziati innanzi tutto con i flussi di cassa generati e solo in caso di necessità ricorrendo alle linee di credito a breve tuttora disponibili.

La seguente tabella mostra la suddivisione della posizione finanziaria al 31 dicembre 1999, del fatturato netto e dei costi totali nel 1999, per valuta.

	Dollari U.S.	Lire Italiane	Altre valute	Totale
Posizione finanziaria	42%	55%	3%	100%
Fatturato netto	72%	15%	13%	100%
Costi totali	66%	29%	5%	100%

4.5 Principi contabili

Consolidamento delle partecipazioni – Il bilancio consolidato di Luxottica comprende i bilanci della capogruppo e di tutte le controllate totalitarie o di maggioranza italiane ed estere. Inoltre il bilancio consolidato di tutti gli esercizi esposti include anche i bilanci delle società partecipate al 50% in cui Luxottica esercita una significativa influenza nella gestione. Le partecipazioni di almeno il 20% in società non consolidate sono state contabilizzate con il metodo del patrimonio netto, mentre partecipazioni inferiori al 20% sono esposte al costo. Tutti i maggiori saldi infragruppo sono eliminati nel consolidato. Sin dal 1995 la Società ha predisposto i propri bilanci consolidati utilizzando i principi contabili generalmente accettati negli Stati Uniti d’America (“U.S. Gaap”).

Traduzione di Importi e Transazioni in Valuta Estera – La Società contabilizza le sue operazioni in valuta e le sue transazioni all’estero secondo lo *Statement of Financial Accounting Standards (SFAS) No. 52 (“Foreign Currency Translation”)*. I bilanci delle controllate estere sono convertiti in Lire italiane, che costituiscono sia la valuta funzionale che quella usata per la redazione dei bilanci. Le attività e passività delle controllate estere sono convertite usando i tassi di cambio correnti alla data di chiusura dell’esercizio. Le operazioni economiche sono convertite usando la media dei tassi di cambio dell’esercizio. L’aggiustamento per le differenze cambio cumulative che ne scaturisce è stato registrato come un componente separato del patrimonio netto. Le operazioni in valuta estera sono registrate ai tassi di cambio in vigore alla data dell’operazione. Gli utili o perdite su cambi realizzati o non realizzati durante l’anno sono imputati al conto economico dell’esercizio.

Cassa e disponibilità liquide – La Società considera gli investimenti di liquidità con una scadenza uguale o inferiore a tre mesi quali valori equivalenti alla cassa.

Crediti – Sono iscritti secondo il loro presumibile valore di realizzo al netto del relativo fondo svalutazione determinato in base ai principi di prudenza.

Rimanenze di Magazzino – Le rimanenze sono valutate al minore tra il costo, determinato usando il metodo della media ponderata (che approssima il metodo FIFO), ed il valore di mercato al 31 dicembre 1997, 1998 e 1999.

Immobilizzazioni Tecniche – Le immobilizzazioni tecniche sono valutate al costo storico di acquisto. Gli ammortamenti sono calcolati principalmente in quote costanti secondo la presunta vita utile dei relativi cespiti, stimata come segue:

	Vita utile stimata
Fabbricati	da 19 a 33 anni
Macchinari e impianti	da 3 a 10 anni
Velivoli	7 anni
Altre immobilizzazioni	da 5 a 8 anni
Migliorie su immobili in affitto	minore tra 10 anni o la durata residua del contratto di affitto/leasing

Le spese di manutenzione e riparazione sono contabilizzate fra i costi d'esercizio.

Avviamento – L'eccedenza del prezzo d'acquisto rispetto al valore normale dei beni acquisiti (avviamento) è ammortizzata in quote costanti in periodi che variano dai 10 ai 25 anni.

Marchi – A seguito delle varie acquisizioni, la Società ha contabilizzato tra le immobilizzazioni immateriali alcuni marchi, la cui valutazione è stata effettuata a mezzo di perizie indipendenti. I valori iscritti a bilancio vengono ammortizzati in quote costanti per periodi che variano dai 20 ai 25 anni.

Riduzione Permanente di Valore delle Immobilizzazioni – La recuperabilità dei valori dell'avviamento, dei marchi e delle altre immobilizzazioni viene riconsiderata ogni qualvolta si verificano eventi e mutamenti che possano far ritenere non più recuperabile il valore iscritto in bilancio. Quando si verificano questi eventi, la Società procede alla quantificazione della perdita di valore attraverso il confronto del valore contabile con la stima dei flussi di cassa attesi dall'utilizzo del bene e dalla sua eventuale cessione. Se la somma dei flussi di cassa attesi è inferiore al valore contabile dell'immobilizzazione, gli Amministratori procedono a riconoscere una perdita permanente di valore attraverso una opportuna svalutazione. Tale svalutazione, se ritenuta necessaria, sarà equivalente all'ammontare per cui il valore contabile del bene eccede il suo valore normale ("fair value") determinato come spiegato sopra. La Società ritiene che al 31 dicembre 1997, 1998 e 1999 non si sia manifestata alcuna perdita permanente di valore delle proprie immobilizzazioni.

Oneri per l'Apertura e la Chiusura di Negozi – Gli oneri per l'apertura di negozi sono contabilizzati nell'esercizio in cui vengono sostenuti in accordo con lo *Statement of Position (SOP) 98-5 ("Accounting for the cost of start-up activities")*. I costi associati alla chiusura di negozi o servizi sono accantonati nel periodo in cui la decisione viene presa.

Ratei e risconti – Sono iscritte in tali voci quote di costi e proventi comuni a due o più esercizi, la cui entità varia in ragione del tempo, in applicazione del principio della competenza economica.

Debiti – Sono iscritti al loro valore nominale. La componente finanziaria eventualmente inclusa nei debiti a medio e lungo termine viene scorporata impiegando un idoneo tasso di mercato.

Fondo Trattamento di Fine Rapporto – Il fondo trattamento di fine rapporto è dato dagli importi accantonati per ogni dipendente delle società italiane e di alcune altre società del Gruppo, in accordo con quanto previsto dai contratti di lavoro e dalle disposizioni legislative vigenti nei rispettivi paesi.

Conseguimento dei Ricavi – Le vendite sono considerate conseguite al momento della spedizione dei prodotti oppure del loro ricevimento da parte del cliente. A causa delle particolari condizioni di vendita operanti in certi paesi, alcune società controllate effettuano degli stanziamenti per coprire le passività derivanti dai resi che si stima perverranno nei periodi successivi. Tali stanziamenti sono inseriti nello stato patrimoniale consolidato nella voce "Fondo Resi".

Imposte sul Reddito – Le imposte sul reddito sono contabilizzate secondo lo SFAS No. 109 ("*Accounting for Income Taxes*"), che richiede il riconoscimento delle attività e passività per imposte differite risultanti dalle conseguenze fiscali future in relazione ad eventi che sono stati inclusi alternativamente nel bilancio o nella dichiarazione dei redditi della Società. Secondo questo metodo, le passività ed attività per imposte differite sono determinate in base alle differenze tra le attività e passività in bilancio e quelle risultanti ai fini fiscali, utilizzando aliquote in vigore per l'esercizio in cui è atteso l'assorbimento di tali differenze.

Influenza delle Stime – La redazione dei bilanci secondo principi contabili generalmente accettati richiede che gli Amministratori utilizzino stime o formulino ipotesi che possono influenzare l'ammontare delle attività e passività (incluse nello stato patrimoniale o solamente evidenziate nelle note esplicative come potenziali attività e passività alla data di pubblicazione del bilancio) nonché dei ricavi e dei costi del periodo riportato. Di conseguenza, i risultati effettivi potrebbero divergere da tali stime.

Utile per Azione – La Società ha applicato lo SFAS No. 128 (*"Earnings per Share"*) che richiede la rappresentazione dell'utile per azione "di base" e "diluito" nel prospetto di conto economico. L'utile per azione "di base" è determinato sulla media del numero di azioni in circolazione durante il periodo di riferimento. L'utile "diluito" è determinato sulla media del numero di azioni e titoli equivalenti (opzioni e *warrants*) in circolazione durante il periodo di riferimento.

Valore Normale ("Fair Value") delle Attività Finanziarie – Le attività finanziarie consistono principalmente in attività liquide, titoli negoziabili, crediti verso clienti, debiti verso fornitori e verso altri, alcuni contratti in prodotti derivati utilizzati per la copertura delle operazioni del Gruppo. La Società calcola il valore normale delle attività finanziarie in base ai tassi di interesse e tramite il confronto con i prezzi di mercato di analoghi titoli quotati. Al 31 dicembre 1997, 1998 e 1999, il valore normale delle attività finanziarie della Società approssimava sostanzialmente il loro valore contabile ad eccezione di quanto eventualmente diversamente specificato.

Strumenti finanziari derivati – La Società utilizza strumenti finanziari derivati nell'ambito della sua politica di gestione del rischio derivante da variazioni nei tassi di interesse o nei tassi di cambio. La Società utilizza tali strumenti qualora valuti la necessità di coprire i relativi rischi. Gli utili e le perdite derivanti dalle operazioni di copertura di voci dell'attivo o del passivo sono incluse nel valore contabile di tali voci e sono contabilizzate a conto economico quale parte integrante del loro valore contabile. Qualsiasi contratto che non sia di copertura è registrato al suo valore di mercato con la contabilizzazione di ogni differenza, rispetto al valore previsto, sia essa realizzata che non realizzata, al conto economico del periodo in cui tale differenza si origina. La futura applicazione dello SFAS No. 133, *"Accounting for Derivative Instruments and Hedging Activities"* che deve essere adottata dal 1° gennaio 2001 non avrà effetti significativi sul bilancio consolidato.

4.6 Dettaglio e Commento alle Voci dello Stato Patrimoniale

4.6.1 Cassa e disponibilità liquide e debiti bancari a breve

Le disponibilità liquide e i conti bancari sono così composti (ammontari in milioni di Lire):

	31 dicembre		
	1997	1998	1999
Cassa	886	617	4.241
Liquidità presso banche	59.270	68.211	111.657
Cassa e disponibilità liquide	60.156	68.828	115.898
Banche passive	(192.832)	(357.314)	(338.479)
Finanziamenti a breve termine	–	–	(1.135.883)

A seguito dell'Acquisizione Ray-Ban, nel giugno 1999 la Società ha sottoscritto un accordo di finanziamento a breve termine con un pool di banche italiane ed estere che ha concesso una linea di credito per un ammontare fino a Lire 1.220 miliardi. Al 31 dicembre 1999, circa Lire 85 miliardi di questo finanziamento erano inutilizzati. L'accordo prevede un tasso d'interesse pari al LIBOR+0,5% (4,09% al 31 dicembre 1999) e l'opzione per la Società di scegliere il periodo per la liquidazione degli interessi.

4.6.2 Crediti verso clienti

I crediti verso clienti sono iscritti in bilancio al netto dei seguenti fondi svalutazione (ammontari in milioni di Lire):

	31 dicembre		
	1997	1998	1999
Crediti verso clienti	352.915	371.541	578.491
Fondo svalutazione crediti	(16.114)	(16.168)	(30.175)
Totale	336.801	355.373	548.316

L'incremento avvenuto nel 1999 è da attribuirsi essenzialmente all'Acquisizione Ray-Ban e ai relativi maggiori volumi di fatturato.

4.6.3 Altri crediti

Gli altri crediti sono composti come segue (ammontari in milioni di Lire):

	31 dicembre		
	1997	1998	1999
Imposte differite attive correnti	78.704	88.691	111.068
Crediti verso l'Erario per IVA e imposte	61.061	70.820	95.552
Totale	139.765	159.511	206.620

Per la composizione delle imposte differite rimandiamo al successivo Paragrafo 4.6.9.

4.6.4 Rimanenze di magazzino

Le rimanenze di magazzino sono così composte (ammontari in milioni di Lire):

	31 dicembre		
	1997	1998	1999
Materie prime e imballaggi	44.855	50.338	63.051
Prodotti in corso di lavorazione	33.878	34.120	39.898
Prodotti finiti	276.164	308.908	464.589
Totale	354.897	393.366	567.538

L'incremento delle giacenze di prodotti finiti è principalmente legato al magazzino acquisito con la divisione Ray-Ban.

4.6.5 Ratei, risconti attivi ed altre attività a breve

	31 dicembre		
	1997	1998	1999
Ratei e risconti attivi:			
Spese di pubblicità	7.103	6.870	13.430
Royalties	35.320	27.068	2.217
Altri ratei e risconti	19.893	24.750	32.814
Altre attività a breve:			
Anticipi a fornitori	916	869	9.430
Altre attività	8.646	10.440	68.843
Totale	71.878	69.997	126.734

4.6.6 Immobilizzazioni tecniche nette

Le immobilizzazioni tecniche nette sono composte come segue (ammontari in milioni di Lire):

	31 dicembre		
	1997	1998	1999
Terreni e fabbricati	384.006	396.369	568.103
Impianti e macchinari	304.556	408.432	528.388
Velivoli	46.974	46.974	46.958
Altre immobilizzazioni	247.019	227.827	294.844
Fabbricati in leasing	4.490	4.486	4.516
	987.045	1.084.088	1.442.809
Fondo ammortamento	(370.911)	(467.875)	(649.058)
Totale	616.134	616.213	793.751

Gli ammortamenti per gli esercizi chiusi al 31 dicembre 1997, 1998 e 1999 ammontano rispettivamente a Lire 115.461 milioni, Lire 130.090 milioni e Lire 152.845 milioni.

Inclusi nelle altre immobilizzazioni al 31 dicembre 1997, 1998 e 1999 risultano rispettivamente circa Lire 38.756 milioni, Lire 48.397 milioni e Lire 31.795 milioni di immobilizzazioni in corso di costruzione. In tale voce sono inclusi inoltre mobili, arredi e attrezzature dei negozi.

4.6.7 Immobilizzazioni immateriali nette

Le immobilizzazioni immateriali nette sono così composte (ammontari in milioni di Lire):

	31 dicembre		
	1997	1998	1999
Avviamento, derivante dall'acquisizione di U.S. Shoe (al netto dell'ammortamento accumulato di Lire 129.101 milioni, di Lire 167.531 milioni e di Lire 249.214 milioni al 31 dicembre 1997, 1998 e 1999, rispettivamente)	1.100.432	987.854	1.097.887
Avviamento derivante dall'Acquisizione Ray-Ban (al netto dell'ammortamento di Lire 9.679 milioni al 31 dicembre 1999)	–	–	377.516
Marchio LensCrafters (al netto dell'ammortamento accumulato di Lire 40.637 milioni, di Lire 52.734 milioni e di Lire 78.445 milioni al 31 dicembre 1997, 1998 e 1999, rispettivamente)	346.385	310.948	345.583
Marchi Ray-Ban (al netto dell'ammortamento di Lire 23.390 milioni al 31 dicembre 1999)	–	–	557.112
Avviamento derivante da altre acquisizioni (al netto dell'ammortamento accumulato di Lire 34.167 milioni, Lire 44.087 milioni e Lire 69.362 milioni al 31 dicembre 1997, 1998 e 1999, rispettivamente)	34.046	112.965	191.546
Altre immobilizzazioni immateriali, nette	11.719	8.992	19.528
Totale	1.492.582	1.420.759	2.589.172

L'incremento del 1998 dell'avviamento derivante da altre acquisizioni si riferisce ai vari negozi acquisiti nel corso dell'esercizio. L'incremento relativo al 1999 è da attribuirsi principalmente all'avviamento pagato per l'acquisizione delle azioni o quote appartenenti a soci di minoranza di alcune società controllate.

4.6.8 Altre attività

Le altre attività sono composte come segue (ammontari in milioni di Lire):

	31 dicembre		
	1997	1998	1999
Oneri differiti	39.408	26.369	–
Crediti verso l'Erario per IVA ed imposte	1.912	1.912	20
Altre attività a lungo termine	30.812	32.016	24.356
Totale	72.132	60.297	24.376

Gli oneri differiti sono relativi ai costi sostenuti nel 1995 per il finanziamento ottenuto da un pool di banche per l'acquisizione di LensCrafters. Tali oneri sono stati capitalizzati e ammortizzati secondo la durata dell'accordo. L'ammortamento per gli esercizi chiusi al 31 dicembre 1997, 1998 e 1999 è stato rispettivamente di circa Lire 11.400 milioni, Lire 11.200 milioni e Lire 5.800 milioni. Nel giugno 1999 la Società ha proceduto all'estinzione di tale finanziamento rifinanziandosi con altri strumenti di debito; pertanto, ha provveduto a spendere interamente l'importo residuo di tali oneri finanziari differiti, rilevando a conto economico un onere straordinario.

Le altre attività a lungo termine includono principalmente crediti commerciali esigibili oltre i 12 mesi.

4.6.9 Imposte differite e anticipate

Le attività e passività per imposte differite al 31 dicembre 1997, 1998 e 1999 sono composte rispettivamente come segue (ammontari in milioni di Lire):

	31 dicembre		
	1997	1998	1999
	Imposte Differite a credito/(debito)	Imposte Differite a credito/(debito)	Imposte Differite a credito/(debito)
Quota corrente:			
Magazzino	30.294	46.535	86.635
Costi per assicurazioni ed altre riserve	30.852	28.329	47.817
Beneficio fiscale perdite pregresse	–	–	9.666
Riserva per svalutazione	–	–	(51.759)
Altre, al netto	17.558	13.827	18.709
Imposte differite correnti a credito	78.704	88.691	111.068
Quota non corrente:			
Base di ammortamento diversa delle immobilizzazioni tecniche	(148.942)	(136.592)	(141.597)
Beneficio fiscale perdite pregresse	–	–	32.159
Cessioni d'aziende	7.976	4.650	4.867
Accantonamento per impegni di locazione	4.027	4.652	6.224
Ammortamenti	(9.653)	(10.217)	(12.208)
Riserva per svalutazione	(4.178)	–	(33.180)
Altre, al netto	(5.236)	6.863	1.334
Imposte differite non correnti a debito	(156.006)	(130.644)	(142.401)

L'introduzione dell'IRAP ha influito nel calcolo delle imposte differite delle società italiane sin dal 1997, quando sono state applicate aliquote fiscali che vanno dal 37 al 41,25% alle singole differenze temporanee in relazione alla diversa deducibilità concessa dalla nuova imposta regionale. L'effetto netto derivante dall'adeguamento alle nuove aliquote è stato un costo (circa Lire 11.500 milioni) che è stato contabilizzato nel conto economico al 31 dicembre 1997.

Per le società italiane, gli esercizi assoggettabili a verifica fiscale sono quelli chiusi a partire dal 1994. Talune controllate sono state oggetto di verifica fiscale relativamente ad anni precedenti. Il *management* non ritiene che dalle suddette verifiche fiscali emergeranno significative passività non accantonate.

Le imposte che al 31 dicembre 1999 dovrebbero essere pagate, qualora le riserve e gli utili indivisi delle società controllate venissero distribuiti alla capogruppo, ammontano approssimativamente a Lire 21.701 milioni. Luxottica non ha accantonato imposte su tali riserve in quanto non ne è prevista a breve termine la distribuzione e le stesse sono destinate ad essere permanentemente reinvestite.

Al 31 dicembre 1999, la Società ha contabilizzato un fondo per la svalutazione di imposte differite attive relative alla controllata Ray-Ban Sun Optics Inc. per un ammontare complessivo di Lire 84.939 milioni. Questa svalutazione si è resa necessaria in quanto il *management* di Luxottica ritiene che siano scarse le probabilità di recupero di questi crediti.

4.6.10 Debiti finanziari a medio-lungo termine

I debiti a medio-lungo termine sono così composti (ammontari in milioni di Lire):

	31 dicembre		
	1997	1998	1999
Accordo di credito con varie istituzioni bancarie (a) (b)	1.003.177	748.341	–
Prestito obbligazionario emesso da Luxottica Luxembourg S.A., al tasso d'interesse del 3,625%, pagabile annualmente, scadenza nel 2002 (c) (d)	–	–	677.695
Prestito obbligazionario, al tasso d'interesse del 8,63%, pagabile semestralmente, scadenza nel 2002 (e)	131.939	116.848	135.635
Finanziamenti per acquisizione beni in leasing, pagabili in rate fino al 2005	3.159	2.911	2.613
Finanziamenti da banche e da terzi, a vari tassi d'interessi (dal 3,92% all'8,82% annuo), rimborsabili ratealmente entro il 2007 e garantiti da ipoteche su alcuni cespiti di società del Gruppo	19.072	11.954	15.517
Totale	1.157.347	880.054	831.460
Meno: Quote correnti	349.845	345.562	140.372
Totale a medio-lungo termine	807.502	534.492	691.088

- (a) Nel maggio 1995, Luxottica U.S. Holdings Corp. ("**U.S. Holdings**"), una società indirettamente posseduta al 100% da Luxottica, ha stipulato un accordo di finanziamento con varie istituzioni finanziarie ("**Accordo di Finanziamento**") per una disponibilità complessiva di circa Lire 2.460 miliardi. L'Accordo prevedeva un finanziamento a medio-lungo termine ("**Term Loan**") con un limite massimo, come definito nell'accordo, di Lire 1.585 miliardi e una serie di forme di indebitamento sotto forma di "**Revolving Loan**", "**Swingline Loan**" e Lettere di Credito, come definiti nell'accordo, per Lire 870 miliardi. Nel giugno 1999, la Società ha proceduto all'estinzione del finanziamento residuo relativo all'Accordo mediante l'utilizzo dei mezzi finanziari raccolti attraverso l'emissione di un prestito obbligazionario (si veda il successivo punto (c)). Conseguentemente, con l'estinzione di questo debito la Società ha contabilizzato una perdita straordinaria di Lire 14.641 milioni (al netto dell'effetto fiscale).
- (b) Nel settembre 1998 una controllata dalla Società ha stipulato un contratto di "**combined interest rate and currency rate swap**" ("**swap**") con Credit Swiss Bank. La controllata ha effettuato questa operazione per coprire il finanziamento in US\$ a tasso variabile "**credit agreement**", di cui al precedente punto (a), che al 30 settembre 1998 evidenziava un saldo di circa US\$ 421 milioni. Il contratto di finanziamento prevedeva dei rimborsi trimestrali con un'estinzione finale del saldo ancora scoperto entro il 30 giugno 2001. Il valore originario dello "**swap**" era di Lire 705.750 milioni in favore dell'istituzione finanziaria e di US\$ 421 milioni in favore della Società. Nel maggio 1999, a seguito dell'estin-

zione dell'Accordo di Finanziamento trattato in precedenza, la Società ha estinto lo *swap*, incassando un provento netto pari a Lire 41.975 milioni. Tale provento è incluso nel conto economico consolidato alla voce "Altri proventi (oneri) netti".

