

Fatturato del terzo trimestre 2021

**Continua la forte crescita del fatturato (+9%)
Outlook 2021 nuovamente migliorato e consolidamento di
GrandVision**

Fatturato di EssilorLuxottica, incluso il contributo di GrandVision:

- Fatturato totale del terzo trimestre prossimo ai 5,5 miliardi di Euro, +33% rispetto al 2019 a cambi costanti¹
- Fatturato comparabile³ in aumento del 9,3% nel terzo trimestre rispetto al 2019 a cambi costanti¹
- *Generazione di cassa*⁵ consolidata a 2,3 miliardi di Euro nei primi nove mesi dell'anno

Fatturato di EssilorLuxottica, escluso il contributo di GrandVision:

- Fatturato totale del terzo trimestre in crescita del 9,0% rispetto al 2019 a cambi costanti¹
- Nord America ancora in crescita a doppia cifra, accelerano EMEA e America Latina, l'Asia-Pacifico ancora negativa
- La divisione Professional Solutions positiva e in accelerazione in tutte le aree geografiche
- Vendite di negozi comparabili⁴ costantemente positive, in crescita a doppia cifra in Nord America
- E-commerce in crescita del 50% circa, rappresenta l'8% del fatturato totale da inizio anno
- Migliorato nuovamente l'outlook per l'anno 2021

Charenton-le-Pont, Francia (29 ottobre 2021 – ore 7.00) – EssilorLuxottica annuncia che i ricavi consolidati inclusivi del contributo di GrandVision (consolidata dal 1° luglio, ovvero per il solo terzo trimestre) sono stati pari a 14.241 milioni di Euro nei primi nove mesi dell'anno. Su base comparabile³, i ricavi consolidati sono stati pari a 5.465 milioni di Euro nel terzo trimestre e a 15.918 milioni di Euro nei nove mesi, rispettivamente in crescita del 9,3% e del 6,2% a cambi costanti¹ rispetto agli stessi periodi del 2019.

Francesco Milleri e Paul du Saillant, Amministratore Delegato e Vice Amministratore Delegato di EssilorLuxottica hanno commentato: *“Siamo orgogliosi della performance che la nostra azienda ha ottenuto nel terzo trimestre dell'anno, mantenendo il ritmo della rapida ripresa già vista nel secondo trimestre. Con GrandVision, nel primo trimestre di consolidamento nel Gruppo, il fatturato comparabile³ di EssilorLuxottica è cresciuto ancora più rapidamente, registrando un aumento del 9,3% rispetto ai livelli pre-COVID a cambi costanti¹. Inoltre, con ricavi in accelerazione, la nostra azienda ha ampliato i margini in maniera sostanziale, dimostrando fino a che punto può beneficiare della leva operativa. Tutto ciò ci ha spinto ad aggiornare ancora una volta l'outlook per l'anno, indicando ora un aumento più significativo del margine operativo. Una performance così solida è trainata da un modello di business*

aperto e omnichannel, dalle nuove iniziative commerciali integrate e dalla ricca pipeline di prodotti innovativi, che sono al centro della nostra strategia a lungo termine. Siamo inoltre felici di ricordare ancora una volta tutte le iniziative promosse in molte aree geografiche in occasione della Giornata Mondiale della Vista, celebrata il 14 ottobre, per porre l'attenzione sull'importanza della salute degli occhi. Continua a consolidarsi anche 'Eyes on the Planet', la roadmap per la sostenibilità, costruita attorno a importanti pilastri come la carbon neutrality, la circolarità, la cura della vista nel mondo, l'inclusione e l'etica".

Fatturato di EssilorLuxottica incluso il contributo di GrandVision rispetto al 2020 e al 2019

Milioni di Euro	3Q 2021	3Q 2020	Variazione a cambi costanti ¹	Variazione a cambi correnti
EssilorLuxottica esclusa GV	4.460	4.085	+8,7%	+9,2%
GrandVision	1.068	-	n.a.	n.a.
Elisioni*	(55)	-	n.a.	n.a.
ESSILORLUXOTTICA	5.473	4.085	+33,4%	+34,0%

Milioni di Euro	9M 2021	9M 2020	Variazione a cambi costanti ¹	Variazione a cambi correnti
EssilorLuxottica esclusa GV	13.228	10.315	+33,1%	+28,2%
GrandVision	1.068	-	n.a.	n.a.
Elisioni*	(55)	-	n.a.	n.a.
ESSILORLUXOTTICA	14.241	10.315	+42,9%	+38,1%

* Transazioni intercompany tra EssilorLuxottica e GrandVision.

