

Résultats annuels 2019

Accélération des ventes et du résultat net Une base solide pour accroître la réalisation des synergies

- Croissance du chiffre d'affaires à taux de change constants² : 4,4 % contre 3,2 % en 2018 pro forma¹
- Résultat opérationnel ajusté⁶ : 2,812 millions d'euros, soit 16,2 % du chiffre d'affaires
- Résultat net part du groupe ajusté⁶ : 1 938 millions d'euros, soit 11,1 % du chiffre d'affaires, en croissance de 4,8 %¹ à taux de change constants²
- Cash flow libre⁷ : 1 825 millions d'euros
- EPS ajusté⁶ : 4,46 euros par action
- Dividende recommandé : 2,23 euros par action, paiement en actions proposé

Charenton-le-Pont, France (le 6 mars, 2020 – 7h00) – Le Conseil d'administration d'EssilorLuxottica, qui s'est réuni le 5 mars 2020, a arrêté les comptes consolidés de l'exercice 2019. Les comptes ont été audités par les commissaires aux comptes dont le rapport de certification est en cours d'émission. Le Conseil d'administration a également approuvé les comptes consolidés pro forma¹ retraités non audités, qui sont présentés à titre illustratif seulement.

“Durant son premier exercice plein, EssilorLuxottica a réalisé une solide performance. Le groupe a progressé dans sa mission en apportant des produits innovants à tous les prix aux clients et consommateurs du monde entier tout en délivrant une croissance rentable. Cela s'est traduit par une forte croissance de son chiffre d'affaires, de son cashflow libre ainsi que de son résultat net, conformément à ses objectifs. Le groupe a aussi pris plusieurs décisions structurelles pour enclencher son processus d'intégration et générer les synergies présentées lors de sa journée investisseurs. Essilor, de son côté, a enregistré une forte performance. La société a continué à tirer parti de son unique capacité d'innovation dans le secteur de l'optique ophtalmique et de la lunetterie, de ses plateformes digitales ainsi que de la flexibilité procurée par son infrastructure mondiale et interconnectée d'usines et de laboratoires de prescription”, a déclaré Laurent Vacherot, Directeur Général d'Essilor.

“Le passage en revue de la performance de Luxottica au cours de l'année passée donne de nombreux motifs de satisfaction, que ce soit ses solides résultats ou ses nombreuses avancées notables. En particulier, notre transformation numérique montre que le travail des cinq dernières années porte ses fruits. Tout en améliorant et en augmentant nos résultats, nous établissons un nouveau standard dans la façon dont la technologie peut élever une organisation toute entière, depuis la croissance des ventes en ligne à nos profondes connexions avec les consommateurs à travers tous les canaux de distribution. Ces succès, de même que notre génération de trésorerie de 1,2 milliards d'euros, ont fortement contribué aux résultats d'ensemble d'EssilorLuxottica pour l'année”, a déclaré Francesco Milleri, Vice-Président et Directeur Général de Luxottica.

Résultats 2019 ajustés⁶

2019 est la première année au cours de laquelle le compte de résultat consolidé d'EssilorLuxottica reflète la performance d'Essilor et de Luxottica pour l'ensemble de l'année. Cependant, les éléments 2018 du compte de résultat étant affectés par la comptabilisation du rapprochement entre Essilor et Luxottica, l'information financière considérée comme pertinente pour comparer la performance 2019 se base sur les comptes pro forma¹ retraités pour l'exercice clôt au 31 décembre 2018.

En millions d'euros	2019	2018* pro forma ¹	Variation publiée
Chiffre d'affaires	17 390	16 194	+ 7,4 %
Marge brute ajustée⁶	10 887	10 209	+ 6,6 %
<i>En % du chiffre d'affaires</i>	62,6 %	63,0 %	
Résultat opérationnel ajusté⁶	2 812	2 618	+ 7,4 %
<i>En % du chiffre d'affaires</i>	16,2 %	16,2 %	
Résultat net part du groupe ajusté⁶	1 938	1 774	+ 9,2 %
<i>En % du chiffre d'affaires</i>	11,1 %	11,0 %	

* Les données comparatives ont été retraitées pour refléter la première application d'IFRS 16 – Contrats de location, ainsi que la finalisation de la comptabilisation de l'acquisition des actifs identifiables et des passifs d'Essilor repris par Luxottica.

En 2019, le chiffre d'affaires d'EssilorLuxottica a augmenté de 7,4 % par rapport au chiffre d'affaires pro forma¹ 2018 (4,4 % à taux de change constants²). La marge brute ajustée⁶ s'est élevée à 62,6 % du chiffre d'affaires et le résultat opérationnel ajusté⁶ s'est maintenu à 16,2 % du chiffre d'affaires. Le résultat net part du groupe ajusté⁶ a atteint 1 938 millions d'euros, soit une hausse de 9,2 %¹ par rapport à l'année précédente (4,8 %¹ à taux de change constants²).

Faits marquants 2019

- Forte croissance du chiffre d'affaires de toutes les divisions à taux de change constants², les plus fortes performances provenant des divisions "Sunglasses & Readers" (+ 8,9 %), "Verres et matériel optique" (+ 5,5 %) et "Vente au détail" (+ 4,0 %) ;
- Les ventes en ligne directes, qui ont représenté environ 5 % du chiffre d'affaires consolidé, ont crû de 16 % à taux de change constants², avec des tendances positives pour toutes les principales plateformes et régions ;
- Au niveau géographique à taux de change constants², les marchés à forte croissance⁴ ont connu une hausse d'activité de 8,5 % et ont représenté près de 20 % du chiffre d'affaires, l'Europe a crû de 5,1 % et l'Amérique du Nord de 3,1 %, en ligne avec la croissance de l'industrie ;
- Stabilité du résultat opérationnel ajusté⁶ en pourcentage du chiffre d'affaires, fruit d'une hausse de la rentabilité compensant les investissements du groupe dans ses marques phares et dans plusieurs initiatives de croissance au niveau mondial ;
- Le *cash flow* libre⁷ s'est élevé à 1,8 milliards d'euros, soit le même niveau que l'année précédente malgré l'impact d'une fraude financière au sein d'une des usines d'Essilor en Thaïlande ;
- Les principaux investissements concernent, notamment, le lancement de nouveaux produits (principalement Transitions® Signature® GEN 8™ et Vision-R™ 800), la numérisation de l'activité, de nouvelles offres sur les sites de commerce électronique propres au groupe, la modernisation de magasins clés et le développement de l'organisation dans les pays à forte croissance ;
- Activation des synergies conformément aux attentes de la société, accompagnée de décisions structurelles créant une base solide pour accroître la réalisation des synergies en 2020 et 2021 ;
- Poursuite d'une forte dynamique de croissance externe comprenant le projet d'acquisition de GrandVision et plusieurs autres transactions telles que Barberini en Italie et Brille24 en Allemagne.

Tendances du quatrième trimestre 2019

- Croissance de 5,2 % à taux de change constants² de la division “Verres et matériel optique” grâce aux marchés à forte croissance⁴, au lancement de Transitions® Signature® GEN 8™ aux États-Unis et à une croissance à deux chiffres du commerce électronique ;
- Hausse de 10,1 % à taux de change constants² de la division “Sunglasses & Readers” emmenée par le succès de Xiamen Yarui Optical dans les montures optiques et les ventes en ligne en Chine ;
- Croissance de 2,4 % à taux de change constants² de la division “Commerce de gros” due à la bonne performance en Amérique du Nord (y compris chez les indépendants) et dans les principaux marchés européens, à de bonnes tendances au Brésil grâce à Óticas Carol et à un nouveau format d’activité en Chine continentale ;
- La division “Vente au détail” a poursuivi sa trajectoire de croissance, en hausse de 4,6 % à taux de change constants², portée par une bonne dynamique au sein de ses réseaux d’optique en Amérique du Nord (avec des tendances positives chez LensCrafters) ainsi que dans l’ensemble de ses opérations en Australie, en Europe et au Brésil ;
- Une fraude financière a été découverte au sein d’une usine d’Essilor International en Thaïlande. Son impact financier a été entièrement comptabilisé dans le compte de résultat consolidé 2019 pour un montant de 185 millions d’euros après prise en compte des effets de change ;
- La société a réalisé le placement d’une émission d’obligations d’un montant total de 5 milliards d’euros. Cette émission permettra à EssilorLuxottica notamment de (re)financer une partie du prix dû au titre du projet d’acquisition de GrandVision, de refinancer la dette existante du groupe et de financer ses besoins généraux. La dette nette du groupe s’est élevée à 4 046 millions d’euros à fin décembre 2019, contre 3 849 millions d’euros à fin décembre 2018 (retraite pour refléter la première application d’IFRS 16 – *Contrats de location*).