- (c) Nel giugno 1999, Luxottica Luxembourg S.A. ha emesso un prestito obbligazionario per un importo di Euro 350.000.000, con scadenza giugno 2002 che prevede il pagamento di interessi annui al tasso fisso di interesse del 3,625%, come definito nel prospetto di emissione.
- (d) Nel novembre 1999, una controllata della Società ha stipulato un contratto di "*currency swap*" con una banca italiana. La scadenza dello *swap* è fissata al 25 giugno 2002, e l'ammontare nozionale dovuto è di US\$ 350.200.000 a fronte del ricevimento di un ammontare nozionale di Euro 340.000.000. Le parti regoleranno gli interessi su base semestrale. L'ammontare nozionale espresso in Dollari matura interessi al tasso del 6,1% mentre l'ammontare nozionale espresso in Euro matura interessi al tasso del 3,625%. Questo *swap* non è considerato uno strumento di copertura e, pertanto, la Società ha contabilizzato una perdita non realizzata nel conto economico consolidato per circa Lire 20.137 milioni per riflettere il valore normale di mercato dell'operazione al 31 dicembre 1999.
- (e) Al 31 dicembre 1997, 1998 e 1999, una controllata della Società esponeva un debito a fronte di un prestito obbligazionario. Tale prestito matura interessi al tasso del 8,63%, pagabili semestralmente, e l'intero capitale sarà rimborsabile nel 2002. L'amministratore fiduciario, a fronte di questo prestito, ha sostenuto che la controllata a seguito dell'acquisizione si è trovata in situazione di inadempienza tecnica di certe clausole contenute nel regolamento del prestito obbligazionario. I portatori delle obbligazioni, a loro discrezione, potrebbero anticipare la scadenza dei titoli, con il risultato che l'intero capitale più gli interessi maturati sarebbero dovuti immediatamente. Per tali ragioni, la Società ha classificato questo debito come corrente nello stato patrimoniale consolidato al 31 dicembre 1997, 1998 e 1999. Il *management* sta attualmente cercando di risolvere tale questione e ritiene che la situazione non avrà alcun effetto significativo sulla condizione finanziaria consolidata o sulle operazioni della Società. Al 31 dicembre 1999, il valore normale di tale debito è stato stimato in Lire 135.161 milioni.

I debiti a lungo termine scadono negli anni successivi al 31 dicembre 2000 come segue (ammontari in milioni di Lire):

ESERCIZIO CHIUSO AL 31 DICEMBRE	
2001	4.342
2002	678.278
2003	1.637
2004	1.125
Successivi	5.706
Totale	691.088

4.6.11 Fondo trattamento di fine rapporto

La passività per il fondo trattamento di fine rapporto è relativa ai dipendenti della Società in Australia, Austria, Grecia, Israele, Italia e Giappone ed è determinata secondo le leggi vigenti sul lavoro nei rispettivi Paesi. Ogni anno, la Società provvede al riadeguamento del fondo in base al numero dei dipendenti e ai loro livelli di retribuzione. Questa passività non è attualizzata. Di conseguenza, l'accantonamento rappresenta la passività totale nell'ipotesi che tutti i dipendenti si licenzino alla data di chiusura dell'esercizio. Questo trattamento è in conformità allo SFAS No. 112, "*Employers' Accounting for Postemployment Benefits*", che richiede che il datore di lavoro contabilizzi i costi relativi ai benefici pagati prima del pensionamento (liquidazione) lungo il periodo di durata in servizio dei dipendenti. Le imputazioni al conto economico durante gli esercizi chiusi al 31 dicembre 1997, 1998 e 1999 ammontano rispettivamente a Lire 9.424 milioni, Lire 9.867 milioni e Lire 11.176 milioni.

4.6.12 Ratei, risconti passivi e altre passività

Le altre passività includono le seguenti voci (ammontari in milioni di Lire):

	31 dicembre		
	1997	1998	1999
Fondo resi	17.855	15.471	18.667
Fondo imposte	47.231	61.398	91.576
Debiti verso personale ed agenti	11.724	11.970	31.553
Debiti per imposte indirette	10.801	9.894	16.275
Dividendi in pagamento	3.003	10.543	878
Assicurazioni	20.114	15.806	16.291
Debiti per <i>royalties</i>	15.229	12.525	11.928
Interessi su prestito obbligazionario	–	–	12.621
Prestazioni di servizi e altri debiti Ray-Ban	–	–	112.987
Passività potenziali	48.378	45.460	53.004
Altre	87.588	71.149	141.024
	261.923	254.216	506.804

4.6.13 Piano di Stock Option

Nell'aprile del 1998 ad alcuni Dirigenti e Quadri della Società e delle sue controllate sono state concesse opzioni per l'acquisto di azioni Luxottica Group S.p.A. nell'ambito dello "Stock Option Plan" della Società. Le opzioni sono state concesse ad un prezzo per azione equivalente al valore di mercato risultante alla data della concessione. Tali opzioni, espresse in Lire italiane, sono esercitabili in tre rate uguali a partire dal gennaio 1999 e scadono al 31 gennaio del 2007. Poiché la Società ha deciso di applicare l'"Accounting Principles Board Opinion No. 25", "Accounting for Stock Issued to Employees", non è stato riflesso alcun costo in quanto il prezzo a cui è esercitata l'opzione è equivalente al valore di mercato dell'azione al momento della sua concessione.

Lo SFAS No. 123, "Accounting for Stock-Based Compensation", richiede di fornire l'informativa proforma dell'utile netto e dell'utile per azione come se la Società avesse adottato la valutazione a valore normale ("fair value method") sin dal 1998.

In conformità allo SFAS No. 123, il valore normale del beneficio concesso ai dipendenti è calcolato mediante l'utilizzo di modelli di valutazione dell'opzione, anche se tali modelli vengono abitualmente utilizzati per stimare il valore normale di opzioni non soggette a restituzione e liberamente cedibili e negoziabili che possono differire in misura significativa dal beneficio azionario concesso dalla Società.

Tali modelli richiedono inoltre assunzioni di tipo soggettivo, tra cui la volatilità del valore delle azioni ed il periodo stimato di esercizio dell'opzione, valutazioni soggettive che influenzano significativamente il valore calcolato.

I calcoli della Società sono stati effettuati utilizzando il modello denominato "Black-Scholes" assumendo i seguenti valori medi per il 1998 e 1999:

	31 dicembre	
	1998	1999
Rendimento del dividendo	0,88%	1,51%
Tasso di interesse "risk free"	5,61%	4,60%
Vita attesa dell'opzione (anni)	5	5
Volatilità attesa	28,32%	33,61%
"Fair value" medio ponderato (Lire)	9.236	5.858

I calcoli della Società sono basati sul “*multiple option valuation approach*” e le rinunce vengono riconosciute quando si verificano.

Se i costi connessi per il piano di *Stock Option* della Società per le opzioni maturate fossero stati determinati in conformità allo SFAS No. 123, l’utile netto della Società e l’utile per azione avrebbero dato i seguenti valori proforma:

	31 dicembre	
	1998	1999
Utile netto (milioni di Lire):		
Come da bilancio	257.648	295.210
Pro forma	253.068	285.661
Utile per azione (in Lire) di base:		
Come da bilancio	573	657
Pro forma	563	636
Utile per azione (in Lire) diluito:		
Come da bilancio	573	656
Pro forma	563	634

La seguente tabella riassume le informazioni relative alle opzioni in circolazione al 31 dicembre 1998 e 1999:

	Numero di Opzioni esercitabili	Prezzo medio ponderato (in Lire)
Saldo al 1° gennaio 1998	—	—
Concesse	3.380.400	14.290
Rinunce	(195.600)	14.290
Saldo al 31 dicembre 1998	3.184.800	14.290
Concesse	3.679.200	8.475
Rinunce	(724.600)	11.276
Esercitate	(39.600)	14.290
Saldo al 31 dicembre 1999	6.099.800	11.140

4.6.14 Patrimonio netto

Il capitale sociale al 31 dicembre 1999 è composto da 450.539.600 azioni ordinarie ⁽¹⁾, dal valore nominale di Lire 100 ciascuna. Una controllata statunitense possiede 1.205.000 azioni della capogruppo (classificate come azioni proprie in consolidato), pertanto le azioni in circolazione alla data del 31 dicembre 1999 risultano essere n. 449.334.600.

L’incremento del capitale sociale verificatosi nel 1999 è dovuto alla sottoscrizione di azioni da parte di dipendenti del Gruppo nell’ambito del piano di *Stock Option* varato dalla Società (vedi Paragrafo 4.6.13).

(1) Il numero delle azioni riflette lo stock split approvato dall’Assemblea straordinaria del 3 maggio 2000.

La tabella seguente riporta la riconciliazione dell'utile e del patrimonio netto della capogruppo (tratto dal bilancio d'esercizio italiano) e l'utile e il patrimonio netto consolidati secondo i principi contabili US Gaap indicati nel Paragrafo 4.5.

	1997		1998		1999	
	Utile	Patrimonio netto	Utile	Patrimonio netto	Utile	Patrimonio netto
	(Milioni di Lire)					
Valori da bilancio d'esercizio della capogruppo (1)	55.238	152.666	55.626	153.331	53.666	143.141
Dividendi ricevute dalle controllate	(83.513)	(66.619)	(61.821)			
Differenza tra il valore delle partecipazioni e relative quote di patrimonio netto	(317.210)	(11.172)	257.996			
Quota di risultato delle controllate di pertinenza del Gruppo	183.792	160.244	198.025			
Ammortamento dell'avviamento e differenze di consolidamento	(68.680)	1.215.408	(66.783)	1.060.706	(80.145)	1.161.840
Eliminazioni utili infragruppo su magazzino	(4.332)	(51.581)	(13.223)	(52.958)	(19.515)	(101.635)
Ripianamento perdite controllate	163.734	186.882	159.625			
Rettifiche ammortamenti anticipati	4.474	13.749	832	14.581	2.828	17.409
Altre rettifiche (al netto)	(49)	(19.744)	689	(18.479)	42.547	43.723
Valori da bilancio consolidato (2)	250.664	993.288	257.648	1.146.009	295.210	1.522.474

(1) Dati provenienti dai bilanci d'esercizio di Luxottica Group S.p.A..

(2) Dati provenienti dai bilanci consolidati US Gaap di Luxottica Group S.p.A..

Nel giugno 1997, 1998 e 1999, gli azionisti della Società hanno deliberato la distribuzione di dividendi per Lire 44.930 milioni, Lire 54.814 milioni e Lire 64.249 milioni, rispettivamente. Tali importi sono diventati pagabili nel luglio degli stessi anni. Le disposizioni di legge vigenti in Italia richiedono che il 5% degli utili netti di ogni esercizio venga accantonato a riserva legale fino a che questa non abbia raggiunto il quinto del capitale sociale. La riserva legale non è disponibile per essere distribuita agli azionisti come dividendo. Le riserve legali incluse negli utili non distribuiti delle società italiane al 31 dicembre 1997, 1998 e 1999 ammontano a Lire 16.683 milioni, Lire 11.075 milioni e Lire 11.075 milioni, rispettivamente.

Come evidenziato al punto (b) dell'Introduzione al presente Capitolo, la Società predispone il bilancio consolidato in conformità ai principi contabili americani (*US Gaap*) così come richiesto dalla *Securities and Exchange Commission* (SEC) per le società quotate al *New York Stock Exchange*, ove Luxottica è presente dal gennaio 1990. La Società predispone inoltre un bilancio consolidato secondo i principi contabili italiani ("*Italian Gaap*") in osservanza alle norme italiane vigenti per le società costituite ed aventi sede legale in Italia.

Nella tabella seguente viene fornito il dettaglio delle differenze tra il bilancio consolidato redatto in base agli *Italian Gaap* e quello redatto in base agli *US Gaap* per quanto riguarda l'utile e il patrimonio netto consolidati.

	1997		1998		1999	
	Utile	Patrimonio netto	Utile	Patrimonio netto	Utile	Patrimonio netto
	(Milioni di Lire)					
Valori " <i>Italian Gaap</i> "	22.156	397.208	27.214	367.131	54.458	361.505
Differenza ammortamento avviamento	190.489	506.662	194.159	660.969	203.456	981.436
Differenza ammortamento marchi	59.961	162.549	61.116	210.936	64.042	313.781
Altre	2.042	(3.591)	(395)	(4.134)	(1.129)	(4.216)
Effetto imposte	(23.984)	(65.020)	(24.446)	(84.373)	(25.617)	(125.512)
Azioni proprie	-	(4.520)	-	(4.520)	-	(4.520)
Valori "<i>US Gaap</i>"	250.664	993.288	257.648	1.146.009	295.210	1.522.474

Le principali differenze riguardano la diversa durata dell'ammortamento dell'avviamento e dei marchi (dai 10 ai 25 anni secondo *US Gaap*, dai 5 ai 10 anni secondo *Italian Gaap*) contabilizzati da una società americana, l'effetto imposte per le poste con rilevanza fiscale e le azioni proprie che, secondo la prassi statunitense, sono portate in diminuzione del valore del patrimonio netto anziché nell'attivo patrimoniale. Essendo l'avviamento ed i marchi di cui sopra contabilizzati in Dollari USA, il loro valore è soggetto alle oscillazioni del cambio.

4.6.15 Informazioni sui settori di attività (Segment Information)

Le tavole seguenti illustrano le informazioni per segmento di business e per area geografica ritenute essenziali dal *management* della Società allo scopo di valutare l'andamento aziendale e per supportare le decisioni future in merito all'allocazione di risorse.

La colonna "Operazioni fra segmenti e altre rettifiche" include le eliminazioni delle transazioni tra i segmenti identificati e i relativi costi non allocati. Questo ha l'effetto di incrementare l'utile operativo dei segmenti "Produzione e distribuzione all'ingrosso" e "Dettaglio". Il totale attivo è costituito da quelle attività materiali e immateriali utilizzate per l'operatività dei segmenti di business. Le attività non attribuite specificamente ad alcun segmento sono costituite principalmente da disponibilità liquide, avviamento e marchi.

Esercizio (Lire/milioni)	Produzione e distribuzione all'ingrosso	Dettaglio	Operazioni tra segmenti e altre rettifiche	Consolidato
1999:				
Fatturato netto ⁽¹⁾	1.520.824	2.292.974	(184.963)	3.628.835
Utile operativo	265.171	275.541	(78.592)	462.120
Investimenti	91.282	95.277	1.120.390	1.306.949
Ammortamenti	54.483	105.500	107.486	267.469
Totale attivo	1.522.605	1.154.890	2.295.608	4.973.103
1998:				
Fatturato netto ⁽¹⁾	1.178.034	1.934.003	(133.875)	2.978.162
Utile operativo	281.647	242.650	(84.846)	439.451
Investimenti	36.818	215.193	–	252.011
Ammortamenti	41.296	85.916	88.999	216.211
Totale attivo	947.759	984.796	1.216.077	3.148.632
1997:				
Fatturato netto ⁽¹⁾	1.141.533	1.747.179	(118.873)	2.769.839
Utile operativo	268.027	257.597	(92.394)	433.230
Investimenti	51.422	152.579	–	204.001
Ammortamenti	38.161	77.506	87.307	202.974
Totale attivo	905.446	862.549	1.379.011	3.147.006

Esercizio (Lire/milioni)	Italia	Stati Uniti e Canada	Altri Paesi	Rettifiche ed eliminazioni	Consolidato
1999:					
Fatturato netto ⁽¹⁾	974.017	2.731.678	869.835	(946.695)	3.628.835
Utile operativo	190.357	263.110	89.505	(80.852)	462.120
Totale attivo	2.248.887	2.954.111	876.273	(1.106.168)	4.973.103
1998:					
Fatturato netto ⁽¹⁾	825.422	2.168.257	513.067	(528.584)	2.978.162
Utile operativo	173.075	288.426	64.574	(86.624)	439.451
Totale attivo	800.895	2.496.670	272.722	(421.655)	3.148.632
1997:					
Fatturato netto ⁽¹⁾	833.709	2.032.236	477.809	(573.915)	2.769.839
Utile operativo	149.020	301.197	60.266	(77.253)	433.230
Totale attivo	758.990	2.376.961	265.266	(254.211)	3.147.006

(1) Nessun cliente rappresenta più del 5% delle vendite di ciascun anno.

4.6.16 Strumenti finanziari

Gestione del rischio di cambio

La Società normalmente non utilizza gli strumenti finanziari per scopi speculativi. La Società utilizza dei contratti di copertura del rischio di cambio quale copertura di operazioni in valuta estera su base continuativa e per periodi coerenti con l'esposizione in valuta estera. Lo scopo di questa prassi è quello di minimizzare l'effetto delle fluttuazioni nel tasso di cambio sull'attività economica della Società e sul suo risultato operativo.

L'attività di copertura non espone la Società a rischi di fluttuazione del cambio poiché gli utili e le perdite derivanti da questi contratti sono bilanciati da equivalenti utili o perdite sulle operazioni assoggettate a copertura.

Al 31 dicembre 1999 una controllata della Società aveva circa Lire 7.015 milioni di contratti a termine espressi in Lire italiane scadenti nel corso del 2000. I contratti a termine non eccedono i 12 mesi e obbligano la Società a vendere valuta per Lire italiane alla data di maturazione e al cambio concordato alla data di stipula del contratto.

Concentrazione del rischio di credito

La concentrazione del rischio di credito è limitata grazie al gran numero di soggetti ricompresi nella clientela commerciale della Società. Le condizioni finanziarie dei clienti sono costantemente monitorate.

4.6.17 Impegni e rischi

Impegni assunti nei confronti dei lavoratori dipendenti

- (a) *Fondi pensione* – Durante il 1998, una controllata americana della Luxottica ha inglobato tutti i suoi piani pensionistici in un unico piano principale garantito da Luxottica U.S. Holdings. Questo fondo pensioni copre sostanzialmente tutti i dipendenti delle controllate statunitensi. Il finanziamento di questi piani è in conformità con l'“*Employee Retirement Income Security Act of 1974*”. Non sono state effettuate contribuzioni nel 1999 e nel 1998, mentre per il 1997 è stata effettuata una contribuzione di circa Lire 1.300 milioni.

Il costo pensionistico netto per gli esercizi chiusi al 31 dicembre 1997, 1998 e 1999 include i seguenti componenti (ammontari in milioni di Lire):

	1997	1998	1999
Costo contributivo	9.478	11.569	14.508
Costo per interessi	12.842	12.997	14.440
Rendimento delle attività del fondo	(40.547)	(19.343)	(21.303)
Ammortamento netto e differimento	21.513	1.172	1.228
Costo pensionistico netto del periodo	3.286	6.395	8.873

La tabella che segue riassume le informazioni principali riferite al piano pensionistico della società al 30 settembre 1997, 1998 e 1999 (ammontari in milioni di Lire):

	1997	1998	1999
Fondo pensione			
<i>Movimento nel debito pensionistico:</i>			
Debito, all'inizio dell'anno	215.860	181.727	209.635
Differenze di conversione	–	3.501	10.038
Costo contributivo	9.478	11.569	14.508
Costo per interessi	12.842	12.997	14.440
Variazioni al piano	11.496	–	489
(Perdita)/Utile attuariale	10.791	10.367	(5.274)
Trasferimenti	–	(1.695)	–
Diversificazioni	(63.867)	–	–
Unificazione dei piani	–	3.722	2.009
Benefici pagati	(14.873)	(12.553)	(15.725)
Debito, alla fine dell'anno	181.727	209.635	230.120
Attività a copertura del fondo			
<i>Movimento nelle attività del fondo:</i>			
“Fair value” delle attività del fondo, all'inizio dell'anno	290.333	233.208	248.669
Differenze di conversione	–	4.492	11.908
Rendimento delle attività del piano	53.053	20.727	63.853
Diversificazioni	(96.583)	–	–
Trasferimenti	–	(1.766)	–
Fusioni del piano	–	4.561	2.009
Contributi del datore di lavoro	1.278	–	–
Benefici pagati	(14.873)	(12.553)	(15.725)
“Fair value” delle attività del fondo, alla fine dell'anno	233.208	248.669	310.714
Differenza fra fondo e attività a copertura	51.481	39.034	80.593
<i>Rettifiche per:</i>			
Utile attuariale netto non riconosciuto	(26.617)	(18.915)	(67.644)
Costo contributivo non riconosciuto	11.496	10.546	10.312
Eccedenza netta	36.360	30.665	23.261
<i>Assunzioni al 30 settembre (media ponderata):</i>			
Tasso di sconto	7,00%	6,50%	7,25%
Rendimento atteso dalle attività	8,50%	9,00%	9,00%
Tasso di incremento dei compensi	5,50%	5,50%	5,50%

Le attività a copertura del piano sono investite in titoli azionari (incluso 102.000 azioni della Società con un valore di mercato di circa Lire 930 milioni e di Lire 1.877 milioni al 30 settembre 1998 e 1999, rispettivamente), obbligazioni governative degli Stati Uniti, altri titoli a reddito fisso e fondi monetari di investimento.

