

Chiffre d'affaires d'EssilorLuxottica du troisième trimestre 2021

Poursuite de la reprise à un rythme soutenu de + 9 %

Perspectives 2021 relevées à nouveau et consolidation de GrandVision

EssilorLuxottica incluant GrandVision :

- Chiffre d'affaires du troisième trimestre de près de 5,5 milliards d'euros en hausse de 33% par rapport à 2019 à taux de change constants¹
- Chiffre d'affaires comparable³ du troisième trimestre en hausse de 9,3 % par rapport à 2019 à taux de change constants¹
- Cash flow libre⁵ consolidé de 2,3 milliards d'euros sur les 9 premiers mois

EssilorLuxottica hors GrandVision :

- Chiffre d'affaires du troisième trimestre en hausse de 9,0 % par rapport à 2019 à taux de change constants¹
- Croissance à deux chiffres en Amérique du Nord, accélération dans les régions EMEA et Amérique latine, tendance toujours négative en Asie-Pacifique
- La division Professional Solutions en croissance et en accélération dans toutes les régions
- Les ventes à magasins comparables⁴ toujours sur une tendance positive, avec une croissance à deux chiffres en Amérique du Nord
- Activité e-commerce en hausse d'environ 50 %, représentant 8 % du chiffre d'affaires total depuis le début de l'année
- Les perspectives pour l'ensemble de l'année 2021 sont à nouveau relevées

Charenton-le-Pont, France (29 octobre 2021, 7h00) – EssilorLuxottica annonce aujourd'hui que le chiffre d'affaires consolidé incluant GrandVision (consolidé depuis le 1^{er} juillet soit pour le seul troisième trimestre) s'élève à 14 241 millions d'euros au cours des neuf premiers mois de l'année. À données comparables³, le chiffre d'affaires consolidé s'élève à 5 465 millions d'euros au troisième trimestre et à 15 918 millions d'euros sur les neuf premiers mois de l'année, respectivement en hausse de 9,3 % et de 6,2 % à taux de change constants¹ par rapport aux mêmes périodes de 2019.

Francesco Milleri et Paul du Saillant, respectivement directeur général et directeur général délégué d'EssilorLuxottica, ont déclaré : « *Nous sommes fiers de la performance qu'EssilorLuxottica a réalisée en terme de chiffre d'affaires au troisième trimestre, avec le maintien du rythme de reprise soutenu déjà enregistré au deuxième trimestre. En incluant GrandVision, pour son premier trimestre de consolidation au sein du Groupe, le chiffre d'affaires comparable³ d'EssilorLuxottica a même progressé plus vite, à 9,3 % par rapport aux niveaux d'avant COVID-19 à taux de change constants¹. De plus, outre son accélération en termes de chiffre d'affaires, EssilorLuxottica a sensiblement augmenté ses marges, démontrant l'effet de levier opérationnel résultant d'une bonne croissance de l'activité. Nous avons donc revu nos perspectives à la hausse pour l'ensemble de l'année, visant désormais une amélioration sensible de la marge opérationnelle. La solidité de cette performance est portée par notre modèle ouvert et multicanal, nos nouvelles initiatives commerciales intégrées et la richesse de notre pipeline d'innovations, tous ces éléments étant au cœur de notre stratégie à long terme.*

Nous saluons également toutes les initiatives mises en place par EssilorLuxottica dans de nombreuses régions du monde à l'occasion de la Journée Mondiale de la Vue, célébrée le 14 octobre, pour donner une voix à la vision. Nous nous félicitons aussi que notre programme de développement durable « Eyes on the Planet » continue de bien progresser, en s'appuyant sur les cinq piliers que sont la neutralité carbone, la circularité, la vision dans le monde, l'inclusion et l'éthique ».

