

Résultats du 1^{er} semestre 2019

Le rapprochement se poursuit et le processus d'intégration s'accélère Forte génération de *cash-flow* libre⁷

- Croissance du chiffre d'affaires de 7,3 %¹, dont 3,9 %¹ à taux de change constants²
- Deuxième trimestre en plus forte croissance que le premier à taux de change constants²
- Hausse du résultat net ajusté⁶ en ligne avec celle du chiffre d'affaires¹
- *Cash-flow* libre⁷ de 748 millions d'euros
- Priorité à l'accélération du processus d'intégration et de simplification du groupe
- Objectifs annuels confirmés

Charenton-le-Pont, France (31 juillet 2019, 7h00) - Le Conseil d'administration d'EssilorLuxottica, qui s'est réuni le 30 juillet 2019, a arrêté les comptes consolidés du premier semestre 2019. Ces comptes ont fait l'objet d'un examen limité par les commissaires aux comptes. Le Conseil d'administration a également approuvé les comptes consolidés pro forma¹ non audités, qui sont présentés à titre illustratif seulement.

Leonardo Del Vecchio, Président-Directeur Général d'EssilorLuxottica, a déclaré : « *Nous sommes satisfaits des résultats du premier semestre qui affichent une croissance du chiffre d'affaires du Groupe et un bon niveau de rentabilité. La qualité de notre activité se reflète non seulement dans les chiffres, mais également dans la confirmation de la confiance et de la collaboration avec Bulgari et d'autres grandes maisons de luxe et de mode. Nous nous attendons désormais à ce que le deuxième semestre de l'année soit porteur de croissance supplémentaire et d'une amélioration marquée de la rentabilité par rapport à l'an dernier, grâce au lancement sur le marché d'une nouvelle génération de produits qui nous permettra d'améliorer l'expérience du consommateur. Les synergies attendues sont bien engagées et nous continuerons à les activer conformément aux plans que nous avons communiqués au marché* ».

Hubert Sagnières, Vice-Président-Directeur Général Délégué d'EssilorLuxottica, a déclaré : « *Les résultats d'EssilorLuxottica illustrent la force de sa mission associée à un modèle d'affaires à la fois intégré et ouvert. Ainsi, l'ampleur des besoins d'amélioration de la vue conduit à des croissances particulièrement soutenues pour les activités de correction visuelle et de protection solaire d'Essilor et de ventes au détail de Luxottica. La bonne performance d'ensemble souligne, en outre, l'adhésion des professionnels de l'optique à notre volonté de renouvellement de l'expérience consommateur. Nos investissements dans la relation client, la segmentation des réseaux, les offres innovantes, les solutions omni-canal, la digitalisation de nos activités et les pays à forte croissance portent leurs fruits. En parallèle, le travail d'intégration des deux sociétés se poursuit afin de doter le groupe d'une plateforme opérationnelle plus efficace et réactive.* »

Résultats ajustés⁶ du premier semestre 2019

En millions d'euros	S1 2019	S1 2018* pro forma ¹	Variation publiée	Variation à taux de change constants ²
Chiffre d'affaires	8 776	8 177	+ 7,3 %	+ 3,9 %
Marge brute ajustée⁶	5 549	5 195	+ 6,8 %	+ 3,1 %
<i>En % du chiffre d'affaires</i>	63,2 %	63,5 %		
Résultat opérationnel ajusté⁶	1 512	1 450	+ 4,3 %	- 0,4 %
<i>En % du chiffre d'affaires</i>	17,2 %	17,7 %		
Résultat net ajusté⁶	1 099	1 029	+ 6,8 %	+ 1,9 %
<i>En % du chiffre d'affaires</i>	12,5 %	12,6 %		

*Le compte de résultat du premier semestre 2018 a été retraité suite à l'application de la norme IFRS 16 relative aux contrats de location

EssilorLuxottica a réalisé un chiffre d'affaires de 8 776 millions d'euros, en hausse de 7,3 % et de 3,9 % à taux de change constants², par rapport au chiffre d'affaires pro forma¹ du premier semestre 2018. La croissance à taux de change constants² s'est accélérée au cours de la période, enregistrant une hausse de 3,7 % au premier trimestre puis de 4,1 % au deuxième trimestre. Le résultat opérationnel ajusté⁶ et le résultat net ajusté⁶ ont progressé respectivement de 4,3 % et de 6,8 %.

Faits marquants

Au cours du premier semestre 2019, la performance opérationnelle du groupe s'est caractérisée par les faits suivants :

- Les divisions Verres et matériel optique et Sunglasses & Readers ont enregistré une croissance respective de 4,9 % and 8,4 % à taux de change constants² ;
- La division Vente au détail a affiché une hausse de 3,6 % à taux de change constants² avec un ralentissement au deuxième trimestre en raison des difficultés de Sears et des conditions météorologiques défavorables aux mois de mai et début juin. La division a renforcé sa présence dans des zones ciblées: Sunglass Hut en Europe, Ray-Ban en Grande Chine avec désormais plus de 150 magasins dans le pays et Óticas Carol au Brésil ;
- Une hausse de 1,7 % à taux de change constants² de la division Commerce de gros avec une accélération au deuxième trimestre du fait d'un rebond en Amérique du Nord provenant principalement des indépendants et des grands magasins. Le programme STARS a généré plus de 12 % de ventes nettes de la division et s'est encore étendu à l'échelle mondiale, avec plus de 13 000 magasins desservis à ce jour ;
- Le maintien d'un rythme de croissance soutenue de la marque Ray-Ban dans toutes les régions et tous les canaux de distribution, avec une présence en forte croissance dans la vente directe aux consommateurs (magasins mono-marque et Ray-Ban.com) ;
- Une augmentation d'environ 10 % du chiffre d'affaires à taux de change constants² dans les pays à forte croissance⁴, qui représentent près de 20 % du chiffre d'affaires consolidé ;
- La mise sur le marché d'innovations significatives dont Blue UV Capture™, un verre offrant une meilleure protection contre les rayons UV et la lumière bleu-violet nocive; Eyezen™ Start, une nouvelle génération de verres pour les personnes de moins de 40 ans porteuses de verres unifocaux; Vision-R™ 800, un nouveau réfracteur permettant des tests de vue plus précis; et Visioffice® X, la dernière génération de systèmes de mesures optiques. En parallèle, Essilor a

préparé le lancement, au tout début du second semestre, de Transitions® Signature® GEN 8™, une nouvelle solution de gestion de la luminosité combinant des teintes plus sombres et une vitesse d'activation plus rapide. Dans le domaine des montures, Luxottica a renforcé son positionnement de pointe dans les technologies numériques en présentant à ses clients partenaires ses dernières collections dans un environnement de haute technologie stimulant, préfigurant ce à quoi pourrait ressembler l'avenir de la vente au détail dans l'optique ;

- La poursuite de la digitalisation des activités s'est traduite par une croissance des ventes en ligne de près de 14% à taux de change constants². Plusieurs facteurs accélèrent le développement d'une plate-forme omnicanal offrant aux consommateurs un accès aux dernières technologies digitales combinées à l'expertise de professionnels de l'optique. Ces facteurs incluent le déploiement du programme «Digital Acceleration» chez Essilor, le développement par Luxottica de nouvelles solutions et outils de communication digitale utilisables tant dans ses propres magasins que dans ses activités de vente en gros, la forte croissance de Ray-Ban.com et Sunglasshut.com et l'acquisition par Essilor du détaillant en ligne Brille 24 en Allemagne ;
- Une reprise de la politique d'acquisitions organiques avec quatre nouvelles transactions réalisées en Europe, en Amérique Latine et en Chine.

Synergies et intégration

Au cours du premier semestre, le groupe a mis en place une organisation structurée et un processus solide pour mener à bien son intégration et générer des synergies, dont le montant a été confirmé entre 420 à 600 millions d'euros d'impact net sur le résultat opérationnel ajusté⁶ dans les trois à cinq prochaines années.

Comme annoncé le 13 mai 2019, l'équipe de direction s'emploie à accélérer le processus d'intégration et la simplification du groupe. Le processus d'intégration avance à un très bon rythme. 22 axes de travail prioritaires sont mis en œuvre à l'échelle mondiale, sous la direction de plusieurs dirigeants du groupe et avec le plein engagement d'équipes dédiées. Ces programmes visent à tirer parti de la complémentarité entre montures et verres, de la capillarité des réseaux de vente au détail du groupe, des opportunités de ventes croisées auprès des opticiens tout en améliorant l'efficacité, en optimisant la chaîne logistique et en développant et structurant l'industrie de l'optique ophtalmique et de la lunetterie.

