

Fatturato del terzo trimestre e dei nove mesi 2024

Solida traiettoria di crescita, fatturato in aumento del 4%

- Fatturato del terzo trimestre in aumento del 4,0% a cambi costanti¹, +4,9% da inizio anno
- Nel terzo trimestre, fatturato positivo in entrambi i segmenti in tutte le aree geografiche
- Nord America in crescita low single digit, con il retail sole tornato positivo alla fine del trimestre
- EMEA in crescita mid-single digit, trainata da entrambi i segmenti Professional Solutions e Direct to Consumer
- Cina ancora positiva, nonostante la complessa congiuntura macroeconomica, sostenuta da Stelless in crescita del 40%
- Ray-Ban Meta e Transitions Gen S, elementi chiave della crescita, entrambi premiati al SILMO 2024 di Parigi
- EssilorLuxottica tra le 50 aziende della lista 'Change the World' di Fortune

Parigi, Francia (17 ottobre 2024 – ore 18:00) – EssilorLuxottica annuncia che i ricavi consolidati del terzo trimestre 2024 sono stati pari a 6.437 milioni di Euro, con una crescita anno su anno del 4,0% a cambi costanti¹ rispetto al terzo trimestre del 2023 (+2,3% a cambi correnti).

Francesco Milleri, Presidente e Amministratore Delegato, e Paul du Saillant, Vice Amministratore Delegato di EssilorLuxottica hanno commentato: *“Anche nel terzo trimestre abbiamo mantenuto una crescita solida, grazie al contributo di tutte le aree geografiche e di tutti i business, al nostro approccio innovativo e alla forte vocazione all'eccellenza.*

Abbiamo rafforzato il nostro posizionamento nel med-tech e ci prepariamo a un'accelerazione del business nel prossimo futuro con lo sviluppo delle soluzioni per la gestione della miopia e degli smart glasses, il lancio di Nuance Audio e il consolidamento di Heidelberg Engineering e Supreme nel perimetro di Gruppo. Con la collaborazione a lungo termine tra EssilorLuxottica e Meta continueremo a scrivere la storia degli occhiali intelligenti come categoria rivoluzionaria nell'ambito del digital eyewear.

Accogliendo nel Gruppo oltre mille nuovi colleghi provenienti dalle recenti acquisizioni arricchiremo ulteriormente il nostro bagaglio di competenze e opportunità. Siamo, inoltre, orgogliosi di essere ancora una volta tra le top 50 aziende al mondo della classifica 'Change the World' di Fortune.

EssilorLuxottica

Guardiamo al quarto trimestre con fiducia e confermiamo i nostri obiettivi a lungo termine, incluso l'impegno a sostenere l'innovazione e l'evoluzione dei nostri settori negli anni a venire".

* * *

Salvo diversa indicazione, i commenti nelle pagine seguenti si intendono basati sulla performance di fatturato a cambi costanti¹ rispetto al 2023.

EssilorLuxottica

Highlights

Il terzo trimestre dell'anno ha registrato un buon ritmo di crescita del fatturato, con una performance in territorio positivo in tutte le aree geografiche e in tutti i canali. Il business dell'eyecare e dell'eyewear tradizionale ha continuato a performare bene, complessivamente vicino ai target del Gruppo, in particolare nell'area EMEA e nella maggior parte dei mercati emergenti. L'innovazione di prodotto ha contribuito in maniera sostanziale alla crescita, con Stellest e Ray-Ban Meta entrambi in rapida crescita. E con l'imminente lancio di Nuance Audio, il Gruppo porterà sul mercato un'altra innovazione senza precedenti.

Fatturato per segmento

Milioni di Euro	Q3 2024	Q3 2023	A cambi costanti ¹	A cambi correnti
Professional Solutions	3.017	2.978	+3,4%	+1,3%
Direct to Consumer	3.420	3.316	+4,6%	+3,2%
FATTURATO TOTALE	6.437	6.294	+4,0%	+2,3%

Professional Solutions

Il segmento Professional Solutions ha registrato un fatturato di 3.017 milioni di Euro, in aumento del 3,4% rispetto al terzo trimestre del 2023 (+1,3% a cambi correnti).