Milioni di Euro	3Q 2021	3Q 2019	Variazione a cambi costanti ¹	Variazione a cambi correnti
EssilorLuxottica esclusa GV	4.460	4.310	+9,0%	+3,5%
GrandVision	1.068	-	n.a.	n.a.
Elisioni*	(55)	-	n.a.	n.a.
ESSILORLUXOTTICA	5.473	4.310	+33,2%	+27,0%

Milioni di Euro	9M 2021	9M 2019	Variazione a cambi costanti ¹	Variazione a cambi correnti
EssilorLuxottica esclusa GV	13.228	13.086	+6,8%	+1,1%
GrandVision	1.068	-	n.a.	n.a.
Elisioni*	(55)	-	n.a.	n.a.
ESSILORLUXOTTICA	14.241	13.086	+14,7%	+8,8%

* Transazioni intercompany tra EssilorLuxottica e GrandVision.

Fatturato comparabile³ di EssilorLuxottica incluso il contributo di GrandVision rispetto al 2020 e al 2019

Il fatturato comparabile³ è stato predisposto al solo scopo illustrativo, al fine di apprezzare appieno la performance della Società a seguito dell'acquisizione di GrandVision.

Milioni di Euro	3Q 2021	3Q 2020	Variazione a cambi costanti ¹	Variazione a cambi correnti
EssilorLuxottica esclusa GV	4.460	4.085	+8,7%	+9,2%
GrandVision	1.068	1.047	+2,0%	+2,0%
Elisioni*	(63)	(115)		
ESSILORLUXOTTICA	5.465	5.018	+8,5%	+8,9%

Milioni di Euro	9M 2021	9M 2020	Variazione a cambi costanti ¹	Variazione a cambi correnti
EssilorLuxottica esclusa GV	13.228	10.315	+33,1%	+28,2%
GrandVision	2.959	2.500	+19,6%	+18,4%
Elisioni*	(269)	(279)		
ESSILORLUXOTTICA	15.918	12.536	+31,2%	+27,0%

* Contributo al fatturato delle attività cedute/da cedere in ottemperanza agli accordi conclusi con le autorità antitrust nell'ambito dell'acquisizione di GrandVision unitamente alle transazioni intercompany tra EssilorLuxottica e GrandVision.

Milioni di Euro	3Q 2021	3Q 2019	Variazione a cambi costanti ¹	Variazione a cambi correnti
EssilorLuxottica esclusa GV	4.460	4.310	+9,0%	+3,5%
GrandVision	1.068	1.045	+5,0%	+2,2%
Elisioni*	(63)	(110)		
ESSILORLUXOTTICA	5.465	5.244	+9,3%	+4,2%

Milioni di Euro	9M 2021	9M 2019	Variazione a cambi costanti ¹	Variazione a cambi correnti
EssilorLuxottica esclusa GV	13.228	13.086	+6,8%	+1,1%
GrandVision	2.959	3.040	+0,1%	-2,7%
Elisioni*	(269)	(371)		
ESSILORLUXOTTICA	15.918	15.755	+6,2%	+1,0%

* Contributo al fatturato delle attività cedute/da cedere in ottemperanza agli accordi conclusi con le autorità antitrust nell'ambito dell'acquisizione di GrandVision unitamente alle transazioni intercompany tra EssilorLuxottica e GrandVision.

Fatturato di EssilorLuxottica escluso il contributo di GrandVision rispetto al 2019 e al 2020

A causa degli effetti della pandemia di COVID-19, il confronto con i dati del 2020 (sia per il terzo trimestre sia per i nove mesi) non è rilevante. Di conseguenza, l'andamento del fatturato è commentato rispetto al 2019. I seguenti dati e commenti si riferiscono solo al perimetro di EssilorLuxottica esclusa GrandVision, che ha pubblicato ieri i risultati del terzo trimestre e dei nove mesi 2021.

