

## Résultats du deuxième trimestre et du premier semestre 2021 d'EssilorLuxottica

**Accélération de la croissance du chiffre d'affaires, progression de la marge et cash flow à un niveau record**

**Amélioration des perspectives 2021**

### *Deuxième trimestre:*

- Chiffre d'affaires en hausse de 9,2 % à taux de change constants<sup>1</sup> par rapport à 2019
- Amérique du Nord, région la plus performante, EMEA et Amérique latine positives
- Croissance et accélération des deux segments «*Professional Solutions*» (Solutions pour les professionnels) et «*Direct to Consumer*» (Vente directe aux consommateurs)
- Croissance de l'optique et du solaire, avec un rattrapage du solaire
- E-commerce en hausse de 66 % à taux de change constants<sup>1</sup> par rapport à 2019 et atteignant 9 % du chiffre d'affaires total

### *Premier semestre:*

- Résultat opérationnel en hausse de 35 % à taux de change constants<sup>1</sup> par rapport à 2019
- Marge opérationnelle ajustée<sup>2</sup> de 18,5 % en hausse de 130 points de base par rapport à 2019
- Génération de Cash flow libre<sup>4</sup> à un niveau record de 1,2 milliards d'euros

**Charenton-le-Pont, France (30 juillet 2021, 7h00)** - Le Conseil d'administration d'EssilorLuxottica, qui s'est réuni le 29 juillet 2021, a arrêté les comptes consolidés résumés du premier semestre 2021. Ces comptes ont fait l'objet d'un examen limité par les commissaires aux comptes. Leur rapport est en cours d'émission.

*«Nous avons délivré des résultats solides au premier semestre, et ce malgré les défis persistants de la pandémie. Notre focus sur les produits et les marques haut de gamme, une chaîne d'approvisionnement puissante et une communauté mondiale d'employés compétents et engagés y ont fortement contribué.»*

*Au deuxième trimestre, nous avons écrit de nouvelles pages importantes de l'histoire d'EssilorLuxottica en clarifiant notre gouvernance et en construisant une entreprise unifiée, tout en continuant à développer notre réseau de vente de détail en Europe en finalisant l'acquisition de GrandVision.*

*Tournés vers l'avenir, nous sommes fiers de partager notre nouvelle approche de développement durable à l'échelle du Groupe, «*Eyes on the Planet*», construite autour de cinq piliers : carbone, circularité, bonne vision dans le monde, inclusion et éthique. Signe de notre engagement à long terme dans ce domaine, nous annonçons aujourd'hui notre objectif d'atteindre la neutralité carbone dans nos opérations directes d'ici 2025, en commençant par l'Europe dès 2023. Œuvrer pour nos clients, consommateurs et communautés, et agir pour notre planète nous donnent encore plus confiance dans l'avenir », ont déclaré Francesco Milleri, Directeur Général d'EssilorLuxottica, et Paul du Saillant, Directeur Général Délégué d'EssilorLuxottica.*

## Faits opérationnels et financiers marquants

Les faits marquants ainsi que les commentaires pour le deuxième trimestre et le premier semestre 2021 sont indiqués par rapport aux mêmes périodes de 2019. La comparaison de la performance par rapport à 2020 se trouve dans le rapport d'activité semestriel.

En millions d'euros	S1 2021	S1 2019*	Variation à taux de change constants <sup>1</sup>
Chiffre d'affaires	8 768	8 776	+ 5,7 %
Marge brute ajustée <sup>2</sup>	5 345	5 453	+ 5,0 %
<i>En % du chiffre d'affaires</i>	<i>61,4 %</i>	<i>62,1 %</i>	
Résultat opérationnel	1 271	1 038	+ 35,1 %
Résultat opérationnel ajusté <sup>2</sup>	1 622	1 512	+ 16,4 %
<i>En % du chiffre d'affaires</i>	<i>18,5 %</i>	<i>17,2 %</i>	
Résultat net part du groupe	854	671	+ 41,5 %
Résultat net part du groupe ajusté <sup>2</sup>	1 117	1 047	+ 16,2 %
<i>En % du chiffre d'affaires</i>	<i>12,7 %</i>	<i>11,9 %</i>	

\* Des reclassements entre le coût des ventes et les dépenses d'exploitation ont été effectués afin d'en assurer la cohérence avec la présentation du premier semestre 2021. Ces reclassements sont sans incidence sur le solde du résultat opérationnel au 30 juin 2019.

Au deuxième trimestre de l'exercice, la conjoncture économique a été tributaire de l'évolution de la pandémie de COVID-19 dans les différentes régions du monde. En terme de reprise, l'Amérique du Nord a été la première et la plus rapide à repartir, suivie plus graduellement par la région EMEA puis par l'Amérique latine, tandis que l'Asie-Pacifique a été confrontée à des restrictions consécutives à de nouvelles vagues de COVID-19. Le Groupe a su tirer parti de la reprise du marché et de son offre multicatégorie et multicanal pour générer une forte croissance de son chiffre d'affaires et de ses marges, délivrant ainsi une bonne performance au premier semestre.

Au deuxième trimestre, le chiffre d'affaires total du Groupe s'élevait à 4 709 millions d'euros, en hausse de 9,2 % par rapport à la même période de 2019 à taux de change constants<sup>1</sup>. Le chiffre d'affaires a progressé de 16,4 % en Amérique du Nord, de 3,8 % dans la région EMEA et de 2 % en Amérique latine, et a affiché une baisse de 3,5 % en Asie-Pacifique.

Outre les États-Unis, dont le dynamisme a généré plus de 50 % du chiffre d'affaires du Groupe, d'autres marchés importants ont témoigné d'une belle croissance et sont venus alimenter la reprise de l'activité, notamment la France, l'Italie, le Royaume-Uni, la Chine continentale, l'Australie et le Brésil.

Selon le nouveau format de présentation des états financiers, les deux segments catégorisés par canal, à savoir le segment *Professional Solutions* (commerce de gros) et le segment *Direct to Consumer* (vente de détail en magasin et e-commerce), ont connu tous deux une croissance, de respectivement 5,0 % et de 15,7 % à taux de change constants<sup>1</sup> au cours du trimestre, représentant 58 % et 42 % du chiffre d'affaires total du Groupe.

Les catégories optique et solaire ont toutes les deux progressé à un rythme globalement équivalent par rapport au deuxième trimestre 2019. Représentant les deux tiers de l'activité du Groupe, l'optique a poursuivi sa croissance en s'appuyant sur la capacité du Groupe à continuer à déployer ses innovations

dans les verres optiques, notamment avec Stellest en Chine, et dans les instruments. Stimulée par les ventes de ses marques de luxe, la catégorie solaire a connu un vif rebond sur l'ensemble des canaux de distribution, tant dans le segment Professional Solutions que dans celui du Direct to Consumer, rattrapant ainsi le rythme de croissance de l'optique.

Les marques ont montré leur importance: les marques phares de verres à forte valeur ajoutée, en particulier Crizal, Transitions et Eyezen, ont tiré la croissance dans la catégorie optique et les marques de monture comme Oakley ou les licences Prada, Dolce & Gabbana et Versace se sont révélées être un facteur clé de réussite dans les catégories optique et solaire, notamment en Amérique du Nord.

Les ventes en e-commerce ont progressé de 66 % à taux de change constants<sup>1</sup> au cours du trimestre, représentant 9 % du chiffre d'affaires total du Groupe, avec une performance globalement uniforme sur le semestre. Les principales plateformes Ray-Ban.com, Oakley.com, SunglassHut.com et EyeBuyDirect.com ont toutes contribué à cette croissance, l'Amérique du Nord affichant la meilleure performance.

La hausse du chiffre d'affaires s'est traduite par une augmentation substantielle des marges, grâce au levier opérationnel qui caractérise le modèle d'affaires verticalement intégré du Groupe et aux mesures exceptionnelles de maîtrise des coûts qui ont été prises pour contrer les effets de la crise liée au COVID-19 et qui seront progressivement levées au fur et à mesure de la reprise de l'activité.

Au cours du premier semestre, le résultat opérationnel ajusté<sup>2</sup> a atteint 1 622 millions d'euros, affichant une hausse de 16,4 % à taux de change constants<sup>1</sup> par rapport au premier semestre 2019, permettant ainsi au Groupe d'atteindre une marge opérationnelle ajustée<sup>2</sup> de 18,5 %. Le résultat net part du groupe ajusté<sup>2</sup> s'élevait à 1 117 millions d'euros, comptant pour 12,7% du chiffre d'affaires.

Le cash flow libre<sup>4</sup> généré par le Groupe s'est élevé à 1 211 millions d'euros au cours du premier semestre 2021. L'endettement financier net<sup>5</sup> était de 1 945 millions d'euros à la fin du semestre, composé essentiellement de dettes liées aux contrats de location, étant donné que les dettes financières d'un côté et la trésorerie et équivalents de trésorerie de l'autre, s'équilibraient globalement.

Annoncée le 1er juillet, la finalisation de l'acquisition de GrandVision a marqué la réalisation d'un projet visionnaire, à savoir l'unification des trois leaders mondiaux de l'industrie au sein d'un seul et même Groupe, avec pour mission d'élever les standards de l'industrie de l'optique ophtalmique et de la lunetterie et d'améliorer le niveau de sensibilisation et d'accès à des équipements visuels afin de répondre aux besoins de bonne vision de tous les consommateurs.

Comme réitéré le 27 juillet 2021 dans le contexte de sa procédure d'offre publique obligatoire, EssilorLuxottica confirme être en mesure de remplir les obligations de financement prévues dans le cadre de l'offre ainsi que son intention de financer l'offre au moyen de liquidités aisément accessibles, y compris l'utilisation de lignes de crédit existantes et disponibles pour les besoins courants du Groupe.

## **Perspectives**

EssilorLuxottica estime désormais que son chiffre d'affaires annuel atteindra une croissance de l'ordre de 5% à taux de change constants<sup>1</sup> par rapport à 2019 et que son résultat opérationnel ajusté<sup>2</sup> exprimé en pourcentage de son chiffre d'affaires à taux de change constants<sup>1</sup> sera plus élevé que celui de 2019. Cette estimation prend pour hypothèse qu'aucune nouvelle mesure de restriction liée à la pandémie de COVID-19 ne sera mise en place d'ici la fin de l'année.

Ces objectifs se réfèrent au périmètre d'EssilorLuxottica, hors GrandVision qui sera consolidé à partir du 1er juillet 2021.

Les nouvelles perspectives annuelles renvoient à la hausse les objectifs qui avaient été annoncés avec les résultats du premier trimestre, qui prévoyaient un chiffre d'affaires et un résultat opérationnel ajusté<sup>2</sup> au moins équivalents à ceux de 2019 à taux de change constants<sup>1</sup>.

### **Intégration et synergies**

Le Groupe est en ligne avec son plan de réalisation de synergies cumulées annoncées et qui devraient atteindre entre 300 et 350 millions d'euros de résultat opérationnel ajusté<sup>2</sup> d'ici la fin 2021 et entre 420 à 600 millions d'euros d'ici la fin 2023, en dépit des vents contraires et du contexte difficile lié à la pandémie de COVID-19. Au deuxième trimestre 2021, le processus d'intégration des deux sociétés opérationnelles a continué d'accélérer, avec notamment des initiatives commerciales réussies et des mesures d'efficacité prises dans plusieurs fonctions.

Les synergies de chiffre d'affaires ont été principalement générées par le lancement d'initiatives commerciales conjointes axées sur les grands comptes dans la zone EMEA ainsi qu'en Amérique du Nord, la croissance solide d'EyeMed tirée par le réseau de magasins en Amérique du Nord, les professionnels de la vue indépendants ainsi que les nouveaux organismes de santé partenaires dans la santé visuelle, et enfin, le succès des offres pour les professionnels de la vue indépendants avec des services dédiés. La consolidation du réseau de distribution du Groupe en Amérique latine a également généré de bons résultats.

Quant aux synergies de coûts, elles ont essentiellement reposé sur l'optimisation des achats indirects, les progrès réalisés dans l'unification du réseau de laboratoires et la création d'une plateforme d'approvisionnement unique des activités d'e-commerce destinée à fournir à terme toutes les activités en ligne du Groupe.

Les catalyseurs de l'avancée de l'intégration et de la création de synergies englobent les efforts constants des équipes de R&D pour concevoir des produits innovants et conçus de manière durable, le déploiement réussi d'une plateforme SAP unifiée couvrant l'ensemble des zones géographiques et la création d'une plateforme unique d'équipements de fabrication.

### **Mission et développement durable: Eyes on the Planet**

Fondé sur un réel sens des responsabilités, EssilorLuxottica a continué à accompagner des activités incarnant sa mission d'aider chacun à mieux voir, mieux être, pour profiter pleinement de la vie. Au cours du premier semestre 2021, le Groupe a permis à plus de 20 millions de personnes d'accéder à une santé visuelle durable grâce à la formation dans le tissu local de plus de 650 micro-entrepreneurs de la vision apportant des solutions visuelles de première nécessité à travers le monde et à l'ouverture de quatre nouveaux centres de vision OneSight. Depuis 2013, le Groupe a permis à plus de 450 millions de personnes issues de communautés défavorisées d'accéder aux soins de santé visuelle, formé plus de 18 000 micro-entrepreneurs de la vision et apporté plus de 42 millions de nouveaux consommateurs à l'industrie, dont plus de 3 millions au cours de ce premier semestre.

EssilorLuxottica se réjouit de l'annonce, le 23 juillet dernier, de l'adoption à l'unanimité par les 193 Etats membres des Nations Unies d'une résolution traduisant leur engagement de rendre à l'horizon 2030 la

santé visuelle accessible aux milliards de personnes affectées par un défaut visuel pouvant être corrigé. L'inclusion de la santé visuelle dans les Objectifs de Développement Durable soutient l'ambition d'EssilorLuxottica d'éliminer la mauvaise vision non corrigée en une génération. En septembre 2019, en marge de l'Assemblée Générale des Nations Unies, le Groupe a lancé sa feuille de route, soutenue par plus de 20 partenaires, ONG et gouvernements, détaillant comment éliminer la mauvaise vision. Le Groupe est maintenant impatient de travailler avec les gouvernements nationaux pour faire de cet objectif une réalité.