Synergies et intégration

Le groupe a commencé à mener à bien son intégration et à générer des synergies de coûts et de chiffre d’affaires. Il confirme que l’impact net de ces synergies sur le résultat opérationnel ajusté⁶ devrait s’élever à :

- 300 à 350 millions d’euros au cours de la période 2019-2021;
- 420 à 600 millions d’euros d’ici 2022-2023.

En 2019, les premières synergies générées dans le cadre de ce plan sont conformes aux objectifs internes. Elles ont concerné le développement de verres Essilor, y compris dans les catégories les plus innovantes et technologiquement avancées, dans les propres enseignes du groupe ainsi que des initiatives clés dans la R&D, les achats, les laboratoires de prescription et l’approvisionnement.

Par ailleurs, plusieurs décisions structurelles ont été prises au cours de l’année pour bâtir un groupe unifié et permettre une accélération de la réalisation des synergies en 2020 et 2021, conformément aux prévisions. Ces décisions comprennent :

- La définition d’une plateforme informatique unique à déployer rapidement au niveau du groupe, suite au projet pilote en cours en Italie ;
- La création d’un réseau unifié de laboratoires de prescription au sein d’une chaîne d’approvisionnement intégrée ;
- La mise en place d’une plateforme intégrée pour la fourniture de paires de lunettes complètes de marque, à commencer par des lunettes correctrices de marque Ray-Ban tant dans les segments optiques que solaires ;
- L’intégration complète de Costa dans le portefeuille de marques de Luxottica.
- Un plan d’actionnariat salarié commun, qui a été étendu aux employés de Luxottica en Italie en 2019 avec un taux de souscription de plus de 67 %.

Élimination de la mauvaise vision dans le monde

Essilor a créé plus de 15 000 micro-entreprises inclusives dans le monde depuis 2013. Celles-ci donnent potentiellement accès à la santé visuelle à plus de 300 millions de personnes. Ces nombreux points d'accès ont permis d'équiper 10,7 millions de nouveaux porteurs de lunettes sur la seule année 2019 et un total de 33,5 millions sur les 7 dernières années.

Ces efforts ont conduit à la distinction d'EssilorLuxottica par le magazine Fortune, qui a placé le groupe à la 17^{ème} place de son classement « Change the World » en 2019. Dans ce même esprit de sensibilisation aux enjeux d'une bonne vision, Essilor a mis à profit, à travers de nombreuses présentations dans le monde, son rapport publié en marge de l'Assemblée générale des Nations Unies et intitulé *"Eliminating Poor Vision in a Generation: What will it take to eliminate uncorrected refractive errors by 2050?"*. Ce rapport quantifie l'ampleur de la vision non corrigée dans le monde et recommande, pour l'éliminer, un investissement total de 14 milliards de dollars sur les 30 prochaines années.

En 2019, Essilor a concrétisé cette ambition par des partenariats pour éliminer la mauvaise vision dans de nombreux territoires : au Bhoutan, 30 000 paires de lunettes ont ainsi déjà été livrées pour faire de ce pays le premier État au monde à éliminer la mauvaise vision ; en Inde, plus de 143 000 résidents ont été dépistés pour faire de la région du Doddaballapura la première région du pays à éliminer, elle aussi, la mauvaise vision d'ici 2021 ; au Népal, la société a signé une lettre d'intention pour donner accès à la correction visuelle aux 350 000 habitants du district de Bhaktapur ; et en Chine, une collaboration avec le comté de Huoqiu vise à y éliminer la mauvaise vision d'ici trois ans. Divers partenariats ministériels ont également été initiés en France, au Kenya et en Inde pour développer la sensibilisation à la santé visuelle et les tests de la vue dans les écoles ou auprès d'enfants défavorisés (voir page 15 pour plus de détails).

Événements post-clôture

COVID-19

L'épidémie actuelle de COVID-19 impacte négativement l'activité du groupe en Grande Chine, qui représente environ 5% de son chiffre d'affaires consolidé. A ce stade, le virus a également légèrement affecté l'activité du groupe dans d'autres régions. Aux niveaux actuels, les stocks sont suffisants pour faire face à plusieurs semaines de demande.

En termes de production, les usines d'EssilorLuxottica en Chine fonctionnent actuellement à capacité légèrement réduite mais en voie de normalisation rapide, tandis que les usines en Italie et tous les autres sites tournent actuellement à pleine capacité. Des plans de réorganisation de la production peuvent être activés dans l'éventualité où l'épidémie se prolongerait. Ils viseraient à tirer parti de l'infrastructure mondiale du groupe. EssilorLuxottica peut s'appuyer sur un réseau mondial d'usines et de laboratoires, qui permettent flexibilité et continuité.

GrandVision

La Commission Européenne a ouvert une Phase II dans le cadre de la procédure d'examen du projet d'acquisition de GrandVision. L'opération a été autorisée sans condition aux Etats-Unis, en Russie et en Colombie, et est actuellement en cours d'examen au Brésil, au Chili, au Mexique et en Turquie (voir page 28 pour plus de détails).

Fraude

Le groupe a annoncé le 30 décembre 2019 qu'il avait découvert une fraude financière au sein d'une usine Essilor en Thaïlande. Depuis cette date, Essilor International a mis en place un large éventail de mesures palliatives sous la supervision du Conseil d'administration d'EssilorLuxottica (voir page 28 pour plus de détails).

Changements dans l'équipe de direction

EssilorLuxottica confirme que la recherche d'un nouveau Directeur Général suit son cours. Des candidats internes à l'entreprise sont désormais également considérés. La nomination effective est prévue d'ici la fin de l'année 2020.

David Wielemans est nommé co-Directeur Financier d'EssilorLuxottica aux côtés de Stefano Grassi, en remplacement d'Hilary Halper.

Ariel Bauer est nommé co-Directeur des Relations Investisseurs d'EssilorLuxottica aux côtés de Giorgio Iannella, en remplacement de Véronique Gillet.

Dividende

Le Conseil d'administration recommandera à l'Assemblée générale du 15 mai 2020 la distribution d'un dividende de 2,23 euros par action. Il sera proposé aux actionnaires un paiement du dividende en numéraire ou en actions nouvellement émises. La mise en paiement de ce dividende (ou l'émission d'actions nouvelles) interviendra le 15 juin 2020.

Perspectives

Les objectifs financiers du groupe pour 2020 supposent que l'épidémie de COVID-19 se résorbe dans les prochains mois.

Sous cette hypothèse, et hors impact de GrandVision, EssilorLuxottica s'attend à une croissance de ses ventes et de ses résultats. Synergies incluses et à taux de change constants², la société prévoit les performances suivantes :

- Croissance du chiffre d'affaires : 3,0 % à 5,0 % ;
- Croissance du résultat opérationnel ajusté⁶ : 0,7 x à 1,2 x celle du chiffre d'affaires ;
- Croissance du résultat net ajusté⁶ : 0,7 x à 1,2 x celle du chiffre d'affaires.

De plus, du fait de l'épidémie de COVID-19, le groupe s'attend actuellement à ce que la croissance de son chiffre d'affaires au premier semestre soit inférieure à celle de l'ensemble de l'année et soit suivie d'une reprise au second semestre.

Conférence téléphonique

Une conférence téléphonique en anglais aura lieu ce jour à 11h CET.

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

https://channel.royalcast.com/webcast/essilorluxotticaen/20200306_1/

Prochains rendez vous

- 5 mai 2020 : Chiffre d'affaires du 1^{er} trimestre 2020 ;
- 15 mai 2020 : Assemblée générale des actionnaires ;
- 31 juillet 2020 : Résultats du 1^{er} semestre 2020.

