EssilorLuxottica

Résultats T4 et annuels 2024

Solide croissance du chiffre d'affaires et augmentation de la marge en 2024

Un nouveau vecteur de croissance : les lunettes connectées, débuts prometteurs de Nuance Audio

- **Hausse de +9,2 % du chiffre d'affaires du Groupe au T4 à taux de change constants[1] et de +6 % sur l'exercice**
- **Accélération de l'Amérique du Nord au T4, avec un résultat positif de Sunglass Hut ; solide progression de la région EMEA grâce aux canaux Professional Solutions et Direct to Consumer**
- **Près de 2 millions de Ray-Ban Meta vendues depuis le lancement ; forte accélération en 2024**
- **Autorisation de Nuance Audio ; lancement au premier trimestre aux États-Unis, en vente sans ordonnance, et en Europe**
- **Position toujours forte de Stellest en Chine ; chiffre d'affaires en hausse d'environ +50 % au T4**
- **Marge opérationnelle ajustée[2] de 17 % à taux de change constants[1], en hausse de 50 points de base par rapport à 2023**
- **Solide cash-flow[5] libre, avec 2,4 milliards d'euros sur l'exercice**
- **Dividende proposé à 3,95 euros par action, avec option de dividende en actions**
- **Objectifs 2030 de réduction des émissions de gaz à effet de serre pour les scopes 1, 2 et 3 validés par l'initiative SBTi**

Paris, France (12 février 2025 – 18h00) – Le Conseil d'administration d'EssilorLuxottica, qui s'est réuni le 12 février 2025, a arrêté les comptes consolidés de l'exercice 2024. Ces comptes ont été audités par les Commissaires aux comptes dont le rapport d'audit est en cours d'émission.

Francesco Milleri, Président-Directeur Général, et Paul du Saillant, Directeur Général Délégué d'EssilorLuxottica ont commenté :

« *Nous célébrons une nouvelle année d'avancées remarquables ; notre quatrième année consécutive d'une croissance du chiffre d'affaires en ligne avec nos objectifs, avec notamment une forte accélération au quatrième trimestre, toutes les régions et activités contribuant à notre dynamique, ce qui se traduit par un bénéfice record pour le Groupe.*

Tournés vers l'avenir, nous abordons une période inédite et riche en opportunités, forts de notre communauté mondiale de plus de 200 000 collègues passionnés. Notre engagement à accélérer dans le domaine de la med-tech, les lunettes intelligentes et les marques emblématiques n'a jamais été aussi puissant. Avec Ray-Ban Meta, qui ré-invente les lunettes connectées, et Nuance Audio, approuvé par la FDA, qui ouvre une toute nouvelle catégorie, nous renforçons notre profil de pionniers. La croissance exponentielle de Stellest, tout comme les acquisitions stratégiques, telles qu'Heidelberg Engineering, Espansione Group, Pulse Audition et maintenant Cellview, viennent compléter notre expertise médicale et clinique, nous permettant ainsi d'améliorer la vie de centaines de millions de personnes dans le monde. Avec l'entrée de Supreme dans notre portefeuille et la confiance de partenaires clés, tels que Diesel, Dolce & Gabbana, Michael Kors et Prada, nous établissons de nouvelles références en termes de désirabilité, d'influence culturelle et d'adoption des technologies.

Nous restons par ailleurs fermement engagés en faveur du développement durable. En phase avec notre programme Eyes on the Planet, nous prenons des mesures impactantes pour réduire notre empreinte environnementale ; nos objectifs de réduction des gaz à effet de serre ont été validés par SBTi en fin d'année dernière. Accentuant son action mondiale, OneSight EssilorLuxottica Foundation s'est associée avec l'Organisation Mondiale de la Santé, afin d'apporter des solutions essentielles de santé visuelle à ceux qui en ont le plus besoin.

Nous abordons cette nouvelle année avec confiance et sommes en ligne pour atteindre nos objectifs à long terme. Nous restons très engagés pour mener des transformations significatives pour les années à venir. »

Faits marquants du 4e trimestre et de l'année entière

Données clés du compte de résultat ajusté[2]

En millions d'euros	2024 Ajusté[2]	2023 Ajusté[2]	À taux de change constants [1]	À taux de change courants
Chiffre d'affaires	26 508	25 395	+6,0 %	+4,4 %
Marge brute	16 835	16 090	+6,5 %	+4,6 %
En % du chiffre d'affaires		*63,4 %*	*63,7 %*	*63,5 %*
Résultat opérationnel	4 414	4 178	+9,4 %	+5,7 %
En % du chiffre d'affaires		*16,5 %*	*17,0 %*	*16,7 %*
Résultat net part du groupe	3 122	2 946	+9,8 %	+6,0 %
En % du chiffre d'affaires		*11,6 %*	*12,0 %*	*11,8 %*

Données clés du compte de résultat

En millions d'euros	2024	2023	À taux de change courants
Chiffre d'affaires	26 508	25 395	+4,4 %
Marge brute	16 805	16 048	+4,7 %
Résultat opérationnel	3 448	3 176	+8,5 %
Résultat net part du groupe	2 359	2 289	+3,0 %
Résultat net par action de base (En euros)	5,20	5,11	
Résultat net par action dilué (En euros)	5,13	5,08	

Chiffre d'affaires du Groupe par activité et par zone géographique

En millions d'euros	2024	2023	À taux de change constants[1]	À taux de change courants
Professional Solutions	12 547	12 199	+4,7 %	+2,9 %
Direct to Consumer	13 960	13 195	+7,1 %	+5,8 %
CHIFFRE D'AFFAIRES	**26 508**	**25 395**	**+6,0 %**	**+4,4 %**

En millions d'euros	T4 2024	T4 2023	À taux de change constants [1]	À taux de change courants
Professional Solutions	3 117	2 986	+5,5 %	+4,4 %
Direct to Consumer	3 664	3 264	+12,7 %	+12,3 %
CHIFFRE D'AFFAIRES	**6 781**	**6 250**	**+9,2 %**	**+8,5 %**

En millions d'euros	2024	2023	À taux de change constants[1]	À taux de change courants
Amérique du Nord	11 979	11 637	+3,1 %	+2,9 %
EMEA	9 759	9 184	+7,9 %	+6,3 %
Asie-Pacifique	3 247	3 036	+9,3 %	+7,0 %
Amérique latine	1 523	1 537	+9,7 %	-0,9 %
CHIFFRE D'AFFAIRES	**26 508**	**25 395**	**+6,0 %**	**+4,4 %**

En millions d'euros	T4 2024	T4 2023	À taux de change constants[1]	À taux de change Courants
Amérique du Nord	3 151	2 910	+7,8 %	+8,3 %
EMEA	2 357	2 150	+9,6 %	+9,6 %
Asie-Pacifique	864	757	+14,0 %	+14,1 %
Amérique latine	408	433	+8,7 %	-5,7 %
CHIFFRE D'AFFAIRES	**6 781**	**6 250**	**+9,2 %**	**+8,5 %**

En 2024, EssilorLuxottica a connu une nouvelle année de croissance solide de ses activités, avec une croissance de +6,0 % du chiffre d'affaires à taux de change constants[1], soit la 4ème année consécutive de croissance du chiffre d'affaires supérieure à 5 % à taux de change constants[1]. En termes de rentabilité, le résultat opérationnel ajusté[2] et le résultat net ajusté du Groupe ont augmenté respectivement de +9,4 % et +9,8 % à taux de change constants[1]. En particulier, le résultat opérationnel ajusté[2] en pourcentage du chiffre d'affaires s'est amélioré de 50 points de base à taux de change constants[1], démontrant ainsi la capacité du Groupe à accroître ses marges malgré le contexte inflationniste.

La stratégie du Groupe reste axée sur l'innovation de rupture. L'année 2024 représente une autre année de croissance pour deux nouvelles catégories de produits développées par EssilorLuxottica : les solutions de contrôle de la myopie et les lunettes connectées. En 2024, le Groupe a présenté les résultats d'une étude clinique de cinq ans sur ses verres optiques Stellest, apportant des preuves incontestables de leur efficacité pour ralentir la progression de la myopie chez les enfants. En ce qui concerne les lunettes connectées, le partenariat avec Meta Platforms a été étendu via un accord de long terme, en vertu duquel les parties collaboreront jusqu'au cours de la prochaine décennie pour développer plusieurs générations de lunettes connectées. En plus de ces initiatives majeures pour la croissance, EssilorLuxottica s'engage dans une nouvelle voie prometteuse : après avoir reçu l'autorisation de la FDA et les certifications de l'Union Européenne, les lunettes Nuance Audio seront en vente aux États-Unis et dans certains pays européens à partir du premier trimestre 2025. Cette technologie révolutionnaire, intégrée dans un tout nouveau format de lunettes connectées, répondra aux besoins des personnes souffrant d'une perte d'audition légère à modérée.

Au 4ème trimestre de l'année dernière, le Groupe a enregistré un chiffre d'affaires de 6 781 millions d'euros, en hausse de +9,2 % par rapport à l'année dernière à taux de change constants[1] (+8,5 % à taux courants), en progression par rapport aux +4,0 % du 3ème trimestre. L'année se termine sur un chiffre d'affaires de 26 508 millions d'euros, en hausse de +6,0 % à taux de change constants[1]. Les quatre régions et les deux segments ont contribué à la performance du Groupe, reflétant le modèle économique équilibré et diversifié du Groupe.

Sur le plan géographique, les régions développées ont été le principal moteur de la croissance du chiffre d'affaires du Groupe au cours du trimestre. En Amérique du Nord (+7,8 % à taux de change constants[1]), les activités ont enregistré leur meilleur trimestre de l'année dans les deux segments et la croissance globale a été stimulée par la consolidation de Supreme. La région EMEA (+9,6 % à taux de change constants[1]) a accéléré dans les deux segments opérationnels par

rapport au trimestre précédent. En ce qui concerne les régions en développement, l'Asie-Pacifique (+14,0 % à taux de change constants[1]) et l'Amérique latine (+8,7 % à taux de change constants[1]) y ont contribué. Sur l'ensemble de l'année, l'Amérique latine (+9,7 % à taux de change constants[1]), l'Asie-Pacifique (+9,3 %) et la région EMEA (+7,9 %) ont progressé plus rapidement que l'Amérique du Nord (+3,1 %).

En termes de segments opérationnels, au 4ème trimestre, le chiffre d'affaires a augmenté de +5,5 % pour le segment Professional Solutions et de +12,7 % pour le segment Direct to Consumer à taux de change constants[1] (respectivement +4,4 % et +12,3 % à taux de change courants). Sur l'ensemble de l'année, Professional Solutions a progressé de +4,7 % à taux de change constants[1] et le segment Direct to Consumer de +7,1 %, représentant respectivement 47 % et 53 % du chiffre d'affaires total du Groupe. Les ventes à magasins comparables[3] ont progressé de +5 % au quatrième trimestre tout comme l'ensemble de l'année, soutenues par les bons résultats des bannières de l'optique tout au long de l'année et par la reprise de l'activité solaire au 4ème trimestre, notamment Sunglass Hut en Amérique du Nord. L'e-commerce a clôturé l'année sur une trajectoire positive, avec un chiffre d'affaires proche de 1,8 milliard d'euros (environ 7 % du chiffre d'affaires total du Groupe).

En ce qui concerne les produits, toutes les grandes catégories ont contribué positivement à la performance du chiffre d'affaires annuel à taux de change constants[1]. La part de chaque activité reste inchangée : l'optique représente environ trois quarts du chiffre d'affaires total du Groupe, le solaire 23 %, la part restante correspond aux Vêtements, Chaussures et Accessoires (dont la marque Supreme) et aux lunettes connectées (Ray-Ban Meta). Parmi les marques de montures, Ray-Ban s'est distinguée grâce à la montée en puissance des lunettes connectées, tandis que parmi les licences, Miu Miu, Chanel et Swarovski ont été les plus performantes. En ce qui concerne la catégorie des verres optiques, Stellest, Varilux et Transitions, toutes trois des marques fortes caractérisées par une forte innovation, ont été les principaux moteurs.

En termes de rentabilité, l'effet prix / mix favorable des montures et des verres, les synergies d'intégration, l'efficacité opérationnelle et les mesures de contrôle des coûts ont plus que compensé les pressions inflationnistes persistantes, les contraintes de taux de change et les investissements destinés à soutenir le pipeline d'innovations.

La marge brute ajustée[2] s'est élevée à 16 835 millions d'euros sur l'ensemble de l'année, atteignant 63,5 % du chiffre d'affaires, soit 10 points de base de plus qu'en 2023 (ou 30 points de base de plus à taux de change constants[1]).

Le résultat opérationnel ajusté[2] a atteint 4 414 millions d'euros au cours de l'année, soit 16,7 % du chiffre d'affaires, contre 16,5 % en 2023, ce qui représente une augmentation de la marge de 20 points de base. À taux de change constants[1], la marge a augmenté de 50 points de base pour atteindre 17,0 % du chiffre d'affaires.

Le résultat net ajusté[2] du Groupe a atteint 3 122 millions d'euros sur l'année, représentant 11,8 % du chiffre d'affaires, contre 11,6 % en 2023, soit une hausse de la marge de +20 points de base (ou +40 points de base à taux de change constants[1] pour atteindre 12,0 % du chiffre d'affaires).

Le résultat opérationnel et le résultat net du Groupe découlent directement des états financiers consolidés IFRS qui s'élevaient respectivement à 3 448 millions d'euros et 2 359 millions d'euros pour l'exercice.

Le flux de trésorerie disponible[5] consolidé s'est élevé à 2 413 millions d'euros pour l'ensemble de l'année.

Le Groupe a clôturé l'exercice avec 2,25 milliards d'euros de trésorerie et liquidités, et un endettement financier net[6] de 10,97 milliards d'euros (y compris 3,65 milliards d'euros de dettes liées aux contrats de location), contre un endettement financier net[6] de 9,10 milliards d'euros à la fin décembre 2023.

Nombre de magasins au 31 décembre 2024

	Amérique du Nord	EMEA	Asie-Pacifique	Amérique latine	Magasins du Groupe	Franchisés & Autres	Total
Sunglass Hut	1 609	577	311	429	2 926	242	3 168
LensCrafters	1 012		82		1 094	8	1 102
Vision Express		848			848	121	969
Apollo		671			671	220	891
Target Optical	577				577		577
MasVisión		53		473	526	6	532
Pearle		513			513	211	724
Générale d'Optique		394			394	282	676
OPSM			375		375	24	399
GMO				345	345		345
GrandVision		273		55	328	42	370
GrandOptical		316			316	61	377
Atasun Optik		304			304	34	338
Oakley	184	11	79	26	300	72	372
Ray-Ban	43	67	125	47	282		282
Synoptik		247			247		247
Salmoiraghi & Viganò		245			245	25	270
Luxoptica		226			226		226
Mujosh			178		178	296	474
Pearle Vision	107				107	448	555
MultiÓpticas		104			104	110	214
Bolon			113		113	235	348
Aojo			94		94	120	214
Óticas Carol				25	25	1 409	1 434
Supreme	5	4	8		17		17
Autres	298	1 119	233	732	2 382	135	2 517
Total EssilorLuxottica	**3 835**	**5 972**	**1 598**	**2 132**	**13 537**	**4 101**	**17 638**

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 constants[1] (sur la base du chiffre d'affaires 2021 pro forma[4]), visant un chiffre d'affaires de l'ordre de 27 à 28 milliards d'euros, et anticipe l'atteinte d'un résultat opérationnel ajusté[2] de l'ordre de 19 à 20 % du chiffre d'affaires à l'issue de cette période.

Dividende

La recommandation du Conseil d'administration aux actionnaires, lors de l'Assemblée générale annuelle qui se tiendra le 30 avril 2025, sera d'approuver le paiement d'un dividende de 3,95 euros par action. Les actionnaires se verront offrir la possibilité de recevoir leur dividende en numéraire ou en actions nouvellement émises. La date de détachement sera le 7 mai 2025 et le dividende sera payé, ou les actions émises, en date du 5 juin 2025.

Rachat d'actions

À la fin de l'année 2024, le Groupe détient 798 593 de ses propres actions (0,2 % du capital social), grâce à l'achat de 1 480 214 actions dans le cadre de programmes de rachat lancés tout au long de l'année 2024 et à la livraison de près de 2,5 millions d'actions au cours de l'année (attributions d'actions de performance et de plans de stock-options).

L'actionnariat salarié

Le nombre total d'actionnaires salariés du Groupe, répartis sur 85 pays, est actuellement supérieur à 83 500. Ce résultat reflète la confiance des équipes dans la stratégie et les performances du Groupe. Alignant les intérêts des collaborateurs avec ceux du Groupe et des autres actionnaires, l'actionnariat salarié est un pilier de la culture d'EssilorLuxottica.

Mission

En 2024, le Groupe est resté concentré sur l'avancement de sa mission d'aider chacun à mieux voir et mieux être et à mener des initiatives destinées à concrétiser sa vision d'un monde où personne ne souffrirait d'une mauvaise vision non corrigée. Depuis 2013, OneSight EssilorLuxottica Foundation a transformé l'accès à la santé visuelle, en créant des points d'accès durables à l'optique pour environ 980 millions de personnes et en fournissant des lunettes à 87 millions de personnes. Grâce à plus de 33 400 points d'accès en milieu rural et à la formation de milliers de micro-entrepreneurs de l'optique, ces efforts ont permis d'apporter des solutions durables de santé visuelle, même dans les communautés les plus reculées. Cet impact a permis à EssilorLuxottica, en 2024, d'être inclus dans le classement « Change the World » de Fortune, pour la quatrième fois, en reconnaissance de ses contributions transformatrices à la santé visuelle et au développement durable dans le monde. Afin d'accroître son impact en tirant parti de son envergure et de son expertise,

OneSight EssilorLuxottica Foundation s'est également associée avec l'Organisation mondiale de la santé dans le cadre de l'initiative SPECS 2030.