Eradication de la mauvaise vision dans le monde

La mission d'EssilorLuxottica est d'aider chacun à « *Mieux voir, mieux être pour profiter pleinement de la vie* ». Cette mission est au cœur de toutes ses activités et forme un lien culturel important entre ses collaborateurs. Dans ce contexte, Essilor a continué à promouvoir au premier semestre l'importance d'une bonne vision pour la sécurité routière. A l'occasion de la 5^{ème} semaine de la sécurité routière des Nations Unies, la société a annoncé un protocole d'accord avec le groupe automobile français Renault pour développer des solutions innovantes visant à améliorer l'expérience visuelle des conducteurs. Essilor a, en outre, réalisé près de 1 000 dépistages de la vue pendant la course des 24 Heures du Mans. Au Bhoutan, Essilor et le gouvernement royal ont officiellement lancé leur partenariat, qui vise à faire de ce pays le premier Etat au monde à éradiquer la mauvaise vision. Les 10 000 premières paires de lunettes ont ainsi été distribuées dans le cadre du programme "Bhutan School Sight", qui permet à tous les élèves de six à dix-huit ans de bénéficier de tests de vue et, si nécessaire, de lunettes. En Inde, la division 2.5 New Vision Generation d'Essilor a franchi le cap des 10 millions de personnes défavorisées équipées en lunettes par ses soins. Les innovations en matière de distribution et de technologie de son réseau d'opticiens de proximité, appelés Eye Mitra, se sont avérées déterminantes dans cette étape. Elles ont été distinguées lors de la 6^{ème} Convention Eye Mitra à Jaipur en mai dernier.

Par ailleurs, le fonds Vision for Life, fondé par Essilor, a soutenu une nouvelle campagne de sensibilisation à la santé visuelle auprès des populations les plus défavorisées d'Inde avec le soutien d'une figure majeure du monde du cinéma.

Au premier semestre, Luxottica, grâce à son soutien à OneSight - une organisation à but non lucratif indépendante dont elle est le principal mécène - a servi près de 17,000 patients par le biais d'examen de la vue et de fourniture de lunettes dans 17 cliniques de bienfaisance situées aux Etats-Unis, en Jordanie, à Porto Rico, au Chili, au Mexique, au Cambodge, en Chine, au Brésil et en Thaïlande. OneSight a également ouvert 25 nouveaux *Sustainable Vision Centers* dans 5 pays différents (Etats-Unis, Rwanda, Zambie, Chine, Bangladesh). Chaque clinique fonctionne grâce à des employés et médecins de Luxottica et plus de 575 employés ont eu la possibilité d'y faire du bénévolat au cours du premier semestre 2019.

EssilorLuxottica a créé une nouvelle forme d'intégration culturelle entre les employés d'Essilor et de Luxottica en encourageant plusieurs employés d'Essilor à se porter volontaires auprès de OneSight au cours du premier semestre.

Evénements post-clôture

EssilorLuxottica conclut un accord pour acquérir 76,72 % du capital de GrandVision détenu par HAL

EssilorLuxottica annonce ce jour un accord selon lequel il va acquérir l'intégralité des 76,72 % de participation de HAL Holding N.V. dans le capital de GrandVision N.V. à un prix par action de 28 euros par actions (voir page 14 du rapport financier semestriel).

Acquisition de Barberini

Le groupe annonce que l'ensemble des autorisations concernant l'acquisition de Barberini ont été obtenues auprès des autorités de la concurrence compétentes et que toutes les conditions suspensives à la finalisation de la transaction sont levées (voir page 14 du rapport financier semestriel).

Renouvellement du contrat de licence avec Bulgari

Luxottica et Bulgari SpA annoncent ce jour le renouvellement par anticipation de leur contrat exclusif de licence (voir page 14 du rapport financier semestriel).

Perspectives

EssilorLuxottica confirme ses objectifs financiers pour 2019. Incluant les synergies, et à taux de change constants², le groupe prévoit :

- Une croissance du chiffre d'affaires entre 3,5 % et 5,0 % ;
- Une croissance du résultat opérationnel ajusté⁶ de 0,8 x à 1,2 x celle du chiffre d'affaires ;
- Une croissance du résultat net ajusté⁶ de 1,0 x à 1,5 x celle du chiffre d'affaires.

Conférence téléphonique

Une conférence téléphonique en anglais aura lieu ce jour à 10h30 CET.

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

<https://hosting.3sens.com/EssilorLuxottica/20190731-4AEBD6F3/en/webcast/startup.php>

Prochains rendez-vous

- 25 septembre 2019 : Journée Investisseurs à Londres, Royaume-Uni
- 30 octobre 2019 : Chiffre d'affaires du 3^{ème} trimestre

Notes

1. **Pro forma** : l'information financière consolidée résumée pro forma non auditée est présentée à titre illustratif seulement dans le but de permettre une comparaison avec le premier semestre achevé le 30 juin 2018 comme si le rapprochement entre Essilor et Luxottica avait eu lieu le 1^{er} janvier 2018. Pour de plus amples détails, se reporter au tableau en annexe.
2. **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 précédente.
3. **Croissance en base homogène** : croissance à taux de change et à périmètre constants.
4. **Pays ou marchés à forte croissance** : comprennent la Chine, l'Inde, les pays de l'Asean, la Corée du Sud, Hong-Kong, Taïwan, l'Afrique, le Moyen-Orient, la Russie, l'Europe de l'Est et l'Amérique latine.
5. **Ventes à magasins comparables** : reflètent, à fins de comparaison, l'évolution des ventes des seuls magasins de la période récente qui étaient également ouverts sur la période comparable de l'année précédente. Pour chaque zone géographique, le calcul applique à l'ensemble des périodes les taux de change moyens de l'année précédente.
6. **Chiffres ajustés** : ajusté des charges comptabilisées dans le cadre du rapprochement entre Essilor et Luxottica et des impacts d'autres opérations inhabituelles, rares ou sans rapport avec le cours normal de l'activité, dont l'impact pourrait fausser la compréhension de la performance du groupe.
7. **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 optiques, 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.

En 2018, EssilorLuxottica comptait près de 150 000 employés et aurait réalisé un chiffre d'affaires consolidé pro-forma de 16,2 milliards d'euros environ.

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

Relations Investisseurs

(Charenton-le-Pont) Tel: + 33 1 49 77 42 16

(Milan) Tel: + 39 (02) 8633 4870

E-mail: ir@essilorluxottica.com

Communication Corporate / Relations Presse

(Charenton-le-Pont) Tel: + 33 1 49 77 45 02

(Milan) Tel: + 39 (02) 8633 4470

E-mail: media@essilorluxottica.com

Rapport financier semestriel 2019

Chiffre d'affaires du 1er semestre 2019 par division

En millions d'euros	S1 2019	S1 2018 <i>Pro forma</i> ¹	Variation à taux de change constants ²	Effet de change	Variation (publiée)
Verres et matériel optique	3 377	3 136	+ 4,9 %	+ 2,8 %	+ 7,7 %
Sunglasses & Readers	456	407	+ 8,4 %	+ 3,5 %	+ 11,9 %
Equipements	99	93	+ 1,3 %	+ 4,4 %	+ 5,8 %
Chiffre d'affaires Essilor	3 932	3 636	+ 5,2 %	+ 2,9 %	+ 8,1 %
Commerce de gros	1 759	1 703	+ 1,7 %	+ 1,6 %	+ 3,3 %
Vente au détail	3 086	2 838	+ 3,6 %	+ 5,1 %	+ 8,7 %
Chiffre d'affaires Luxottica	4 844	4 541	+ 2,9 %	+ 3,8 %	+ 6,7 %
Total	8 776	8 177	+ 3,9 %	+ 3,4 %	+ 7,3 %

La division **Verres et matériel optique** a enregistré une progression de 7,7 % de son chiffre d'affaires à 3 377 millions d'euros (+ 4,9 % à taux de change constants²), dont 3,8 % en base homogène³ sur le premier semestre.

Cette croissance reflète une accélération au deuxième trimestre et s'appuie essentiellement sur la bonne dynamique des pays à forte croissance⁴, notamment la Chine, les pays d'Asie du Sud Est et l'ensemble de l'Amérique latine. Les ventes par Internet poursuivent leur progression à deux chiffres, soutenue par le fort développement du segment des lunettes correctrices. Dans les pays développés, la croissance est réalisée par l'Europe et l'Australie, les Etats-Unis ayant connu un semestre plus mitigé, en raison, notamment, du calendrier du lancement du nouveau verre Transitions®.