Notes

1. **Pro forma** : l'information financière consolidée pro forma consolidée non auditée est présentée à titre illustratif seulement dans le but de permettre une comparaison avec l'année achevée le 31 décembre 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 effets du rapprochement entre Essilor et Luxottica et des impacts d'autres événements inhabituels, occasionnels ou sans rapport avec les activités normales, 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 2019, EssilorLuxottica comptait plus de 150 000 employés et a réalisé un chiffre d'affaires consolidé de 17,4 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

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

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

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

E-mail: media@essilorluxottica.com

Extraits du rapport de gestion 2019

Chiffre d'affaires consolidé par activité

En millions d'euros	2019	2018 <i>Retraité*</i> <i>Pro forma</i> ¹	Variation à taux de change constants ²	Effet de change	Variation (publiée)
Verre et matériel optique	6 791	6 283	+5,5 %	+2,6 %	+8,1 %
Sunglasses & Readers	885	787	+8,9 %	+3,6 %	+12,5 %
Équipements	221	210	+2,0 %	+3,3 %	+5,3 %
Chiffre d'affaires Essilor	7 897	7 280	+5,8 %	+2,7 %	+8,5 %
Commerce de gros	3 260	3 145	+1,8 %	+1,9 %	+3,7 %
Vente au détail	6 232	5 769	+4,0 %	+4,0 %	+8,0 %
Chiffre d'affaires Luxottica	9 493	8 914	+3,2 %	+3,3 %	+6,5 %
Total	17 390	16 194	+4,4 %	+3,0 %	+7,4 %

Le chiffre d'affaires d'EssilorLuxottica s'est élevé à 17 390 millions d'euros en 2019, en hausse de 4,4 % à taux de change constants², dans la partie haute des objectifs du groupe établis entre 3,5 % et 5 %.

En 2019, la division **Verres et matériel optique** a connu une croissance de 5,5 % à taux de change constants², pour un chiffre d'affaires total de 6 791 millions d'euros. La division a généré de bons résultats dans toutes les régions en maintenant le cap sur l'innovation, les marchés à forte croissance⁴ et l'e-commerce. Parmi les événements marquants de 2019, citons le lancement de Transitions® Signature® GEN 8™ sur le marché américain, le succès du phoroptère Vision-R™ 800 en Europe, une croissance à deux chiffres en Chine grâce aux verres de marque (notamment Eyezen™, Crizal® et Varilux®) et en Amérique latine, grâce aux activités d'expansion du marché et à un nouveau partenariat avec un acteur clé de la région.

La division **Sunglasses and Readers** a réalisé un bon exercice en 2019 avec un chiffre d'affaires de 885 millions d'euros en hausse de 12,5 % (8,9 % à taux de change constants²). Ceci provient des solides résultats obtenus en Chine, en particulier pour Xiamen Yarui Optical (Bolon™), et de la forte demande du marché pour les lunettes loupes et les lunettes de soleil chez Costa et FGX International aux États-Unis. Par ailleurs, les ventes en ligne de la division ont été une nouvelle fois très dynamiques avec une progression organique supérieure à 20 %.

Enfin, conformément aux engagements pris avec les autorités de la concurrence de Turquie au moment du rapprochement entre Essilor et Luxottica, Essilor a procédé à la cession de sa filiale Merve, laquelle commercialise des lunettes de soleil à destination des consommateurs turques.

La division **Équipements** a cru de 2 % à taux de change constants² soutenue par une bonne dynamique de marchés en Europe, en Amérique latine et en Asie, qui a été partiellement compensée par un ralentissement du cycle d'investissement dans les pays développés, en partie du fait de la consolidation de l'industrie. Sur une base consolidée, l'Europe et l'Asie ont contribué positivement à la croissance alors que l'Amérique du Nord et l'Amérique du Sud ont pesé sur la performance. Par produits, la performance a été tirée par la technologie numérique, les machines de surfacage de nouvelle génération et les machines de traitement. Le carnet de commandes a fini l'année en légère hausse. La forte rentabilité de l'activité a permis la poursuite des investissements de R&D en faveur de l'innovation des méthodes de production et de l'efficacité des laboratoires à travers l'ensemble de l'industrie mondiale des verres ophtalmiques.

La division **Vente de gros** a clos l'année avec un chiffre d'affaires en hausse de 3,7 %, à 3 260 millions d'euros, soit + 1,8 % à taux de change constants², le rythme le plus élevé depuis 2015, prouvant ainsi l'efficacité de l'ensemble des initiatives stratégiques déployées. Toutes les régions ont connu une hausse, avec une accélération notable en Amérique du Nord au cours de la deuxième partie de l'année, soutenue par des tendances positives chez les indépendants, les grands magasins et l'e-commerce tiers. La croissance régulière affichée par l'Europe a été tirée par les volumes et a bénéficié de l'évolution implacable de STARS. À l'échelle mondiale, le programme compte désormais environ 16 600 portes, représentant plus de 13 % des ventes de la division de vente en gros. Quant à l'Asie, l'Océanie, l'Afrique et l'Amérique latine, ces régions ont connu un ralentissement au cours du second semestre 2019, principalement imputable aux mauvaises tendances de Hong Kong et du « travel retail » et à l'affaiblissement des performances du Mexique, respectivement. Toujours parmi les plus performants, le Brésil a enregistré une croissance soutenue, constamment stimulée par STARS et Óticas Carol (qui ont toutes deux augmenté de manière significative le nombre de portes), tandis que la Chine continentale a continué à tirer parti de la réussite de son repositionnement stratégique entamé il y a deux ans.

Le chiffre d'affaires de la division de **Vente au détail** a augmenté de 8,0 % pour atteindre 6 232 millions d'euros sur l'ensemble de l'année, soit + 4,0 % à taux de change constants², avec une accélération au quatrième trimestre. Le chiffre d'affaires a été positif tout au long de l'année, le chiffre d'affaires réalisé par des magasins comparables⁵ étant légèrement supérieur à la parité sur douze mois, globalement stable trimestre après trimestre. En Amérique du Nord, tous les réseaux ont contribué à la croissance de la division, y compris LensCrafters dont le quatrième trimestre a été le meilleur de l'année (grâce à une assurance saine et faible) et à la seule exception de Sears, de plus en plus en difficulté (fermeture à la fin janvier 2020). En Europe, Sunglass Hut et Salmoiraghi & Viganò ont poursuivi leur belle croissance, tout comme les secteurs de l'optique et du soleil en Australie et du soleil au Brésil. Hong Kong a confirmé son statut d'entrave, sans aucun signe d'amélioration, tandis que GMO a été touchée par les manifestations au Chili et en Équateur au cours du quatrième trimestre. L'e-commerce direct a connu une croissance à deux chiffres sur toutes les plateformes au cours de l'année, principalement en Amérique du Nord, et s'est encore accéléré au cours du dernier trimestre.

Chiffre d'affaires consolidé par zone géographique

En millions d'euros	2019	2018 Retraité* Pro forma ¹	Variation à taux de change constants ²	Effet de change	Variation (publiée)
Amérique du Nord	9 154	8 433	+3,1 %	+5,4 %	+8,5 %
Europe	4 236	4 038	+5,1 %	-0,2 %	+4,9 %
Asie, Océanie, Afrique	2 892	2 694	+5,4 %	+2,0 %	+7,4 %
Amérique latine	1 108	1 028	+9,5 %	-1,8 %	+7,7 %
Total	17 390	16 194	+4,4 %	+3,0 %	+7,4 %

En **Amérique du Nord**, le chiffre d'affaires a progressé de 8,5 % pour atteindre 9 154 millions d'euros (+ 3,1 % à taux de change constants²).

La division Verres et matériel optique a connu une nouvelle année de forte croissance grâce à la poursuite de sa stratégie de commercialisation aux États-Unis et à la solide progression de l'e-commerce. La stratégie en matière de verres aux États-Unis, menée par des marques clés et l'innovation, ainsi que par des partenariats avec des professionnels indépendants de la vue (ECP) et de grands comptes, a continué de produire des résultats. Les performances ont été meilleures au second semestre grâce au lancement de Transitions® Signature® GEN 8™. La croissance sur l'ensemble de l'année 2019 a été stimulée par un engagement robuste

avec Luxottica, à la fois pour certains grands comptes et pour la vente de verres à valeur ajoutée par les canaux de vente au détail du groupe. Les activités de distribution de lentilles de contact ont également contribué à la croissance.