Développement durable

En 2024, EssilorLuxottica a continué à réaliser des_progrès importants en termes de développement durable, comme présenté dans la section mission et développement durable du rapport de gestion ci-joint.

Présenté pour la première fois en 2021, le programme « Eyes on the Planet » du Groupe est un programme de développement durable holistique basé sur cinq piliers d'actions qui démontrent la forte intégration de la mission, de la durabilité et de la stratégie d'entreprise : Eyes on Carbon, Eyes on Circularity, Eyes on World Sight, Eyes on Inclusion et Eyes on Ethics.

En ce qui concerne le climat, en 2024, EssilorLuxottica a encore réduit les émissions de gaz à effet de serre de ses opérations directes (scopes 1 et 2), grâce à des investissements constants dans l'autoproduction, sur site, d'énergie issue de sources renouvelables, l'efficacité des opérations, l'optimisation de la chaîne d'approvisionnement et la formation. D'ici fin 2030, le Groupe vise une réduction de 42 % des émissions absolues de GES de scopes 1 et 2 et une réduction de 25 % des émissions absolues de GES de scope 3 provenant des biens et services achetés, des activités liées au combustible et à l'énergie, du transport et de la distribution en amont, et des déchets issus des process de fabrication (par rapport à l'année de référence 2022). Ces objectifs ont été validés par l'initiative Science Based Targets (SBTi), marquant une étape clé dans les efforts du Groupe pour réduire l'impact environnemental de ses opérations, tout en engageant ses principaux fournisseurs dans cette démarche, conformément à son modèle d'affaires ouvert, collaboratif et inclusif.

EssilorLuxottica a également progressé vers son ambition de circularité. En 2024, le Groupe a encore élargi la part des matières responsables dans ses collections de lunettes, qui atteint 43 % dans les collections lancées dans l'année. Un outil interne d'évaluation de la durabilité a été lancé comme élément clé de sa démarche d'éco-conception, permettant d'évaluer l'impact environnemental et social de ses projets d'innovation. Des progrès ont également été réalisés en matière de circularité des matériaux d'emballage avec l'élimination progressive ou la conversion des éléments en plastique à usage unique et l'introduction de matériaux alternatifs.

L'année 2024 a également marqué des progrès significatifs d'EssilorLuxottica en termes de diversité, d'équité et d'inclusion (DE&I) et dans le déploiement de la culture de santé, de sécurité et de bien-être au travail. Des étapes clés ont été franchies, comme la publication de la politique mondiale HSE dans le cadre de l'engagement du Groupe à protéger l'environnement, la santé et la sécurité de ses salariés, de ses partenaires commerciaux, de ses clients et des communautés locales ; la définition d'une politique mondiale DE&I intégrant les principes d'inclusion, le lancement du comité d'inclusion pour superviser l'égalité à l'échelle mondiale et le déploiement de « Your Voice », une plateforme mondiale pour évaluer la satisfaction des collaborateurs.

Le Groupe s'engage en faveur de l'égalité des genres en offrant l'égalité des chances, un salaire équitable et une progression de carrière pour tous, tout en soutenant l'équilibre entre vie professionnelle et vie privée via des congés parentaux et des politiques visant à lutter contre la discrimination et le harcèlement fondés sur le genre. En 2024, les femmes représentaient 35 % des membres des instances dirigeantes et 35 % des cadres dirigeants. L'engagement du Groupe en faveur de l'inclusion s'incarne également dans Leonardo, l'écosystème de formation d'EssilorLuxottica accessible aux collaborateurs et à tous les acteurs du secteur. Depuis son lancement en 2021, Leonardo a dispensé plus de 9 millions d'heures d'enseignement dans près de 30 langues.

Les progrès du Groupe et son engagement indéfectible en faveur des meilleures pratiques en matière de développement durable ont été reconnus par différents évaluateurs ESG dans le monde, positionnant EssilorLuxottica comme un leader du développement durable dans son secteur. Pour la première fois, EssilorLuxottica a été inclus dans l'indice Dow Jones Best-in-Class Europe, qui distingue les meilleures entreprises européennes en termes de performance ESG, et figure dans le Sustainability Yearbook 2025 de S&P Global. Concernant le questionnaire du CDP, EssilorLuxottica a obtenu un score A- en matière de changement climatique (B en 2023) et un score B en matière d'eau (sur une échelle allant d'un minimum de D- à A). Le relèvement de MSCI au niveau le plus élevé, « AAA », reconnaît le succès du Groupe dans la gestion efficace des risques et des opportunités ESG. Ces reconnaissances, ainsi que plusieurs autres, réaffirment l'impact mondial d'EssilorLuxottica et son engagement en faveur du développement durable, montrant l'exemple, avec ses partenaires et parties prenantes, pour promouvoir des pratiques commerciales responsables.

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/1217-2090-41194/en

Prochains événements destinés aux investisseurs

Résultats & Assemblée générale annuelle des actionnaires :

- 23 avril 2025 : Chiffre d'affaires T1 2025
- 30 avril 2025 : Assemblée générale annuelle des actionnaires
- 28 juillet 2025 : Chiffre d'affaires T2 2025 et Résultats S1 2025
- 16 octobre 2025 : Chiffre d'affaires T3 2025

Événements destinés aux investisseurs:

- 27 février 2025 : Conférence CICC Global Investment (virtuelle)
- 25 mars 2025 : Conférence Goldman Sachs Luxury Goods à Paris
- 26 mars 2025 : Conférence BNPP Exane Healthcare (virtuelle)
- 4 avril 2025 : Conférence RBC Ophthalmology (virtuelle)
- 21 mai 2025 : Conférence Morgan Stanley Luxury Goods à Paris
- 22 mai 2025 : Conférence HSBC Luxury Goods à Paris
- 22 mai 2025 : Conférence Unicredit / Kepler Cheuvreux Italian Investment à Milan
- 4 juin 2025 : Conférence BNPP Exane CEO à Paris

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 Mesures ou 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 *Indicateurs ajustés*).

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 (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. 1er janvier). Le chiffre d'affaires comparable a été préparé à titre illustratif dans le seul but de fournir des informations comparables.

5 Cash-flow libre : *Flux de trésorerie provenant des activités opérationnelles*, moins la somme des *Acquisitions d'immobilisations corporelles et incorporelles* et *des Remboursements du principal des dettes de loyers* conformément au tableau IFRS des flux de trésorerie consolidés.

6 Endettement financier net : *somme des Dettes financières courantes et non-courantes, Dettes de loyer courantes et non-courantes*, moins les *Investissements court-terme*, la *Trésorerie et équivalents de trésorerie* et les *Instruments dérivés sur les dettes financières (couverture de juste valeur)* comme présentés dans les états financiers consolidés IFRS.

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 soumis 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
ir@essilorluxottica.com

Marco Catalani
Head of Corporate Communications
media@essilorluxottica.com

A propos d'EssilorLuxottica

EssilorLuxottica est un leader mondial dans la conception, la fabrication et la distribution de solutions avancées de santé visuelle, de lunettes et de technologies med-tech. Sa mission est d'aider chacun à « mieux voir et mieux être » en répondant aux besoins visuels en constante évolution des patients et des consommateurs, à leur souhait d'exprimer leur style personnel et à leur désir de se sentir davantage connectés au monde qui les entoure. EssilorLuxottica dispose des technologies de verres optiques les plus innovantes, telles que Varilux, Stellest et Transitions, des marques les plus emblématiques telles que Ray-Ban, Oakley et Supreme, des marques de luxe sous licence les plus appréciées et des enseignes de distribution de premier plan, telles que Sunglass Hut, LensCrafters, Salmoiraghi & Viganò Vision Express et Apollo. Grâce à d'importants investissements R&D, des savoir-faire uniques et un portefeuille d'actifs d'excellence, EssilorLuxottica est synonyme d'innovation dans plusieurs catégories, des instruments médicaux et des solutions de santé visuelle aux lunettes connectées dont le Groupe définit la catégorie. EssilorLuxottica repousse ainsi les limites de l'industrie et fait des yeux la porte d'entrée vers de nouvelles possibilités. Avec plus de 200 000 collaborateurs dans 150 pays, 600 sites industriels et 18 000 magasins, le Groupe a généré un chiffre d'affaires consolidé de 26,5 milliards d'euros en 2024. Par ailleurs, OneSight EssilorLuxottica Foundation a permis de donner accès à des solutions durables de santé visuelle à près d'un milliard de personnes. EssilorLuxottica est coté 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.

Extrait du Rapport de gestion 2024

Table des matières

Faits marquants de l'année 2
Chiffre d'affaires consolidé 9
Compte de résultat et Indicateurs Alternatifs de Performance 14
Bilan, endettement financier net, flux de trésorerie et autres mesures « non-GAAP » 19
Acquisitions et partenariats 23
Mission et développement durable 23
Investissements réalisés en 2024 et prévus pour 2025 27
Événements postérieurs à la clôture 28
Évolutions récentes et perspectives 29
Annexe 1 - Extraits des États financiers consolidés 31
Compte de résultat consolidé 31
État de la situation financière consolidée 32
Tableau des flux de trésorerie consolidés 34
Annexe 2 - Chiffre d'affaires 35

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.

Faits marquants de l'année

EssilorLuxottica présente ses dernières innovations en matière de smartglasses et de lunettes avec aide auditive intégrée au CES 2024 à Las Vegas

Participant pour la toute première fois au Consumer Electronics Show (CES), à Las Vegas du 9 au 12 janvier 2024, EssilorLuxottica y a présenté ses initiatives audacieuses en termes de technologies grand public.

Dans le cadre du CES, le Groupe a présenté un prototype de Nuance Audio, une paire de lunettes au style contemporain qui intègre parfaitement des technologies auditives sophistiquées. Conçu pour les consommateurs souffrant d'une perte d'audition légère à modérée, Nuance Audio peut lever la barrière psychologique qui a jusqu'ici freiné l'adoption d'aides auditives traditionnelles, grâce à une technologie auditive propriétaire intégrée, à « oreilles libres » (open-ear) des plus avancées. Le lancement de Nuance Audio est prévu pour le premier trimestre 2025, en commençant par les États-Unis et l'Italie (voir paragraphe Événements postérieurs à la clôture).

EssilorLuxottica a permis également de découvrir les Ray-Ban Meta, ses lunettes Ray-Ban emblématiques dotées de caméras, de sonorisation à « oreilles libres », de fonctionnalités opérées par Intelligence Artificielle et qui offrent des possibilités de diffusion en direct et de commandes mains libres. Le Groupe a présenté aussi sa nouvelle division HELIX et Vision(X), une plateforme intelligente et interconnectée conçue pour contribuer à moderniser les activités des professionnels de la vue américains en leur donnant accès à toute une gamme de solutions numériques innovantes, notamment en télé-optométrie et des services utilisant la big data appliquée au monde de l'optique.

Nuance Audio, Ray-Ban Meta et HELIX témoignent de l'engagement d'EssilorLuxottica à faire progresser l'industrie optique vers une ère où les appareils et solutions seront de plus en plus interconnectés et s'appuieront sur l'IA.

Par la suite, le 17 avril 2024, EssilorLuxottica a pris place aux côtés des plus grands leaders technologiques lors du « CES on the Hill » qui s'est tenu à Washington D.C. En tant que l'une des 19 entreprises invitées par la Consumer Technology Association (CTA) pour venir présenter leurs dernières innovations aux législateurs américains sur la colline du Capitole, à Washington, EssilorLuxottica a présenté Nuance Audio et ses lunettes connectées Ray-Ban Meta, lancées en partenariat avec Meta.

Le statut de « Breakthrough Device » pour SightGlass Vision marque une étape majeure dans le contrôle de la myopie

EssilorLuxottica a annoncé le 15 février 2024 que la Food and Drug Administration (FDA) américaine a accordé à SightGlass Vision le statut de « Breakthrough Device » pour ses verres Diffusion Optics Technology (DOT), conçus pour ralentir la progression de la myopie chez l'enfant.
Le statut de « Breakthrough Device » (Dispositif Innovant) accordé à SightGlass Vision, la coentreprise créée en 2021 par EssilorLuxottica et CooperCompanies, marque une étape majeure pour le Groupe et, plus globalement, pour la lutte contre l'épidémie de myopie infantile. Ce statut n'est en effet accordé qu'à un petit nombre de dispositifs hautement innovants qui traitent des maladies invalidantes irréversibles. De fait, seuls 18 autres dispositifs ophtalmiques ont reçu ce statut depuis sa création en 2015.

Ce statut permettra à SightGlass Vision de bénéficier de plus nombreuses opportunités de feedback de la FDA pendant la phase de pré-commercialisation des verres DOT, ainsi que d'un processus prioritaire d'examen des informations soumises. EssilorLuxottica et SightGlass Vision continueront de collaborer étroitement avec la FDA, avec pour objectif d'améliorer l'accès à la santé visuelle et d'étendre la catégorie des produits de contrôle de la myopie infantile.

La technologie DOT de SightGlass Vision est la première à utiliser le mécanisme de gestion du contraste en intégrant des milliers de micro-points qui diffusent légèrement la lumière parvenant à la rétine.

Des évaluations cliniques rigoureuses ont prouvé l'efficacité et la sûreté de cette technologie brevetée qui contribue à renforcer son leadership dans le domaine du contrôle de la myopie. Des résultats sur quatre ans de l'étude CYPRESS, publiés en septembre 2023, ont montré un ralentissement statistiquement significatif de la progression de la longueur axiale de l'œil et de l'équivalent sphérique de la réfraction cycloplégique.

Les verres dotés de la technologie DOT sont déjà disponibles dans plusieurs pays, dont la Chine, les Pays-Bas et Israël, ainsi que dans d'autres pays dans le cadre d'essais de pilotes pré-lancements.

Point sur les marques sous licence

Le 21 février 2024, EssilorLuxottica et Michael Kors ont annoncé le renouvellement de leur accord de licence pour la conception, la production et la distribution mondiale de montures de prescription et de lunettes de soleil pour la marque Michael Kors. Ce renouvellement a pris effet le 1er janvier 2025 et couvrira une période de cinq ans, avec une option d'extension pour cinq années supplémentaires. Le renouvellement anticipé, qui intervient près d'un an avant la fin de l'accord en vigueur, est un témoignage de la confiance et de la collaboration solides entre les deux sociétés depuis 2015.

Le 7 mars 2024, EssilorLuxottica et Dolce&Gabbana ont annoncé le renouvellement anticipé de leur accord de licence pour la conception, la production et la distribution mondiale de montures de prescription et de lunettes de soleil pour la marque Dolce&Gabbana. L'accord existant, qui avait pris effet le 1er janvier 2020 et dont le terme était le 31 décembre 2029, a été renouvelé et remplacé par un nouvel accord d'une durée de 16 ans, du 1er janvier 2024 au 31 décembre 2039. Ce renouvellement, qui intervient en avance par rapport à son terme naturel, ainsi que la durée du nouvel accord sont un témoignage de la confiance et de la collaboration solides entre les deux sociétés depuis 2005.

Le 18 juin 2024, EssilorLuxottica et Diesel ont annoncé la signature d'un accord de licence exclusif pour la conception, la production et la distribution mondiale de lunettes Diesel. Cet accord, qui a pris effet immédiatement, se poursuivra jusqu'au 31 décembre 2029, avec une option de renouvellement automatique pour cinq années supplémentaires. La première collection issue de cet accord sera lancée au premier trimestre 2025. Cet accord permet de combiner le style audacieux et provoquant de Diesel avec le savoir-faire, la capacité d'innovation et les réseaux de distribution uniques d'EssilorLuxottica. Il s'appuie sur la collaboration déjà initiée avec succès par les deux sociétés en 2022. Les nouvelles collections seront développées sous la direction de Glenn Martens, Directeur Créatif de Diesel, et joueront sur les matériaux et les technologies avec audace et irrévérence, en complète résonance avec la communauté croissante des consommateurs « Gen Z » passionnés de la marque Diesel auxquels seront proposées des gammes mixtes s'adaptant à une grande diversité de profils.

Le 19 décembre 2024, EssilorLuxottica et le Groupe Prada ont annoncé le renouvellement de leur accord de licence pour la conception, la production et la distribution mondiale de lunettes sous les marques Prada, Prada Linea Rossa et Miu Miu. L'accord en cours, expirant le 31 décembre 2025, a ainsi été prolongé jusqu'au 31 décembre 2030, avec la prévision d'un renouvellement jusqu'au 31 décembre 2035. Incarnant une vision innovante et un engagement envers l'excellence, cette collaboration de plus de vingt ans a façonné une approche unique du luxe, à la fois intemporelle et tournée vers l'avenir. Les deux partenaires se sont inspirés des mondes de la mode et de la technologie pour proposer des collections innovantes qui font maintenant référence dans l'industrie.

EssilorLuxottica finalise l'acquisition de Washin et renforce sa présence dans la distribution optique au Japon

Le 9 avril 2024, EssilorLuxottica a annoncé d'avoir finalisé l'acquisition de Washin Optical Co., Ltd. Cette enseigne japonaise d'optique compte environ 70 magasins dans le pays où elle perpétue une grande tradition de savoir-faire et d'attention aux consommateurs. Cet accord constitue une étape importante et permettra de faire évoluer le marché de la distribution optique dans la région, avec pour ambition d'amener les consommateurs japonais à opter davantage pour des lunettes et des solutions de santé visuelle de qualité tout en améliorant le service aux clients. Il témoigne également de l'engagement d'EssilorLuxottica à renforcer ses activités de distribution dans un pays où le Groupe gère déjà directement près de 70 magasins sous les bannières Ray-Ban, Oakley, et Oliver Peoples ainsi que dans certains grands magasins, et sert des milliers de professionnels de la vue indépendants.

Résultats à cinq ans de l'essai clinique sur les verres Essilor Stellest

Le 22 avril 2024, EssilorLuxottica a annoncé que le Groupe présenterait pour la première fois les résultats à cinq ans d'une étude clinique de suivi portant sur les verres Essilor Stellest à l'occasion du congrès annuel 2024 de l'Association for Research in Vision and Ophthalmology (ARVO) organisé le 5 mai 2024 à Seattle, aux États-Unis.