S'appuyant sur l'expertise de longue date d'Essilor et de Luxottica en matière de responsabilité d'entreprise, le Groupe développe une approche intégrée, ambitieuse et de long terme qui permettra de réaffirmer sa position de leader engagé pour le développement durable. Baptisée **Eyes on the Planet**, l'approche d'EssilorLuxottica est présentée sur le site Internet du Groupe, dans la nouvelle rubrique dédiée au développement durable. Elle s'articule autour des piliers suivants:

- **Eyes on Carbon:** EssilorLuxottica s'est donné pour ambition de rendre ses sites d'opérations directes neutres en carbone (scope d'émissions 1 et 2) à l'horizon 2025, à commencer par l'Europe en 2023. Les investissements du Groupe en matière d'électricité issue de sources renouvelables notamment dans des systèmes de chauffage alimentés par énergie solaire et biomasse et dans des installations photovoltaïques, lui ont permis de réduire considérablement sa dépendance aux combustibles fossiles et donc ses émissions de gaz à effet de serre. Il a en outre lancé un important projet de reforestation de 30 hectares dans les contreforts des Dolomites (site inscrit au patrimoine mondial de l'UNESCO), à proximité de sa principale usine de fabrication d'Agordo en Italie, témoignant ainsi brillamment de sa volonté de contribuer à la protection et à la restauration des écosystèmes naturels.
- **Eyes on Circularity:** EssilorLuxottica a pris des initiatives audacieuses dans l'ensemble du cycle de production, en délaissant notamment les matériaux d'origine fossile au profit de matériaux renouvelables qui produisent moins d'émissions polluantes, sont biodégradables et plus faciles à recycler. Parmi ces initiatives, l'investissement récent du Groupe dans la société Mazzucchelli afin de développer et de produire un acétate à forte durabilité ainsi que le lancement de nouvelles collections éco-responsables par les marques Arnette et Costa.
- **Eyes on World Sight:** Convaincu qu'une bonne vision est un droit humain fondamental, EssilorLuxottica s'est donné pour mission d'éliminer la mauvaise vision non corrigée à l'horizon 2050 et de rendre la santé visuelle accessible à tous, dans le monde entier. En mettant en place des modèles de développement durable implantés dans le tissu local pour garantir l'accès à la santé visuelle à des millions de personnes qui en sont exclues et en s'associant avec les organisations philanthropiques les plus importantes au monde, EssilorLuxottica continue infatigablement d'œuvrer pour un accès universel à la bonne vision. Au travers du Vision Catalyst Fund, le Groupe s'est engagé à fournir des verres correcteurs gratuits à 200 millions de personnes vivant sous le seuil de pauvreté d'ici 2030.
- **Eyes on Inclusion:** En 2020, EssilorLuxottica figurait sur la liste des « *Diversity Leaders* » du *Financial Times* en raison de ses efforts pour créer une communauté fondée sur l'inclusion dans toutes les zones géographiques. Au cours de l'année écoulée, le Groupe a lancé une initiative mondiale de formation sur les préjugés inconscients; il a aussi participé à la création d'un groupe de réflexion aux États-Unis piloté par des collaborateurs de multiples origines et niveaux, et a en outre accompagné la croissance de plusieurs « Business Resource Groups »

(BRG) dirigés par les collaborateurs afin de rassembler les personnes autour d'intérêts communs.

- **Eyes on Ethics:** EssilorLuxottica adopte une approche éthique de son activité qui a non seulement un impact positif sur ses collaborateurs, mais également un impact tangible sur les millions de consommateurs et de clients dans le monde qui utilisent ses produits et services. Le modèle économique verticalement intégré du Groupe, construit sur plusieurs décennies, est essentiel à la réalisation de son approche éthique, partout où il est présent.

### Désignation des administrateurs représentant les salariés au Conseil d'administration

Deux nouveaux administrateurs, Madame Margot Bard et Monsieur Sébastien Brown, tous deux employés d'Essilor International en France, ont été choisis par le Comité de Groupe pour représenter les salariés au Conseil d'administration de la Société. Leur mandat débutera le 22 septembre 2021 pour une durée de trois ans.

### Conférence téléphonique

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

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

<https://streamstudio.world-television.com/1217-2090-29584/en>

### Événement Investisseurs à venir

29 Octobre 2021 : Publication et conférence téléphonique du chiffre d'affaires du 3ème trimestre 2021

### 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 (2020 ou 2019).

**2 Mesures ou indicateurs ajustés:** ajustés des produits et charges liés au rapprochement entre Essilor et Luxottica 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.

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

**4 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.

**5 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 de taux d'intérêt (couverture de juste valeur) comme présentés dans les états financiers consolidés IFRS.

*EssilorLuxottica est un leader mondial dans la conception, la fabrication et la distribution de verres ophtalmiques, de montures optiques et de lunettes de soleil. Créée en 2018, sa mission est d'aider chacun à mieux voir, mieux être pour profiter pleinement de la vie, grâce à des produits parfaitement adaptés à leurs besoins visuels et à leur style personnel.*

*EssilorLuxottica regroupe l'expertise complémentaire de deux pionniers de l'industrie, le premier dans les technologies de pointe en matière de verres, le deuxième dans le savoir-faire maîtrisé de lunettes emblématiques, en vue d'établir de nouveaux standards pour les équipements visuels et les lunettes, ainsi qu'en matière d'expérience consommateurs. Les actifs d'EssilorLuxottica regroupent des marques reconnues, telles que Ray-Ban et Oakley pour les lunettes, Varilux® et Transitions® pour les technologies d'optique ophtalmique, et Sunglass Hut et Lenscrafters pour les réseaux de distribution de dimension internationale, ainsi que GrandVision depuis le 1er juillet 2021 (avec 76,72% du capital).*

*En 2020, EssilorLuxottica comptait plus de 140 000 employés et a réalisé un chiffre d'affaires consolidé de 14,4 milliards d'euros.*

*L'action EssilorLuxottica est cotée sur le marché Euronext Paris et fait partie des indices Euro Stoxx 50 et CAC 40.*

*Codes : ISIN : FR0000121667 ; Reuters : ESLX.PA ; Bloomberg : EL:FP.*

## CONTACTS

### Head of Investor Relations

Giorgio Iannella

e-mail: [ir@essilorluxottica.com](mailto:ir@essilorluxottica.com)

### Head of Corporate Communications

Marco Catalani

e-mail: [media@essilorluxottica.com](mailto:media@essilorluxottica.com)

## AVERTISSEMENT

*Cette publication est faite par EssilorLuxottica S.A. conformément à l'article 5:70 de la loi néerlandaise sur la surveillance financière et aux articles 5-3 et 7-4 du décret néerlandais sur les offres publiques d'achat (« Besluit openbare biedingen Wft »). Cette publication ne constitue ni une offre, ni la sollicitation d'une offre, d'acquiescer ou de souscrire des titres.*

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

# *Rapport d'activité semestriel 2021*

## **Table des matières**

Chiffre d'affaires par activité .....	
Chiffre d'affaires par zone géographique .....	
Acquisition de GrandVision .....	
Faits marquants .....	
Compte de résultat et Indicateurs Alternatifs de Performance .....	
Bilan, endettement financier net et flux de trésorerie .....	
Acquisitions et partenariats .....	
Événements postérieurs à la clôture.....	
Perspectives .....	
Notes .....	
Annexe 1 - Chiffre d'affaires historique.....	
Annexe 2 - Extraits des États financiers semestriels consolidés résumés.....	
Compte de résultat consolidé .....	
État de la situation financière consolidée.....	
Tableau des flux de trésorerie consolidés .....	

## Chiffre d'affaires par activité

Suite à l'assemblée générale des actionnaires d'EssilorLuxottica qui s'est tenue le 21 mai 2021, le Directeur Général (DG) a décidé d'évaluer la performance du Groupe sous un angle différent. Traditionnellement abordée par activité, selon l'approche héritée de ses deux composantes historiques Essilor et Luxottica, l'évaluation de la performance du Groupe comme acteur verticalement intégré s'appuiera désormais sur son approche de marché, à savoir par *chaîne de distribution* avec d'un côté, l'approvisionnement de produits et de services à tous les professionnels tiers de l'industrie de la santé visuelle et, de l'autre, le segment comportant un contact direct avec le consommateur final.

Cette nouvelle approche a conduit à distinguer les deux segments d'activité suivants :

- le segment des solutions professionnelles ou **Professional Solutions (PS)**, qui regroupe les activités de commerce de gros du Groupe, c'est-à-dire les produits et les services que le Groupe fournit à tous les professionnels de l'industrie de la santé visuelle (distributeurs, opticiens, indépendants, plateformes tierces d'e-commerce, etc.) et
- le segment de la distribution directe 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 des canaux de distribution en ligne (e-commerce).

Ce changement a été pris en compte rétroactivement à partir du 1<sup>er</sup> janvier 2021 et toutes les informations relatives aux anciens segments d'activité ont été révisées conformément à cette nouvelle approche.

### Par rapport à 2020

*En millions d'euros*

	S1 2021	S1 2020	Variation à taux de change constants <sup>1</sup>	Variation à taux de change courants
Professional Solutions	5 196	3 640	50,8 %	42,7 %
Direct to Consumer	3 572	2 590	46,9 %	37,9 %
<b>Chiffre d'affaires TOTAL</b>	<b>8 768</b>	<b>6 230</b>	<b>49,2 %</b>	<b>40,7 %</b>

*En millions d'euros*

	T1 2021	T1 2020	Variation à taux de change constants <sup>1</sup>	Variation à taux de change courants	T2 2021	T2 2020	Variation à taux de change constants <sup>1</sup>	Variation à taux de change courants
Professional Solutions	2 463	2 305	13,8 %	6,9 %	2 733	1 336	114,7 %	104,6 %
Direct to Consumer	1 597	1 480	15,1 %	7,9 %	1 975	1 110	89,2 %	78,0 %
<b>Chiffre d'affaires TOTAL</b>	<b>4 060</b>	<b>3 784</b>	<b>14,3 %</b>	<b>7,3 %</b>	<b>4 709</b>	<b>2 446</b>	<b>103,1 %</b>	<b>92,5 %</b>

## Par rapport à 2019

En millions d'euros

	S1 2021	S1 2019	Variation à taux de change constants <sup>1</sup>	Variation à taux de change courants
Professional Solutions	5 196	5 367	2,7 %	-3,2 %
Direct to Consumer	3 572	3 409	10,4 %	4,8 %
<b>Chiffre d'affaires TOTAL</b>	<b>8 768</b>	<b>8 776</b>	<b>5,7 %</b>	<b>-0,1 %</b>

En millions d'euros

	T1 2021	T1 2019	Variation à taux de change constants <sup>1</sup>	Variation à taux de change courants	T2 2021	T2 2019	Variation à taux de change constants <sup>1</sup>	Variation à taux de change courants
Professional Solutions	2 463	2 604	0,3 %	-5,4 %	2 733	2 763	5,0 %	-1,1 %
Direct to Consumer	1 597	1 606	4,5 %	-0,6 %	1 975	1 803	15,7 %	9,6 %
<b>Chiffre d'affaires TOTAL</b>	<b>4 060</b>	<b>4 210</b>	<b>1,9 %</b>	<b>-3,6 %</b>	<b>4 709</b>	<b>4 566</b>	<b>9,2 %</b>	<b>3,1 %</b>

En raison des effets de la pandémie de COVID-19 la comparaison avec 2020 (à la fois pour le deuxième trimestre et le premier semestre) n'est pas pertinente. Par conséquent, la performance du *Chiffre d'affaires* du Groupe est commentée par rapport à 2019.

## Chiffre d'affaires du deuxième trimestre par activité

### Professional Solutions

La division des solutions professionnelles ou « Professional Solutions » regroupe les activités de vente de produits et de services du Groupe aux professionnels de la vue externes, c'est-à-dire ses activités de commerce de gros. Au cours du deuxième trimestre de l'exercice, le chiffre d'affaires de la division était de 2 733 millions d'euros, en hausse de 5,0 % à taux de change constants<sup>1</sup> par rapport à la même période de 2019 (en baisse de 1,1 % à taux de change courants), en nette accélération par rapport au premier trimestre. La capacité du Groupe à proposer des solutions innovantes à ses clients et à stimuler leur participation à des programmes de partenariat dédiés ont été un moteur de performance pour la division, qui a en outre su tirer parti de la réouverture progressive des magasins dans la plupart des régions du monde et de l'amélioration de la conjoncture à travers l'ensemble des canaux de vente.

Affichant la meilleure performance, l'Amérique du Nord a connu une croissance de chiffre d'affaires proche de 10%, dynamisée par les professionnels de la vue indépendants et les grands comptes. Elle a été suivie par la zone EMEA qui a repris sa croissance grâce à ses principaux marchés (France, Italie et Royaume-Uni), puis de l'Amérique latine, qui s'est redressée tardivement au cours du trimestre en raison des restrictions sanitaires, notamment au Brésil. Malgré une croissance solide en Chine continentale et en Australie, l'Asie-Pacifique a légèrement fléchi en raison de la nouvelle vague de COVID-19 qui a sévi dans la plupart des pays asiatiques.

En termes de catégorie de produits, l'optique a devancé le solaire, dont la reprise a été plus tardive au cours du trimestre et marquée par une accélération en Amérique du Nord. Les marques ont joué un facteur clé de l'accélération de l'activité, aussi bien dans l'optique avec les marques Crizal, Transitions et EyeZen, et la catégorie Blue Cut, dans les instruments qui ont tous été contributeurs, que dans les montures avec les performances supérieures de la marque Oakley et les principales marques de luxe.

## Direct to Consumer

La division distribution directe ou « Direct to Consumer » concerne les produits et les services vendus directement aux consommateurs finaux, c'est-à-dire les activités de vente de détail que le Groupe réalise à travers son réseau de magasins physiques et de plateformes d'e-commerce. Au cours du deuxième trimestre, le chiffre d'affaires de la division était de 1 975 millions d'euros, affichant une hausse de 15,7 % à taux de change constants<sup>1</sup> (et une hausse de 9,6 % à taux de change courants) par rapport à la même période de 2019, en forte accélération par rapport au premier trimestre. La division doit cette solide performance à la variété de la gamme de solutions à valeur ajoutée du Groupe ainsi qu'au renouveau de la demande dans l'optique et le solaire. A la fin du trimestre, plus de 90 % de magasins étaient ouverts, soit légèrement plus qu'il y a trois mois; l'Amérique du Nord et l'Amérique latine étant globalement stables à cet égard et la zone EMEA entamant sa phase de réouverture, contrairement à l'Asie-Pacifique, où les magasins ont dû à nouveau fermer, en particulier en Australie et en Asie du Sud-Est.

Du côté de l'activité « physique », les ventes à magasins comparables<sup>3</sup> ont affiché une hausse proche de 5% par rapport au deuxième trimestre 2019, soutenue par une nette accélération des ventes en Amérique du Nord, qui a largement compensé les chiffres encore négatifs de la zone EMEA. Aiguillonnées par la performance des enseignes Sunglass Hut (en Amérique du Nord), Target Optical et LensCrafters, les catégories optique et solaire ont toutes les deux contribué à la croissance.

Les activités e-commerce directes ont bondi de deux tiers à taux de change constants<sup>1</sup>, atteignant 9 % du chiffre d'affaires total du Groupe. L'Amérique du Nord a quasiment doublé ses ventes et les principales plateformes ont connu une croissance rapide (les ventes de Ray-Ban.com ayant presque doublé, celles d'Oakley.com et d'EyeBuyDirect.com plus que doublé et celles de Sunglass Hut.com triplé).

## Chiffre d'affaires du premier semestre par activité

### Professional Solutions

Au cours du premier semestre 2021, le chiffre d'affaires de la division Professional Solutions s'élevait à 5 196 millions d'euros, affichant une hausse de 2,7 % à taux de change constants<sup>1</sup> (et une baisse de 3,2 % à taux de change courants) par rapport au premier semestre 2019.

