

## Chiffre d'affaires du troisième trimestre 2022

### Maintien du rythme à plus de 8 %, toutes les régions en croissance

- Chiffre d'affaires du Groupe à 6,4 milliards d'euros, en progression de 17,0 %<sup>2</sup> au T3 par rapport à 2021
- Croissance de 8,2 %<sup>2</sup> à taux de change constants<sup>1</sup> au troisième trimestre
- Croissance de 8,8 %<sup>2</sup> à taux de change constants<sup>1</sup> sur les neuf premiers mois

#### *Au T3 à taux de change constants<sup>1</sup> :*

- EMEA en croissance de 9,2 %<sup>2</sup>, Amérique du Nord en croissance de 3,4 %<sup>2</sup> malgré une base de comparaison élevée
- Asie-Pacifique et Amérique latine en croissance à deux chiffres
- Ventes à magasins comparables<sup>3</sup> en progression de 6,5 %
- E-commerce à 7% du chiffre d'affaires du Groupe, retour à la croissance au T3

**Charenton-le-Pont, France (21 octobre 2022 – 7h00)** – EssilorLuxottica annonce que son chiffre d'affaires consolidé du troisième trimestre 2022 s'élève à 6 394 millions d'euros, en hausse de 8,2 %<sup>2</sup> à taux de change constants<sup>1</sup> par rapport au chiffre d'affaires du troisième trimestre 2021 (+17,0 %<sup>2</sup> à taux de change courants).

Francesco Milleri et Paul du Saillant, respectivement Président-Directeur Général et Directeur Général Délégué d'EssilorLuxottica, ont déclaré: « *Nous avons réalisé une solide performance sur le troisième trimestre. Toutes les régions sont en croissance, de l'Asie-Pacifique à l'Amérique latine, et d'EMEA à l'Amérique du Nord. Ces résultats démontrent une fois de plus la puissance de notre modèle, ainsi que la détermination et l'agilité de nos presque 200 000 collaborateurs dans le monde, engagés dans la réalisation de la vision à long terme que nous avons partagée lors de notre récente Journée Investisseurs.*

*Ensemble, nous pouvons avoir un réel impact, comme en attestent notre sixième place dans le classement 2022 « Change The World » du magazine Fortune et notre mobilisation dans le cadre de la Journée Mondiale de la Vue. Celle-ci a permis, au travers d'initiatives de santé visuelle, de toucher plus de 350 000 enfants et adultes dans le monde en une semaine. Nous sommes un Groupe qui délivre des résultats et soutient ses parties prenantes sur le long terme ; cela témoigne de notre engagement à faire croître le marché, pour le bénéfice de tous.*

*Nous sommes confiants dans notre vision stratégique et notre capacité à réaliser nos perspectives à long terme ».*

\* \* \*

Sauf indication contraire, les commentaires ci-après portent sur la performance du chiffre d'affaires à taux de change constant<sup>1</sup> par rapport au chiffre d'affaires comparable<sup>2</sup> 2021.

# EssilorLuxottica

## Chiffre d'affaires par segment

En millions d'euros	T3 2022	T3 2021*	Variation à taux de change constants <sup>1</sup>	Variation à taux de change courants
Professional Solutions	3 029	2 577	7,8%	17,5%
Direct to Consumer	3 365	2 888	8,5%	16,5%
<b>CHIFFRE D'AFFAIRES</b>	<b>6 394</b>	<b>5 465</b>	<b>8,2%</b>	<b>17,0%</b>

\* Chiffre d'affaires comparable<sup>2</sup>

### Professional Solutions

Au cours du troisième trimestre de l'exercice, la division a enregistré un chiffre d'affaires de 3 029 millions d'euros, en hausse de 7,8 % par rapport à 2021 sur la même période (+ 17,5 % à taux de change courants).