La croissance a été forte dans la division Sunglasses & Readers. Costa a poursuivi son expansion dans les magasins d'optique ophtalmique, ainsi que dans les magasins de sport et au travers du canal internet. La marque a également continué de s'étendre sur le sol américain. Costa confirme ainsi son positionnement numéro un dans les magasins de pêche, auprès de la communauté des pêcheurs et des personnes qui vivent près des océans, lacs et rivières. Fin 2019, Costa a commencé à être intégré au sein de Luxottica, ce qui doit permettre d'accélérer la mondialisation de cette jeune marque et de délivrer des synergies significatives en capitalisant sur le savoir-faire de Luxottica dans le domaine solaire. De son côté, dans un environnement de consommation porteur tant pour les lunettes loupes (readers) que pour les lunettes de soleil, FGX International a compensé, au deuxième semestre, l'impact d'une base de comparaison défavorable subi au premier semestre en continuant à diversifier ses distributeurs aux Etats-Unis et en poursuivant son développement à l'international et par internet.

La division Équipements a enregistré une légère baisse sur l'année, principalement en raison d'une dynamique moins forte au quatrième trimestre, les principaux clients tâchant d'absorber la capacité des récents programmes d'investissement.

En Amérique du Nord, Luxottica a enregistré sa meilleure année depuis 2015 en termes de hausse du chiffre d'affaires, sous l'effet de l'accélération du commerce de gros et de détail au quatrième trimestre. La croissance de la vente en gros a été renforcée par les solides performances des grands magasins indépendants et des canaux d'e-commerce tiers. Le secteur du commerce de détail a connu une bonne année, Target Optical et EyeMed arrivant en tête, avec une hausse du chiffre d'affaires à deux chiffres. Sunglass Hut a enregistré une performance positive en s'appuyant sur une proposition omnicanale gagnante, qui a été articulée plus avant et qui trouve un bon écho auprès des clients. Lenscrafters a clos l'année sur une note positive, bénéficiant d'un programme de remodelage des magasins et d'un mix prix favorable, stimulé par une plus grande pénétration des verres à valeur ajoutée. La crise de Sears a eu un impact significatif sur la performance globale du commerce de détail, ce qui a conduit à la décision de sortir de la bannière d'ici la fin janvier 2020. Les plateformes d'e-commerce propriétaires ont connu une croissance exceptionnelle, avec une nouvelle accélération au quatrième trimestre. Oakley a connu un essor important grâce à son partenariat avec la NFL (et à Patrick Mahomes qui a remporté le Superbowl et le trophée MVP correspondant), affichant une croissance à un chiffre au second semestre.

En **Europe**, le chiffre d'affaires a progressé de 4,9 % pour atteindre 4 236 millions d'euros (+ 5,1 % à taux de change constants²).

Dans un environnement très concurrentiel, l'activité Verres et matériel optique a montré sa robustesse en France, le plus grand pays de la région, ainsi que dans l'ensemble des pays de l'Est de l'Europe, en particulier Pologne et Russie. Cette croissance est liée au développement des verres à valeur ajoutée, notamment progressifs. Les autres pays européens ont réalisé des performances stables ou légèrement en retrait. L'activité Ventes par internet a progressé de façon satisfaisante, surtout dans le domaine des lentilles de contact distribuées par le site VisionDirect.

L'activité Instruments a réalisé une forte croissance en 2019, sous l'impulsion du lancement de deux nouveaux produits majeurs et du début de leur commercialisation au cours de l'exercice. Tout d'abord, le Visioffice® X, outil de personnalisation des verres installé dans les magasins d'optique et, ensuite, le réfracteur Vision-R™ 800. Cet équipement d'optométrie, une première mondiale, renouvelle entièrement l'examen de la vue et l'expérience du patient en permettant une mesure de la réfraction à 0,1 dioptrie au lieu de 0,25 dioptries pour tous les autres appareils existants. Le Vision-R™ 800 constitue, non seulement, une révolution dans le domaine de l'optométrie mais, de plus, ouvre un champ pour la fabrication et la commercialisation de verres ophtalmiques à la précision fortement augmentée.

Dans la division Sunglasses and Readers, les ventes de FGX International ont été dynamiques, notamment au Royaume-Uni et en Allemagne.

La division Équipements a terminé l'année en force au quatrième trimestre, après un troisième trimestre exceptionnel.

En 2019, l'Europe a continué à contribuer à la croissance globale de Luxottica, avec une évolution positive tant au niveau des divisions de gros que de détail, soutenue par les marques propres best-sellers (également sur Internet) ainsi que par les principales licences de luxe. Le canal du commerce de gros a connu une croissance régulière au cours de l'année, étayée par la hausse des volumes. Parmi les principaux pays, l'Italie, l'Allemagne, les Pays-Bas et l'Europe de l'Est ont surperformé les autres marchés. Le développement réussi du programme STARS demeure un pilier fondamental de notre stratégie et représente actuellement plus de 20 % du chiffre d'affaires du commerce de gros dans la région, ce qui montre une belle accélération dans la dernière partie de l'année. Les ventes en Europe ont également été soutenues par la croissance à deux chiffres de la division de vente au détail, grâce à une exécution efficace en magasin qui a permis d'obtenir des résultats positifs dans tous les pays. Sunglass Hut a confirmé sa trajectoire de croissance saine, avec une progression à un chiffre moyen des ventes comparables⁵ en Europe continentale et 16 nouvelles ouvertures réussies en cours d'année. En Italie, Salmoiraghi & Viganò, le premier détaillant multimarques du pays, a encore consolidé sa position, enregistrant une belle croissance tant au niveau des ventes comparables⁵ que du chiffre d'affaires total. Enfin, Persol a ouvert son premier magasin en Europe (à Milan).

En **Asie, Océanie, Afrique**, les ventes ont progressé de 7,4 % pour atteindre 2 892 millions d'euros (+ 5,4 % à taux de change constants⁵).

La division Verres et matériel optique a fortement contribué à cette performance. En Chine, elle a réalisé une croissance à deux chiffres grâce aux verres de marque (notamment Eyezen™, Crizal® et Varilux®), aux instruments, à la gestion de la myopie et à l'innovation dans le milieu de gamme. La bonne performance des verres progressifs et photochromiques a permis, trimestre après trimestre, une accélération de la performance en Corée du Sud et le maintien d'une croissance élevée en Asie du Sud-Est. En Inde, les campagnes promotionnelles, les ventes par Internet et les modèles d'affaires innovants destinés aux populations du bas de la pyramide n'ont que partiellement compensé l'érosion des modèles de distribution traditionnels. Les ventes au Japon ont nettement bénéficié de la dynamique des verres à valeur ajoutée et de plusieurs succès commerciaux avec les chaînes d'optique.

La division Sunglasses & Readers a également connu une croissance à deux chiffres de son chiffre d'affaires dans la région. Le groupe a bénéficié d'une croissance vigoureuse chez Xiamen Yarui Optical (Bolon™ et Molsion™) dont le segment montures optiques (45 % du chiffre d'affaires) connaît un fort engouement de la part des consommateurs et, par conséquent, un développement extrêmement rapide des ventes. Dans les lunettes de soleil, la marque a renforcé ses positions malgré un marché solaire en demi-teinte l'an passé en Chine, son principal débouché dans la région.

La division Équipements a enregistré une solide croissance, les conditions du marché dans les marchés à forte croissance étant restées favorables.

L'année dernière s'est révélée positive pour Luxottica dans l'ensemble de la région, avec une croissance des ventes à taux de change constants² dans les divisions de gros et de détail. Le second semestre a connu un ralentissement par rapport au premier, notamment en raison de l'affaiblissement du marché de gros au troisième trimestre (principalement dû aux troubles politiques à Hong Kong, au repli des activités de travel retail et aux conditions météorologiques défavorables au Japon), mais il est devenu positif au quatrième trimestre. L'Australie, la Chine continentale, l'Asie du Sud-Est et le Moyen-Orient ont été les moteurs de la performance du groupe dans la région, faisant plus que compenser le déclin de Hong Kong et des activités de travel retail, tandis que le Japon et la Corée ont fini l'année à peu près au même niveau. La croissance du

commerce de gros a été essentiellement tirée par la Chine continentale, où l'activité a redémarré sur des bases beaucoup plus saines. Dans le secteur de la vente de détail, l'Australie et la Nouvelle-Zélande ont poursuivi leur belle trajectoire de croissance, tant dans le domaine de l'optique chez OPSM que dans celui du soleil chez SGH, avec une croissance constante des ventes et du chiffre d'affaires réalisé par des magasins comparables⁵, récoltant les fruits du programme de rénovation des magasins mis en place l'année dernière. Le commerce de détail à Hong Kong est resté négatif, pour la quatrième année consécutive.