- (b) *Fondo pensione supplementare* – Una controllata americana ha in essere un fondo pensione che si aggiunge a quello principale, al quale la Società non contribuisce, per fornire ulteriori benefici ai partecipanti al fondo pensione, rispetto a quanto consentito dalle disposizioni fiscali vigenti. La passività associata a questo fondo è stata accantonata utilizzando gli stessi metodi attuariali e le stesse ipotesi usate per il fondo pensione principale e questo ammontare non è significativo in relazione al bilancio consolidato.
- (c) *Piano sanitario* – Una società americana del Gruppo si fa parzialmente carico di un piano assicurativo sanitario per alcuni pensionati delle sue controllate statunitensi. Incluso tra le altre passività a lungo termine al 31 dicembre 1997, 1998 e 1999 sono comprese Lire 1.750 milioni, Lire 1.800 milioni e Lire 2.353 milioni, rispettivamente, di accantonamenti al piano.

- (d) *Altri benefici* – La stessa società controllata americana fornisce ad alcuni dipendenti un'assicurazione sanitaria e sulla vita post-impiego. La passività accantonata dalla Società relativamente a questi impegni al 31 dicembre 1997, 1998 e 1999 è stata di Lire 2.215 milioni, Lire 2.070 milioni e Lire 2.332 milioni, rispettivamente. Inoltre, sostiene un piano di incentivazione al risparmio fiscale che copre tutti i dipendenti a tempo pieno di alcune delle sue controllate statunitensi. Ogni tre mesi la Società contribuisce al piano in base ad una percentuale prestabilita della contribuzione dei dipendenti. La Società può inoltre discrezionalmente effettuare un contributo annuale che può essere eseguito anche con ADR della capogruppo. Il contributo complessivo effettuato dalla Società al piano di incentivazione al risparmio fiscale per gli anni al 31 dicembre 1997, 1998 e 1999 è stato di Lire 7.325 milioni, Lire 7.108 milioni e Lire 10.412 milioni, rispettivamente.

Contratti per Royalties

La Società ha in essere impegni per contratti di distribuzione non revocabili stipulati con *designer* e scadenti in date diverse fino al 2004. In conformità a quanto previsto nei suddetti accordi, la Società è obbligata a pagare *royalties* ed emolumenti pubblicitari in percentuale al fatturato (definito contrattualmente) garantendo, come previsto in taluni contratti, un ammontare minimo per ciascun anno di durata dell'accordo. I minimi garantiti in ciascun esercizio successivo a quello al 31 dicembre 1999 ammontano a Lire 14.971 milioni, Lire 13.103 milioni, Lire 8.788 milioni, Lire 6.987 milioni e Lire 312 milioni rispettivamente per gli esercizi 2000, 2001, 2002, 2003 e 2004.

Affitti, Leasing e Licenze

La Società, attraverso le sue controllate italiane ed estere, ha affittato e/o acquistato in *leasing* vari negozi per la vendita al dettaglio, impianti, magazzini ed uffici, insieme ad una parte del sistema informatico ed automezzi, con contratti che scadono tra il 1999 ed il 2006, con opzioni di rinnovo variabili di caso in caso. Gli accordi di affitto e di licenza per i punti vendita della Società negli Stati Uniti e in Canada spesso includono clausole che richiedono il pagamento di canoni crescenti, legati al raggiungimento di determinati volumi di vendita in aggiunta ad un minimo prestabilito.

Gli impegni annuali minimi per canoni futuri sono i seguenti (ammontari in milioni di Lire):

ESERCIZI CHIUSI AL 31 DICEMBRE	
2000	165.890
2001	142.111
2002	124.622
2003	108.270
2004	92.448
Successivi	230.309
Totale	863.650

Il costo totale per canoni di affitto per gli esercizi chiusi al 31 dicembre 1997, 1998 e 1999 è stato rispettivamente di Lire 129.262 milioni, Lire 137.088 milioni e Lire 164.390 milioni.

Linee di Credito

Al 31 dicembre 1997, 1998 e 1999 la Società aveva linee di credito a breve non utilizzate per circa Lire 491.678 milioni, Lire 207.282 milioni e Lire 696.402 milioni, rispettivamente.

Contenzioso

La Società è parte in causa in varie dispute legali originatesi dalla normale attività economica (vedi Paragrafo 1.6.4 del Capitolo I del presente Prospetto).

4.7 Dettaglio e Commento alle Voci del Conto Economico

4.7.1 Vendite

Le vendite nette per area geografica possono essere dettagliate come segue (ammontari in miliardi di Lire):

	Esercizi chiusi al 31 dicembre		
	1997	1998	1999
Europa	539,9	559,1	620,2
Stati Uniti e Canada	2.024,8	2.200,4	2.732,0
Altri Paesi	205,2	218,6	276,6
Totale	2.769,8	2.978,2	3.628,8

Le vendite per tipologia di business possono essere dettagliate come segue (ammontari in miliardi di Lire):

	Esercizi chiusi al 31 dicembre		
	1997	1998	1999
Produzione e distribuzione all'ingrosso	1.141,5	1.178,0	1.520,8
Vendita al dettaglio	1.747,2	1.934,0	2.293,0
Operazioni tra segmenti e altri aggiustamenti	(118,9)	(133,9)	(185,0)
Totale	2.769,8	2.978,2	3.628,8

4.7.2 Costo del venduto

Il costo dei prodotti venduti è evidenziato nella tabella seguente (ammontari in milioni di Lire):

	Esercizi chiusi al 31 dicembre		
	1997	1998	1999
Variazione magazzino	(65.542)	(43.802)	(44.656)
Acquisti	410.713	442.952	556.160
Costi di produzione	92.013	104.831	134.626
Ammortamenti industriali	12.040	19.866	24.731
Costo del personale	299.766	330.673	394.323
Totale	748.990	854.520	1.065.184

4.7.3 Spese generali, amministrative e commerciali

Le spese generali, amministrative e commerciali sono evidenziate nella tabella seguente (ammontari in milioni di Lire):

	Esercizi chiusi al 31 dicembre		
	1997	1998	1999
Spese del personale amministrativo	160.976	152.467	209.009
Ammortamenti immobilizzazioni materiali	103.603	110.324	128.539
Ammortamenti immobilizzazioni immateriali	87.331	86.021	114.199
Altre spese generali e amministrative	101.169	84.415	142.910
Spese generali e amministrative	453.079	433.227	594.657
Personale di vendita al dettaglio	342.075	427.892	519.017
Affitto negozi	176.116	197.231	233.957
Provvigioni	125.452	135.261	162.455
Altre spese di vendita	173.738	149.960	190.558
Spese di vendita	817.381	910.344	1.105.987
Spese di pubblicità	250.524	272.501	328.865
Royalties	66.635	68.119	72.022
Totale	1.587.619	1.684.191	2.101.531

Gli ammortamenti delle immobilizzazioni immateriali includono l'ammortamento degli avviamenti di consolidato per Lire 51.565 milioni, Lire 52.590 milioni e Lire 67.252 milioni, rispettivamente nel 1997, 1998 e 1999.

4.7.4 Oneri e proventi finanziari

Gli oneri e proventi finanziari possono essere dettagliati come segue (ammontari in milioni di Lire):

	Esercizi chiusi al 31 dicembre		
	1997	1998	1999
Interessi attivi su conti correnti	1.261	2.925	2.024
Altri	1.882	8.616	2.238
Totale proventi	3.143	11.541	4.262
Interessi passivi su conti correnti	(6.154)	(8.227)	(30.549)
Interessi passivi su finanziamenti a breve	(6.170)	(4.215)	(18.123)
Interessi passivi su finanziamenti a lungo	(78.902)	(65.063)	(25.345)
Altri	(962)	(807)	(6.069)
Totale oneri	(92.188)	(78.312)	(80.086)

4.7.5 Oneri straordinari

A seguito dell'estinzione anticipata di un finanziamento – vedi Paragrafo 4.6.10 (a) –, la Società ha contabilizzato una perdita straordinaria di Lire 14.641 milioni (al netto dell'effetto fiscale) relativa all'addebito a conto economico dell'intero ammontare residuo degli oneri accessori capitalizzati al momento dell'accensione del finanziamento e differiti lungo la durata dello stesso.

4.7.6 Imposte sul reddito

L'accantonamento per imposte è così composto (ammontari in milioni di Lire):

	Esercizi chiusi al 31 dicembre		
	1997	1998	1999
Correnti:			
Società italiane	2.989	17.568	18.657
Società estere	99.601	112.399	116.182
	102.590	129.967	134.839
Differite:			
Società italiane	(9.029)	(12.462)	(9.248)
Società estere	(3.819)	(14.582)	(1.372)
	(12.848)	(27.044)	(10.620)
Totale	89.742	102.923	124.219

Come precedentemente detto dal 1998, con l'introduzione dell'IRAP, l'incidenza fiscale complessiva può ricondursi ad un'aliquota teorica del 41,25% (53,20% nel 1997).

Una riconciliazione tra l'aliquota fiscale teorica vigente in Italia e l'aliquota effettiva viene esposto di seguito:

	Esercizi chiusi al 31 dicembre		
	1997	1998	1999
Aliquota fiscale vigente in Italia	53,2%	41,3%	41,3%
Effetto cumulato delle diverse aliquote applicate in virtù delle legislazioni fiscali vigenti all'estero	(9,7%)	0,3%	(1,7%)
Differenze permanenti, principalmente relative ai versamenti effettuati per il ripianamento perdite di alcune società controllate, al netto dell'avviamento non deducibile, e per gli oneri di ristrutturazione Ray-Ban	(17,5%)	(13,3%)	(11,5%)
Aliquota fiscale effettiva	26,0%	28,3%	28,1%

4.8 Area di Consolidamento ed Informazioni sulle società consolidate

Le società rientranti nell'area di consolidamento nel corso dei tre anni presentati sono riepilogate nella seguente tabella.

1997	1998	1999
	Italia	
Luxottica Group S.p.A.	Luxottica Group S.p.A.	Luxottica Group S.p.A.
Luxottica S.p.A.	Luxottica S.p.A.	Luxottica S.p.A.
Persol S.p.A.	Brico S.r.l.	Brico S.r.l.
La Meccanoptica S.p.A.	Luxottica Leasing S.p.A.	Luxottica Leasing S.p.A.
Brico S.r.l.	Collezione Rathschuler S.r.l.	Collezione Rathschuler S.r.l.
Luxottica Leasing S.p.A.		Killer Loop S.p.A.
Collezione Rathschuler S.r.l.		
	U.S.A. e Canada	
Luxottica USA Inc.	Luxottica USA Inc.	Luxottica USA Inc.
Luxottica U.S. Holdings Corp.	Luxottica U.S. Holdings Corp.	Luxottica U.S. Holdings Corp.
Avant-Garde Optics Inc.	Avant-Garde Optics Inc.	Avant-Garde Optics Inc.
The United States Shoe Corporation	The United States Shoe Corporation	The United States Shoe Corporation
LensCrafters Inc.	LensCrafters Inc.	LensCrafters Inc.
Luxottica Canada Inc.	Luxottica Canada Inc.	Ray-Ban Sun Optics Inc.
		Revo Inc.
		Arnette Optic Illusion Inc.
		Ray-Ban Inc.
		Luxottica Canada Inc.
	Europa	
Luxottica Fashion Vertriebs Brillen GmbH	Luxottica Fashion Vertriebs Brillen GmbH	Luxottica Fashion Vertriebs Brillen GmbH
Luxottica France S.A.	Luxottica France S.A.	Luxottica France S.A.
Luxottica Iberica SA	Luxottica Iberica SA	Luxottica Iberica SA
Luxottica UK Ltd.	Luxottica UK Ltd.	Luxottica UK Ltd.
Luxottica Sweden A.B.	Luxottica Sweden A.B.	Luxottica Sweden A.B.
Luxottica Portugal SA	Luxottica Portugal SA	Luxottica Portugal SA
Luxottica Belgium N.V.	Luxottica Belgium N.V.	Luxottica Belgium N.V.
Luxottica Hellas AE	Luxottica Hellas AE	Luxottica Hellas AE
Luxottica Nederland B.V.	Luxottica Nederland B.V.	Luxottica Nederland B.V.
Luxottica (Switzerland) AG	Luxottica (Switzerland) AG	Luxottica (Switzerland) AG
Oy Luxottica Finland AB	Oy Luxottica Finland AB	Oy Luxottica Finland AB
Luxottica Vertriebs (Austria) GmbH	Luxottica Vertriebs (Austria) GmbH	Luxottica Vertriebs (Austria) GmbH
		Luxottica Holland B.V.
		Luxottica Ireland Ltd.
		Arnette Europe S.A.
		Luxottica Luxembourg S.A.
	Resto del mondo	
Mirari Japan Ltd.	Mirari Japan Ltd.	Mirari Japan Ltd.
Luxottica do Brasil Ltda	Luxottica do Brasil Ltda	Luxottica do Brasil Ltda
Luxottica México S.A.	Luxottica México S.A.	Luxottica México S.A.
Luxottica Australia Pty. Ltd.	Luxottica Australia Pty. Ltd.	Sunglasses International SA (México)
Luxottica Argentina S.r.l.	Luxottica Argentina S.r.l.	Luxottica Australia Pty. Ltd.
Luxottica South Africa (Pty) Ltd.	Luxottica South Africa (Pty) Ltd.	Luxottica Argentina S.r.l.
	Luxottica Optics (Israel) Ltd.	Luxottica South Africa (Pty) Ltd.
		Luxottica Optics (Israel) Ltd.
		Tristar Optical Co. Ltd.
		Luxottica Gozluk Ticaret (Turkey) A.S.
		Luxottica Malaysia Sdn Bhd
		Luxottica Thailand Ltd
		Luxottica Hong Kong Ltd.

Il prospetto seguente fornisce informazioni sulle società controllate direttamente ed indirettamente da Luxottica Group S.p.A., considerate rilevanti nell'ambito del Gruppo.

	Luxottica S.p.A.	Killer Loop S.p.A.	Avant Garde Optics Inc.	LensCrafters Inc.	Ray-Ban Sun Optics Inc.
Sede Sociale	Agordo (Belluno) – I	Pederobba (Treviso) – I	New York U.S.A.	Cincinnati U.S.A.	Delaware – City of Wilmington – U.S.A.
Settore di attività	Produzione e distribuzione	Produzione e distribuzione	Distribuzione	Vendita al dettaglio (settore ottico)	Produzione e distribuzione
Capitale sottoscritto	220.000.000.000 (Lire)	71.000.000.000 (Lire)	68.660.379 (US\$)	26.605.631 (US\$)	30.000.000 (US\$)
Frazione di capitale detenuta dalla capogruppo:					
– Direttamente	100%	–	–	–	–
– Indirettamente	–	100%	100%	100%	100%
Riserve	1.860.844.204 (Lire)	5.093.858.439 (Lire)	282.901.180 (US\$)	(714.652.132) (US\$)	– (US\$)
Importo netto del volume d'affari	806.064.393.959 (Lire)	105.316.664.884 (Lire)	140.662.916 (US\$)	1.260.306.718 (US\$)	78.400.000 (US\$)
Risultato economico netto dell'ultimo esercizio	(199.758.107.321) (Lire)	(352.086.381.636) (Lire)	4.465.376 (US\$)	65.038.804 (US\$)	(146.783.000) (US\$)
Valore di contabilizzazione delle azioni da parte della capogruppo	227.798.538.800 (Lire)	0 ⁽¹⁾	0 ⁽¹⁾	0 ⁽¹⁾	0 ⁽¹⁾
Ammontare dei dividendi percepiti dalla capogruppo nell'ultimo esercizio	6.065.000.000 (Lire)	–	–	–	–
Importo dei crediti/debiti della capogruppo nei confronti della partecipata	Crediti comm.li = 9.401.065.537 (Lire) Debiti = 5.026.298.701 (Lire)	Crediti comm.li = 1.222.854.619 (Lire) Crediti finanziari = 96.930.663.698 (Lire)	Crediti comm.li = 1.721.299.341 (Lire) Debiti = 198.597.716 (Lire)	–	–
Revisore	Deloitte & Touche	Deloitte & Touche	Deloitte & Touche	Deloitte & Touche	Deloitte & Touche

(1) Partecipazioni detenute indirettamente.

Le informazioni relative alle altre partecipazioni sono le seguenti:

Denominazione Sociale	Sede sociale	Percentuale di possesso	Proprietà	Valore di Patrimonio netto (Lire/milioni)	Numero azioni
Luxottica Leasing S.p.A.	Agordo	71,33%	Luxottica Group	15.211	11.412.200
		28,67%	Luxottica S.p.A.		4.587.800
		100%	Totale		16.000.000
Luxottica Canada Inc.	Toronto	50%	Luxottica Group	18.579	150,1
		50%	Luxottica S.p.A.		150,1
		100%	Totale		300,2
Luxottica U.S.A. Inc.	New York	100%	Luxottica Group	5.054	1.650
Luxottica U.K. Ltd.	Londra	100%	Luxottica Group	17.504	90.000
Luxottica Iberica S.A.	Barcellona	100%	Luxottica Group	5.014	230.100
Luxottica Portugal S.A.	Lisbona	99,14%	Luxottica Group	20.639	138.800
		0,21%	Luxottica S.p.A.		300
		0,21%	Luxottica U.K.		300
		0,21%	Luxottica Leasing		300
		0,21%	Luxottica Fashion Brillen		300
		100%	Totale		140.000
Luxottica Hellas AE	Atene	70%	Luxottica Group	12.151	40.901
		30%	Terzi		17.529
		100%	Totale		58.430
Luxottica Belgium N.V.	Deurne Anversa	99%	Luxottica Group	1.354	99
		1%	Luxottica S.p.A.		1
		100%	Totale		100
Luxottica do Brasil Ltda	San Paolo	99,99%	Luxottica Group	7.944	1.046.695
		0,01%	Luxottica S.p.A.		115
		100%	Totale		1.046.810
Luxottica Sweden A.B.	Goteborg	100%	Luxottica S.p.A.	(1)	2.500
Luxottica AG	Herzogenbuc Lagenthal	97%	Luxottica Group	2.004	97
		3%	Terzi		3
		100%	Totale		100
Luxottica Nederland B.V.	Am Heemstede	51%	Luxottica Group	3.667	510
		49%	Terzi		490
		100%	Totale		1.000
Luxottica France S.A.	Valbonne	98,80%	Luxottica S.p.A.	596	494
		0,20%	Luxottica Group		1
		0,20%	Luxottica U.K.		1
		0,20%	Luxottica Leasing		1
		0,60%	Terzi		3
		100%	Totale		500
Fashion Brillen GmbH	Monaco	100%	Luxottica S.p.A.	(1)	450
Oy Luxottica Finland AB	Espo 63	100%	Luxottica Group	1.246	325.657

(1) Partecipazioni detenute indirettamente.

Denominazione Sociale	Sede sociale	Percentuale di possesso	Proprietà	Valore di Patrimonio netto (Lire/milioni)	Numero azioni
Luxottica Vertriebgesellschaft mbH Austria	Weikendorf	100%	Luxottica Group	245	100
Brico S.r.l.	Dormelletto	56%	Luxottica Group	571	45.900
		44%	Terzi		44.100
		100%	Totale		90.000
Collezione Ratschuler S.r.l.	Agordo	100%	Luxottica Group	82	20.000
Luxottica Messico SA de C.V.	Città del Messico	96%	Luxottica Group	6.291	1.920
		4%	Luxottica S.p.A.		80
		100%	Totale		2000
Luxottica Australia PTY	Sydney	51,0%	Luxottica Group	3.091	375.000
		24,5%	Luxottica Holland		171.500
		24,5%	Terzi		171.500
		100%	Totale		700.000
Luxottica U.S. Holdings Inc.	Delaware Wilmington	100%	Luxottica S.p.A.	(1)	100
U.S. SHOE, Corp.	Cincinnati	100%	Avant Garde	(1)	50.000.000
LensCrafters Inc.	Cincinnati	100%	US Shoe Corp.	(1)	-
Luxottica Argentina S.r.l.	Buenos Aires	99,57%	Luxottica Group	1.459	697.000
		0,43%	Luxottica S.p.A.		3.000
		100%	Totale		700.000
Luxottica South Africa (Pty) Ltd.	Johannesburg	100%	Luxottica Group	(1.754)	220.000
Luxottica Optics Ltd.	Herzelia-Pitua	74,9%	Luxottica Group	628	33
		25,1%	Terzi		11
		100%	Totale		44
Luxottica Gozluk Ticaret	Umerbey-Turkey	51%	Luxottica Group	2.705	-
		49%	Terzi		-
		100%	Totale		-
Luxottica Luxembourg S.A.	Città del Lussemburgo	99,98%	Luxottica Group	400	4.999
		0,02%	Luxottica S.p.A.		1
		100%	Totale		5.000
Tristar Optical Co. Ltd.	Hong Kong	50%	Luxottica Group	9.404	13.500.000
		50%	Charmant Inc. (Terzi)		13.500.000
		100%	Totale		27.000.000
Arnette Optic Illusion	San Clemente California	100%	Ray-Ban Sun Optic Inc.	(1)	100
Arnette Europe	Hossegor	100%	Luxottica France	(1)	13.700
Revo Inc.	Delaware	100%	Ray-Ban Sun Optic Inc.	(1)	-

(1) Partecipazioni detenute indirettamente.

Denominazione Sociale	Sede sociale	Percentuale di possesso	Proprietà	Valore di Patrimonio netto (Lire/milioni)	Numero azioni
Luxottica Holland B.V.	Heemstede	100%	Luxottica Group	37.583	–
Luxottica Hong Kong Ltd.	Hong Kong	100%	Luxottica Holland B.V.	⁽¹⁾	–
Sunglasses International S.A. de cv	Mexico	100%	Luxottica Mexico	⁽¹⁾	–
Luxottica Malaysian SND BHD	Selangor	0,001%	Luxottica Group	⁽¹⁾	–
		99,999%	Luxottica S.p.A.		–
		100%	<i>Totale</i>		–
Luxottica Thailand Ltd.	Bangkok	49%	Lux Holland B.V.	⁽¹⁾	–
		51%	Terzi		–
		100%	<i>Totale</i>		–
Luxottica Ireland	Dublin	100%	Luxottica S.p.A.	⁽¹⁾	–
BL Commercial Limitada	Porto Alegre	100%	Luxottica do Brasil	⁽²⁾	–
Mirari Japan	Tokyo	83,33%	Luxottica Holland	8.366	7.500
		16,67%	Luxottica Group		1.500
		100%	<i>Totale</i>		9.000
Luxottica Norge	Kongsberg	100%	Luxottica Group	252	–

(1) Partecipazioni detenute indirettamente.