Chiffre d'affaires d'EssilorLuxottica incluant GrandVision par rapport à 2020 et 2019

€ millions	T3 2021	T3 2020	Variation à taux de change constants ¹	Variation à taux de change courants
EssilorLuxottica hors-GrandVision	4 460	4 085	+ 8,7 %	+ 9,2 %
GrandVision	1 068	-	n.d.	n.d.
Éliminations*	(55)	-	n.d.	n.d.
ESSILORLUXOTTICA	5 473	4 085	+ 33,4 %	+ 34,0 %

€ millions	9M 2021	9M 2020	Variation à taux de change constants ¹	Variation à taux de change courants
EssilorLuxottica hors-GrandVision	13 228	10 315	+ 33,1 %	+ 28,2 %
GrandVision	1 068	-	n.d.	n.d.
Éliminations*	(55)	-	n.d.	n.d.
ESSILORLUXOTTICA	14 241	10 315	+ 42,9 %	+ 38,1 %

* Transactions intragroupe entre EssilorLuxottica et GrandVision.

€ millions	T3 2021	T3 2019	Variation à taux de change constants ¹	Variation à taux de change courants
EssilorLuxottica hors-GrandVision	4 460	4 310	+ 9,0 %	+ 3,5 %
GrandVision	1 068	-	n.d.	n.d.
Éliminations*	(55)	-	n.d.	n.d.
ESSILORLUXOTTICA	5 473	4 310	+ 33,2 %	+ 27,0 %

€ millions	9M 2021	9M 2019	Variation à taux de change constants ¹	Variation à taux de change courants
EssilorLuxottica hors-GrandVision	13 228	13 086	+ 6,8 %	+ 1,1 %
GrandVision	1 068	-	n.d.	n.d.
Éliminations*	(55)	-	n.d.	n.d.
ESSILORLUXOTTICA	14 241	13 086	+ 14,7 %	+ 8,8 %

* Transactions intragroupe entre EssilorLuxottica et GrandVision.

Chiffre d'affaires comparable³ d'EssilorLuxottica incluant GrandVision (GV) par rapport à 2020 et 2019

Afin d'évaluer pleinement la performance du Groupe suite à l'acquisition de GrandVision, un chiffre d'affaires comparable³ a été établi à titre d'illustration uniquement.

€ millions	T3 2021	T3 2020	Variation à taux de change constants ¹	Variation à taux de change courants
EssilorLuxottica hors-GV	4 460	4 085	+ 8,7 %	+ 9,2 %
GrandVision	1 068	1 047	+ 2,0 %	+ 2,0 %
Éliminations*	(63)	(115)		
ESSILORLUXOTTICA	5 465	5 018	+ 8,5 %	+ 8,9 %

€ millions	9M 2021	9M 2020	Variation à taux de change constants ¹	Variation à taux de change courants
EssilorLuxottica hors-GV	13 228	10 315	+ 33,1 %	+ 28,2 %
GrandVision	2 959	2 500	+ 19,6 %	+ 18,4 %
Éliminations*	(269)	(279)		
ESSILORLUXOTTICA	15 918	12 536	+ 31,2 %	+ 27,0 %

* Contribution en terme de chiffre d'affaires des sociétés cédées ou devant être cédées conformément aux remèdes requis par les autorités de la concurrence dans le contexte de l'accord de rapprochement avec GV ainsi que les transactions intragroupe entre EssilorLuxottica et GrandVision.

€ millions	T3 2021	T3 2019	Variation à taux de change constants ¹	Variation à taux de change courants
EssilorLuxottica hors-GV	4 460	4 310	+ 9,0 %	+ 3,5 %
GrandVision	1 068	1 045	+ 5,0 %	+ 2,2 %
Éliminations*	(63)	(110)		
ESSILORLUXOTTICA	5 465	5 244	+ 9,3 %	+ 4,2 %

€ millions	9M 2021	9M 2019	Variation à taux de change constants ¹	Variation à taux de change courants
EssilorLuxottica hors-GV	13 228	13 086	+ 6,8 %	+ 1,1 %
GrandVision	2 959	3 040	+ 0,1 %	- 2,7 %
Éliminations*	(269)	(371)		
ESSILORLUXOTTICA	15 918	15 755	+ 6,2 %	+ 1,0 %

* Contribution en terme de chiffre d'affaires des sociétés cédées ou devant être cédées conformément aux remèdes requis par les autorités de la concurrence dans le contexte de l'accord de rapprochement avec GrandVision ainsi que les transactions intragroupe entre EssilorLuxottica et GrandVision.