Les résultats renforcent la base de preuves existante des verres sur la freination de la myopie chez les enfants. Les données ont en effet montré que les verres ralentissent la progression de la myopie d'une dioptrie et trois quarts sur cinq ans [1]*, prouvant de manière concluante qu'ils demeurent efficaces pour ralentir la progression de la myopie chez les enfants durant la cinquième année.

Tous les administrateurs reconduits pour le nouveau conseil d'administration

Le 30 avril 2024, confirmant sa confiance dans l'équipe dirigeante du Groupe ainsi que dans sa capacité et son engagement pour mener EssilorLuxottica dans un nouveau chapitre de son histoire, l'Assemblée générale des actionnaires a approuvé le renouvellement de manière échelonnée, au sein du nouveau Conseil d'administration de tous les administrateurs qui y siégeaient précédemment : Francesco Milleri, Paul du Saillant, Jean-Luc Biamonti (indépendant) et Marie-Christine Coisne-Roquette (indépendante) pour un mandat de trois ans; ainsi que Romolo Bardin (non-indépendant), José Gonzalo (indépendant), Virginie Mercier Pitre (représentant Valoptec Association), Mario Notari (non-indépendant), Swati Piramal (indépendante), Cristina Scocchia (indépendante), Nathalie von Siemens (indépendante) et Andrea Zappia (indépendant) pour un mandat de deux ans.

À l'issue de l'Assemblée générale, le Conseil d'administration s'est réuni et a nommé les dirigeants mandataires sociaux du Groupe, confirmant Francesco Milleri en tant que Président-Directeur Général et Paul du Saillant en tant que Directeur Général Délégué.

Par ailleurs, le Conseil administration a confirmé que trois comités continueront à l'assister et le conseiller dans quatre domaines et a nommé leurs membres de la manière suivante :

- Les membres du Comité d'audit et des risques sont :
  - Jean-Luc Biamonti (Président)
  - Cristina Scocchia
  - Romolo Bardin
- Les membres du Comité des nominations et rémunérations sont :
  - Andrea Zappia (Président)
  - José Gonzalo
  - Romolo Bardin
- Les membres du Comité de responsabilité sociale de l'entreprise sont :
  - Swati Piramal (Présidente)
  - Nathalie von Siemens
  - Virginie Mercier Pitre
- Le Conseil d'administration a également confirmé Jean-Luc Biamonti en tant qu'Administrateur de Référence.

Distribution du dividende

L'Assemblée générale des actionnaires d'EssilorLuxottica qui s'est tenue le 30 avril 2024 a approuvé la distribution d'un dividende de 3,95 euros par action ordinaire au titre de l'exercice 2023.

L'Assemblée générale a décidé de donner aux actionnaires la possibilité de recevoir ce dividende final en actions nouvellement émises au prix de 180,12 euros par action. Ce prix correspond à 90 % de la moyenne des premiers cours cotés de l'action EssilorLuxottica sur le marché réglementé d'Euronext Paris, lors des 20 séances de bourse précédant le jour de l'Assemblée générale, diminuée du montant net du dividende à distribuer au titre de l'exercice clos le 31 décembre 2023, le tout arrondi au centime d'euro supérieur.

La période d'option pour le paiement du dividende en actions nouvellement émises a été ouverte du 8 mai au 28 mai 2024 inclus. A l'issue de cette période, 157 650 962 options ont été exercées en faveur du paiement du dividende en actions. Ainsi, le 3 juin 2024, 3 457 244 nouvelles actions ont été émises, livrées et admises sur le marché euronext Paris. Ces nouvelles actions confèrent les mêmes droits que les actions existantes et portent droit à dividendes, conférant ainsi le droit à toute distribution mise en paiement à compter de la date d'émission.

---

[1] *En moyenne, comparé à la progression sur 60 mois du groupe témoin virtuel (diminution annuelle moyenne prédite de la SER de 9,7 %, Smotherman C, et al. IOVS 2023;64 : ARVO E-Abstract 811).*

* *Li X, Huang Y, Liu C, Yin Z, Cui Z, Lim EW, Drobe B, Chen H, Bao J. Myopia control efficacy of Spectacle Lenses with Highly Aspherical Lenslets : results of a 5-year follow-up study. ARVO Annual Meeting, Seattle. 2024. https://eppro02.ativ.me/web/page.php*

Le montant total du dividende distribué en numéraire aux actionnaires qui n'ont pas exercé l'option s'élève à 1 163 millions d'euros et a également été versé le 3 juin 2024.

Une nouvelle initiative durable pour les opérations d'EssilorLuxottica en Italie

Le 10 juin 2024, EssilorLuxottica a annoncé la réalisation d'un projet innovant visant à reconvertir des terrains industriels près de Pescara en Italie, autour du site de Barberini, entité du Groupe et leader mondial des verres minéraux. Sur près de 40 hectares, EssilorLuxottica implantera une centrale photovoltaïque d'ampleur pour produire de l'énergie renouvelable ainsi que des espaces verts équipés d'installations sportives et des terrains permettant de cultiver des produits alimentaires destinés à ses restaurants d'entreprise, dans une approche de circularité et de développement durable.

D'une superficie de 25 hectares, la centrale solaire sera le premier parc photovoltaïque au sol de grande envergure construit et géré directement par EssilorLuxottica. Avec une puissance totale de 20 MW, l'installation permettra de générer environ 30 000 MWh d'énergie renouvelable par an (soit la consommation électrique annuelle d'environ 10 000 foyers) et sera connectée directement au site industriel de Barberini pour optimiser l'autoconsommation de l'énergie produite in situ.

La nouvelle centrale solaire vient compléter les installations existantes, dont les panneaux photovoltaïques déjà installés sur les toits de l'usine de Barberini, comme sur la plupart des usines du Groupe dans le monde. Elle illustre l'engagement d'EssilorLuxottica à produire de l'énergie renouvelable tout en améliorant son efficacité opérationnelle et en réduisant sa consommation d'énergie et d'eau dans l'ensemble de ses sites logistiques et de production.

EssilorLuxottica signe un accord avec VF Corporation pour l'acquisition de Supreme

Le 1er juillet 2024, EssilorLuxottica et VF Corporation, un leader mondial de l'habillement, des chaussures et des accessoires « lifestyle », ont annoncé la signature d'un accord en vue de l'acquisition par EssilorLuxottica de la marque Supreme auprès de VF, pour un montant total de 1,5 milliard de dollars comptants. Supreme exerce ses activités principalement en ligne et opère un réseau de 17 magasins aux États-Unis, en Asie et en Europe.

Parfaitement en ligne avec le parcours d'innovation et de développement EssilorLuxottica, cette acquisition offre au Groupe un accès direct à de nouveaux publics, modes d'expression et approches créatives. Avec sa signature unique, son approche commerciale directe et son expérience client propre – un modèle que le Groupe souhaite préserver – Supreme aura toute sa place au sein du portefeuille de marques propres du Groupe, tout en complétant celui des marques sous licence. La marque sera idéalement positionnée pour tirer parti de l'expertise, des compétences et de la plateforme opérationnelle du Groupe.

La transaction a été finalisée le 1er octobre 2024.

Accord pour l'acquisition d'une participation majoritaire dans Heidelberg Engineering

Le 17 juillet 2024, EssilorLuxottica et Heidelberg Engineering ont annoncé la signature d'un accord pour l'acquisition d'une participation de 80 % dans Heidelberg Engineering, une société allemande spécialisée dans les technologies de diagnostic et de visualisation chirurgicale numérique ainsi que dans les solutions informatiques de santé au service de l'ophtalmologie médicale. S'appuyant sur l'expertise historique d'EssilorLuxottica dans la conception et la fabrication d'instruments et de solutions de santé visuelle pour les professionnels de la vue, cet accord marque une nouvelle étape de la stratégie du Groupe et de son parcours med-tech.

Fondé en 1990 par le docteur Gerhard Zinser et Christoph Schoess, Heidelberg Engineering dispose d'une vaste expertise technologique et scientifique dans les domaines de la tomographie par cohérence optique (OCT), du traitement et de l'analyse d'images en temps réel, de l'analyse de données à grande échelle et de la visualisation chirurgicale numérique. Expertise qu'il met au service des professionnels de santé, des scientifiques et des chercheurs dans plusieurs domaines de l'ophtalmologie.

Avec une présence dans plus de 100 pays, Heidelberg Engineering est depuis plus de trente ans une référence dans le diagnostic précoce de pathologies oculaires telles que la dégénérescence maculaire liée à l'âge et le glaucome. Au sein d'EssilorLuxottica, Heidelberg Engineering continuera de servir le marché sous sa marque bien établie, et d'offrir les solutions innovantes ainsi que le niveau d'expertise attendus et reconnus par ses clients.

La transaction a été finalisée le 1er octobre 2024.

Programme de rachat d'actions

Le 29 juillet 2024, EssilorLuxottica a annoncé le lancement d'un programme de rachat d'actions, qui traduit la confiance du Groupe dans son potentiel de création de valeur et dans ses perspectives à long-terme. Afin de mettre en œuvre ce programme de rachat d'actions,

EssilorLuxottica a confié à un prestataire de services d'investissement un mandat portant sur l'achat d'un maximum de 4 000 000 actions EssilorLuxottica, en fonction des conditions de marché, sur une période débutant le 29 juillet 2024, et pouvant s'étendre jusqu'au 29 octobre 2025. Au 31 décembre 2024, 1 480 214 actions EssilorLuxottica ont été acquises à un prix moyen de 212,22 euros par action. Les actions ainsi rachetées sont destinées à être attribuées ou cédées aux salariés ou aux mandataires sociaux d'EssilorLuxottica ou des sociétés affiliées, principalement dans le cadre de la participation aux résultats de l'entreprise, des attributions d'actions de performance ou d'options d'achat d'actions et de la participation aux plans d'actionnariat des salariés. EssilorLuxottica a lancé ce programme de rachat d'actions conformément à la 24e résolution approuvée par l'Assemblée générale annuelle du 30 avril 2024.

Acquisition d'Optical Investment Group

Le 30 juillet 2024, EssilorLuxottica a annoncé avoir conclu un accord pour l'acquisition de la totalité du capital de Optical Investment Group – un leader de la distribution de produits optiques et de lunetterie en Roumanie – auprès de Innova/6, un fonds d'investissement privé d'Innova Capital Group, et d'un groupe d'actionnaires individuels minoritaires.

Cet accord représente une avancée significative dans l'objectif d'EssilorLuxottica d'améliorer les standards de l'industrie optique roumaine, pour le bénéfice de tous ses acteurs. Elle permettra au Groupe d'accroître l'attrait des consommateurs pour des solutions d'optique et de lunetterie de qualité dans ce pays de 19 millions d'habitants, tout en continuant de fournir ses innovations aux plus de 1 800 clients et partenaires qui restent au cœur de sa stratégie.

Optical Investment Group a été créé en 2019 en coopération avec Innova Capital, à travers la combinaison de deux chaînes de distribution optique roumaines bien établies : OPTIblu and Optiplaza. Sur les cinq dernières années, Optical Investment Group a non seulement considérablement élargi son réseau de magasins traditionnels, mais aussi développé des plateformes de vente en ligne, avec un effectif total de plus de 650 talentueux collaborateurs et optométristes. Optical Investment Group opère le réseau de distribution optique le plus étendu du pays, avec 99 magasins gérés en direct sous trois enseignes renommées : OPTIblu, Optiplaza et O51.

La transaction devrait être finalisée au premier trimestre 2025, sous réserve des approbations réglementaires et des autres conditions usuelles.

Succès du placement d'une émission obligataire de 2 milliards d'euros à 2,99 %

Le 29 août 2024, EssilorLuxottica a réalisé avec succès le placement d'une émission obligataire d'un montant total de 2 milliards d'euros avec des maturités de 4,5 ans et 7,5 ans, assorties respectivement d'un coupon de 2,875 % et 3,00 % (les « Obligations ») soit un taux moyen de 2,99 % après couverture de risque.

Le livre d'ordres a atteint presque 5 milliards d'euros, attirant des investisseurs institutionnels de premier rang et démontrant une confiance élevée dans le modèle économique et le profil de crédit d'EssilorLuxottica.

Le règlement-livraison est intervenu le 5 septembre 2024 avec une admission des Obligations à la cote sur Euronext Paris.

Partenariat de long terme avec Meta

Le 17 septembre 2024, EssilorLuxottica a annoncé l'extension de son partenariat avec Meta Platforms via un nouvel accord de long terme qui prévoit une collaboration des parties jusqu'au cours de la prochaine décennie pour développer plusieurs générations de lunettes intelligentes. Les deux groupes travaillent ensemble avec succès depuis 2019 et ont donné naissance à deux générations de lunettes intelligentes sous la marque Ray-Ban qui ont levé les freins à l'adoption de ces produits et ont redéfini le potentiel des "wearables" dans la vie des consommateurs.

En parvenant à un équilibre optimal entre forme et fonction, et en s'appuyant sur les atouts combinés des deux groupes – l'expertise dans l'industrie optique et le réseau commercial de gros et de détail d'EssilorLuxottica et les avancées technologiques de Meta-, Ray-Ban Meta a généré enthousiasme et large adoption de la catégorie. Devenues un produit grand public, ces lunettes suscitent une forte demande dans les pays où elles sont disponibles, dont les États-Unis, le Canada, le Royaume-Uni, l'Australie et de nombreux pays européens, dont l'Autriche, la Belgique, le Danemark, la Finlande, la France, l'Allemagne et l'Irlande, l'Italie, la Norvège, l'Espagne et la Suède.

Lancée par EssilorLuxottica et Meta à l'automne 2023, la dernière génération de lunettes Ray-Ban Meta intègre une technologie avancée parfaitement intégrée aux montures emblématiques de Ray-Ban. Elles donnent aux consommateurs des « super pouvoirs », tels que la possibilité de passer des appels téléphoniques, de capturer et de partager des photos et des vidéos, d'écouter de la musique, ainsi que de diffuser du contenu en direct. Être connecté avec leurs proches en mode « mains libres » leur permet de véritablement vivre l'instant présent. L'intégration de Meta AI leur ouvre la possibilité d'agir, d'être inspiré et de se connecter plus facilement avec ceux qui leurs sont chers.

Futur siège social à Paris

Le 17 septembre 2024, EssilorLuxottica a annoncé la signature d'un bail de long-terme pour l'installation de son nouveau siège mondial à Paris, à horizon fin 2027. Situé Place Valhubert, au cœur du quartier d'Austerlitz, dans le 13ème arrondissement qui rassemble déjà un écosystème dynamique de startups et de grands groupes technologiques, le nouveau siège pourra accueillir jusqu'à plus de 2 000 personnes, regroupant des équipes actuellement réparties sur différents sites du Grand Paris.

Surplombant Paris, le nouveau bâtiment ultramoderne de plus de 20 000 m^2 en bord de Seine, mêlera l'élégance du style haussmannien au design et à l'architecture contemporaine. Véritable fenêtre sur Paris et sur l'avenir d'une entreprise en constante évolution, il est conçu comme un espace de créativité et de transmission d'idées novatrices, inspiré des nouvelles tendances du travail agile et de l'économie numérique, et reflétant le rôle pionnier d'EssilorLuxottica dans la transformation de l'industrie.

Regroupant toutes les divisions du Groupe sous un même toit - du design au numérique, en passant par le développement commercial et les fonctions support, le nouveau siège sera pensé pour encourager la culture d'innovation du Groupe et pour renforcer son engagement de long terme pour le bien-être des équipes. Il comprendra également des espaces de formation, un auditorium et un showroom dédié aux marques emblématiques, aux solutions innovantes et aux technologies du Groupe.

Le nouveau site viendra compléter les sites existants et récemment étendus de Milan, en Italie, réaffirmant ainsi les racines européennes du groupe et sa stratégie globale. Conformément au programme Eyes on the Planet d'EssilorLuxottica, le nouveau site répondra aux normes les plus exigeantes en termes de durabilité environnementale et de bien-être, avec l'ambition d'obtenir notamment les certifications HQE, BREEAM, BBCA et BBC.

Collaboration de OneSight EssilorLuxottica Foundation avec l'Organisation Mondiale de la Santé dans le cadre de l'initiative SPECS 2030

Le 6 décembre 2024, OneSight EssilorLuxottica Foundation a annoncé sa collaboration avec l'Organisation Mondiale de la Santé (OMS) en tant qu'organisation collaboratrice partenaire pour le monde entier, dans le cadre de l'initiative SPECS 2030.

L'initiative SPECS 2030 de l'OMS soutient le tout premier objectif en matière de santé visuelle défini par l'OMS à l'échelle mondiale qui vise à augmenter de 40 % la couverture effective des défauts visuels d'ici 2030 [dans le monde]. Les États Membres de l'OMS se sont engagés sur cet objectif en 2021 lors l'Assemblée Mondiale de la Santé.

Cette collaboration entre l'OMS et OneSight EssilorLuxottica Foundation représente une avancée majeure dans la lutte contre la mauvaise vision, la prévention de la myopie, et l'amélioration mondiale de l'accès à la santé visuelle, tout particulièrement dans les situations où les ressources sont faibles.

Cette collaboration se concentrera sur le partage d'expérience, le soutien technique, et l'apport de données permettant de changer d'échelle en termes de solutions apportées et de garantir la réelle application de la résolution des Nations Unies « Vision pour Tous ». En s'appuyant sur leurs expertises respectives, l'OMS et OneSight EssilorLuxottica Foundation visent à fournir un accès durable et facilité à la santé visuelle à des millions de personnes, améliorant ainsi leur état de santé et leur inclusion sociale.

L'initiative SPECS 2030 vise à accélérer les efforts en faveur de la santé visuelle à l'échelle mondiale en agissant sur cinq piliers clés : Services – améliorer l'accès à des examens de vue ; Personnel – renforcer les capacités en termes de professionnels de la vue qualifiés ; Éducation – promouvoir la sensibilisation du public à l'importance de la santé visuelle ; Coût – réduire le coût des lunettes et des services associés ; et Surveillance – renforcer la collecte des données et la recherche.