(2) Non indicato in quanto controllata indiretta.

Parte B – Bilancio Consolidato Semestrale

4.9 Prospetti di Bilancio Consolidato al 30 giugno 2000

4.9.1 Stato Patrimoniale Consolidato

	31 dicembre 1999	30 giugno 2000
	(Milioni di Lire)	
ATTIVITÀ		
Cassa e disponibilità liquide	115.898	141.576
Crediti verso clienti	548.316	744.620
Altri crediti	206.620	255.890
Rimanenze di magazzino	567.538	430.456
Ratei, risconti attivi e altre attività a breve	126.734	125.682
Totale attività correnti	1.565.106	1.698.224
Immobilizzazioni tecniche nette	793.751	735.651
Immobilizzazioni immateriali	2.589.172	2.903.147
Partecipazioni	698	419
Altre attività a lungo termine	24.376	15.619
Totale altre attività	2.614.246	2.919.185
TOTALE ATTIVITÀ	4.973.103	5.353.060
PASSIVITÀ E PATRIMONIO NETTO		
Banche	338.479	300.196
Finanziamenti a breve termine	1.135.883	–
Quota corrente dei debiti a medio-lungo termine	140.372	688.609
Fornitori	225.570	297.137
Debiti verso il personale e previdenziali	104.047	107.250
Ratei, risconti passivi e altre passività	506.804	656.861
Totale passività correnti	2.451.155	2.050.053
Debiti a lungo termine	691.088	1.077.826
Fondo trattamento di fine rapporto	56.899	61.138
Fondo imposte differite	142.401	143.661
Altre passività a lungo termine	95.641	186.749
Interessi di minoranza	13.445	17.187
PATRIMONIO NETTO:		
Capitale Sociale	45.054	45.119
Fondo sovrapprezzo azioni	5.371	13.825
Utili non distribuiti	1.321.561	1.528.393
Differenze di conversione	155.008	233.629
Totale	1.526.994	1.820.966
Meno: Azioni Proprie	4.520	4.520
Patrimonio netto	1.522.474	1.816.446
TOTALE PASSIVITÀ E PATRIMONIO NETTO	4.973.103	5.353.060

4.9.2 Conto Economico Consolidato

Semestre chiuso al 30 giugno				
	1999	%	2000	%
	(Milioni di Lire)			
Vendite nette	1.731.303	100,0%	2.433.888	100,0%
Costo del venduto	466.775	27,0%	700.455	28,8%
MARGINE INDUSTRIALE	1.264.528	73,0%	1.733.433	71,2%
Spese generali, amministrative e commerciali	983.388	56,8%	1.297.618	53,3%
UTILE OPERATIVO	281.140	16,2%	435.815	17,9%
Interessi attivi	1.731	0,1%	13.561	0,6%
Interessi passivi	(33.999)	-2,0%	(69.363)	-2,8%
Altri proventi (oneri) netti	44.560	2,6%	18.844	0,8%
Totale	12.292	0,7%	(36.958)	-1,5%
UTILE PRIMA DELLE IMPOSTE	293.432	16,9%	398.857	16,4%
Imposte	110.236	6,4%	111.680	4,6%
UTILE AL LORDO DEGLI INTERESSI DI MINORANZA	183.196	10,6%	287.177	11,8%
Interessi di minoranza	5.520	0,3%	5.899	0,2%
UTILE PRIMA DELLE POSTE STRAORDINARIE	177.676	10,3%	281.278	11,6%
Oneri straordinari	14.330	0,8%	-	0,0%
Utile netto	163.346	9,4%	281.278	11,6%
UTILE PER AZIONE BASE (in Lire):				
Utile prima delle poste straordinarie	396		625	
Onere straordinario	32		-	
Utile netto	364		625	
UTILE PER AZIONE DILUITO (in Lire):				
Utile prima delle poste straordinarie	395		622	
Onere straordinario	32		-	
Utile netto	363		622	
NUMERO MEDIO PONDERATO DI AZIONI IN CIRCOLAZIONE (in migliaia):				
Base	449.295,0		499.735,1	
Diluito	449.655,6		451.987,6	

4.9.3 Rendiconto Finanziario Consolidato

	Semestre chiuso al 30 giugno	
	1999	2000
	(Milioni di Lire)	
FLUSSI DI CASSA DALL'ATTIVITÀ OPERATIVA		
Utile prima degli interessi di minoranza e della perdita straordinaria	183.196	287.177
Rettifiche relative alle voci che non hanno effetto sulla liquidità:		
Oneri straordinari	(14.330)	–
Ammortamenti	116.253	164.685
Fondo imposte differite	6.389	(16.116)
Minusvalenze su vendita cespiti	5.854	(4.534)
Accantonamento TFR	5.351	8.191
Variazioni nelle attività e passività correnti:		
Crediti verso clienti	(76.251)	(189.252)
Ratei, risconti ed altre attività	(56.498)	(43.977)
Rimanenze di magazzino	4.514	65.897
Fornitori	9.806	67.146
Ratei, risconti ed altre passività	(230.262)	(117.238)
Fondo resi	1.544	2.397
Fondo imposte e tasse	64.883	51.680
Totale rettifiche	(162.747)	(11.121)
Flussi di cassa dall'attività operativa	20.449	276.056
FLUSSI DI CASSA DALL'ATTIVITÀ DI INVESTIMENTO		
Acquisizione di immobilizzazioni tecniche	(66.320)	(71.482)
Cessioni di immobilizzazioni tecniche	158	40.457
(Incremento) Decremento partecipazioni	(4.892)	280
Acquisizione di aziende, al netto delle disponibilità liquide	(1.177.533)	–
Incremento di attività immateriali	22.339	(5.990)
Flussi di cassa usati nell'attività di investimento	(1.226.248)	(36.735)
FLUSSI DI CASSA DALL'ATTIVITÀ FINANZIARIA		
Debiti a lungo termine:		
Incrementi	676.529	970.956
Rimborsi	(596.559)	(1.149.076)
Aumento di Capitale Sociale	–	8.519
Dividendi pagati	(9.157)	(867)
Flussi di cassa generati (utilizzati) dall'attività finanziaria	70.813	(170.468)
Differenze di conversione	(17.819)	1.829
(Decremento) incremento dei conti cassa e banche	(1.152.805)	70.682
Saldo netto di cassa e banche all'inizio dell'esercizio	(288.486)	(222.581)
DIFFERENZE DI CONVERSIONE SU CASSA	471	(6.721)
SALDO NETTO DI CASSA E BANCHE ALLA FINE DELL'ESERCIZIO	(1.440.820)	(158.620)
INFORMAZIONI SUPPLEMENTARI:		
Ammontare pagato nel semestre per interessi	29.315	83.858
Ammontare pagato nel semestre per imposte	64.924	89.355

4.9.4 Prospetto delle Variazioni nelle Voci di Patrimonio Netto

	Capitale sociale		Riserva sovrap- prezzo Azioni	Utili indivisi	Riserva di conversione	Azioni proprie ammontare	Patrimonio netto
	Azioni (n.) (1)	Ammontare					
				(Milioni di Lire)			
Saldo al 30 giugno 1999	450.500.000	45.050	5.371	1.189.697	126.680	(4.520)	1.362.278
Esercizio delle <i>Stock Option</i>	39.600	4					4
Differenze di conversione					28.328		28.328
Utile netto				131.864			131.864
Saldo a 31 dicembre 1999	450.539.600	45.054	5.371	1.321.561	155.008	(4.520)	1.522.474
Esercizio delle <i>Stock Option</i>	648.400	65	8.454				8.519
Differenze di conversione					78.621		78.621
Dividendi				(74.446)			(74.446)
Utile netto				281.278			281.278
Saldo al 30 giugno 2000	451.188.000	45.119	13.825	1.528.393	233.629	(4.520)	1.816.446

(1) Il numero delle azioni tiene conto del frazionamento azionario deliberato dall'Assemblea straordinaria del 3 maggio 2000.

4.10 Acquisizione Ray-Ban

L'Acquisizione Ray-Ban è analizzata nell'analogo Paragrafo nella parte A del presente Capitolo.

Luxottica ha effettuato per il bilancio al 31 dicembre 1999 una valutazione preliminare degli elementi dell'attivo e del passivo acquisiti allo scopo di allocare il prezzo pagato fra questi elementi e determinare pertanto il valore dell'avviamento. Come consentito dagli *US Gaap*, Luxottica ha provveduto ad operare la valutazione finale degli elementi dell'attivo e del passivo acquisito con il bilancio al 30 giugno 2000. Pertanto, i valori definitivi delle poste acquisite risultano essere i seguenti:

	Milioni di Lire
Attivo acquisito:	
Cassa e valori equivalenti	16.556
Magazzino	81.209
Crediti	256.281
Immobilizzazioni tecniche	69.881
Marchi ed altre immobilizzazioni immateriali	618.583
Altri valori netti	33.470
Passività assunte:	
Fornitori ed altre passività	(524.115)
Attivo netto acquisito	551.865
Avviamento	677.267
Prezzo d'acquisto totale	<u>1.229.132</u>

La necessità di effettuare accantonamenti per i contenziosi in essere e la necessità di svalutare beni acquisiti ha portato ad una rideterminazione del valore dell'avviamento da Lire 387.195 milioni a Lire 677.267 milioni.

4.11 Analisi dell'Andamento Economico

I dati e gli indicatori economici più significativi sono desumibili dalla seguente tabella (ammontari in miliardi di Lire):

	Semestre chiuso al 30 giugno			
	1999	%	2000	%
	(Milioni di Lire)			
Vendite nette	1.731,3	100,0%	2.433,9	100,0%
Costo del venduto	466,8	27,0%	700,5	28,8%
Margine industriale	1.264,5	73,0%	1.733,4	71,2%
Spese generali, amministrative e commerciali	983,4	56,8%	1.297,6	53,3%
Utile operativo	281,1	16,2%	435,8	17,9%
Proventi/(Oneri) finanziari netti	(32,3)	-1,9%	(55,8)	-2,3%
Altri proventi (oneri) netti	44,6	2,6%	18,8	0,8%
Utile prima delle imposte	293,4	16,9%	398,9	16,4%
Imposte	110,2	6,4%	111,7	4,6%
Interessi di minoranza	5,5	0,3%	5,9	0,2%
Oneri straordinari	14,3	0,8%	-	-
Utile netto	163,4	9,4%	281,3	11,6%
ROI ⁽¹⁾	16,4%		26,3%	
ROE ⁽²⁾	27,3%		36,6%	

(1) Utile operativo/Capitale investito (dedotte le passività di esercizio ed il TFR).

(2) Utile di esercizio/Patrimonio netto con esclusione dell'utile netto di esercizio.

• **Variazioni intervenute nel primo semestre del 2000 rispetto al primo semestre 1999**

Vendite nette

Le vendite del primo semestre 2000 sono aumentate del 40,6% rispetto al corrispondente periodo del 1999, passando da Lire 1.731,3 miliardi a Lire 2.433,9 miliardi. Questo aumento è dovuto per circa Lire 396 miliardi alle vendite avvenute a partire dal secondo semestre 1999 con i marchi acquisiti con la divisione Ray-Ban. L'incremento in termini omogenei è pari al 17,5%.

Le vendite al dettaglio in Nord America, attraverso la catena LensCrafters, sono incrementate del 21,2% passando da Lire 1.139,8 miliardi nel primo semestre 1999 a Lire 1.381,9 miliardi nel primo semestre 2000. L'incremento è dovuto per il 6,2% alle maggiori vendite in Dollari effettuate a parità di negozi, all'aumento dei negozi, passati da 855 al 30 giugno 1999, a 858 al 30 giugno 2000, e per la parte rimanente al rafforzamento del Dollaro contro la Lira. Il cambio medio Lira/Dollaro è passato da Lire 1.780,864 per Dollaro del primo semestre 1999 a Lire 2.018,779 per Dollaro nel primo semestre 2000.

Le vendite all'ingrosso nei confronti dei terzi a livello mondiale sono incrementate complessivamente del 77,8%, passando da Lire 591,5 miliardi nel primo semestre 1999 a Lire 1.051,8 miliardi nel primo semestre 2000, principalmente per effetto delle vendite Ray-Ban. Escludendo le vendite di prodotti a marchio Ray-Ban, l'incremento delle vendite all'ingrosso è stato di circa il 12,8%.

Nel primo semestre 2000 sono stati venduti circa 15,7 milioni di pezzi contro circa 11,3 milioni del primo semestre 1999 con un incremento del 39,2%. Questo incremento è dovuto per 4,0 milioni di pezzi alle vendite dei marchi Ray-Ban, per cui l'incremento in termini omogenei rispetto all'esercizio precedente è pari al 3,5%.

Va notato che le vendite nette in Usa e Canada nel primo semestre 2000 sono state pari a Lire 1.712,7 miliardi, rappresentando pertanto il 70,4% delle vendite totali, con un incremento del 32,9% rispetto al corrispondente periodo del 1999. Le vendite nette effettuate nel resto del mondo sono state pari a Lire 721,0 miliardi nel primo semestre 2000, con un incremento del 63,1% rispetto al corrispondente periodo del 1999.

Costo del venduto

Il costo del venduto è aumentato nel primo semestre 2000 del 50,1% rispetto al primo semestre 1999 ed è passato dal 27,0% al 28,8% in termini percentuali sulle vendite. La ragione di questo fatto è principalmente da ricercarsi nell'inclusione della divisione Ray-Ban con strutture produttive e distributive a costi più elevati rispetto a quelli di Luxottica.

Gli acquisti (al netto della variazione delle rimanenze) sono passati dal 12,7% delle vendite relative al primo semestre 1999 al 16,0% di quelle relative al corrispondente periodo del 2000.

Il costo del personale è passato da Lire 183,3 miliardi nel primo semestre 1999 a Lire 226,9 miliardi nel corrispondente periodo del 2000, con un incremento del 23,8%.

In termini percentuali sulle vendite il costo del personale è passato dal 10,6% del primo semestre 1999 al 9,3% del corrispondente periodo del 2000 per effetto principalmente della maggior efficienza conseguita dai negozi della catena LensCrafters.

Margine industriale

Il margine industriale è aumentato nel primo semestre 2000 del 37,1% rispetto al corrispondente periodo del 1999, anche se in termini percentuali sulle vendite è passato dal 73,0% del primo semestre 1999 al 71,2% del corrispondente periodo del 2000 per le ragioni spiegate precedentemente.

Spese generali amministrative e commerciali

Le spese generali amministrative e commerciali sono passate da Lire 983,4 miliardi del primo semestre 1999 a Lire 1.297,6 miliardi del corrispondente periodo del 2000, registrando pertanto un aumento del 32,0%.

In particolare le spese di vendita, pubblicità e *royalties* sono passate da Lire 730,1 miliardi del primo semestre 1999 a Lire 924,2 miliardi del corrispondente periodo del 2000, registrando un incremento del 26,6% per effetto della maggior attività di vendita. L'incidenza di queste spese sulle vendite si è tuttavia ridotta del 4,2% per effetto dell'aumento nelle vendite al dettaglio e delle vendite Ray-Ban sulle quali non pesano *royalties*.

Le spese generali ed amministrative sono incrementate nel primo semestre 2000 del 47,4%, passando da Lire 253,3 miliardi del primo semestre 1999 a Lire 373,4 miliardi del corrispondente periodo del 2000 per effetto degli oneri connessi all'Acquisizione Ray-Ban e dell'ammortamento dei relativi marchi che nel primo semestre 2000 ha pesato per circa Lire 35,5 miliardi.

Utile operativo

L'utile operativo nel primo semestre 2000 è stato pari a Lire 435,8 miliardi, rappresentando il 17,9% delle vendite, mentre nel corrispondente periodo del 1999 è stato pari a Lire 281,1 miliardi, rappresentando il 16,2% delle vendite. Per quanto riguarda il segmento della produzione e distribuzione all'ingrosso, l'utile operativo si è ridotto in termini percentuali sulle vendite passando dal 27,3% del primo semestre 1999 al 23,5% del corrispondente periodo del 2000. La riduzione di 3,8 punti percentuali sulle vendite è dovuta alla riduzione precedentemente spiegata del margine industriale ed ai costi di struttura della divisione Ray-Ban che, nella prima parte del 2000, sono stati significativamente più alti rispetto a quelli del resto del Gruppo.

Nel segmento delle vendite al dettaglio, l'utile operativo è migliorato in termini percentuali sulle vendite di 2,4 punti, passando dal 12,0% del primo semestre 1999 al 14,4% del corrispondente periodo del 2000 principalmente per effetto della maggior redditività conseguita dai nuovi punti vendita.

Oneri finanziari netti

Gli oneri finanziari (al netto dei proventi) sono aumentati passando da Lire 32,3 miliardi del primo semestre 1999 a Lire 55,8 miliardi del corrispondente periodo del 2000, per effetto dei finanziamenti contratti per l'Acquisizione Ray-Ban.

Altri proventi (oneri)

Negli altri proventi del primo semestre 1999 sono inclusi Lire 41,9 miliardi di proventi relativi alla risoluzione anticipata di un contratto di "currency swap".

Utile netto

L'utile prima delle imposte e degli interessi di minoranza è stato nel primo semestre 1999 di Lire 293,4 miliardi, pari al 16,9% delle vendite nette, contro Lire 398,9 miliardi del corrispondente periodo del 2000, pari al 16,4% delle vendite nette.

L'utile netto è passato da Lire 163,3 miliardi nel primo semestre 1999 a Lire 281,3 miliardi nel corrispondente periodo del 2000. Va segnalato che il primo semestre del 1999 è stato penalizzato dall'onere straordinario (al netto delle imposte) di Lire 14,3 miliardi relativo all'estinzione anticipata di un finanziamento.

L'utile per azione base è passato da Lire 364 del primo semestre 1999 a Lire 625 del corrispondente periodo del 2000, mentre quello diluito è passato da Lire 363 del primo semestre 1999 a Lire 622 del corrispondente periodo del 2000.

4.12 Analisi dell'Andamento Patrimoniale e Finanziario

I dati e gli indicatori patrimoniali e finanziari più significativi sono desumibili dalla seguente tabella (ammontari in miliardi di Lire):

	31 dicembre		30 giugno	
	1999	%	2000	%
Attività correnti	1.565,1	31,5%	1.698,2	31,7%
Immobilizzazioni materiali	793,8	16,0%	735,7	13,7%
Immobilizzazioni immateriali	2.589,1	52,1%	2.903,2	54,2%
Altre immobilizzazioni	25,1	0,5%	16,0	0,3%
Totale attività	4.973,1	100,0%	5.353,1	100,0%
Passività correnti	2.451,1	49,3%	2.050,1	38,3%
Debiti a lungo termine	691,1	13,9%	1.077,8	20,1%
Altre passività a lungo termine	308,4	6,2%	408,7	7,6%
Patrimonio netto	1.522,5	30,6%	1.816,4	33,9%
Totale passività e patrimonio netto	4.973,1	100,0%	5.353,1	100,0%
Patrimonio netto/Totale attività	0,31		0,34	
Indebitamento netto/Patrimonio Netto	1,44		1,06	
Attività correnti/Passività correnti	0,64		0,83	

L'analisi dei dati patrimoniali della precedente tabella, evidenzia un andamento uniforme per quanto riguarda il confronto fra la situazione patrimoniale al 31 dicembre 1999 e quella al 30 giugno 2000.

Da questo confronto si evidenzia come la gestione caratteristica generi risorse tali da consentire la riduzione dell'indebitamento netto, che al 30 giugno 2000 si riduce di Lire 264,9 miliardi. Il rapporto tra indebitamento e patrimonio netto infatti passa da 1,44 al 31 dicembre 1999 a 1,06 al 30 giugno 2000.

Il rapporto fra attività correnti e passività correnti migliora significativamente al 30 giugno 2000 rispetto al 31 dicembre 1999 passando da 0,64 a 0,83 per effetto della riduzione dell'indebitamento a breve.

- **Analisi del capitale circolante**

Il capitale circolante è così composto (ammontari in miliardi di Lire):

	31 dicembre 1999	30 giugno 2000
Crediti verso clienti	548,3	744,6
Rimanenze di magazzino	567,5	430,5
Ratei e risconti attivi	126,7	125,7
Crediti verso Erario	95,6	122,3
Imposte differite attive	111,1	133,6
Fornitori	(225,6)	(297,1)
Fondo imposte	(91,6)	(147,6)
Ratei e risconti passivi	(104,0)	(107,3)
Fondo resi	(18,7)	(22,0)
Altre passività a breve	(396,6)	(487,1)
Capitale circolante	612,8	495,4

La riduzione di Lire 117,4 miliardi al 30 giugno 2000 del capitale circolante netto, è principalmente dovuta all'incremento dei crediti verso clienti per Lire 196,3 miliardi dovuto all'incremento delle vendite tipico del primo semestre, alla riduzione delle rimanenze di magazzino per Lire 137,0 miliardi, effetti più che compensati da un incremento nelle passività a breve che nel loro complesso sono aumentate di Lire 224,6 miliardi.