La division **Sunglasses and Readers** a réalisé un chiffre d'affaires de 456 millions d'euros en hausse de 11,9 % (8,4 % à taux de change constants²). Le deuxième trimestre, en progression de 14,1 % à taux de change constants², a montré une accélération de Costa et de FGX International. Costa poursuit son avancée chez les professionnels de l'optique indépendants et bénéficie du bon accueil de ses nouvelles collections. FGX International enregistre de bonnes ventes en magasins et gagne de nouveaux espaces de distribution. En Chine, l'activité reste solide en dépit du ralentissement des ventes de lunettes de soleil de Xiamen Yarui Optical (Bolon™) et de MJS dû à un marché en demi-teinte et une météo de printemps défavorable. Les modèles de montures optiques continuent de bien performer.

La division **Equipements** a enregistré une croissance de 5,8 % de ses ventes à 99 millions d'euros au premier semestre (+1,3 % à taux de change constants²). L'activité dans les pays à forte croissance⁴ d'Asie et d'Amérique Latine a compensé l'attentisme de certains clients dans les pays développés. La bonne orientation de la demande en solutions de surfaçage a soutenu les ventes de générateurs numériques VFT-Orbit 2™ et de polisseuses Multi-FLEX™ tout au long du semestre. Le carnet de commande reflète néanmoins une légère érosion de la demande pour ces machines et un regain d'intérêt pour les solutions de traitement.

La division **Commerce de gros** a progressé de 3,3 % au premier semestre (+1,7 % à taux de change constants²). Toutes les régions ont progressé, à l'exception de l'Amérique du Nord, qui a renoué avec la croissance au deuxième trimestre grâce à un rebond avec les indépendants. Les pays les plus performants ont été le Brésil, le Mexique, l'Allemagne, l'Europe de l'Est, le Japon et la Corée, tandis qu'une la restauration de l'activité en Chine a permis de doubler les ventes au premier semestre. L'évolution et le déploiement de STARS se sont poursuivis avec une croissance rapide des ventes en Europe, en Amérique du Nord et au Brésil. À l'échelle mondiale, le programme STARS compte maintenant plus de 13 000 magasins, ce qui représente plus de 12% des ventes de la division Commerce de gros. Les ventes en ligne sur des plates-formes tierces se sont réduites, principalement en raison d'effets de timing entre les trimestres et du ralentissement des ventes avec certains clients.

Le chiffre d'affaires de la division **Vente au détail** a progressé de 8,7 % au premier semestre (+ 3,6 % à taux de change constants²) et est restée stable à magasins comparables⁵. Cela reflète les bonnes performances de l'Europe (Sunglass Hut et Salmoiraghi & Viganò), de l'Asie-Pacifique (Australie) et de l'Amérique latine (Brésil), associées à une croissance à deux chiffres de Target Optical et EyeMed aux États-Unis. Au niveau mondial, Sunglass Hut a enregistré une croissance de 3% à taux de change constants², les ventes à magasins comparables étant en retrait dû à la faiblesse de l'Amérique du Nord, affecté par des conditions climatiques défavorables. Les ventes de LensCrafters ont été globalement stables au premier semestre, avec l'objectif confirmé d'une progression des marges. La bonne performance globale de la division reflète les effets positifs d'un certain nombre d'initiatives prises en matière de gamme, de tarification, de réaménagement des magasins et de digitalisation. L'activité en ligne a connu une croissance au premier semestre, alimentée par les plateformes propriétaires (hausse à deux chiffres au deuxième trimestre).

Chiffre d'affaires du S1 2019 par région

En millions d'euros	S1 2019	S1 2018 <i>Pro forma</i> ¹	Variation à taux de change constants ²	Effet de change	Variation (publiée)
Amérique du Nord	4 583	4 211	+ 1,9 %	+ 6,9 %	+ 8,8 %
Europe	2 231	2 151	+ 4,7 %	- 1,0 %	+ 3,8 %
Asie, Océanie, Afrique	1 436	1 336	+ 5,8 %	+ 1,6 %	+ 7,4 %
Amérique latine	526	479	+ 12,3 %	- 2,6 %	+ 9,8 %
Total	8 776	8 177	+ 3,9 %	+ 3,4 %	+ 7,3 %

En **Amérique du Nord**, le chiffre d'affaires a crû de 8,8 % (+ 1,9 % à taux de change constants²). Les activités Verres et matériel optique, e-commerce et Sunglasses & Readers ont terminé le second trimestre en forte hausse. La croissance de l'activité Verres aux États-Unis a été globalement en ligne avec celle du marché, montrant une amélioration séquentielle au premier comme au deuxième trimestre. Essilor a poursuivi l'expansion de ses programmes pour les professionnels de l'optique indépendants, dont « Essilor Experts » et les Alliances, et bénéficié de la première contribution de contrats récemment signés avec de nouveaux grands comptes. Les ventes e-commerce ont réalisé une croissance à deux chiffres en Amérique du Nord grâce, notamment, aux ventes en ligne de lunettes

correctrices. Après un premier trimestre en demi-teinte aux Etats-Unis la division Sunglasses & Readers a enregistré un fort rebond au deuxième trimestre tant pour FGX International que pour Costa.

L'activité au Canada et les ventes de verres Transitions® aux autres fabricants ont baissé au cours du semestre dans un contexte où le lancement de la Génération 8 des verres Transitions® est attendu au début du troisième trimestre.

Le Commerce de gros de Luxottica a renoué avec la croissance au deuxième trimestre. Il a principalement tiré par la bonne performance des professionnels indépendants du secteur. Cela a contrebalancé un léger ralentissement des ventes au détail confrontée à une base de comparaison plus élevée et à des conditions météorologiques défavorables. LensCrafters a enregistré des ventes à l'équilibre au premier semestre, tant en termes de chiffre d'affaires qu'à magasins comparables⁵, tout en maintenant sa rentabilité opérationnelle supérieure à la moyenne du groupe. Parmi les autres enseignes de vente au détail d'optique, Target Optical a poursuivi sa croissance des ventes par rapport aux magasins comparables² à un rythme à deux chiffres au deuxième trimestre, et a remporté un vif succès dans les gammes de prix inférieures du segment haut de gamme. Sears a continué de peser lourdement sur le trimestre, en dépit de la stabilisation du nombre de magasins. EyeMed, qui compte actuellement 55 millions d'adhérents, a maintenu sa croissance à deux chiffres de son chiffre d'affaires au deuxième trimestre. Les performances de Sunglass Hut sont restées négatives au deuxième trimestre, affectées par des conditions météorologiques défavorables (mai et début juin) et, par conséquent, par une baisse de la fréquentation dans les lieux touristiques. Cependant, après une pause de trois ans, la marque a fait son retour à la télévision en mai avec sa nouvelle campagne de publicité qui devrait porter ses fruits dans les mois à venir. L'e-commerce est toujours en plein essor dans la région, avec Ray-Ban.com et SunglassHut.com parmi les sites les plus performants. L'accélération de cette dernière suggère un niveau modéré de substitution du trafic (en ligne par rapport au commerce physique).

En **Europe**, le chiffre d'affaires a progressé de 3,8 % (+ 4,7 % à taux de changes constants²). L'ensemble des activités d'Essilor ont contribué à cette solide performance. Dans la division Verres et matériel optique, la Russie, l'Europe de l'Est et la Turquie ont enregistré une croissance de leurs ventes à deux chiffres. Celle-ci s'appuie sur une accélération des ventes des verres à valeur ajoutée, en particulier les verres progressifs, résultant d'investissements marketing ciblés. Dans un marché porteur en France, les ventes ont été robustes dans l'ensemble des catégories clé et des marques du groupe, lesquelles ont tiré parti de nouveaux programmes de fidélité pour les consommateurs et du succès des verres de la marque Nikon®. L'activité Instruments portée par la commercialisation du Visioffice® X, le nouvel outil de personnalisation des verres installé dans les points de vente, et de celle du nouveau réfracteur, Vision-R™ 800, a également participé à la croissance en France et en Europe. Enfin, les verres de la marque Transitions® obtiennent de bons résultats, notamment en Italie, tandis que le nouveau verre Eyezen™ Start pour les activités connectées a permis d'accélérer la croissance de la catégorie et de la marque.

Dans la division Sunglasses & Readers, les entités de FGX ont affiché une forte croissance, notamment en Italie.

Au cours du premier semestre, l'Europe est restée un moteur de croissance pour Luxottica, avec des contributions positives des divisions Commerce de gros et Vente au détail. Le Commerce de gros a régulièrement progressé au cours du semestre, tiré par le volume et le développement de l'offre de lunettes correctrices, y compris le nouveau modèle de paire complète Ray-Ban, en hausse à deux chiffres par rapport à la même période de l'année précédente. L'Italie, l'Allemagne, la Turquie, les Pays-Bas et l'Europe de l'Est ont été parmi les marchés les plus performants qui ont tiré parti de l'introduction de nouveaux outils digitaux. Ces pays ont également étendu la plateforme omnicanale innovante de Luxottica ainsi que les communications numériques en magasin vers les sites de leurs clients. La société a continué d'investir dans le développement de STARS, qui représente actuellement plus de

20% du chiffre d'affaires du commerce de gros dans la région et a enregistré une forte accélération, en hausse de 18% au deuxième trimestre.