Tutte le aree geografiche sono rimaste in territorio positivo nel trimestre. Il Nord America e l'America Latina hanno complessivamente confermato la traiettoria dei trimestri precedenti, mentre l'EMEA ha mantenuto un ritmo leggermente meno sostenuto rispetto al primo semestre e sull'Asia-Pacifico ha inciso l'indebolimento della congiuntura macroeconomica in Cina. L'innovazione si è confermata il motore della crescita nella categoria lenti, con Varilux XR, Transitions Gen S e Stellest particolarmente positive. I wearable Ray-Ban Meta hanno anch'essi confermato un'ottima performance.

Direct to Consumer

Il segmento Direct to Consumer ha registrato ricavi per 3.420 milioni di Euro, in aumento del 4,6% rispetto al terzo trimestre del 2023 (+3,2% a cambi correnti).

Tutte le aree geografiche hanno contribuito alla crescita nel trimestre, complessivamente in linea con la traiettoria positiva del primo semestre dell'anno, sopra il +4% in termini di vendite di negozi comparabili². Il Nord America ha confermato la tendenza positiva nel segmento vista, mentre il sole è rimasto negativo nel trimestre, seppur in territorio positivo già a partire dal mese di settembre. L'EMEA è cresciuta mid-single digit, con i banner vista in continua progressione e il sole tornato a crescere in maniera sostenuta. L'America Latina ha registrato un'accelerazione grazie alla categoria sole, mentre l'Asia-Pacifico ha mantenuto la performance leggermente positiva del primo semestre. L'e-commerce è cresciuto anch'esso in linea con le performance del Gruppo, con l'EMEA che si è confermata l'area che ha conseguito i risultati migliori.

Fatturato del terzo trimestre per area geografica

Milioni di Euro	Q3 2024	Q3 2023	A cambi costanti ¹	A cambi correnti
Nord America	2.854	2.839	+1,6%	+0,5%
EMEA	2.433	2.317	+5,6%	+5,0%
Asia-Pacifico	794	760	+5,0%	+4,5%
America Latina	356	377	+10,8%	-5,6%
FATTURATO TOTALE	6.437	6.294	+4,0%	+2,3%

Nord America

Il Nord America ha registrato ricavi per 2.854 milioni di Euro, in crescita dell'1,6% rispetto al terzo trimestre del 2023 (+0,5% a cambi correnti), in linea con la performance del primo semestre.

Con riferimento al segmento Professional Solutions, l'eyewear ha beneficiato della solida crescita delle montature da vista, ma è stato frenato dalla performance negativa del sole influenzato dall'incerto contesto macroeconomico. I wearable Ray-Ban Meta continuano a entusiasmare i consumatori e si sono confermati uno dei principali motori della crescita del trimestre. Con riferimento al business lenti, le tecnologie di ultima generazione continuano a supportare la performance delle rispettive categorie, con l'ulteriore slancio di Varilux XR e Transitions Gen S. I principali clienti e gli ottici indipendenti partner hanno continuato a crescere in modo sostenuto, mentre il canale degli ottici indipendenti non partner è rimasto sotto pressione.

Nel Direct to Consumer, i banner vista hanno registrato una performance in linea con quella del primo semestre, supportata dalla solida domanda dei clienti con coperture assicurative, grazie alla spinta degli esami della vista effettuati in negozio e al relativo tasso di conversione. La performance di Sunglass Hut è rimasta negativa, sebbene abbia registrato iniziali segnali di miglioramento nel mese di settembre. L'e-commerce ha ripreso a guadagnare slancio, sostenuto dal successo di Ray-Ban Meta su Ray-Ban.com.

EMEA

L'EMEA ha registrato ricavi pari a 2,433 milioni di Euro, in crescita del 5,6% rispetto al terzo trimestre del 2023 (+5,0% a cambi correnti), in leggero calo rispetto al primo semestre.