- **Evoluzione nei flussi di cassa**

I rendiconti finanziari, già dettagliati nel precedente Paragrafo 4.9.3, possono essere analizzati e commentati come segue (ammontari in miliardi di Lire):

	Semestre chiuso al 30 giugno	
	1999	2000
Flussi derivanti dall'attività operativa:		
Utile prima dei terzi e della perdita straordinaria	183,2	287,2
Perdita straordinaria	(14,3)	–
Ammortamenti	116,3	164,7
Altre variazioni	17,6	(12,5)
Variazione nelle attività e passività correnti	(282,4)	(163,3)
Totale	20,4	276,1

L'aumento di Lire 255,6 miliardi nella generazione di flussi derivanti dall'attività operativa avvenuto nel primo semestre 2000 è dovuto al maggior utile derivante in parte dalle vendite

Ray-Ban, ai maggiori ammortamenti relativi alla divisione Ray-Ban e alla variazione positiva nel saldo netto delle attività e passività correnti conseguente principalmente all'Acquisizione Ray-Ban nonché al trasferimento a breve della quota corrente dei debiti a lungo termine.

	Semestre chiuso al 30 giugno	
	1999	2000
Impieghi derivanti dall'attività di investimento:		
Acquisizione di immobilizzazioni tecniche	(66,3)	(71,5)
Cessione di immobilizzazioni tecniche	0,2	40,5
Variazione nelle partecipazioni	(4,9)	0,3
Acquisizione di aziende	(1.177,5)	–
Incremento attività immateriali	22,3	(6,0)
Totale	(1.226,2)	(36,7)

Gli impieghi al 30 giugno 1999 sono essenzialmente riferibili all'Acquisizione Ray-Ban, consolidata a partire dal secondo semestre 1999.

	Semestre chiuso al 30 giugno	
	1999	2000
Flussi derivanti dall'attività finanziaria:		
Incremento dei debiti a lungo	676,5	971,1
Rimborso dei debiti a lungo	(596,6)	(1.149,1)
Aumento capitale sociale	–	8,5
Dividendi pagati	(9,2)	(0,9)
Totale	70,8	(170,5)

Nel corso del primo semestre 2000 è stato rimborsato un finanziamento a breve termine di Lire 1.135,8 miliardi, che costituisce la parte principale dei rimborsi effettuati, mentre è stato acceso un finanziamento a medio termine in Euro.

• **Analisi dell'indebitamento**

L'indebitamento della Società può essere analizzato come segue (ammontari in miliardi di Lire):

	31 dicembre 1999	30 giugno 2000
Debiti finanziari a breve termine:		
Banche	338,5	300,2
Finanziamenti	1.135,9	–
Quota corrente finanziamenti a medio e lungo termine	140,3	688,6
Disponibilità liquide	(115,9)	(141,6)
Totale debiti finanziari a breve termine netti	1.498,8	847,2
Debiti finanziari a medio e lungo termine	691,1	1.077,8
Indebitamento finanziario netto complessivo	2.189,9	1.925,0

L'indebitamento complessivo al 30 giugno 2000 si è ridotto di Lire 264,9 miliardi rispetto al 31 dicembre del 1999 per effetto di quanto spiegato precedentemente nell'analisi dell'evoluzione dei flussi di cassa.

Va segnalato che al 30 giugno 2000 i debiti finanziari a breve si sono ridotti di Lire 651,6 miliardi, mentre quelli a lungo si sono incrementati di Lire 386,7 miliardi principalmente per effetto della restituzione del finanziamento a breve di Lire 1.135,8 miliardi e della accensione di un finanziamento pari a Euro 500 milioni, rimborsabile in rate trimestrali di Euro 25 milioni e scadente nel giugno del 2003.

La seguente tabella mostra la suddivisione della posizione finanziaria al 30 giugno 2000, del fatturato netto e dei costi totali nel primo semestre 2000, per valuta.

	Dollari U.S.	Lire Italiane	Altre valute	Totale
Posizione finanziaria	39%	60%	1%	100%
Fatturato netto	70%	18%	12%	100%
Costi totali	62%	29%	9%	100%

Per le altre considerazioni, si fa riferimento a quanto spiegato nell'analogo Paragrafo della parte A del presente Capitolo.

4.13 Principi Contabili

Per la descrizione dei principi contabili si fa riferimento all'analoga nota della parte A del presente Capitolo relativa ai bilanci annuali.

4.14 Dettaglio e Commento alle Voci dello Stato Patrimoniale

4.14.1 Cassa e disponibilità liquide e debiti bancari a breve

Le disponibilità liquide e i conti bancari sono così composti (ammontari in milioni di Lire):

	31 dicembre 1999	30 giugno 2000
Cassa	4.241	4.623
Liquidità presso banche	111.657	136.953
Cassa e disponibilità liquide	115.898	141.576
Banche passive	(338.479)	(300.196)
Finanziamenti a breve termine	(1.135.883)	–

Il finanziamento a breve termine contratto per finanziare l'Acquisizione Ray-Ban è stato sostituito da altro finanziamento a medio termine (vedi Paragrafo 4.14.10).

4.14.2 Crediti verso clienti

I crediti verso clienti sono iscritti in bilancio al netto dei seguenti fondi svalutazione (ammontari in milioni di Lire):

	31 dicembre 1999	30 giugno 2000
Crediti verso clienti	578.491	773.411
Fondo svalutazione crediti	(30.175)	(28.791)
Totale	548.316	744.620

L'incremento dei crediti è strettamente legato all'incremento delle vendite nel primo semestre 2000 rispetto a quelle del secondo semestre 1999.

4.14.3 Altri crediti

Gli altri crediti sono composti come segue (ammontari in milioni di Lire):

	31 dicembre 1999	30 giugno 2000
Imposte differite attive correnti	111.068	133.594
Crediti verso l'Erario per IVA e imposte	95.552	122.296
Totale	206.620	255.890

La composizione delle imposte differite è analizzata nel successivo Paragrafo 4.14.9.

4.14.4 Rimanenze di magazzino

Le rimanenze di magazzino sono così composte (ammontari in milioni di Lire):

	31 dicembre 1999	30 giugno 2000
Materie prime e imballaggi	63.051	102.609
Prodotti in corso di lavorazione	39.898	42.898
Prodotti finiti	464.589	284.949
Totale	567.538	430.456

La diminuzione delle giacenze di prodotti finiti al 30 giugno è strettamente legata alla performance delle vendite (principalmente occhiali da sole) caratteristica del periodo.

4.14.5 Ratei, risconti attivi ed altre attività a breve

	31 dicembre 1999	30 giugno 2000
Ratei e risconti attivi:		
Spese di pubblicità	13.430	14.550
<i>Royalties</i>	2.217	3.545
Altri ratei e risconti	32.814	47.749
Altre attività a breve:		
Anticipi a fornitori	9.430	9.331
Altre attività	68.843	50.507
Totale	126.734	125.682

4.14.6 Immobilizzazioni tecniche nette

Le immobilizzazioni tecniche nette sono composte come segue (ammontari in milioni di Lire):

	31 dicembre 1999	30 giugno 2000
Terreni e fabbricati	568.103	561.714
Impianti e macchinari	528.388	567.428
Velivoli	46.958	46.958
Altre immobilizzazioni	294.844	289.218
Fabbricati in <i>leasing</i>	4.516	4.516
	1.442.809	1.469.834
Fondo ammortamento	(649.058)	(734.183)
Totale	793.751	735.651

Gli ammortamenti al 30 giugno 1999 e 2000 ammontano rispettivamente a Lire 69.666 milioni e a Lire 83.044 milioni.

Inclusi nelle altre immobilizzazioni al 31 dicembre 1999 e al 30 giugno 2000 risultano rispettivamente circa Lire 31.795 milioni e Lire 36.697 milioni di immobilizzazioni in corso di costruzione.

4.14.7 Immobilizzazioni immateriali nette

Le immobilizzazioni immateriali nette sono così composte (ammontari in milioni di Lire):

	<u>31 dicembre 1999</u>	<u>30 giugno 2000</u>
Avviamento, derivante dall'acquisizione di U.S. Shoe (al netto dell'ammortamento accumulato di Lire 249.214 milioni e di Lire 290.651 milioni al 31 dicembre 1999 e al 30 giugno 2000, rispettivamente)	1.097.887	1.127.158
Avviamento derivante dall'Acquisizione Ray-Ban (al netto dell'ammortamento di Lire 9.679 milioni e di Lire 30.885 milioni al 31 dicembre 1999 e al 30 giugno 2000, rispettivamente)	377.516	701.941
Marchio LensCrafters (al netto dell'ammortamento accumulato di Lire 78.445 milioni e di Lire 91.488 milioni al 31 dicembre 1999 e al 30 giugno 2000, rispettivamente)	345.583	354.797
Marchi Ray-Ban (al netto dell'ammortamento di Lire 23.390 milioni e Lire 37.934 milioni al 31 dicembre 1999 e al 30 giugno 2000, rispettivamente)	557.112	543.090
Avviamento derivante da altre acquisizioni (al netto dell'ammortamento accumulato di Lire 69.362 milioni e Lire 68.410 milioni al 31 dicembre 1999 e al 30 giugno 2000, rispettivamente)	191.546	162.607
Altre immobilizzazioni immateriali, nette	19.528	13.554
Totale	<u>2.589.172</u>	<u>2.903.147</u>

L'incremento dell'avviamento Ray-Ban è dovuto alla conclusione del processo di valutazione delle attività e passività acquisite da Bausch & Lomb, come indicato nel precedente Paragrafo 4.10.

4.14.8 Altre attività

Le altre attività sono composte come segue (ammontari in milioni di Lire):

	<u>31 dicembre 1999</u>	<u>30 giugno 2000</u>
Crediti verso l'Erario per IVA ed imposte	20	10
Altre attività a lungo termine	24.356	15.609
Totale	<u>24.376</u>	<u>15.619</u>

Le altre attività a lungo termine includono principalmente crediti commerciali esigibili oltre i 12 mesi.

4.14.9 Imposte differite e anticipate

Le attività e passività per imposte differite al 31 dicembre 1999 e al 30 giugno 2000 sono composte rispettivamente come segue (ammontari in milioni di Lire):

	31 dicembre 1999	30 giugno 2000
	Imposte Differite a credito/(debito)	Imposte Differite a credito/(debito)
Quota corrente:		
Magazzino	86.635	118.935
Costi per assicurazioni ed altre riserve	47.817	45.466
Beneficio fiscale perdite pregresse	9.666	11.600
Riserva per svalutazione	(51.759)	(60.486)
Altre, al netto	18.709	18.079
Imposte differite correnti a credito	111.068	133.594
Quota non corrente:		
Base di ammortamento diversa delle immobilizzazioni tecniche	(141.597)	(142.968)
Beneficio fiscale perdite pregresse	32.159	77.424
Cessioni d'aziende	4.867	4.597
Accantonamento per impegni di locazione	6.224	7.201
Ammortamenti	(12.208)	(12.951)
Riserva per svalutazione	(33.180)	(77.424)
Altre, al netto	1.334	460
Imposte differite non correnti a debito	(142.401)	(143.661)

Le imposte che al 30 giugno 2000 dovrebbero essere pagate, qualora le riserve e gli utili indivisi delle società controllate venissero distribuiti alla capogruppo, ammontano approssimativamente a Lire 22.975 milioni. Luxottica non ha accantonato imposte su tali riserve in quanto non ne è prevista a breve termine la distribuzione e le stesse sono destinate ad essere permanentemente reinvestite.

Al 30 giugno 2000, la Società ha contabilizzato un fondo per la svalutazione di imposte differite attive (quota corrente e non) relative alla controllata Ray-Ban Sun Optics Inc. per un ammontare complessivo di Lire 137.910 milioni (Lire 84.939 milioni al 31 dicembre 1999) in quanto il *management* di Luxottica ritiene prudenzialmente che siano scarse le probabilità di recupero fiscale delle perdite pregresse cui questi crediti si riferiscono.

4.14.10 Debiti finanziari a medio-lungo termine

I debiti a medio-lungo termine sono così composti (ammontari in milioni di Lire):

	31 dicembre 1999	30 giugno 2000
Accordo di credito con varie istituzioni bancarie (a)	–	968.135
Prestito obbligazionario emesso da Luxottica Luxembourg SA, al tasso d'interesse del 3,625%, pagabile annualmente, scadenza nel 2002 (b) (c)	677.695	677.695
Prestito obbligazionario, al tasso d'interesse del 8,63%, pagabile semestralmente, scadenza nel 2002 (d)	135.635	102.183
Finanziamenti per acquisizione beni in <i>leasing</i> , pagabili in rate fino al 2005	2.613	2.451
Finanziamenti da banche e da terzi, a vari tassi d'interessi (dal 3,96% al 6% annuo), rimborsabili ratealmente entro il 2007 e garantiti da ipoteche su alcuni cespiti di società del Gruppo	15.517	15.971
Totale	831.460	1.766.435
Meno: Quote correnti	140.372	688.609
Totale a medio-lungo termine	691.088	1.077.826

- (a) Nel giugno 2000 la Società ha estinto il finanziamento-ponte a breve termine contratto per l'Acquisizione Ray-Ban e lo ha sostituito con un nuovo finanziamento a medio termine. Il nuovo finanziamento concesso da un pool di banche prevede la disponibilità fino ad un ammontare massimo di Euro 500 milioni. Il finanziamento non è soggetto a garanzie, scade nel giugno 2003 e consente alla Società di scegliere la periodicità con cui liquidare gli interessi. Il finanziamento è costituito da un prestito a medio-lungo termine per Euro 300 milioni il cui capitale viene rimborsato con rate trimestrali di Euro 25 milioni. Il tasso di interesse è l'Euribor (definito contrattualmente) più lo 0,4% (5,01% al 30 giugno 2000). L'altra parte del finanziamento, sotto forma di prestito "revolving" fino ad un massimo di Euro 200 milioni, può essere rimborsata e ripresa a prestito fino alla scadenza dell'accordo di finanziamento. Tale prestito deve essere rinnovato ogni sei mesi fino alla scadenza dell'accordo (giugno del 2003) e comporta il pagamento di interessi al tasso Euribor più lo 0,375% (4,86% al 30 giugno 2000)
- (b) Nel giugno 1999, Luxottica Luxembourg S.A. ha emesso un prestito obbligazionario per un importo di Euro 350.000.000, con scadenza giugno 2002 che prevede il pagamento con cadenza annuale di interessi al tasso fisso del 3,625%, come definito nel prospetto di emissione. Il valore di mercato stimato del prestito obbligazionario al 30 giugno 2000 è approssimativamente di Lire 659.260 milioni.
- (c) Nel novembre 1999, una controllata della Società ha stipulato un contratto di "currency swap" con una banca italiana. La scadenza dello swap è fissata al 25 giugno 2002, e l'ammontare nozionale dovuto è di US\$350.200.000 a fronte del ricevimento di un ammontare nozionale di Euro 340.000.000. Le parti regoleranno gli interessi su base semestrale. L'ammontare nozionale espresso in Dollari matura interessi al tasso del 6,1% mentre l'ammontare nozionale espresso in Euro matura interessi al tasso del 3,625%. In questi termini, lo swap è da considerarsi uno strumento di copertura dal rischio cambi con riferimento al prestito obbligazionario in Euro di cui al punto precedente. Nel settembre 1998, la società aveva stipulato un altro contratto di "currency swap" che non era uno strumento di copertura; tale swap è stato estinto nel maggio 1999 e la Società ha contabilizzato un provento di Lire 41.975 milioni in relazione a tale operazione. Tale provento era incluso nel conto economico consolidato al 30 giugno 1999 alla voce "Altri proventi/oneri".
- (d) Al 31 dicembre 1999 e al 30 giugno 2000, una controllata della Società esprimeva un debito a fronte di un prestito obbligazionario. Tale prestito matura interessi al tasso del 8,63%, pagabili semestralmente, e l'intero capitale sarà rimborsabile nel 2002. L'amministratore fiduciario, a fronte di questo prestito, ha sostenuto che la controllata a seguito dell'acquisizione si è trovata in situazione di inadempienza tecnica di certe clausole contenute nel regolamento del prestito obbligazionario. I portatori delle obbligazioni, a loro discrezione, potrebbero anticipare la scadenza dei titoli, con il risultato che l'intero capitale più gli interessi maturati sarebbero dovuti immediatamente. Per tali ragioni, la Società ha classificato questo debito come corrente nello stato patrimoniale consolidato al 31 dicembre 1999 e al 30 giugno 2000. Il management sta attualmente cercando di risolvere tale questione e ritiene che la situazione non avrà alcun effetto significativo sulla condizione finanziaria consolidata o sulle operazioni della Società. Al 30 giugno 2000, il valore normale di tale debito è stato stimato in Lire 101.233 milioni.

I debiti a lungo termine scadono negli anni successivi al 30 giugno 2001 come segue (ammontari in milioni di Lire):

ESERCIZIO CHIUSO AL 30 GIUGNO	
2001	195.594
2002	873.285
2003	1.643
2004	1.348
2005	723
Successivi	5.233
Totale	1.077.826

4.14.11 Fondo trattamento di fine rapporto

La passività per il fondo trattamento di fine rapporto è relativa ai dipendenti della Società in Australia, Austria, Grecia, Israele, Italia e Giappone ed è determinata secondo le leggi vigenti sul lavoro nei rispettivi Paesi. Ogni anno, la Società provvede al riadeguamento del fondo in base al numero dei dipendenti e ai loro livelli di retribuzione. Questa passività non è attualizzata. Di conseguenza, l'accantonamento rappresenta la passività totale nell'ipotesi che tutti i dipendenti si licenzino alla data di chiusura dell'esercizio. Le imputazioni al conto economico durante il primo semestre del 1999 e del 2000 ammontano rispettivamente a Lire 5.403 milioni e Lire 8.191 milioni.

4.14.12 Ratei, risconti passivi e altre passività

Le altre passività includono le seguenti voci (ammontari in milioni di Lire):

	31 dicembre 1999	30 giugno 2000
Fondo resi	18.667	22.041
Fondo imposte	91.576	147.618
Debiti verso personale ed agenti	31.553	45.638
Debiti per imposte indirette	16.275	23.877
Dividendi in pagamento	878	74.446
Assicurazioni	16.291	19.202
Debiti per <i>royalties</i>	11.928	13.063
Interessi su prestito obbligazionario	12.621	341
Prestazioni di servizi e altri debiti Ray-Ban	112.987	66.397
Passività potenziali	53.004	55.786
Altre	141.024	188.452
	506.804	656.861

4.14.13 Piano di Stock Option

Per la descrizione del piano di *Stock Option* varato dalla società e i principi contabili usati come riferimento per la contabilizzazione degli effetti e l'informativa riportata, si fa riferimento all'analogo Paragrafo nella parte A del presente Capitolo. Di seguito riportiamo le informazioni che mettono a confronto i dati al 30 giugno 2000 con l'ultimo periodo oggetto di rendicontazione o con il corrispondente periodo dell'anno precedente.

I calcoli della Società sono stati effettuati utilizzando il modello denominato "*Black-Scholes*" assumendo i seguenti valori medi:

	31 dicembre 1999	30 giugno 2000
Rendimento del dividendo	1,51%	0,97%
Tasso di interesse "risk free"	4,60%	6,10%
Vita attesa dell'opzione (anni)	5	5
Volatilità attesa	33,61%	44,50%
"Fair value" medio ponderato (Lire)	5.858	12.476

I calcoli della Società sono basati sul "*multiple option valuation approach*" e le rinunce vengono riconosciute quando si verificano.

Se i costi connessi per il piano di *Stock Option* della Società per le opzioni maturate fossero stati determinati in conformità allo SFAS No. 123, l'utile netto della Società e l'utile per azione avrebbero dato i seguenti valori proforma:

	Semestre chiuso al 30 giugno	
	1999	2000
Utile netto (milioni di Lire):		
Come da bilancio	163.346	281.278
Pro forma	159.509	276.858
Utile per azione (in Lire) di base:		
Come da bilancio	364	625
Pro forma	355	615
Utile per azione (in Lire) diluito:		
Come da bilancio	363	622
Pro forma	355	612

La seguente tabella riassume le informazioni relative alle opzioni in circolazione al 30 giugno 2000 e riflette il frazionamento azionario approvato dall'Assemblea straordinaria dei soci nel maggio scorso e divenuto operativo nel giugno 2000:

	Numero di Opzioni esercitabili	Prezzo medio ponderato (in Lire)
Saldo al 1° gennaio 1998	–	–
Concesse	3.380.400	14.290
Rinunce	(195.600)	14.290
Saldo al 31 dicembre 1998	3.184.800	14.290
Concesse	3.679.200	8.475
Rinunce	(724.600)	11.276
Esercitate	(39.600)	14.290
Saldo al 31 dicembre 1999	6.099.800	11.140
Concesse	2.142.200	18.434
Rinunce	(134.600)	12.139
Esercitate	(648.400)	12.266
Saldo al 30 giugno 2000	7.459.000	13.119

4.14.14 Patrimonio netto

Il capitale sociale è composto da 451.188.000 azioni ordinarie al 30 giugno 2000, dal valore nominale di Lire 100 ciascuna. Una controllata statunitense possiede 1.205.000 azioni della capogruppo (classificate come azioni proprie in consolidato), pertanto le azioni in circolazione alla data del 30 giugno 2000 risultano essere n. 449.983.000.

L'incremento del capitale sociale verificatosi nel 2000 è da attribuirsi alla sottoscrizione di azioni da parte di dipendenti del Gruppo nell'ambito del piano di *Stock Option* varato dalla Società (vedi Paragrafo 4.14.13).

La tabella seguente riporta la riconciliazione dell'utile e del patrimonio netto della capogruppo e l'utile e il patrimonio netto consolidati secondo i principi contabili indicati nel Paragrafo 4.9.5.