En **Amérique latine**, le chiffre d'affaires a progressé de 7,7 % pour atteindre 1 108 millions d'euros (+ 9,5 % à taux de change constants⁵).

A taux de change constants² en 2019, La division Verres et matériel optique a cru plus rapidement qu'en 2018 grâce à une hausse d'activité bien équilibrée entre le Brésil et le reste de la région tout au long de la période. L'année a été marquée par plusieurs initiatives commerciales, dont les programmes promotionnels "Varilux® em Dobro" au Brésil, "Cambia tu cara" en Colombie et un marketing client plus poussé chez Grupo Vision au Costa Rica. Le déploiement de nouvelles technologies et de nouveaux produits auprès des laboratoires indépendants a également soutenu la croissance. Après avoir racheté les actifs du laboratoire de Devlyn Holdings, Essilor a conclu un contrat d'approvisionnement avec la principale chaîne d'optique du pays, appartenant elle aussi à Devlyn, ce qui a contribué à l'essor des ventes à taux de change constants. Des avancées majeures ont également été réalisées en termes de marketing digital, les consommateurs mexicains et colombiens ayant désormais accès à la version espagnole du site "AllAboutVision.com" qui offre une information détaillée sur le secteur de l'optique.

La division Sunglasses & Readers a modestement contribué à la croissance régionale.

La division Équipements a enregistré une légère décroissance qui a pesé sur la croissance de l'activité dans la zone, qui dans son ensemble continue de bénéficier de conditions de marché favorables et typiques des marchés à forte croissance.

Luxottica a poursuivi sa croissance en Amérique latine l'année dernière, augmentant ses ventes à taux de change constants² dans les divisions de gros et de détail. Le second semestre a légèrement ralenti par rapport au premier, principalement en raison d'un affaiblissement des performances au quatrième trimestre au Mexique. Le marché clé du Brésil a conservé la dynamique positive qu'il a affichée tout au long de l'année, faite d'une croissance à un chiffre dans le commerce de gros, stimulée par STARS et Óticas Carol (atteignant 1 335 franchises), ainsi que d'une croissance à deux chiffres dans le commerce de détail, principalement soutenue par SGH. GMO a fini l'année positivement dans les ventes et le chiffre d'affaires réalisé par des magasins comparables⁵, absorbant l'impact négatif des manifestations au Chili et en Équateur au dernier trimestre.

Chiffre d'affaires du quatrième trimestre 2019 par activité

En millions d'euros	T4 2019	T4 2018 <i>Retraité*</i>	Variation à taux de change constants ²	Effet de change	Variation (publiée)
Verres et matériel optique	1 701	1 589	+5,2 %	+1,9 %	+7,0 %
Sunglasses & Readers	242	214	+10,1 %	+2,7 %	+12,9 %
Équipements	70	73	-6,8 %	+2,1 %	-4,7 %
Chiffre d'affaires Essilor	2 012	1 876	+5,3 %	+2,0 %	+7,3 %
Commerce de gros	753	725	+2,4 %	+1,4 %	+3,8 %
Vente de détail	1 539	1 439	+4,6 %	+2,4 %	+6,9 %
Chiffre d'affaires Luxottica	2 291	2 164	+3,9 %	+2,0 %	+5,9 %
Total	4 304	4 040	+4,5 %	+2,0 %	+6,5 %

Le chiffre d'affaires du quatrième trimestre s'est élevé à 4 304 millions d'euros, soit une hausse de 6,5 % en valeur déclarée et de 4,5 % à taux de change constants².

Chiffre d'affaires du quatrième trimestre 2019 par zone géographique

En millions d'euros	T4 2019	T4 2018 <i>Retraité*</i>	Variation à taux de change constants ²	Effet de change	Variation (publiée)
Amérique du Nord	2 273	2 113	+4,3 %	+3,3 %	+7,6 %
Europe	971	918	+4,9 %	+0,8 %	+5,7 %
Asie, Océanie et Afrique	756	707	+5,0 %	+1,8 %	+6,8 %
Amérique latine	304	301	+3,8 %	-2,9 %	+0,9 %
Total	4 304	4 040	+4,5 %	+2,0 %	+6,5 %

En **Amérique du Nord**, le chiffre d'affaires a progressé de 7,6 % pour atteindre 2 273 millions d'euros (+ 4,3 % à taux de change constants²).

Essilor a bénéficié de la poursuite de la dynamique liée au lancement de Transitions® Signature® GEN 8™, aussi bien auprès des professionnels de l'optique indépendants qu'auprès des chaînes d'optique du groupe. L'activité auprès des membres d'alliances et des points de vente certifiés Essilor Expert s'est également poursuivie à un rythme soutenu, tandis que l'activité avec les grands comptes a marqué le pas. Suivant la tendance de l'année, les activités de distribution de lentilles de contact ont contribué à la croissance.

La performance de la division Sunglasses & Readers aux États-Unis a été principalement nourrie par FGX au cours du quatrième trimestre.

Les tendances dans la division Équipements se sont modérées après un troisième trimestre particulièrement flamboyant et une base de comparaison élevée par rapport à l'année précédente.

Les deux divisions de Luxottica ont enregistré le meilleur trimestre de l'année. Le commerce de gros a connu une croissance à un chiffre grâce à une bonne exécution dans tous les canaux. Le bénéfice de la consolidation de Barberini a été pondéré dans une moindre mesure. Dans le secteur de la vente de détail, les ventes ont connu une hausse à un chiffre, avec en tête Lenscrafters, qui a obtenu de bons résultats, en particulier pendant la période de croissance vers la fin de l'année d'assurance. La performance de Sunglass Hut a été mitigée.

Les magasins physiques ont été touchés par la période défavorable de la saison des vacances et par une baisse de la fréquentation des lieux touristiques, mais le déficit a pu être comblé sur Internet. Target Optical et EyeMed ont confirmé leur trajectoire de croissance saine, tandis que Sears a continué de peser lourdement sur la performance. L'e-commerce direct a connu un nouveau trimestre exceptionnel, avec une croissance de 27 % à taux de change constants², et tous les grands sites Internet ont contribué à ce succès.

En **Europe**, le chiffre d'affaires a progressé de 5,7 % pour atteindre 971 millions d'euros (+ 4,9 % à taux de change constants²).

La performance de la division Verres et matériel optique au cours du trimestre est due à de solides gains en Russie, en Turquie, au matériel et aux ventes en ligne de lentilles de contact par l'intermédiaire de VisionDirect. La division Équipements a poursuivi ses bonnes performances au quatrième trimestre, terminant l'année en forte hausse.

Le chiffre d'affaires de Luxottica en Europe n'a cessé de croître au cours du dernier trimestre de l'année. La division de commerce de gros a connu de solides tendances, notamment en Espagne, au Portugal, en Europe de l'Est et en Grèce. La performance de la catégorie soleil s'est distinguée au quatrième trimestre, alimentée par le marché italien. La société a continué à développer son programme STARS, grâce à ses grands comptes, et le chiffre d'affaires correspondant a connu une nouvelle accélération, en hausse de plus de 50 % par rapport au quatrième trimestre de l'année dernière. Les ventes de détail ont enregistré une forte hausse au cours du trimestre, avec un chiffre d'affaires à un chiffre élevé, ce qui représente le 24^{ème} trimestre consécutif d'augmentation du chiffre d'affaires. Tous les grands pays ont connu une évolution positive dans la division, emmenée par Sunglass Hut en Europe continentale et Salmoiraghi & Viganò en Italie.

En **Asie, Océanie et Afrique**, le chiffre d'affaires a progressé de 6,8 % pour atteindre 756 millions d'euros (+ 5,0 % à taux de change constants²).

La division Verres et matériel optique a tiré la croissance de la région, notamment grâce à de fortes hausses d'activité en Chine, en Corée du Sud, en Asie du Sud-Est et au Japon. Toutes se sont appuyées sur le succès des verres à valeur ajoutée. La division Sunglasses & Readers a continué à bénéficier de son expansion dans les montures optiques et les ventes en ligne, principalement en Chine.