Moteur de la croissance de la division, la région nord-américaine a connu une croissance d'un peu plus de 5% à taux de change constants<sup>1</sup>. L'Asie-Pacifique et l'Amérique Latine ont été positives, alors que la région EMEA était négative, bien qu'en amélioration au deuxième trimestre. À l'échelle mondiale, la catégorie optique a maintenu un rythme plus soutenu que les lunettes de soleil, grâce à ses marques phares Varilux, Crizal, EyeZen, Transitions et Stellest, ainsi qu'à la catégorie Blue Cut et à la division instruments. La catégorie solaire a toutefois connu un sursaut à la fin du semestre, en particulier grâce à la performance de l'Amérique du Nord.

### Direct to Consumer

Au cours du premier semestre 2021, le chiffre d'affaires de la division Direct to Consumer s'élevait à 3 572 millions d'euros, soit une hausse de 10,4 % à taux de change constants<sup>1</sup> (et une hausse de 4,8 % à taux de change courants) par rapport à 2019 sur la même période.

Du côté des ventes de détail « physiques », les ventes à magasins comparables<sup>3</sup> ont délivré une performance stable, grâce à l'embellie, dès le mois de mars, des catégories optique et solaire. L'activité nord-américaine a tiré la performance grâce aux chiffres positifs dégagés sur les marques LensCrafters, Target Optical et Sunglass Hut durant le semestre, avec une accélération au deuxième trimestre. Quant aux activités e-commerce, elles ont bondi de plus de 60 % à taux de change constants<sup>1</sup> au cours de la période, représentant 8 % du chiffre d'affaires total, un élan porté par l'ensemble des principales plateformes (Ray-Ban.com, Oakley.com, SunglassHut.com et EyeBuyDirect.com).

## 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	S1 2021	S1 2020*	Variation à taux de change constants <sup>1</sup>	Variation à taux de change courants
Amérique du Nord	4 810	3 426	52,7 %	40,4 %
EMEA	2 290	1 593	46,3 %	43,8 %
Asie-Pacifique	1 258	930	36,6 %	35,4 %
Amérique latine	410	282	63,7 %	45,3 %
<b>Chiffre d'affaires TOTAL</b>	<b>8 768</b>	<b>6 230</b>	<b>49,2 %</b>	<b>40,7 %</b>

En millions d'euros	T1 2021	T1 2020*	Variation à taux de change constants <sup>1</sup>	Variation à taux de change courants	T2 2021	T2 2020*	Variation à taux de change constants <sup>1</sup>	Variation à taux de change courants
Amérique du Nord	2 200	2 070	15,7 %	6,3 %	2 610	1 356	109,2 %	92,4 %
EMEA	1 022	972	8,0 %	5,2 %	1 268	621	106,3 %	104,2 %
Asie-Pacifique	639	521	23,7 %	22,6 %	620	409	52,9 %	51,6 %
Amérique latine	199	222	7,2 %	-10,4 %	211	60	272,9 %	251,6 %
<b>Chiffre d'affaires TOTAL</b>	<b>4 060</b>	<b>3 784</b>	<b>14,3 %</b>	<b>7,3 %</b>	<b>4 709</b>	<b>2 446</b>	<b>103,1 %</b>	<b>92,5 %</b>

\* La répartition géographique du chiffre d'affaires au premier semestre 2020 a été alignée sur les zones géographiques redéfinies au premier semestre 2021.

### Par rapport à 2019

En millions d'euros	S1 2021	S1 2019*	Variation à taux de change constants <sup>1</sup>	Variation à taux de change courants
Amérique du Nord	4 810	4 580	11,6 %	5,0 %
EMEA	2 290	2 376	-1,3 %	-3,6 %
Asie-Pacifique	1 258	1 290	-0,5 %	-2,5 %
Amérique latine	410	530	1,5 %	-22,7 %
<b>Chiffre d'affaires TOTAL</b>	<b>8 768</b>	<b>8 776</b>	<b>5,7 %</b>	<b>-0,1 %</b>

En millions d'euros	T1 2021	T1 2019*	Variation à taux de change constants <sup>1</sup>	Variation à taux de change courants	T2 2021	T2 2019*	Variation à taux de change constants <sup>1</sup>	Variation à taux de change courants
Amérique du Nord	2 200	2 188	6,4 %	0,6 %	2 610	2 392	16,4 %	9,1 %
EMEA	1 022	1 129	-7,0 %	-9,4 %	1 268	1 248	3,8 %	1,7 %
Asie-Pacifique	639	633	2,6 %	0,9 %	620	657	-3,5 %	-5,8 %
Amérique latine	199	261	0,9 %	-23,7 %	211	269	2,0 %	-21,7 %
<b>Chiffre d'affaires TOTAL</b>	<b>4 060</b>	<b>4 210</b>	<b>1,9 %</b>	<b>-3,6 %</b>	<b>4 709</b>	<b>4 566</b>	<b>9,2 %</b>	<b>3,1 %</b>

\* La répartition géographique du chiffre d'affaires au premier semestre 2019 a été alignée sur les zones géographiques redéfinies au premier semestre 2021.

En raison des effets de la pandémie de COVID-19 la comparaison avec 2020 (à la fois pour le deuxième trimestre et le premier semestre) n'est pas pertinente. Par conséquent, la performance du *Chiffre d'affaires* du Groupe est commentée par rapport à 2019.

## **Chiffre d'affaires du deuxième trimestre par zone géographique**

### **Amérique du Nord**

Le chiffre d'affaires de l'Amérique du Nord s'est élevé à 2 610 millions d'euros, en hausse de 16,4 % à taux de change constants<sup>1</sup> (et en hausse de 9,1 % à taux de change courants) par rapport au deuxième trimestre 2019, faisant de cette région la plus performante du Groupe puisqu'elle a généré à elle seule 55 % de son chiffre d'affaires total. Face au regain rapide de la confiance des consommateurs et à la normalisation des conditions économiques, le Groupe a tiré parti de son offre multicatégorie et multicanal de première qualité pour exploiter la reprise du marché de l'optique ophtalmique et de la lunetterie dans la région.

Dans le segment Professional Solutions, les ventes de verres et de montures ont connu dans l'ensemble une croissance à deux chiffres et ont été dynamisées par les professionnels de la vue indépendants, soutenus par les programmes de partenariat comme Essilor Experts, STARS et EL 360 notamment et par les grands comptes. Les marques phares de verres Crizal, Transitions et EyeZen, les montures et lunettes de soleil Ray-Ban, Oakley, Costa et les marques de luxe sous licence (habillement, chaussures et accessoires compris) ont fait la part belle au commerce de gros, segment sur lequel le Groupe a remporté des parts de marché.

Le chiffre d'affaires des enseignes de vente de détail physique a nettement accéléré avec des ventes à magasins comparables<sup>3</sup> en hausse de 11 % par rapport à 2019. Le solaire a légèrement devancé l'optique, signe d'un regain de la confiance des consommateurs et d'un certain effet d'achat revanche. Les marques LensCrafters et Target Optical ont délivré une croissance légèrement inférieure à 15%, alors que la marque Sunglass Hut a délivré une croissance d'environ 15%, toutes les deux grâce à des volumes plus élevés et des prix de vente moyens en hausse. Rempportant davantage de parts de marché, la marque EyeMed a vu son chiffre d'affaires augmenter de plus d'un tiers et son nombre d'adhérents dépasser les 60 millions de vies. Quant au chiffre d'affaires des activités e-commerce, il a presque doublé grâce à l'ensemble des principales plateformes comme Ray-Ban.com, Oakley.com, SunglassHut.com et EyeBuyDirect.com.

### **EMEA**

Le chiffre d'affaires de la région EMEA s'élevait à 1 268 millions d'euros, en hausse de 3,8 % à taux de change constants<sup>1</sup> (et en hausse de 1,7 % à taux de change courants) par rapport au deuxième trimestre 2019. Suite à l'assouplissement progressif des mesures restrictives dans la région, il a repris de l'élan en juin pour connaître une hausse à deux chiffres.

La division Professional Solutions a repris une tendance à la hausse au cours du trimestre, tirée par les marchés clés de la France, de l'Italie et du Royaume-Uni, suivi de l'Europe du Nord et de l'Europe de l'Est. La catégorie optique a tiré la performance, grâce à l'accélération des ventes de verres Crizal, Eyezen et Transitions et à la montée en puissance de l'activité instruments, tandis que le déploiement de Ray-Ban Authentic et le lancement de Stellest en France et en Italie en juin ont enregistré des résultats prometteurs. Depuis le mois de juin, les lunettes de soleil ont également connu une nette accélération, soutenues par les plateformes d'e-commerce tierces comme Mister Spex, Zalando et Asos.

Les activités de vente de détail physique sont restées en recul avec des ventes à magasins comparables<sup>3</sup> négatives par rapport à 2019. Touchant environ un quart des magasins de la région, les restrictions dans les pays clés et le ralentissement du tourisme ont continué de peser sur les ventes de Sunglass Hut, mais dans une moindre mesure qu'au premier trimestre. Le Royaume-Uni et la Turquie ont connu une croissance à deux chiffres, tandis que les autres pays de la région ont clôturé en négatif malgré une relative amélioration. En Italie, les ventes de Salmoiraghi & Viganò ont commencé à se redresser à partir de la mi-mai, suite à l'assouplissement des mesures de restriction. La consolidation de l'enseigne ukrainienne Optical House a en outre participé à la bonne performance des magasins physiques. Pour les activités e-commerce, le chiffre d'affaires a connu une croissance à deux chiffres, notamment grâce à la contribution de Ray-Ban.com, Oakley.com, SunglassHut.com et EyeBuyDirect.com, une hausse que les moindres performances des lentilles de contact ont toutefois limitée.

## Asie-Pacifique

L'Asie-Pacifique a enregistré un chiffre d'affaires de 620 millions d'euros, en baisse de 3,5 % à taux de change constants<sup>1</sup> (et en baisse de 5,8 % à taux de change courants) par rapport au deuxième trimestre 2019. Outre la Chine continentale et l'Australie, dont la croissance est demeurée solide, la région a été confrontée à de nouvelles vagues de COVID-19.

La division Professional Solutions a connu une performance négative au cours du trimestre, notamment en raison du ralentissement de l'activité en Inde, où le variant local du virus a eu d'importantes répercussions. À l'inverse, la Chine continentale a continué d'afficher une croissance de plus de 40 %, tirée par les ventes des verres Eyezen, Crizal, Transitions, Nikon et Kodak, ainsi que des verres Stellest qui se vendent actuellement au rythme de mille paires par jour. La marque locale Bolon a réalisé une performance remarquable, due notamment aux produits d'optique. Le segment des lunettes de soleil a quant à lui sous-performé, tandis que les ventes AFA (habillement, chaussures et accessoires) ont à nouveau été positives au Japon.

L'activité de vente de détail physique a continué de bénéficier d'une bonne performance en Australie, les nouvelles mesures de restriction sélectives introduites en milieu de trimestre n'ayant eu qu'une incidence limitée sur la croissance solide d'OPSM et de Sunglass Hut. Néanmoins, elle a été durement impactée par les restrictions et la paralysie du tourisme dans les autres régions, notamment à Hong Kong et en Asie du Sud-Est. Le chiffre d'affaires de l'e-commerce a quant à lui augmenté de 60 % dans la région.

## Amérique latine

L'Amérique latine a enregistré un chiffre d'affaires de 211 millions d'euros, en hausse de 2,0 % à taux de change constants<sup>1</sup> (mais en baisse de 21,7 % à taux de change courants) par rapport au deuxième trimestre 2019, après avoir souffert de nouvelles vagues de restrictions en avril et mai puis connu un vif rebond en juin. Les deux marchés clés du Brésil et du Mexique ont connu une amélioration progressive et clôturé le trimestre sur des chiffres positifs à taux de change constants<sup>1</sup>. Les prix ont été augmentés de manière sélective dans la région pour contrebalancer partiellement la forte dévaluation des principales monnaies.

Dans la division Professional Solutions, le redressement du marché brésilien avec une croissance à deux chiffres en juin, a été impulsé par le sursaut de la catégorie optique, tiré par la performance des verres Eyezen, Varilux et Kodak, ainsi que par l'activité instruments, s'accompagnant en outre d'une tendance positive de la catégorie AFA (habillement, chaussures et accessoires). Au Mexique, le Groupe a continué de pénétrer le marché des professionnels de la vue indépendants et les canaux de distribution des grands comptes ont soutenu la solide performance du segment des verres.

Du côté de la vente de détail physique, les ventes à magasins comparables<sup>3</sup> ont augmenté à la fois dans les catégories optique et solaire dans tous les pays clés. L'enseigne Sunglass Hut a connu un rebond de son activité au Brésil et au Mexique et l'enseigne GMO une amélioration malgré une performance légèrement négative. Les ventes e-commerce ont quant à elles bondi de près de deux tiers dans la région.

## Chiffre d'affaires du premier semestre par zone géographique

### Amérique du Nord

L'Amérique du Nord a enregistré un chiffre d'affaires de 4 810 millions d'euros, soit une hausse de 11,6 % à taux de change constants<sup>1</sup> (et une hausse de 5,0 % à taux de change courants) par rapport au premier semestre 2019.

La région a tiré la performance d'ensemble du Groupe durant tout le semestre, avec une croissance de la division Professional Solutions comme de la division Direct to Consumer. Le redressement rapide de la conjoncture économique a entraîné une accélération en mars, confirmée au deuxième trimestre à la fois dans les catégories optique et solaire. Sur l'ensemble de la période, les professionnels de la vue indépendants et les grands comptes ont été les canaux de vente les plus performants de la division Professional Solutions.

Les activités de vente de détail physique et d'e-commerce ont toutes les deux connu une croissance à deux chiffres sur la période, avec des améliorations notables dans les magasins physiques LensCrafters et Sunglass Hut à partir de mars.

## **EMEA**

La zone EMEA a enregistré un chiffre d'affaires de 2 290 millions d'euros, témoignant d'une baisse de 1,3 % à taux de change constants<sup>1</sup> (et d'une baisse de 3,6 % à taux de change courants) par rapport au premier semestre 2019.

Le premier semestre de l'exercice a été bouleversé par les mesures de restriction adoptées dans la plupart des pays d'Europe, tandis que leur assouplissement progressif a contribué à une reprise graduelle au deuxième trimestre, qui s'est clôturé sur des chiffres positifs dans les divisions Professional Solutions et Direct to Consumer, avec une accélération en juin. Si les principaux marchés de la région ont légèrement fléchi durant la période, l'Europe du Nord, la Russie et la Turquie ont affiché les meilleures performances.

## **Asie-Pacifique**

La zone Asie-Pacifique a enregistré un chiffre d'affaires de 1 258 millions d'euros, témoignant d'une baisse de 0,5 % à taux de change constants<sup>1</sup> (et d'une baisse de 2,5 % à taux de change courants) par rapport au premier semestre 2019.