Il segmento Professional Solutions è stato sostenuto dalla performance positiva della maggior parte dei paesi principali, con tutte le categorie di prodotto in crescita. Il business lenti trova nell'innovazione il proprio motore di crescita. A più di un anno dal suo debutto, Varilux XR continua a contribuire in maniera sostanziale alla crescita della categoria, mentre Transitions Gen S è stato lanciato in nuovi mercati. Anche il marchio Nikon ha registrato un trimestre eccellente. Miu Miu, Oakley e Jimmy Choo sono stati i brand che hanno maggiormente contribuito al business delle montature e i wearable Ray-Ban Meta hanno anch'essi continuato ad attirare l'attenzione dei consumatori.

Nel segmento Direct to Consumer, sia i banner vista sia quelli sole hanno supportato i risultati positivi.

EssilorLuxottica

I banner vista hanno continuato a elevare, con successo, l'esperienza del consumatore. La maggiore disponibilità di prodotti EssilorLuxottica in negozio ha continuato a incontrare il favore dei consumatori e il programma di abbonamenti vista ha anch'esso continuato a guadagnare ulteriore terreno. Il business sole ha, infine, ripreso particolare vigore dopo il rallentamento del secondo trimestre dovuto alle condizioni meteorologiche.

Asia-Pacifico

L'Asia-Pacifico ha registrato ricavi pari a 794 milioni di Euro, in crescita del 5,0% rispetto al terzo trimestre del 2023 (+4,5% a cambi correnti), in rallentamento rispetto ai due trimestri precedenti e con il confronto impegnativo con lo stesso trimestre dell'anno scorso (+11,7%). Nonostante l'indebolimento della congiuntura macroeconomica, la Cina ha chiuso il trimestre con ricavi leggermente positivi, con la performance positiva dell'area della Cina continentale che ha più che compensato Hong Kong in territorio negativo.

Nel segmento Professional Solutions, la Cina ha registrato una performance positiva low-single digit, sostenuta da Stelless, ancora positiva con una crescita dei ricavi di oltre il 40% nel trimestre anno su anno e vicina al traguardo dei 2 milioni di paia di lenti vendute da inizio anno, più che compensando il calo delle vendite di Bolon dovuto al debole sell out del marchio. Tutti gli altri mercati principali hanno registrato una solida traiettoria di crescita, con Giappone e India in crescita high-single digit.

Nel Direct to Consumer, le vendite di negozi comparabili² sia del canale vista sia di quello sole sono state leggermente positive, mentre la Cina ha registrato vendite negative in entrambi i canali a causa delle condizioni di mercato. Nel business vista, OPSM è cresciuto mid-single digit in Australia/Nuova Zelanda. Il business sole ha registrato un andamento leggermente positivo, supportato dalla buona performance dei negozi Oakley.

America Latina

L'America Latina ha registrato ricavi pari a 356 milioni di Euro, in aumento del 10,8% rispetto al terzo trimestre del 2023 (-5,6% a cambi correnti), con i due segmenti che hanno contribuito in egual misura e con il supporto dell'effetto dell'inflazione in Argentina.

Nel segmento Professional Solutions, il Brasile ha riguadagnato terreno grazie alla categoria montature, guidata dai marchi del lusso, e a Varilux che ha trainato il business lenti. Dall'altra parte, i trend in Messico si sono indeboliti, con le lenti che sono state la categoria di prodotto meno performante. Transitions Gen S ha conosciuto uno slancio particolarmente positivo in Colombia, con una crescita complessiva a doppia cifra.

Nel Direct to Consumer, i banner vista hanno continuato a essere il principale motore della crescita, con vendite di negozi comparabili² positive in tutti i paesi. In Messico, la progressiva integrazione delle insegne ex-GrandVision ha continuato a produrre benefici mentre GMO ha accelerato in modo sostanziale nel trimestre. Il business sole è stato complessivamente positivo nell'area geografica, principalmente grazie a Sunglass Hut Mexico.