Après une performance exceptionnelle au cours des neuf premiers mois de l'année, la division Équipements a ralenti le pas au cours du quatrième trimestre.

Les ventes régionales de Luxottica se sont accélérées au quatrième trimestre par rapport au troisième, sous l'impulsion de l'Australie, de la Chine continentale et de l'Asie du Sud-Est. En Australie et en Nouvelle-Zélande, les ventes de détail ont redoublé de vigueur, même dans un contexte d'urgence dû aux incendies, avec pour le secteur de l'optique un 14^{ème} trimestre consécutif de ventes positives, également sous l'effet positif des rénovations, et une contribution tout aussi positive du secteur du soleil, tous deux positifs dans le chiffre d'affaires réalisé par des magasins comparables⁵. La Chine continentale a accéléré à un rythme à deux chiffres, alimentée par une embellie des ventes en gros et de détail et du chiffre d'affaires réalisé par des magasins comparables⁵. En revanche, Hong Kong n'a pas connu d'amélioration et la situation s'est même dégradée en ce qui concerne les ventes de détail et le chiffre d'affaires réalisé par des magasins comparables. Le déploiement de magasins monomarkes Ray-Ban a encore progressé l'année dernière dans la région, se concentrant sur la Chine continentale, qui a atteint 141 sites à la fin décembre, sur un total de 171 dans toute la zone Asie-Pacifique.

En **Amérique latine**, le chiffre d'affaires a progressé de 0,9 % pour atteindre 304 millions d'euros (+ 3,8 % à taux de change constants²).

La croissance à deux chiffres d'Essilor à taux de change constants s'est poursuivie au cours du trimestre grâce à une forte croissance en base homogène couplée à des nouveaux partenariats. Au Brésil, la solide dynamique des 9 premiers mois a ralenti du fait de l'anticipation par les clients du lancement de Transitions®

Signature® GEN 8™ prévue début 2020. L'activité d'e-commerce au Brésil a soutenu la croissance régionale. Dans le reste de la région, la croissance a été soutenue par le développement des marchés ainsi que du mix produits, qui ont plus que compensé les turbulences économiques dans certains pays, notamment au Chili et en Colombie. Les partenariats récents ont contribué à la croissance à taux de change constants, en particulier au Mexique.

La division Sunglasses & Readers a modestement contribué à la croissance régionale au cours du trimestre.

Pour Luxottica, la performance toujours bonne au Brésil au quatrième trimestre, a été contrebalancée par l'affaiblissement des résultats du Mexique, ce qui a entraîné une stagnation des ventes à taux de change constants² dans la région. Le Brésil a confirmé sa bonne performance au quatrième trimestre, avec même une accélération des ventes de détail à taux de change constants², essentiellement grâce aux ventes SGH réalisées sur un périmètre de magasins comparable⁵. En revanche, après un premier semestre positif, les ventes en gros au Mexique ont commencé à se détériorer au troisième trimestre et n'ont pas réussi à se redresser au cours des trois derniers mois, principalement en raison des mauvaises performances des indépendants et des grands comptes. Les troubles politiques susmentionnés au Chili et en Équateur ont affecté les résultats des ventes de GMO au cours du dernier trimestre de l'année, avec des résultats négatifs au niveau des ventes et du chiffre d'affaires réalisé sur un périmètre de magasins comparable⁵.

Élimination de la mauvaise vision dans le monde

Essilor a créé plus de 15 000 micro-entreprises inclusives dans le monde depuis 2013. Celles-ci donnent potentiellement accès à la santé visuelle à plus de 300 millions de personnes. Ces nombreux points d'accès ont permis d'équiper 10,7 millions de nouveaux porteurs de lunettes sur la seule année 2019 et un total de 33,5 millions sur les 7 dernières années.

Ces efforts ont conduit à la distinction d'EssilorLuxottica par le magazine Fortune, qui a placé le groupe à la 17^e place de son classement « Change the World » en 2019. La société s'est vue récompensée pour son engagement à améliorer la vision de tous et à éliminer la mauvaise vision dans le monde, dans le cadre de sa mission d'aider chacun à « mieux voir, mieux être pour profiter pleinement de la vie ». Dans ce même esprit de sensibilisation aux enjeux d'une bonne vision, Essilor a mis à profit, à travers de nombreuses présentations dans le monde, son rapport publié en marge de l'Assemblée générale des Nations Unies et intitulé « Eliminating Poor Vision in a Generation: What will it take to eliminate uncorrected refractive errors by 2050? ». Ce rapport quantifie l'ampleur de la vision non corrigée dans le monde et recommande, pour l'éliminer, un investissement total de 14 milliards de dollars sur les 30 prochaines années.

En 2019, Essilor a concrétisé cette ambition par des partenariats pour éliminer la mauvaise vision dans de nombreux territoires : au Bhoutan, 30 000 paires de lunettes ont ainsi déjà été livrées pour faire de ce pays le premier État au monde à éliminer la mauvaise vision ; en Inde, plus de 143 000 résidents ont été dépistés pour faire de la région du Doddaballapura la première région du pays à éliminer, elle aussi, la mauvaise vision d'ici 2021 ; au Népal, la société a signé une lettre d'intention pour donner accès à la correction visuelle aux 350 000 habitants du district de Bhaktapur ; et en Chine, une collaboration avec le comté de Huoqiu vise à y éliminer la mauvaise vision d'ici trois ans. Divers partenariats ministériels ont également été initiés en France, au Kenya et en Inde pour développer la sensibilisation à la santé visuelle et les tests de la vue dans les écoles ou auprès d'enfants défavorisés. Enfin, en 2019, Essilor a aussi mis sa culture d'innovation au service des populations de la base de la pyramide : de nouvelles technologies de réfraction ont été développées pour démocratiser les tests de la vue et les nouvelles lunettes de prescription « Ready2Clip Generation II » ont été lancées afin de permettre un équipement immédiat des patients.

Cette forte dynamique s'est poursuivie début 2020. En janvier, le modèle d'affaires inclusif phare d'Essilor appelé Eye Mitra™ – le plus grand réseau rural d'optique au monde – a été cité au Forum Économique Mondial de Davos dans un nouveau rapport appelé « Business as Unusual ». Et en février, Essilor s'est engagé à faire un don d'un million de lunettes de vue et de lunettes de soleil au Fonds des Nations Unies pour la Sécurité Routière (UNSRF). Ce partenariat vise à promouvoir un plan d'action mondial en faveur de la bonne vision sur la route et contribue à atteindre les objectifs de développement durable des Nations Unies.

Compte de résultat consolidé publié d'EssilorLuxottica

En millions d'euros	2019	2018 Retraité*	Variation
Chiffre d'affaires	17 390	10 833	60,5 %
Coût des ventes	(6 573)	(3 961)	65,9 %
Marge brute	10 817	6 872	57,4 %
<i>En % du chiffre d'affaires</i>	<i>62,2 %</i>	<i>63,4 %</i>	
Charges opérationnelles	(9 138)	(5 473)	67,0 %
Résultat opérationnel	1 678	1 399	20,0 %
<i>En % du chiffre d'affaires</i>	<i>9,7 %</i>	<i>12,9 %</i>	
Résultat avant impôt	1 534	1 289	19,0 %
<i>En % du chiffre d'affaires</i>	<i>8,8 %</i>	<i>11,9 %</i>	
Impôts sur le résultat	(350)	(139)	150,9 %
<i>Taux effectif d'impôt</i>	<i>22,8 %</i>	<i>10,8 %</i>	
Résultat net	1 185	1 150	3,0 %
Résultat net part du Groupe	1 077	1 083	-0,6 %

*Les données comparatives ont été retraitées pour refléter la première application d'IFRS 16 – *Contrats de location*, ainsi que la finalisation de la comptabilisation de l'acquisition des actifs identifiables et des passifs repris d'Essilor par Luxottica.

Les informations comparatives des états financiers consolidés 2019 sont toujours impactées par le Rapprochement EL réalisé au 1er octobre 2019. Cette opération étant considérée comme une acquisition inversée au sens de la norme IFRS 3 – *Regroupements d'entreprises*, les états financiers consolidés présentent la structure suivante:

<i>États financiers</i>	Exercice clos Au 31 décembre 2019	Exercice clos Au 31 décembre 2018	
	EssilorLuxottica, exercice annuel (Janv-Dec)	Luxottica, exercice annuel (Janv-Dec) *	Essilor, dernier trimestre (Oct-Dec) *
Compte de résultat			
État de la situation financière	EssilorLuxottica, coût historique	EssilorLuxottica, coût historique *	

*Les données comparatives ont été retraitées pour refléter la première application d'IFRS 16 – *Contrats de location*, ainsi que la finalisation de la comptabilisation de l'acquisition des actifs identifiables et des passifs repris d'Essilor par Luxottica.