Suite au départ de nouvelles vagues de COVID-19 dans plusieurs pays, la performance de la région a progressivement diminué au deuxième trimestre. La Chine et l'Australie ont connu sur l'ensemble du semestre une croissance à deux chiffres continue, imputable surtout à la bonne santé de l'activité optique. À l'inverse, les nouvelles restrictions ont pesé sur les autres marchés, notamment au Japon, en Asie du Sud-Est, en Inde et à Hong Kong, impactant à la fois les divisions Professional Solutions et Direct to Consumer.

## **Amérique latine**

L'Amérique latine a enregistré un chiffre d'affaires de 410 millions d'euros, en hausse de 1,5 % à taux de change constants<sup>1</sup> (mais en baisse de 22,7 % à taux de change courants) par rapport au premier semestre 2019.

La performance de la région a été tirée vers le bas par la mauvaise conjoncture et le mauvais accès aux soins dans plusieurs de ses principaux marchés. Néanmoins, l'Amérique latine a témoigné d'un beau sursaut vers la fin du semestre, notamment au Brésil, son plus gros marché. Les divisions Professional Solutions et Direct to Consumer ont attesté d'une légère tendance à la hausse à taux de change constants<sup>1</sup> sur la période, notamment sous l'effet de mesures sélectives d'augmentation des prix visant à compenser la dévaluation monétaire.

## Acquisition de GrandVision

### Autorisations réglementaires

En 2019 et 2020, le projet d'acquisition de GrandVision N.V. (« GrandVision ») par EssilorLuxottica annoncé le 31 juillet 2019 (le « Projet d'Acquisition ») avait bien été approuvé sans réserve par les autorités de la concurrence aux Etats-Unis, en Russie, en Colombie, au Mexique ainsi qu'au Brésil. Au cours du premier semestre 2021, le Projet d'Acquisition a été autorisé par les autorités de la concurrence restantes :

- Le 23 mars 2021, la Commission Européenne a donné son autorisation finale, sous réserve de la cession par EssilorLuxottica de magasins d'optique en Belgique (35 magasins de la chaîne « GrandOptical » seront vendus mais sans cession de la marque), aux Pays-Bas (142 magasins de la chaîne « EyeWish » seront vendus, de même que la marque) et en Italie (174 magasins de la chaîne « VistaSi » de même que la marque ainsi que les magasins de la chaîne « GrandVision by » sans cession de la marque) ;
- Le 9 avril 2021, l'autorité de concurrence chilienne, la FNE (Fiscalía Nacional Económica), a autorisé le Projet d'Acquisition de GrandVision, suite à l'engagement de la société de se séparer des activités chiliennes de GrandVision opérant sous la bannière Rotter Y Krauss; et
- Le 10 juin 2021, l'autorité de la concurrence turque (TCA) a autorisé le Projet d'Acquisition de GrandVision après qu'EssilorLuxottica ait pris certains engagements comportementaux relatifs à la conduite de ses activités en Turquie

Avec l'autorisation sous conditions de l'autorité de la concurrence turque, toutes les autorisations réglementaires en vue d'une conclusion de la Transaction ont ainsi été obtenues.

### Réalisation de la transaction et prochaines étapes

Le 1<sup>er</sup> juillet 2021, EssilorLuxottica a finalisé l'acquisition de la participation de 76,72 % dans GrandVision auprès de HAL Optical Investments B.V. (« HAL »), filiale à 100 % de HAL Holding, conformément au contrat de cession de bloc conclu avec HAL le 30 juillet 2019.

En conséquence de la réalisation de cette opération envisagée par le contrat de cession de bloc (la « Transaction »), EssilorLuxottica bénéficie à présent d'un « contrôle prédominant » (*overwegende zeggenschap*) sur GrandVision et se retrouve dans l'obligation de lancer une offre publique obligatoire sur le solde des actions de GrandVision, conformément aux règles de droit néerlandais applicables aux offres publiques.

EssilorLuxottica entend retirer GrandVision de la cote de la Bourse Euronext d'Amsterdam.

EssilorLuxottica soumettra le texte de l'offre publique obligatoire à l'Autorité des marchés financiers (l'« AFM ») néerlandaise au plus tard le 23 septembre 2021, qui constitue la date limite pour soumettre le texte de l'offre à l'AFM pour approbation en vertu des règles néerlandaises relatives aux offres publiques.

Le texte de l'offre concernera l'offre publique obligatoire sur toutes les actions ordinaires émises et en circulation du capital de GrandVision, d'une valeur nominale de 0,02 euro chacune. Le prix de vente par action sera de 28,42 euros et correspond au montant par action payé par EssilorLuxottica dans le cadre du contrat de cession de bloc. En outre, le prix de vente représente le prix le plus élevé payé par EssilorLuxottica pour des actions du capital de GrandVision au cours des 12 mois précédant l'annonce de l'offre publique obligatoire et constitue donc un « prix équitable » (*billijke prijs*) au sens de l'article 5:80a de la « Loi néerlandaise sur la Surveillance financière » (*Wet op het financieel toezicht*).

Le règlement de l'offre publique obligatoire est attendu dans les 6 mois à venir.

EssilorLuxottica confirme également que des fonds suffisants ont été sécurisés pour assurer le paiement intégral de toutes les actions émises et en circulation de GrandVision.

## Motifs de l'acquisition

GrandVision est un leader mondial dans le commerce de détail pour les produits et services d'optique ophtalmique et de lunetterie, avec plus de 7 200 magasins dans le monde (avec une présence forte en Europe) et une présence croissante dans le e-commerce. GrandVision offre à ses clients des services d'experts de soins optiques ainsi qu'une large sélection de lunettes de vue, de lunettes de soleil, de lentilles de contact et de produits de soins optiques uniques et élégants.

Le rapprochement avec GrandVision servira de catalyseur pour libérer le potentiel de croissance de l'industrie de l'optique ophtalmique et de la lunetterie. Les activités des deux sociétés sont très complémentaires. En plus d'étendre le périmètre des activités d'EssilorLuxottica, tout en préservant son modèle économique ouvert, la Transaction apportera à EssilorLuxottica les 125 années d'expérience et de succès de GrandVision dans son approche consistant à mettre le client au centre de ses activités. En outre, la Transaction offrira à EssilorLuxottica une opportunité de consolider ses activités de vente directe aux clients, en s'appuyant sur les technologies, les compétences et le capital humain de GrandVision qui ont fait son succès.

En développant ses activités de vente au détail, tout en présentant une forte activité de distribution en gros, EssilorLuxottica développera sa capacité à impliquer plus efficacement ses clients, à accroître les standards de qualité de l'expérience en magasin, ce qui générera des examens ophtalmologiques plus fréquents, des prescriptions plus à jour et une plus grande disponibilité de nombreux produits sur-mesure, afin de répondre à l'ensemble des besoins des clients en termes de vue et de style.

En même temps, GrandVision bénéficiera de l'innovation produits et des méthodes de fabrication et de commercialisation exceptionnelles d'EssilorLuxottica, de son système informatique intégré, de son portefeuille de marques, de sa chaîne logistique de pointe, du développement de ses talents et de ses outils digitaux, et de son expertise à promouvoir une relation de plus en plus proche et complète avec les plus de 150 millions de clients de GrandVision dans le monde.

EssilorLuxottica et GrandVision partagent des valeurs communes et sont déterminés à offrir des services de qualité supérieure en matière d'optique ophtalmique et de lunetterie à un plus grand nombre de clients dans le monde. Les deux sociétés partagent une même volonté, séculaire, d'exercer leur métier d'une manière qui profite à l'ensemble des parties prenantes, qu'il s'agisse des clients, des salariés, des actionnaires, des partenaires d'affaires, des fournisseurs et des communautés au sein desquelles les deux sociétés sont présentes.

## Procédures judiciaires

Concernant les procédures judiciaires entre les deux parties:

- le 18 juillet 2020, EssilorLuxottica a intenté une action en justice devant le tribunal de grande instance de Rotterdam en vue d'obtenir des informations de la part de GrandVision. Cette action a pour but de lui permettre d'appréhender la façon dont GrandVision a conduit la marche de ses affaires pendant la crise du COVID-19 et d'évaluer l'étendue des manquements de GrandVision à ses obligations en vertu du contrat de soutien signé par les parties (le « Contrat de Soutien »). Les demandes d'informations d'EssilorLuxottica à l'encontre de GrandVision et HAL ont été rejetés par le tribunal de grande instance de Rotterdam. Le 4 septembre 2020, EssilorLuxottica a interjeté appel contre le jugement qui a rejeté sa requête visant à obtenir l'accès à des informations. Le 6 avril 2021, la Cour d'appel d'Amsterdam a rejeté la requête d'EssilorLuxottica visant à obtenir accès à des informations de la part de GrandVision, principalement en raison des communications d'informations récemment ordonnées dans le cadre de la procédure d'arbitrage lancée par HAL et GrandVision (voir ci-dessous) ;
- le 30 juillet 2020, GrandVision et HAL ont lancé une procédure d'arbitrage contre EssilorLuxottica, que la Société a considéré comme une tentative évidente de la part de HAL et GrandVision pour détourner l'attention des manquements de GrandVision à ses obligations en vertu du Contrat de Soutien ainsi que de son incapacité à lui fournir l'information requise. Le 21 juin 2021, le tribunal arbitral a déclaré que GrandVision avait manqué à ses obligations envers EssilorLuxottica en vertu du Contrat de Soutien. En conséquence, EssilorLuxottica pouvait décider de mettre fin à la Transaction ou de la poursuivre. Compte tenu de la logique stratégique de la Transaction, EssilorLuxottica a décidé de poursuivre et finaliser la transaction au 1<sup>er</sup> juillet 2021.

## *Faits marquants*

### **Changement de Direction et composition du Conseil d'Administration**

Lors de l'Assemblée Générale Annuelle du Groupe EssilorLuxottica qui s'est tenue le 21 mai 2021, les actionnaires ont approuvé l'ensemble des noms des administrateurs proposés qui siègent maintenant au Conseil d'Administration de la Société, comprenant: M. Leonardo Del Vecchio, M. Francesco Milleri, M. Paul du Saillant, M. Romolo Bardin, M. Jean-Luc Biamonti, Mme Marie Christine Coisne-Roquette, Mme Juliette Favre, M. José Gonzalo, Mme Swati Piralal, Mme Cristina Scocchia, Mme Nathalie von Siemens and M. Andrea Zappia.

Le 21 mai 2021, lors de sa première réunion, le Conseil d'Administration a désigné M. Leonardo Del Vecchio en tant que Président du Conseil, M. Francesco Milleri en tant que Directeur Général et M. Paul du Saillant en tant que Directeur Général Délégué d'EssilorLuxottica. Lors de cette même réunion, le Conseil d'Administration a été informé de la nomination de M. Stefano Grassi en tant que Directeur Financier de la Société.

### **Lancement de Ray-Ban Authentic aux États-Unis**

Le 12 janvier 2021, EssilorLuxottica a annoncé le lancement commercial aux États-Unis du premier produit alliant les expertises d'Essilor et de Luxottica.

La toute dernière édition de Ray-Ban Authentic représente la parfaite adéquation entre le style légendaire de Ray-Ban et l'expertise d'Essilor dans le domaine de la vision. Elle mise sur ces deux atouts pour répondre aux besoins des consommateurs, diversifier la catégorie des verres unifocaux et développer celle des verres solaires de prescription pour les opticiens indépendants. Cette nouvelle édition a été lancée le 19 janvier 2021.

Le développement de Ray-Ban dans le domaine des verres de prescription a connu de nombreuses innovations, mais la combinaison de montures emblématiques et de la dernière génération de verres clairs, dégradés et solaires est une révolution majeure, rendue possible par l'union d'Essilor et de Luxottica. Le cœur de cette innovation réside dans la capacité à proposer des verres premium légers qui s'adaptent parfaitement à la forme et à la courbure de la monture Ray-Ban, afin de tirer le meilleur parti des toutes dernières technologies optiques.

Les lunettes de vue étant devenues un accessoire de mode important, plus de 1 400 combinaisons de verres et de montures seront proposées aux consommateurs, y compris des modèles dotés de la technologie Transitions pour les verres photochromiques et le filtrage de la lumière bleue. La nouvelle gamme comprend également une Edition Spéciale, incluant les solutions les plus connues et les plus innovantes d'Essilor : Varilux, Eyezen et Crizal.

L'expérience complète Ray-Ban alliée aux solutions optiques sur mesure d'Essilor a donné naissance à une nouvelle catégorie innovante qui permet de proposer aux clients et aux consommateurs des produits entièrement personnalisés.

### **Franchissements de seuils légaux et statutaires par BPI**

Le 25 janvier 2021, BPI Investissement SAS a notifié à la Société que LAC 1 SLP avait franchi à la hausse le seuil statutaire de 1% du capital et des droits de vote d'EssilorLuxottica, ce qui a porté sa participation à cette même date à 4 500 688 actions et droits de vote représentant 1,02 % du capital et des droits de vote de la Société.

### **Joint-venture avec CoopersCompanies pour l'acquisition de SightGlass Vision**

Le 3 février 2021, EssilorLuxottica et CooperCompanies ont annoncé avoir conclu un accord pour la création d'une joint-venture à 50/50 pour l'acquisition de la société américaine SightGlass Vision, spécialisée dans le développement de verres ophtalmiques innovants visant à réduire la progression de la myopie chez l'enfant.

EssilorLuxottica et CooperCompanies tireront parti de leur expertise commune et de leur leadership global dans le domaine de la myopie pour accélérer la commercialisation des verres de lunettes SightGlass Vision. Grâce à ce partenariat, les deux entreprises vont renforcer leur potentiel d'innovation et accroître leurs

capacités de mise sur le marché afin de développer la catégorie des solutions de contrôle de la myopie. La technologie de SightGlass Vision viendra compléter les solutions existantes, dont le verre Stellest d'Essilor ainsi que les lentilles de contact MiSight de CooperVision et ses solutions d'orthokératologie.

La joint-venture fera l'acquisition de SightGlass Vision, actuellement détenue par CooperCompanies. La clôture de cette opération et la création de la joint-venture sont soumises aux autorisations réglementaires et autres conditions de clôture habituelles. CooperCompanies détenait précédemment une part minoritaire dans SightGlass Vision et en a finalisé l'acquisition complète en janvier 2021.

### **L'actionnariat salarié atteint des niveaux record au sein d'EssilorLuxottica**

Le 4 février 2021, EssilorLuxottica a annoncé les résultats de sa campagne internationale « Boost 2020 », qui a porté l'actionnariat salarié à un taux record de 44 % pour l'ensemble du Groupe. De plus, le « Grand Prix FAS 2020 » lui a été décerné par la FAS (*Fédération Française des Associations d'Actionnaires Salariés et Anciens Salariés*) en reconnaissance de son engagement à long terme en faveur de l'actionnariat salarié.

Suite au succès de la campagne « Boost 2020 », près de 63 000 collaborateurs d'EssilorLuxottica répartis dans 81 pays détiennent désormais une participation financière dans l'entreprise, contre environ 56 000 salariés en 2019, soit une augmentation de près de 13%. En outre, plus de 10 000 salariés retraités d'EssilorLuxottica sont également actionnaires, signe indiscutable de leur engagement et de leur confiance envers le Groupe.