Fatturato dei nove mesi per segmento

Milioni di Euro	9M 2024	9M 2023	A cambi costanti ¹	A cambi correnti
Professional Solutions	9.430	9.213	+4,5%	+2,4%
Direct to Consumer	10.297	9.932	+5,3%	+3,7%
FATTURATO TOTALE	19.727	19.145	+4,9%	+3,0%

Fatturato dei nove mesi per area geografica

Milioni di Euro	9M 2024	9M 2023	A cambi costanti ¹	A cambi correnti
Nord America	8.827	8.727	+1,6%	+1,1%
EMEA	7.402	7.034	+7,3%	+5,2%
Asia-Pacifico	2.383	2.279	+7,7%	+4,6%
America Latina	1.115	1.104	+10,1%	+1,0%
FATTURATO TOTALE	19.727	19.145	+4,9%	+3,0%

Nei primi nove mesi del 2024, i ricavi sono stati pari a 19.727 milioni di Euro, in aumento del 4,9% rispetto allo stesso periodo del 2023 (+3,0% a cambi correnti), sostenuti da una crescita positiva in tutti i canali e le aree geografiche.

Il segmento Professional Solutions è cresciuto del 4,5% rispetto ai primi nove mesi del 2023 (+2,4% a cambi correnti), sostenuto dalle performance solide di EMEA e Asia-Pacifico grazie alla pipeline di prodotti innovativi. Il segmento Direct to Consumer è cresciuto del 5,3% (+3,7% a cambi correnti). I retail fisici hanno guidato la dinamica di crescita, in particolare grazie al business vista, mentre Sunglass Hut in Nord America ha mostrato segnali di ripresa solo verso la fine del periodo. Ray-Ban.com ha guidato la crescita dell'e-commerce.

Tutte le aree geografiche sono cresciute nei primi nove mesi dell'anno. EMEA, in aumento del 7,3% (+5,2% a cambi correnti), ha registrato una performance ampiamente positiva in tutti i paesi, i canali e le categorie di prodotto, sostenuta anche dal progresso nel percorso di integrazione. L'area Asia-Pacifico è cresciuta del 7,7% (+4,6% a cambi correnti), supportata da un Giappone florido e dal segmento Professional Solutions in Cina. L'America Latina è cresciuta del 10,1% (+1,0% a cambi correnti) e il Nord America è cresciuto dell'1,6% (+1,1% a cambi correnti), supportato dalle categorie ottiche.

EssilorLuxottica

Store Count al 30 settembre 2024

	Nord America	EMEA	Asia-Pacifico	America Latina	Store Corporate	Franchising & Altri	Totale
Sunglass Hut	1.610	574	316	415	2.915	245	3.160
LensCrafters	1.012		81		1.093	8	1.101
Vision Express		851			851	149	1.000
Apollo		673			673	221	894
Target Optical	575				575		575
MasVisión		68		467	535	6	541
Pearle		512			512	212	724
Générale d'Optique		393			393	285	678
OPSM			376		376	24	400
GMO				348	348		348
GrandVision		282		54	336	48	384
GrandOptical		321			321	69	390
Atasun Optik		302			302	33	335
Oakley	184	11	77	25	297	72	369
Ray-Ban	42	63	129	48	282		282
Synoptik		247			247		247
Salmoiraghi & Viganò		244			244	26	270
Luxoptica		222			222		222
Mujosh			149		149	337	486
Pearle Vision	106				106	469	575
MultiÓpticas		105			105	111	216
Bolon			101		101	221	322
Ajojo			76		76	148	224
Óticas Carol				24	24	1.399	1.423
Altri	291	1.110	230	728	2.359	139	2.498
Totale EssilorLuxottica	3.820	5.978	1.535	2.109	13.442	4.222	17.664

EssilorLuxottica

Outlook di lungo periodo

La Società conferma il proprio obiettivo di crescita del fatturato annuo mid-single digit dal 2022 al 2026 a cambi costanti¹ (sulla base del fatturato *pro forma*³ 2021), puntando a un range di 27-28 miliardi di Euro, e prevede di raggiungere un utile operativo adjusted⁴ compreso tra il 19% e il 20% del fatturato alla fine di tale periodo.