La croissance de la division a été légèrement supérieure à celle du deuxième trimestre 2022 grâce au rebond des régions Asie-Pacifique et Amérique latine qui ont toutes deux enregistré des croissances à deux chiffres, tandis que les régions EMEA et Amérique du Nord ont connu des croissances respectivement dans le haut et dans le bas de la fourchette à un chiffre.

La région EMEA est montée en puissance portée par une accélération de la France, de la Turquie et du Moyen-Orient, combinée à la solide croissance de l'Italie, du Royaume-Uni et de l'Espagne, notamment dans la catégorie solaire. La région Asie-Pacifique a été stimulée par la Chine continentale, qui a atteint une croissance de l'ordre de 15 %, et par la forte croissance de tous les autres pays de la région. La croissance de l'Amérique du Nord a été inférieure à 5 %, légèrement en baisse par rapport au deuxième trimestre, freinée par une performance négative des professionnels de la vue indépendants et par un ralentissement de l'activité montures, en partie compensée par une plus forte performance de la catégorie verres. En Amérique latine, le Brésil et le Mexique ont poursuivi leur solide dynamique de croissance.

### Direct to Consumer

Au cours du troisième trimestre, la division a enregistré un chiffre d'affaires de 3 365 millions d'euros, en hausse de 8,5 % par rapport à 2021 sur la même période (+ 16,5 % à taux de change courants).

Comme pour la division Professional Solutions, toutes les régions ont contribué positivement à la performance de la division Direct to Consumer, en particulier, la région Asie-Pacifique, en fort rebond, et qui est passée d'une croissance légèrement négative au deuxième trimestre à une croissance à deux chiffres au troisième trimestre. Les ventes à magasins comparables<sup>3</sup> ont connu une croissance de 6,5 %, globalement similaire au trimestre précédent, confirmant la performance positive des enseignes de l'optique et du solaire à l'échelle mondiale. L'e-commerce affiche une croissance de l'ordre de 5 %, après avoir déjà affiché une croissance de près de 50 % au troisième trimestre 2021 par rapport à 2019, EyeBuyDirect.com se positionnant comme la meilleure plateforme du trimestre avec une hausse de l'ordre de 15 %.

Du côté des magasins physiques, le chiffre d'affaires de l'Amérique du Nord est en croissance de l'ordre de 5 %, avec LensCrafters en léger recul (bas de la fourchette à un chiffre) tandis que Sunglass Hut et Target Optical sont en légère hausse (bas de la fourchette à un chiffre). La région EMEA conserve une croissance à deux chiffres, en voie de normalisation après avoir connu de forts rebonds aux premier et

# EssilorLuxottica

deuxième trimestres, portée par la catégorie du solaire qui tire profit du tourisme de la haute saison au troisième trimestre et grâce à la catégorie de l'optique qui confirme sa solide dynamique. La région Asie-Pacifique est en forte reprise, passant ainsi d'une croissance à un chiffre au deuxième trimestre à une croissance de l'ordre d'un tiers au troisième trimestre, portée par les catégories du solaire et de l'optique et profitant également d'une base de comparaison très favorable en Australie, qui avait subi des restrictions sur la même période de 2021, et en Chine où les magasins ont rouvert, après des confinements prolongés au premier semestre de cette année. L'Amérique latine a connu un ralentissement, en passant d'une croissance à deux chiffres au deuxième trimestre à un taux de croissance dans le haut de la fourchette à un chiffre au troisième trimestre. La catégorie de l'optique a ralenti, en particulier au Chili et au Pérou (avec une base de comparaison défavorable), ce qui a atténué les effets de la croissance de l'ordre de 15 % des enseignes de GrandVision portée par le Mexique.