I ricavi della Società sono stati pari a 4.460 milioni di Euro nel terzo trimestre dell'anno, in crescita del 9,0% a cambi costanti¹ rispetto allo stesso periodo del 2019 (+3,5% a cambi correnti). Nei primi nove mesi i ricavi sono stati pari a 13.228 milioni di Euro, in crescita del 6,8% a cambi costanti¹ rispetto al 2019 (+1,1% a cambi correnti).

Fatturato del terzo trimestre per segmento operativo

Milioni di Euro	3Q 2021	3Q 2019	Variazione a cambi costanti ¹	Variazione a cambi correnti
Professional Solutions	2.583	2.544	+7.3%	+1.5%
Direct to Consumer	1.877	1.767	+11.6%	+6.2%
EssilorLuxottica esclusa GV	4.460	4.310	+9.0%	+3.5%

Milioni di Euro	Q3 2021	Q3 2020	Variazione a cambi costanti ¹	Variazione a cambi correnti
Professional Solutions	2.583	2.431	+5,7%	+6,3%
Direct to Consumer	1.877	1.655	+13,0%	+13,4%
EssilorLuxottica esclusa GV	4.460	4.085	+8,7%	+9,2%

Professional Solutions

La divisione Professional Solutions comprende la fornitura di prodotti e servizi ai professionisti dell'ottica, ovvero il business wholesale della Società. Nel terzo trimestre dell'anno il fatturato della divisione ha raggiunto i 2.583 milioni di Euro, in crescita del 7,3% a cambi costanti¹ rispetto allo stesso periodo del 2019 (+1,5% a cambi correnti).

La performance in tutte le aree geografiche è stata positiva a cambi costanti¹ e in accelerazione rispetto al secondo trimestre, sostenuta dai lanci di nuovi prodotti, come la gamma di Crizal, Transitions XTRActive ed Eyezen Kids, nonché dalle riaperture progressive in alcuni paesi chiave che erano stati ancora impattati dalle restrizioni nel secondo trimestre dell'anno. Il Nord America continua a guidare la performance della divisione, crescendo a doppia cifra grazie al rafforzamento dei key account e alla buona crescita del business degli ottici indipendenti. L'area EMEA ha continuato a crescere consolidando la ripresa iniziata nel secondo trimestre, sostenuta da importanti mercati come l'Italia, la Germania e il Regno Unito. L'America Latina ha beneficiato dell'allentamento delle restrizioni e della conseguente ripresa del business in Brasile e in Messico. L'area Asia-Pacifico è tornata positiva, grazie alla solida performance della Cina e a un forte rimbalzo in India.

In termini di prodotti, la categoria vista ha continuato a crescere rapidamente mentre il sole ha visto un rimbalzo sostenuto da Nord America e EMEA. I marchi di punta hanno guidato la performance complessiva della divisione sia nelle lenti che nelle montature: Varilux, Crizal e Eyezen hanno registrato

performance positive per le lenti, mentre Ray-Ban, Oakley e il portafoglio di licenze del lusso hanno visto una solida crescita nelle montature.

Direct to Consumer

La divisione Direct to Consumer include la vendita di prodotti e servizi direttamente ai consumatori finali, ovvero il business retail della Società, composto da negozi fisici e piattaforme di e-commerce. Nel terzo trimestre il fatturato della divisione ha raggiunto 1.877 milioni di Euro, in crescita dell'11,6% a cambi costanti¹ rispetto allo stesso periodo del 2019 (+6,2% a cambi correnti).

La divisione ha confermato un solido ritmo di crescita, recuperando in EMEA e in America Latina con il venir meno delle restrizioni e continuando a crescere in Nord America. Al contrario, la regione Asia-Pacifico è stata fortemente colpita dai nuovi focolai di COVID-19, in particolare in Australia.

Le vendite di negozi comparabili⁴ sono state complessivamente positive, sostanzialmente in linea con il ritmo del secondo trimestre, supportate da una crescita a doppia cifra in Nord America e America Latina, che ha più che compensato l'andamento leggermente negativo dell'area EMEA e la performance negativa dell'Asia-Pacifico. Alla crescita complessiva hanno contribuito entrambi le categorie, sia quella vista sia quella sole, con le principali insegne in crescita da alta singola a doppia cifra.