Chiffre d'affaires d'EssilorLuxottica hors GrandVision par rapport à 2019 et 2020

En raison des effets de la pandémie de COVID-19, la comparaison avec les chiffres de 2020 (tant pour le troisième trimestre que pour les neuf premiers mois) n'est pas pertinente. Par conséquent, la performance du Groupe en termes de chiffre d'affaires est commentée par rapport à 2019. Les données et commentaires suivants se réfèrent uniquement au périmètre d'EssilorLuxottica hors GrandVision, qui a publié hier ses résultats du troisième trimestre et des neuf premiers mois 2021.

Le chiffre d'affaires d'EssilorLuxottica s'est élevé à 4 460 millions d'euros au troisième trimestre, en hausse de 9,0 % à taux de change constants¹ par rapport à la même période de 2019 (en hausse de 3,5 % à taux de change courants). Au cours des neuf premiers mois, le chiffre d'affaires s'est élevé à 13 228 millions d'euros, en hausse de 6,8 % à taux de change constants¹ par rapport à 2019 (en hausse de 1,1 % à taux de change courants).

Chiffre d'affaires du troisième trimestre par segment

€ millions	T3 2021	T3 2019	Variation à taux de change constants ¹	Variation à taux de change courants
Professional Solutions	2 583	2 544	+ 7,3 %	+ 1,5 %
Direct to Consumer	1 877	1 767	+ 11,6 %	+ 6,2 %
EssilorLuxottica hors-GV	4 460	4 310	+ 9,0 %	+ 3,5 %

€ millions	T3 2021	T3 2020	Variation à taux de change constants ¹	Variation à taux de change courants
Professional Solutions	2 583	2 431	+ 5,7 %	+ 6,3 %
Direct to Consumer	1 877	1 655	+ 13,0 %	+ 13,4 %
EssilorLuxottica hors-GV	4 460	4 085	+ 8,7 %	+ 9,2 %

Professional Solutions

La division Professional Solutions regroupe les activités de vente de produits et de services d'EssilorLuxottica aux professionnels de la vue externes au groupe, c'est-à-dire ses activités de commerce de gros. Au troisième trimestre, le chiffre d'affaires de la division a atteint 2 583 millions d'euros, en hausse de 7,3 % à taux de change constants¹ par rapport à la même période de 2019 (en hausse de 1,5 % à taux de change courants).

La performance dans toutes les régions a été positive à taux de change constants¹ et s'est accélérée par rapport au deuxième trimestre, soutenue par les multiples lancements de produits, comme les nouvelles gammes Crizal, Transitions XTRActive et Eyezen Kids, ainsi que par les réouvertures progressives des magasins d'optique dans plusieurs pays clés qui étaient encore affectés par des restrictions au deuxième trimestre. L'Amérique du Nord a continué de tirer la performance de la division vers le haut avec une croissance à deux chiffres stimulée par une forte performance auprès des grands comptes ainsi que par une bonne croissance du segment des professionnels de la vue indépendants. La région EMEA a poursuivi son rebond et consolidé la reprise amorcée au deuxième trimestre, soutenue par des marchés clés comme l'Italie, l'Allemagne et le Royaume-Uni. L'Amérique latine a

bénéficié de l'assouplissement des restrictions et de la reprise de l'activité qui en a résulté au Brésil et au Mexique. L'Asie-Pacifique est revenue à la croissance, grâce à une forte performance en Chine continentale et à une solide reprise en Inde.

En termes de produits, la catégorie optique a continué à se développer à un rythme soutenu tandis que la catégorie solaire a poursuivi son rebond, toutes deux tirées par l'Amérique du Nord et la région EMEA. Les marques phares ont dynamisé la performance globale de la division, tant dans les verres que les montures. Dans les verres, Varilux, Crizal et Eyezen se distinguent par leurs croissances, tandis que, dans l'activité montures, Ray-Ban, Oakley et le portefeuille de licences de marques de luxe ont enregistré une solide croissance.

