

Muy buenas tardes, señoras y señores accionistas:

Hace aproximadamente un año me dirigía a Vds. recordándoles las líneas estratégicas de la compañía que en 2004 y con total y positiva continuidad en 2005 y también en 2006 han permitido continuar con el retorno a los beneficios y a la vez al crecimiento de los mismos de los dividendos y del valor de la acción.

Nuestra compañía está dotada de una estructura integrada de gestión y de gobierno corporativo según los modelos más aceptados internacionalmente.

Ésta se concibe bajo el principio de la separación de funciones a través de las figuras de un Presidente del Consejo y cinco miembros del Consejo de Administración que mediante las Comisiones de Dirección del Cumplimiento Normativo, Auditoría y Nombramientos y Retribuciones aplican las mejores prácticas de gobierno corporativo a la cultura de nuestra compañía y al debido respeto a todos Vds.

Por otra parte, la función ejecutiva está liderada por un Director General y nueve miembros del Comité Ejecutivo que impulsan e implementan las líneas estratégicas a las que me refería al principio y cuyos buenos resultados confirman nuestro modelo de empresa.

1. Un crecimiento orgánico y externo rentables y continuidad en el desarrollo internacional ampliando nuestra cobertura geográfica.
2. Un modelo de negocio basado en tres sectores de actividad: lentes, gafas y bienes de equipo, recordándoles que somos prácticamente la única empresa con presencia internacional que está presente en las tres actividades mencionadas, lo que nos permite diversificar riesgos, preservar al máximo el 'core' de nuestros negocios básicos y los intereses de nuestros accionistas.
3. Utilizar como eje fundamental de:
 - a. Nuestro crecimiento orgánico
 - b. Nuestra internacionalización
 - c. Nuestra protección de los negocios básicos, y
 - d. Nuestra creación de valorla implementación de nuestro liderazgo e innovación de I+D+i.

Así ya en 2005 y con explosión en 2006 el I+D+i es la estrategia vertebral de nuestro modelo. Más de la mitad de nuestras ventas proceden hoy ya del I+D+i explosionado en los mercados en estos 3 años.

En LENTES, la tecnología Free-Form, base de la fabricación de las lentes EyeMade, lentes progresivas personalizadas.

La Free Form Solutions en las lentes progresivas, mediante la aplicación de las nuevas tecnologías para su uso en los laboratorios de talla de todo el mundo.

En GAFAS, nuestras joint ventures /estratégicas de diseño y comercialización de Gafas con empresas como L' Amy, Rem, De Rigo, Inditex, etc.

En Bienes de Equipo, la aceleración que prometimos el año pasado en los ciclos de creatividad e innovación en bienes de equipo que han dado ya su fruto con la nueva línea de biselado Advance.

Señores accionistas, confiamos plenamente en seguir haciendo de Indo un grupo ágil, dinámico, rentable, internacional basado en cimientos económicos y financieros fuertes y sólidos, y dotado de una estructura adecuada de gobierno.

Para tener éxito y ser dueños de nuestro destino, debemos seguir creciendo y reforzar sin tregua nuestra competitividad a través de la eficacia, productividad, reestructuración y gestión de caja.

Me gustaría concluir dándoles las gracias por la confianza depositada en esta compañía que, como han podido comprobar, está dando sus frutos año tras año. Quiero destacar que el conjunto del Consejo de Administración y los gestores de la empresa ponen todo su empeño en continuar el desarrollo de los resultados de Indo, garantía de permanencia y de los intereses de nuestros accionistas, así como de nuestros empleados.

A continuación, cedo la palabra a Antonio Olivella, nuestro Director General.

Muchas gracias.

DISCURSO Sr. OLIVELLA

20-06-06

JUNTA GENERAL ACCIONISTAS 2005

L'Hospitalet de Ll., 20 de junio de 2006

DIPOSITIVA 1 – INDO JUNTA GENERAL 2005

Buenas tardes, señoras y señores accionistas, señor Presidente, señoras y señores Consejeros y asistentes a esta Junta General.

El año 2005 ha sido un buen ejercicio para el grupo. La acción de Indo se ha revalorizado en un 17.6%

DIPOSITIVA 2 – ACCION INDO

alcanzando una cotización de 7,08€ (7 euros con 8 céntimos) por acción a final del año.

Este aumento añadido al del trienio 2002-2004, significa haber multiplicado por 2,5 veces el valor de la acción INDO.

