

EssilorLuxottica

Chiffre d'affaires T1 2024

Trajectoire solide du chiffre d'affaires au premier trimestre

- Hausse de 5,5 % du chiffre d'affaires au T1 à taux de change constants¹
- Toutes les régions en croissance, à la fois sur les canaux Professional Solutions et Direct to Consumer
- L'Amérique du Nord en croissance, sur un rythme plus modéré
- Forte croissance dans la région EMEA, sur l'ensemble des canaux de distribution et des catégories
- Innovation produits et nouvelles marques : leviers clés de croissance, créant un effet prix / mix favorable
- Varilux, Stellest et Ray-Ban Meta poursuivent leur accélération

Charenton-le-Pont, France (18 avril 2024 – 18h00) – EssilorLuxottica annonce un chiffre d'affaires consolidé au premier trimestre 2024 de 6 335 millions d'euros, en hausse de 5,5 % à taux de change constants¹ par rapport au chiffre d'affaires du premier trimestre 2023 (+3,0 % à taux de change courants).

Francesco Milleri, Président-Directeur Général, et Paul du Saillant, Directeur Général Délégué d'EssilorLuxottica ont commenté : « *Nous sommes heureux d'annoncer une fois de plus un solide début d'année pour EssilorLuxottica, chaque région et activité ayant contribué à cette bonne performance.*

Soutenus par notre équipe dirigeante expérimentée et nos 200,000 collègues talentueux, nous avons continué à prendre des décisions audacieuses et disruptives, portées par un pipeline d'innovation fort de nouvelles catégories, de solutions digitales et de produits innovants comme Stellest, Varilux XR series et les verres Transitions Gen S tout juste lancés. Nous avons consolidé notre portefeuille de marques de luxe grâce au renouvellement d'accords de licence avec des partenaires de longue date, tels que Dolce&Gabbana et Michael Kors ; et renforcé notre présence dans la distribution optique à travers l'acquisition de Washin au Japon. Avec Ray-Ban Meta et Nuance Audio, présentés ces dernières heures aux membres du Congrès américain au 'CES on the Hill' à Washington, nous étendons notre leadership au-delà des frontières des soins de la vue et des lunettes, tout en transformant l'avenir de l'industrie.

Forts de cette belle dynamique, nous abordons le premier semestre avec optimisme et restons confiants dans notre vision stratégique et notre capacité à concrétiser nos perspectives à long terme. »

Sauf indication contraire, les commentaires ci-après portent sur la performance du chiffre d'affaires à taux de change constant¹ par rapport au chiffre d'affaires 2023.

EssilorLuxottica

Faits marquants

Le premier trimestre 2024 affiche une croissance de l'ordre de 5 %, en ligne avec l'objectif à long terme du Groupe. Ce résultat a été atteint malgré une base de comparaison difficile avec les premiers trimestres 2022 et 2023, qui étaient les meilleurs trimestres de leurs années respectives (+11,5 % au T1 2022 par rapport au T1 2021³ et +8,6 % au T1 2023 par rapport au T1 2022). Les régions les plus performantes ont été la région EMEA, l'Asie-Pacifique et l'Amérique latine, tandis que l'Amérique du Nord a enregistré une croissance dans le bas de la fourchette à un chiffre, notamment en raison d'une base de comparaison élevée sur deux ans. Les performances des deux segments sont globalement sur les mêmes tendances.

Chiffre d'affaires du Groupe par activité

<i>En millions d'euros</i>	T1 2024	T1 2023	À taux de change constants¹	À taux de change courants
Professional Solutions	3 080	3 026	+4,6 %	+1,8 %
Direct to Consumer	3 255	3 125	+6,3 %	+4,2 %
CHIFFRE D'AFFAIRES	6 335	6 151	+5,5 %	+3,0 %

Professional Solutions

Le segment Professional Solutions a enregistré un chiffre d'affaires de 3 080 millions d'euros, en hausse de 4,6 % par rapport à 2023 sur la même période (+1,8 % à taux de change courants).