Direct to Consumer

La division Direct to Consumer comprend la vente de produits et de services directement aux consommateurs finaux, c'est-à-dire les activités de vente de détail qu'EssilorLuxottica réalise à travers son propre réseau de magasins physiques et de plateformes d'e-commerce. Au troisième trimestre, le chiffre d'affaires de la division a atteint 1 877 millions d'euros, en hausse de 11,6 % à taux de change constants¹ par rapport à la même période de 2019 (en hausse de 6,2 % à taux de change courants).

La division a poursuivi sa bonne trajectoire de croissance, se redressant dans la région EMEA et en Amérique latine avec la levée des restrictions et poursuivant son expansion en Amérique du Nord. À l'inverse, la région Asie-Pacifique a été significativement affectée par les nouvelles vagues de l'épidémie de COVID-19, en particulier en Australie.

Du côté de l'activité de vente de détail « physique », les ventes à magasins comparables⁴ ont été positives dans l'ensemble, suivant globalement le rythme du deuxième trimestre. Elles ont été soutenues par une croissance à deux chiffres en Amérique du Nord et en Amérique latine, compensant largement une région EMEA encore légèrement négative et l'accentuation de la baisse en Asie-Pacifique. Les catégories optique et solaire ont toutes deux contribué à la croissance globale, les principales enseignes passant d'une croissance comprise entre 5 % et 10 % à une croissance à deux chiffres.

Le chiffre d'affaires de l'activité e-commerce a augmenté de près de 50 % à taux de change constants¹ sur le trimestre, atteignant 8 % du chiffre d'affaires total d'EssilorLuxottica à ce jour, reflétant une normalisation du mix de trafic entre le numérique et le physique dans un contexte de réouverture de magasins. Ray-Ban Stories, les lunettes intelligentes lancées en partenariat avec Facebook le 9 septembre avec une stratégie de distribution multicanal, ont débuté leurs ventes de manière prometteuse et fourni à l'activité e-commerce un levier supplémentaire.

Chiffre d'affaires du troisième trimestre par région

€ millions	T3 2021	T3 2019*	Variation à taux de change constants ¹	Variation à taux de change courants
Amérique du Nord	2 480	2 296	+ 14,1 %	+ 8,0 %
EMEA	1 159	1 105	+ 6,8 %	+ 4,8 %
Asie-Pacifique	577	630	- 6,6 %	- 8,4 %
Amérique latine	244	278	+ 11,8 %	- 12,5 %
EssilorLuxottica hors-GV	4 460	4 310	+ 9,0 %	+ 3,5 %

* La répartition géographique du chiffre d'affaires pour le troisième trimestre 2019 a été alignée sur celle utilisée pour la publication du chiffre d'affaires 2021.

€ millions	T3 2021	T3 2020*	Variation à taux de change constants ¹	Variation à taux de change courants
Amérique du Nord	2 480	2 262	+ 9,6 %	+ 9,7 %
EMEA	1 159	1 093	+ 5,3 %	+ 6,0 %
Asie-Pacifique	577	560	+ 1,1 %	+ 3,2 %
Amérique latine	244	171	+ 42,7 %	+ 42,7 %
EssilorLuxottica hors-GV	4 460	4 085	+ 8,7 %	+ 9,2 %

* La répartition géographique du chiffre d'affaires pour le troisième trimestre 2019 a été alignée sur celle utilisée pour la publication du chiffre d'affaires 2021.

Amérique du Nord

Le chiffre d'affaires de l'Amérique du Nord s'est élevé à 2 480 millions d'euros, en hausse de 14,1 % à taux de change constants¹ par rapport au troisième trimestre 2019 (en hausse de 8 % à taux de change courants), la région restant la plus performante du Groupe. Les deux divisions ont enregistré une croissance à deux chiffres au cours du trimestre, soutenue par un niveau accru d'intégration au niveau du Groupe et une exécution efficace de sa stratégie multicanal et multi-catégorie.