## Chiffre d'affaires par zone géographique

En millions d'euros	T3 2022	T3 2021*	Variation à taux de change constants <sup>1</sup>	Variation à taux de change courants
Amérique du Nord	3 009	2 497	3,4%	20,5%
EMEA	2 262	2 101	9,2%	7,6%
Asie-Pacifique	761	577	22,7%	31,7%
Amérique latine	363	289	12,6%	25,5%
<b>CHIFFRE D'AFFAIRES</b>	<b>6 394</b>	<b>5 465</b>	<b>8,2%</b>	<b>17,0%</b>

\* Chiffre d'affaires comparable<sup>2</sup>

### Amérique du Nord

La région Amérique du Nord a enregistré un chiffre d'affaires de 3 009 millions, en croissance de 3,4 % par rapport au troisième trimestre de 2021 (+ 20,5 % à taux de change courants), et en légère accélération par rapport au deuxième trimestre, portée par la division Direct to Consumer.

La division Professional Solutions est en croissance à un chiffre bas. L'activité verres s'est améliorée par rapport au trimestre précédent, portée par une croissance du portefeuille des verres de marque supérieure à celui des verres sans marque. La catégorie des montures a enregistré des résultats plus mesurés par rapport à une base de comparaison qui était la plus élevée des trimestres de 2021. Les grands comptes, les grands magasins ainsi que les plateformes tierces de e-commerce ont affiché des taux de croissance supérieurs à celui des professionnels de la vue indépendants, qui ont souffert notamment en raison des clients hors programmes. EssilorLuxottica 360 ainsi que les partenariats, en particulier Vision Source, ont maintenu leur solide performance.

La division Direct to Consumer a connu une hausse de la croissance autour de 5 %. Le chiffre d'affaires de LensCrafters a été en légère baisse par rapport à sa base de comparaison élevée, alors que l'effet prix / mix a tenu bon aussi bien sur les catégories verres et montures grâce à une meilleure pénétration sur le marché de Varilux, Transitions, Blue IQ et grâce au portefeuille de la lunetterie de luxe. Le chiffre d'affaires de Sunglass Hut a connu une légère hausse malgré une base de comparaison de plus en plus défavorable au cours de l'année dernière. La performance a été favorisée par une hausse constante du trafic, en particulier dans les zones touristiques en août. Pour le troisième trimestre consécutif, Oakley a été l'enseigne qui a affiché la meilleure performance en termes de ventes à magasins comparables<sup>3</sup>, bénéficiant de l'impact positif des campagnes de stratégie de marque lancées ces dernières années ainsi que du réaménagement des magasins. L'activité e-commerce a retrouvé une croissance de l'ordre de 5 %, qui vient s'ajouter à la croissance de l'ordre de deux tiers au troisième

# EssilorLuxottica

trimestre 2021 par rapport à 2019. EyeBuyDirect.com et SunglassHut.com ont une nouvelle fois porté la croissance, suivies de près par Oakley.com. EyeMed a poursuivi sa dynamique de croissance à deux chiffres.

## EMEA

La région EMEA a enregistré un chiffre d'affaires de 2 262 millions d'euros, soit une hausse de 9,2 % par rapport au troisième trimestre de 2021 (+ 7,6 % à taux de change courants), bénéficiant aussi bien de la performance de la division Direct to Consumer que de la division Professional Solutions.

La division Professional Solutions a poursuivi sa dynamique de croissance, affichant un taux de croissance dans le haut de la fourchette à un chiffre. Cette performance a été stimulée par la catégorie solaire grâce à la solide performance des marques de luxe (Prada a presque doublé), ainsi que par la solide et constante performance de la catégorie verres. La division a bénéficié d'une accélération de la France, pays clé, de la Turquie et du Moyen-Orient, ainsi que d'une solide croissance de l'Italie, de l'Espagne et du Royaume-Uni.