- Le *chiffre d'affaires* a connu une croissance de 60,5 %, essentiellement due à la contribution d'Essilor, dont le chiffre d'affaires a atteint 5 885 millions d'euros sur les neuf premiers mois de 2019.
- Le *résultat opérationnel* a augmenté de 20,0 %, principalement en raison de la contribution d'Essilor qui est cependant affectée par les amortissements résultant de la comptabilisation d'actifs corporels et incorporels suite à l'allocation du prix d'acquisition lié au Rapprochement d'Essilor et Luxottica (747 millions d'euros). En outre, la performance de 2019 a également subi par l'impact des activités financières frauduleuses découvertes dans une usine Essilor en Thaïlande, comptabilisées pour un montant de 185 millions d'euros, effets de change compris.
- Le *bénéfice net* a progressé de 3 %, essentiellement grâce à la contribution d'Essilor, comme indiqué ci-dessus. Le *bénéfice net de 2019* a également été affecté par la comptabilisation d'actifs d'impôts différés (environ 30 millions d'euros), suite à la fusion des entités canadiennes du Groupe dans le cadre des activités d'intégration, et par un remboursement d'impôts faisant suite à une décision des autorités fiscales italiennes (29 millions d'euros).

Compte de résultat consolidé d'EssilorLuxottica: réconciliation avec le compte de résultat ajusté⁶

Exercice clos au 31 décembre 2019

En millions d'euros	2019	Ajustements liés à l'allocation du prix d'acquisition	Autres ajustements « non-Gaap »	2019 Ajusté ⁶
Chiffre d'affaires	17 390	-	-	17 390
Coût des ventes	(6 573)	61	8	(6 503)
Marge brute	10 817	61	8	10 887
<i>En % du chiffre d'affaires</i>	<i>62,2 %</i>			<i>62,6 %</i>
Charges opérationnelles	(9 138)	669	395	(8 074)
Résultat opérationnel	1 678	730	404	2 812
<i>En % du chiffre d'affaires</i>	<i>9,7 %</i>			<i>16,2 %</i>
Coût de l'endettement financier net	(117)	(7)	9	(115)
Autres produits / (charges) financiers*	(27)	-	1	(26)
Résultat avant impôt	1 534	723	414	2 672
<i>En % du chiffre d'affaires</i>	<i>8,8 %</i>			<i>15,4 %</i>
Impôts sur le résultat	(350)	(142)	(126)	(618)
Résultat net	1 185	581	288	2 054
Résultat net part du Groupe	1,077			1,938

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

Exercice clos au 31 décembre 2018

En millions d'euros	2018 Retraité* <i>Pro forma</i> ¹ **	Ajustements liés à l'allocation du prix d'acquisition	Autres ajustements « non-Gaap »	2018 Retraité* <i>Pro forma</i> ¹ <i>Ajusté</i> ⁶
Chiffre d'affaires	16 194	-	-	16 194
Coût des ventes	(6 131)	119	27	(5 985)
Marge brute	10 063	119	27	10 209
<i>En % du chiffre d'affaires</i>	<i>62,1 %</i>			<i>63,0 %</i>
Charges opérationnelles	(8 552)	639	322	(7 591)
Résultat opérationnel	1 511	758	349	2 618
<i>En % du chiffre d'affaires</i>	<i>9,3 %</i>			<i>16,2 %</i>
Coût de l'endettement financier net	(148)	(6)	5	(149)
Autres produits / (charges) financiers***	(11)	-	-	(11)
Résultat avant impôt	1 352	752	354	2 458
<i>En % du chiffre d'affaires</i>	<i>8,3 %</i>			<i>15,2 %</i>
Impôts sur le résultat	(221)	(297)	(74)	(593)
Résultat net	1 131	455	279	1 866
Résultat net part du Groupe				

*Les données comparatives ont été retraitées pour refléter la première application d'IFRS 16 – *Contrats de location*, ainsi que la finalisation de la comptabilisation de l'acquisition des actifs identifiables et des passifs repris d'Essilor par Luxottica.

** Le rapprochement entre le compte de résultat déclaré et le compte de résultat *pro forma*¹ 2018 est disponible dans l'Annexe.

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

Indicateurs ajustés⁶

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

Le rapprochement entre Essilor et Luxottica (« Rapprochement EL »), ainsi que les événements inhabituels, occasionnels ou sans rapport avec les activités normales ont un impact significatif sur les résultats consolidés. Par conséquent, certains agrégats ont été ajustés (« indicateurs ajustés »), dans le but de fournir des informations supplémentaires en base comparable par rapport aux 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, la direction a ajusté les indicateurs suivants : la marge brute, les charges d'exploitation, le résultat opérationnel, le résultat avant impôt et le résultat net. Ces mesures ajustées sont rapprochées de leurs mesures *pro forma*¹ les plus comparables dans les Informations financières consolidées *pro forma*¹ non auditées retraitées pour l'exercice clos le 31 décembre 2018 et des mesures déclarées les plus comparables dans l'état consolidé des résultats pour l'exercice clos le 31 décembre 2019.

En 2018 et 2019, les indicateurs *pro forma* ajustés 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.

Exercice clos au 31 décembre 2019

- Une charge non récurrente ajustée du *Coût des ventes* pour 8 millions d'euros correspondant principalement à des charges de restructuration et de réorganisation encourues dans le cadre de projets visant à optimiser l'organisation des centres de distribution du groupe ainsi qu'à des coûts liés au plan d'actions sous conditions de Luxottica pour les employés des activités de production ;
- Des *Frais de commercialisation* non récurrents de 30 millions d'euros relatifs principalement à la fermeture de la chaîne de distribution Sears Optical aux Etats-Unis, annoncée par le Groupe en décembre 2019;
- Des *Frais généraux et administratifs* non récurrents de 199 millions d'euros, relatifs aux éléments suivants :
 - Des charges non récurrentes de restructuration et de réorganisation pour 71 millions d'euros visant à améliorer l'efficacité opérationnelle et organisationnelle du Groupe; ces charges non récurrentes comportent principalement des indemnités de licenciement ainsi qu'un amortissement accéléré et des dépréciations d'actifs ;
 - des charges non récurrentes pour 21 millions associées à des opérations d'acquisitions, principalement liés aux coûts de transaction relatifs à l'acquisition envisagée de GrandVision N.V. annoncée le 31 juillet 2019 ainsi qu'à l'acquisition de Barberini en août 2019;
 - des charges exceptionnelles pour 36 millions d'euros, incluant les coûts de transaction liés à la finalisation de l'Offre Publique d'Echange et au retrait de la cote des actions Luxottica ainsi qu'à des coûts d'intégration non récurrents;
 - des charges non récurrentes liées aux paiements fondés sur des actions de 65 millions liées à l'effet incrémental de la suppression des conditions de performance pour les plans de rémunération en actions de 2015 et 2016 d'Essilor, au plan international d'actionnariat salarié étendu aux employés de Luxottica fin 2019 ainsi qu'au plan d'actions sous conditions de Luxottica;
 - d'autres charges non récurrentes pour 6 millions d'euros en lien avec le règlement d'un litige commercial.
- les *Autres produits / (charges)* sont ajustés de 166 millions d'euros correspondant aux impacts non-récurrents des transactions suivantes:
 - Une perte non récurrente relative aux activités frauduleuses découvertes au sein d'une usine en Thaïlande pour 185 millions d'euros (après prise en compte des effets de change);
 - Des coûts de transaction non récurrents liés à des opérations d'acquisitions et de cessions pour 22 millions d'euros, correspondant principalement à la perte de 14 millions constatée sur la cession de Merve qui était une condition préalable à l'approbation du rapprochement entre Essilor et Luxottica par les autorités de la concurrence turques ainsi qu'à un effet non récurrent des compléments de prix versés sur des acquisitions passées ;
 - un effet négatif net de 5 millions d'euros d'autres opérations non récurrentes lié à des sinistres et litiges significatifs;
 - l'ajustement d'un produit non récurrent pour 46 millions d'euros correspondant principalement au profit comptabilisé dans le cadre de la cession des 25 % détenus dans une entreprise associée aux Etats-Unis ainsi qu'à la cession d'une autre participation.
- Le *Coût de l'endettement financier* a été ajusté à hauteur de 9 millions d'euros au titre d'une charge financière non récurrente liée au remboursement anticipé de dettes financières du Groupe Luxottica dans le cadre de la concentration de la gestion de la trésorerie au niveau d'EssilorLuxottica.
- *L'impôt sur le résultat* a été ajusté à la baisse de 126 millions d'euros, principalement en raison des impacts fiscaux induits par l'ensemble des ajustements décrits ci-dessus pour 56 millions d'euros ainsi qu'à l'ajustement de produits d'impôt non récurrents correspondant à (i) la comptabilisation exceptionnelle d'impôts différés actifs sur pertes reportables au niveau d'une filiale canadienne suite à la fusion des filiales d'Essilor et de Luxottica au Canada dans un seul groupe fiscal et au (ii) remboursement de la taxe IRAP accordé par les autorités fiscales italiennes relative aux exercices 2014 à 2016.