Desde el día de la Junta General celebrada el año anterior a la de hoy, es decir 12 meses, su crecimiento ha sido del 36%, siendo su revalorización en el presente ejercicio 2006 de un 25,4 %, con una cotización al cierre de ayer de

8,85€/por acción, lo que supone una capitalización bursátil cercana a los 100 Mio €, concretamente 98,5 Mio €.

DIAPPOSITIVA 3 – LA ACCIÓN SE DINAMIZA

Los mercados empiezan a reconocer la trayectoria del Grupo en la diaria cotización del título. Los analistas e inversores ven con inusitado interés nuestra evolución y esto se demuestra en unos volúmenes de negociación muy superiores a los años anteriores, a pesar de que nuestros resultados ordinarios de gestión han sido

DIAPPOSITIVA 4 - RESULTADOS 2005

algo inferiores al ejercicio anterior, alcanzándose los 2,8 millones de €, debido principalmente a nuestros esfuerzos de dinamización en la estrategia global de Indo.

Los beneficios extraordinarios obtenidos por la venta de la sede central de L'Hospitalet de Ll., por un importe de 15,4 millones de €, se han dedicado parcialmente a atender las dotaciones para prejubilaciones, a un plan especial de reestructuración de la distribución en España y a fortalecer el balance.

Incluyendo las plusvalías resultantes, el beneficio neto atribuido al Grupo se situó en 7,6 millones de €, un 147% más que en el 2004.

DIPOSITIVA 5 – DIVIDENDOS

El dividendo total, que el Consejo propone a la Junta General, asciende a 10 céntimos de € por acción, un 25% superior al año anterior. Esto supone un pay-out del 15% y, un pago bruto complementario al efectuado en diciembre pasado, de 5 céntimos de € por acción, que se liquidará, si ustedes aprueban la propuesta del Consejo, durante la primera quincena de este próximo mes de julio, por un importe neto de 4,25 céntimos de €.

DIPOSITIVA 6 – PRINCIPALES ACTUACIONES 2005

Las principales actuaciones en el ejercicio se han basado en las 5 estrategias planeadas para el Grupo INDO, resultando una cifra de negocios cercana a los 145 millones de €, con un crecimiento sobre el año anterior de un 13,8%, colocándonos en el 12º puesto mundial del sector de la óptica oftálmica.

La internacionalización, base de nuestra expansión, ya significa el 32% de nuestra

DIPOSITIVA 7 – INTERNACIONAL

cifra de negocios, habiéndose logrado un crecimiento del 46% sobre el ejercicio precedente.

Con ello continuamos de forma recurrente, el programa de reducción de riesgo por concentración de negocios en España y la mejora de nuestra presencia comercial en todos los mercados con distribución propia. Dentro del programa de internacionalización, denominado INDONIZATION, consolidamos el aprovisionamiento exterior mediante los centros productivos en Lejano Oriente, dándonos la oportunidad de mejora de nuestros costes y la globalización de nuestro equipo humano, principalmente en los servicios centrales para una eficaz complementariedad intelectual de la gestión.

Nuestra posición competitiva, basada en la diferenciación, se ha reforzado mediante el aumento de las inversiones en Investigación, Desarrollo

DIAPPOSITIVA 8 - I+D

e Innovación, superando ya en el conjunto de las tres unidades de negocio los 4 millones de €, cercanos al 3% de nuestra facturación y empleando 50 personas, de ellas, 8 doctores. Asimismo, el outsourcing tecnológico forma parte de nuestra estrategia de conocimiento y desarrollo de nuestros productos y servicios en la búsqueda de la especialización, otorgando variabilidad a nuestra inversión en I+D. Es tal la innovación que el 60% de nuestra facturación procede de productos y servicios lanzados al mercado en los últimos 3 años.

En el ámbito de Lentes, este esfuerzo inversor se plasma en el excelente lanzamiento y comercialización de las lentes progresivas personalizadas Eyemade, siendo en

DIPOSITIVA 9 - EYEMADE

la actualidad el producto más avanzado tecnológicamente del mundo en nuestro sector, con una buenísima implantación inicial en España, y en estos últimos meses del presente ejercicio 2006 con distribución en Francia, Alemania, Italia y Portugal.

Los esfuerzos de 5 años de investigación nos otorgan una posición de liderazgo tecnológico en la personalización, debidamente patentada, con la credencial de nuestra capacidad de desarrollo corporativo en todas las áreas estratégicas del Grupo.