Il fatturato e-commerce è cresciuto di quasi il 50% a cambi costanti¹ nel trimestre e rappresenta l'8% del fatturato totale della Società da inizio anno, riflettendo una normalizzazione del mix di traffico tra digitale e fisico in un contesto di riaperture. Ray-Ban Stories, gli smart glasses lanciati in partnership con Facebook il 9 settembre con un approccio di distribuzione omnichannel, hanno visto una partenza promettente, dando all'e-commerce un'ulteriore spinta.

Fatturato del terzo trimestre per aree geografiche

Milioni di Euro	3Q 2021	3Q 2019*	Variazione a cambi costanti ¹	Variazione a cambi correnti
Nord America	2.480	2.296	+14,1%	+8,0%
EMEA	1.159	1.105	+6,8%	+4,8%
Asia-Pacifico	577	630	-6,6%	-8,4%
America Latina	244	278	+11,8%	-12,5%
EssilorLuxottica esclusa GV	4.460	4.310	+9,0%	+3,5%

* La ripartizione geografica del fatturato del terzo trimestre 2019 è stata allineata alle aree geografiche individuate per l'informativa 2021.

Milioni di Euro	3Q 2021	3Q 2020*	Variazione a cambi costanti ¹	Variazione a cambi correnti
Nord America	2.480	2.262	+9,6%	+9,7%
EMEA	1.159	1.093	+5,3%	+6,0%
Asia-Pacifico	577	560	+1,1%	+3,2%
America Latina	244	171	+42,7%	+42,7%
EssilorLuxottica esclusa GV	4.460	4.085	+8,7%	+9,2%

* La ripartizione geografica del fatturato del terzo trimestre 2020 è stata allineata alle aree geografiche individuate per l'informativa 2021.

Nord America

Il Nord America ha registrato un fatturato di 2.480 milioni di Euro, in crescita del 14,1% a cambi costanti¹ rispetto al terzo trimestre del 2019 (+8% a cambi correnti), confermandosi l'area geografica più performante per la Società. Entrambe le divisioni sono cresciute a doppia cifra nel trimestre, grazie a un maggiore livello di integrazione del business e all'efficacia di esecuzione della strategia omnichannel e multi-categoria.

Nella divisione Professional Solutions, i key account hanno rappresentato il fattore trainante, grazie soprattutto ai clienti nazionali, mentre gli ottici indipendenti hanno continuato a crescere, aiutati dal successo dell'iniziativa EssilorLuxottica 360. Anche l'e-commerce di terze parti è cresciuto rapidamente, alimentato dagli account più grandi. Nelle lenti, tutti i marchi principali, tra cui Varilux, Crizal, Eyezen e Transitions, hanno contribuito positivamente alla performance, mentre Ray-Ban e Oakley hanno entrambi registrato una crescita a doppia cifra e i marchi del comparto lusso hanno continuato a crescere rapidamente nelle montature.

La performance dei negozi fisici ha confermato la solida traiettoria iniziata a marzo, con vendite di negozi comparabili⁴ in aumento del 10% rispetto al terzo trimestre del 2019, guidate da tassi di conversione più elevati e un miglior mix di prezzo. Nel vista, LensCrafters e Target hanno sostanzialmente mantenuto il ritmo del secondo trimestre, in crescita a singola cifra alta, mentre Sunglass Hut ha continuato a sfruttare il suo posizionamento di fascia alta e un andamento favorevole della domanda, in crescita intorno al 15%.

L'e-commerce è cresciuto di quasi due terzi rispetto al 2019, ancora una volta supportato da tutte le principali piattaforme, Ray-Ban.com, Oakley.com, SunglassHut.com e EyeBuyDirect.com. I ricavi di EyeMed hanno continuato a crescere, con un buon aumento delle sottoscrizioni.