Dans la division Professional Solutions, les grands comptes ont été le principal moteur, essentiellement grâce aux consommateurs nationaux, tandis que les professionnels de la vue indépendants ont continué leur croissance, aidés par le déploiement de l'initiative EssilorLuxottica 360. Les plateformes de e-commerce tierces ont également connu une croissance rapide, dynamisée par des comptes plus importants. Toutes les marques principales ont contribué à la performance de l'activité verres notamment Varilux, Crizal, Eyezen et Transitions, alors que Ray-Ban et Oakley ont toutes deux enregistré une croissance à deux chiffres et que les marques de luxe ont continué à croître fortement dans les montures.

Les performances des magasins physiques ont confirmé la bonne trajectoire entamée en mars, avec des ventes à magasins comparables⁴ en hausse de 10 % par rapport au troisième trimestre 2019, tirées par des taux de conversion plus élevés et un meilleur mix-prix. Dans l'optique, LensCrafters et Target ont globalement maintenu le rythme du deuxième trimestre, avec une hausse de l'activité comprise entre 5 % et 10 %, tandis que Sunglass Hut a continué à tirer les effets positifs de sa proposition haut

de gamme et d'une tendance favorable de la demande, en croissance d'environ 15 %. L'activité e-commerce a progressé de près des deux tiers par rapport à 2019, toujours portée par les principales plateformes, Ray-Ban.com, Oakley.com, SunglassHut.com et EyeBuyDirect.com. Le chiffre d'affaires d'EyeMed a continué d'augmenter grâce à une belle progression du nombre de ses adhérents.

Europe, Moyen-Orient et Afrique (EMEA)

La région EMEA a enregistré un chiffre d'affaires de 1 159 millions d'euros, en hausse de 6,8 % à taux de change constants¹ par rapport au troisième trimestre 2019 (en hausse de 4,8 % à taux de change courants), en accélération par rapport au deuxième trimestre.

La division Professional Solutions a consolidé la trajectoire positive entamée au deuxième trimestre, soutenue par des marchés clés tels que l'Italie, l'Allemagne et le Royaume-Uni, ainsi que l'Europe du Nord et de l'Est. La catégorie optique a bien progressé, portée par les marques phares de verres dont Stelless qui a été lancée en France et en Italie en juin. La catégorie solaire a affiché une performance positive durant le trimestre, confirmant une tendance plus favorable qui est apparue à la fin du deuxième trimestre.

Les ventes à magasins comparables⁴ des magasins physiques n'ont été que légèrement négatives au cours du trimestre, en nette amélioration par rapport au deuxième trimestre. Le solaire est resté négatif au cours de la période, mais a été légèrement positif en septembre. Le Royaume-Uni et la Turquie ont continué à porter la performance de la catégorie, tandis que la France et l'Espagne sont restées affectées par un tourisme affaibli. En Italie, Salmoiraghi & Viganò est devenu positif au cours du trimestre et a affiché une augmentation de son chiffre d'affaires d'environ 5 %. La performance des magasins physiques a également été soutenue par l'enseigne Optical House en Ukraine, consolidée depuis janvier 2020. Le chiffre d'affaires de l'activité e-commerce a connu une augmentation stable à deux chiffres, Ray-Ban.com, Oakley.com et SunglassHut.com étant les plateformes les plus performantes.

Asie-Pacifique

L'Asie-Pacifique a enregistré un chiffre d'affaires de 577 millions d'euros, en baisse de 6,6 % à taux de change constants¹ comparé au troisième trimestre 2019 (en baisse de 8,4 % à taux de change courants), montrant une légère détérioration par rapport au deuxième trimestre dans un contexte de nouvelles vagues de COVID-19, en particulier en Australie.