Malgré le contexte difficile de l'année passée, le taux de souscription « Boost 2020 » atteint plus de 62 % des collaborateurs éligibles, ce qui est nettement supérieur à la moyenne du marché (20% en 2019) et tout à fait conforme aux précédentes initiatives « Boost ». Des programmes spécifiques déployés au niveau local complètent cette initiative internationale et ont contribué à sa réussite, notamment le PEE (plan d'épargne entreprise) français, qui a connu un record d'investissement.

Ces résultats soulignent la volonté des salariés de participer à la création de valeur et à la croissance à long terme d'EssilorLuxottica, et leur engagement envers la mission du Groupe d'aider chacun à « mieux voir, mieux être, pour profiter pleinement de la vie ».

L'expansion continue de l'actionnariat salarié à l'échelle d'EssilorLuxottica représente une nouvelle étape importante de l'intégration des deux entreprises et a été récompensée par la remise du « Grand Prix FAS 2020 » le 2 février 2021, lors de la 16<sup>e</sup> édition des prix de l'actionnariat salarié français. Cette distinction vient récompenser le leadership et l'engagement continu de l'entreprise dans le domaine de l'actionnariat salarié, un pilier du modèle de gouvernance d'EssilorLuxottica et de sa stratégie à long terme.

### **EssilorLuxottica signe un accord d'acquisition de Walman aux États-Unis**

Le 25 mars 2021, EssilorLuxottica a conclu un accord d'acquisition du réseau de laboratoires Walman aux États-Unis. Partenaire de premier plan de nombreux acteurs de la santé visuelle aux États-Unis depuis plus de 100 ans, Walman tirera parti de la forte capacité d'innovation d'EssilorLuxottica en matière de produits et services pour créer des opportunités de croissance.

Si les États-Unis représentent le plus gros marché optique au monde, les opportunités restent considérables. Les catégories des verres progressifs et des verres antireflet, ainsi que les solutions en cours de déploiement, notamment dans la gestion de la myopie, nécessitent des ressources pour assurer leur croissance, dans une industrie très concurrentielle. L'investissement d'EssilorLuxottica dans Walman permettra aux professionnels de la vue de tirer parti de ces opportunités existantes et futures pour continuer à développer le marché.

Walman dispose d'un réseau de 35 sites répartis à travers les États-Unis, notamment des laboratoires de surfaçage de verres de prescription, ainsi que des centres spécialisés dans le matériel optique et d'autres produits de santé visuelle. Au sein d'EssilorLuxottica, Walman continuera de desservir le marché sous la marque Walman, offrant le même niveau de proximité, de services et de solutions auquel ses clients sont attachés.

La transaction devrait être finalisée au cours des prochains mois, sous réserve des approbations réglementaires et autres conditions de clôture d'usage.

## **Distribution du dividende**

L'Assemblée Générale des actionnaires d'EssilorLuxottica qui s'est tenue le 23 mai 2021 a approuvé la distribution d'un *dividende total* de 2,23 euros par action ordinaire au titre de l'exercice 2020, correspondant à un *dividende final* de 1,08 euros par action, après prise en considération de la distribution d'un *acompte sur dividende* versé le 28 décembre 2020 au titre de l'exercice 2020.

L'Assemblée Générale d'EssilorLuxottica a décidé de donner aux actionnaires la possibilité de recevoir ce dividende final en actions nouvellement émises au prix de 124,70 € 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 solde du dividende à distribuer au titre de l'exercice clos le 31 décembre 2020, 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 1<sup>er</sup> juin 2021 jusqu'au 14 juin 2021 inclus. A l'issue de cette période, 310 329 574 options ont été exercées en faveur du paiement du solde du dividende 2020 en actions. Ainsi, le 21 juin 2021, 2 687 685 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 le droit à toute distribution mise en paiement à compter de la date d'émission.

Le montant total du dividende distribué en numéraire aux actionnaires qui n'ont pas exercé l'option s'élève à 138 millions d'euros et a été versé le 21 juin 2021.

## **Renouvellements de contrats de licence**

Le 21 juin 2021, EssilorLuxottica et Tory Burch ont annoncé le renouvellement de leur contrat de licence exclusif pour le développement, la production et la distribution mondiale de lunettes de soleil et de montures de prescription sous la marque Tory Burch. Ce renouvellement pour une période de dix ans prendra fin le 31 décembre 2030, selon les conditions prévues au contrat.

Le 25 juin 2021, EssilorLuxottica et Coach ont annoncé le renouvellement d'un accord exclusif de licence pour la conception, la production et la distribution mondiale de montures de prescription et de lunettes de soleil sous la marque « Coach Eyewear ». Le contrat de cinq ans prendra effet le 1<sup>er</sup> juillet 2021 et se poursuivra jusqu'au 30 juin 2026, avec une prolongation possible de cinq années supplémentaires.

## **Mise à jour concernant la Fraude chez Essilor Manufacturing Thailand Co.**

Le 30 décembre 2019, EssilorLuxottica avait annoncé que sa filiale Essilor International avait découvert des activités frauduleuses au sein de l'une de ses usines en Thaïlande. Ces dernières avaient été entièrement comptabilisées au compte de résultat consolidé de l'exercice 2019 pour un montant de 185 millions d'euros.

Au cours de l'exercice 2020, environ 24 millions d'euros avaient été recouverts. 76 millions de dollars supplémentaires ont été également recouverts en 2021 à la date d'approbation des états financiers semestriels consolidés résumés.

## Compte de résultat et Indicateurs Alternatifs de Performance

### Compte de résultat consolidé condensé d'EssilorLuxottica

<i>En millions d'euros</i>	<b>S1 2021</b>	<b>S1 2020*</b>	<b>Variation</b>
Chiffre d'affaires	8 768	6 230	40,7 %
Coût des ventes	(3 423)	(2 840)	20,5 %
<b>MARGE BRUTE</b>	<b>5 345</b>	<b>3 390</b>	<b>57,7 %</b>
<i>En % du chiffre d'affaires</i>	61,0 %	54,4%	
<b>Charges opérationnelles</b>	<b>(4 074)</b>	<b>(3 768)</b>	<b>8,1 %</b>
<b>RÉSULTAT OPÉRATIONNEL</b>	<b>1 271</b>	<b>(378)</b>	<b>435,9 %</b>
<i>En % du chiffre d'affaires</i>	14,5 %	-6,1%	
<b>RÉSULTAT AVANT IMPÔT</b>	<b>1 214</b>	<b>(460)</b>	<b>364,1 %</b>
<i>En % du chiffre d'affaires</i>	13,9 %	-7,4%	
Impôts sur le résultat	(302)	60	600,5 %
<i>Taux effectif d'impôt</i>	24,9 %	-13,1%	
<b>RÉSULTAT NET</b>	<b>912</b>	<b>(400)</b>	<b>328,3 %</b>
<b>RÉSULTAT NET PART DU GROUPE</b>	<b>854</b>	<b>(412)</b>	<b>307,3 %</b>

\* Des reclassements ont été effectués dans la présentation de l'information comparative afin d'en assurer la cohérence avec la présentation du premier semestre 2021. Ces reclassements sont sans incidence sur le solde du *Résultat Opérationnel* au 30 juin 2020.

Le tableau ci-dessus présente les performances des activités d'EssilorLuxottica aux premiers semestres 2021 et 2020. Bien que les informations comparatives des états financiers semestriels consolidés résumés 2021 ne soient plus impactées par le rapprochement entre Essilor et Luxottica ayant eu lieu le 1<sup>er</sup> octobre 2018 (le « Rapprochement EL »), cette opération ayant été considérée comme une acquisition inversée au sens de la norme IFRS 3 – *Regroupement d'entreprises*, les performances du Groupe avaient été fortement impactées par la pandémie de COVID-19 au premier semestre 2020.

- Le *Chiffre d'affaires* a augmenté de 40,7% par rapport au premier semestre 2020, cependant compte tenu des effets de la pandémie de COVID-19 la comparaison avec 2020 n'est pas pertinente ; par conséquent, la performance du *Chiffre d'affaires* du Groupe sur le semestre est commentée *versus* 2019 (voir paragraphes *Chiffre d'affaires consolidé par activité* et *Chiffre d'affaires consolidé par zone géographique* ci-dessus).
- Le *Coût des ventes* a augmenté suite au rebond des activités commerciales. Par ailleurs, au premier semestre 2021, d'importants coûts de restructuration ont été comptabilisés, principalement liés à des projets de réorganisation visant à rationaliser l'implantation des laboratoires de verres ainsi qu'à accroître l'efficacité opérationnelle et organisationnelle du Groupe (voir commentaires dans le paragraphe *Indicateurs ajustés*).
- Les *Charges opérationnelles* sont toujours significativement impactées par les amortissements résultant de la comptabilisation d'actifs corporels et incorporels suite à l'allocation du prix d'acquisition liée au Rapprochement EL (environ 350 millions d'euros au premier semestre 2021 contre environ 370 millions d'euros comptabilisés sur la même période l'année dernière). Par ailleurs, la performance opérationnelle du Groupe au premier semestre 2021 a été affectée par la reconnaissance d'un produit significatif constaté suite au recouvrement d'environ 62 millions d'euros des fonds détournés dans le cadre de la fraude EMTC – i.e. les activités financières frauduleuses découvertes dans une usine Essilor en Thaïlande fin 2019 – (6 millions d'euros au premier semestre 2020).
- Le *Résultat net* a augmenté à 912 millions d'euros par rapport à la perte de 400 millions d'euros enregistrée au premier semestre 2020, reflétant le solide retour à la croissance après la forte contraction des activités de la Société engendrée par la pandémie de COVID-19 au premier semestre 2020

## Les Indicateurs Alternatifs de Performance (IAP) d'EssilorLuxottica

Compte de résultat consolidé résumé : réconciliation avec le compte de résultat ajusté<sup>2</sup>

### Premier semestre 2021

En millions d'euros

	S1 2021	Ajustements liés à l'allocation du prix d'acquisition	Autres ajustements « non-GAAP »	S1 2021 Ajusté <sup>2</sup>
Chiffre d'affaires	8 768	—	—	8 768
Coût des ventes	(3 423)	1	37	(3 385)
<b>MARGE BRUTE</b>	<b>5 345</b>	<b>1</b>	<b>37</b>	<b>5 383</b>
<i>En % du chiffre d'affaires</i>	<i>61,0 %</i>			<i>61,4 %</i>
<b>Charges opérationnelles</b>	<b>(4 074)</b>	<b>326</b>	<b>(14)</b>	<b>(3 762)</b>
<b>RÉSULTAT OPÉRATIONNEL</b>	<b>1 271</b>	<b>327</b>	<b>23</b>	<b>1 622</b>
<i>En % du chiffre d'affaires</i>	<i>14,5 %</i>			<i>18,5 %</i>
Coût de l'endettement financier net	(58)	(1)	—	(59)
Autres produits / (charges) financiers*	2	—	—	2
<b>RÉSULTAT AVANT IMPÔT</b>	<b>1 214</b>	<b>326</b>	<b>23</b>	<b>1 564</b>
<i>En % du chiffre d'affaires</i>	<i>13,9 %</i>			<i>17,8 %</i>
Impôts sur le résultat	(302)	(59)	(22)	(383)
<b>RÉSULTAT NET</b>	<b>912</b>	<b>267</b>	<b>1</b>	<b>1 180</b>
<b>RÉSULTAT NET PART DU GROUPE</b>	<b>854</b>	<b>262</b>	<b>1</b>	<b>1 117</b>

\* Incluant la Quote-part dans le résultat net des sociétés mises en équivalence.

### Premier semestre 2020

En millions d'euros

	S1 2020 <sup>o</sup>	Ajustements liés à l'allocation du prix d'acquisition <sup>o</sup>	Autres ajustements « non-GAAP » <sup>o</sup>	S1 2020 Ajusté <sup>2</sup>
Chiffre d'affaires	6 230	—	—	6 230
Coût des ventes	(2 840)	2	57	(2 782)
<b>MARGE BRUTE</b>	<b>3 390</b>	<b>2</b>	<b>57</b>	<b>3 448</b>
<i>En % du chiffre d'affaires</i>	<i>54,4%</i>			<i>55,3%</i>
<b>Charges opérationnelles</b>	<b>(3 768)</b>	<b>335</b>	<b>111</b>	<b>(3 322)</b>
<b>RÉSULTAT OPÉRATIONNEL</b>	<b>(378)</b>	<b>337</b>	<b>167</b>	<b>126</b>
<i>En % du chiffre d'affaires</i>	<i>-6,1%</i>			<i>2,0%</i>
Coût de l'endettement financier net	(61)	(3)	—	(64)
Autres produits / (charges) financiers*	(20)	—	—	(20)
<b>RÉSULTAT AVANT IMPÔT</b>	<b>(460)</b>	<b>334</b>	<b>167</b>	<b>41</b>
<i>En % du chiffre d'affaires</i>	<i>-7,4%</i>			<i>0,7%</i>
Impôts sur le résultat	60	(63)	(9)	(12)
<b>RÉSULTAT NET</b>	<b>(400)</b>	<b>270</b>	<b>158</b>	<b>29</b>
<b>RÉSULTAT NET PART DU GROUPE</b>	<b>(412)</b>	<b>266</b>	<b>153</b>	<b>7</b>

\* Incluant la Quote-part dans le résultat net des sociétés mises en équivalence.

<sup>o</sup> Des reclassements ont été effectués dans la présentation de l'information comparative afin d'en assurer la cohérence avec la présentation du premier semestre 2021. Ces reclassements sont sans incidence sur le solde du *Résultat Opérationnel* au 30 juin 2020.

## 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 leurs définitions.

Le rapprochement entre Essilor et Luxottica (« Rapprochement EL »), 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 semestriels consolidés résumés des résultats pour les périodes de six mois closes les 30 juin 2021 et 2020.

Au premier semestre 2020 et 2021, les indicateurs ajustés ne tiennent pas compte : (i) des impacts supplémentaires liés à l'allocation du coût d'acquisition relatif au Rapprochement EL ; 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 des performances du Groupe. Ces ajustements sont décrits ci-après.