Le chiffre d'affaires des magasins physiques a affiché une croissance à deux chiffres, porté par la catégorie solaire, qui tire toujours la croissance, et qui bénéficie également des flux touristiques. Sunglass Hut, qui se stabilise progressivement suite à l'extraordinaire croissance des deux premiers trimestres, a connu une croissance du chiffre d'affaires de 60 % grâce aux marques de luxe. La catégorie de l'optique a poursuivi sa dynamique de croissance, portée par une croissance à deux chiffres du chiffre d'affaires de Salmoiraghi & Viganò en Italie et par une solide performance du réseau GrandVision malgré une base de comparaison record l'année dernière, en particulier au Royaume-Uni, en France et en Espagne. L'activité e-commerce a soutenu la performance de la région avec une croissance de l'ordre de 5 % et une contribution de toutes ses enseignes.

## Asie-Pacifique

L'Asie-Pacifique est la région qui a enregistré la meilleure performance avec un chiffre d'affaires de 761 millions d'euros, en hausse de 22,7 % par rapport au troisième trimestre de 2021 (+31,7 % à taux de change courants), grâce à une très forte hausse des deux divisions par rapport au deuxième trimestre.

La division Professional Solutions a connu une croissance à deux chiffres sur tous les principaux pays. Après une performance négative au trimestre précédent, la Chine continentale a réalisé une croissance de l'ordre de 15 % grâce à une réduction des confinements liés au COVID-19. La catégorie des verres a enregistré une excellente performance, bénéficiant de l'activité du portefeuille des solutions de contrôle de la myopie au moment de la rentrée scolaire. La croissance des verres Stellest et de l'offre d'orthokérotologie CRT a été stimulée par la mise sur le marché de nouvelles offres, à savoir Stellest x Crizal Rock et CRT 5.0, tandis que la distribution de Nikon D.O.T et MiSight a connu un début prometteur. Les autres pays de la région ont poursuivi leur dynamique de croissance, notamment l'Asie du Sud-Est et l'Australie.

Le chiffre d'affaires des magasins physiques a progressé de l'ordre d'un tiers au cours du trimestre, porté par une accélération importante des catégories de l'optique et du solaire par rapport au deuxième trimestre. En Chine, LensCrafters a amélioré sa performance grâce au repositionnement de l'enseigne qui a commencé à montrer des signaux positifs et au nouveau concept de magasins lancé en août et proposant un « Essilor Vision Center ». En Australie, toutes les enseignes ont affiché une solide croissance par rapport à l'année dernière lorsque le pays était impacté par les restrictions liées au COVID-19 et à la fermeture des magasins. Le chiffre d'affaires d'OPSM a augmenté de l'ordre d'un tiers et les verres de marque ont continué à gagner des parts de marché. La force des magasins rénovés a stimulé la performance de Sunglass Hut et d'Oakley dans le pays: le chiffre d'affaires de l'ensemble a

# EssilorLuxottica

plus que doublé. Par ailleurs, les marques de luxe de Sunglass Hut ont poursuivi leur solide dynamique de croissance. Sunglass Hut a aussi confirmé la dynamique de croissance positive du précédent trimestre en Asie du Sud-Est.

## Amérique latine

L'Amérique latine a affiché un chiffre d'affaires de 363 millions d'euros, en hausse de 12,6 %, par rapport au troisième trimestre de 2021 (+25,5 % à taux de change courants), soit une croissance rééquilibrée par rapport au premier semestre en raison d'une base de comparaison plus élevée au troisième trimestre.

Sur la division Professional Solutions, le Brésil est en croissance de l'ordre de 5 %. La catégorie verres a été stimulée par la solide performance de Kodak et Varilux alors que la forte demande pour les marques de lunetterie de luxe reste le principal moteur sur la catégorie montures. La croissance du Mexique a accéléré au troisième trimestre alors que l'Argentine et la Colombie ont poursuivi leur bonne tendance de la période précédente.