La division Professional Solutions est devenue positive au cours du trimestre, principalement grâce à une forte reprise du marché indien, qui avait été fortement affecté par le variant Delta au trimestre précédent. La Chine continentale est restée le pays où la croissance est la plus forte et la plus rapide de la région, portée par Crizal, Eyezen et Nikon ainsi que les verres Stelless, qui ont vu leurs ventes augmenter de manière significative pendant la période de rentrée scolaire, les ventes des opticiens indépendants surpassant celles des hôpitaux. La marque locale Bolon a réalisé une performance solide, soutenue par les produits d'optique. Comme pour les autres marchés de la région, le Japon et la Corée sont restés négatifs, cette dernière montrant les premiers signes de normalisation de l'activité en septembre.

La performance de l'activité dans les magasins physiques s'est sensiblement dégradée par rapport au deuxième trimestre, notamment en Australie qui a été fortement impactée par les nouvelles restrictions et fermetures de magasins dans les états de Victoria et de Nouvelle-Galles du Sud, pesant sur les résultats d'OPSM et de Sunglass Hut. La Chine continentale est restée faible, affectée par de nouvelles vagues de l'épidémie de COVID-19 ainsi que par des inondations, tandis que l'Asie du Sud-Est a continué de souffrir du manque de flux touristiques.

Amérique latine

L'Amérique latine a enregistré un chiffre d'affaires de 244 millions d'euros, en hausse de 11,8 % à taux de change constants¹ comparé au troisième trimestre 2019 (en baisse de 12,5 % à taux de change

courants), bénéficiant de l'assouplissement des restrictions dans la région et de la reprise d'activité consécutive, en particulier sur les principaux marchés que sont le Brésil et le Mexique.

Dans la division Professional Solutions, le Brésil a poursuivi son redressement et est redevenu positif sur le trimestre, porté par les bonnes performances de la catégorie optique désormais soutenues par le lancement de l'initiative EssilorLuxottica 360 dans le pays, qui a connu un démarrage prometteur. La croissance de la division sur le trimestre a été soutenue par les bonnes tendances des marques Varilux et Eyezen, ainsi que par la reprise dans les montures, portée par Oakley et les marques de luxe. Le Mexique a confirmé l'amélioration de son rythme de croissance amorcée au deuxième trimestre, soutenue par la pénétration croissante du Groupe auprès des grands comptes.

Les ventes à magasins comparables⁴ dans le réseau « physique » se sont significativement améliorées par rapport au deuxième trimestre, atteignant une performance positive à deux chiffres dans tous les pays de la région. Les performances de Sunglass Hut ont continué d'être portées par le Brésil et le Mexique, tandis que GMO a bénéficié d'un dynamisme retrouvé au Chili ; les deux enseignes ayant affiché une croissance à deux chiffres de leurs ventes à magasins comparables⁴.

Chiffre d'affaires sur neuf mois par segment

€ millions	9M 2021	9M 2019	Variation à taux de change constants ¹	Variation à taux de change courants
Professional Solutions	7 779	7 911	+ 4,2 %	- 1,7 %
Direct to Consumer	5 449	5 175	+ 10,8 %	+ 5,3 %
EssilorLuxottica hors-GV	13 228	13 086	+ 6,8 %	+ 1,1 %

€ millions	9M 2021	9M 2020	Variation à taux de change constants ¹	Variation à taux de change courants
Professional Solutions	7 779	6 071	+ 32,8 %	+ 28,1 %
Direct to Consumer	5 449	4 244	+ 33,7 %	+ 28,4 %
EssilorLuxottica hors-GV	13 228	10 315	+ 33,1 %	+ 28,2 %

Chiffre d'affaires sur neuf mois par région

€ millions	9M 2021	9M 2019*	Variation à taux de change constants ¹	Variation à taux de change courants
Amérique du Nord	7 290	6 876	+ 12,4 %	+ 6,0 %
EMEA	3 449	3 481	+ 1,3 %	- 0,9 %
Asie-Pacifique	1 836	1 921	- 2,5 %	- 4,4 %
Amérique latine	653	808	+ 5,0 %	- 19,2 %
EssilorLuxottica hors-GV	13 228	13 086	+ 6,8 %	+ 1,1 %

* La répartition géographique du chiffre d'affaires pour les neuf mois de 2019 a été alignée sur celle utilisée pour la publication du chiffre d'affaires 2021.