EMEA

L'area EMEA ha registrato un fatturato di 1.159 milioni di Euro, in crescita del 6,8% a cambi costanti¹ rispetto al terzo trimestre 2019 (+4,8% a cambi correnti), in accelerazione rispetto al secondo trimestre. La divisione Professional Solutions ha consolidato la traiettoria positiva iniziata nel secondo trimestre, supportata da mercati chiave come Italia, Germania e Regno Unito, oltre che dal Nord e dall'Est Europa. La categoria vista ha registrato buoni progressi, trainata dai marchi di punta delle lenti, tra cui Stellest, lanciato in Francia e in Italia a giugno. Il sole è tornato positivo nel trimestre, consolidando la ripresa iniziata alla fine del secondo trimestre.

Le vendite di negozi comparabili⁴ sono state solo leggermente negative nel trimestre, migliorando notevolmente rispetto al secondo trimestre. Il sole è rimasto in territorio negativo durante il periodo, ma è stato leggermente positivo a settembre. Il Regno Unito e la Turchia hanno continuato a trainare la performance della categoria, mentre Francia e Spagna hanno risentito di flussi turistici sottotono. In Italia, Salmoiraghi & Viganò è tornato ad avere una performance positiva nel trimestre, in rialzo a media singola cifra. Il risultato del fatturato dei negozi nell'area è stato aiutato anche dal consolidamento del banner ucraino Optical House, entrato a far parte del Gruppo da gennaio 2020. Le vendite dell'e-commerce sono costantemente in crescita a doppia cifra, con Ray-Ban.com, Oakley.com e SunglassHut.com che sono state le piattaforme più performanti.

Asia-Pacifico

Il fatturato nell'area Asia-Pacifico è stato pari a 577 milioni di Euro, in calo del 6,6% a cambi costanti¹ rispetto al terzo trimestre 2019 (-8,4% a cambi correnti), in leggero rallentamento rispetto al secondo trimestre a seguito dei nuovi focolai di COVID-19, in particolare in Australia.

La divisione Professional Solutions ha visto un andamento positivo nel trimestre, principalmente grazie ad una forte ripresa del mercato indiano, pesantemente influenzato dalla variante Delta nel trimestre precedente. La Cina ha continuato a essere il paese più importante e con la crescita più rapida nell'area, guidata da Crizal, Eyezen e Nikon, e dalle lenti Stellest, le cui vendite sono aumentate in modo significativo durante il periodo del ritorno a scuola, con gli ottici indipendenti che hanno superato le cliniche. Il marchio locale Bolon ha visto una buona performance, supportata dalla categoria vista. Per quanto riguarda gli altri mercati dell'area, il Giappone e la Corea sono rimasti ancora negativi, con quest'ultima che ha mostrato i primi segnali di normalizzazione del business a settembre.

La performance del business retail fisico è notevolmente peggiorata rispetto al secondo trimestre, in particolare in Australia, che è stata significativamente colpita da nuove restrizioni e chiusure di negozi negli stati di Victoria e New South Wales, con pesanti ripercussioni sui risultati di OPSM e Sunglass Hut. La Cina è rimasta debole, colpita da nuovi focolai di virus e inondazioni, mentre il Sud-Est asiatico ha continuato a soffrire della mancanza di flussi turistici.

America Latina

Il fatturato in America Latina ha raggiunto i 244 milioni di Euro, in crescita dell'11,8% a cambi costanti¹ rispetto al terzo trimestre 2019 (-12,5% a cambi correnti), beneficiando dell'allentamento delle restrizioni in tutta l'area e del conseguente rimbalzo del business in particolare in mercati chiave come Brasile e Messico.

Nella divisione Professional Solutions, il Brasile ha continuato a recuperare e ha visto un trimestre positivo, trainato dal buon andamento della categoria vista sostenuta dal lancio dell'iniziativa EssilorLuxottica 360 nel paese, con un inizio promettente.

La crescita della divisione nel trimestre è stata supportata da un andamento solido di Varilux e Eyezen nelle lenti, nonché dal rimbalzo delle montature guidato da Oakley e dai marchi del lusso. Il Messico ha confermato il ritmo di crescita in miglioramento iniziato nel secondo trimestre, sostenuto dalla crescente penetrazione della Società nei key account.