### Pour le premier semestre de l'exercice 2021

- Une charge non récurrente du *Coût des ventes* pour 37 millions d'euros correspondant principalement à (i) 35 millions d'euros de charges de restructuration et de réorganisation encourues dans le cadre de projets visant à rationaliser l'implantation des laboratoires de verres et du réseau de distribution afin d'accroître l'efficacité opérationnelle et organisationnelle du Groupe, et (ii) 2 millions d'euros correspondant au coût des plans d'attribution d'actions accordés dans le cadre du Rapprochement EL aux salariés travaillant pour les activités opérations (plan d'actions sous conditions (LTI) de Luxottica définitivement attribué en mars 2021 et autres plans de rémunération en action pour Essilor).
- Des *Frais de commercialisation* non récurrents de 10 millions d'euros relatifs à des projets de restructuration dans la zone EMEA, ainsi qu'à la rationalisation des activités de distribution en France.
- Des *Frais généraux et administratifs* non récurrents de 30 millions d'euros, relatifs aux éléments suivants :
  - des indemnités de départ pour environ 11 millions d'euros, principalement liées à des dirigeants clés;
  - un effet positif de 8 millions d'euros résultant de la libération d'un passif éventuel (comptabilisé dans le cadre du Rapprochement EL) lié à un litige impliquant une filiale du Groupe;
  - des charges relatives aux coûts des plans d'attribution d'actions accordés aux salariés dans le cadre du Rapprochement EL (plan d'actions sous conditions (LTI) de Luxottica définitivement attribué en mars 2021 et autres plans de rémunération en action pour Essilor) pour environ 5 millions d'euros.
  - des charges non récurrentes liées aux projets de Fusions et Acquisitions pour 11 millions d'euros principalement liées aux coûts de transaction engagés dans le cadre de l'acquisition de GrandVision annoncée le 31 juillet 2019 et finalisée le 1<sup>er</sup> juillet 2021 ; et

- d'autres frais non récurrents supportés par le Groupe dont (i) environ 2 millions d'euros d'honoraires de conseil externe liés aux activités financières frauduleuses découvertes fin 2019 dans une usine d'Essilor en Thaïlande (la « fraude EMTC »), pour les travaux de recouvrement des fonds, (ii) environ 4 millions d'euros d'impact négatif net lié à des réclamations et litiges significatifs et (iii) environ 5 millions d'euros d'autres coûts non récurrents liés aux travaux d'intégration.
- Les *Autres produits / (charges)* sont ajustés d'un effet net positif de 55 millions d'euros principalement lié à:
  - l'effet positif enregistré suite au recouvrement de fonds détournés dans le cadre de la fraude EMTC dans les premiers mois 2021 pour 62 millions d'euros ;
  - un effet négatif d'environ 7 millions d'euros résultant de la valorisation de l'activité à céder dans le cadre des remèdes convenus avec la Commission européenne dans le cadre de l'acquisition de GrandVision.
- Les *Impôts sur le résultat* ont été ajustés à hauteur de (22) millions d'euros en raison :
  - des impacts fiscaux induits par l'ensemble des ajustements décrits ci-dessus pour environ (6) millions d'euros ; et
  - un avantage fiscal non récurrent d'environ 16 millions d'euros lié à la réévaluation d'actifs (à des fins fiscales uniquement) effectuée par une filiale italienne du Groupe.

#### **Pour le premier semestre de l'exercice 2020**

- Un *Coût des ventes* non récurrent de 57 millions d'euros principalement relatif à des charges de restructuration et de réorganisation engagées dans le cadre de projets visant à accroître l'efficacité opérationnelle et organisationnelle du Groupe, notamment en Amérique du Nord où des plans de restructuration ont été mis en œuvre pour rationaliser le réseau de laboratoires de prescription et l'activité Sunglasses & Readers, afin d'optimiser les opérations dans l'un des plus grands centres de distribution américain ainsi que d'intégrer les opérations de Costa dans le périmètre de Luxottica. L'ajustement comprend également les charges liées aux plans en actions des salariés exerçant des activités de production (plan LTI de Luxottica et les charges liées à la suppression des conditions de performance des plans d'actions Essilor 2015 et 2016).
- Des *Frais de commercialisation* non récurrents de 30 millions d'euros relatifs principalement à la fermeture de plusieurs corners LensCrafters chez Macy's, à la dépréciation du droit d'utilisation de certains magasins aux Etats-Unis et à des plans de restructurations, plus particulièrement en Amérique du Nord.
- Des *Frais généraux et administratifs* non récurrents de 71 millions d'euros, relatifs aux éléments suivants :
  - des charges non récurrentes d'amortissement liées à l'amortissement accéléré des logiciels suite à la décision du Groupe de converger progressivement vers une plateforme informatique unifiée pour environ 25 millions d'euros ;
  - des charges liées aux paiements en actions pour environ 10 millions d'euros relatives à la suppression des conditions de performance des plans de rémunération en actions de 2015 et 2016 d'Essilor et au plan d'attribution d'actions gratuites (LTI) de Luxottica ;
  - des charges non récurrentes pour 11 millions d'euros associées à des opérations d'acquisitions, principalement liés aux coûts de transaction relatifs à l'acquisition envisagée de GrandVision ;
  - un impact net de 3 millions d'euros relatifs aux litiges significatifs;
  - d'autres charges non récurrentes se composant principalement de 17 millions d'euros de coûts de conseil externes dans le cadre des procédures d'enquête et de recouvrement relatives à la fraude EMTC.

- Les *Autres produits / (charges)* sont ajustés de 6 millions d'euros correspondant principalement (i) à la résiliation anticipée du bail lié aux installations de Costa et à la fermeture des activités locales pour un montant global de 10 millions d'euros, (ii) aux autres coûts liés à des opérations d'acquisition pour 2 millions d'euros et (iii) à l'annulation du produit comptabilisé suite au recouvrement des fonds détournés dans le cadre de la fraude EMTC pour environ 6 millions d'euros.
- Les *Impôts sur le résultat* ont été ajustés à la baisse de (9) millions d'euros, principalement en raison des impacts fiscaux induits par l'ensemble des ajustements décrits ci-dessus pour (34) millions d'euros ainsi qu'à l'ajustement de charges d'impôt non récurrentes pour 24 millions d'euros correspondant à la réévaluation de la base d'actifs d'impôts différés cumulée du groupe d'intégration fiscale français jusqu'à présent évaluée au taux long terme normal et reconnus au taux réduit français au 30 juin 2020.

### Compte de résultat consolidé ajusté<sup>2</sup>

<i>En millions d'euros</i>	<b>S1 2021</b>	<b>S1 2020*</b>	<b>Variation à taux de change constants<sup>1</sup></b>	<b>Variation à taux de change courants</b>
Chiffre d'affaires	8 768	6 230	49,2 %	40,7 %
Coût des ventes	(3 385)	(2 782)	27,7 %	21,7 %
<b>MARGE BRUTE</b>	<b>5 383</b>	<b>3 448</b>	<b>66,5 %</b>	<b>56,1 %</b>
<i>En % du chiffre d'affaires</i>	<i>61,4 %</i>	<i>55,3%</i>		
Frais de recherche et développement	(162)	(142)	17,1 %	14,0 %
Frais de commercialisation	(2 053)	(1 855)	17,7 %	10,7 %
Redevances	(87)	(67)	36,6 %	29,9 %
Frais de publicité et de marketing	(632)	(480)	38,6 %	31,5 %
Frais généraux et administratifs	(822)	(777)	10,7 %	5,8 %
Autres produits / (charges) opérationnels	(7)	(2)	257,8 %	201,1 %
<b>Total des charges opérationnelles</b>	<b>(3 762)</b>	<b>(3 322)</b>	<b>19,6 %</b>	<b>13,2 %</b>
<b>RÉSULTAT OPÉRATIONNEL</b>	<b>1 622</b>	<b>126</b>	<b>fav.</b>	<b>fav.</b>
<i>En % du chiffre d'affaires</i>	<i>18,5 %</i>	<i>2,0%</i>		
Coût de l'endettement financier net	(59)	(64)	-5,4 %	-7,6 %
Autres produits / (charges) financiers	(0)	(20)	-75,5 %	-98,6 %
Quote-part dans le résultat net des sociétés mises en équivalence	2	(1)	396,8 %	374,0 %
<b>RÉSULTAT AVANT IMPÔT</b>	<b>1 564</b>	<b>41</b>	<b>fav.</b>	<b>fav.</b>
<i>En % du chiffre d'affaires</i>	<i>17,8 %</i>	<i>0,7%</i>		
Impôts sur le résultat	(383)	(12)	fav.	fav.
<i>Taux effectif d'impôt</i>	<i>24,5%</i>	<i>29,3%</i>		
<b>RÉSULTAT NET</b>	<b>1 180</b>	<b>29</b>	<b>fav.</b>	<b>fav.</b>
<b>RESULTAT NET PART DU GROUPE</b>	<b>1 117</b>	<b>7</b>	<b>fav.</b>	<b>fav.</b>

- Des reclassements ont été effectués dans la présentation de l'information comparative afin d'en assurer la cohérence avec la présentation du premier semestre 2021. Ces reclassements sont sans incidence sur le solde du *Résultat Opérationnel* au 30 juin 2020.

La pandémie de COVID-19 a eu des impacts négatifs significatifs sur les résultats 2020 d'EssilorLuxottica affectant les activités commerciales et les revenus publiés dans toutes les zones géographiques et tous les secteurs d'activité, en particulier au premier semestre de l'année.

Au premier semestre 2021, bien que la pandémie de COVID-19 ait continué d'affecter les activités, les performances du Groupe ont affiché un solide retour à la croissance, en terme de chiffre d'affaires, résultat opérationnel et résultats net.

Les informations financières présentées pour les deux semestres (2021 et 2020) ne sont donc pas comparables. En conséquence, certains des commentaires ci-dessous sont réalisés par comparaison au premier semestre 2019.

<i>En millions d'euros</i>	<b>S1 2021</b>	<b>S1 2019*</b>	<b>Variation à taux de change constants<sup>1</sup></b>	<b>Variation à taux de change courants</b>
Chiffre d'affaires	8 768	8 776	5,7 %	-0,1 %
Coût des ventes	(3 385)	(3 323)	6,9 %	1,9 %
<b>MARGE BRUTE</b>	<b>5 383</b>	<b>5 453</b>	<b>5,0 %</b>	<b>-1,3 %</b>
<i>En % du chiffre d'affaires</i>	61,4 %	62,1 %		
Frais de recherche et développement	(162)	(143)	15,3 %	13,1 %
Frais de commercialisation	(2 053)	(2 197)	-0,8 %	-6,5 %
Redevances	(87)	(88)	4,5 %	-0,9 %
Frais de publicité et de marketing	(632)	(627)	5,8 %	0,8 %
Frais généraux et administratifs	(822)	(886)	-2,8 %	-7,3 %
Autres produits / (charges) opérationnels	(7)	(1)	615,5 %	602,0 %
<b>Total des charges opérationnelles</b>	<b>(3 762)</b>	<b>(3 941)</b>	<b>0,6 %</b>	<b>-4,5 %</b>
<b>RÉSULTAT OPÉRATIONNEL</b>	<b>1 622</b>	<b>1 512</b>	<b>16,4 %</b>	<b>7,3 %</b>
<i>En % du chiffre d'affaires</i>	18,5 %	17,2 %		
Coût de l'endettement financier net	(59)	(62)	-1,7 %	-4,1 %
Autres produits / (charges) financiers	(0)	(7)	-41,6 %	-96,0 %
Quote-part dans le résultat net des sociétés mises en équivalence	2	(1)	294,7 %	282,3 %
<b>RÉSULTAT AVANT IMPÔT</b>	<b>1 564</b>	<b>1 442</b>	<b>17,7 %</b>	<b>8,4 %</b>
<i>En % du chiffre d'affaires</i>	17,8 %	16,4 %		
Impôts sur le résultat	(383)	(343)	21,1 %	11,6 %
<i>Taux effectif d'impôt</i>	24,5 %	23,8 %		
<b>RÉSULTAT NET</b>	<b>1 180</b>	<b>1 099</b>	<b>16,6 %</b>	<b>7,5 %</b>
<b>RÉSULTAT NET PART DU GROUPE</b>	<b>1 117</b>	<b>1 047</b>	<b>16,2 %</b>	<b>6,6 %</b>

\* Des reclassements ont été effectués dans la présentation de l'information comparative afin d'en assurer la cohérence avec la présentation du premier semestre 2021. Ces reclassements sont sans incidence sur le solde du *Résultat Opérationnel* au 30 juin 2019.

Le **Chiffre d'affaires** du premier semestre s'est élevé à 8 768 millions d'euros, en augmentation de 5,7% à taux de change constants<sup>1</sup> (stable à taux de change courants).

**Marge brute ajustée<sup>2</sup> : +5,0 % à taux de change constants<sup>1</sup> (- 1,3 % à taux de change courants)**

La *Marge brute* ajustée<sup>2</sup> s'est élevée à 5 383 millions d'euros au premier semestre 2021, représentant 61,4% du chiffre d'affaires, versus 62,1 % en 2019. La *Marge brute* a été principalement affectée par un effet change négatif et plus marginalement par une hausse des coûts de logistique. La *marge brute* a également été impactée par la bonne performance de l'activité d'assurance, dont la contribution à la marge est plus faible.

**Charges opérationnelles ajustées<sup>2</sup> : + 0,6 % à taux de change constants<sup>1</sup> (- 4,5 % à taux de change courants)**

Les *Charges opérationnelles* ajustées<sup>2</sup> se sont élevées à 3 762 millions d'euros au premier semestre 2021, représentant 42,9 % du chiffre d'affaires et en légère hausse de + 0,6 % à taux de change constants<sup>1</sup> par rapport au premier semestre 2019 (diminution de 4,5 % à taux de change courants). Mis à part l'impact des effets de change, le Groupe a tiré un certain bénéfice du contrôle serré et continu des dépenses discrétionnaires et des économies de dépenses de loyers qui ont largement compensé la hausse des investissements marketing sur ses activités en ligne.

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

- Des *Frais de commercialisation* de 2 053 millions d'euros, en baisse de 142 millions d'euros par rapport au premier semestre 2019, principalement due à une diminution des coûts de main-d'œuvre et des dépenses de loyer.
- Des *Frais de publicité et de marketing* de 632 millions d'euros, sensiblement en ligne avec les dépenses du premier semestre 2019, en raison des effets de change. A taux de change constants<sup>1</sup>, *Frais de publicité et de marketing* progressent d'approximativement 6% en raison des investissements réalisés dans les activités en ligne.
- Des *Frais généraux et administratifs* de 822 millions d'euros, en baisse de 64 millions d'euros par rapport à la même période en 2019 grâce aux effets change, aux économies réalisées sur les dépenses discrétionnaires et à la simplification de l'organisation.

**Résultat opérationnel ajusté<sup>2</sup> : + 16,4 % à taux de change constants<sup>1</sup> (+ 7,3 % à taux de change courants)**

Le Groupe a présenté un *Résultat opérationnel* ajusté<sup>2</sup> de 1 622 millions d'euros, représentant 18,5 % du chiffre d'affaires comparé à 17,2 % à la même période en 2019.

**Coût de l'endettement financier net ajusté<sup>2</sup>, Autres produits / (charges) financiers et Quote-part dans le résultat net des sociétés mises en équivalence**

Le *Coût de l'endettement financier net* ajusté<sup>2</sup>, en légère diminution, s'établit à 59 millions d'euros au premier semestre 2021 principalement grâce à un coût de la dette plus favorable. La *Quote-part dans le résultat net des sociétés mises en équivalence* a dégagé un bénéfice de 2 millions d'euros.

