

LUXOTTICA – WERKT ZICH UIT HET DAL

Luxottica is met afstand de grootste producent van zonnebrillen ter wereld. Grote merken onder de vleugels van Luxottica zijn Ray-Ban, Persol, Vogue, Oakley en Oliver Peoples. Verder produceert het Italiaanse bedrijf monturen onder de naam van verschillende luxemerken zoals Chanel, Prada en Burberry. Maar de gigant levert eveneens via verschillende winkelketens – wereldwijd ongeveer 6.400 winkels – direct aan consumenten. In Nederland verkoopt Pearle Europe, in handen van investeringsmaatschappij Hal, de producten van Luxottica.

Het afgelopen jaar heeft Luxottica het moeilijk gehad. Zonnebrillen zijn bij uitstek een luxeartikel en het kind van de rekening in perioden van economische tegenwind. De resultaten over het eerste kwartaal zijn echter bemoedigend. De netto-omzet steeg met 6 procent ten opzichte van de tegenvallende resultaten van een jaar eerder. De groothandelsverkoop namen toe met 9,1 procent, dit in schril contrast met de daling van een kleine 20 procent van vorig jaar. De sterke merken Ray-Ban en Oakley waren weer de smaakmakers met een gezamenlijk aandeel in de verkoop van tegen de 50 procent. De marges



2009	Luxottica
Omzet	5,1 mrd
Nettowinst	315 mln
Dividend	0,35
Koers-winstverhouding	26
Beurswaarde	8,4 mrd
Ceo	Andrea Guerra
Leeftijd	44
Basissalaris	900.000
Personeel	60.800

Luxottica (€)



binnen het groothandelskanaal bleven relatief gelijk op 21,7 procent (Q1 2009: 21%).

De opleving over het eerste kwartaal zorgt ervoor dat Luxottica zichzelf langzaam uit het dal kan trekken waarin het zich sinds vorig jaar bevindt. Het lijkt er dan ook op dat de consument zijn knip weer durft te trekken voor de modieuze brillletjes. Het koersdoel is door de analisten van de Bank of America/Merril Lynch verhoogd van 19,80 naar 20,60 euro. ■