Au travers de ces axes, OneSight EssilorLuxottica Foundation apportera son soutien technique, partagera ses meilleures pratiques, et contribuera aux initiatives destinées à fournir des données à l'OMS, en phase avec l'objectif mondial d'amélioration de la prise en charge des défauts visuels.

Cette collaboration reflète un engagement partagé à améliorer des vies grâce à une meilleure vision et à progresser vers les Objectifs de Développement Durable, en particulier dans les domaines de la santé, de l'éducation, et de la participation à l'économie.

Les objectifs à court terme de réduction des émissions de gaz à effet de serre ont été validés par l'initiative Science Based Target (SBTi)

Le 12 décembre 2024, EssilorLuxottica a annoncé que ses objectifs à court terme de réduction de ses émissions de gaz à effet de serre (GES) ont été validés par l'initiative Science Based Targets (SBTi), marquant ainsi une étape majeure dans l'engagement du Groupe à réduire son impact environnemental tout au long de sa chaîne de valeur.

Les nouveaux objectifs pour 2030 concernent les émissions des scopes 1, 2 et 3 du Groupe, en phase avec les efforts en termes d'atténuation du changement climatique décrits dans l'Accord de Paris adopté par les Nations Unies en 2015.

EssilorLuxottica s'engage à réduire de 42 % les émissions absolues de gaz à effet de serre des scopes 1 et 2 d'ici 2030 par rapport à l'année de référence 2022. Le Groupe a également pris l'engagement de réduire de 25 % sur la même période ses émissions absolues de GES du scope 3, relatives aux biens et services achetés, aux activités liées au combustible et à l'énergie, au transport et à la distribution en amont, ainsi qu'aux déchets issus des process de fabrication.

Depuis sa création, EssilorLuxottica s'est engagé à minimiser son impact environnemental tout au long de la chaîne de valeur, dans le but d'atténuer les effets du changement climatique sur la planète. Les étapes clés consistent notamment à réduire et neutraliser l'empreinte carbone de ses opérations directes (scopes 1 et 2) à l'échelle mondiale d'ici 2025 (déjà atteint en 2023 pour l'Europe). Sa stratégie climatique se concentre sur l'amélioration de l'efficacité énergétique de ses installations industrielles, l'augmentation de l'autoproduction et de l'utilisation d'énergies renouvelables, ainsi que sur la protection et la restauration des écosystèmes naturels.

L'initiative Science Based Targets (SBTi) est une organisation institutionnelle d'action sur le climat qui qui permet aux entreprises et aux institutions financières du monde entier de contribuer à la lutte contre la crise climatique. Elle développe des normes, des outils et des directives qui permettent aux entreprises de fixer des objectifs de réduction des émissions de gaz à effet de serre (GES) en phase avec ce qui est requis pour maintenir le réchauffement climatique en dessous de niveaux catastrophiques et atteindre la neutralité carbone d'ici 2050 au plus tard. SBTi est enregistrée comme organisation caritative. Ses organisations partenaires sont le CDP (Carbon Disclosure Project), le Pacte mondial des Nations Unies, la coalition We Mean Business, le World Resources Institute (WRI) et le World Wide Fund for Nature (WWF).

Acquisition du groupe Espansione

Le 16 décembre 2024, EssilorLuxottica a annoncé la signature d'un accord pour l'acquisition du groupe Espansione, une société basée en Italie et spécialisée dans la conception et la fabrication de dispositifs médicaux non invasifs destinés au diagnostic et au traitement de la sécheresse oculaire, des maladies de la rétine et de la surface oculaire.

Le groupe Espansione est un pionnier de la med-tech qui offre les standards médicaux les plus élevés dans plus de 40 pays, avec la technologie de photobiomodulation (PBM) -Light Modulation Low-level Light Therapy (LLLT)-, utilisée en médecine ophtalmique et en dermatologie, et la technologie Intense Pulsed Light (IPL).

Cet accord représente pour EssilorLuxottica une nouvelle étape majeure dans le domaine de la med-tech et s'inscrit dans la stratégie du Groupe visant à améliorer les standards de l'industrie et la qualité des soins apportés aux patients.

Cette opération, qui était sujette aux approbations règlementaires locales et aux conditions de clôture d'usage, a été finalisée début 2025.

Chiffre d'affaires consolidé

Chiffre d'affaires EssilorLuxottica

En millions d'euros	2024	2023	Variation à taux de change constants[1]	Variation à taux de change courants
Amérique du Nord	**11 979**	**11 637**	**3,1 %**	**2,9 %**
• dont Professional Solutions	5 454	5 337	2,4 %	2,2 %
• dont Direct to Consumer	6 524	6 300	3,8 %	3,6 %
EMEA	**9 759**	**9 184**	**7,9 %**	**6,3 %**
• dont Professional Solutions	4 142	3 949	6,4 %	4,9 %
• dont Direct to Consumer	5 617	5 235	9,0 %	7,3 %
Asie-Pacifique	**3 247**	**3 036**	**9,3 %**	**7,0 %**
• dont Professional Solutions	2 164	2 088	6,0 %	3,6 %
• dont Direct to Consumer	1 083	948	16,4 %	14,3 %
Amérique latine	**1 523**	**1 537**	**9,7 %**	**-0,9 %**
• dont Professional Solutions	787	825	8,7 %	-4,5 %
• dont Direct to Consumer	736	712	10,8 %	3,3 %
CHIFFRE D'AFFAIRES TOTAL	26 508	25 395	6,0 %	4,4 %

Chiffre d'affaires par segment d'activité

EssilorLuxottica est un acteur verticalement intégré dont la stratégie de *go-to market* est basée sur deux canaux de distribution.

Les segments d'activité du Groupe sont :

- le segment des solutions professionnelles ou **Professional Solutions (PS)**, qui regroupe l'activité de gros du Groupe, c'est-à-dire les produits et les services que le Groupe fournit à tous les professionnels de la santé visuelle (distributeurs, chaines d'optique, opticiens indépendants, plateformes tierces d'e-commerce, etc.) ; et
- le segment de la vente directe aux consommateurs ou **Direct to Consumer (DTC)**, qui regroupe les activités de vente de détail du Groupe, à savoir les produits et les services que le Groupe vend directement au consommateur final, que ce soit par le biais de son réseau de magasins traditionnels ou de ses canaux de distribution en ligne (e-commerce).

En millions d'euros	2024	2023	Variation à taux de change constants[1]	Variation à taux de change courants
Professional Solutions	12 547	12 199	4,7 %	2,9 %
Direct to Consumer	13 960	13 195	7,1 %	5,8 %
CHIFFRE D'AFFAIRES TOTAL	26 508	25 395	6,0 %	4,4 %

En millions d'euros	T4 2024	T4 2023	Variation à taux de change constants[1]	Variation à taux de change courants
Professional Solutions	3 117	2 986	5,5 %	4,4 %
Direct to Consumer	3 664	3 264	12,7 %	12,3 %
CHIFFRE D'AFFAIRES TOTAL	6 781	6 250	9,2 %	8,5 %

Chiffre d'affaires du quatrième trimestre par segment d'activité

Professional Solutions

Le segment Professional Solutions a enregistré un chiffre d'affaires de 3 117 millions d'euros, en hausse de 5,5 % à taux de change constants[1] par rapport au quatrième trimestre 2023 (+4,4 % à taux de change courants).

La région EMEA a connu la croissance la plus rapide au cours du trimestre, suivie par l'Amérique du Nord et l'Amérique latine. La croissance de la région Asie-Pacifique a connu un ralentissement en raison de conditions macroéconomiques toujours défavorables en Chine. Les wearables de Ray-Ban ont enregistré de bons résultats, tandis que Miu Miu et les nouvelles licences ont également stimulé la performance globale des ventes. Stellest, Nikon et Varilux ont été les marques de verre les plus performantes.

Direct to Consumer

Le segment Direct to Consumer a enregistré un chiffre d'affaires de 3 664 millions d'euros, en hausse de 12,7 % à taux de change constants[1] par rapport au quatrième trimestre 2023 (+12,3 % à taux de change courants).

La croissance du segment a été soutenue par les magasins physiques qui ont réalisé leur meilleur trimestre de l'année, ainsi que par l'impact de l'acquisition récente de Supreme. Les ventes à magasins comparables[3] ont augmenté de 5 %. Elles ont accéléré grâce à l'inversion des tendances pour Sunglass Hut en Amérique du Nord après huit trimestres consécutifs à la baisse. Les ventes en ligne de Ray-Ban Meta continuent de se développer, notamment sur Ray-Ban.com.

Chiffre d'affaires de l'année par activité

Professional Solutions

Le segment Professional Solutions a enregistré un chiffre d'affaires de 12 547 millions d'euros, en hausse de 4,7 % à taux de change constants[1] par rapport à 2023 (+2,9 % à taux de change courants). Ce montant représente 47 % du chiffre d'affaires total du Groupe en 2024.

Le segment Professional Solutions a affiché une croissance solide au cours de l'année. L'un de ses principaux moteurs a été la région EMEA qui a enregistré des résultats soutenus tout au long de l'année, portés par une croissance dans tous les pays, les catégories et les canaux de distribution, portée par les produits innovants. Dans la région Asie-Pacifique, la Grande Chine a connu une croissance moins rapide au deuxième semestre, affectée par des conditions macroéconomiques défavorables. Néanmoins, les performances de la région Asie-Pacifique ont une fois encore dépassé celles du segment Professional Solutions dans son ensemble. L'Amérique du Nord a affiché une croissance correcte soutenue par les ventes aux grands comptes et aux professionnels de la vue partenaires. L'Amérique latine est la région qui a connu la croissance la plus rapide en 2024, avec un rythme similaire à celui de l'année précédente. Dans l'ensemble, les produits innovants ont stimulé la croissance de l'année. Du côté des verres, Stellest et Varilux poursuivent leur montée en puissance. Du point de vue des montures, Ray-Ban Meta a continué sa croissance, tandis que Miu Miu et les nouvelles licences y ont également bien contribué.

Direct to Consumer

Le segment Direct to Consumer a enregistré un chiffre d'affaires de 13 960 millions d'euros, en hausse de 7,1 % à taux de change constants[1] par rapport à 2023 (+5,8 % à taux de change courants) et a représenté 53 % du chiffre d'affaires total du Groupe en 2024.

La croissance des ventes à magasins comparables[3] à progressé à un rythme similaire à celui de l'an dernier, autour de 5 %. Les enseignes d'optique ont soutenu la croissance tandis que la catégorie solaire a connu une reprise de l'activité grâce à Sunglass Hut en Amérique du Nord, qui a renoué avec la croissance au quatrième trimestre. Les enseignes d'optique ont connu une croissance constante au cours de l'année, notamment grâce au soutien de la région EMEA et de l'Amérique latine, où l'intégration a progressé de manière prometteuse. La catégorie solaire a rencontré des difficultés en début d'année et a reculé au deuxième trimestre, notamment du fait de l'impact d'une faible demande en Amérique du Nord et de conditions météorologiques défavorables dans la région EMEA. La croissance de Ray-Ban.com a dynamisé l'activité e-commerce avec l'excellente performance des lunettes intelligentes. Consolidée depuis octobre, l'activité de Supreme a également contribué à la croissance de l'activité de vente au détail, notamment en Amérique du Nord et dans la région Asie-Pacifique.

Chiffre d'affaires par zone géographique

Les zones géographiques comportent l'Amérique du Nord, EMEA (c'est à dire l'Europe, dont la Turquie et la Russie, ainsi que le Moyen-Orient et l'Afrique), l'Asie-Pacifique, et l'Amérique latine.

En millions d'euros	2024	2023	Variation à taux de change constants[1]	Variation à taux de change courants
Amérique du Nord	11 979	11 637	3,1 %	2,9 %
EMEA	9 759	9 184	7,9 %	6,3 %
Asie-Pacifique	3 247	3 036	9,3 %	7,0 %
Amérique latine	1 523	1 537	9,7 %	-0,9 %
CHIFFRE D'AFFAIRES TOTAL	26 508	25 395	6,0 %	4,4 %

En millions d'euros	T4 2024	T4 2023	Variation à taux de change constants[1]	Variation à taux de change courants
Amérique du Nord	3 151	2 910	7,8 %	8,3 %
EMEA	2 357	2 150	9,6 %	9,6 %
Asie-Pacifique	864	757	14,0 %	14,1 %
Amérique latine	408	433	8,7 %	-5,7 %
CHIFFRE D'AFFAIRES TOTAL	6 781	6 250	9,2 %	8,5 %

Chiffre d'affaires du quatrième trimestre par zone géographique

Amérique du Nord

L'Amérique du Nord a réalisé un chiffre d'affaires de 3 151 millions d'euros, en hausse de 7,8 % à taux de change constants[1] par rapport au quatrième trimestre 2023 (+8,3 % à taux de change courants), les deux segments enregistrant leur meilleur trimestre de l'année.

Dans le segment Professional Solutions, les moteurs de croissance ont été globalement les mêmes qu'au troisième trimestre. La performance a été soutenue par l'excellente dynamique des montures de prescription, menée par Ray-Ban et Oakley, alors que la performance des lunettes de soleil est restée nuancée. En ce qui concerne l'activité verres, Shamir est l'une des marques ayant le plus contribué à la croissance ce trimestre. Les performances des grands comptes et des professionnels de la vue partenaires ont une fois de plus surpassé celles des professionnels de la vue indépendants non partenaires.

Dans le segment Direct to Consumer, la dynamique s'est accélérée grâce à la reprise de Sunglass Hut dont les ventes à magasins comparables[3] sont repassées avec assurance en territoire positif. Les performances des magasins domestiques ont rattrapé la trajectoire solide des magasins à clientèle internationale. Ray-Ban Meta a été l'un des modèles les plus vendus au sein du réseau de magasins physiques. Dans le secteur de l'optique, LensCrafters a enregistré des ventes à magasins comparables[3] solides en tirant parti avec succès du pic d'activité de fin d'année pour cibler les consommateurs assurés. Les ventes en ligne ont connu une nette progression grâce à Ray-Ban.com, les Ray-Ban Meta étant en plein essor et bénéficiant de leur attrait en tant qu'objet cadeau prisé à offrir à l'occasion des fêtes de fin d'année. La croissance globale du segment a été stimulée par la consolidation de Supreme.

EMEA

La région EMEA a enregistré un chiffre d'affaires de 2 357 millions d'euros, en hausse de 9,6 % à taux de change constants[1] par rapport au quatrième trimestre 2023 (+9,6 % à taux de change courants). Les deux segments ont progressé par rapport au trimestre précédent.

La solide performance du segment Professional Solutions est la conséquence d'une mise en œuvre efficace de la stratégie commerciale à travers les régions, les produits et les canaux de distribution. La catégorie des montures, à la fois de prescription et solaires, a été celle qui a le plus contribué aux résultats. Miu Miu est toujours la marque la plus en vogue du moment et parmi les nouvelles licences, Jimmy Choo est celle qui a suscité le plus d'enthousiasme au cours de ce trimestre. L'activité des verres a été portée par de nouvelles innovations Stellest, Varilux XR et Transitions Gen S qui ont contribué pour plus de la moitié à la croissance de la catégorie.

Dans le segment Direct to Consumer, les ventes à magasins comparables[3] pour les produits de l'optiques et du solaire ont connu une croissance dans le haut de la fourchette à un chiffre. La mise en œuvre avec succès des initiatives d'intégration s'est nettement reflétée dans les solides performances des enseignes de l'optique. Les consommateurs ont apprécié l'accès à une offre plus large et environ un million de clients fidèles ont déjà profité du programme d'abonnements optiques. La catégorie solaire a réalisé son 13ème trimestre consécutif de ventes à magasins comparables[3] positives.

Asie-Pacifique

La région Asie-Pacifique a enregistré un chiffre d'affaires de 864 millions d'euros, en hausse de 14,0 % à taux de change constants[1] par rapport au quatrième trimestre 2023 (+14,1 % à taux de change courants). Les activités relatives à son cœur de métier ont connu une solide croissance et ont bénéficié de l'impact positif de Supreme dans le segment Direct to Consumer.

Dans le segment Professional Solutions, la performance de la Grande Chine a été légèrement positive et résulte de deux tendances antagonistes. D'une part, le portefeuille des offres de contrôle de la myopie a confirmé sa résilience alors que Stellest a connu une croissance d'environ 50 % et que Nikon et Kodak DOT ont continué à monter en puissance à un rythme soutenu. D'autre part, Bolon continue de composer avec un environnement macroéconomique défavorable. Le Japon et l'Australie ont apporté une bonne contribution aux résultats.

Dans le segment Direct to Consumer, l'Australie a enregistré des ventes à magasins comparables[3] solides sur les enseignes du solaire et de l'optique. Un effet prix-mix favorable a stimulé les performances d'OPSM. Fort de son succès dans la région EMEA, l'enseigne a également lancé le premier programme d'abonnement sur le marché en novembre. En Chine, les ventes à magasins comparables[3] sont restées négatives mais ont progressé par rapport au trimestre précédent. Les huit magasins Supreme de la région ont prospéré.

Amérique latine

L'Amérique latine a enregistré un chiffre d'affaires de 408 millions d'euros, en hausse de 8,7 % à taux de change constants[1] par rapport au quatrième trimestre 2023 (-5,7 % à taux de change courants). Ces résultats solides sont toujours affectés par l'environnement hyperinflationniste en Argentine.

Dans le segment Professional Solutions, le Brésil a enregistré une performance positive sur les montures, tandis que les pressions dans l'activité des verres ont été exacerbées par la base de comparaison élevée de l'année dernière. La Colombie a une fois de plus affiché d'excellents résultats sur les montures, ainsi que sur les verres avec le lancement récent de Transitions Gen S, moteur incontesté de la croissance.