Les ventes ont également été dynamisées par la croissance à deux chiffres de la division Vente au détail, grâce à une exécution solide et cohérente en magasin et à la contribution significative des magasins Sunglass Hut et Ray-Ban. Tous deux ont enregistré une croissance des ventes supérieures à 5 % à magasins comparables⁵, avec l'ouverture d'environ 20 nouveaux points de vente au cours du premier semestre. Les Ventes au détail ont été soutenues dans plusieurs marchés de la région, notamment en Italie, où Salmoiraghi & Viganò a bien progressé à magasins comparables⁵ et où Persol a ouvert son premier magasin en Europe (Milan).

En **Asie, Océanie, Afrique**, le chiffre d'affaires a progressé de 7,4 % (+ 5,8 % à taux de change constants²).

La division Verres et matériel optique d'Essilor a fortement contribué à cette croissance. En Chine, la progression de cette activité a enregistré une performance à deux chiffres grâce aux solutions de gestion de la myopie, aux verres de marques Eyezen™, Crizal®, Nikon® et Transitions® dans le haut de gamme et à l'innovation dans le milieu de gamme. La division a également enregistré de fortes croissances en Asie du Sud-Est, en Corée du Sud et en Turquie, notamment grâce aux verres progressifs et photochromiques. En Inde, la croissance des ventes par Internet et par les modèles d'économies inclusifs destinés aux populations du bas de la pyramide a partiellement compensé une dégradation de l'activité dans les réseaux de distribution traditionnels. Dans les pays développés de la région, la poursuite des initiatives commerciales avec les chaînes d'optique a conduit à une performance positive.

La division Sunglasses & Readers a, elle aussi, fortement contribué à la performance régionale, en partie grâce à l'expansion des marques Bolon™ et Molsion dans les montures optiques et dans les ventes par Internet.

Les activités de Commerce de gros et Vente au détail de Luxottica ont emprunté des voies parallèles au cours du premier semestre, malgré la situation difficile à Hong Kong due aux troubles politiques. Le Japon, la Corée, l'Asie du Sud-Est et le Moyen-Orient ont tous alimenté le commerce de gros, tandis que la Chine a tiré parti des bénéfices de la refonte du réseau de commerce de gros. Les ventes au détail ont confirmé leur dynamisme en Australie et en Nouvelle-Zélande, où OPSM a accéléré sa croissance au deuxième trimestre. Ray-Ban a poursuivi son expansion dans la région avec l'inauguration de deux nouveaux magasins au Japon et l'ouverture de 20 nouveaux magasins en Chine.

En **Amérique Latine**, le chiffre d'affaires a enregistré une croissance de 9,8 % au premier semestre (+ 12,3 % à taux de change constants²).

Les activités d'Essilor ont réalisé une croissance en base homogène³ à deux chiffres, très équilibrée entre le Brésil et les pays hispanophones. Au Brésil, les ventes de verres progressifs de la marque Varilux® affichent une progression supérieure à 10 %. Cette progression s'appuie, notamment, sur la promotion d'une deuxième paire de lunettes de qualité, qui s'est traduite par une accélération des ventes de verres solaires de correcteurs, catégorie notoirement sous pénétrée dans ce pays. Les ventes avec les chaînes régionales ont également été très dynamiques.

En Colombie, la croissance a bénéficié d'une augmentation du nombre de clients ainsi que de la promotion « Cambia tu cara », qui a eu un bel effet d'entraînement sur les ventes de verres photochromiques Transitions®. Au Mexique, les verres à valeur ajoutée ainsi que l'offre entrée de gamme ont contribué à la croissance des ventes à deux chiffres d'Essilor. Le groupe a également signé un contrat d'approvisionnement avec Opticas Devlyn, la principale chaîne d'optique du pays (voir section Acquisitions et partenariats page 14). En outre, le Mexique comme la Colombie bénéficient désormais du lancement de l'édition espagnole du site d'information sur l'optique « Allaboutvision.com », qui facilite les prises de rendez-vous dans les magasins partenaires d'Essilor.

Les activités de Commerce de gros et Vente au détail de Luxottica ont également affiché une croissance robuste dans la région. Au Brésil, les deux divisions ont bénéficié d'une bonne dynamique, générant une croissance à deux chiffres au premier semestre: dans le Commerce de gros, STARS et le système de franchise d'Óticas Carol ont élargi leur champ d'action avec l'inclusion de nouveaux magasins. Dans la Vente au détail, le réseau existant de magasins Sunglass Hut a accéléré, principalement au Brésil. Le Mexique a fortement rebondi au deuxième trimestre, avec le commerce de gros et la vente au détail qui ont alimenté les revenus (Ray-Ban et Sunglass Hut ont poursuivi leur expansion dans le pays). Le réseau GMO a affiché une croissance soutenue au cours des six premiers mois.

Chiffre d'affaires du 2^e trimestre par division

En millions d'euros	2T 2019	2T 2018 <i>Pro forma</i> ¹	Variation à taux de change constants ²	Effet de change	Variation (publiée)
Verres et matériel optique	1 703	1 582	+ 5,3 %	+ 2,4 %	+ 7,7 %
Sunglasses & Readers	256	218	+ 14,1 %	+ 3,4 %	+ 17,5 %
Equipements	55	54	- 1,3 %	+ 3,8 %	+ 2,4 %
Chiffre d'affaires Essilor	2 014	1 853	+ 6,1 %	+ 2,6 %	+ 8,7 %
Commerce de gros	921	884	+ 2,4 %	+ 1,8 %	+ 4,2 %
Vente au détail	1 632	1 524	+ 2,7 %	+ 4,3 %	+ 7,0 %
Chiffre d'affaires Luxottica	2 552	2 408	+ 2,6 %	+ 3,4 %	+ 6,0 %
Total	4 566	4 261	+ 4,1 %	+ 3,0 %	+ 7,2 %

Le chiffre d'affaires du deuxième trimestre s'établit à 4 566 millions d'euros, en hausse de 7,2 % (+ 4,1 % à taux de change constants²).

Chiffre d'affaires du 2^e trimestre par région

En millions d'euros	2T 2019	2T 2018 <i>Pro forma</i> ¹	Variation à taux de change constants ²	Effet de change	Variation (publiée)
Amérique du Nord	2 394	2 204	+ 2,6 %	+ 6,0 %	+ 8,6 %
Europe	1 177	1 136	+ 4,3 %	- 0,7 %	+ 3,6 %
Asie, Océanie, Afrique	728	681	+ 5,7 %	+ 1,2 %	+ 6,9 %
Amérique latine	267	239	+ 13,0 %	- 1,6 %	+ 11,4 %
Total	4 566	4 261	+ 4,1 %	+ 3,0 %	+ 7,2 %

En **Amérique du Nord**, la croissance de la division Verres et matériel optique aux Etats-Unis, des activités e-commerce et de la division Sunglasses & Readers s'est accélérée entre le premier et le deuxième trimestre. L'activité Verres aux Etats-Unis a bénéficié d'un marché plus porteur et de la contribution de nouveaux contrats grands comptes. La performance de la division Sunglasses & Readers s'est fortement améliorée par rapport au premier trimestre sous l'impulsion de FGX international et de Costa. Les ventes au Canada ont fléchi au cours du trimestre, tandis que l'activité Équipements a été en progression par rapport aux trois premiers mois de l'année.

Les activités de Commerce en gros ont rebondi au cours du second trimestre, le segment des optométristes indépendants ayant permis de retrouver le chemin de la croissance. En parallèle, la distribution au détail a ralenti de manière séquentielle en raison des difficultés actuelles de Sears, mais aussi des conditions météorologiques défavorables en mai et début juin qui ont affecté les résultats de Sunglass Hut. Target et EyeMed ont enregistré une croissance à deux chiffres au second trimestre, conformément à leur performance du premier trimestre. Ray-Ban.com et SunglassHut.com ont tiré l'activité e-commerce, affichant tous les deux des progressions à deux chiffres au cours du second trimestre.

En **Europe**, l'activité de la division Verres et matériel optique s'est inscrite en hausse séquentielle au deuxième trimestre, portée par les ventes de la France, de la Russie, de l'Europe de l'Est, et de la Turquie et de l'activité instruments. Les divisions Équipements et Sunglasses & Readers ont réalisé une performance plus modérée au deuxième trimestre qu'au premier.