€ millions	9M 2021	9M 2020*	Variation à taux de change constants ¹	Variation à taux de change courants
Amérique du Nord	7 290	5 687	+ 35,6 %	+ 28,2 %
EMEA	3 449	2 686	+ 29,6 %	+ 28,4 %
Asie-Pacifique	1 836	1 489	+ 23,2 %	+ 23,3 %
Amérique latine	653	453	+ 55,8 %	+ 44,3 %
EssilorLuxottica hors-GV	13 228	10 315	+ 33,1 %	+ 28,2 %

* La répartition géographique du chiffre d'affaires pour les neuf mois de 2019 a été alignée sur celle utilisée pour la publication du chiffre d'affaires 2021.

Cash Flow libre

EssilorLuxottica incluant GrandVision (pour le troisième trimestre seulement) a enregistré une solide génération de cash, avec un cash flow libre⁵ consolidé de 2,3 milliards d'euros sur les neuf premiers mois de l'année.

Rachat d'actions

Actuellement, EssilorLuxottica détient 3,2 millions d'actions propres, ayant racheté 2 millions d'actions dans le cadre du plan de rachat lancé le 31 août et se clôturant aujourd'hui.

Perspectives

Au vu des solides performances du troisième trimestre, EssilorLuxottica revoit à la hausse ses prévisions pour l'année 2021, indiquant désormais une croissance de 5 à 9 % du chiffre d'affaires par rapport à 2019 à taux de change constants¹ (au lieu de « environ 5 % » précédemment) et une progression pouvant aller jusqu'à 100 points de base de la marge opérationnelle ajustée² en pourcentage du chiffre d'affaires par rapport à 2019 à taux de change constants¹ (au lieu de « supérieure à 2019 » précédemment).

Ces objectifs se rapportent au périmètre EssilorLuxottica, hors GrandVision, qui est consolidé depuis le 1^{er} juillet 2021.

Mission et développement durable

Dans le cadre de sa mission d'aider chacun à mieux voir, mieux être, pour profiter pleinement de la vie, EssilorLuxottica a poursuivi ses efforts au cours du trimestre par le déploiement de modèles d'activité inclusifs, d'initiatives philanthropiques, de partenariats avec les institutions et la poursuite constante de l'innovation.

L'un des événements annuels clés pour promouvoir l'importance de la santé visuelle est la Journée mondiale de la vue, célébrée cette année le 14 octobre. « Eyes on World Sight » est l'un des cinq piliers de l'approche « Eyes on the Planet » dévoilée en juillet, l'événement constituant un catalyseur pour de nouvelles initiatives. EssilorLuxottica a organisé une campagne commune dédiée pour sensibiliser les parents à l'importance de faire contrôler régulièrement la vue des enfants. L'objectif pédagogique est enrichi par le site web www.putvisionfirst.com, où des tests de vue en ligne et des contenus éducatifs sont disponibles. Les enseignes de vente de détail en optique ont lancé une campagne mondiale dédiée aux consommateurs « Your Eyes First », montrant les œuvres de l'artiste de renom Karan Singh. Les partenaires philanthropiques d'EssilorLuxottica (Essilor Vision Foundation, Vision For Life et OneSight) ainsi ses activités inclusives (telles que celles de 2.5 New Vision Generation) ont déployé, grâce à des partenariats clés, des initiatives locales pour faciliter l'accès aux tests de vue et accroître la sensibilisation dans toutes les régions du monde. Parmi les partenariats institutionnels, on peut citer celui avec le ministère de l'éducation en Indonésie, avec Sightsavers en Inde et avec les jeux « *special olympics* » en Amérique du Nord. OneSight s'est associée à l'Agence Internationale pour la Prévention de la Cécité et à d'autres parties prenantes actives dans l'optique pour toucher plus d'un million de personnes et les encourager à faire tester leur vue. OneSight a organisé avec succès quatre cliniques aux États-Unis pour réaliser des tests de vue et fournir des lunettes aux enfants et aux adultes. Les activités organisées par OneSight comprennent également un partenariat mondial pour éduquer et impliquer les enfants et leurs familles, le soutien aux campagnes et initiatives via #LoveYourEyes et #ShareTheLove, ainsi que des événements dédiés en septembre et octobre.