Le segment Direct to Consumer a affiché son meilleur trimestre de l'année. L'optimisation de l'offre dans les anciennes enseignes GrandVision ainsi que la forte croissance de GMO ont dynamisé la performance de l'optique. L'activité solaire s'est à nouveau accélérée grâce à la solide performance de Sunglass Hut dans tous les pays.

Chiffre d'affaires de l'année par zone géographique

Amérique du Nord

L'Amérique du Nord a enregistré un chiffre d'affaires de 11 979 millions d'euros, en hausse de 3,1 % à taux de change constants[1] par rapport à 2023 (+2,9 % à taux de change courants). La progression du quatrième trimestre s'explique notamment par la reprise des activités de vente au détail de la catégorie solaire.

Le segment Professional Solutions a continué de monter en puissance trimestre après trimestre, soutenu par la croissance continue des montures de prescription. L'activité des verres a été portée par les innovations, à savoir Varilux XR et Transitions Gen S. En ce qui concerne la distribution, le résultat résilient a été soutenu par le dynamisme des comptes clés et des professionnels de la vue partenaires, tandis que les professionnels de la vue non-partenaires ont connu plus de difficultés.

La performance du segment Direct to Consumer a été relativement stable sur les neuf premiers mois de l'année avant de connaître un pic au quatrième trimestre, soutenu par la reprise de Sunglass Hut qui a renoué avec la croissance. Les enseignes optiques ont enregistré une croissance des ventes à magasins comparables[3] tout au long de l'année, soutenue par les clients assurés. Le e-commerce a été stimulé par Ray-Ban.com, épaulé par les très prisées lunettes intelligentes Ray-Ban Meta. Supreme a également contribué à la croissance de l'activité.

EMEA

La région EMEA a enregistré un chiffre d'affaires de 9 759 millions d'euros, en hausse de 7,9 % à taux de change constants[1] par rapport à 2023 (+6,3 % à taux de change courants). Cette région est à nouveau le principal contributeur de la croissance globale du Groupe.

Le segment Professional Solutions a été un pilier de la croissance tout au long de l'année. Presque tous les marchés clés y ont contribué, en tirant remarquablement profit des innovations. Varilux XR et Transitions Gen S ont soutenu les résultats de l'activité verres, tandis que Miu Miu et Oakley ont enregistré de bons résultats sur l'activité montures. De plus, une progression positive a également été enregistrée sur l'ensemble des canaux de distribution.

Le segment Direct to Consumer a enregistré une forte croissance sur l'année. La poursuite de l'intégration de l'activité optique a bien progressé. Un plus grand nombre de clients ont bénéficié de l'élargissement de la gamme de produits et de services, avec une grande satisfaction. L'activité solaire a connu une forte reprise après le ralentissement du deuxième trimestre en raison des conditions météorologiques en Europe et a clôturé l'année avec une croissance des ventes à magasins comparables[3] proche de celle de l'activité optique. L'e-commerce s'est également développé dans la région.

Asie-Pacifique

La région Asie-Pacifique a enregistré un chiffre d'affaires de 3 247 millions d'euros, en hausse de 9,3 % à taux de change constants[1] par rapport à 2023 (+7,0 % à taux de change courants), en croissance cette année encore malgré la base de comparaison élevée de 2023 (+14,3 % par rapport à 2022 à taux de change constants).

Le segment Professional Solutions a démarré l'année avec une croissance robuste, mais a connu un ralentissement au second semestre en raison du manque de confiance des consommateurs Chinois dans le marché. Les performances des offres de contrôle de la myopie sont restées positives, en particulier avec la croissance de 60 % de Stellest, qui a plus que compensé le ralentissement des ventes de la marque locale Bolon. Le Japon a affiché de bons résultats cette année, alors que l'Inde et la Corée du Sud sont montés en puissance.

Le segment Direct to Consumer dans la région a été porté par la performance soutenue d'OPSM en Australie/Nouvelle-Zélande et par le dynamisme des ventes au détail au Japon sur une base de ventes à magasins comparables[3]. Les enseignes solaire en Asie du Sud-Est ont réalisé de belles performances et Oakley a suscité un intérêt croissant auprès de son public asiatique. Avec huit magasins dans la région Asie-Pacifique, la première contribution de Supreme a été significative, élargissant la portée du Groupe auprès des consommateurs asiatiques.

Amérique latine

L'Amérique latine a enregistré un chiffre d'affaires de 1 523 millions d'euros, en hausse de 9,7 % à taux de change constants[1] par rapport à 2023 (-0,9 % à taux de change courants), portée par l'effet favorable de l'inflation des prix en Argentine.

Dans le segment Professional Solutions, l'activité brésilienne a été affectée négativement par la catégorie verres en difficulté, tandis que la catégorie des montures a continué à se développer. Le Mexique a affiché une croissance stable sur l'année avec un ralentissement au second semestre. La Colombie a attiré l'attention grâce à une remarquable performance, soutenue par de nouveaux lancements.

Le segment Direct to Consumer a affiché de bonnes performances, tous les marchés participant à la croissance. La croissance a été portée par les enseignes optiques dans toute la région. Au second semestre, GMO a connu une solide progression. Les anciens magasins GrandVision, bénéficiant des effets positifs de l'intégration, ont affiché une croissance solide à deux chiffres des ventes à magasins comparables[3] en 2024. Les enseignes solaires ont clôturé l'année de manière positive, avec la reprise de la croissance de Sunglass Hut au second semestre.

Compte de résultat et Indicateurs Alternatifs de Performance

Compte de résultat consolidé d'EssilorLuxottica

En millions d'euros	2024	2023	Variation
Chiffre d'affaires	26 508	25 395	4,4 %
Coût des ventes	(9 702)	(9 347)	3,8 %
MARGE BRUTE	**16 805**	**16 048**	**4,7 %**
En % du chiffre d'affaires	*63,4 %*	*63,2 %*	
Charges opérationnelles	(13 358)	(12 871)	3,8 %
RÉSULTAT OPÉRATIONNEL	**3 448**	**3 176**	**8,5 %**
En % du chiffre d'affaires	*13,0 %*	*12,5 %*	
RÉSULTAT AVANT IMPÔT	**3 291**	**3 035**	**8,4 %**
En % du chiffre d'affaires	*12,4 %*	*12,0 %*	
Impôts sur le résultat	(800)	(609)	31,3 %
Taux effectif d'impôt	*24,3 %*	*20,1 %*	
RÉSULTAT NET	2 491	2 426	2,7 %
RÉSULTAT NET PART DU GROUPE	2 359	2 289	3,0 %

Le tableau ci-dessus présente les performances des activités d'EssilorLuxottica en 2024 et 2023.

- Le *Chiffre d'affaires* a augmenté de 4,4 % par rapport à 2023, à taux de change courants ; la performance du *Chiffre d'affaires* du Groupe est commentée, par activité ainsi que par zone géographique, dans le paragraphe précédent *Chiffre d'affaires consolidé*.
- Le *Coût des ventes* affiche une hausse de 3,8 %, à taux de change courants, par rapport à 2023, (inférieure à la croissance du chiffre d'affaires sur la même période) entraînant une hausse du taux de *Marge brute* (63,4 % contre 63,2 % en 2023). Le principal facteur de l'augmentation du taux de *Marge Brute* est le prix-mix positif aussi bien sur l'activité monture que sur l'activité verres, couplé de l'efficacité industrielle. La *Marge Brute* a également été impactée par des coûts non-récurrents relatifs à des projets de restructuration et de réorganisation principalement sur les usines de production du Groupe (voir paragraphe *Indicateurs ajustés*).
- Les *Charges opérationnelles* sont toujours significativement impactées par les amortissements résultant de la comptabilisation des actifs incorporels suite à l'allocation du prix d'acquisition liée aux acquisitions stratégiques et significatives réalisées par le Groupe (telles que le rapprochement entre Essilor et Luxottica et l'acquisition de GrandVision), pour un effet global proche de 1 milliard d'euros aussi bien en 2024 qu'en 2023. La performance 2024 (une hausse des charges opérationnelles de 3,8 % à taux de change courants) a été fortement influencée par la croissance de l'activité ainsi que par une pression inflationniste persistante sur les charges de personnel, en particulier sur les *Frais de commercialisation*. De plus, en 2024, le Groupe a été en soutien de ses marques et du lancement de nouveaux produits par des campagnes de marketing et de publicité comme celles en lien avec les Jeux Olympiques 2024 et le lancement de la nouvelle génération de verres Transitions (GEN S) et les lunettes connectées Ray-Ban Meta. Les *Charges opérationnelles* du Groupe incluent également les effets d'un certain nombre de projets de restructuration et de réorganisation menés par le Groupe au cours de l'année et de divers accords conclus en 2024 (voir paragraphe *Indicateurs ajustés*). Le *Résultat opérationnel*, représentant 13,0 % du chiffre d'affaires, est en augmentation par rapport à 2023, en raison des impacts mentionnés ci-dessus et des incidences défavorables sur les taux de change.
- Le *Résultat net* a augmenté pour atteindre 2 491 millions d'euros à comparer au résultat net de 2 426 millions d'euros en 2023, malgré une hausse de la charge d'impôts sur le résultat (qui incluait un produit d'impôt significatif relatif à la réévaluation d'une *position fiscale incertaine* pour environ 111 millions d'euros) combinée à une hausse des charges financières (en raison d'une hausse des intérêts sur les dettes de loyer).

Les Indicateurs Alternatifs de Performance (IAP) d'EssilorLuxottica

Indicateurs ajustés

Dans ce document, la Direction présente certains indicateurs de performance qui ne sont pas prévus par les normes IFRS (*International Financial Reporting Standards*) émises par l'*International Accounting Standards Board* (IASB, Bureau international des normes comptables) et approuvées par l'Union européenne. Ces agrégats ne sont pas destinés à être utilisés isolément ou à remplacer les agrégats figurant dans les états financiers consolidés d'EssilorLuxottica établis conformément aux normes IFRS. En effet, ces agrégats doivent être utilisés et analysés conjointement aux états financiers consolidés d'EssilorLuxottica pour une meilleure compréhension des performances opérationnelles du Groupe. Ces agrégats ne sont pas définis par les normes IFRS et les investisseurs sont invités à examiner avec attention leur définition.

Le rapprochement entre Essilor et Luxottica (« Rapprochement EL »), l'acquisition de GrandVision (« Acquisition GV »), les autres acquisitions stratégiques et significatives ainsi que les événements inhabituels, occasionnels ou sans rapport avec les activités normales ont un impact significatif sur les résultats consolidés. Par conséquent, certains agrégats ont été ajustés (« indicateurs ajustés »), dans le but de fournir des informations supplémentaires en base comparable par rapport aux exercices précédents, de refléter les performances économiques réelles d'EssilorLuxottica et de permettre leur suivi et leur comparabilité avec ceux de ses concurrents. En particulier, la Direction a ajusté les indicateurs suivants : le *Coût des ventes*, la *Marge brute*, les *Charges opérationnelles*, le *Résultat opérationnel*, le *Résultat avant impôt* et le *Résultat net*. Ces mesures ajustées sont rapprochées de leurs mesures les plus comparables présentées dans les états financiers consolidés pour la période de douze mois close le 31 décembre 2024.

En continuité avec les exercices précédents, en 2024 les indicateurs ajustés ne tiennent pas compte : (i) des impacts supplémentaires liés à l'allocation du prix d'acquisition relatif aux acquisitions stratégiques et significatives réalisées par le Groupe (*Ajustements liés à l'allocation du prix d'acquisition*) ; et (ii) des autres ajustements relatifs aux transactions inhabituelles, occasionnelles, ou sans rapport avec les activités normales, l'impact de ces événements pouvant altérer la compréhension de la performance du Groupe (Autres ajustements « non-GAAP »).

En millions d'euros	2024	Ajustements liés à l'allocation du prix d'acquisition	Autres ajustements « non-GAAP »	2024 Ajusté[2]
Chiffre d'affaires	26 508	—	—	26 508
Coût des ventes	(9 702)	10	20	(9 673)
MARGE BRUTE	**16 805**	**10**	**20**	**16 835**
En % du chiffre d'affaires	*63,4 %*			*63,5 %*
Charges opérationnelles	(13 358)	869	67	(12 421)
RÉSULTAT OPÉRATIONNEL	**3 448**	**879**	**87**	**4 414**
En % du chiffre d'affaires	*13,0 %*			*16,7 %*
Coût de l'endettement financier net et autres*	(157)	(0)	—	(157)
RÉSULTAT AVANT IMPÔT	**3 291**	**879**	**87**	**4 257**
En % du chiffre d'affaires	*12,4 %*			*16,1 %*
Impôts sur le résultat	(800)	(172)	(18)	(990)
RÉSULTAT NET	2 491	707	69	3 267
RÉSULTAT NET PART DU GROUPE	2 359	694	70	3 122

* *Incluant les* Autres produits/(charges) financiers *et la* Quote-part *dans le résultat net des sociétés mises en équivalence.*

Les Autres ajustements « non-GAAP » les plus significatifs en 2024 sont relatifs à :

- des projets de restructuration et de réorganisation (pour un effet de près de 98 millions d'euros sur le *Résultat opérationnel*) relatifs à différentes initiatives menées à travers le Groupe dans différentes régions et activités, y compris portant sur la poursuite de celles relatives aux réorganisations et à la centralisation des activités de GrandVision (pour près de 43 millions d'euros). Les impacts ont été comptabilisés en *Coût des ventes* (20 millions d'euros), en *Frais de recherche et développement* (impact positif de l'ordre de 1 million d'euros), en *Frais de commercialisation* et *Frais de publicité et marketing* (pour près de 46 millions d'euros) ainsi qu'en *Frais généraux et administratifs* (pour près de 33 millions d'euros) ;
- des honoraires dans le cadre de projets d'acquisition (pour près de 13 millions d'euros) et de contentieux (pour près de 18 millions d'euros, honoraires d'avocats inclus), comptabilisés en *Frais généraux et administratifs* ;
- un produit reconnu au niveau des Autres produits/(charges) opérationnels pour un montant cumulé de l'ordre de 50 millions d'euros et résultant de règlements de litiges obtenus par le Groupe en 2024 ; et
- Des *Impôts sur le résultat* ont été ajustés à hauteur de (18) millions d'euros en raison des impacts fiscaux induits par l'ensemble des ajustements décrits ci-dessus.

Compte de résultat consolidé ajusté[2]

En millions d'euros	2024 Ajusté[2]	2023 Ajusté[2]	Variation à taux de change constants[1]	Variation à taux de change courants
Chiffre d'affaires	26 508	25 395	6,0 %	4,4 %
Coût des ventes	(9 673)	(9 305)	5,1 %	4,0 %
MARGE BRUTE	**16 835**	**16 090**	**6,5 %**	**4,6 %**
En % du chiffre d'affaires	*63,5 %*	*63,4 %*		
Frais de recherche et développement	(371)	(333)	11,6 %	11,3 %
Frais de commercialisation	(7 964)	(7 502)	7,4 %	6,2 %
Redevances	(252)	(246)	4,5 %	2,4 %
Frais de publicité et de marketing	(1 716)	(1 700)	1,9 %	0,9 %
Frais généraux et administratifs	(2 124)	(2 126)	0,9 %	-0,1 %
Autres produits/(charges) opérationnels	6	(4)	>100 %	>100 %
Total des charges opérationnelles	(12 421)	(11 912)	5,4 %	4,3 %
RÉSULTAT OPÉRATIONNEL	**4 414**	**4 178**	**9,4 %**	**5,7 %**
En % du chiffre d'affaires	*16,7 %*	*16,5 %*		
Coût de l'endettement financier net et autres*	(157)	(144)	10,5 %	8,6 %
RÉSULTAT AVANT IMPÔT	**4 257**	**4 033**	**9,4 %**	**5,6 %**
En % du chiffre d'affaires	*16,1 %*	*15,9 %*		
Impôts sur le résultat	(990)	(938)		
Taux effectif d'impôt	*23,26 %*	*23,25 %*		
RÉSULTAT NET	**3 267**	**3 095**	**9,3 %**	**5,6 %**
RÉSULTAT NET PART DU GROUPE	3 122	2 946	9,8 %	6,0 %

* *Incluant les* Autres produits/(charges) financiers *et la* Quote-part *dans le résultat net des sociétés mises en équivalence.*

Le ***Chiffre d'affaires*** de l'année s'est élevé à 26 508 millions d'euros, en augmentation de 6,0 % à taux de change constants[1] (+4,4 % à taux de change courants).

Marge brute ajustée[2] : **+6,5 % à taux de change constants[1] (4,6 % à taux de change courants)**

La *Marge brute* ajustée[2] s'est élevée à 16 835 millions d'euros en 2024, représentant 63,5 % du chiffre d'affaires (contre 63,4 % du chiffre d'affaires en 2023). Les principaux facteurs de progression de la *Marge brute* sont l'effet prix-mix, tant pour les activités montures que pour les activités verres, ainsi que l'efficacité industrielle.

Charges opérationnelles ajustées[2] : **+5,4 % à taux de change constants[1] (4,3 % à taux de change courants)**

Les *Charges opérationnelles* ajustées[2] se sont élevées à 12 421 millions d'euros en 2024, représentant 46,9 % du chiffre d'affaires (46,9 % en 2023).

Les principales variations relatives aux *Charges opérationnelles* portent sur :

- Des *Frais de commercialisation* de 7 964 millions d'euros, en augmentation de 7,4 % à taux de change constants[1] par rapport à 2023. Le principal moteur de cette augmentation des coûts réside dans l'investissement du Groupe dans ses équipes commerciales au sein de la division Professional Solutions, les impacts des acquisitions réalisées en 2024 et les tendances inflationnistes, notamment sur les charges de personnel.
- Des *Frais de publicité et de marketing* de 1 716 millions d'euros, en hausse de 1,9 % à taux de change constants[1], en raison d'investissements spécifiques en faveur des marques du Groupe et des lancements de nouveaux produits, telles que des initiatives marketing dans le contexte des Jeux Olympiques 2024, le parrainage de *Luna Rossa* et le soutien constant au lancement de la nouvelle génération de verres Transitions (GEN S) et les lunettes connectées Ray-Ban Meta. Les effets de ces initiatives ont été en partie contrebalancés par des économies résultant de la centralisation et de l'intégration des activités.
- Des *Frais généraux et administratifs* de 2 124 millions d'euros, en hausse de 0,9 % à taux de change constants[1], par rapport à 2023, principalement en raison des synergies générées par l'intégration de GrandVision ainsi que des mesures de compression des coûts.