Toutes les régions ont connu une évolution positive. L'Amérique latine et l'Asie-Pacifique ont poursuivi leur trajectoire de croissance à deux chiffres et la région EMEA a maintenu une dynamique solide de l'ordre de 5 %, tandis que l'Amérique du Nord a connu une progression moins marquée. Stellest et Varilux ont été les plus importants contributeurs à la croissance sur la catégorie verres, tandis que Ray-Ban, Oakley, Prada et Swarovski se sont avérées être les marques de montures les plus attrayantes de ce début d'année.

Direct to Consumer

Le segment Direct to Consumer a enregistré un chiffre d'affaires de 3 255 millions d'euros, en hausse de 6,3 % par rapport au premier trimestre 2023 (+4,2 % à taux de change courants).

La performance du segment est globalement équilibrée entre réseau physique et e-commerce. Les ventes à magasins comparables² ont progressé d'environ 5 %. Les enseignes du segment optique ont à nouveau porté la croissance, alors que la catégorie du solaire a continué à être impactée par les faibles performances de l'Amérique du Nord. L'e-commerce a retrouvé une trajectoire dynamique, stimulé par la croissance à deux chiffres de Ray-Ban.com alimentée par Meta.

EssilorLuxottica

Chiffre d'affaires du Groupe par zone géographique

<i>En millions d'euros</i>	T1 2024	T1 2023	À taux de change constants ¹	À taux de change courants
Amérique du Nord	2 875	2 859	+1,7 %	+0,6 %
EMEA	2 321	2 194	+8,5 %	+5,8 %
Asie-Pacifique	768	750	+8,2 %	+2,4 %
Amérique latine	371	349	+10,9 %	+6,3 %
CHIFFRE D'AFFAIRES	6 335	6 151	+5,5 %	+3,0 %

Amérique du Nord

La région Amérique du Nord a enregistré un chiffre d'affaires de 2 875 millions d'euros, en hausse de 1,7 % par rapport au premier trimestre de 2023 (+0,6 % à taux de change courants). Cette hausse vient s'ajouter à celle du plus fort trimestre de l'année précédente, qui affichait une augmentation du chiffre d'affaires de 7 % par rapport à 2022.

Le segment Professional Solutions a connu une croissance modérée au cours du trimestre, dans le bas de la fourchette à un chiffre. Ces résultats ont été portés par le secteur de l'optique et le lancement de nouveaux produits qui ont suscité un vif intérêt de la part des clients. Varilux XR a continué à monter en puissance, engendrant une dynamique favorable pour l'ensemble de la marque, en particulier sur le canal des indépendants. La demande soutenue pour les nouvelles lunettes connectées Ray-Ban Meta a continué à dépasser les attentes et, parmi les nouvelles licences, les professionnels de la vue ont été particulièrement enthousiasmés par les collections glammers de Jimmy Choo, avec un départ sur les chapeaux de roues de la marque en mars. Ces résultats globaux ont été masqués par une fragilité de la catégorie des lunettes de soleil, qui a principalement touché les grands magasins et les chaînes sportives.

Une fois de plus, la croissance du segment Direct to Consumer a été entièrement portée par les activités de l'optique. La couverture d'assurance des soins de santé a continué de jouer un rôle important dans les décisions d'achat des consommateurs. LensCrafters, Target Optical et Pearle Vision sont bien préparées pour tirer parti de cette opportunité. EyeMed a continué sa croissance, avec un nombre d'assurés qui dépasse aujourd'hui les 80 millions. Sunglass Hut a continué à faire face à une faible demande et a continué à être négative sur le trimestre, avec les emplacements internationaux représentant les meilleures localisations, et générant une légère amélioration par rapport au quatrième trimestre. L'e-commerce a renoué avec la croissance grâce à l'excellente performance de Ray-Ban Meta sur le site web de la marque.

EMEA

La région EMEA a enregistré un chiffre d'affaires de 2 321 millions d'euros, en hausse de 8,5 % par rapport au premier trimestre 2023 (+5,8 % à taux de change courants), soit une progression significative par rapport au quatrième trimestre de l'année dernière.