El dominio de la tecnología productiva Free-Form, base de la fabricación de las lentes EyeMade,

DIPOSITIVA 10 - LIFEMADE

también nos ha abierto nuevos campos de negocio como las lentes progresivas Lifemade, lentes desarrolladas con el fin de cubrir usos específicos potenciales, según las actividades de los portadores de gafas en diferentes ámbitos, como distintos deportes, la conducción, necesidades profesionales, el uso del ordenador, entre otros.

Al mismo tiempo, hemos iniciado un negocio colateral denominado “Free Form Solutions” cuyo objetivo es la

DIAPPOSITIVA 11 – FREE FORM SOLUTIONS

comercialización de diseños de lentes progresivas para laboratorios de talla en el mundo, mediante un revolucionario sistema denominado Click-fee, aprovechando las nuevas tecnologías.

Vendemos nuestra capacidad de diseño de lentes progresivas, a través de la venta de software en plataforma PC, recibiendo el pago por royalties según el nº de lentes progresivas a fabricar, como si de una tarjeta telefónica de pago por pasos se tratara, acudiendo nuestros clientes a recargar nuevos diseños via internet, para que mediante una nueva cuota, puedan continuar con la producción de nuevas lentes progresivas.

Aprovechando nuestro know-how productivo, también ofrecemos a los laboratorios independientes la posibilidad de poner en marcha su sistema Free-Form de fabricación, utilizando, lógicamente, nuestros diseños progresivos y percibiendo los correspondientes royalties por unidad fabricada.

DIAPPOSITIVA 12 – GAFAS

En la Unidad Gafas, para reforzar nuestro desarrollo estratégico y aumentar nuestra masa crítica durante el 2005, hemos establecido intercambios comerciales con varias empresas de ámbito mundial como Lamy (Francia) y REM (EE.UU).

Con estas operaciones, Indo amplía su oferta de marcas, entre las que destacan, Kipling, Nina Ricci, Columbia, Seiko, Converse, entre otras, posicionándonos entre los tres primeros distribuidores de gafas en la Península Ibérica, y ampliando nuestra comercialización exterior, principalmente,

DIPOSITIVA 13 - GAFAS

Carolina Herrera. También, hemos desarrollado nuestro campo de actividad propio en Portugal, creando una nueva filial para distribuir el conjunto de marcas de la sociedad española Inviva Eyewear S.A., de la que somos propietarios en un 50%, en dicho país. Entre sus marcas destacan, Tommy Hilfiger, Guess y Gant.

Asimismo, es un orgullo para el Grupo haber firmado un contrato de licencia global de una de las marcas del grupo Inditex, Massimo Dutti, para la fabricación y distribución de gafas oftálmicas y de sol en todo el mundo, actividad comercial que se iniciará en el último trimestre del presente ejercicio, y al que le estamos dedicando nuestra mayor atención por las potencialidades futuras que ello implica. También, hemos cerrado un contrato de distribución, prácticamente de ámbito global, de la marca NBA que nos

otorgará mejor visibilidad corporativa de crecimiento y de diversificación, por encima de su valor cuantitativo.

DIAPPOSITIVA 14 – BIENES DE EQUIPO

Referido al ámbito de Bienes de Equipo, hemos consolidado el negocio de nuestras biseladoras CNC, ocupando el 4º lugar por cuota de mercado mundial con un 9,5% de participación. Nuestra posición de liderazgo en varios mercados y las inversiones en I+D+i nos darán la oportunidad de crecer, como lo hemos ido haciendo en los años pasados, incluyendo ya el lanzamiento de nuevos equipos de biselado Advance a principios del 2006.

Ha sido también un éxito la venta del equipamiento de 16 escuelas de formación óptica en Argelia, por una cifra de 3,2 millones de €, operación extraordinaria, pero de trascendencia en nuestro negocio durante el pasado ejercicio.

Nuestra visión y modelo global ha permitido que INDO haya consolidado sus fortalezas de implantación local, al mismo tiempo que crecemos a través de la internacionalización y la innovación.

DIAPPOSITIVA 15 – COMPETITIVIDAD

Es una compañía que aprovecha las mejores prácticas y ventajas competitivas en su estrategia de contención y/o reducción de costes, a pesar de la continuada y recurrente alta inflación de la economía española, frente a la menor de los principales mercados destinatarios de nuestros productos.