	31 dicembre 1999		30 giugno 2000	
	Utile	Patrimonio netto	Utile	Patrimonio netto
	(Milioni di Lire)			
Valori da bilancio d'esercizio della capogruppo ⁽¹⁾	53.666	143.141	1.760	78.412
Dividendi ricevuti dalle controllate	(61.821)	–	(6.443)	–
Differenza tra il valore delle partecipazioni e relative quote di patrimonio netto	–	257.996	–	442.101
Quota di risultato delle controllate di pertinenza del Gruppo	198.025	–	257.346	–
Ammortamento dell'avviamento e differenze di consolidamento	(80.145)	1.161.840	(37.979)	1.176.619
Eliminazione utili infragruppo su magazzino	(19.515)	(101.635)	13.877	(49.491)
Ripianamento perdite e svalutazione partecipazioni	159.625	–	–	113.984
Rettifiche ammortamenti anticipati	2.828	17.409	1.036	18.445
Altre rettifiche (al netto)	42.547	43.723	51.681	36.376
Valori da bilancio consolidato ⁽²⁾	295.210	1.522.474	281.278	1.816.446

(1) Dati provenienti dai bilanci d'esercizio di Luxottica Group S.p.A.

(2) Dati provenienti dai bilanci consolidati US Gaap di Luxottica Group S.p.A.

Nel maggio 2000, gli azionisti della Società hanno deliberato la distribuzione di dividendi per Lire 74.446 milioni. Tali importi sono diventati pagabili nel luglio 2000. Le disposizioni di legge vigenti in Italia richiedono che il 5% degli utili netti di ogni esercizio venga accantonato a riserva legale fino a che questa non abbia raggiunto il quinto del capitale sociale. La riserva legale non è disponibile per essere distribuita agli azionisti come dividendo. Le riserve legali incluse negli utili non distribuiti delle società italiane al 31 dicembre 1999 e al 30 giugno 2000 ammontano a Lire 11.075 milioni e Lire 9.618 milioni, rispettivamente.

Come evidenziato al punto (b) dell'Introduzione al presente Capitolo, la Società predispone il bilancio consolidato in conformità ai principi contabili americani (*US Gaap*) così come richiesto dalla *Securities and Exchange Commission* (SEC) per le società quotate al *New York Stock Exchange*, ove Luxottica è presente dal gennaio 1990. La Società predispone inoltre un bilancio consolidato secondo i principi contabili italiani (*Italian Gaap*) in osservanza alle norme italiane vigenti per le società costituite ed aventi sede legale in Italia.

Nella tabella seguente viene fornito il dettaglio delle differenze tra il bilancio consolidato redatto in base agli *Italian Gaap* e quello redatto in base agli *US Gaap* per quanto riguarda l'utile e il patrimonio netto consolidati.

	31 dicembre 1999		30 giugno 2000	
	Utile	Patrimonio netto	Utile	Patrimonio netto
	(Milioni di Lire)			
Valori " <i>Italian Gaap</i> "	54.458	361.505	178.032	483.927
Differenza ammortamento avviamento	203.456	981.436	88.782	1.127.158
Differenza ammortamento marchi	64.042	313.781	24.427	354.797
Altre	(1.129)	(4.216)	(192)	(2.998)
Effetto imposte	(25.617)	(125.512)	(9.771)	(141.919)
Azioni proprie	–	(4.520)	–	(4.520)
Valori " <i>US Gaap</i> "	295.210	1.522.474	281.278	1.816.445

Le principali differenze riguardano la diversa durata dell'ammortamento dell'avviamento e dei marchi (dai 10 ai 25 anni secondo *US Gaap*, dai 5 ai 10 anni secondo *Italian Gaap*) contabilizzati da una società americana, l'effetto imposte per le poste con rilevanza fiscale e le azioni

proprie che, secondo la prassi statunitense, sono portate in diminuzione del valore del patrimonio netto anziché nell'attivo patrimoniale. Essendo l'avviamento ed i marchi di cui sopra contabilizzati in Dollari USA, il loro valore è soggetto alle oscillazioni del cambio.

4.14.15 Informazioni sui settori di attività (Segment Information)

Le tavole seguenti illustrano le informazioni per segmento di business e per area geografica ritenute essenziali dal *management* della Società allo scopo di valutare l'andamento aziendale e per supportare le decisioni future in merito all'allocazione di risorse.

La colonna "Operazioni fra segmenti e altre rettifiche" include le eliminazioni delle transazioni tra i segmenti identificati e i relativi costi non allocati. Questo ha l'effetto di incrementare l'utile operativo dei segmenti "Produzione e distribuzione all'ingrosso" e "Dettaglio". Il totale attivo è costituito da quelle attività materiali e immateriali utilizzate per l'operatività dei segmenti di business. Le attività non attribuite specificamente ad alcun segmento sono costituite principalmente da disponibilità liquide, avviamento e marchi.

Esercizio (Lire/milioni)	Produzione e distribuzione all'ingrosso	Dettaglio	Operazioni tra segmenti e altre rettifiche	Consolidato
30 giugno 2000:				
Fatturato netto	1.126.795	1.381.938	(74.845)	2.433.888
Utile operativo	265.338	198.912	(28.435)	435.815
Investimenti	37.334	27.845	—	65.179
Ammortamenti	65.025	59.140	40.520	164.685
Totale attivo	2.848.995	1.045.015	1.459.050	5.353.060
30 giugno 1999 (1):				
Fatturato netto	688.339	1.139.817	(96.853)	1.731.303
Utile operativo	187.578	137.109	(43.547)	281.140
Investimenti	21.945	48.815	1.194.089	1.264.849
Ammortamenti	21.055	49.809	45.389	116.253
31 dicembre 1999:				
Totale attivo	1.522.605	1.154.890	2.295.608	4.973.103

(1) Dati sottoposti a revisione contabile limitata secondo lo *Statement of Auditing Standard* n. 71.

Esercizio (Lire/milioni)	Italia	Stati Uniti e Canada	Altri Paesi	Rettifiche ed eliminazioni	Consolidato
30 giugno 2000:					
Fatturato netto (1)	948.744	1.681.377	616.324	(812.557)	2.433.888
Utile operativo	221.246	258.281	41.403	(85.115)	435.815
Totale attivo	2.586.426	2.949.819	851.922	(1.035.107)	5.353.060
30 giugno 1999 (2):					
Fatturato netto (1)	456.917	1.293.546	317.221	(336.381)	1.731.303
Utile operativo	117.704	99.373	46.473	17.590	281.140
31 dicembre 1999:					
Totale attivo	2.248.887	2.954.111	876.273	(1.106.168)	4.973.103

(1) Nessun cliente rappresenta più del 5% delle vendite di ciascun anno.

(2) Dati sottoposti a revisione contabile limitata secondo lo *Statement of Auditing Standard* n. 71.

4.14.16 Strumenti finanziari

Gestione del rischio di cambio

La Società normalmente non utilizza gli strumenti finanziari per scopi speculativi. La Società utilizza dei contratti di copertura del rischio di cambio quale copertura di operazioni in valuta estera su base continuativa e per periodi coerenti con l'esposizione in valuta estera. Lo scopo di questa prassi è quello di minimizzare l'effetto delle fluttuazioni nel tasso di cambio sull'attività economica della Società e sul suo risultato operativo.

L'attività di copertura non espone la Società a rischi di fluttuazione del cambio poiché gli utili e le perdite derivanti da questi contratti sono bilanciati da equivalenti utili o perdite sulle operazioni assoggettate a copertura.

Al 30 giugno 2000 una controllata della Società aveva circa Lire 5.809 milioni di contratti a termine espressi in Euro. I contratti a termine non eccedono i 12 mesi e obbligano la Società a vendere valuta per Euro alla data di maturazione e al cambio concordato alla data di stipula del contratto.

Concentrazione del rischio di credito

La concentrazione del rischio di credito è limitata grazie al gran numero di soggetti ricompresi nella clientela commerciale della Società. Le condizioni finanziarie dei clienti sono costantemente monitorate.

4.14.17 Impegni e rischi

Impegni assunti nei confronti dei lavoratori dipendenti

Una controllata americana ha in essere un impegno con i propri dipendenti per garantire l'erogazione di alcune prestazioni pensionistiche, i cui dettagli sono descritti nell'analogo Paragrafo nella parte A del presente Capitolo (Fondo pensione).

Il costo relativo alle prestazioni pensionistiche per i semestri chiusi al 30 giugno 1999 e 2000 è composto come segue (ammontari in milioni di Lire):

	30 giugno	
	1999 (unaudited)	2000
Costo contributivo	7.254	7.897
Costo per interessi	7.220	10.722
Rendimento delle attività del fondo	(10.652)	(13.088)
Ammortamento netto e differimento	614	707
Costo pensionistico netto del periodo	4.436	6.238

La tabella che segue riassume le informazioni principali relative al piano pensionistico di cui sopra al 30 settembre 1999 e al 31 marzo 2000 (ammontari in milioni di Lire):

	1999	2000
Fondo pensione		
<i>Movimento nel debito pensionistico:</i>		
Debito, all'inizio dell'anno	209.635	230.120
Differenze di conversione	10.038	26.459
Costo contributivo	14.508	7.936
Costo per interessi	14.440	10.774
Variazioni al piano	489	–
(Perdita)/Utile attuariale	(5.274)	43.961
Unificazione dei piani	2.009	–
Benefici pagati	(15.725)	(7.804)
Debito, alla fine dell'anno	230.120	311.446
Attività a copertura del fondo		
<i>Movimento nelle attività del fondo:</i>		
“Fair value” delle attività del fondo, all'inizio dell'anno	248.669	310.714
Differenze di conversione	11.908	35.725
Rendimento delle attività del piano	63.853	81.360
Fusioni del piano	2.009	–
Benefici pagati	(15.725)	(7.804)
“Fair value” delle attività del fondo, alla fine dell'anno	310.714	419.995
Differenza fra fondo e attività a copertura	80.593	108.549
<i>Rettifiche per:</i>		
Utile attuariale netto non riconosciuto	(67.644)	(99.670)
Costo contributivo non riconosciuto	10.312	10.788
Eccedenza netta o costi pensionistici prepagati	23.261	19.667
<i>Assunzioni al 30 settembre e 31 marzo (media ponderata):</i>		
Tasso di sconto	7,25%	7,25%
Rendimento atteso dalle attività	9,00%	9,00%
Tasso di incremento dei compensi	5,50%	5,50%

Le attività a copertura del piano sono investite in titoli azionari (incluso 102.000 azioni della Società con un valore di mercato di circa Lire 1.877 milioni e di Lire 2.535 milioni al 30 settembre 1999 e al 31 marzo 2000, rispettivamente), obbligazioni governative degli Stati Uniti, altri titoli a reddito fisso e fondi monetari di investimento.

Per quel che concerne gli altri piani pensionistici minori, si fa riferimento alla parte A del presente Capitolo; va tuttavia segnalato che nella voce “Altre passività” è incluso il debito per prestazioni pensionistiche che al 31 dicembre 1999 era pari a Lire 4.685 milioni, mentre al 30 giugno 2000 era pari a Lire 5.050 milioni.

Il costo aziendale di queste prestazioni è stato di Lire 10.412 milioni al 31 dicembre 1999 e di Lire 5.132 milioni al 30 giugno 2000.

Contratti per Royalties

La Società ha in essere impegni per contratti di distribuzione non revocabili stipulati con *designer* e scadenti in date diverse fino al 2004. In conformità a quanto previsto nei suddetti accordi, la Società è obbligata a pagare *royalties* ed emolumenti pubblicitari in percentuale al fatturato (definito contrattualmente) garantendo, come previsto in taluni contratti, un ammontare minimo per ciascun anno di durata dell'accordo. I minimi garantiti per ciascun anno solare successivo al 30 giugno 2000 ammontano a Lire 14.773 milioni, Lire 9.181 milioni, Lire 6.987 milioni e Lire 312 milioni rispettivamente per gli esercizi 2001, 2002, 2003 e 2004.

Affitti, Leasing e Licenze

La Società, attraverso le sue controllate italiane ed estere, ha affittato e/o acquistato in *leasing* vari negozi per la vendita al dettaglio, impianti, magazzini ed uffici, insieme ad una parte del sistema informatico ed automezzi, con contratti che scadono tra il 1999 ed il 2006, con opzioni di rinnovo variabili di caso in caso. Gli accordi di affitto e di licenza per i punti vendita della Società negli Stati Uniti e in Canada spesso includono clausole che richiedono il pagamento di canoni crescenti, legati al raggiungimento di determinati volumi di vendita in aggiunta ad un minimo prestabilito.

Gli impegni annuali minimi per canoni futuri sono i seguenti (ammontari in milioni di Lire):

ESERCIZI CHIUSI AL 30 GIUGNO	
2001	181.833
2002	162.726
2003	145.345
2004	127.589
2005	110.545
Successivi	284.446
Totale	1.012.484

Il costo totale per canoni di affitto per i semestri chiusi al 30 giugno 1999 e 2000 è stato rispettivamente di Lire 78.913 milioni e Lire 94.049 milioni.

Linee di Credito

Al 31 dicembre 1999 e al 30 giugno 2000, la Società aveva linee di credito a breve non utilizzate per circa Lire 696.402 milioni e Lire 694.682 milioni, rispettivamente.

Contenzioso

La Società è parte in causa in varie dispute legali originatesi dalla normale attività economica (vedi Paragrafo 1.6.4 del Capitolo I del presente Prospetto).

4.15 Dettaglio e Commento alle Voci del Conto Economico

4.15.1 Vendite

Le vendite nette per area geografica possono essere dettagliate come segue (ammontari in miliardi di Lire):

	Semestre chiuso al 30 giugno	
	1999	2000
Europa	327,7	482,7
Stati Uniti e Canada	1.289,2	1.712,7
Altri Paesi	114,4	238,5
Totale	1.731,3	2.433,9

Le vendite per tipologia di business possono essere dettagliate come segue (ammontari in miliardi di Lire):

	Semestre chiuso al 30 giugno	
	1999	2000
Produzione e distribuzione all'ingrosso	688,3	1.126,8
Vendita al dettaglio	1.139,8	1.381,9
Operazioni tra segmenti e altri aggiustamenti	(96,9)	(74,8)
Totale	1.731,3	2.433,9

4.15.2 Costo del venduto

Il costo dei prodotti venduti è evidenziato nella tabella seguente (ammontari in milioni di Lire):

	Semestre chiuso al 30 giugno	
	1999	2000
Variazione magazzino	(17.196)	68.120
Acquisti	237.474	321.872
Costi di produzione	55.056	70.397
Ammortamenti industriali	8.168	13.214
Costo del personale	183.273	226.852
Totale	466.775	700.455

4.15.3 Spese generali, amministrative e commerciali

Le spese generali, amministrative e commerciali sono evidenziate nella tabella seguente (ammontari in milioni di Lire):

	Semestre chiuso al 30 giugno	
	1999	2000
Spese del personale amministrativo	85.035	141.809
Ammortamenti imm. Materiali	61.713	69.979
Ammortamenti imm. Immateriali	45.355	81.492
Altre spese generali e amministrative	61.155	80.121
Spese generali e amministrative	253.258	373.401
Personale di vendita al dettaglio	252.596	306.765
Affitto negozi	114.134	136.181
Provvigioni	78.102	113.439
Altre spese di vendita	91.084	113.919
Spese di vendita	535.916	670.304
Spese di pubblicità	155.536	209.432
Royalties	38.678	44.481
Totale	983.388	1.297.618

Gli ammortamenti delle immobilizzazioni immateriali includono l'ammortamento degli avviamenti di consolidato per Lire 26.972 milioni e Lire 50.815 milioni, rispettivamente al 30 giugno 1999 e al 30 giugno 2000.

4.15.4 Oneri e proventi finanziari

Gli oneri e proventi finanziari possono essere dettagliati come segue (ammontari in milioni di Lire):

	Semestre chiuso al 30 giugno	
	1999	2000
Interessi attivi su finanziamenti	3	11.761
Altri	1.728	1.800
Totale proventi	1.731	13.561
Interessi passivi su conti correnti	(5.327)	(5.098)
Interessi passivi su finanziamenti a breve	(1.449)	(20.759)
Interessi passivi su finanziamenti a lungo	(26.004)	(42.735)
Altri	(1.219)	(771)
Totale oneri	(33.999)	(69.363)

4.15.5 Oneri straordinari

A seguito dell'estinzione anticipata di un finanziamento, avvenuta nel corso del primo semestre del 1999, la Società ha contabilizzato al 30 giugno 1999 una perdita straordinaria di Lire 14.330 milioni (al netto dell'effetto fiscale) relativa all'addebito a conto economico dell'intero ammontare residuo degli oneri accessori capitalizzati al momento dell'accensione del finanziamento e differiti lungo la durata dello stesso.

4.15.6 Imposte sul reddito

L'accantonamento per imposte è così composto (ammontari in milioni di Lire):

	Semestre chiuso al 30 giugno	
	1999	2000
Correnti:		
Società italiane	18.618	13.757
Società estere	85.029	114.039
	103.647	127.796
Differite:		
Società italiane	2.973	(8.241)
Società estere	3.616	(7.875)
	6.589	(16.116)
Totale	110.236	111.680

Una riconciliazione tra l'aliquota fiscale teorica vigente in Italia e l'aliquota effettiva viene esposto di seguito:

	Semestre chiuso al 30 giugno	
	1999	2000
Aliquota fiscale vigente in Italia	41,3%	41,3%
Effetto cumulato delle diverse aliquote applicate in virtù delle legislazioni fiscali vigenti all'estero	(1,5%)	0,2%
Differenze permanenti, principalmente relative ai versamenti effettuati per il ripianamento perdite di alcune società controllate, al netto dell'avviamento non deducibile, e per gli oneri di ristrutturazione Ray-Ban	(2,2%)	(13,5%)
Aliquota fiscale effettiva	37,6%	28,0%

4.16 Area di Consolidamento ed Informazioni sulle società consolidate

Le società rientranti nell'area di consolidamento sono sostanzialmente le stesse del 31 dicembre 1999, il cui elenco è riportato all'analogo Paragrafo nella parte A del presente Capitolo. L'unica eccezione è costituita dal consolidamento di Luxottica Norge A.S. che al 31 dicembre 1999 risultava ancora non operativa, e dall'uscita dal Gruppo, e pertanto dall'area di consolidamento, di Brico S.r.l., ceduta nel corso del primo semestre 2000.

5. INFORMAZIONI RELATIVE ALL'ANDAMENTO RECENTE ED ALLE PROSPETTIVE DELLA SOCIETÀ E DEL GRUPPO LUXOTTICA

5.1 Fatti salienti successivi al 30 settembre 2000

5.1.1 Principali fatti gestionali successivi all'ultimo bilancio redatto al 30 giugno 2000

Successivamente al 30 giugno 2000 non si sono verificati eventi significativi da essere segnalati in questa sede.

La Società, come previsto dalla prassi statunitense e dai regolamenti della *Securities and Exchange Commission* per le società quotate negli Stati Uniti, ha predisposto un bilancio consolidato sintetico al 30 settembre 2000 (Form 6-K) redatto secondo gli US Gaap, che è stato sottoposto a revisione contabile limitata secondo lo *Statement of Auditing Standard* n. 71. Di seguito vengono commentati i dati salienti di tale bilancio.

5.1.2 Conto economico consolidato dei primi 9 mesi del 2000

	Nove mesi chiusi al 30 settembre			
	1999 (*)	%	2000 (*)	%
	(Milioni di Lire)			
Vendite nette	2.698.703	100,0%	3.558.144	100,0%
Costo del venduto	772.382	28,6%	1.009.960	28,4%
Margine industriale	1.926.321	71,4%	2.548.184	71,6%
Spese generali, amministrative e commerciali	1.557.407	57,7%	1.927.418	54,2%
Utile operativo	368.914	13,7%	620.766	17,4%
Proventi/(oneri) finanziari netti	(54.891)	-2,0%	(82.396)	-2,3%
Altri proventi (oneri) netti	49.363	1,8%	20.227	0,6%
Utile prima delle imposte	363.386	13,5%	558.597	15,7%
Imposte	125.072	4,6%	156.407	4,4%
Utile al lordo degli interessi di minoranza	238.314	8,8%	402.190	11,3%
Interessi di minoranza	8.355	0,3%	7.603	0,2%
Utile prima delle poste straordinarie	229.959	8,5%	394.587	11,1%
Oneri straordinari	14.511	0,5%	-	0,0%
Utile netto	215.448	8,0%	394.587	11,1%

(*) Dati sottoposti a revisione contabile limitata secondo lo *Statement of Auditing Standard* n. 71.

Vendite nette

Le vendite nei primi nove mesi del 2000 sono aumentate del 31,8% rispetto al corrispondente periodo del 1999, passando da Lire 2.698,7 miliardi a Lire 3.558,1 miliardi. Circa Lire 385 miliardi, corrispondenti ad un incremento del 14,2%, sono relativi alle vendite addizionali derivanti dall'Acquisizione Ray-Ban nel primo semestre 2000 (corrispondente al periodo "pre-acquisizione" nel 1999). Escludendo le vendite RayBan del primo semestre 2000, l'incremento delle vendite nette sarebbe stato pari al 17,6% nei primi nove mesi del 2000 rispetto al corrispondente periodo del 1999. Le vendite al dettaglio nei primi nove mesi del 2000 hanno rappresentato il 59,3% delle vendite totali, rispetto al 64,5% del corrispondente periodo del 1999.

Le vendite al dettaglio in Nord America, attraverso la catena LensCrafters, sono incrementate del 21,2% passando da Lire 1.740,8 miliardi nei primi nove mesi del 1999 a Lire 2.110,6

miliardi nel corrispondente periodo del 2000. L'incremento è dovuto principalmente al rafforzamento del Dollaro contro la Lira, il cui cambio medio è passato da Lire 1.803,37 nei primi nove mesi del 1999 a Lire 2.059,93 nel corrispondente periodo del 2000. I negozi sono passati da 858 al 30 settembre 1999, a 861 al 30 settembre 2000. A parità di negozi, le vendite in Dollari sono incrementate del 5,4%.