Conference Call

Oggi alle 18:30 CET si terrà una conference call in inglese.

Sarà possibile seguire la call in diretta o riascoltarla al seguente link:

<https://streamstudio.world-television.com/1217-2090-40578/en>

Prossimi appuntamenti per gli investitori

- 12 novembre 2024: J.P. Morgan Global Luxury & Brands Conference, Parigi
- 13 novembre 2024: Bank of America Consumer & Retail Conference, Parigi

EssilorLuxottica

Note

I totali delle tabelle si basano su cifre non arrotondate; pertanto, potrebbero sussistere discrepanze tra questi totali e la somma delle singole cifre arrotondate.

1 Dati a cambi costanti: i dati a cambi costanti sono stati calcolati utilizzando i tassi di cambio medi in vigore per il corrispondente periodo dell'anno precedente.

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

3 Comparabile o pro forma (fatturato): il fatturato comparabile include il contributo dei ricavi di GrandVision a EssilorLuxottica come se la combinazione tra EssilorLuxottica e GrandVision (l'“Acquisizione GV”) nonché le cessioni delle attività richieste dalle autorità antitrust nell'ambito dell'acquisizione GV, fossero avvenute all'inizio dell'esercizio (i.e. 1° gennaio). Il fatturato comparabile è stato predisposto a solo scopo illustrativo con l'obiettivo di fornire informazioni comparabili significative.

4 Adjusted (misure o dati): rettificate dai costi o dai proventi relativi alla combinazione tra Essilor e Luxottica (la “Combinazione EssilorLuxottica”), all'acquisizione di GrandVision (l'“Acquisizione GrandVision” o la “Combinazione GrandVision”), alle acquisizioni strategiche e materiali e ad altre operazioni inusuali, non frequenti o non correlate al normale svolgimento dell'attività in quanto l'impatto dei suddetti eventi potrebbe influire sulla comprensione delle prestazioni del Gruppo. La descrizione delle altre operazioni inusuali, non frequenti o estranee al normale svolgimento del business è fornita nell'informativa semestrale e di fine anno (nel paragrafo dedicato *Misure Adjusted*).

EssilorLuxottica

DISCLAIMER

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

Contatti

Giorgio Iannella

Head of Investor Relations

E ir@essilorluxottica.com

Marco Catalani

Head of Corporate Communications

E media@essilorluxottica.com

EssilorLuxottica

EssilorLuxottica è un leader globale nella progettazione, produzione e distribuzione di lenti oftalmiche, occhiali da vista e da sole. Con più di 200.000 dipendenti in 150 paesi, 650 stabilimenti produttivi e 18.000 negozi, nel 2023 EssilorLuxottica ha registrato ricavi consolidati di 25,4 miliardi di Euro. La mission del Gruppo è aiutare le persone in tutto il mondo a vedere meglio e vivere meglio, con soluzioni che soddisfino le esigenze di cura della vista e i desideri di stile in continua evoluzione dei consumatori. Il portafoglio marchi di EssilorLuxottica comprende le più avanzate tecnologie nel campo della cura della vista come Varilux, Stellest e Transitions, brand eyewear iconici come Ray-Ban e Oakley, i più desiderati brand del lusso in licenza e i principali banner retail come LensCrafters e SunglassHut. La Fondazione del Gruppo, OneSight EssilorLuxottica Foundation, ha già garantito accesso a cure oculistiche di qualità a più di 760 milioni di persone nelle comunità più svantaggiate. EssilorLuxottica è quotata sul mercato Euronext Paris ed è inclusa negli indici Euro Stoxx 50 e CAC 40. ISIN: FR0000121667; Reuters: ESLX.PA; Bloomberg: EL:FP. www.essilorluxottica.com.