***Résultat opérationnel* ajusté[2] : +9,4 % à taux de change constants[1] (+5,7 % à taux de change courants)**

Le Groupe a présenté un *Résultat opérationnel* ajusté[2] de 4 414 millions d'euros, représentant 16,7 % du chiffre d'affaires comparé à 16,5 % en 2023 (17,0 % à taux de change constants[1], soit une amélioration d'environ 50 points de base comparé à 2023).

Coût de l'endettement financier net* ajusté[2] *et autres

Le *Coût de l'endettement financier net* ajusté[2] *et autres* est en hausse par rapport à 2023, principalement en raison d'une hausse des charges d'intérêts sur les dettes de location (comptabilisées selon la norme IFRS 16 - *Contrats de location*).

***Impôts sur le résultat* ajusté[2]**

EssilorLuxottica a affiché un taux d'impôt ajusté[2] de 23,3 % pour l'année 2024 comme en 2023.

***Résultat net part du Groupe* ajusté[2] : en hausse de +9,8 % à taux de change constants[1] (+6,0 % à taux de change courants).**

Bilan, endettement financier net, flux de trésorerie et autres mesures « non-GAAP »

État de la situation financière consolidée d'EssilorLuxottica reclassé

L'état reclassé de la situation financière consolidée d'EssilorLuxottica agrège les montants des actifs et des passifs de l'état de la situation financière consolidée conformément aux critères fonctionnels qui considèrent le Groupe classiquement divisé en trois domaines fondamentaux axés sur les investissements, l'exploitation et le financement.

En millions d'euros	31 décembre 2024	31 décembre 2023
Goodwill	31 996	30 265
Immobilisations incorporelles	11 047	11 014
Immobilisations corporelles	5 689	5 182
Droits d'utilisation	3 484	3 069
Titres mis en equivalence	85	81
Autres actifs non courants	1 535	803
Actifs immobilisés	53 836	50 415
Besoin en fonds de roulement commercial	3 756	3 306
Avantages au personnel et provisions	(939)	(1 010)
Créances d'impôts/(dettes)	(243)	(290)
Impôts différés actifs/(passifs)	(1 651)	(1 758)
Impôts actifs/(passifs)	(1 895)	(2 048)
Autres actifs opérationnels courants/(passifs)	(2 791)	(2 673)
Actifs/(passifs) destinés à la vente	—	—
CAPITAL NET INVESTI	**51 967**	**47 990**
CAPITAUX PROPRES	**41 001**	**38 891**
ENDETTEMENT FINANCIER NET	10 966	9 098

Les *Actifs immobilisés*, d'une valeur de 53 836 millions d'euros ont augmenté de 3 421 millions d'euros par rapport au 31 décembre 2023. Les principales catégories d'actifs contribuant à cette diminution sont indiquées ci-dessous :

i. *Goodwill* : le goodwill a augmenté de 1 732 millions d'euros, dont 957 millions d'euros résultant de regroupements d'entreprises intervenus sur l'exercice, en particulier ceux de Supreme et Heidelberg Engineering, et 775 millions d'euros dus aux effets des variations des taux de change.

ii. *Les immobilisations incorporelles* : l'augmentation de 33 millions d'euros se décompose en 760 millions d'euros résultant de regroupements d'entreprises intervenus sur l'exercice, en particulier celui de Supreme, 341 millions d'euros de nouvelles acquisitions de l'année principalement en licences, logiciels et projets de R&D, et 266 millions d'euros dus aux effets des variations des taux de change, ainsi que par une baisse pour 1 300 millions d'euros provenant des charges d'amortissement de la période (significativement impactées par les charges d'amortissement résultant de la reconnaissance d'actifs incorporels suite à l'allocation du prix d'acquisition relatif au Rapprochement EL et à l'Acquisition GV).

iii. Les *Immobilisations corporelles* et le *Droit d'utilisation* : l'augmentation d'ensemble sur la période est de 922 millions d'euros. Les nouvelles immobilisations de la période (dépenses en investissements pour près de 1 185 millions d'euros, ainsi que la reconnaissance de nouveaux droits d'utilisation dans le cadre des contrats de location conclus en 2024 pour 1 205 millions d'euros) ont été compensées par les charges d'amortissement et de dépréciation de la période pour un montant de 1 766 millions d'euros. Les principales acquisitions d'immobilisations corporelles de l'année ont été relatives à l'élargissement de l'empreinte industrielle et de la chaîne d'approvisionnement ainsi qu'à l'amélioration et la rénovation du réseau de magasins. Les regroupements d'entreprises reconnus cette

année contribuent à l'augmentation des *Immobilisations corporelles* et du *Droit d'utilisation* pour respectivement 63 millions d'euros et 124 millions d'euros.

Le *Besoin en fonds de roulement commercial* (soit la somme des stocks, des créances clients et des dettes fournisseurs) a augmenté de 451 millions d'euros par rapport au 31 décembre 2023 en raison de la croissance des deux divisions segments Professional Solutions et Direct to Consumer ainsi que par la contribution des acquisitions significatives réalisées au cours du quatrième trimestre de l'année.

Les *Capitaux propres* ont augmenté du résultat net part du Groupe de la période (2 359 millions d'euros) ainsi que des effets provenant de la conversion des soldes et flux en devises (une hausse de 961 millions d'euros des réserves de conversion du Groupe); le solde des *Capitaux propres* a également été impacté par le versement du dividende de l'année générant une baisse de 1 256 millions d'euros dont 1 163 millions d'euros versés aux actionnaires d'EssilorLuxottica n'ayant pas opté pour le dividende en actions (voir paragraphe *Faits marquants*) et 92 millions d'euros distribués aux actionnaires minoritaires des filiales du Groupe. Les charges de rémunération en action ont également impacté les capitaux propres (hausse de 219 millions d'euros) ainsi que le solde net des opérations sur actions propres (diminution de 315 millions d'euros entièrement due au programme de rachat d'actions initié en 2024, voir paragraphe *Faits marquants de l'année*).

L'*Endettement financier* net a augmenté de 1 867 millions d'euros par rapport au 31 décembre 2023, comme présenté dans le paragraphe dédié.

Autres mesures « non-GAAP »

D'autres mesures « non-GAAP » telles que l'Endettement financier net, le Cash-flow libre, l'EBITDA et le ratio d'Endettement financier net sur EBITDA sont également incluses dans ce document en vue de :

- renforcer la transparence pour les investisseurs ;
- aider les investisseurs à évaluer la performance opérationnelle du Groupe et de sa capacité à refinancer sa dette à mesure qu'elle arrive à échéance et à contracter des dettes supplémentaires pour investir dans de nouvelles opportunités opérationnelles ;
- aider les investisseurs à évaluer le coût de la dette du Groupe ;
- veiller à ce que ces mesures soient pleinement comprises à la lumière de la manière dont le Groupe évalue ses résultats opérationnels et son effet de levier ;
- définir correctement les paramètres utilisés et confirmer leur calcul ; et
- partager simultanément ces mesures avec tous les investisseurs.

Ces autres mesures « non-GAAP » ne sont pas destinées à être utilisées isolément ou à remplacer les agrégats figurant dans les états financiers consolidés d'EssilorLuxottica établis conformément aux normes IFRS, mais doivent plutôt être utilisées en complément des résultats IFRS afin d'aider le lecteur à mieux comprendre la performance opérationnelle du Groupe. En outre, les investisseurs doivent être conscients que la méthode de calcul de ces mesures « non-GAAP » peut différer de celle employée par d'autres sociétés.

Le tableau suivant présente un rapprochement entre ces mesures « non-GAAP » et les mesures financières IFRS les plus directement comparables.

En millions d'euros	2024	2023
Flux de trésorerie provenant des activités opérationnelles [(a)]	4 874	4 861
Acquisitions d'immobilisations corporelles et incorporelles [(a)]	(1 522)	(1 531)
Remboursements du principal des dettes de loyers [(a)]	(940)	(936)
CASH-FLOW LIBRE	**2 413**	**2 394**
Résultat opérationnel [(b)]	3 448	3 176
Amortissements, dépréciations et pertes de valeur [(a)]	3 098	2 972
EBITDA	**6 545**	**6 148**
ENDETTEMENT FINANCIER NET [(c)]	10 966	9 098
ENDETTEMENT FINANCIER NET/EBITDA LTM [(d)]	1,7	1,5

(a) *Tels que présentés dans le tableau des flux de trésorerie consolidés.*
(b) *Tel que présenté dans le compte de résultat consolidé.*
(c) *L'Endettement financier net est présenté dans la Note 19 – Dettes financières des Notes aux états financiers consolidés. Ses composantes sont aussi présentées dans le paragraphe Endettement financier net ci-dessous.*
(d) *EBITDA LTM = 12 mois glissants.*

Endettement financier net

L'*Endettement financier net hors dettes de loyer* du Groupe a atteint 7 319 millions d'euros au 31 décembre 2024, soit une hausse de plus de 1 460 millions d'euros par rapport au 31 décembre 2023. Au 31 décembre 2024, le solde des dettes de loyer a augmenté de 408 millions d'euros par rapport au 31 décembre 2023.

En millions d'euros	31 décembre 2024	31 décembre 2023
Dettes financières non courantes	7 071	6 559
Dettes financières courantes	2 498	1 858
TOTAL PASSIFS	**9 570**	**8 417**
Investissements court terme	—	—
Trésorerie et équivalents de trésorerie	(2 251)	(2 558)
TOTAL ACTIFS	**(2 251)**	**(2 558)**
Instruments dérivés sur les dettes financières (couverture de juste valeur)	—	(0)
ENDETTEMENT FINANCIER NET hors dettes de loyer	**7 319**	**5 859**
Dettes de loyer (courantes et non courantes)	3 647	3 239
ENDETTEMENT FINANCIER NET	10 966	9 098

Les dettes financières non courantes ont augmenté par rapport au 31 décembre 2023, essentiellement du fait de l'émission d'un Eurobond de 2 milliards d'euros en septembre 2024 et contrebalancé par le reclassement en dettes financières courantes d'un Eurobond de 1,5 milliard arrivant à échéance en mai 2025. Les dettes financières courantes sont en progression de 641 millions d'euros en raison du reclassement de 1,5 milliard d'euros (valeur nominale) présenté ci-dessus et d'une hausse de l'encours de Commercial Papers, principalement dans le cadre du programme USCP, partiellement compensée par une diminution provenant du remboursement de trois emprunts obligataires pour un montant total de 1,3 milliard d'euros (valeur nominale) arrivant à échéance entre janvier et avril 2024.

Tableau des flux de trésorerie consolidés reclassé

Le tableau des flux de trésorerie consolidés reclassé réconcilie l'EBITDA avec le flux net de trésorerie généré par le Groupe en mettant en évidence le flux de trésorerie provenant de l'exploitation (Cash-flow libre).

En millions d'euros	2024	2023
EBITDA	**6 545**	**6 148**
Dépenses d'investissements	(1 522)	(1 531)
Paiement des loyers (hors intérêts) [(a)]	(940)	(936)
Impôts payés	(982)	(916)
Variation du besoin en fonds de roulement commercial [(b)] et autres variations	(689)	(371)
CASH-FLOW LIBRE	**2 413**	**2 394**
Dividendes versés	(1 255)	(598)
Acquisitions de filiales, net de la trésorerie acquise	(1 755)	(114)
Autres variations des capitaux propres	(536)	(301)
Autres variations d'actifs financiers et non financiers	(346)	(78)
Variation des dettes financières (hors écarts de change)	1 083	(590)
VARIATION DE LA TRÉSORERIE	(395)	712

(a) *Remboursements du principal des dettes de loyers tels que présentés dans le tableau des flux de trésorerie consolidés.*
(b) *Besoin en fonds de roulement commercial: stocks, créances clients et dettes fournisseurs.*

Les *Dépenses d'investissements* décaissées s'élèvent à 1 522 millions d'euros, sensiblement en ligne avec la période comparative de l'année précédente et représentent environ 6 % du chiffre d'affaires du Groupe.

La ligne *Dividendes versés* a fortement augmenté en 2024 comparé à 2023 en raison de la part plus importante d'actionnaires d'EssilorLuxottica qui ont choisi de recevoir le paiement du dividende en trésorerie plutôt qu'en actions (paiement du dividende en actions) : 65 % en 2024 contre 34 % en 2023.

La ligne *Acquisitions de filiales, net de la trésorerie acquise*, représente les sorties nettes de trésorerie relatives aux regroupements d'entreprises finalisés sur l'exercice, et dans un effet moindre, les compléments de prix et/ou paiements différés portant sur des acquisitions finalisées les années passées. Le montant des sorties de trésorerie en 2024 est significativement plus élevé qu'en 2023 en raison des acquisitions majeures en 2024 : Supreme et Heidelberg Engineering (voir *Faits marquants de l'année*).

La ligne *Autres variations des capitaux propres* intègre, entre autres, les effets des opérations relatives aux participations ne donnant pas le contrôle - telles que les acquisitions d'intérêts minoritaires dans des sociétés consolidées et/ou l'exercice d'options de vente sur des intérêts minoritaires (297 millions d'euros en 2024 contre 64 millions d'euros en 2023) ainsi que les sorties de trésorerie relatives aux programmes de rachat d'actions pour près de 315 millions d'euros, frais de transaction inclus, en 2024 contre près de 312 millions en 2023), compensés par les encaissements liés aux augmentations de capital en numéraire et de l'exercice d'options de souscription d'actions.

Les flux reportés dans la ligne *Autres variations d'actifs financiers et non financiers* en 2024 comprennent les décaissements issus des prises de participation financières dans des sociétés non consolidées.

Enfin, la ligne *Variation des dettes financières (hors écarts de change)* a été principalement impactée par les mouvements décrits dans le paragraphe *Endettement financier net*.

Acquisitions et partenariats

Au cours de l'année 2024, EssilorLuxottica a poursuivi sa stratégie de fusions et acquisitions dans certaines activités et zones géographiques. Les principales transactions de l'année incluent les suivantes :

- Le 9 avril 2024, EssilorLuxottica, a finalisé l'acquisition de Washin Optical Co., Ltd, acteur japonais du commerce de détail de l'optique comptant environ 70 magasins dans le pays.
- Le 17 juillet 2024, EssilorLuxottica et VF Corporation ont annoncé avoir conclu un accord définitif pour qu'EssilorLuxottica acquière la marque Supreme de VF contre 1,5 milliard de dollars, transaction finalisée le 1er octobre 2024.
- Le 17 juillet 2024, EssilorLuxottica et Heidelberg Engineering ont annoncé avoir conclu un accord pour l'acquisition d'une participation de 80 % dans Heidelberg Engineering, une entreprise basée en Allemagne spécialisée dans les solutions de diagnostic, les technologies de chirurgie numérique et l'informatique médicale pour l'ophtalmologie clinique, transaction finalisée le 1er octobre 2024.
- Le 16 décembre 2024, EssilorLuxottica a annoncé avoir conclu un accord pour l'acquisition du groupe Espansione, une entreprise italienne spécialisée dans la conception et la fabrication de dispositifs médicaux non invasifs, protégés par des brevets internationaux, pour le diagnostic et le traitement de la sécheresse oculaire, de la surface oculaire et des maladies de la rétine. Cet accord, qui était sujet aux approbations règlementaires locales et aux conditions de clôture d'usage, a été finalisé au début 2025.

Les autres acquisitions réalisées sur la période portent sur des rachats de participations minoritaires et des prises de participations minoritaires ou majoritaires dans des sociétés opérant dans l'industrie de l'optique ophtalmique et la lunetterie.

Mission et développement durable

Aider chacun à « mieux voir et mieux être »

L'histoire d'EssilorLuxottica est ancrée autour de son engagement en faveur de l'innovation dans la santé visuelle et de sa profonde compréhension de la manière dont une bonne vision peut changer la vie. La mission du Groupe est d'aider chacun à « mieux voir et mieux être ». Cette mission est le moteur de sa stratégie et oriente son approche en matière de développement durable, ainsi que son ambition de contribuer à éliminer la mauvaise vision non corrigée en une génération.

Les innovations du Groupe corrigent, protègent et subliment la beauté des yeux, nos organes sensoriels les plus précieux. EssilorLuxottica combine une expertise inégalée dans la conception des verres et la fabrication de lunettes, un portefeuille de marques appréciées et un réseau de distribution international. Grâce à ces atouts uniques, EssilorLuxottica aide des milliards de personnes dans le monde à apprendre, à travailler, à s'exprimer et à réaliser leur plein potentiel.

Le manque de sensibilisation et d'accès à la santé visuelle est à l'origine d'un problème sanitaire mondial, aux conséquences économiques et sociales graves pour des milliards de personnes. Tout en répondant aux besoins changeants des deux milliards de personnes[2] qui portent actuellement des lunettes, EssilorLuxottica est également pionnier dans la mise en œuvre de solutions pour les 2,7 milliards de personnes[3] souffrant d'une mauvaise vision non corrigée et les 6,2 milliards de personnes[1] qui ne protègent pas leurs yeux des rayons nocifs. De plus, alors que plus de 50 % de la population mondiale[4] devrait souffrir de myopie d'ici 2050, le besoin de soins de la vision accessibles n'a jamais été aussi grand.