Le vendite all'ingrosso nei confronti dei terzi a livello mondiale sono incrementate complessivamente del 51,1%, passando da Lire 957,9 miliardi nei primi nove mesi del 1999 a Lire 1.447,5 miliardi nel corrispondente periodo del 2000, essenzialmente grazie alle vendite addizionali derivanti dall'Acquisizione Ray-Ban. Escludendo le vendite Ray-Ban del primo semestre 2000, l'incremento delle vendite nette all'ingrosso sarebbe stato pari al 10,9%.

Nei primi nove mesi del 2000 sono stati venduti circa 21,9 milioni di pezzi contro circa 17,8 milioni del corrispondente periodo del 1999, con un incremento del 22,8%. Circa 4.0 milioni di pezzi sono attribuibili alle vendite Ray-Ban del primo semestre 2000.

Le vendite nette in Usa e Canada nei primi nove mesi del 2000 sono state pari a Lire 2.560,0 miliardi, rappresentando pertanto il 71,9% delle vendite totali, con un incremento del 27,3% rispetto al corrispondente periodo del 1999. Circa un terzo di questo incremento è attribuibile alle vendite addizionali derivanti dall'Acquisizione Ray-Ban nel primo semestre del 2000. Nei primi nove mesi del 2000, le vendite nette effettuate nel resto del mondo sono state pari a Lire 998,1 miliardi, con un incremento del 45,1% rispetto al corrispondente periodo del 1999. La maggior parte di questo incremento è da attribuirsi alle vendite addizionali Ray-Ban del primo semestre del 2000.

Costo del venduto

Il costo del venduto è aumentato nei primi nove mesi del 2000 del 30,8% rispetto all'analogo periodo del 1999 mentre si è ridotto, passando dal 28,6% al 28,4%, in termini percentuali sulle vendite. La ragione di questa riduzione è legata all'integrazione della produzione delle linee Ray-Ban nella più efficiente struttura produttiva e distributiva del Gruppo Luxottica.

Gli acquisti (al netto della variazione delle rimanenze) in termini percentuali sulle vendite sono passati dal 14,0% dei primi nove mesi del 1999 al 15,5% del corrispondente periodo del 2000. L'aumento è principalmente legato ai maggiori acquisti di lenti da sole per la produzione Ray-Ban derivanti dall'incremento dei volumi di vendita degli occhiali da sole generato dall'acquisizione stessa.

Il costo del personale è passato da Lire 283,2 miliardi nei primi nove mesi del 1999 a Lire 337,1 miliardi nel corrispondente periodo del 2000, con un incremento del 19,0%. L'incremento è principalmente dovuto ai costi incrementali generati dal maggior volume di vendite.

In termini percentuali sulle vendite il costo del personale è passato dal 10,5% dei primi nove mesi del 1999 al 9,5% del corrispondente periodo del 2000 per effetto principalmente della maggior efficienza conseguita negli impianti produttivi a seguito dell'integrazione Ray-Ban.

Margine industriale

Il margine industriale è aumentato nei primi nove mesi del 2000 del 32,3% rispetto al corrispondente periodo del 1999; in termini percentuali sulle vendite, è passato dal 71,4% dei primi nove mesi del 1999 al 71,6% del corrispondente periodo del 2000 per le ragioni spiegate precedentemente.

Spese generali amministrative e commerciali

Le spese generali amministrative e commerciali sono passate da Lire 1.557,4 miliardi dei primi nove mesi del 1999 a Lire 1.927,4 miliardi del corrispondente periodo del 2000, registrando pertanto un aumento del 23,8%.

In particolare le spese di vendita, pubblicità e *royalties* sono passate da Lire 1.127,0 miliardi dei primi nove mesi del 1999 a Lire 1.377,5 miliardi del corrispondente periodo del 2000, registrando un incremento del 22,2% per effetto del rafforzamento del Dollaro e della maggior attività di vendita. L'incidenza di queste spese sulle vendite si è tuttavia ridotta del 3,0% per effetto della maggior crescita delle vendite all'ingrosso (ove le spese di vendita sono inferiori) rispetto alle vendite al dettaglio.

Le spese generali ed amministrative sono passate da Lire 430,5 miliardi dei primi nove mesi del 1999 a Lire 549,9 miliardi del corrispondente periodo del 2000, registrando un incremento del 27,7%. Questo aumento è dovuto principalmente al rafforzamento del Dollaro e all'incremento dell'ammortamento dei marchi e dell'avviamento derivanti dall'acquisizione Ray-Ban, pari a circa Lire 44,1 miliardi. L'incidenza delle spese generali e amministrative sulle vendite si è tuttavia ridotta dal 16,0% dei primi nove mesi del 1999 al 15,5% del corrispondente periodo del 2000.

Utile operativo

L'utile operativo dei primi nove mesi del 2000 è stato pari a Lire 620,8 miliardi, rappresentando il 17,4% delle vendite, mentre nel corrispondente periodo del 1999 è stato pari a Lire 368,9 miliardi, rappresentando il 13,7% delle vendite. Per quanto riguarda il segmento della produzione e distribuzione all'ingrosso, l'utile operativo è passato dal 19,7% al 23,7% in termini percentuali sulle vendite. Tale miglioramento riflette le sinergie derivanti dalla piena integrazione della produzione e delle strutture Ray-Ban.

Nel segmento delle vendite al dettaglio, l'utile operativo è passato dal 12,4% al 14,7% in termini percentuali sulle vendite per effetto della maggior profittabilità dei negozi aperti nel 1998 e 1999.

Oneri finanziari netti

Gli oneri finanziari (al netto dei proventi) sono aumentati passando da Lire 54,9 miliardi nei primi nove mesi del 1999 a Lire 82,4 miliardi del corrispondente periodo del 2000, in seguito all'aumento del debito necessario a finanziare l'acquisizione RayBan.

Peraltro, a seguito del progressivo ripagamento del debito conseguente ai flussi di cassa generati, è prevedibile una discesa di tali oneri.

Altri proventi (oneri) netti

Gli altri proventi (al netto degli oneri) sono diminuiti passando da Lire 49,4 miliardi dei primi nove mesi del 1999 a Lire 20,2 miliardi del corrispondente periodo del 2000. Nei primi nove mesi del 1999 sono inclusi Lire 41,9 miliardi di proventi relativi alla risoluzione anticipata di un contratto di "currency swap".

Utile netto

L'utile prima delle imposte e degli interessi di minoranza è stato nei primi nove mesi del 2000 di Lire 558,6 miliardi, pari al 15,7% delle vendite nette, contro Lire 363,4 miliardi del corrispondente periodo del 1999, pari al 13,5% delle vendite nette. Gli interessi di minoranza sono

diminuiti passando da Lire 8,4 miliardi a Lire 7,6 miliardi. L'utile netto è aumentato dell'83,1% passando da Lire 215,4 miliardi nei primi nove mesi del 1999 a Lire 394,6 miliardi nel corrispondente periodo del 2000. Va segnalato che i primi nove mesi del 1999 sono stati penalizzati dall'onere straordinario (al netto delle imposte) di Lire 14,5 miliardi relativo all'estinzione anticipata di un finanziamento.

L'utile per azione base è passato da Lire 480 dei primi nove mesi del 1999 a Lire 877 nel corrispondente periodo del 2000, mentre quello diluito è passato da Lire 479 a Lire 872.

5.1.3 Conto economico consolidato del terzo trimestre 2000

	Trimestre chiuso al 30 settembre			
	1999 (*)	%	2000 (*)	%
	(Milioni di Lire)			
Vendite nette	967.400	100,0%	1.124.256	100,0%
Costo del venduto	305.607	31,6%	309.505	27,5%
Margine industriale	661.793	68,4%	814.751	72,5%
Spese generali, amministrative e commerciali	574.019	59,3%	629.800	56,0%
Utile operativo	87.774	9,1%	184.951	16,5%
Proventi/(oneri) finanziari netti	(22.623)	-2,3%	(26.594)	-2,4%
Altri proventi (oneri) netti	4.803	0,5%	1.383	0,1%
Utile prima delle imposte	69.954	7,2%	159.740	14,2%
Imposte	14.836	1,5%	44.727	4,0%
Utile al lordo degli interessi di minoranza	55.118	5,7%	115.013	10,2%
Interessi di minoranza	2.835	0,3%	1.704	0,2%
Utile prima delle poste straordinarie	52.283	5,4%	113.309	10,1%
Oneri straordinari	181	0,0%	-	0,0%
Utile netto	52.102	5,4%	113.309	10,1%

(*) Dati sottoposti a revisione contabile limitata secondo lo *Statement of Auditing Standard* n. 71

Vendite nette

Le vendite nel trimestre chiuso al 30 settembre 2000 sono aumentate del 16,2% rispetto al corrispondente periodo del 1999, passando da Lire 967,4 miliardi a Lire 1.124,3 miliardi. Questo aumento è dovuto principalmente all'ulteriore rafforzamento del Dollaro e all'incremento delle vendite al dettaglio. Le vendite al dettaglio nel trimestre chiuso al 30 settembre 2000 hanno rappresentato il 64,8% delle vendite totali.

Le vendite al dettaglio in Nord America, attraverso la catena LensCrafters, sono incrementate del 21,2% passando da Lire 601,0 miliardi nel terzo trimestre del 1999 a Lire 728,7 miliardi nel corrispondente periodo del 2000. L'incremento è dovuto principalmente al rafforzamento del Dollaro contro la Lira, il cui cambio medio è passato da Lire 1.847,02 nel terzo trimestre 1999 a Lire 2.141,58 nel terzo trimestre 2000. I negozi sono passati da 858 al 30 settembre 1999, a 861 al 30 settembre 2000. A parità di negozi, le vendite espresse in Dollari sono incrementate del 4,0%.

Le vendite all'ingrosso nei confronti dei terzi a livello mondiale sono incrementate complessivamente dell'8,0%, passando da Lire 366,4 miliardi nel trimestre chiuso al 30 settembre 1999 a Lire 395,6 miliardi nel corrispondente periodo del 2000.

Nel terzo trimestre del 2000 sono stati venduti 6,2 milioni di pezzi contro i 6,5 milioni del corrispondente periodo del 1999 con un decremento del 5,6%. Questo decremento è dovuto principalmente alla cessazione di alcuni contratti di distribuzione delle linee Ray-Ban negli Stati Uniti, relativi ai canali distributivi che Luxottica ha cessato di seguire nella seconda metà del 1999. Va notato che, in valore assoluto, le vendite delle linee Ray-Ban nel terzo trimestre 2000 sono state superiori al terzo trimestre 1999, nonostante i minori pezzi venduti.

Le vendite nette in Usa e Canada nel trimestre chiuso al 30 settembre 2000 sono state pari a Lire 847,3 miliardi, rappresentando pertanto il 75,4% delle vendite totali, con un incremento del 17,4% rispetto al corrispondente periodo del 1999. Nello stesso periodo, le vendite nette effettuate nel resto del mondo sono state pari a Lire 277,1 miliardi, con un incremento del 12,9% rispetto al corrispondente periodo del 1999.

Costo del venduto

Il costo del venduto è aumentato nel terzo trimestre del 2000 dell'1,3% rispetto all'analogo periodo del 1999 mentre si è ridotto, passando dal 31,6% al 27,5%, in termini percentuali sulle vendite. La ragione principale di questa riduzione è legata all'integrazione della produzione delle linee Ray-Ban nella più efficiente struttura produttiva e distributiva del Gruppo Luxottica.

Gli acquisti (al netto della variazione delle rimanenze) in termini percentuali sulle vendite sono passati dal 16,1% del terzo trimestre 1999 al 14,3% del corrispondente periodo del 2000. La diminuzione è principalmente legata ai minori acquisti di lenti per la produzione Ray-Ban derivanti dalla riduzione dei volumi di vendita di cui sopra.

Il costo del personale è passato da Lire 99,9 miliardi nel terzo trimestre 1999 a Lire 110,2 miliardi nel corrispondente periodo del 2000, con un incremento del 10,3%. L'incremento è principalmente dovuto al costo del lavoro delle controllate statunitensi per effetto del rafforzamento del Dollaro.

In termini percentuali sulle vendite il costo del personale è passato dal 10,3% del terzo trimestre 1999 al 9,8% del corrispondente periodo del 2000 per effetto principalmente della maggior efficienza conseguita negli impianti produttivi a seguito dell'integrazione Ray-Ban.

Margine industriale

Il margine industriale è aumentato nel terzo trimestre del 2000 del 23,1% rispetto al corrispondente periodo del 1999; in termini percentuali sulle vendite, è passato dal 68,4% del terzo trimestre 1999 al 72,5% del corrispondente periodo del 2000 per le ragioni spiegate precedentemente.

Spese generali amministrative e commerciali

Le spese generali, amministrative e commerciali sono passate da Lire 574,0 miliardi del terzo trimestre del 1999 a Lire 629,8 miliardi del corrispondente periodo del 2000, registrando pertanto un aumento del 9,7%.

In particolare le spese di vendita, pubblicità e *royalties* sono passate da Lire 396,8 miliardi del terzo trimestre 1999 a Lire 453,3 miliardi del corrispondente periodo del 2000, registrando un incremento del 14,2% per effetto del rafforzamento del Dollaro e della maggior attività di vendita. L'incidenza di queste spese sulle vendite si è tuttavia ridotta dello 0,7% per effetto della minore incidenza delle spese pubblicitarie sul fatturato.

Le spese generali ed amministrative sono diminuite marginalmente passando da Lire 177,2 miliardi del terzo trimestre 1999 a Lire 176,5 miliardi del corrispondente periodo del 2000, registrando tuttavia una riduzione in termini percentuali sulle vendite del 2,6%, grazie alla piena integrazione delle strutture Ray-Ban in quelle preesistenti.

Utile operativo

L'utile operativo del trimestre è stato pari a Lire 185,0 miliardi, rappresentando il 16,5% delle vendite, mentre nel corrispondente periodo del 1999 è stato pari a Lire 87,8 miliardi, rappresentando il 9,1% delle vendite. Per quanto riguarda il segmento della produzione e distribuzione all'ingrosso, l'utile operativo è passato dal 6,9% al 23,9% in termini percentuali sulle vendite. Tale miglioramento riflette le sinergie derivanti dalla piena integrazione della produzione e delle strutture Ray-Ban.

Nel segmento delle vendite al dettaglio, l'utile operativo è passato dal 13,1% al 15,2% in termini percentuali sulle vendite per effetto della maggior profittabilità dei negozi aperti nel 1998 e 1999.

Oneri finanziari netti

Gli oneri finanziari (al netto dei proventi) sono aumentati passando da Lire 22,6 miliardi del terzo trimestre del 1999 a Lire 26,6 miliardi del corrispondente periodo del 2000 per effetto dell'incremento dei tassi d'interesse.

Utile netto

L'utile prima delle imposte e degli interessi di minoranza è stato nel terzo trimestre 2000 di Lire 159,7 miliardi, pari al 14,2% delle vendite nette, contro Lire 70,0 miliardi del corrispondente periodo del 1999, pari al 7,2% delle vendite nette.

L'utile netto del terzo trimestre prima delle poste straordinarie è passato da Lire 52,3 miliardi nel 1999 a Lire 113,3 miliardi nel 2000. Va segnalato che il terzo trimestre 1999 è stato penalizzato dall'impatto iniziale del processo di integrazione successivo all'Acquisizione Ray-Ban.

5.1.4 Situazione patrimoniale consolidata al 30 settembre 2000

La situazione patrimoniale e finanziaria al 30 settembre 2000 può essere sintetizzata come segue (ammontari in miliardi di Lire):

	30 giugno 2000	30 settembre 2000 (*)
	(Miliardi di Lire)	
ATTIVITÀ		
Cassa e disponibilità liquide	141.576	157.787
Crediti verso clienti	744.620	678.969
Altri crediti	255.890	281.665
Rimanenze di magazzino	430.456	445.564
Ratei, risconti attivi ed altre attività a breve	125.682	119.956
Totale attività correnti	1.698.224	1.683.941
Immobilizzazioni tecniche nette	735.651	764.028
Immobilizzazioni immateriali	2.903.147	3.043.127
Partecipazioni	419	459
Altre attività a lungo termine	15.619	7.891
Totale altre attività	2.919.185	3.051.477
TOTALE ATTIVITÀ	5.353.060	5.499.446
PASSIVITÀ E PATRIMONIO NETTO		
Banche	300.196	234.068
Quota corrente dei debiti a medio-lungo termine	688.609	683.828
Fornitori	297.137	272.767
Debiti verso il personale e previdenziali	107.250	126.743
Ratei, risconti passivi e altre passività	656.861	599.203
Totale passività correnti	2.050.053	1.916.609
Debiti a lungo termine	1.077.826	1.029.205
Fondo di trattamento fine rapporto	61.138	63.854
Fondo imposte differite	143.661	145.432
Altre passività a lungo termine	186.749	256.527
Interessi di minoranza	17.187	18.922
PATRIMONIO NETTO		
Capitale sociale	45.119	45.151
Fondo sovrapprezzo azioni	13.825	17.630
Utili non distribuiti	1.528.393	1.641.901
Differenze di conversione	233.629	368.735
Totale	1.820.966	2.073.417
Meno: azioni proprie	4.520	4.520
Patrimonio netto	1.816.446	2.068.897
TOTALE PASSIVITÀ E PATRIMONIO NETTO	5.353.060	5.499.446

(*) Dati sottoposti a revisione contabile limitata secondo lo *Statement of Auditing Standard* n. 71.

La comparazione dei dati patrimoniali al 30 settembre 2000 non evidenzia significativi scostamenti rispetto alla situazione del precedente trimestre che non siano spiegabili con l'aumento delle vendite.

L'indebitamento della Società ha subito la seguente evoluzione (ammontari in miliardi di Lire):

	2000	
	30 giugno	30 settembre
Debiti finanziari a breve termine:		
Banche	300,2	234,1
Quota corrente finanziamenti a medio e lungo termine	688,6	683,8
Disponibilità liquide	(141,6)	(157,8)
Totale debiti finanziari a breve termine netti	847,2	760,1
Debiti finanziari a medio e lungo termine	1.077,8	1.029,2
Indebitamento finanziario netto complessivo	1.925,0	1.789,3

I flussi generati dalla gestione corrente hanno consentito nel corso del terzo trimestre del 2000 la riduzione dell'indebitamento finanziario per Lire 135,7 miliardi.

5.1.5 Rendiconto finanziario consolidato al 30 settembre 2000

	Nove mesi chiusi al 30 settembre	
	1999 (*)	2000 (*)
	(Milioni di Lire)	
FLUSSI DI CASSA DALL'ATTIVITÀ OPERATIVA		
Utile prima degli interessi di minoranza	238.314	402.190
Rettifiche relative alle voci che non hanno effetto sulla liquidità:		
Oneri straordinari	(14.511)	–
Ammortamenti	189.749	250.183
Fondo imposte differite	(1.138)	(38.186)
(Plus) Minusvalenze su vendita cespiti	(5.135)	387
Accantonamenti TFR	7.994	10.101
Variazioni nelle attività e passività correnti		
Crediti verso clienti	69.831	(104.719)
Ratei, risconti ed altre attività	10.447	(65.700)
Rimanenze di magazzino	682	70.132
Fornitori	(23.615)	35.422
Ratei, risconti e altre passività	(131.431)	(132.016)
Fondo resi	2.000	11.699
Fondo imposte e tasse	17.210	50.408
Totale rettifiche	122.083	87.711
Flussi di cassa dall'attività operativa	360.397	489.901
FLUSSI DI CASSA DALL'ATTIVITÀ DI INVESTIMENTO		
Acquisto di immobilizzazioni tecniche	(149.377)	(96.692)
Cessioni di immobilizzazioni tecniche	87.562	26.533
(Incremento) Decremento partecipazioni	(247)	244
Acquisizioni di aziende, al netto delle disponibilità liquide	(1.212.576)	–
Incremento di attività immateriali	(65.502)	(5.780)
Flussi di cassa usati nell'attività di investimento	(1.340.140)	(75.695)
FLUSSI DI CASSA DALL'ATTIVITÀ FINANZIARIA		
Debiti a lungo termine:		
Incrementi	679.401	971.134
Rimborsi	(578.933)	(1.211.587)
Aumento di Capitale Sociale	–	12.356
Dividendi pagati	(70.293)	(40.935)
Flussi di cassa generati (utilizzati) dall'attività finanziaria	30.175	(269.032)
Differenza di conversione	(60.159)	30.616
(Decremento) incremento dei conti cassa e banche	(1.009.727)	175.790
Saldo netto di cassa e banche all'inizio dell'esercizio	(288.486)	(222.581)
Differenze di conversione su cassa	(3.024)	(29.490)
Saldo netto di cassa e banche alla fine dell'esercizio	(1.301.237)	(76.281)
Informazioni supplementari:		
Ammontare pagato nel periodo per interessi	49.136	102.866
Ammontare pagato nel periodo per imposte	91.373	140.313

(*) Dati sottoposti a revisione contabile limitata secondo lo *Statement of Auditing Standard* n. 71.

5.2 Andamento della gestione e prospettive della Società e del Gruppo Luxottica

In data 27 ottobre 2000, la Società ha perfezionato il passaggio di proprietà del 44% della Bausch & Lomb India, la cui acquisizione faceva parte del contratto di acquisizione del Ramo d'Azienda Ray-Ban da Bausch & Lomb del giugno 1999. La società è attiva nella produzione e commercializzazione di montature sul mercato indiano. Poiché Luxottica eserciterà il controllo di fatto sulla Società, la Bausch & Lomb India rientrerà nel perimetro di consolidamento a partire dal quarto trimestre 2000.

Si ritiene che il prevedibile risultato della Società a chiusura del corrente esercizio sarà tale da consentire di mantenere la politica di distribuzione del dividendo almeno al livello degli esercizi precedenti. Si precisa peraltro che l'effettiva distribuzione di dividendi è soggetta all'approvazione dell'assemblea dei soci di Luxottica.