Le Commerce de gros et la Vente au détail ont tous les deux enregistré une hausse au second trimestre. Le Commerce en gros a notamment été favorisé par la solide performance avec les grands comptes ainsi que par l'activité de STARS, en hausse de 18 % à des taux de change constants² au cours de la période. La Vente au détail a connu une évolution positive dans toutes les régions, les magasins Sunglass Hut et Ray-Ban ayant connu un essor plus rapide grâce à la combinaison d'une croissance positive à magasins comparables et de l'ouverture de nouveaux points de vente.

En **Asie, Océanie, Afrique**, l'activité Verres et matériel optique a enregistré une croissance à deux chiffres au deuxième trimestre en Chine, dans la majorité des pays d'Asie du Sud-Est, et en Corée. La division Sunglasses & Readers a bénéficié des montures optiques en Chine et des ventes en ligne.

Le Commerce de gros et la Vente au détail ont progressé à des rythmes semblables au second trimestre. La Vente au détail a été principalement stimulée par la vigueur de l'Australie et de la Nouvelle-Zélande, grâce à une accélération d'OPSM au cours de la période et à l'ouverture de nouvelles enseignes Ray-Ban. La performance à Hong Kong a souffert de l'impact des remous politiques. Dans le Commerce de gros, le Japon, la Corée, l'Asie du Sud-Est et le Moyen-Orient ont tous contribué à la croissance, tandis que la Chine a bénéficié d'une refonte de son activité et d'un regain d'activité sur une base plus saine.

La croissance à deux chiffres s'est poursuivie en **Amérique Latine** pour l'activité Verres et matériel optique, reflétant une accélération au Brésil et une progression globale des ventes de plus de 10 % dans les pays hispanophones. La croissance de la division Équipements a été fortement concentrée sur le deuxième trimestre, et les activités Sunglasses & Readers et e-commerce ont de nouveau délivré une hausse à deux chiffres.

Le Commerce de gros et la Vente au détail ont été alimentés par le dynamisme du Brésil qui a maintenu sa croissance à deux chiffres au second trimestre à des taux de change constants². Sunglass Hut a fortement accéléré son rythme de croissance des ventes à magasins comparables, tandis qu'Oticas Carol et STARS ont affiché de solides progressions. La croissance au Mexique s'est intensifiée au

second trimestre, atteignant 20 % à taux de change constants². GMO a maintenu sa tendance positive au cours de cette période.

Compte de résultat semestriel consolidé

En millions d'euros	S1 2019	S1 2018 Retraité*	Variation
Chiffre d'affaires	8 776	4 569	+ 92,1 %
Coût des ventes	- 3 290	- 1 587	+ 73,1 %
Marge brute	5 486	2 982	+ 68,8 %
<i>En % du chiffre d'affaires</i>	62,5 %	65,3 %	
Charges d'exploitation	- 4 440	- 2 199	+ 101,9 %
Résultat opérationnel	1 046	783	+ 33,6 %
<i>En % du chiffre d'affaires</i>	11,9 %	17,1 %	
Résultat financier	978	735	+ 33,1 %
<i>En % du chiffre d'affaires</i>	11,1 %	16,1 %	
Impôt sur les résultats	- 253	- 204	+ 25,9 %
<i>Taux d'impôt effectif</i>	25,9 %	27,7 %	
Résultat net	725	531	+ 36,5 %
Résultat net part du groupe	675	530	+ 27,4 %

*Le compte de résultat du premier semestre 2018 a été retraits suite à l'application de la norme IFRS 16 relative aux contrats de location

Du fait du rapprochement entre Essilor et Luxottica, la structure des états financiers consolidés semestriels se présente comme suit :

Etats financiers	Premier semestre 2019 et tel qu'au 30 juin 2019	Premier semestre 2018	Au 31 décembre 2018
Bénéfices ou pertes	EssilorLuxottica 6 mois (Jan-Juin)	Luxottica 6 mois (Jan-Juin)	n.a.
Position financière	Coût historique d'EssilorLuxottica	n.a	Coût historique d'EssilorLuxottica

Par conséquent, les informations comparatives présentées pour le premier semestre clos le 30 juin 2018 dans les états financiers semestriels consolidés résumés ne sont pas entièrement comparables et, de ce fait, l'information financière jugée pertinente pour commenter la performance du Groupe dans le rapport de gestion est basée sur l'information financière consolidée *pro forma*¹ non audité. Les informations financières consolidées semestrielles *pro forma*¹ non auditées ont été produites dans le but de fournir des informations comparatives pour le premier semestre clos le 30 juin 2018.

De plus, les indicateurs de performance clés sont ajustés⁶ des impacts d'événements susceptibles d'affecter la compréhension de la performance du Groupe, tels que ceux liés à des transactions inhabituelles, peu fréquentes ou sans rapport avec les opérations régulières.

Les tableaux ci-dessous présentent la réconciliation entre le compte de résultat financier ajusté⁶ entre les premiers semestres 2019 et 2018.

Les comptes publiés sont commentés ci-dessous:

- Le chiffre d'affaires affiche une progression de 92,1 %, liée à la contribution d'Essilor, à hauteur de 3 932 millions d'euros au premier semestre 2019;
- Le résultat opérationnel progresse de 33,6 %, également lié à la contribution d'Essilor, laquelle a été impactée par les effets résultant de l'allocation du prix d'acquisition au niveau de compte de résultat. Au premier semestre 2019, le Groupe a enregistré l'impact négatif de l'utilisation des stocks mis à la juste valeur pour un montant de 61 millions d'euros, enregistré dans le *Coûts des ventes*. Ces coûts n'auront pas d'impact récurrent sur les résultats du Groupe. L'impact de l'amortissement sur six mois de la juste valeur des immobilisations corporelles et incorporelles, comptabilisé au titre de l'allocation du prix d'acquisition, s'est élevé à 325 millions d'euros.
- Le résultat net a crû de 36,5 %, une progression essentiellement imputable à la contribution d'Essilor décrite ci-dessus.

Compte de résultat consolidé du 1^{er} semestre 2019 : réconciliation avec ajustements⁶

Premier semestre 2019

En millions d'euros	S1 2019 publié	Allocation du prix d'acquisition – ajustements sur 6 mois	Autres ajustements non GAAP	S1 2019 Ajusté ⁶
Chiffre d'affaires	8 776			8 776
Coût des ventes	- 3 290	61	3	- 3 227
Marge brute	5 486	61	3	5 549
<i>En % du chiffre d'affaires</i>	<i>62,5 %</i>			<i>63,2 %</i>
Charges d'exploitation	- 4 440	325	77	- 4 037
Résultat opérationnel	1 046	386	80	1 512
<i>En % du chiffre d'affaires</i>	<i>11,9%</i>			<i>17,2 %</i>
Coût de l'endettement financier net	- 59	- 3	1	- 62
Autres produits / (charges) financiers*	- 8			- 8
Résultat financier	978	383	81	1 442
<i>En % du chiffre d'affaires</i>	<i>11,1 %</i>			<i>16,4%</i>
Impôt sur les résultats	- 253	- 71	- 20	- 343
Résultat net	725	312	62	1 099
Résultat net part du Groupe publié				1,047

* Inclut la quote-part dans le résultat net des sociétés mises en équivalence

Premier semestre 2018

En millions d'euros	S1 2018* Informations** Pro forma ¹	Allocation du prix d'acquisition – ajustements sur 6 mois	Autres ajustements non GAAP	S1 2018* Pro forma ¹ ajusté ⁶
Chiffre d'affaires	8 177			8 177
Coût des ventes	- 3 112	119	10	- 2 982
Marge brute	5 065	119	10	5 195
<i>En % du chiffre d'affaires</i>	61,9 %			63,5 %
Charges d'exploitation	- 4 260	306	209	- 3 744
Résultat opérationnel	805	425	219	1 450
<i>En % du chiffre d'affaires</i>	9,8%			17,7%
Coût de l'endettement financier net	- 70	- 3		- 73
Autres produits / (charges) financiers**	- 7			-7
Résultat financier	728	422	219	1 370
<i>En % du chiffre d'affaires</i>	8,9 %			16,7%
Impôt sur les résultats	- 239	- 93	- 9	- 341
Résultat net	490	329	211	1 029
Résultat net part du Groupe publié				982

*Le compte de résultat du premier semestre 2018 a été retraité suite à l'application de la norme IFRS 16 – Contrats de location.