En tant que défenseur passionné des soins de la vision, EssilorLuxottica mène des campagnes à l'échelle mondiale pour sensibiliser le public, défendre la bonne vision en tant que droit humain fondamental et la positionner comme un moteur essentiel du développement mondial. L'impact socio-économique d'une mauvaise vision non corrigée est profond, créant des obstacles à l'éducation et à l'emploi qui perpétuent les cycles de pauvreté et limitent le potentiel individuel. À travers ses initiatives, EssilorLuxottica vise à briser ces cycles et à ouvrir des opportunités pour des millions de personnes.

Suite au lancement de sa feuille de route historique « Éliminer la mauvaise vision en une génération », EssilorLuxottica continue de plaider en faveur du « droit à la vue » fondamental, reconnaissant le rôle vital des soins de la vision dans le progrès mondial. Cette démarche est alignée à la résolution de 2021 des Nations Unies (ONU) « Vision pour tous » visant de façon unanime à garantir l'accès à la santé visuelle

2 *Estimations EssilorLuxottica.*
3 *Essilor International, Éliminer la mauvaise vision non corrigée en une génération. Essilor International. 2019: 15.*
4 *Brien Holden Vision Institute.*

dans le monde entier d'ici 2030. En intégrant les soins oculaires dans les Objectifs de Développement Durable (ODD) des Nations Unies, EssilorLuxottica renforce son engagement en faveur du développement durable et de l'équité mondiale. En 2024, le Groupe est resté concentré sur l'avancement de sa mission et la conduite d'initiatives qui rapprochent sa vision d'un monde sans vision pauvre de la réalité.

Améliorer la vision. Chez EssilorLuxottica, la vision est de créer un impact durable et qui change la vie à l'échelle mondiale. Le programme Eyes on the Planet du Groupe est à l'origine de cette mission, en veillant à ce que chacun, partout dans le monde, ait accès à des soins de vision de qualité tout en favorisant la durabilité et l'équité. Par le biais de sa Fondation OneSight EssilorLuxottica, l'entreprise s'attaque à l'un des handicaps les plus répandus au monde : la mauvaise vision non corrigée, qui touche 2,7 milliards de personnes dans le monde. Depuis 2013, la Fondation a transformé l'accès aux soins de la vision, en créant un accès permanent aux soins de la vision pour environ 980 millions de personnes et en équipant environ 87 millions de personnes de lunettes. Soutenus par plus de 33 400 points d'optique ruraux et la formation de milliers d'entrepreneurs en soins de la vision, ces efforts ont permis d'apporter des systèmes de soins oculaires durables, même dans les communautés les plus reculées du monde. Cet impact a valu à la Fondation une place sur la liste « Change the World » de Fortune, pour la quatrième fois, en reconnaissance de ses contributions transformatrices à la santé oculaire mondiale et à la durabilité.

Afin d'accroître son impact en tirant parti de sa vaste portée et de son expertise, la Fondation a signé un partenariat de collaboration mondiale avec l'Organisation mondiale de la santé dans le cadre de son initiative SPECS 2030. Ce programme révolutionnaire accélère la prestation de soins de la vision dans le monde entier en augmentant la couverture efficace des anomalies de la réfraction et en assurant un accès universel à des soins de vision de qualité. Dans le même temps, il s'aligne sur les ODD de l'ONU et la résolution « Vision pour tous », favorisant les progrès dans la réduction de la pauvreté, la santé, l'éducation, l'égalité des sexes et la croissance économique.

L'innovation est au cœur de l'approche de la Fondation OneSight EssilorLuxottica pour stimuler la vision. La télé-réfraction relie les prestataires de soins primaires ruraux aux optométristes urbains, garantissant des diagnostics précis et étendant les services aux zones où l'infrastructure de soins de santé est limitée. Des services de télé-réfraction sont maintenant offerts au Kenya, en Éthiopie et en Inde, et un programme pilote est en cours au Bangladesh. ClickCheck, un appareil de réfraction peu coûteux et primé, améliore l'efficacité des dépistages de la vision dans les communautés hors réseau du monde entier. De plus, les lunettes Ready2Clip minimisent les coûts et le temps pour les bénéficiaires, en proposant des lunettes personnalisables et abordables sur place.

L'impact de la Fondation OneSight EssilorLuxottica est amplifié par des programmes transformateurs dans le monde entier. En Afrique du Sud, l'initiative Vula Amehlo transforme des conteneurs d'expédition en cliniques de soins oculaires modulaires, comblant ainsi les lacunes en matière de soins de santé dans les zones rurales tout en offrant aux optométristes des opportunités commerciales durables. De même, à Goa (Inde), la Fondation s'est associée au gouvernement local pour former plus de 2 400 enseignants au dépistage de la vision, ce qui a permis à 230 000 enfants de bénéficier de dépistages et de lunettes. Goa est depuis devenu l'un des premiers États au monde à imposer des dépistages annuels de la vision aux écoliers, garantissant ainsi qu'aucun enfant n'est entravé par une mauvaise vision.

La mission d'EssilorLuxottica, qui consiste à aider chacun à « voir plus et à être plus », sous-tend tous les efforts du Groupe. En combinant l'innovation durable et l'impact social, EssilorLuxottica renforce la vision de manière à éliminer non seulement la mauvaise vision non corrigée, mais aussi à stimuler le développement économique, à favoriser l'éducation et à promouvoir l'inclusion, construisant ainsi un avenir durable et équitable pour tous.

Approche en matière de développement durable : *Eyes on the Planet*

Profondément ancré au cœur d'EssilorLuxottica, le développement durable est une composante essentielle de l'ADN du Groupe et l'élément clé pour poursuivre son histoire d'entreprise responsable afin d'aider chacun à mieux voir et mieux être. Présenté pour la première fois en 2021, le programme *Eyes on the Planet* repose sur cinq piliers clés décrits ci-dessous : « *Eyes on Carbon* », « *Eyes on Circularity* », « *Eyes on World Sight* », « *Eyes on Inclusion* » et « *Eyes on Ethics* ». Chaque pilier incarne un engagement clair et se décompose en un ensemble d'activités clés, facilement identifiables dans le modèle d'entreprise, offrant une présence et un lien avec les communautés et les territoires locaux, tout en soutenant sa mission.

- *Eyes on Carbon* : Depuis sa création, EssilorLuxottica s'est engagée à minimiser son impact environnemental tout au long de sa chaîne de valeur, dans le but d'atténuer les effets du changement climatique sur la planète. Les étapes clés comprennent la réduction et la neutralisation de l'empreinte carbone de ses opérations directes (scopes 1 et 2) dans le monde d'ici 2025 (déjà réalisée en Europe en 2023). De plus, en 2024, les objectifs de réduction des émissions de gaz à effet de serre (GES) d'EssilorLuxottica ont été validés par l'initiative Science Based Targets (SBTi), marquant une étape clé dans les efforts du Groupe pour réduire l'impact environnemental de ses propres activités, tout en engageant ses principaux fournisseurs dans sa démarche. Les nouveaux objectifs pour 2030 portent sur les émissions des scopes 1, 2 et 3 du Groupe, conformément aux efforts d'atténuation du changement climatique décrits dans l'Accord de Paris. Pour faciliter la réalisation des nouveaux objectifs, un plan de transition climatique a été préparé en 2024, présentant les priorités du Groupe en matière de réduction des émissions de GES : augmentation de l'autoproduction et du recours aux énergies renouvelables ; amélioration de l'efficacité énergétique dans l'ensemble des bâtiments,

optimisation de la chaîne d'approvisionnement et de la logistique et engagement des parties prenantes dans la transition climatique du Groupe.

Faits marquants de 2024 :

- De nouvelles installations photovoltaïques ont démarré en 2024, pour un total de 37,8 MWc de capacité ajoutée et contribuant à une augmentation de 65 % de la consommation d'énergie renouvelable autoproduite en 2024 ;
- Émissions de scopes 1 et 2 en baisse de 16 % par rapport à l'année de référence 2022, conformément à l'objectif de réduction absolue de 42 % d'ici 2030 ;
- Le déploiement des différents leviers de décarbonation identifiés dans le plan de transition climatique a permis de réduire les émissions de GES d'environ 450 000 tonnes par rapport à l'année de référence 2022.

- *Eyes on Circularity* : L'engagement climatique d'EssilorLuxottica est profondément lié à ses objectifs de circularité tout au long de sa chaîne de valeur, en s'appuyant sur son expertise en matière d'innovation durable pour l'ensemble de ses matériaux, processus, produits et services. Les efforts de l'entreprise portent sur l'optimisation de l'utilisation des ressources tout en garantissant des normes de produits élevées, avec l'objectif de remplacer les matériaux d'origine fossile par des matériaux biosourcés et/ou recyclés et d'intégrer l'éco-conception dans tous ses développements d'innovation d'ici fin 2025. En 2024, l'entreprise a étendu ses initiatives de vente directe aux consommateurs, positionnant ses activités de vente au détail comme des centres de circularité en offrant des services tels que des réparations en magasin et des programmes de collecte de vieilles lunettes. De plus, des progrès ont été réalisés dans la réduction de la consommation de plastique à usage unique dans les emballages de lunettes et les emballages logistiques. D'autres efforts ont été déployés comme l'augmentation les capacités de recyclage interne, en introduisant des verres de démonstration recyclées et en lançant un projet innovant pour recycler les déchets de nylon issus du moulage par injection en mobilier de magasin.

  Faits marquants de 2024 :

  - Taux de valorisation des déchets de 63 %, bénéficiant également d'investissements dans des solutions d'économie d'eau, d'optimisation continue des processus et de nouvelles technologies pour réduire les matières premières utilisées ;
  - Plus de 40 % des nouvelles collections sont fabriquées avec des matériaux responsables pour les montures et les verres plano ;
  - Lancement d'un nouvel outil propriétaire d'évaluation de la durabilité (éco-conception) permettant d'évaluer les projets d'innovation pour les lunettes et les verres ;
  - Réduction significative des articles en plastique à usage unique dans les emballages.

- *Eyes on Ethics* : Le modèle d'affaires verticalement intégré d'EssilorLuxottica est la clé pour mettre en œuvre et garantir une approche commerciale équitable et éthique partout où le Groupe est présent. Le Code d'éthique de l'entreprise et le Code de conduite des partenaires commerciaux établissent des pratiques harmonisées et protègent les droits humains et du travail tout au long de sa chaîne de valeur, conformément à la Charte internationale des droits de l'homme et aux conventions de l'OIT. En 2024, le Groupe a renforcé son approche éthique des affaires avec le lancement, entre autres, d'une nouvelle politique contre le blanchiment d'argent, d'une formation dédiée sur le Code d'éthique, ainsi que sur la lutte contre la corruption. L'efficacité de la chaîne d'approvisionnement est une priorité constante, et le Groupe continue de poursuivre l'initiative de son programme d'achats responsable pour s'assurer que ses partenaires commerciaux sont alignés sur les principes et valeurs éthiques d'EssilorLuxottica.

  Faits marquants de 2024 :

  - Les actions existantes sont regroupées dans le cadre d'un seul programme d'achats responsables d'EssilorLuxottica couvrant les droits du travail et humains, l'environnement, la santé et la sécurité, la gouvernance et l'éthique. 106 audits "achats responsables ont été réalisés sur les sites des fournisseurs ;
  - Déploiement mondial de l'outil de signalement SpeakUp, disponible 24 heures sur 24 et 7 jours sur 7 en 19 langues et soutenu par des lignes d'assistance téléphonique dans 11 pays.

- *Eyes on Inclusion* : Les collaborateurs de l'entreprise jouent un rôle central et contribuent de manière significative aux efforts de développement durable et de création de valeur d'EssilorLuxottica. EssilorLuxottica cherche à développer une culture d'apprentissage, de diversité et de sécurité, ainsi qu'à créer un environnement de travail qui offre à tous les mêmes opportunités sur la base du mérite et sans discrimination. L'année 2024 a marqué une avancée significative en matière de diversité, d'équité et d'inclusion (DE&I) ainsi que dans la mise en œuvre de sa culture de la santé, de la sécurité et du bien-être au travail. Les étapes clés incluent la publication de la politique mondiale HSE dans le cadre de l'engagement du Groupe à protéger l'environnement, la santé et la sécurité de ses salariés, de ses partenaires commerciaux, de ses clients et des communautés locales ; l'introduction de la politique mondiale DE&I pour intégrer des principes inclusifs, le lancement du comité d'inclusion pour surveiller l'égalité à l'échelle mondiale et le déploiement de « Your Voice », une plateforme mondiale recueillant les commentaires des employés.

Faits marquants de 2024 :

- Diversité de genre : les femmes représentent 60 % de l'ensemble des collaborateurs du Groupe, 35 % des organes des membres des instance dirigeantes et 35 % des cadres dirigeants ;
- Forte adoption de la plateforme d'apprentissage Leonardo, avec 3,4 millions d'heures de formation, soit +25 % par rapport à 2023, dont 18 639 sessions en direct ;
- Lancement de la campagne d'écoute Your Voice, avec un taux de participation mondial de 78 % ;
- Lancement du Comité d'entreprise européen d'EssilorLuxottica, représentant les employés des 26 pays de l'UE et du Royaume-Uni.

- ***Eyes on World Sight*** : Fondée sur la conviction qu'une bonne vision est un droit humain fondamental, le Groupe a l'ambition d'éliminer la mauvaise vision non corrigée en une génération et de rendre la santé visuelle accessible à tous, partout. Cette responsabilité envers la vision et la société s'inscrit dans les initiatives de citoyenneté d'entreprise, telles que la défense de la bonne vision dans les communautés mal desservies par le biais de OneSight EssilorLuxottica Foundation. En 2024, OneSight EssilorLuxottica Foundation s'est associée avec l'Organisation mondiale de la santé (OMS) dans le cadre de l'initiative SPECS 2030, qui représente une avancée significative dans l'amélioration de l'accès à la santé visuelle dans le monde, en particulier dans les milieux à faibles ressources. Reconnue pour son impact mondial, EssilorLuxottica a été incluse pour la quatrième fois dans la liste « *Change the World* » du magazine Fortune. De plus, EssilorLuxottica poursuit ses efforts pour rendre l'art accessible à tous par le biais de l'initiative « Eyes on Art ».

  Faits marquants de 2024 :

  - Accès pérenne à des services de santé visuelle pour 216 millions de personnes ;
  - Création de 5 600 points d'accès à l'optique en milieu rural ;
  - Fourniture de lunettes à 14 millions de personnes ;
  - Plus de 5 500 collaborateurs bénévoles dans le monde (3 800 en 2023).

En 2024, EssilorLuxottica a obtenu la reconnaissance des principaux évaluateurs ESG du monde entier, soulignant ses progrès et son positionnement en tant qu'un des leaders du développement durable dans son secteur.

- Première inclusion dans l'indice Dow Jones Best-in-Class Europe, se classant parmi les meilleures entreprises européennes en termes de performance ESG
- Présentation dans le « *Sustainability Yearbook 2025* » de S&P Global, soulignant l'engagement indéfectible d'EssilorLuxottica en faveur du développement durable et de l'excellence des pratiques ESG
- Amélioration de la notation ESG MSCI de « AA » à « AAA », reconnaissant le succès du Groupe dans la gestion efficace des risques et opportunités ESG
- Amélioration de la notation du risque ESG Sustainalytics à « Faible risque », soulignant sa forte capacité à gérer les risques ESG spécifiques à l'industrie
- Participation au questionnaire CDP, où le Groupe a obtenu les scores A- sur le changement climatique (contre B en 2023) et B sur la gestion de l'eau (sur une échelle de D- à A), reflétant sa transparence et ses efforts proactifs dans ces domaines critiques.

Toutes ces reconnaissances réaffirment l'engagement d'EssilorLuxottica en faveur du développement durable, en ouvrant la voie, avec ses partenaires et parties prenantes, à des pratiques commerciales responsables.

Investissements réalisés en 2024 et prévus pour 2025

En millions d'euros	2024	2023	2022
Immobilisations corporelles et incorporelles *(brute des cessions)*	1 522	1 531	1 572
Amortissements, dépréciations et pertes de valeur	3 098	2 972	2 970
Acquisitions de filiales, net de la trésorerie acquise	1 755	114	965
Acquisition/(Cession) d'actions propres	274	271	431

Dépenses d'investissements

En 2024, les dépenses d'investissements décaissées d'EssilorLuxottica se sont élevées à 1 522 millions d'euros (soit 5,7 % du chiffre d'affaires du Groupe, 6 % en 2023), montant globalement en ligne par rapport à 2023 et relatif aux investissements dans le réseau des magasins ainsi que dans les infrastructures digitales.

Investissements financiers

Les acquisitions de filiales, nettes de la trésorerie acquise, s'élèvent à 1 755 millions d'euros en 2024 (114 millions d'euros en 2023 et 965 millions d'euros en 2022). Ces montants représentent les sorties de trésorerie nette relatives aux regroupements d'entreprises réalisés sur l'année, ainsi que, dans une moindre mesure, les compléments de prix ou paiements différés relatifs à des acquisitions réalisées les années précédentes. En 2024, ce montant était principalement lié aux opérations décrites dans le paragraphe *Acquisitions et partenariats*, dont l'acquisition de la marque Supreme et d'une participation de 80 % de la société allemande Heidelberg Engineering ; en 2023, cela correspondait principalement aux opérations décrites dans le paragraphe Acquisitions et partenariats, dont l'acquisition de la startup israélienne Nuance Hearing ; tandis qu'en 2022, le montant correspondait aux acquisitions, entre autres, de Walman, SightGlass Vision et Fedon.

Par ailleurs, en 2024, le Groupe a acquis près de 1,5 millions d'actions EssilorLuxottica dans le cadre de son programme de rachat d'actions annoncé fin juillet 2024 (voir le paragraphe *Faits marquants de l'année*), pour un prix moyen de 212,22 euros par action et une sortie de trésorerie totale de 315 millions d'euros - frais inclus. Des programmes similaires avaient été initiés en 2023 et 2022, lorsque le Groupe avait acquis pour respectivement près de 1,7 millions d'actions (à un prix moyen de 173,15 euros et une sortie de trésorerie de 312 millions d'euros - frais inclus) et près de 3 millions d'actions (à un prix moyen de 156,74 euros et une sortie de trésorerie de 470 millions d'euros - frais inclus). Les actions acquises sont destinées à être attribuées ou cédées aux salariés et mandataires sociaux d'EssilorLuxottica et des sociétés liées, notamment dans le cadre de la participation aux résultats de l'entreprise, de l'attribution d'actions gratuites, d'actions de performance ou d'options d'achat d'actions, et de la participation à tout plan d'actionnariat salariés.