La division Direct to Consumer a connu une croissance dans le haut de fourchette à un chiffre. La croissance est toujours stimulée par une solide performance de Sunglass Hut au Brésil et au Mexique, avec une croissance supérieure à 40 % et un portefeuille des montures de luxe qui joue toujours un rôle essentiel. Par ailleurs, la performance du Mexique a continué de bénéficier de l'ouverture des magasins « Palacio de Hierro ». Le chiffre d'affaires de l'optique a connu une croissance plus légère en raison d'une performance mitigée des enseignes. GMO navigue en territoire négatif après avoir été en croissance l'année dernière lorsque le chiffre d'affaires avait fortement progressé, en particulier au Chili, un marché majeur, alors que les magasins GrandVision ont poursuivi leur bonne dynamique de croissance du chiffre d'affaires de l'ordre de 15 %.

## Chiffre d'affaires sur neuf mois par activité

<i>En millions d'euros</i>	<b>9M 2022</b>	<b>9M 2021*</b>	Variation à taux de change constants <sup>1</sup>	Variation à taux de change courants
Professional Solutions	8 865	7 720	7,6%	14,8%
Direct to Consumer	9 523	8 198	10,0%	16,2%
<b>CHIFFRE D'AFFAIRES</b>	<b>18 388</b>	<b>15 918</b>	<b>8,8%</b>	<b>15,5%</b>

\* Chiffre d'affaires comparable <sup>2</sup>

## Chiffre d'affaires sur neuf mois par zone géographique

<i>En millions d'euros</i>	<b>9M 2022</b>	<b>9M 2021*</b>	Variation à taux de change constants <sup>1</sup>	Variation à taux de change courants
Amérique du Nord	8 600	7 340	4,4%	17,2%
EMEA	6 663	5 966	12,9%	11,7%
Asie-Pacifique	2 112	1 836	8,8%	15,0%
Amérique latine	1 013	776	18,9%	30,5%
<b>CHIFFRE D'AFFAIRES</b>	<b>18 388</b>	<b>15 918</b>	<b>8,8%</b>	<b>15,5%</b>

\* Chiffre d'affaires comparable <sup>2</sup>

Pour les neuf premiers mois de 2022, le chiffre d'affaires s'est élevé à 18 388 millions d'euros, en hausse de 8,8 % par rapport à 2021 sur la même période (+ 15,5 % à taux de change courants). La croissance demeure forte d'une année sur l'autre au cours des trois premiers trimestres de l'année malgré l'effet défavorable de la base de comparaison élevée.

La division Professional Solutions a connu une croissance de 7,6 % par rapport aux neuf premiers mois de 2021 (+ 14,8 % à taux de change courants). Après un léger ralentissement au deuxième trimestre, la division a accéléré au troisième trimestre malgré une base de comparaison encore plus défavorable. La division Direct to Consumer a enregistré une hausse de 10,0 % (+ 16,2 % à taux de change courants) grâce aux régions EMEA et Amérique latine, ainsi que de l'Asie Pacifique au cours du troisième trimestre. La catégorie du solaire a été le moteur de cette croissance alors que la catégorie de l'optique a connu une progression stable.

Toutes les régions ont enregistré une croissance positive sur les neuf premiers mois de l'année. Malgré une base de comparaison défavorable, la région Amérique du Nord a enregistré une croissance de 4,4 % (+17,2 % à taux de change courants). La région EMEA a connu une hausse de 12,9 % (+ 11,7 % à taux de change courants), portant ainsi la croissance, avec l'Amérique latine, la région la plus performante, en hausse de 18,9 % (+ 30,5 % à taux de change courants). L'Asie-Pacifique a enregistré une hausse de 8,8 % (+ 15,0 % à taux de change courants) grâce à la forte progression des deux divisions au cours du troisième trimestre.