Si ritiene che l'andamento desumibile dai dati economici al 30 giugno ed al 30 settembre 2000 sarà confermato anche nei prossimi mesi. In particolare, allo stato attuale, non si prevedono significative variazioni nella struttura dei costi di produzione e nei prezzi di vendita. L'andamento degli ordinativi appare in linea con le previsioni. Tuttavia, come precedentemente evidenziato, il livello del fatturato è significativamente influenzato dal tasso di cambio con il Dollaro.

I flussi di cassa generati dalla gestione ordinaria consentiranno presumibilmente di ridurre ulteriormente il livello di indebitamento.

6. INFORMAZIONI DI CARATTERE GENERALE SULL'EMITTENTE E SUL CAPITALE SOCIALE

6.1 Denominazione e forma giuridica

La Società è denominata "Luxottica Group S.p.A." ed è costituita in forma di società per azioni.

6.2 Sede sociale e sede amministrativa

La sede sociale della Società è in Milano (MI), Piazzale Lotto n. 2.

La sede amministrativa della Società è in Agordo, località Valcozzena, Belluno.

6.3 Estremi dell'atto costitutivo

La Società è stata costituita il 23 novembre del 1981 con la denominazione sociale FININCO – Finanziaria Industriale e Commerciale S.r.l. (Numero di repertorio 66065) con un capitale sociale di Lire 20.000.000.

In data 1 giugno 1982 è stata deliberata dall'Assemblea straordinaria la trasformazione di FININCO – Finanziaria Industriale e Commerciale S.r.l. in società per azioni, nonché l'aumento del capitale sociale da Lire 20.000.000 a Lire 11.020.000.000

L'Assemblea straordinaria di FININCO, in data 6 marzo 1987, ha deliberato il mutamento della denominazione da "FININCO – Finanziaria Industriale e Commerciale S.p.A." in "Luxottica Group S.p.A." e la conseguente modifica dell'Art. 1 dello Statuto sociale.

6.4 Durata dell'emittente

La durata della Società è stabilita sino al 31 dicembre 2100.

6.5 Legislazione in base alla quale l'emittente opera e foro competente in caso di controversia

La Società è di diritto italiano e, in caso di controversia, il foro competente è quello di Milano.

6.6 Estremi di iscrizione nel registro delle imprese e negli altri registri aventi rilevanza per legge

La Società è iscritta al Registro delle Imprese di Milano al n. 0308941 e al REA al n. 1348098.

6.7 Indicazione dell'oggetto sociale e riferimento all'articolo dello statuto in cui esso è descritto

L'oggetto sociale è definito dall'articolo 3 dello Statuto della Società, che così dispone:

“La società ha per oggetto:

- (a) *la assunzione e la gestione di partecipazioni in altre società o enti sia in Italia che all'estero in proprio e non nei confronti del Pubblico;*
- (b) *il finanziamento, il coordinamento tecnico finanziario e gestionale della società o enti a cui partecipa e così, in via esemplificativa: il coordinamento delle strategie operative, dei programmi di investimento e dei piani di sviluppo; la gestione della politica finanziaria verso le Società del gruppo; l'esercizio della attività di promozione e ricerca; l'impiego del patrimonio tecnologico, del nome e dei marchi a favore delle società partecipate e terze; l'Amministrazione e la gestione del personale, sia agli effetti operativi che disciplinari; e, in genere, l'assunzione delle funzioni proprie di una società capogruppo cui sia demandata l'unitarietà degli indirizzi e la operatività necessaria per la razionalizzazione della gestione, il contenimento dei costi e per la più efficace azione di conseguimento dell'oggetto sociale, in Italia e all'estero;*
- (c) *la compravendita di titoli pubblici e privati non nei confronti del pubblico, e strumentale per il conseguimento dell'oggetto sociale; il possesso e la gestione dei medesimi;*
- (d) *la prestazione di fidejussioni e garanzie, e l'assunzione di obbligazioni nell'interesse delle Società del gruppo;*
- (e) *l'acquisto, la costruzione, la vendita, la permuta e la locazione di beni immobili e mobili, ivi comprese macchine utensili del settore;*
- (f) *la vendita, anche su commissione, in Italia e all'estero di prodotti del settore dell'occhialeria ed affini;*
- (g) *lo svolgimento dell'attività di autotrasporto per conto terzi.*

La Società potrà, inoltre, effettuare qualsiasi operazione industriale, commerciale, finanziaria non nei confronti del Pubblico, immobiliare e mobiliare svolta a favore e nell'interesse delle società del gruppo.”

6.8 Indicazione della conformità o meno dello statuto sociale alle prescrizioni del Testo Unico

Il vigente Statuto sociale è stato modificato dall'Assemblea straordinaria di Luxottica in data 3 maggio 2000 per adeguarne le disposizioni alla normativa vigente per le società con azioni quotate di cui al Testo Unico, fatta eccezione per quanto concerne le previsioni dell'art. 150 del Testo Unico, concernenti le modalità con cui il Consiglio di Amministrazione riferisce al Collegio Sindacale con cadenza trimestrale. Al riguardo si precisa che, in pratica, la Società sostanzialmente già attua le previsioni dell'art. 150 del Testo Unico, in virtù della normativa cui è soggetta negli Stati Uniti d'America in quanto società avente strumenti finanziari quotati presso il *New York Stock Exchange*. In ogni caso, la Società si impegna ad inserire una esplicita previsione sulle suddette modalità in occasione della prima assemblea utile. Le modifiche apportate agli articoli 12 (già art.13), 27 (già art. 29) e 28 (già art. 30) entreranno in vigore contestualmente all'ammissione a quotazione delle azioni ordinarie sul MTA.

6.8 bis Indicazione della conformità al Codice di Autodisciplina delle società quotate

La Società ha autonomamente ritenuto di adeguare la propria struttura interna ad alcuni principi base del Codice di Autodisciplina redatto dal Comitato per la Corporate Governance delle Società Quotate. In particolare, l'Assemblea ordinaria del 19 maggio 2000 ha nominato, per il triennio 2000-2002, un Consiglio di Amministrazione composto da sette membri, di cui 2 non esecutivi e indipendenti (Cfr. Sezione Prima, Capitolo II, Paragrafo 2.1).

La Società si riserva inoltre di valutare l'opportunità di dare attuazione ad altre previsioni del Codice di Autodisciplina.

6.9 Capitale sociale

Alla data del 30 settembre 2000 il capitale sociale della Società è pari a Lire 45.150.640.000 suddiviso in n. 451.506.400 azioni ordinarie del valore nominale di Lire 100 cadauna.

Le azioni sono nominative ed indivisibili e ciascuna di esse dà diritto ad un voto in tutte le assemblee ordinarie e straordinarie della Società, nonché agli altri diritti patrimoniali ed amministrativi secondo le norme di legge e di statuto applicabili.

Alla data del Prospetto Informativo non esistono altre categorie di azioni.

Si precisa che alla data del 30 settembre 2000, n. 104.498.410 azioni ordinarie Luxottica, pari al 23,13% del capitale sociale, sono rappresentate da *American Depositary Receipts* ("ADRs"). Al riguardo, si veda Sezione Prima, Capitolo III, Paragrafo 3.1. Gli ADRs sono certificati di deposito al portatore emessi da *The Bank of New York* sulla base di un contratto di deposito (il "**Deposit Agreement**"), stipulato con la Società ai fini della quotazione delle azioni presso il *New York Stock Exchange*. In particolare, in base al *Deposit Agreement*, la Società ha trasferito a *The Bank of New York* e depositato presso la stessa le n. 104.498.410 azioni oggetto di quotazione presso il *New York Stock Exchange*; a fronte di tale deposito, *The Bank of New York* ha emesso un pari numero di *American Depositary Shares* ("ADS"), ciascuna rappresentativa di una azione ordinaria della Società; tali ADS sono quotati presso il *New York Stock Exchange*. *The Bank of New York* ha quindi emesso e diffuso tra il pubblico gli ADRs, ciascuno rappresentativo di un numero variabile di ADS quotati. Dal momento che, in base al *Deposit Agreement* *The Bank of New York* risulta titolare delle azioni presso la stessa depositate, essa acquista conseguentemente la qualifica di socio ordinario della Società e come tale iscritto al libro soci. I diritti sociali vengono pertanto esercitati, da *The Bank of New York* medesima, in nome e per conto dei portatori di ADRs.

Per i criteri di ripartizione degli utili, si fa rinvio alla Sezione Seconda, Capitolo VII, Paragrafo 7.2.

6.10 Evoluzione del capitale sociale negli ultimi tre anni

Al 1° gennaio 1998, il capitale sociale di Luxottica ammontava a Lire 45.050.000.000, suddiviso in n. 45.050.000 azioni da nominali Lire 1.000.

Il 10 marzo 1998 l'Assemblea straordinaria di Luxottica ha deliberato di frazionare il capitale sociale variando da Lire 1.000 a Lire 200 il valore nominale di ciascuna azione della Società. La medesima Assemblea straordinaria ha deliberato di aumentare il capitale sociale pari a Lire 45.050.000.000, in una o più volte, entro il 31 marzo 2011, per massime Lire 1.225.000.000, mediante emissione di massime n. 6.125.000 azioni ordinarie (a seguito del frazionamento deliberato dall'Assemblea straordinaria del 3 maggio 2000, tale ammontare è pari a n. 12.250.000 azioni ordinarie) da offrire in sottoscrizione esclusivamente ai dipendenti della Società o di società controllate in attuazione di un Piano di *Stock Option* (Cfr. Sezione Prima, Capitolo II, Paragrafo 2.10).

Alla data del 31 ottobre 2000, in esecuzione della delibera di cui sopra, sono state emesse n. 1.014.400 azioni da nominali Lire 100.

In data 3 maggio 2000, l'Assemblea straordinaria della Società ha deliberato di frazionare ulteriormente il capitale sociale modificando il valore nominale da Lire 200 a Lire 100.

Alla data del 30 settembre 2000, il capitale sociale è pari a lire 45.150.640.000, suddiviso in n. 451.506.400 azioni ordinarie del valore nominale di Lire 100 ciascuna.

6.11 Disciplina particolare di legge o statutaria concernente l'acquisto e/o il trasferimento delle azioni

L'acquisto e il trasferimento delle azioni ordinarie della Società sono soggetti al regime di circolazione fissato dalla legge per le azioni emesse da società italiane. Lo Statuto della Società non prevede disposizioni restrittive alla libera trasferibilità delle azioni sia tra i soci che rispetto a terzi.

6.12 Eventuale esistenza di capitale deliberato ma non sottoscritto, di impegni per l'aumento del capitale ovvero di una delega agli amministratori attributiva del potere di aumentare il capitale sociale

Fatto salvo quanto indicato al successivo Paragrafo 6.15 del presente Capitolo, alla data del Prospetto Informativo, il capitale sociale di Luxottica risulta interamente deliberato e sottoscritto, e non esistono impegni o deleghe agli amministratori attributive del potere di aumentare il capitale sociale.

6.13 Obbligazioni convertibili

Alla data del Prospetto Informativo, la Società non ha emesso obbligazioni convertibili.

6.14 Quote non rappresentative del capitale sociale

Alla data del presente Prospetto Informativo la Società non ha emesso quote non rappresentative del capitale sociale.

6.15 Partecipazioni dei dipendenti al capitale o agli utili

In data 10 marzo 1998 l'Assemblea straordinaria della Società ha deliberato un programma di *Stock Option* che prevede di aumentare il capitale sociale in una o più volte, per massime Lire 1.225.000.000, mediante l'emissione di n. 6.125.000 azioni ordinarie (a seguito del frazionamento deliberato in data 3 maggio 2000, pari a n. 12.250.000 azioni) da offrire in sottoscrizione esclusivamente a dipendenti della Società e/o di società dalla stessa controllate e con esclusione del diritto di opzione dei soci in conformità al disposto dell'ultimo comma dell'Art. 2441 del Codice Civile.

Il programma di *Stock Option* (il "Piano") è rivolto ai seguenti destinatari:

- (a) dipendenti legati da rapporto di lavoro subordinato continuativo di società statunitensi e/o canadesi, che percepiscono una retribuzione base lorda annua superiore a 60.000 dollari USA nell'anno solare in corso e nei successivi anni solari sino al termine del 31 marzo 2011;
- (b) dipendenti di società del Gruppo nel resto del mondo legati da rapporto di lavoro subordinato continuativo che abbiano superato il periodo di prova di sei mesi minimi di permanenza in azienda e che percepiscano una retribuzione lorda annua superiore a 80.000.000 di Lire (ivi inclusi la retribuzione base, i bonus per il raggiungimento di risultati personali e/o aziendali, l'indennità di trasferta ricorrente, rimanendo esclusa quella saltuaria ed occasionale) nell'anno solare in corso e nei successivi anni solari sino al termine del 31 marzo 2011.

Alle retribuzioni sopra specificate devono essere associate funzioni direttive con qualifiche equiparate a quelle del dirigente quali quelle previste dal contratto nazionale per dirigenti di aziende industriali, oppure equiparate alle qualifiche di quadro aziendale o di impiegato direttivo, previste in Italia dal contratto collettivo nazionale di lavoro per gli addetti alle aziende che producono occhiali (ANFAO).

Il prezzo di emissione delle azioni viene determinato in base alla quotazione degli ADRs (ognuno rappresentativo di una azione "Luxottica Group S.p.A.") al *New York Stock Exchange* nel giorno di ciascuna riunione del Consiglio di Amministrazione, che conferisce parziale esecuzione all'aumento di capitale medesimo.

L'emissione delle azioni in favore dei dipendenti sottoscrittori è subordinata alla contestuale ed integrale liberazione delle azioni sottoscritte.

Il Piano prevede, infine, che l'aumento di capitale dovrà essere sottoscritto entro il 31 marzo 2011 e che, qualora esso non dovesse essere integralmente sottoscritto entro tale termine, il capitale stesso si intenderà sottoscritto per un importo pari alle sottoscrizioni effettivamente raccolte entro il termine del 31 marzo 2011.

6.16 Condizioni previste dallo statuto per la modifica del capitale e dei diritti delle azioni

Lo Statuto della Società non prevede condizioni più restrittive delle disposizioni di legge in merito alla modifica del capitale sociale e dei diritti delle azioni.

6.17 Azioni proprie

Alla data del Prospetto Informativo, la Società non detiene azioni proprie.

Alla medesima data Avant Garde Optics Inc., controllata dalla Società, deteneva 1.205.000 azioni ordinarie della Società.

6.18 Autorizzazioni dell'Assemblea all'acquisto di azioni proprie

Alla data del Prospetto Informativo non esistono delibere assembleari della Società che autorizzano l'acquisto di azioni proprie.

SEZIONE SECONDA
INFORMAZIONI RELATIVE ALLE AZIONI OGGETTO DELL'OFFERTA PUBBLICA

Pagina volutamente lasciata in bianco

7. INFORMAZIONI RIGUARDANTI I TITOLI OGGETTO DELL'OFFERTA PUBBLICA

7.1 Descrizione dei titoli offerti

I titoli oggetto dell'Offerta Pubblica sono Azioni, da nominali Lire 100 cadauna. Le Azioni sono state immesse nel sistema di gestione accentrata di Monte Titoli ai sensi dell'Art. 28 del D.Lgs. n. 213/98 e dei regolamenti di attuazione.

7.2 Diritti connessi ai titoli

Le Azioni sono nominative e indivisibili e ciascuna azione dà diritto ad un voto in tutte le assemblee ordinarie e straordinarie della Società, nonché agli altri diritti amministrativi e patrimoniali secondo le applicabili norme di legge e di Statuto. Dagli utili netti annuali risultanti dal bilancio di esercizio deve essere dedotta una somma non inferiore al 5% degli stessi per costituire la riserva legale, fino a che questa non abbia raggiunto il quinto del capitale sociale. L'utile residuo è destinato secondo le deliberazioni dell'Assemblea. È inoltre consentita la distribuzione di acconti sui dividendi secondo quanto disposto dall'Art. 2433 *bis* c.c. e dall'Art. 158 del Testo Unico. I dividendi non riscossi entro il quinquennio dal giorno in cui sono divenuti esigibili si prescrivono a favore della Società. In caso di liquidazione, le Azioni hanno diritto di partecipare alla distribuzione del residuo attivo, ai sensi di legge. Non esistono altre categorie di azioni.

7.3 Decorrenza del godimento

Le Azioni hanno godimento identico a quello delle azioni già in circolazione al momento della vendita delle stesse e, pertanto, con godimento 1° gennaio 2000.

7.4 Regime fiscale

Le informazioni di seguito fornite riassumono il regime fiscale proprio dell'acquisto, della detenzione e della cessione di azioni, ai sensi della legislazione tributaria italiana.

Quanto segue non intende essere una analisi esauriente di tutte le conseguenze fiscali dell'acquisto, della detenzione e della cessione di azioni e non definisce il regime fiscale proprio di azioni detenute da una stabile organizzazione o da una base fissa attraverso la quale un beneficiario non residente svolge la propria attività in Italia.

Il regime fiscale proprio dell'acquisto, della detenzione e della cessione di azioni qui di seguito illustrato è basato sulla legislazione fiscale vigente alla data del Prospetto Informativo, fermo restando che la stessa rimane soggetta a possibili cambiamenti che potrebbero avere effetti retroattivi e altro non rappresenta che una introduzione alla materia.

Gli investitori sono tenuti a consultare i propri consulenti in merito al regime fiscale proprio dell'acquisto, della detenzione e della cessione di azioni.

Le informazioni di seguito fornite tengono conto degli aspetti principali del vigente regime fiscale dei redditi di capitale e dei redditi diversi.

7.4.1 **Dividendi/Imposte sul reddito**

7.4.1.1 Dividendi

- Sui dividendi corrisposti a persone fisiche residenti, su azioni, assunte al di fuori dell'esercizio d'impresa, non costituenti partecipazioni qualificate, nonché su dividendi in qualunque forma corrisposti a fondi pensione di cui al D.Lgs. n. 124/93 e fondi di investimento immobiliare di cui alla Legge n. 86/94, si applica una ritenuta del 12,50%, a titolo di imposta, con obbligo di rivalsa (nei confronti dei fondi pensione di cui al Decreto Legislativo n. 124/93, la ritenuta è tuttavia soppressa per i dividendi che diverranno esigibili a decorrere dal 1 gennaio 2001). Nei confronti delle persone fisiche residenti la ritenuta a titolo di imposta è applicata a condizione che venga tempestivamente fornita attestazione di possesso dei requisiti necessari (ad es. possesso di partecipazione non qualificata, assunta al di fuori dell'esercizio di impresa). Le partecipazioni sociali qualificate sono costituite dal possesso di partecipazioni (diverse dalle azioni di risparmio), diritti o titoli, attraverso i quali possono essere acquisite le predette partecipazioni, che rappresentino complessivamente una percentuale di diritti di voto esercitabili nell'Assemblea ordinaria superiore al 2 o al 20%, ovvero una partecipazione al capitale o al patrimonio superiore al 5 o al 25%, secondo che si tratti di titoli negoziati in mercati regolamentati o di altre partecipazioni.
- La ritenuta non è operata nei confronti delle persone fisiche residenti, che, in possesso di azioni nominative, all'atto della riscossione degli utili, optino per l'applicazione del regime di imposizione ordinaria ovvero non attestino di avere il possesso dei requisiti per l'applicazione della ritenuta a titolo di imposta. In questi casi, i dividendi sono soggetti al regime di imposizione ordinaria con diritto al credito d'imposta attualmente pari al 58,73% del dividendo lordo, nella misura in cui questo credito trova copertura nell'ammontare delle imposte di cui alle lettere a) e b) del comma 1 dell'Art. 105, D.P.R. 22.12.1986 n. 917. È attualmente in discussione una proposta di riduzione dell'Aliquota IRPEG e di corrispondente riduzione del credito d'imposta sui dividendi distribuiti da società italiane dall'attuale 58,73% del dividendo lordo al 56,25%, per le distribuzioni deliberate a decorrere dal periodo d'imposta successivo a quello in corso al 1 gennaio 2001, e al 53,85%, per le distribuzioni deliberate a decorrere dal periodo d'imposta successivo a quello in corso al 1 gennaio 2003.
- I dividendi percepiti da soggetti residenti diversi da quelli in precedenza descritti, compresi i soggetti IRPEG / IRPEF e i soggetti esteri aventi stabili organizzazioni in Italia, cui le partecipazioni siano effettivamente connesse, non sono soggetti ad alcuna ritenuta alla fonte. I dividendi percepiti da soggetti IRPEG / IRPEF diversi da quelli in precedenza descritti, comprese le stabili organizzazioni in Italia di soggetti non residenti a cui le partecipazioni siano effettivamente connesse, concorrono a formare il relativo reddito imponibile complessivo e sono assoggettati al regime ordinario di tassazione dei redditi con diritto al credito di imposta attualmente pari al 58,73% del dividendo lordo, nella misura in cui questo credito trovi copertura nell'ammontare delle imposte di cui alle lettere a) e b) del comma 1 dell'Art. 105, D.P.R. 22.12.1986 n. 917.
- I dividendi percepiti da soggetti residenti esenti dall'imposta sul reddito delle persone giuridiche sono soggetti ad una ritenuta alla fonte del 27% a titolo di imposta.
- I dividendi percepiti da non residenti privi di stabile organizzazione in Italia a cui le partecipazioni siano effettivamente connesse sono soggetti ad una ritenuta alla fonte del 27% a titolo di imposta, ridotta al 12,5% per gli utili pagati ad azionisti di risparmio.

Gli azionisti non residenti, diversi dagli azionisti di risparmio, hanno diritto, a fronte di istanza di rimborso da presentare nei termini ed alle condizioni di legge, al rimborso fino a concorrenza dei 4/9 della ritenuta subita, dell'imposta che dimostrino di aver pagato all'estero in via definitiva sugli stessi utili, previa esibizione alle competenti autorità fiscali italiane della certificazione dell'ufficio fiscale dello Stato estero. Resta comunque ferma, in alternativa, l'applicazione delle aliquote ridotte di ritenuta previste dalle convenzioni internazionali contro le doppie imposizioni eventualmente applicabili.