Le vendite di negozi comparabili⁴ sono migliorate significativamente rispetto al secondo trimestre, diventando positive a doppia cifra in tutti i paesi dell'area. La performance di Sunglass Hut ha continuato a essere trainata da Brasile e Messico, mentre GMO ha beneficiato del ritrovato slancio in Cile, con entrambi i banner che hanno registrato una crescita a doppia cifra delle vendite di negozi comparabili⁴.

Fatturato dei nove mesi per segmento operativo

Milioni di Euro	9M 2021	9M 2019	Variazione a cambi costanti ¹	Variazione a cambi correnti
Professional Solutions	7.779	7.911	+4,2%	-1,7%
Direct to Consumer	5.449	5.175	+10,8%	+5,3%
EssilorLuxottica esclusa GV	13.228	13.086	+6,8%	+1,1%

Milioni di Euro	9M 2021	9M 2020	Variazione a cambi costanti ¹	Variazione a cambi correnti
Professional Solutions	7.779	6.071	+32,8%	+28,1%
Direct to Consumer	5.449	4.244	+33,7%	+28,4%
EssilorLuxottica esclusa GV	13.228	10.315	+33,1%	+28,2%

Fatturato dei nove mesi per area geografica

Milioni di Euro	9M 2021	9M 2019*	Variazione a cambi costanti ¹	Variazione a cambi correnti
Nord America	7.290	6.876	+12,4%	+6,0%
EMEA	3.449	3.481	+1,3%	-0,9%
Asia-Pacifico	1.836	1.921	-2,5%	-4,4%
America Latina	653	808	+5,0%	-19,2%
EssilorLuxottica esclusa GV	13.228	13.086	+6,8%	+1,1%

* La ripartizione geografica dei ricavi per i nove mesi del 2019 è stata allineata alle aree geografiche individuate per l'informativa 2021.

Milioni di Euro	9M 2021	9M 2020*	Variazione a cambi costanti ¹	Variazione a cambi correnti
Nord America	7.290	5.687	+35,6%	+28,2%
EMEA	3.449	2.686	+29,6%	+28,4%
Asia-Pacifico	1.836	1.489	+23,2%	+23,3%
America Latina	653	453	+55,8%	+44,3%
EssilorLuxottica esclusa GV	13.228	10.315	+33,1%	+28,2%

* La ripartizione geografica dei ricavi per i nove mesi del 2020 è stata allineata alle aree geografiche individuate per l'informativa 2021.

Generazione di cassa

EssilorLuxottica, inclusa GrandVision (solo per il terzo trimestre), ha registrato una solida generazione di cassa⁵ consolidata, che ha raggiunto i 2,3 miliardi di Euro nei primi nove mesi dell'anno.

Buyback

Attualmente la Società detiene 3,2 milioni di azioni proprie, avendo acquistato 2 milioni di azioni nell'ambito del programma di riacquisto avviato il 31 agosto e conclusosi oggi.

Outlook

Alla luce della solida performance del terzo trimestre, EssilorLuxottica aggiorna la sua guidance per l'anno 2021, che ora punta a una crescita a una cifra medio-alta del fatturato rispetto al 2019 a tassi di cambio costanti¹ (da "mid single digit") e a un aumento fino a 100 punti base dell'utile operativo adjusted² in percentuale del fatturato rispetto al 2019 a cambi costanti¹ (da "maggiore del 2019").

Tali obiettivi si riferiscono al perimetro EssilorLuxottica esclusa GrandVision che è stato consolidato dal primo luglio 2021.

Mission e sostenibilità

Durante il trimestre, EssilorLuxottica ha continuato a supportare la sua Mission di aiutare le persone a vedere meglio, vivere meglio e godere appieno della vita attraverso l'implementazione di modelli di business inclusivi, iniziative filantropiche, la partnership con le istituzioni e una costante ricerca dell'innovazione.