**Impôts sur le résultat ajusté<sup>2</sup>**

La charge d'impôt ajustée<sup>2</sup> s'est élevée à 383 millions d'euros, reflétant un taux d'impôt ajusté<sup>2</sup> de 24,5% pour le premier semestre 2021 contre 23,8 % sur la même période en 2019, résultant de l'expiration du régime fiscal favorable des brevets en Italie (*Italian Patent Box*) combiné à un mix géographique différent. Il convient de souligner qu'en 2019, le Groupe avait bénéficié d'une incidence favorable significative de l'*Italian Patent Box*, régime fiscal qui avait pris fin également en 2019.

**Résultat net part du Groupe ajusté<sup>2</sup> : augmentation significative de 16,6 % à taux de change constants<sup>1</sup> (+7,5 % à taux de change courants).**

## Autres mesures « non-GAAP »

D'autres mesures « non-GAAP » telles que l'EBITDA, le Cash-flow libre, l'Endettement financier net 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 devraient 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.

<i>En millions d'euros</i>	<b>S1 2021</b>	<b>S1 2020</b>	<b>S1 2019</b>
Flux de trésorerie provenant des activités opérationnelles <sup>(a)</sup>	1 905	454	1 489
Acquisitions d'immobilisations corporelles et incorporelles <sup>(a)</sup>	(418)	(312)	(438)
Remboursements du principal des dettes de loyers <sup>(a)</sup>	(276)	(197)	(303)
<b>CASH-FLOW LIBRE</b>	<b>1 211</b>	<b>(56)</b>	<b>749</b>
Résultat opérationnel <sup>(b)</sup>	1 271	(378)	1 038
Amortissements <sup>(a)</sup>	1 000	1 102	1 053
<b>EBITDA</b>	<b>2 271</b>	<b>724</b>	<b>2 091</b>
<b>ENDETTEMENT FINANCIER NET <sup>(c)</sup></b>	<b>1 945</b>	<b>4 509</b>	<b>4 728</b>
<b>ENDETTEMENT FINANCIER NET / EBITDA LTM <sup>(d)</sup></b>	<b>0,5</b>	<b>1,9</b>	<b>n.a.</b>

(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 17 – *Dettes financières, incluant les dettes de loyer* des Notes aux états financiers semestriels consolidés résumés. Ses composantes sont aussi présentées dans le paragraphe *Endettement financier net* ci-dessous

(d) EBITDA LTM = 12 mois glissants, 4 135 millions d'euros sur la période de 12 mois close au 30 juin 2021 et 2 433 millions d'euros sur la période de 12 mois close au 30 juin 2020.

## Bilan, endettement financier net et flux de trésorerie

### 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.

<i>En millions d'euros</i>	<b>30 juin 2021</b>	<b>31 décembre 2020</b>
Goodwill	23 257	22 658
Immobilisations incorporelles	9 773	10 031
Immobilisations corporelles	3 437	3 348
Droit d'utilisation	1 674	1 753
Titres mis en équivalence	92	17
Autres actifs non courants	396	374
<b>Actifs immobilisés</b>	<b>38 629</b>	<b>38 181</b>
<b>Besoin en fonds de roulement commercial</b>	<b>2 517</b>	<b>2 131</b>
<b>Avantages au personnel et provisions</b>	<b>(923)</b>	<b>(924)</b>
Créances d'impôts / (dettes)	(429)	(336)
Impôts différés actifs / (passifs)	(1 445)	(1 470)
<b>Impôts actifs / (passifs)</b>	<b>(1 873)</b>	<b>(1 805)</b>
<b>Autres actifs opérationnels courants / (passifs)</b>	<b>(2 034)</b>	<b>(1 809)</b>
<b>Actifs / (passifs) destinés à la vente</b>	<b>9</b>	<b>—</b>
<b>CAPITAL NET INVESTI</b>	<b>36 325</b>	<b>35 774</b>
<b>CAPITAUX PROPRES</b>	<b>34 380</b>	<b>32 798</b>
<b>ENDETTEMENT FINANCIER NET</b>	<b>1 945</b>	<b>2 975</b>

Les *Actifs immobilisés* ont augmenté de 448 millions d'euros par rapport au 31 décembre 2020 principalement en raison (i) des fluctuations de taux change (602 millions d'euros sur le *Goodwill*, 150 millions d'euros sur les *Immobilisations incorporelles* et 69 millions d'euros sur les *Immobilisations corporelles*), (ii) des investissements de la période (acquisition d'immobilisations corporelles et incorporelles à hauteur de 335 millions d'euros), (iii) de la reconnaissance de nouveaux *droits d'utilisation* dans le cadre des contrats de location signés en 2021 (176 millions d'euros), (iv) de la participation dans des entreprises associées (i.e. l'acquisition d'une participation minoritaire dans Mazzucchelli 1849 SpA pour un montant de 75 millions d'euros) et (v) des nouvelles acquisitions réalisées par le Groupe au premier semestre de l'année se traduisant par une augmentation des *Actifs immobilisés* de 39 millions d'euros. Ces augmentations ont été partiellement compensées par les dotations aux amortissements de la période (1 000 millions d'euros).

Le *Besoin en fonds de roulement commercial* (i.e. la somme des stocks, des créances clients et des dettes fournisseurs) a augmenté de 386 millions d'euros par rapport au 31 décembre 2020 principalement grâce au rebond de l'activité commerciale ainsi qu'à la fluctuation des devises étrangères.

Les *Actifs / (passifs) destinés à la vente* représentent 9 millions d'euros. Ils correspondent à la valeur de l'actif net de l'activité devant être cédée dans le cadre des remèdes convenus avec la Commission européenne dans le cadre de l'acquisition de GrandVision.

Les *Capitaux propres* ont augmenté principalement en raison des fluctuations de change (pour environ 836 millions d'euros) et du résultat net de la période (912 millions d'euros) ; son solde a également été impacté à la baisse par les distributions de dividendes de la période pour 189 millions d'euros dont 51 millions d'euros distribués aux actionnaires minoritaires des filiales du Groupe et 138 millions d'euros versés aux actionnaires d'EssilorLuxottica n'ayant pas opté pour le dividende en actions (voir paragraphe *Faits marquants de la période*).

L'Endettement financier net a diminué de 1 030 millions d'euros par rapport au 31 décembre 2020, comme illustré dans le paragraphe ci-dessous.

### Endettement financier net

L'Endettement financier net (hors dettes de loyer) du Groupe a atteint 88 millions d'euros à fin juin 2021, soit une baisse de 950 millions d'euros par rapport au même indicateur à la fin décembre 2020.

En millions d'euros	30 juin 2021	31 décembre 2020
Dettes financières non courantes	8 910	9 324
Dettes financières courantes	645	633
<b>TOTAL PASSIFS</b>	<b>9 554</b>	<b>9 957</b>
Investissements court terme	(19)	(200)
Trésorerie et équivalents de trésorerie	(9 424)	(8 683)
<b>TOTAL ACTIFS</b>	<b>(9 443)</b>	<b>(8 883)</b>
Instruments dérivés de taux d'intérêt (couverture de juste valeur)	(24)	(36)
<b>ENDETTEMENT FINANCIER NET hors dettes de loyer</b>	<b>88</b>	<b>1 038</b>
Dettes de loyer (courantes et non courantes)	1 857	1 938
<b>ENDETTEMENT FINANCIER NET</b>	<b>1 945</b>	<b>2 975</b>

Comme mentionné au paragraphe *Acquisition de GrandVision*, le 1<sup>er</sup> juillet 2021, environ 5,5 milliards d'euros de trésorerie disponible à fin juin 2021 ont été utilisés pour acquérir 76,72 % des actions ordinaires émises de GrandVision.

### 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).

Les bonnes performances du Groupe au premier semestre 2021 ont conduit à une forte génération de trésorerie, supérieure à celle du contexte pré-pandémique ; le *Cash-Flow* libre généré par le Groupe est passé à 1 211 millions d'euros contre (56) millions d'euros et 749 millions d'euros générés respectivement aux premiers semestres 2020 et 2019.

En millions d'euros	S1 2021	S1 2020	S1 2019
<b>EBITDA</b>	<b>2 271</b>	<b>724</b>	<b>2 091</b>
Variation du besoin en fonds de roulement commercial <sup>(a)</sup>	(299)	(75)	(318)
Dépenses d'investissements	(418)	(312)	(438)
Paieement des loyers (hors intérêts) <sup>(b)</sup>	(276)	(197)	(303)
Autres flux de trésorerie d'exploitation	(67)	(196)	(283)
<b>CASH-FLOW LIBRE</b>	<b>1 211</b>	<b>(56)</b>	<b>749</b>
Dividendes versés	(191)	(20)	(924)
Acquisitions de filiales, net de la trésorerie acquise	(38)	(100)	(113)
Autres variations des capitaux propres	(24)	(231)	(640)
Autres variations d'actifs financiers et non financiers	113	(18)	(9)
Variation des dettes financières (hors écarts de change)	(394)	3 001	632
<b>VARIATION DE LA TRÉSORERIE</b>	<b>677</b>	<b>2 576</b>	<b>(305)</b>

(a) *Besoin en fonds de roulement commercial*: stocks, créances clients et dettes fournisseurs.

(b) *Remboursements du principal des dettes de loyers* tels que présentés dans le tableau des flux de trésorerie consolidés.

Les *Dépenses d'investissements* décaissées s'élèvent à 418 millions d'euros, soit environ 5% du chiffre d'affaires du Groupe.

La ligne *Autres variations des capitaux propres* intègre les effets des opérations relatives aux participations ne donnant pas le contrôle (28 millions d'euros en 2021; 75 millions d'euros en 2020 et 643 millions d'euros en 2019 décaissés pour le rachat des actions restant en circulation de Luxottica dans le cadre des phases finales de la procédure d'Offre Publique d'Échange obligatoire), ainsi que le versement lié à l'exécution d'un programme de rachat d'actions (159 millions d'euros seulement au premier semestre 2020).

Les flux reportés dans la ligne *Autres variations d'actifs financiers et non financiers* au premier semestre 2021 concernent principalement un investissement à hauteur de 75 millions d'euros dans Mazzucchelli (entreprise associée) contrebalancé par le réinvestissement d'un dépôt de trésorerie à court terme en équivalents de trésorerie (200 millions d'euros).

## ***Acquisitions et partenariats***

Au premier semestre 2021, EssilorLuxottica n'a pas réalisé d'acquisition ou de partenariat notable.

Au 1<sup>er</sup> juillet 2021, juste après la clôture semestrielle, EssilorLuxottica a finalisé l'acquisition d'une participation de 76,72 % dans GrandVision auprès de HAL Optical Investments, filiale à 100 % de HAL Holding, conformément au contrat de cession de bloc conclu avec HAL le 30 juillet 2019 (voir détails dans le paragraphe intitulé *Acquisition de GrandVision*).

## ***Événements postérieurs à la clôture***

### **EssilorLuxottica et la FIA renforcent leur engagement en faveur d'une bonne vision pour des routes plus sûres**

Le 5 juillet 2021, EssilorLuxottica et la Fédération Internationale de l'Automobile (FIA) ont annoncé le renouvellement de leur partenariat afin de sensibiliser le public au sujet de l'importance des contrôles visuels réguliers pour tous les usagers de la route et, plus largement, promouvoir la bonne vision pour une mobilité plus sûre. Ensemble, EssilorLuxottica et la FIA déploieront un programme global qui mobilise les acteurs publics et privés, s'appuyant sur leur force d'innovation et leur rayonnement international.

En août 2020, l'Assemblée générale des Nations Unies (AGNU) a adopté la résolution A/RES/74/299, proclamant la période 2021-2030 nouvelle « Décennie d'action pour la sécurité routière », avec pour objectif de réduire de moitié le nombre de victimes de la route d'ici 2030. Pour atteindre cet objectif, l'Organisation des Nations Unies (ONU) a émis une série de recommandations, appelant notamment les pays à mettre en œuvre une législation appropriée, efficace et fondée concernant les facteurs de risque liés à la distraction ou à la conduite avec des facultés affaiblies. L'adoption de mesures visant à garantir une bonne vision à tous les usagers de la route fait partie de ces recommandations. L'ONU a également encouragé les États membres à prendre des mesures afin de promouvoir les connaissances en matière de sécurité routière et la sensibilisation de la population. Ceci par le biais de campagnes éducatives, de formation et de communication, notamment auprès des jeunes, en partageant les bonnes pratiques en matière de sécurité routière.

Avec 1,4 million de personnes tuées dans des accidents de la route et 50 millions gravement blessées chaque année, la sécurité routière est une priorité mondiale et un pilier essentiel pour atteindre les objectifs de développement durable (ODD) des Nations Unies. Une bonne vision est essentielle pour prendre des décisions sûres et anticiper les risques potentiels sur la route. Elle fait partie de la culture de la sécurité routière et peut contribuer à réduire tout danger potentiel sur la route. Et encore plus aujourd'hui, alors que la crise du COVID-19 a considérablement accéléré la transformation de la mobilité, entraînant un boom des vélos, scooters et autres formes de mobilité individuelle qui s'ajoutent aux voitures, renforçant ainsi la nécessité d'une bonne vision dans toutes les situations.

Dans le cadre de leur partenariat, renouvelé pour trois ans au sein du nouveau mouvement #PurposeDriven lancé par la FIA, EssilorLuxottica et la FIA continueront à mobiliser le grand public, les institutions, les acteurs de la mobilité et les professionnels de la santé visuelle, pour répondre à l'appel fort de l'ONU.

Ensemble, ils déploieront un large éventail d'initiatives axées sur : le renforcement des campagnes de sensibilisation auprès des parties prenantes dans la perspective de l'AGNU de 2022 consacrée au plan d'action mondial pour la sécurité routière ; l'accélération de l'innovation concernant les examens de la vue, les solutions visuelles et d'autres produits liés à la sécurité routière tels que les casques, tout en tirant profit de l'expertise sur les courses automobiles appliquée à la mobilité routière ; le développement de l'accès aux équipements visuels en étroite collaboration avec l'ensemble des clubs membres de la FIA de par le monde. Cela s'inscrira aussi dans le cadre d'actions conjointes avec le Fonds des Nations Unies pour la sécurité routière.

EssilorLuxottica donnera le coup d'envoi de ce partenariat avec une campagne mondiale intitulée « Action pour une bonne vision sur la route », appelant tous les professionnels de la vue à jouer un rôle clé dans la sensibilisation et la réponse au besoin crucial d'une bonne vision dans toutes les circonstances, de jour comme de nuit. Dans le cadre de ce partenariat, la société collaborera également avec les clubs membres de la FIA et engagera son propre réseau de magasins en Italie, en Amérique du Nord et en Australie.

### **Création d'une plate-forme d'innovation en France autour des lunettes intelligentes**

Le 12 juillet 2021, EssilorLuxottica a annoncé la création en France d'un Centre dédié à l'innovation, pour renforcer son expertise et étendre ses capacités sur les technologies électrochromiques et les lunettes intelligentes. Fort de plus de dix ans de recherche et de développement, EssilorLuxottica accélère ses initiatives afin de répondre aux nouveaux besoins des consommateurs et saisir le potentiel du segment « wearables » en plein essor.