** La réconciliation du compte de résultat S1 2018 publié au Pro forma¹ est disponible page 16 du rapport

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

Indicateurs ajustés⁶

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 résumés d'EssilorLuxottica établis conformément aux normes IFRS. En effet, ces agrégats doivent être utilisés et analysés conjointement aux états financiers consolidés résumés 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 ajustés⁶ »), dans le but de fournir des informations supplémentaires en base comparable *pro forma*¹ par rapport aux périodes précédentes, de refléter les performances économiques réelles d'EssilorLuxottica et de permettre leur suivi et leur comparabilité avec ceux de ses concurrents. En particulier, les indicateurs suivants ont été ajustés: *la Marge brute, les Charges d'exploitation, le Résultat opérationnel, le Résultat avant impôt et le Résultat net.*

Par ailleurs, les indicateurs ajustés⁶ pour les premiers semestres 2018 et 2019 sont présentés sur une base *pro forma*¹. Le détail des indicateurs *pro forma*¹ ajustés ainsi que la réconciliation avec les indicateurs *pro forma* les plus comparables sont disponibles dans les informations financières consolidées semestrielles *pro forma* non auditées.

Au premier semestre 2018 et 2019, les indicateurs *pro forma*¹ ajustés⁶ ne tiennent pas compte : (i) des impacts supplémentaires liés à l'allocation du coût d'acquisition relatif au rapprochement EL ; et (ii) les 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 1er semestre de l'exercice 2019 :

- Un *Coût des ventes* non récurrent de 3 millions d'euros relatif à des charges de restructuration et de réorganisation.
- Des *Frais généraux et administratifs* non récurrents de 83 millions d'euros, relatifs aux éléments suivants :
 - Des coûts de transaction non récurrents engendrés par le Groupe pour 21 millions d'euros, comprenant des coûts de transaction et des coûts d'intégration non récurrents;
 - Une charge de 28 millions d'euros relatifs à la suppression des conditions de performance pour les plans de rémunération en actions de 2015 et 2016 et, à compter de 2019, une autre charge exceptionnelle liée au plan de rémunération en actions à long terme de Luxottica (LTI) ;
 - Des charges de restructurations pour 24 millions d'euros;
 - Une charge exceptionnelle de 10 millions d'euros qui inclut des coûts de transactions liés à des activités M&A;
- Des charges non récurrentes pour 5 millions d'euros afin d'éliminer un gain net non récurrent lié à des sinistres et litiges significatifs comptabilisés par le Groupe pour 8 millions d'euros, et d'autres charges non récurrentes pour 2 millions d'euros.
- L'impôt sur le résultat a été réévalué à la baisse à hauteur de 20 millions d'euros correspondant aux impacts fiscaux issus des ajustements mentionnés ci-dessus, à hauteur de 17 millions d'euros, et à un avantage net fiscal exceptionnel de 2 millions d'euros.

Pour le 1er semestre de l'exercice 2018 :

- Un *Coût des ventes* non récurrent de 10 millions d'euros principalement relatif à des charges de restructuration et de réorganisation pour Luxottica ;
- Des *Frais généraux et administratifs* non récurrents de 206 millions d'euros, relatifs aux éléments suivants :
 - Des coûts de transaction associés à l'opération de rapprochement EssilorLuxottica, pour 157 millions d'euros,
 - Une charge de 31 millions d'euros liée à la suppression des conditions de performance pour les plans de rémunération en actions de 2015 et 2016;
 - D'autres charges de réorganisation et de restructuration pour 18 millions d'euros
- Les autres produits / (charges) non récurrents pour 3 millions d'euros afin d'éliminer un gain net non récurrent lié à des sinistres et litiges significatifs comptabilisés par Essilor pour 1 million d'euros, et d'autres charges non récurrentes pour 2 millions d'euros
- L'impôt sur le résultat a été réévalué à la baisse à hauteur de 9 millions d'euros correspondant aux impacts fiscaux issus des ajustements mentionnés ci-dessus

Compte de résultats semestriel consolidé ajusté⁶

En millions d'euros	S1 2019 Ajusté ⁶	S1 2018* Ajusté ⁶ Pro forma ¹	Variation	Variation à taux de change constants ²
Chiffre d'affaires	8 776	8 177	+ 7,3 %	+ 3,9 %
Coût des ventes	- 3 227	- 2 982	+ 8,2 %	+ 5,3 %
Marge brute	5 549	5 195	+ 6,8 %	+ 3,1 %
<i>En % du chiffre d'affaires</i>	63,2 %	63,5 %		
Frais de recherche et développement	- 141	- 136	+ 3,6 %	+ 0,7 %
Frais de commercialisation	- 2 272	- 2 126	+ 6,9 %	+ 3,2 %
Redevances	- 88	- 86	+ 2,0 %	- 0,3 %
Frais de publicité et de marketing	- 625	- 560	+ 11,5 %	+ 8,1 %
Frais généraux et administratifs	- 912	- 834	+ 9,3 %	+ 6,8 %
Autres produits / (charges) opérationnels	- 1	- 3	- 67,4 %	- 75,9 %
Total des charges opérationnelles	- 4 037	- 3 744	+ 7,8 %	+ 4,5 %
Résultat opérationnel	1 512	1 450	+ 4,3 %	- 0,4 %
<i>En % du chiffre d'affaires</i>	17,2 %	17,7 %		
Coût de l'endettement financier net	- 62	- 73	- 15,7 %	- 16,4 %
Autres produits / (charges)	- 7	- 7	+ 3,1 %	- 35,7 %
Quote-part dans le résultat net des sociétés mises en équivalence	- 1	-		
Résultats avant impôt	1 442	1 370	+ 5,3 %	+ 0,6 %
<i>En % du chiffre d'affaires</i>	16,4 %	16,7 %		
Impôts sur le résultat	- 343	- 341	+ 0,8 %	- 3,5 %
<i>Taux effectif d'impôt</i>	23,8 %	24,9 %		
Résultat net	1 099	1 029	+ 6,8 %	+ 1,9 %
Résultat net part du groupe	1 047	982	+ 6,6 %	+ 1,7 %

*Le compte de résultat du premier semestre 2018 a été retraité suite à l'application de la norme IFRS 16 relative aux contrats de location

Le chiffre d'affaires du premier semestre s'élève à 8 776 millions d'euros, en hausse de 7,3 % à taux de change réels et de 3,9 % en taux de change constants² par rapport au premier semestre de 2018.

Marge brute ajustée⁶: + 6,8 % à taux de change réels et 3,1 % à taux de change constants²

La marge brute ajustée⁶ à la fin du premier semestre 2019 s'établit à 5 549 millions d'euros, représentant 63,2 % du chiffre d'affaires, contre 63,5 % au premier semestre 2018. Cette évolution résulte de la hausse de la marge brute de l'activité des montures, contrebalancée par des impacts divers notamment d'une progression de croissance des ventes de lentilles de contact en ligne et la division Sunglasses & Readers, mais aussi par la décélération des ventes de verres Transitions® aux autres fabricants de verres à l'approche du lancement de Transitions® GEN 8™.

Charges opérationnelles ajustées⁶: + 7,8 % à taux de change réels et 4,5 % à taux de change constants²

Le total des charges opérationnelles sur une base ajustée⁶ s'établit à 4 037 millions d'euros au premier semestre 2019, soit 46,0 % du chiffre d'affaires contre 45,8 % sur le premier semestre de 2018 et reflétant :

- Des frais de recherche et développement de 141 millions d'euros du Groupe qui continue d'investir la même part de ses revenus dans l'innovation.
- Des frais de commercialisation s'élevant à 2 272 millions d'euros pour soutenir la croissance des ventes d'EssilorLuxottica, à un niveau stable en pourcentage des ventes.
- Des redevances de 88 millions d'euros, correspondant aux licences de montures de lunettes du Groupe.
- Des frais de publicité et de marketing de 625 millions d'euros, qui incluent les impacts des acquisitions organiques, ainsi que les investissements pour stimuler la croissance future, notamment à travers un effort renouvelé de campagnes marketing sur les marques, le commerce en ligne, la division Sunglasses & Readers, le lancement de Transitions® Generation 8 et les activités visant à développer le segment de la myopie. Le Groupe a également lancé de nouvelles campagnes pour ses plus grandes marques de montures et d'enseigne de distribution (Sunglass Hut revient à la télévision après trois ans d'absence). Le soutien accru aux initiatives de croissance a été partiellement compensé par la réduction progressive des programmes et des investissements existants.
- Des frais généraux et administratifs d'un total de 912 millions d'euros reflétant les frais d'EssilorLuxottica, les acquisitions organiques et les investissements nécessaires aux initiatives de croissance, principalement le marketing digital et les pays à forte croissance⁴. L'impact de ces éléments a été atténué par un contrôle strict des coûts dans les divisions de commerce de gros et de détail.