# EssilorLuxottica

Nombre de magasins au 30 septembre 2022

	Amérique du Nord	EMEA	Asie-Pacifique	Amérique latine	Corporate Stores	Franchising & Autres	Total
Sunglass Hut	1 676	615	294	413	2 998	187	3 185
LensCrafters	1 012		81		1 093	5	1 098
Apollo Optik		678			678	220	898
Vision Express		657			657	168	825
Target Optical	555				555		555
MasVision		74		465	539	9	548
Pearle		492			492	228	720
GMO				429	429		429
Générale d'Optique		387			387	288	675
OPSM			367		367	28	395
Atasun		291			291	28	319
Oakley	184	11	70	18	283	80	363
Salmoiraghi & Viganò		251			251	28	279
Synoptik		248			248		248
Ray-Ban	31	45	132	39	247		247
GrandOptical		233			233	79	312
Optical House		220			220		220
GrandVision		205		14	219		219
Mujosh			136		136	432	568
Pearle Vision	111				111	461	572
MultiOpticas		106			106	112	218
Aojo			83		83	267	350
Bolon			49		49	159	208
Óticas Carol				24	24	1 437	1 461
Autres	250	1 521	133	738	2 642	173	2 815
<b>Total EssilorLuxottica</b>	<b>3 819</b>	<b>6 034</b>	<b>1 345</b>	<b>2 140</b>	<b>13 338</b>	<b>4 389</b>	<b>17 727</b>

# EssilorLuxottica

## Les perspectives à long terme confirmées lors de la Journée Investisseurs

À l'occasion de la Journée Investisseurs d'EssilorLuxottica organisée à Milan le 14 septembre, le Directeur financier, Stefano Grassi a présenté la feuille de route financière du Groupe et a confirmé les perspectives à long terme communiquées le 11 mars de cette année, qui sont résumées ci-après :

- croissance annuelle du chiffre d'affaires annuel de l'ordre de 5 % entre 2022 et 2026 à taux de change constants<sup>1</sup> (sur la base du chiffre d'affaires comparable<sup>2</sup> 2021);
- résultat opérationnel ajusté<sup>4</sup> de l'ordre de 19 à 20 % du chiffre d'affaires en 2026.

Pour information, l'enregistrement de la Journée Investisseurs et les présentations sont disponibles sur notre site Internet : [EL CMD webcast replay](#)

# EssilorLuxottica

## Conférence téléphonique

Une conférence téléphonique en anglais se tiendra ce jour à 10h30 CEST.

Celle-ci sera accessible en direct ou en différé par le lien suivant:

<https://streamstudio.world-television.com/1217-2090-34184/en>

# EssilorLuxottica

## Notes

*Les totaux des tableaux étant issus de montants non arrondis, des écarts peuvent exister entre ceux-ci et la somme des montants arrondis des éléments dont ils sont constitués.*

**1 Chiffres à taux de change constants** : les chiffres à taux de change constants ont été calculés sur la base des taux de change moyens de la même période de l'année de comparaison.

**2 (Chiffre d'affaires/croissance) Comparable** : le chiffre d'affaires comparable inclut, en 2021, la contribution de GrandVision comme si le regroupement entre EssilorLuxottica et GrandVision (« Acquisition GV » ou « Regroupement GV »), ainsi que les cessions d'actifs requises par les autorités de la concurrence dans le contexte du Regroupement GV, avaient eu lieu à la date du 1er janvier 2021. Le chiffre d'affaires comparable a été préparé à titre illustratif dans le seul but de fournir des informations comparables.

**3 Ventes à magasins comparables** : reflètent, à fins de comparaison, l'évolution des ventes des seuls magasins de la période récente qui étaient également ouverts sur la période comparable de l'année précédente. Pour chaque zone géographique, le calcul applique à l'ensemble des périodes le taux de change moyen de l'année.

**4 Mesures ou indicateurs ajustés** : ajustés des produits et charges liés au rapprochement entre Essilor et Luxottica («Rapprochement EL»), l'acquisition de GrandVision (« Acquisition GV » ou « Regroupement GV ») et d'autres transactions inhabituelles, occasionnelles ou sans rapport avec les activités normales, l'impact de ces événements pouvant altérer la compréhension des performances du Groupe. Une description de ces autres transactions inhabituelles, occasionnelles, ou sans rapport avec les activités normales est disponible dans les dernières publications annuelle et semestrielle (se référer au paragraphe *Indicateurs ajustés*).