Situé au sein du site de Dijon, ce nouveau Centre d'innovation coordonnera les sites dédiés à la R&D sur les lunettes intelligentes et à l'industrialisation, notamment à Toulouse et à Créteil (France), et collaborera de façon soutenue avec les équipes R&D basées à Agordo (Italie). Fédérant plus de 50 experts, le Centre permettra à EssilorLuxottica de couvrir l'ensemble de la chaîne de valeur, de la recherche à la production. EssilorLuxottica sera dans une position unique pour combiner l'agilité, l'envergure, les capacités d'ingénierie et les ressources d'un leader, associant les meilleurs styles de monture et technologies de verre avancées. Cette nouvelle structure viendra compléter le réseau mondial de R&D et d'innovation de l'entreprise.

Dans le cadre de ce nouveau Centre d'innovation, EssilorLuxottica réalisera des investissements importants sur le site de Dijon afin de renforcer ses équipes et ses équipements, en recrutant de nouveaux salariés d'ici la fin de l'année et en agrandissant le site existant, notamment en créant une salle blanche de haute qualité. Les installations devraient être opérationnelles au plus tard fin 2021 et le lancement des premiers produits devrait avoir lieu dans un avenir proche.

Pionnier dans les technologies électrochromiques et les lunettes intelligentes, l'entreprise a établi des partenariats avec des organismes publics, notamment le CNRS et l'Université de Huddersfield, au Royaume-Uni. Plusieurs développements significatifs ont également été lancés conjointement avec des acteurs privés, notamment avec les principaux acteurs internationaux du numérique et de l'électronique. L'investissement industriel en France est essentiel pour permettre à EssilorLuxottica de capitaliser sur ses expertises et ses installations de production et de recherche dans le pays ; c'est dans cet esprit que la construction d'un laboratoire de prescription de pointe, qui accueillera près de 300 collaborateurs en 2024, a été annoncée en fin d'année dernière.

Les lunettes intelligentes sont une catégorie de produits complexe qui nécessite la combinaison de verres actifs et de montures sophistiquées d'une part, de composants électroniques, capteurs et logiciels d'autre part, tout en assurant une fonction optique optimale. Pour maîtriser un système aussi élaboré, EssilorLuxottica peut s'appuyer sur les expertises complémentaires d'Essilor et de Luxottica dans la recherche, la conception, le développement, l'intégration et la production de verres et de montures, en se concentrant sur les technologies électrochromiques et de lunettes intelligentes.

### **EssilorLuxottica conteste la décision de l'Autorité française de la concurrence contre Luxottica**

Le 22 juillet 2021, EssilorLuxottica confirme que l'Autorité française de la concurrence a rendu aujourd'hui une décision contre plusieurs sociétés actives dans le secteur de la lunetterie, dont le Groupe Luxottica.

L'Autorité a prononcé une sanction de 125 millions d'euros à l'encontre de Luxottica pour les pratiques mises en œuvre par le groupe entre 2005 et 2014 dans le secteur des montures de lunettes de vue et des lunettes de soleil en France. La décision rendue aujourd'hui clôture une procédure initiée en 2005 et dont les pratiques ont été considérées comme insuffisamment établies par l'Autorité en 2017.

EssilorLuxottica est fermement convaincue d'avoir œuvré dans le strict respect des règles de concurrence, toujours au bénéfice de ses clients, de ses partenaires et de l'ensemble du secteur. Ainsi, la Société conteste vivement la décision rendue par l'Autorité et estime que la sanction est sans fondement.

La Société interjettera appel et reste confiante d'être en mesure de prouver que la décision n'est fondée ni en droit ni en fait.

## *Perspectives*

EssilorLuxottica estime désormais que son chiffre d'affaires annuel atteindra une croissance de l'ordre de 5% à taux de change constants<sup>1</sup> par rapport à 2019 et que son résultat opérationnel ajusté exprimé en pourcentage de son chiffre d'affaires à taux de change constants<sup>1</sup> sera plus élevé que celui de 2019. Cette estimation prend pour hypothèse qu'aucune nouvelle mesure de restriction liée à la pandémie de COVID-19 ne sera mise en place d'ici la fin de l'année.

Ces objectifs se réfèrent au périmètre d'EssilorLuxottica, hors GrandVision qui sera consolidé à partir du 1<sup>er</sup> juillet 2021.

Les nouvelles perspectives annuelles revoient à la hausse les objectifs qui avaient été annoncés avec les résultats du premier trimestre, qui prévoyaient un chiffre d'affaires et un résultat opérationnel ajusté au moins équivalents à ceux de 2019 à taux de change constants<sup>1</sup>.

## *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 (2020 ou 2019).

**2 Mesures ou indicateurs ajustés** : ajustés des produits et charges liés au rapprochement entre Essilor et Luxottica 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.

**3 Ventés 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 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.

**5 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 de taux d'intérêt (couverture de juste valeur) comme présentés dans les états financiers consolidés IFRS.

## Annexe 1 - Chiffre d'affaires historique

### Par activité

<i>En millions d'euros</i>	Professional Solutions	Direct to Consumer	2019	Professional Solutions	Direct to Consumer	2020
Chiffre d'affaires T1	2 604	1 606	4 210	2 305	1 480	3 784
Chiffre d'affaires T2	2 763	1 803	4 566	1 336	1 110	2 446
<b>Chiffre d'affaires S1</b>	<b>5 367</b>	<b>3 409</b>	<b>8 776</b>	<b>3 640</b>	<b>2 590</b>	<b>6 230</b>
Chiffre d'affaires T3	2 544	1 767	4 310	2 431	1 655	4 085
<b>Chiffre d'affaires 9M</b>	<b>7 911</b>	<b>5 175</b>	<b>13 086</b>	<b>6 071</b>	<b>4 245</b>	<b>10 315</b>
Chiffre d'affaires T4	2 609	1 694	4 304	2 441	1 672	4 113
<b>Chiffre d'affaires S2</b>	<b>5 153</b>	<b>3 461</b>	<b>8 614</b>	<b>4 872</b>	<b>3 327</b>	<b>8 199</b>
<b>Chiffre d'affaires 12M</b>	<b>10 520</b>	<b>6 870</b>	<b>17 390</b>	<b>8 512</b>	<b>5 917</b>	<b>14 429</b>

### Par zone géographique

<i>En millions d'euros</i>	Amérique du Nord	EMEA	Asie-Pacifique	Amérique latine	2019	Amérique du Nord	EMEA	Asie-Pacifique	Amérique latine	2020
Chiffre d'affaires T1	2 188	1 129	633	261	4 210	2 070	972	521	222	3 784
Chiffre d'affaires T2	2 392	1 248	657	269	4 566	1 356	621	409	60	2 446
<b>Chiffre d'affaires S1</b>	<b>4 580</b>	<b>2 376</b>	<b>1 290</b>	<b>530</b>	<b>8 776</b>	<b>3 426</b>	<b>1 593</b>	<b>930</b>	<b>282</b>	<b>6 230</b>
Chiffre d'affaires T3	2 296	1 105	630	278	4 310	2 262	1 093	560	171	4 085
<b>Chiffre d'affaires 9M</b>	<b>6 876</b>	<b>3 481</b>	<b>1 921</b>	<b>808</b>	<b>13 086</b>	<b>5 687</b>	<b>2 686</b>	<b>1 489</b>	<b>453</b>	<b>10 315</b>
Chiffre d'affaires T4	2 270	1 038	690	305	4 304	2 213	971	666	263	4 113
<b>Chiffre d'affaires S2</b>	<b>4 566</b>	<b>2 143</b>	<b>1 321</b>	<b>584</b>	<b>8 614</b>	<b>4 475</b>	<b>2 064</b>	<b>1 226</b>	<b>433</b>	<b>8 199</b>
<b>Chiffre d'affaires 12M</b>	<b>9 146</b>	<b>4 519</b>	<b>2 611</b>	<b>1 114</b>	<b>17 390</b>	<b>7 901</b>	<b>3 657</b>	<b>2 156</b>	<b>715</b>	<b>14 429</b>

## Annexe 2 - Extraits des États financiers semestriels consolidés résumés

### Compte de résultat consolidé

<i>En millions d'euros</i>	<b>Premier semestre 2021</b>	<b>Premier semestre 2020 <sup>(a)</sup></b>
Chiffre d'affaires	8 768	6 230
Coût des ventes	(3 423)	(2 840)
<b>MARGE BRUTE</b>	<b>5 345</b>	<b>3 390</b>
Frais de recherche et développement	(290)	(271)
Frais de commercialisation	(2 210)	(2 037)
Redevances	(87)	(67)
Frais de publicité et de marketing	(677)	(529)
Frais généraux et administratifs	(859)	(856)
Autres produits / (charges) opérationnels	48	(8)
<b>Total des charges opérationnelles</b>	<b>(4 074)</b>	<b>(3 768)</b>
<b>RÉSULTAT OPÉRATIONNEL</b>	<b>1 271</b>	<b>(378)</b>
Coût de l'endettement financier net	(58)	(61)
Autres produits / (charges) financiers	(0)	(20)
Quote-part dans le résultat net des sociétés mises en équivalence	2	(1)
<b>RÉSULTAT AVANT IMPÔT</b>	<b>1 214</b>	<b>(460)</b>
Impôts sur le résultat	(302)	60
<b>RÉSULTAT NET</b>	<b>912</b>	<b>(400)</b>
dont :		
• part du Groupe	854	(412)
• part des participations ne donnant pas le contrôle	59	12
Nombre moyen pondéré d'actions en circulation :		
• de base	437 427 874	436 016 311
• dilué	443 087 053	436 016 311
Résultat net, part du Groupe par action ( <i>en euros</i> ) :		
• de base	1,95	(0,94)
• dilué	1,93	(0,94)

(a) Des reclassements ont été effectués dans la présentation de l'information comparative afin d'en assurer la cohérence avec la présentation du premier semestre 2021. Ces reclassements sont sans incidence sur le solde du *Résultat Opérationnel* au 30 juin 2020.

## État de la situation financière consolidée

### Actif

<i>En millions d'euros</i>	<b>30 juin 2021</b>	<b>31 décembre 2020</b>
Goodwill	23 257	22 658
Immobilisations incorporelles	9 773	10 031
Immobilisations corporelles	3 437	3 348
Droit d'utilisation	1 674	1 753
Titres mis en équivalence	92	17
Autres actifs non courants	396	374
Impôts différés actifs	432	418
<b>TOTAL ACTIFS NON COURANTS</b>	<b>39 061</b>	<b>38 598</b>
Stocks et en cours	2 046	1 930
Créances clients	2 378	2 066
Créances d'impôt	191	195
Autres actifs courants	648	847
Trésorerie et équivalents de trésorerie	9 424	8 683
<b>TOTAL ACTIFS COURANTS</b>	<b>14 688</b>	<b>13 720</b>
Actifs destinés à être cédés	25	—
<b>TOTAL DE L'ACTIF</b>	<b>53 773</b>	<b>52 318</b>

## État de la situation financière consolidée

### Passif

<i>En millions d'euros</i>	30 juin 2021	31 décembre 2020
Capital	80	79
Primes d'émission	22 350	22 012
Actions propres	(126)	(201)
Autres réserves	10 683	10 294
Résultat net part du Groupe	854	85
<b>CAPITAUX PROPRES PART DU GROUPE</b>	<b>33 841</b>	<b>32 268</b>
Capitaux propres attribuables aux participations ne donnant pas le contrôle	539	530
<b>TOTAL DES CAPITAUX PROPRES</b>	<b>34 380</b>	<b>32 798</b>
Dettes financières non courantes	8 910	9 324
Dettes de loyers non courantes	1 362	1 411
Avantages au personnel	420	484
Provisions non courantes	215	170
Autres passifs non courants	93	73
Impôts différés passifs	1 877	1 887
<b>TOTAL PASSIFS NON COURANTS</b>	<b>12 876</b>	<b>13 349</b>
Dettes financières courantes	645	633
Dettes de loyers courantes	496	527
Dettes fournisseurs	1 907	1 864
Dettes d'impôt	620	530
Provisions courantes	288	271
Autres passifs courants	2 546	2 346
<b>TOTAL PASSIFS COURANTS</b>	<b>6 502</b>	<b>6 171</b>
Passifs destinés à être cédés	16	—
<b>TOTAL DU PASSIF</b>	<b>53 773</b>	<b>52 318</b>

## Tableau des flux de trésorerie consolidés

En millions d'euros

	Premier semestre 2021	Premier semestre 2020
<b>RÉSULTAT NET</b>	<b>912</b>	<b>(400)</b>
Amortissements des immobilisations incorporelles, corporelles et du droit d'utilisation	1 000	1 102
Résultat des cessions d'actifs	6	3
Charges relatives aux paiements fondés sur des actions	57	62
Impôts sur le résultat	302	(60)
Résultat financier, net	58	81
Autres éléments sans incidence sur la trésorerie	5	36
Dotations (reprise) nette aux provisions	36	30
Variation du besoin en fonds de roulement commercial	(299)	(75)
Variation des autres créances et dettes opérationnelles	191	(120)
Impôts payés, net	(283)	(134)
Frais financiers payés, net	(79)	(72)
<b>FLUX DE TRÉSORERIE PROVENANT DES ACTIVITÉS OPÉRATIONNELLES</b>	<b>1 905</b>	<b>454</b>
Acquisitions d'immobilisations corporelles et incorporelles	(418)	(312)
Cession d'immobilisations corporelles et incorporelles	5	5
Acquisition de filiales, net de la trésorerie acquise	(38)	(100)
Variation des autres actifs non financiers	(75)	5
Variation des autres actifs financiers	183	(27)
<b>FLUX DE TRÉSORERIE PROVENANT DES ACTIVITÉS D'INVESTISSEMENT</b>	<b>(343)</b>	<b>(429)</b>
Augmentation de capital	4	3
Cession nette / (acquisition nette) d'actions propres	—	(159)
Dividendes versés :	(191)	(20)
• aux actionnaires du Groupe	(138)	—
• aux détenteurs de participations ne donnant pas le contrôle	(53)	(20)
Opérations relatives aux participations ne donnant pas le contrôle	(28)	(75)
Remboursements du principal des dettes de loyers	(276)	(197)
Émissions d'obligations, de placements privés et d'autres dettes financières à long terme	—	2 981
Remboursements d'obligations, de placements privés et d'autres dettes financières à long terme	(503)	—
Variations des autres dettes financières (à court et long terme)	109	20
<b>FLUX DE TRÉSORERIE PROVENANT DES ACTIVITÉS DE FINANCEMENT</b>	<b>(886)</b>	<b>2 552</b>
<b>VARIATION DE LA TRÉSORERIE ET DES ÉQUIVALENTS DE TRÉSORERIE</b>	<b>677</b>	<b>2 576</b>
Trésorerie et équivalents de trésorerie au début de l'exercice	8 683	4 836
Incidence des variations des taux de change	64	(39)
<b>TRÉSORERIE ET ÉQUIVALENTS DE TRÉSORERIE À LA CLÔTURE</b>	<b>9 424</b>	<b>7 373</b>