La performance constante du segment Professional Solutions montre que l'activité est en excellente forme. La région a affiché une croissance globalement équilibrée entre les différentes catégories de

EssilorLuxottica

produits, mais aussi au niveau géographique. Varilux a été le principal contributeur de la croissance des verres, grâce au retentissant succès du XR series. La campagne conjointe Varilux | Persol a permis d'accroître encore davantage la visibilité globale de la marque. Swarovski a pu compter sur l'une des collections de montures les plus performantes, confirmant ainsi l'attrait de la marque auprès des consommateurs à la recherche de l'éclat parfait. La nouvelle ligne Oakley Sphaera, qui vise un confort accru et un champ de vision élargi, a également connu un début prometteur depuis février.

Le segment Direct to Consumer a connu un excellent trimestre aussi bien sur l'optique que sur le solaire. Les enseignes de l'optique ont poursuivi leur croissance dans le haut de la fourchette à un chiffre en termes de ventes à magasins comparables², profitant de l'optimisation de l'assortiment dans les magasins, qui vise à offrir au consommateur final des produits à plus forte valeur. Stellest a été déployé dans la plupart des pays et le mix de verres Transitions a encore augmenté au cours du trimestre. La baisse des remises et la poursuite du développement du modèle d'abonnement ont également renforcé ces résultats positifs. Après deux années consécutives de croissance à deux chiffres, l'activité solaire a démarré l'année 2024 de manière tout aussi satisfaisante au premier trimestre.

Asie-Pacifique

La région Asie-Pacifique a enregistré un chiffre d'affaires de 768 millions d'euros, en hausse de 8,2 % par rapport au premier trimestre de 2023 (+2,4 % à taux de change courants), avec un ralentissement en raison d'une performance plus mitigée du segment Direct to Consumer.

Le segment Professional Solutions a été soutenu par la solide croissance à deux chiffres de l'activité en Chine, qui a bien progressé dans les principales catégories de produits. Le moteur de croissance représenté par la gestion de la myopie a continué de tourner à plein régime, avec Stellest principalement, et également grâce au développement des verres DOT de Nikon et Kodak. Les montures solaires ont connu une bonne progression au cours du trimestre, en particulier dans le segment du luxe, ainsi que pour Ray-Ban et Oakley. La large gamme de produits EssilorLuxottica a été présentée avec succès au 22^{ème} Salon international de l'optique de Shanghai (SIOF). Le Japon, la Corée du Sud et l'Inde ont continué à enregistrer de bons résultats.

Sur le segment Direct to Consumer, l'activité en Australie a affiché des résultats mitigés, similaires à ceux du quatrième trimestre. Sunglass Hut est restée négative, alors que les ventes à magasins comparables² d'OPSM ont été légèrement positives grâce à un taux de conversion et à un prix / mix favorables qui ont aidé à compenser des faiblesses qui demeurent sur le nombre de rendez-vous. La performance de Sunglass Hut a continué d'être solide en Chine et en Asie du Sud-Est.

Amérique latine

L'Amérique latine a enregistré un chiffre d'affaires de 371 millions d'euros, en hausse de 10,9 % par rapport au premier trimestre 2023 (+6,3 % à taux de change courants), représentant la région la plus performante du trimestre, également soutenue par l'effet de l'inflation des prix en Argentine.

Le segment Professional Solutions a enregistré de bons résultats grâce au Mexique, tandis que le Brésil a connu une croissance significative sur les montures et une évolution négative sur la catégorie des verres. Óticas Carol a enregistré un nouveau trimestre exceptionnel de croissance à deux chiffres, avec plus de 1 000 franchisés maintenant intégrés au programme renouvelé de franchises. Au niveau de la région, Oakley s'est imposée comme la marque de montures la plus performante, tandis que Varilux est restée sous le feu des projecteurs pour les verres.

EssilorLuxottica

La performance du segment Direct to Consumer a été stimulée par la bonne croissance des enseignes de l'optique, qui ont enregistré des ventes à magasins comparables² positives dans tous les domaines. Le Mexique est resté le moteur de la croissance de la région grâce, notamment, à l'intégration des anciennes enseignes GrandVision. La trajectoire du solaire a été un peu moins marquée en raison des performances moins favorables de Sunglass Hut Mexico et de Solaris.