En este ejercicio, el IPC en España impacta en nuestros negocios por encima de 1,3 millones de € de mayor coste laboral, al que hacemos frente a través de la deslocalización, externalización y subcontratación de productos y servicios, flexibilizando lo más posible nuestros gastos, otorgándoles variabilidad frente a la rigidez del entorno.

Seguimos avanzando hacia plataformas tecnológicas comunes, implantando SAP en nuestras empresas localizadas en el exterior, para mejorar la eficiencia corporativa, buscando a tal fin un modelo de gestión integral de los negocios.

Nuestra organización es compleja en razón de nuestros productos y servicios y de nuestras unidades de negocio,

DIAPOSITIVA 16 – ORGANIZACIÓN

siendo la base de nuestros clientes comunes a todas ellas. En consecuencia, una visión cohesionada del Grupo nos dará oportunidades de sinergias comerciales y, por ello, con este espíritu hemos remodelado nuestra cúpula directiva concentrando las unidades corporativas o de soporte bajo una única dirección Financiera Corporativa, estructurada para la mejor implantación de la gestión por procesos con orientación al cliente final.

Todo ello, refuerza la eficiencia de recursos, mejora la capacidad de gestión y de innovación bajo una coordinación única.

Teniendo en cuenta la evolución del mercado, por la concentración e internacionalización progresiva de nuestros clientes, es impensable la tendencia de propuestas de negocio aisladas o independientes, sino todo lo contrario, por lo que las unidades de negocio cada vez más se posicionan de forma común, para aprovechar las sinergias de los tres productos que ofrecemos. Con ello, ampliamos el valor añadido que Indo ofrece al mercado, contribuyendo nuestra red internacional, mayormente orientada a lentes oftálmicas, al apoyo de gafas y bienes de equipo.

DIAPOSITIVA 17 – RSC

En materia de Gobierno Corporativo, contamos con los mejores estándares del mercado, cumpliendo escrupulosamente las directivas y propuestas regulatorias de la Comisión Nacional del Mercado de Valores, al mismo tiempo, que la actitud del Grupo en todas sus operaciones se basa en la ética y la transparencia informativa.

El modelo de Gobierno Corporativo aplica la igualdad plena de los derechos de los accionistas, haciendo especial énfasis en la protección de los minoritarios, no teniendo ninguna medida estatutaria de blindaje.

En nuestra web encontrarán la Memoria sobre Gobierno Corporativo que incorpora detallada explicación de las actividades de las Comisiones de Nombramientos y Retribuciones, de Auditoría y de la Dirección de Cumplimiento Normativo.

La Responsabilidad Social del Grupo cumple su compromiso con los accionistas, clientes, empleados y la sociedad preservando los derechos humanos, la igualdad de oportunidades, la protección medioambiental y las condiciones laborales.

Nuestro equipo humano, esté donde esté en el mundo, goza de nuestra protección y, para reafirmarnos en nuestros compromisos, nos hemos adherido a Global Compact, paquete de medidas propuesto por Naciones Unidas referido a todos los ámbitos de la Responsabilidad Social Corporativa.

DIPOSITIVA 18 – EQUIPO HUMANO

Invertimos, como en años anteriores, importantes sumas de dinero para la formación de nuestro equipo humano, base del talento y la creatividad para nuestro desarrollo empresarial. Es nuestro mejor capital y a él le debemos el espíritu emprendedor, y mediante su inagotable esfuerzo personal, es capaz de superar las dificultades del obligado cambio, que es necesario realizar en el mundo que nos rodea.

Somos 1.847 empleados, de ellos, más de 600 fuera de España, con funciones específicas orientadas a clientes interno y externo, cumpliendo ampliamente la frase conocida en todos los ámbitos de Indo “que puedo hacer yo por ti”!! Es decir, simplificar, acercar y modular nuestras prestaciones en el entorno laboral, para que nuestra organización dé el máximo de sí para su mejor eficiencia y rentabilidad, creando valor a todos los stakeholders, es decir, grupos de interés.

DIPOSITIVA 19 – NUEVA SEDE

Estamos ansiosos ante la nueva localización de nuestra sede corporativa en Sant Cugat del Vallés, donde se incorporarán a final de año todos los servicios centrales, habiéndose ya finalizado en este pasado mes de mayo el traslado del laboratorio de L’Hospitalet de Llobregat al nuevo centro de El Papiol, que aglutinará la mayor parte de nuestro proceso productivo de talla y tratamientos de lentes oftálmicas.