Au cours du trimestre, les activités inclusives d'EssilorLuxottica et ses partenariats philanthropiques ont permis à 10 millions de personnes d'avoir accès à la santé visuelle et à 2 millions de nouveaux porteurs d'être équipé de lunettes. De plus, 400 micro-entrepreneurs de l'optique ont été formés et OneSight a ouvert huit nouveaux centres de vision.

Expliquer les bienfaits d'une bonne vision dans le cadre de l'ambition d'éliminer la mauvaise vision non corrigée d'ici 2050, est l'une des valeurs clés d'« Eyes on World Sight ». Les partenaires philanthropiques et inclusifs d'EssilorLuxottica continuent de poursuivre cette ambition en coopérant avec les gouvernements et les ONG. Les initiatives récentes menées en Inde, par exemple, allaient du dépistage visuel en porte-à-porte aux dons de lunettes dans des zones mal desservies, et ont conduit le gouvernement à déclarer la région du Karnakata comme la première région du pays à avoir éliminé la mauvaise vision non corrigée.

Sur le traitement de la myopie en particulier, EssilorLuxottica collabore avec trois grandes organisations mondiales pour apporter une contribution importante aux efforts pour améliorer la situation. Ces organisations sont International Myopia Institute, Myopia Profile et Global Myopia Awareness Coalition. Ces collaborations soutiennent les efforts continus visant à être à l'avant-garde de la lutte contre la myopie, grâce également aux innovations révolutionnaires du Groupe, telles que les verres Stellest et ceux de SightGlass Vision.

Conférence téléphonique

Une conférence téléphonique en anglais aura lieu aujourd'hui à 10h30, heure de Paris.
La réunion sera disponible en direct et pourra également être écoutée ultérieurement via :
<https://streamstudio.world-television.com/1217-2090-30705/en>

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 (Chiffre d'affaires) comparable : le chiffre d'affaires comparable inclus pour toutes les périodes indiquées la contribution de GrandVision comme si le rapprochement entre EssilorLuxottica et GrandVision (« le rapprochement avec GV »), ainsi que les cessions d'actifs requises par les autorités de la concurrence dans le contexte du rapprochement avec GV, avaient eu lieu à la date du 1^{er} janvier 2019. Le chiffre d'affaires comparable a été préparé à des fins d'illustration dans le seul but de fournir des informations comparables.

4 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 précédente.

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

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, ainsi que des marques de détail de renommée mondiale comme Sunglass Hut et LensCrafters et depuis le 1er juillet 2021, le réseau de distribution GrandVision (grâce à une participation majoritaire). 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

Head of Corporate Communications

Marco Catalani

E-mail: 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'acquérir ou de souscrire des titres.

Ce communiqué de presse contient des indications prévisionnelles qui reflètent l'analyse actuelle d'EssilorLuxottica concernant les événements futurs, ainsi que la performance financière et opérationnelle future. Ces indications prévisionnelles sont fondées sur les convictions, hypothèses et attentes d'EssilorLuxottica concernant 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 indications prévisionnelles comportent des risques et des incertitudes, dès lors qu'elles portent sur des événements et dépendent de circonstances qui pourraient, ou non, survenir dans le futur, EssilorLuxottica ne pouvant donc en garantir l'exactitude et l'exhaustivité. Un nombre important de facteurs, qui ne sont pas tous connus ou sous le contrôle d'EssilorLuxottica, pourraient entraîner une divergence significative entre les résultats ou les chiffres réels et les indications prévisionnelles, du fait de risques ou d'incertitudes rencontrés par EssilorLuxottica. Toute indication prévisionnelle est formulée uniquement à la date de ce communiqué de presse. EssilorLuxottica n'est soumis à aucune obligation de mettre à jour ou de réviser, publiquement, ses indications prévisionnelles, que ce soit à l'occasion d'une nouvelle information ou d'une toute autre raison.