From *Fortune*. ©2022 *Fortune* Media IP Limited. All rights reserved. Used under license. *Fortune* and *Fortune* Media IP Limited are not affiliated with, and do not endorse the products or services of, EssilorLuxottica.

# EssilorLuxottica

## AVERTISSEMENT

*Ce communiqué de presse contient des déclarations prévisionnelles qui reflètent les attentes actuelles d'EssilorLuxottica eu égard à des événements futurs et à la performance financière et opérationnelle future. Ces déclarations prévisionnelles sont fondées sur les convictions, hypothèses et attentes d'EssilorLuxottica en lien avec des événements futurs et des tendances qui affectent la performance future d'EssilorLuxottica, en prenant en compte l'ensemble des informations dont EssilorLuxottica dispose actuellement, et ne sont en aucun cas des garanties de performance future. Par nature, les déclarations prévisionnelles comportent des risques et des incertitudes, parce qu'elles portent sur des événements et dépendent de circonstances qui pourraient, ou non, survenir dans le futur, et EssilorLuxottica ne peut pas garantir l'exactitude et la complétude des déclarations prévisionnelles. Un nombre important de facteurs, qui ne sont pas tous connus d'EssilorLuxottica ou sous son contrôle, pourraient faire diverger, de manière significative, les résultats ou les conclusions, par rapport à ce qui figure dans les déclarations prévisionnelles, du fait de risques ou d'incertitudes rencontrés par EssilorLuxottica. Toute déclaration prévisionnelle est formulée uniquement à la date de ce communiqué de presse, et EssilorLuxottica n'est soumise à aucune obligation de mettre à jour ou de réviser, publiquement, les déclarations prévisionnelles, que ce soit à la suite d'une nouvelle information ou pour toute autre raison.*

### Contacts

**Giorgio Iannella**

Head of Investor Relations

E [ji@essilorluxottica.com](mailto:ji@essilorluxottica.com)**Marco Catalani**

Head of Corporate Communications

E [media@essilorluxottica.com](mailto:media@essilorluxottica.com)

### A propos d'EssilorLuxottica

EssilorLuxottica est un leader mondial dans la conception, la fabrication et la distribution de verres ophtalmiques, de montures optiques et de lunettes de soleil. Créée en 2018, sa mission est d'aider chacun à « mieux voir et mieux être », grâce à des produits parfaitement adaptés à leurs besoins visuels et à leur style personnel. EssilorLuxottica regroupe l'expertise complémentaire de deux pionniers de l'industrie, le premier dans les technologies de pointe en matière de verres, le deuxième dans le savoir-faire maîtrisé de lunettes emblématiques, en vue d'établir de nouveaux standards pour les équipements visuels et les lunettes, ainsi qu'en matière d'expérience consommateurs. Les actifs d'EssilorLuxottica regroupent des marques reconnues, telles que Ray-Ban et Oakley pour les lunettes, Varilux et Transitions pour les technologies d'optique ophtalmique, ainsi que des marques de détail de renommée mondiale comme Sunglass Hut, Lenscrafters et GrandVision. Avec environ 180 000 salariés, EssilorLuxottica a réalisé en 2021 un chiffre d'affaires *pro forma* consolidé de 21,5 milliards d'euros. L'action EssilorLuxottica est cotée sur le marché Euronext Paris et fait partie des indices Euro Stoxx 50 et CAC 40. Codes: ISIN: FR0000121667 ; Reuters : ESLX.PA; Bloomberg: EL.FP. Pour plus d'information: [www.essilorluxottica.com](http://www.essilorluxottica.com).