Uno degli eventi chiave dell'anno per promuovere la cura degli occhi è la Giornata Mondiale della Vista, celebrata il 14 ottobre. Eyes on World Sight è uno dei cinque pilastri della roadmap di sostenibilità "Eyes on the Planet" annunciata lo scorso luglio e l'evento rappresenta un catalizzatore di nuove iniziative. La Società ha lanciato la sua prima campagna globale per sensibilizzare i genitori sull'importanza di effettuare controlli della vista regolari per i bambini. La campagna è stata supportata dal sito www.putyourvisionfirst.com attraverso il quale sono stati resi disponibili test della vista online e contenuti didattici. Le insegne retail vista hanno promosso in tutto il mondo una campagna dedicata ai consumatori dal titolo "Your Eyes First", includendo le opere del rinomato artista Karan Singh. I partner filantropici di EssilorLuxottica (Essilor Vision Foundation, Vision For Life e OneSight) ed il business inclusivo (come il 2.5 New Vision Generation) hanno portato avanti iniziative locali, grazie ad importanti collaborazioni, per facilitare l'accesso alle visite oculistiche e aumentare la consapevolezza sul tema in ogni regione del mondo. Le collaborazioni con le istituzioni includono il Ministero dell'Istruzione in Indonesia, Sightsavers in India, e Special Olympics in Nord America. OneSight sta collaborando con l'Agenzia Internazionale per la Prevenzione della Cecità e altri partner impegnati nella promozione della cura della vista per coinvolgere oltre 1 milione di persone e incoraggiarle a sottoporsi a visite oculistiche. OneSight ha organizzato quattro cliniche negli Stati Uniti per effettuare esami oculistici e fornire occhiali a bambini e adulti. Tra le attività organizzate da OneSight ci sono anche una partnership a livello globale per sensibilizzare e coinvolgere i bambini e le loro famiglie sull'importanza della salute degli occhi, il supporto a campagne e iniziative attraverso #LoveYourEyes e #ShareTheLove ed eventi dedicati nei mesi di settembre e ottobre.

Durante il trimestre, le partnership filantropiche e i business inclusivi promossi dalla Società hanno permesso a 10 milioni di persone nelle comunità più svantaggiate di accedere alle cure oculistiche, garantendo a quasi 2 milioni di persone gli occhiali da vista di cui necessitavano. Inoltre, sono stati formati 400 microimprenditori specializzati e OneSight ha aperto otto nuove cliniche oculistiche.

Sostenere l'importanza della cura della vista, per raggiungere l'ambizioso obiettivo di eliminare i difetti visivi non corretti entro il 2050, è uno dei valori chiave di Eyes on World Sight. I partner della Società continuano a lavorare in questa direzione, collaborando con governi e ONG. Le recenti iniziative realizzate in India, ad esempio, hanno spaziato dallo screening della vista porta a porta alle donazioni di occhiali nelle aree meno servite, sino all'annuncio da parte del governo del primo distretto in Karnataka in cui è stato raggiunto l'obiettivo di eliminare i difetti visivi non corretti.

Per quanto riguarda il trattamento della miopia, EssilorLuxottica sta collaborando con tre importanti organizzazioni globali per dare un contributo significativo: International Myopia Institute, Myopia Profile e Global Myopia Awareness Coalition. Queste collaborazioni vedono EssilorLuxottica in prima linea nella lotta contro la miopia, grazie anche alle importanti innovazioni sviluppate dalla Società come le lenti Stellest e SightGlass Vision.

Conference call

Oggi alle 10:30 CEST si terrà una conference call in inglese.

Sarà possibile seguire la presentazione in diretta o ascoltarla successivamente al seguente link:

<https://streamstudio.world-television.com/1217-2090-30705/en>

Note

1 Dati a cambi costanti: dati a cambi costanti sono stati calcolati utilizzando i cambi medi in vigore per il corrispondente periodo del relativo anno di confronto (2020 o 2019).

2 Dati o cifre rettificati: rettificate dalle spese o dai proventi relativi alla combinazione tra Essilor e Luxottica e altre operazioni inusuali, non frequenti o non correlate al normale svolgimento dell'attività in quanto l'impatto di questi eventi potrebbe influenzare la comprensione della performance del Gruppo.

3 Fatturato comparabile: include, per tutti i periodi presi in oggetto, il contributo delle vendite di GrandVision a EssilorLuxottica come se l'integrazione tra EssilorLuxottica e GrandVision (la "Combinazione GV") e le cessioni delle attività richieste dalle autorità antitrust nel contesto della Combinazione GV siano avvenute il 1° gennaio 2019. Il fatturato comparabile è stato preparato a solo scopo illustrativo.