Résultat opérationnel ajusté⁶: + 4,3 % à taux de change réels et - 0,4 % à taux de change constants²

Le résultat opérationnel ajusté⁶ du Groupe atteint de 1 512 millions d'euros, soit 17,2 % des ventes par rapport au 17,7 % lors du premier semestre de l'année 2018

Coût de l'endettement financier net ajusté⁶, Autres produits / (charges) et Quote-part dans le résultat net des sociétés mises en équivalence

Le coût de l'endettement financier net ajusté⁶ s'affiche, à 62 millions d'euros, en baisse sur le premier semestre de 2019 par rapport à 73 millions d'euros au premier semestre 2018. Il bénéficie d'une baisse des coûts financiers du Groupe malgré un décaissement non récurrent lié au règlement des deuxièmes et troisièmes phases de l'offre publique d'échange obligatoire auprès des actionnaires minoritaires de Luxottica. Les autres charges financières s'élèvent à 7 millions d'euros et la *Quote-part dans le résultat net des sociétés mises en équivalence* présente une perte de 1 million d'euros.

Le taux ajusté⁶ d'impôt

Le montant ajusté⁶ de l'impôt s'élève à 343 millions d'euros. Il correspond à une baisse du taux d'imposition ajusté⁶ à 23,8 % sur le premier semestre de 2019 par rapport au 24,9 % sur la même période de 2018, reflétant un mix géographique favorable, notamment pour les activités de Luxottica.

Le résultat net ajusté⁶ progresse de 6,8 % à taux de change réels et de 1,9 % à taux de change constants²

Bilan et flux de trésorerie

Cash-flow

Le *cash-flow* opérationnel, avant variation du besoin de fonds de roulement, atteint 1 925 millions d'euros au premier semestre 2019.

La variation du besoin en fonds de roulement s'est établie à 436 millions d'euros, en cohérence avec la saisonnalité de l'activité.

Les investissements industriels se sont élevés à 438 millions d'euros, soit 5 % du chiffre d'affaires du Groupe.

Suite à l'application de la norme IFRS 16, le *cash-flow* libre⁷ normalisé ressort à 748 millions d'euros.

Tableaux des flux de trésorerie

En millions d'euros

Ressources d'exploitation (hors variation du BFR ^(a))	1 925	Variation du BFR ^(a)	436
Augmentation de capital	3	Investissements corporels et incorporels	438
Variation de l'endettement net (hors passif de location)	886	Paiement relatif aux dettes locatives	303
Autres	52	Dividendes versés	924
		Investissements financiers nets ^(b)	122
		Règlement de l'offre publique d'échange sur les actionnaires minoritaires du groupe Luxottica	643

(a) *Besoin en Fonds de Roulement.*

(b) *Investissements financiers nets, dette des sociétés nouvellement consolidées*

Dettes nettes

L'endettement financier net du Groupe s'élevait à 4 728 millions d'euros à fin juin 2019. Hors impact de la norme IFRS 16, ce montant était de 2 773 millions d'euros, soit une augmentation de 886 millions par rapport à la dette nette de fin décembre 2018.

Cela inclut le décaissement extraordinaire lié au règlement des deuxièmes et troisièmes phases de l'offre publique d'achat obligatoire visant l'ensemble des actions émises restantes en circulation de Luxottica, ainsi que le versement du dividende annuel d'EssilorLuxottica au premier semestre de l'année.

Acquisitions et partenariats

Au cours du premier semestre, EssilorLuxottica a poursuivi sa politique de partenariat avec des numéros un locaux du marché de l'optique et a conclu 4 transactions.

En Allemagne, Essilor a acquis 100 % de **Brille24 GmbH**, l'une des principales plateformes optiques en ligne allemandes, dégagant un chiffre d'affaires annuel de près de 25 millions d'euros.

En Grèce, Essilor a renforcé sa présence avec son partenaire Shamir qui a acquis **Union Optic**, un laboratoire de prescription qui distribue également des instruments d'optique. Union Optic réalise un chiffre d'affaires annuel d'environ 9 millions d'euros et possède quatre bureaux en Grèce et à Chypre.

En outre, en Amérique latine, Essilor a racheté les actifs du laboratoire de **Devlyn Holdings**, acteur majeur de la vente au détail intégrée au Mexique, et a conclu un contrat d'approvisionnement avec la

chaîne d'optique appartenant à Devlyn dans le but de promouvoir davantage les solutions de soins de la vue de qualité, dans une industrie de l'optique mexicaine en pleine expansion.

En Chine, Essilor a acquis 100 % de **Future Vision**, une usine de fabrication de verres exploitant un laboratoire de prescription, avec un chiffre d'affaires annuel de 1,8 millions d'euros.

Evénements post-clôture

EssilorLuxottica conclut un accord pour acquérir 76,72 % du capital de GrandVision détenu par HAL

EssilorLuxottica annonce aujourd'hui un accord avec HAL Optical Investments B.V. (« HAL »), l'actionnaire majoritaire de GrandVision N.V (« GrandVision »), un leader global en commerce de détail optique selon lequel EssilorLuxottica va acquérir l'intégralité des 76,72 % de participation détenus par HAL à un prix de 28 euros par action – qui sera accru de 1,5 % à 28,42 euros si la finalisation de l'acquisition n'est pas conclue dans les 12 mois après l'annonce de l'accord. Après la finalisation de l'opération, EssilorLuxottica lancera une offre d'échange publique obligatoire pour le restant du capital flottant de Grandvision selon les règles applicables d'offre publique néerlandaises (veuillez-vous reporter au communiqué de presse complet publié le 31 juillet 2019). La finalisation de l'opération est soumise aux conditions suspensives usuelles, y compris à l'approbation des autorités réglementaires dans plusieurs juridictions.

Acquisition de Barberini

Au sujet de l'acquisition de Barberini par Luxottica, annoncée le 22 juin 2018, le Groupe annonce que l'ensemble des autorisations ont été obtenues auprès des autorités de la concurrence compétentes et que toutes les conditions suspensives à la finalisation de la transaction sont levées. Cette dernière doit intervenir prochainement.

Renouvellement de l'accord la licence exclusive avec Bulgari

Luxottica et Bulgari SpA ont annoncé aujourd'hui le renouvellement anticipé d'un contrat de licence exclusive pour le développement, la production et la distribution mondiale de lunettes de soleil et de montures de prescription sous la marque Bulgari. Le renouvellement de trois ans entrera en vigueur à compter du 1^{er} janvier 2021, immédiatement après l'arrivée à échéance du contrat en vigueur actuellement, et son expiration est prévue le 31 décembre 2023.

Notes

1. **Pro forma** : l'information financière consolidée résumée pro forma non auditée est présentée à titre illustratif seulement dans le but de permettre une comparaison avec le premier semestre achevé le 30 juin 2018 comme si le rapprochement entre Essilor et Luxottica avait eu lieu le 1^{er} janvier 2018. Pour de plus amples détails, se reporter au tableau en annexe.
2. **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 précédente.
3. **Croissance en base homogène** : croissance à taux de change et à périmètre constants.
4. **Pays ou marchés à forte croissance** : comprennent la Chine, l'Inde, les pays de l'Asean, la Corée du Sud, Hong-Kong, Taïwan, l'Afrique, le Moyen-Orient, la Russie, l'Europe de l'Est et l'Amérique latine.
5. **Ventes à magasins comparables** : reflètent, à fins de comparaison, l'évolution des ventes des seuls magasins de la période récente qui étaient également ouverts sur la période comparable de l'année précédente. Pour chaque zone géographique, le calcul applique à l'ensemble des périodes les taux de change moyens de l'année précédente.

6. **Chiffres ajustés** : ajusté des charges comptabilisées dans le cadre du rapprochement entre Essilor et Luxottica et des impacts d'autres opérations inhabituelles, rares ou sans rapport avec le cours normal de l'activité, dont l'impact pourrait fausser la compréhension de la performance du groupe.
7. **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.