Principaux investissements futurs

En 2025, le Groupe continuera à investir fortement dans le renouvellement de son réseau de magasins, ses capacités de productions (achèvement des nouveaux sites) et dans ses infrastructures informatiques et technologiques pour mener à bien l'intégration. Le Groupe continuera également ses programmes de rachat d'action afin d'être attribuées ou cédées aux salariés et mandataires sociaux d'EssilorLuxottica et des sociétés liées, notamment dans le cadre de la participation aux résultats de l'entreprise, de l'attribution d'actions gratuites, d'actions de performance ou d'options d'achat d'actions, et de la participation à tout plan d'actionnariat salariés.

Événements postérieurs à la clôture

Acquisition de la startup française Pulse Audition centrée sur l'IA

Le 2 janvier 2025, EssilorLuxottica a annoncé l'acquisition de Pulse Audition, une startup française proposant des solutions de réduction du bruit et de rehaussement de la voix basés sur des algorithmes intégrant l'IA, permettant aux personnes malentendantes de mieux comprendre les propos de leurs interlocuteurs, en particulier dans des environnements bruyants.

Grâce aux technologies propriétaires de Pulse Audition et à son expertise en matière de développement de logiciels d'IA embarquée et de traitement du signal audio, EssilorLuxottica disposera de dispositifs et de logiciels propriétaires qui viendront compléter et améliorer la qualité de ses produits et solutions sur le long terme et pourra s'appuyer sur une équipe de haut niveau. Cette nouvelle étape dans l'approche lancée en 2023 avec l'acquisition de Nuance Hearing est parfaitement alignée avec la stratégie du Groupe dans le domaine des solutions auditives.

EssilorLuxottica obtient l'autorisation de la FDA et les certifications européennes pour les lunettes Nuance Audio qui seront désormais disponibles aux États-Unis et en Europe

Le 3 février 2025, EssilorLuxottica a annoncé avoir reçu l'autorisation de la Food and Drug Administration américaine (FDA) pour la commercialisation sans ordonnance de ses Nuance Audio Glasses aux États-Unis. Le Groupe a également obtenu le marquage CE conformément au Règlement européen sur les dispositifs médicaux, ainsi que la certification ISO de Système de Management de la Qualité dédiée aux aides auditives, ce qui permet de lancer Nuance Audio en Europe.

Nuance Audio ouvre la voie à une nouvelle catégorie disruptive dans le domaine de la med-tech : son logiciel est le premier à être certifié par la FDA, aux États-Unis, en tant que Software as a Medical Device (SaMD), avec des préréglages permettant une utilisation optimale des lunettes. Ce produit intègre parfaitement une technologie auditive révolutionnaire, à oreille ouverte, dans une paire de lunettes intelligentes et élégantes. Après des décennies d'obstacles à l'adoption, allant de l'inconfort à la visibilité des aides auditives traditionnelles, les consommateurs pourront enfin bien voir et mieux entendre grâce à un seul produit, à la fois esthétique et très fonctionnel.

Nuance Audio sera disponible à l'achat à partir du 1er trimestre aux États-Unis et dans le courant du 1er semestre dans certains pays européens dont la France, l'Allemagne et le Royaume-Uni, l'Italie lançant progressivement dès le 1er trimestre, en parallèle au marché américain.

Dans le cadre de son modèle ouvert, EssilorLuxottica s'appuiera sur son vaste réseau de magasins en propre, ainsi que sur les canaux traditionnels de distribution des aides auditives et sur les opticiens indépendants afin de rendre cette technologie accessible aux consommateurs partout où cela est possible.

EssilorLuxottica acquiert la start-up canadienne med-tech Cellview

Poursuivant son engagement à élever les standards de l'industrie et à améliorer la qualité des solutions de santé visuelle, EssilorLuxottica a annoncé, le 11 février 2025, l'acquisition de Cellview Imaging Inc, une start-up canadienne spécialisée dans le diagnostic innovant fondé sur l'imagerie rétinienne. Grâce aux technologies propriétaires de Cellview, le Groupe élargit son portefeuille de solutions et d'instruments d'optique ophtalmique, poursuivant son parcours dans le domaine de la med-tech.

Basée à Toronto, Cellview conçoit et fabrique des instruments innovants et très performants de diagnostic par imagerie grâce à une solide expertise R&D interne. Déjà distribuées en Amérique du Nord, les solutions de Cellview permettent aux professionnels de la vue de diagnostiquer les pathologies rétiniennes grâce à la caméra rétinienne ultra-grand champ capable de capturer des images nettement plus grandes que la plupart des technologies existantes. L'offre de produits de Cellview a été approuvée par la FDA et a obtenu le marquage CE. Elle cible un large marché – des consultations en points de vente aux cliniques d'ophtalmologie - et est prête à être distribuée dans différentes régions, en commençant par l'Europe.

Évolutions récentes et perspectives

Évolutions récentes

L'année 2024 a connu des performances divergentes en fonction des marchés et des secteurs, avec une normalisation post-covid mais des turbulences dues à des facteurs macroéconomiques. Nous avons abordé l'année 2025 avec des incertitudes, en raison de réelles tensions géopolitiques, des perspectives incertaines quant au rythme de réduction des taux d'intérêt et des frictions concernant les droits d'importation et les politiques d'immigration. Bien que le consommateur américain ait fait preuve d'une certaine résilience globale vers la fin de l'année dernière, des risques macroéconomiques subsistent sur le marché. Les défis macroéconomiques en Chine continuent de peser sur la confiance des consommateurs et le marché est dans l'attente de solutions à long-terme. En outre, l'Europe et le reste du monde continuent de souffrir des tensions géopolitiques et politiques locales.

Dans cet environnement instable, EssilorLuxottica s'est appuyé sur son modèle intégré verticalement pour faire preuve d'une agilité remarquable en anticipant les besoins des clients et s'adapter rapidement aux changements du marché. La Société s'est essentiellement attachée à répondre aux besoins des personnes en matière de soins de la vue, en continuant à élargir son portefeuille de produits, à améliorer ses services, à développer des solutions créatives et à investir dans l'avenir de l'industrie. Ces initiatives ont ouvert la voie à une croissance durable pour cette année et les années à venir.

En raison des progrès technologiques, l'industrie de l'intelligence artificielle connaît une croissance exponentielle. Des produits industriels aux biens de consommation, en passant par les prototypes aux diverses applications, la vision d'un monde alimenté par l'IA devient une réalité. Directement liée à l'intelligence artificielle, la catégorie des lunettes intelligentes est en plein essor. Les lunettes intelligentes de Ray-Ban Meta ont connu un franc succès auprès des consommateurs, parachevant une croissance bien supérieure aux attentes. Guidée par sa vision à long terme, la Société continue de développer cette nouvelle catégorie en tirant parti de son expérience et de son expertise. Le lancement de Nuance Audio dans le secteur des appareils auditifs au début de 2025 est un témoignage supplémentaire de l'accent mis par la direction sur les innovations révolutionnaires dans l'activité des lunettes intelligentes.

Perspectives

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 constants[1] (sur la base du chiffre d'affaires 2021 *pro forma*[4]) visant un chiffre d'affaires de l'ordre de 27 à 28 milliards d'euros et anticipe l'atteinte d'un résultat opérationnel ajusté[2] de l'ordre de 19 à 20 % du chiffre d'affaires à l'issue de cette période.

Notes

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 Mesures ou indicateurs ajustés : ajustés des produits et charges liés au rapprochement entre Essilor et Luxottica (« Rapprochement EL »), à l'acquisition de GrandVision (« Acquisition G »), 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 *Indicateurs ajustés*).

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 (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. 1er janvier). Le chiffre d'affaires comparable a été préparé à titre illustratif dans le seul but de fournir des informations comparables.

5 Cash-flow libre : *Flux de trésorerie provenant des activités opérationnelles*, moins la somme des *Acquisitions d'immobilisations corporelles et incorporelles* et des *Remboursements du principal des dettes de loyers* conformément au tableau IFRS des flux de trésorerie consolidés.

6 Endettement financier net : somme des *Dettes financières courantes et non-courantes*, *Dettes de loyer courantes et non-courantes*, moins les *Investissements court-terme*, la *Trésorerie et équivalents de trésorerie* et les *Instruments dérivés sur les dettes financières (couverture de juste valeur)* comme présentés dans les états financiers consolidés IFRS.

Annexe 1 –

Extraits des États financiers consolidés

Compte de résultat consolidé

En millions d'euros	2024	2023
Chiffre d'affaires	26 508	25 395
Coût des ventes	(9 702)	(9 347)
MARGE BRUTE	**16 805**	**16 048**
Frais de recherche et développement	(630)	(593)
Frais de commercialization	(8 518)	(8 041)
Redevances	(252)	(246)
Frais de publicité et de marketing	(1 820)	(1 799)
Frais généraux et administratifs	(2 193)	(2 211)
Autres produits/(charges) opérationnels	55	19
Total des charges opérationnelles	(13 358)	(12 871)
RÉSULTAT OPÉRATIONNEL	**3 448**	**3 176**
Coût de l'endettement financier net	(165)	(116)
Autres produits/(charges) financiers	5	(24)
Quote-part dans le résultat net des sociétés mises en équivalence	3	(1)
RÉSULTAT AVANT IMPÔT	**3 291**	**3 035**
Impôts sur le résultat	(800)	(609)
RÉSULTAT NET	2 491	2 426
dont :		
• part du Groupe	2 359	2 289
• part des participations ne donnant pas le contrôle	132	137
Nombre moyen pondéré d'actions en circulation :		
• de base	453 926 761	448 066 944
• dilué	460 012 730	450 765 862
Résultat net, part du Groupe par action *(en euros)* :		
• de base	5,20	5,11
• dilué	5,13	5,08

État de la situation financière consolidée

Actif

En millions d'euros	31 décembre 2024	31 décembre 2023
Goodwill	31 996	30 265
Immobilisations incorporelles	11 047	11 014
Immobilisations corporelles	5 689	5 182
Droits d'utilisation	3 484	3 069
Titres mis en équivalence	85	81
Autres actifs non courants	1 535	803
Impôts différés actifs	391	387
TOTAL ACTIFS NON COURANTS	**54 227**	**50 802**
Stocks et en cours	3 152	2 750
Créances clients	3 261	2 936
Créances d'impôt	294	271
Autres actifs courants	1 078	1 206
Trésorerie et équivalents de trésorerie	2 251	2 558
TOTAL ACTIFS COURANTS	**10 036**	**9 721**
TOTAL DE L'ACTIF	64 264	60 523

État de la situation financière consolidée

Passif

En millions d'euros	31 décembre 2024	31 décembre 2023
Capital	82	82
Primes d'émission	23 539	22 882
Actions propres	(172)	(312)
Autres réserves	14 568	13 298
Résultat net part du Groupe	2 359	2 289
CAPITAUX PROPRES PART DU GROUPE	**40 376**	**38 239**
Capitaux propres attribuables aux participations ne donnant pas le contrôle	626	653
TOTAL DES CAPITAUX PROPRES	**41 001**	**38 891**
Dettes financières non courantes	7 071	6 559
Dettes de loyers non courantes	2 733	2 399
Avantages au personnel	455	431
Provisions non courantes	214	234
Autres passifs non courants	191	123
Impôts différés passifs	2 043	2 145
TOTAL PASSIFS NON COURANTS	**12 707**	**11 890**
Dettes financières courantes	2 498	1 858
Dettes de loyers courantes	914	841
Dettes fournisseurs	2 657	2 381
Dettes d'impôt	537	561
Provisions courantes	270	345
Autres passifs courants	3 679	3 756
TOTAL PASSIFS COURANTS	**10 555**	**9 741**
TOTAL DU PASSIF	64 264	60 523

Tableau des flux de trésorerie consolidés

En millions d'euros	2024	2023
RÉSULTAT NET	**2 491**	**2 426**
Amortissements, dépréciations et pertes de valeur	3 098	2 972
Résultat des cessions d'actifs	6	4
Charges relatives aux paiements fondés sur des actions	162	195
Impôts sur le résultat	800	609
Résultat financier, net	159	140
Autres éléments sans incidence sur la trésorerie	16	(5)
Dotation (reprise) nette aux provisions	(90)	32
Variation du besoin en fonds de roulement commercial	(474)	(300)
Variation des autres créances et dettes opérationnelles	(133)	(159)
Impôts payés, net	(982)	(916)
Frais financiers payés, net	(181)	(136)
FLUX DE TRÉSORERIE PROVENANT DES ACTIVITÉS OPÉRATIONNELLES	**4 874**	**4 861**
Acquisitions d'immobilisations corporelles et incorporelles	(1 522)	(1 531)
Cession d'immobilisations corporelles et incorporelles	10	11
Acquisition de filiales, net de la trésorerie acquise	(1 755)	(114)
Variation des autres actifs non financiers	11	5
Variation des autres actifs financiers	(367)	(94)
FLUX DE TRÉSORERIE PROVENANT DES ACTIVITÉS D'INVESTISSEMENT	**(3 622)**	**(1 724)**
Augmentation de capital	35	34
Cession nette/(acquisition nette) d'actions propres	(274)	(271)
Dividendes versés :		
• aux actionnaires du Groupe	(1 163)	(487)
• aux détenteurs de participations ne donnant pas le contrôle	(92)	(111)
Opérations relatives aux participations ne donnant pas le contrôle	(297)	(64)
Remboursements du principal des dettes de loyers	(940)	(936)
Émissions d'obligations, de placements privés et d'autres dettes financières à long terme	1 987	—
Remboursements d'obligations, de placements privés et d'autres dettes financières à long terme	(1 300)	(1 028)
Variations des autres dettes financières (à court et long terme)	396	438
FLUX DE TRÉSORERIE PROVENANT DES ACTIVITÉS DE FINANCEMENT	**(1 647)**	**(2 425)**
VARIATION DE LA TRÉSORERIE ET DES ÉQUIVALENTS DE TRÉSORERIE	**(395)**	**712**
Trésorerie et équivalents de trésorerie au début de l'exercice	2 558	1 960
Incidence des variations des taux de change	88	(114)
TRÉSORERIE ET ÉQUIVALENTS DE TRÉSORERIE À LA CLÔTURE	2 251	2 558

Annexe 2 – *Chiffre d'affaires*

Exercice 2024

Par activité

En millions d'euros	Professional Solutions	Variation à TC constants[1]	Variation à TC courants	Direct to Consumer	Variation à TC constants[1]	Variation à TC courants	2024	Variation à TC constants[1]	Variation à TC courants
Chiffre d'affaires T1	3 080	4,6 %	1,8 %	3 255	6,3 %	4,2 %	6 335	5,5 %	3,0 %
Chiffre d'affaires T2	3 334	5,3 %	3,9 %	3 621	5,1 %	3,7 %	6 955	5,2 %	3,8 %
CHIFFRE D'AFFAIRES S1	**6 414**	**5,0 %**	**2,9 %**	**6 876**	**5,7 %**	**3,9 %**	**13 290**	**5,3 %**	**3,4 %**
Chiffre d'affaires T3	3 017	3,4 %	1,3 %	3 420	4,6 %	3,2 %	6 437	4,0 %	2,3 %
Chiffre d'affaires T4	3 117	5,5 %	4,4 %	3 664	12,7 %	12,3 %	6 781	9,2 %	8,5 %
CHIFFRE D'AFFAIRES S2	**6 134**	**4,5 %**	**2,8 %**	**7 084**	**8,6 %**	**7,7 %**	**13 218**	**6,6 %**	**5,4 %**
CHIFFRE D'AFFAIRES 12M	12 547	4,7 %	2,9 %	13 960	7,1 %	5,8 %	26 508	6,0 %	4,4 %

Par zone géographique

En millions d'euros	Amérique du Nord	Variation à TC constants[1]	Variation à TC courants	EMEA	Variation à TC constants	Variation à TC courants	Asie-Pacifique	Variation à TC constants	Variation à TC courants	Amérique latine	Variation à TC constants	Variation à TC courants	2024
Chiffre d'affaires T1	2 875	1,7 %	0,6 %	2 321	8,5 %	5,8 %	768	8,2 %	2,4 %	371	10,9 %	6,3 %	6 335
Chiffre d'affaires T2	3 098	1,4 %	2,3 %	2 648	7,9 %	5,0 %	821	9,8 %	6,8 %	387	8,6 %	2,6 %	6 955
CHIFFRE D'AFFAIRES S1	**5 973**	**1,5 %**	**1,4 %**	**4 969**	**8,2 %**	**5,3 %**	**1 589**	**9,0 %**	**4,6 %**	**759**	**9,7 %**	**4,4 %**	**13 290**
Chiffre d'affaires T3	2 854	1,6 %	0,5 %	2 433	5,6 %	5,0 %	794	5,0 %	4,5 %	356	10,8 %	(5,6) %	6 437
Chiffre d'affaires T4	3 151	7,8 %	8,3 %	2 357	9,6 %	9,6 %	864	14,0 %	14,1 %	408	8,7 %	(5,7) %	6 781
CHIFFRE D'AFFAIRES S2	**6 005**	**4,7 %**	**4,5 %**	**4 790**	**7,5 %**	**7,2 %**	**1 658**	**9,5 %**	**9,3 %**	**764**	**9,7 %**	**(5,7) %**	**13 218**
CHIFFRE D'AFFAIRES 12M	11 979	3,1 %	2,9 %	9 759	7,9 %	6,3 %	3 247	9,3 %	7,0 %	1 523	9,7 %	(0,9) %	26 508