Para poder abordar la futura compra del citado edificio de Sant Cugat, hemos firmado un contrato de alquiler por tres años, con opción de compra por un importe de 11,5 millones de €. No se ha estimado oportuno formalizar la compra definitiva en estos momentos, para evitar aumentar nuestros niveles de endeudamiento, pues precisamos continuar con nuestros procesos de redimensión operativa en España, tanto de la distribución, como las estructuras de los servicios centrales, además de la necesaria inversión para

la robotización y automatización productivas, y el crecimiento corporativo mediante adquisiciones en el exterior.

DIAPPOSITIVA 20 – CIFRAS

Nuestro nivel de endeudamiento se ha situado en los 40 millones de €, significando 3,3 veces EBITDA, dentro de los límites que nos hemos marcado en la Compañía.

El EBITDA ha crecido un 24% alcanzando los 12 millones de € y el EBIT del ejercicio ha sido de 7,2 millones de €. El resultado neto total de 7,6 Mio € significa un 5,3% sobre ventas y un 14,9% sobre fondos propios.

Mucha más detallada información la encontrarán en el informe anual que les hemos entregado con la memoria de auditoría, realizada por Deloitte and Touch.

Con el fin de ampliar este informe del ejercicio 2005, permítanme, a continuación, comentarles los resultados del primer trimestre 2006. Muestran una excelente evolución de la gestión del grupo,

DIAPPOSITIVA 21 – 1ER TRIMESTRE 2006 VENTAS RESULTADOS

pues hemos incrementado nuestras ventas en todas las unidades de negocio, alcanzando una cifra global de 36,5 millones de €, siendo un 9,1 % superior a la de igual período del año anterior.

En cuanto al EBIT de gestión, hemos logrado una cifra de 1,5 millones de €, es decir, 2,2 veces la conseguida en el mismo período 2005, gracias a la mejora general de márgenes y la contención de gastos estructurales, habiendo absorbido el importante impacto de la inflación.

Dicha contención del gasto se ha producido por los esfuerzos de reestructuración distributiva y de organización, repercutiendo de forma notable en los resultados totales del Grupo por los gastos extraordinarios no recurrentes que se han producido durante estos tres primeros meses del año. No los hemos podido compensar mediante plusvalías latentes por la venta de inmuebles, como así sucedió en el ejercicio anterior, si bien esperamos materializar, en próximas fechas, plusvalías que nos permitan absorber dichos gastos extraordinarios.

Seguiremos actuando así en los próximos meses, pues nuestros avances estratégicos permitirán, evidentemente, mejorar nuestros resultados del Grupo.

Nuestro reto es optimizar nuestra eficiencia y beneficios, y preparar a la Compañía para enfrentarse, con éxito, a cualquier cambio que pueda experimentar la evolución del mercado.

DIAPOSITIVA 22 – FUTURO

Nuestra obligación y compromiso es trabajar para el futuro del Grupo, y por ello, nuestro fundamento se basa en:

- El carácter recurrente de nuestros ingresos basado en los productos y servicios que prestamos a nuestros clientes.
- La fortaleza de la innovación estratégica que conlleve la diferenciación y posición de liderazgo a nivel mundial.
- Ampliar nuestra presencia corporativa en nuevos mercados o en los existentes, para diversificar riesgos y expandir nuestra cifra de negocios, mejorando el margen de contribución de cada uno de ellos.
- Aprovechar las nuevas tecnologías para que sean plataformas que conlleven simplicidad y eficiencia al Grupo ante nuestros clientes.
- Y fomentar la participación del equipo humano para que, a través de su experiencia y comportamiento, se alinee al proyecto directivo y refuerce las bases y solidez de Indo.

Somos ambiciosos, y nuestro reto es formar parte de los top ten del sector óptico mundial y esperamos lograrlo durante este próximo trienio.

Para asumir el gran reto que tenemos por delante, contamos con un excelente equipo de profesionales, preparados y motivados, y debo desde aquí agradecerles su empeño y dedicación al Grupo.

Todos nosotros, estimados accionistas, esperamos seguir contando con su confianza y apoyo, para lograr que nuestros proyectos se hagan realidad, y retornarles mayor valor corporativo y dividendos por su contribución a INDO.

DIPOSITIVA 23 – MUCHAS GRACIAS

Muchas gracias.

DIPOSITIVA 24 – INDO JUNTA GENERAL 2005