ANNEXES

ESSILORLUXOTTICA PRO FORMA¹ – DU PUBLIE A L'AJUSTE

<i>En millions d'euros</i>	S1 2018							
	<i>Luxottica Compte de résultat S1 2018</i>	<i>Essilor Compte de résultat S1 2018</i>	<i>Allocation du prix d'acquisition - ajustements du 1 jan. 2018 30 jun. 2018</i>	<i>Autres ajustements</i>	<i>EssilorLuxottica Pro forma¹</i>	<i>Élimination des ajustements liés à l'allocation du prix d'acquisition sur 6 mois</i>	<i>Autres ajustements « non-GAAP »</i>	<i>EssilorLuxottica Pro forma¹ ajusté</i>
Chiffre d'affaires	4 569	3 726	-	(118)	8 177	-	-	8 177
Coût des ventes	(1 587)	(1 523)	(119)	118	(3 112)	119	10	(2 982)
Marge brute	2 982	2 202	(119)	-	5 065	119	10	5 195
<i>% du chiffre d'affaires</i>	65,3%	59,1%			61,9%			63,5%
Frais de recherche et développement	(29)	(106)	(128)	-	(263)	128	-	(136)
Frais de commercialisation	(1 461)	(665)	(129)	-	(2 255)	129	0	(2 126)
Redevances	(81)	(5)	-	-	(86)	-	-	(86)
Frais de publicité et de marketing	(297)	(263)	(44)	-	(604)	44	-	(560)
Frais généraux et administratifs	(329)	(574)	(5)	(137)	(1 045)	5	206	(834)
Autres produits / (charges) opérationnels	(1)	(5)	-	-	(6)	-	3	(3)
Total des charges opérationnelles	(2 199)	(1 618)	(306)	(137)	(4 260)	306	209	(3 744)
Résultat opérationnel	783	584	(425)	(137)	805	425	219	1 450
<i>% du chiffre d'affaires</i>	17,1%	15,7%			9,8%			17,7%
Coût de l'endettement financier net	(42)	(31)	3	-	(70)	(3)	-	(73)
Autres produits / (charges) financiers	(7)	(0)	-	-	(7)	-	-	(7)
Quote-part dans le résultat net des sociétés mises en équivalence	1	(0)	-	(1)	(0)	-	-	(0)
Résultat avant impôt	735	552	(422)	(138)	728	422	219	1 370
<i>% du chiffre d'affaires</i>	16,1%	14,8%			8,9%			16,7%
Impôts sur le résultat	(204)	(155)	93	27	(239)	(93)	(9)	(341)
<i>Taux effectif d'impôt</i>	27,7%	28,1%			32,8%			24,9%
Résultat net	531	397	(329)	(110)	490	329	211	1 029

EXTRAITS DES ÉTATS FINANCIERS SEMESTRIELLES CONSOLIDÉS RÉSUMÉS

Compte de résultat consolidé

<i>En millions d'euros</i>	Notes	Premier semestre 2019	Premier semestre 2018 retraité ^(a)
Chiffre d'affaires	4	8 776	4 569
Coût des ventes		(3 290)	(1 587)
MARGE BRUTE		5 486	2 982
Frais de recherche et développement		(269)	(29)
Frais de commercialisation		(2 361)	(1 461)
Redevances		(88)	(81)
Frais de publicité et de marketing		(627)	(297)
Frais généraux et administratifs		(1 100)	(329)
Autres produits / (charges) opérationnels	5	4	(1)
Total des charges opérationnelles		(4 440)	(2 199)
RÉSULTAT OPÉRATIONNEL		1 046	783
Coût de l'endettement financier net	6	(59)	(42)
Autres produits / (charges) financiers	6	(7)	(7)
Quote-part dans le résultat net des sociétés mises en équivalence		(1)	1
RÉSULTAT AVANT IMPÔT		978	735
Impôts sur le résultat		(253)	(204)
RÉSULTAT NET		725	531
dont:			
Part du Groupe		675	530
Part des participations ne donnant pas le contrôle		50	1
Nombre moyen pondéré d'actions en circulation:	7		
De base		432 960 135	220 891 000
Dilué		439 113 109	220 921 679
Résultat net part du Groupe par action :	7		
De base		1,56	2,40
Dilué		1,54	2,40

(a) Les données comparatives sont celles de Luxottica Group S.p.A. retraitées tel que décrit dans le paragraphe *Base de préparation des états financiers* et dans la Note 1 – Nouvelles normes comptables des états financiers consolidés résumés du premier semestre 2019.

État de la situation financière consolidée

Actifs

<i>En millions d'euros</i>	Notes	30 juin 2019	31 décembre 2018 retraité ^(a)
Goodwill	8	23 342	23 241
Immobilisations incorporelles	8	11 492	11 869
Immobilisations corporelles	9	3 395	3 339
Droit d'utilisation	9	1 831	1 828
Titres mis en équivalence		30	22
Autres actifs non courants		413	390
Impôts différés actifs		426	341
TOTAL ACTIFS NON COURANTS		40 930	41 032
Stocks et en cours	10	2 125	2 045
Créances clients	11	2 619	2 357
Créances d'impôt		94	128
Autres actifs courants		720	660
Trésorerie et équivalents de trésorerie		1 538	1 829
TOTAL ACTIFS COURANTS		7 096	7 018
Actifs destinés à être cédés		12	14
TOTAL DE L'ACTIF		48 038	48 064

(a) Les données comparatives au 31 décembre 2018 ont été retraitées pour refléter la première application d'IFRS 16 – *Contrats de location*, tel que décrit dans la Note 1 – Nouvelles normes comptables des états financiers consolidés résumés du premier semestre 2019.

Passifs

<i>En millions d'euros</i>	Notes	30 juin 2019	31 décembre 2018 retraité ^(a)
Capital		78	77
Primes d'émission		21 950	20 931
Actions propres		(92)	(92)
Autres réserves		11 076	10 757
Résultat net part du Groupe		675	1 086
CAPITAUX PROPRES PART DU GROUPE		33 688	32 758
Capitaux propres attribuables aux participations ne donnant pas le contrôle		454	438
TOTAL DES CAPITAUX PROPRES	12	34 142	33 196
Dettes financières non courantes	13	2 533	2 564
Dettes de loyers non courantes	13	1 470	1 481
Avantages du personnel	14	531	459
Provisions non courantes	16	189	428
Autres passifs non courants	17	193	226
Impôts différés passifs		2 203	2 235
TOTAL PASSIFS NON COURANTS		7 121	7 394
Dettes financières courantes	13	1 808	1 176
Dettes de loyers courantes	13	485	481
Dettes fournisseurs		1 698	1 745
Dettes d'impôt		603	99
Provisions courantes	16	146	211
Autres passifs courants	17	2 035	3 762
TOTAL PASSIFS COURANTS		6 775	7 474
TOTAL DU PASSIF		48 038	48 064

(a) Les données comparatives au 31 décembre 2018 ont été retraitées pour refléter la première application d'IFRS 16 – *Contrats de location*, tel que décrit dans la Note 1 – Nouvelles normes comptables des états financiers consolidés résumés du premier semestre 2019.

Tableau des flux de trésorerie consolidés

<i>En millions d'euros</i>	Notes	Premier semestre 2019	Premier semestre 2018 retraité ^(a)
RÉSULTAT NET		725	531
Amortissements des immobilisations incorporelles et corporelles		1 045	464
Charges relatives aux paiements fondés sur des actions	15	76	17
Impôts sur le résultat		253	204
Résultat financier, net	6	67	49
Autres éléments sans incidence sur la trésorerie		5	13
Dotations (reprise) nette aux provisions		2	(204)
Variation du besoin en fonds de roulement		(436)	(119)
Impôts payés, net		(156)	(48)
Frais financiers payés, net		(93)	(62)
FLUX DE TRÉSORERIE PROVENANT DES ACTIVITÉS OPÉRATIONNELLES		1 489	844
Acquisitions d'immobilisations corporelles et incorporelles	8, 9	(438)	(300)
Cession d'immobilisations corporelles et incorporelles	8, 9	8	-
Acquisition de filiales, net de la trésorerie acquise		(113)	(5)
Variation des autres actifs non financiers		(17)	-
FLUX DE TRÉSORERIE PROVENANT DES ACTIVITÉS D'INVESTISSEMENT		(560)	(305)
Augmentation de capital	12	3	3
Dividendes versés:			
- aux actionnaires du Groupe		(887)	(484)
- aux détenteurs de participations ne donnant pas le contrôle		(37)	(2)
Opérations relatives aux participations ne donnant pas le contrôle		(643)	-
Remboursements du principal des dettes de loyers	13	(303)	(197)
Émissions d'obligations, de placements privés et d'autres dettes financières à long terme	13	-	-
Remboursements d'obligations, de placements privés et d'autres dettes financières à long terme	13	(699)	(20)
Variations des autres dettes financières (à court et long terme)	13	1 330	(14)
FLUX DE TRÉSORERIE PROVENANT DES ACTIVITÉS DE FINANCEMENT		(1 235)	(713)
VARIATION DE LA TRÉSORERIE ET DES ÉQUIVALENTS DE TRÉSORERIE		(305)	(173)
Trésorerie et équivalents de trésorerie au début de l'exercice	13	1 829	1 159
Incidence des variations des taux de change		14	-
TRÉSORERIE ET ÉQUIVALENTS DE TRÉSORERIE A LA FIN DE LA PÉRIODE		1 538	986

(a) Les données comparatives sont celles de Luxottica Group S.p.A. retraitées tel que décrit dans le paragraphe *Base de préparation des états financiers* et dans la Note 1 – Nouvelles normes comptables des états financiers consolidés résumés du premier semestre 2019.