EssilorLuxottica

Nombre de magasins au 31 mars 2024

	Amérique du Nord	EMEA	Asie-Pacifique	Amérique latine	Magasins du Groupe	Franchisés & Autres	Total
Sunglass Hut	1 642	577	313	413	2 945	224	3 169
LensCrafters	1 010		87		1 097	5	1 102
Vision Express		850			850	152	1 002
Apollo		679			679	223	902
Target Optical	574				574		574
MasVisión		64		469	533	7	540
Pearle		510			510	217	727
Générale d'Optique		394			394	289	683
OPSM			377		377	24	401
GMO				350	350		350
GrandVision		277		49	326	30	356
GrandOptical		325			325	75	400
Atasun Optik		301			301	33	334
Oakley	184	11	76	25	296	72	368
Ray-Ban	37	55	131	43	266		266
Synoptik		247			247		247
Salmoiraghi & Viganò		243			243	25	268
Luxoptica		219			219		219
Mujosh			131		131	369	500
Pearle Vision	107				107	466	573
MultiÓpticas		106			106	111	217
Bolon			82		82	184	266
Aojo			76		76	177	253
Óticas Carol				24	24	1 417	1 441
Autres	263	1 110	157	734	2 264	130	2 394
Total EssilorLuxottica	3 817	5 968	1 430	2 107	13 322	4 230	17 552

EssilorLuxottica

Perspectives à long terme

Le Groupe confirme son objectif de croissance annuelle du chiffre d'affaires de l'ordre de 5 % entre 2022 et 2026 à taux de change constants¹ (sur la base du chiffre d'affaires 2021 *pro forma*³) et anticipe l'atteinte d'un résultat opérationnel ajusté⁴ de l'ordre de 19 à 20 % du chiffre d'affaires à l'issue de cette période.

Conférence téléphonique

Une conférence téléphonique en anglais se tiendra ce jour à 18h30.

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

<https://streamstudio.world-television.com/1217-2090-39451/en>

Prochains événements destinés aux investisseurs

- 30 avril 2024 : Assemblée générale annuelle des actionnaires
- 25 juillet 2024 : Chiffre d'affaires T2 2024 et Résultats S1 2024
- 17 octobre 2024 : Chiffre d'affaires T3 2024

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 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 précédente.

3 (Chiffre d'affaires) Comparable ou *pro forma*: le chiffre d'affaires comparable inclut la contribution de GrandVision comme si le regroupement entre EssilorLuxottica et GrandVision (« Acquisition GV »), ainsi que les cessions d'actifs requises par les autorités de la concurrence dans le contexte de l'Acquisition GV, avaient eu lieu au début de l'exercice (i.e. 1^{er} janvier). Le chiffre d'affaires comparable a été préparé à titre illustratif dans le seul but de fournir des informations comparables.

4 Indicateurs ajustés : ajustés des produits et charges liés au rapprochement entre Essilor et Luxottica (« Rapprochement EL »), à l'acquisition de GrandVision (« Acquisition GV »), aux autres acquisitions stratégiques et significatives, 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 des autres transactions inhabituelles, occasionnelles ou sans rapport avec les activités normales est incluse dans les informations à fournir au semestre et à la fin de l'exercice (voir le paragraphe dédié *Mesures ajustées*).

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 ir@essilorluxottica.com

Marco Catalani

Head of Corporate Communications

E 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. Avec plus de 200 000 salariés dans 150 pays, 650 sites de production et 18 000 points de vente, EssilorLuxottica a réalisé en 2023 un chiffre d'affaires consolidé de 25,4 milliards d'euros. Sa mission est d'aider chacun à « mieux voir et mieux être », en répondant à ses besoins visuels, en constante évolution, et à ses aspirations de style personnel. EssilorLuxottica rassemble les technologies de verres optiques les plus avancées, telles que Varilux, Stellest et Transitions, les marques de lunettes les plus iconiques, comme Ray-Ban et Oakley, les marques de licences de luxe les plus désirées, et des distributeurs de renommée mondiale, notamment LensCrafters et Sunglass Hut. OneSight EssilorLuxottica Foundation a permis de donner accès à des solutions durables de santé visuelle à plus de 760 millions de personnes dans des communautés qui n'y avaient pas accès. 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. www.essilorluxottica.com.