4 Vendite di negozi comparabili: riflettono, a fini comparativi, la variazione delle vendite da un periodo all'altro tenendo conto nel periodo più recente solo dei negozi già aperti durante il periodo precedente comparabile. Per ciascuna area geografica, il calcolo applica ad entrambi i periodi il cambio medio del periodo precedente.

5 Generazione di cassa: Flusso di cassa netto fornito dalle attività operative meno la somma di Acquisto di immobili, impianti e macchinari e attività immateriali e Pagamenti della quota capitale delle passività di leasing secondo il rendiconto finanziario consolidato IFRS.

EssilorLuxottica è un leader globale nella progettazione, produzione e distribuzione di lenti oftalmiche, occhiali da vista e da sole. Costituita nel 2018, la sua mission è aiutare il mondo a vedere meglio, vivere meglio e godere appieno della vita. L'azienda unisce le competenze complementari di due pionieri nel settore, uno nelle tecnologie all'avanguardia per lenti oftalmiche e l'altro nella realizzazione di occhiali da vista e da sole iconici, definendo nuovi standard nel settore dei prodotti per la cura della vista e nell'esperienza dei consumatori. Marchi iconici come Ray-Ban e Oakley nell'eyewear, Varilux e Transitions nelle lenti, Sunglass Hut, LensCrafters e, dal 1° luglio 2021, GrandVision (con una partecipazione di maggioranza) nel retail ottico e sole globale fanno parte della famiglia EssilorLuxottica. Con circa 140.000 dipendenti, nel 2020 EssilorLuxottica ha registrato ricavi pro forma di circa 14,4 miliardi di Euro. EssilorLuxottica è quotata sul mercato Euronext Paris ed è inclusa negli indici Euro St Stoxx 50 e CAC 40. ISIN: FR0000121667; Reuters: ESLX.PA; Bloomberg: EL:FP. Per maggiori informazioni: www.essilorluxottica.com.

CONTATTI

Head of Investor Relations

Giorgio Iannella

e-mail: ir@essilorluxottica.com

Head of Corporate Communications

Marco Catalani

e-mail: media@essilorluxottica.com

DISCLAIMER

La presente comunicazione viene diffusa da parte di EssilorLuxottica S.A. ai sensi della sezione 5:70 del Dutch Financial Supervision Act e dell'articolo 5, paragrafo 3, e dell'articolo 7 paragrafo 4, della legge olandese sulle offerte pubbliche di acquisto (Besluit openbare biedingen Wft). La presente comunicazione non costituisce un'offerta né una sollecitazione all'acquisto o alla sottoscrizione e di titoli oggetto di alcuna offerta.

Il presente comunicato stampa contiene dichiarazioni previsionali che riflettono le attuali aspettative di EssilorLuxottica su eventi futuri e sulla performance finanziaria e operativa. Le dichiarazioni previsionali si basano sulle assunzioni e aspettative di EssilorLuxottica relative a eventi futuri e trend che hanno influenza sulla futura performance di EssilorLuxottica, tenendo in considerazione tutte le informazioni al momento disponibili a EssilorLuxottica, e non costituiscono una garanzia sulla performance futura. Per loro natura, le dichiarazioni previsionali comportano rischi e incertezze in quanto riguardano eventi e dipendono da circostanze che potrebbero verificarsi o non verificarsi in futuro, ed EssilorLuxottica non può garantire l'accuratezza e la completezza delle dichiarazioni previsionali. Una moltitudine di fattori rilevanti, non tutti noti o sotto il controllo di EssilorLuxottica, potrebbero determinare risultati effettivi significativamente diversi rispetto a quelli espressi nelle dichiarazioni previsionali in conseguenza a rischi e incertezze a cui EssilorLuxottica è sottoposta. Ogni dichiarazione previsionale è formulata alla data del presente comunicato, ed EssilorLuxottica non si assume alcun obbligo di aggiornare o rivedere pubblicamente le dichiarazioni previsionali, in conseguenza a nuove informazioni o per qualsiasi altro motivo.