Exercice clos au 31 décembre 2018

- Les *coûts des ventes* non récurrents pour 27 millions d'euros associés à des projets de restructuration et de réorganisation principalement liés à des initiatives visant à transformer le réseau de distribution du Groupe (c'est-à-dire la centralisation des entrepôts du Groupe qui suppriment les stocks en magasin, la fermeture de certains entrepôts locaux) ainsi que ceux liés à un changement du modèle d'affaire du Groupe (par exemple le retrait des laboratoires de lentilles des magasins). En particulier, les charges ajustées en 2018 consistent en la radiation des équipements et des stocks affectés par ces projets de restructuration et de réorganisation, ainsi que des coûts logistiques connexes encourus.
- Des *frais de commercialisation* non récurrents pour un coût net de 7 millions d'euros résultant d'une dépréciation enregistrée sur des marques spécifiques, ainsi que de certains projets visant à transformer de manière significative l'organisation de la force de vente du Groupe.
- Des Frais généraux et administratifs non récurrent de 278 millions d'euros, relatifs aux éléments suivants:
 - Des coûts de transaction associés à l'opération de rapprochement entre Essilor et Luxottica pour 158 millions d'euros (dont 128 millions d'euros en 2017, 22 millions d'euros en 2018 et 8 millions d'euros en 2019);
 - Une charge non-récurrente de 77 millions d'euros principalement liée à la suppression des conditions de performance pour les plans de rémunération en actions de 2015 et 2016, telle que validée par l'assemblée générale d'Essilor en mai 2017, minorée de l'ajustement de 5 millions d'euros relative à la réévaluation des rémunérations en actions d'Essilor;
 - Des charges de restructuration et de réorganisation pour 48 millions d'euros.
- Des charges non-récurrentes de 36 millions d'euros comptabilisées dans les Autres produits / (charges) et comportant notamment:
 - Une perte de valeur de 5 millions d'euros suite à la demande des autorités de la concurrence turques, qui avaient posé la cession de la filiale turque du groupe Essilor intervenant dans la distribution de montures et de lunettes de soleil comme condition à leur autorisation de réaliser le rapprochement entre Essilor et Luxottica;
 - Une perte nette liée à la modification de la méthode de consolidation d'une entité pour 24 millions d'euros ;
 - Un effet négatif de 5 millions d'euros d'autres opérations non-récurrentes, principalement lié à des litiges significatifs; et
 - La distribution d'une prime non-récurrente aux salariés en France pour 2 millions d'euros.
- Le coût de l'endettement financier net a été réévalué à hauteur de 5 millions au titre d'une charge financière non-récurrente liée au remboursement anticipé de dettes financières.
- L'impôt sur le résultat est en baisse de 74 millions d'euros en raison des impacts fiscaux induits par les ajustements décrits ci-dessous pour 25 millions d'euros et d'un produit d'impôt non récurrent de 27 millions d'euros.

Autres mesures « non-GAAP »

D'autres mesures « non-GAAP » telles que l'EBITDA, les flux de trésorerie disponibles et le ratio de dette nette sur EBITDA sont également incluses dans ce document en vue de :

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

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

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

	2019
Flux nets provenant des activités opérationnelles ^(a)	3 299
Acquisitions d'immobilisations corporelles et incorporelles ^(a)	(903)
Paielements en numéraire pour la portion principale du passif lié à l'obligation locative ^(a)	(571)
Cash-flow libre	1 825
Résultat opérationnel ^(b)	1 678
Amortissements ^(a)	2 121
EBITDA	3 800
Dettes nettes^(c)	4 046
Dettes nettes/EBITDA	1,1

^(a) Tels que présentés dans le tableau des flux de trésorerie consolidés.

^(b) Tel que présenté dans le compte de résultat consolidé.

^(c) La dette nette est présentée dans la Note 22 - *Dettes financières*, y compris le passif lié à l'obligation locative aux états financiers consolidés.

Compte de résultat consolidé ajusté⁶

En millions d'euros	2019	2018 Retraité* <i>Pro forma</i> ¹	Variation	Variation à taux de change constants ²
Chiffre d'affaires	17 390	16 194	7,4 %	4,4 %
Coût des ventes	(6 503)	(5 985)	8,7 %	5,9 %
Marge brute	10 887	10 209	6,6 %	3,5 %
<i>En % du chiffre d'affaires</i>	<i>62,6 %</i>	<i>63,0 %</i>		
Frais de recherche et développement	(291)	(275)	5,9 %	3,5 %
Frais de commercialisation	(4 595)	(4 308)	6,7 %	3,6 %
Redevances	(168)	(163)	2,7 %	-0,2 %
Frais de publicité et de marketing	(1 236)	(1 115)	10,8 %	7,9 %
Frais généraux et administratifs	(1 777)	(1 719)	3,4 %	1,1 %
Autres produits / (charges) opérationnels	(8)	(11)	-22,5 %	-33,1 %
Total des charges opérationnelles	(8 074)	(7 591)	6,4 %	3,5 %
Résultat opérationnel	2 812	2 618	7,4 %	3,3 %
<i>En % du chiffre d'affaires</i>	<i>16,2 %</i>	<i>16,2 %</i>		
Coût de l'endettement financier net	(115)	(149)	-23,1 %	-24,0 %
Autres produits / (charges) financiers	(24)	(11)		
Quote-part dans le résultat net des sociétés mises en équivalence	(2)	-		
Résultat avant impôt	2 672	2 458	8,7 %	4,6 %
<i>En % du chiffre d'affaires</i>	<i>15,4 %</i>	<i>15,2 %</i>		
Impôts sur le résultat	(618)	(593)	4,3 %	0,8 %
<i>Taux effectif d'impôt</i>	<i>23,1 %</i>	<i>24,1 %</i>		
Résultat net	2 054	1 866	10,1 %	5,7 %
Résultat net part du Groupe	1 938	1 774	9,2 %	4,8 %

*Les données comparatives ont été retraitées pour refléter la première application d'IFRS 16 – *Contrats de location*, ainsi que la finalisation de la comptabilisation de l'acquisition des actifs identifiables et des passifs repris d'Essilor par Luxottica.

Le **Chiffre d'affaires** annuel s'est élevé à 17 390 millions d'euros, en hausse de 7,4 % à taux de change courants et en hausse de 4,4 % à taux de change constants² par rapport à 2018.

La Marge brute ajustée⁶ : + 6,6 % à taux de change courants et + 3,5 % à taux de change constants²

La Marge brute ajustée⁶ au 31 décembre 2019 s'est élevée à 10 887 millions d'euros, représentant 62,6% du chiffre d'affaires contre 63,0% en 2018. La marge brute de l'activité montures est restée stable grâce aux effets positifs du lancement Transitions Generation 8™. La forte croissance des activités de ventes en ligne de lentilles de contact ainsi que celles de ventes de lunettes de soleil ont, quant à elles, produit un effet de mix négatif sur la marge brute. La sortie de Transitions Generation 7™ ainsi que l'activité de mutuelle d'optique aux Etats-Unis ont également pesé sur la marge du groupe.

Charges opérationnelles ajustées⁶ : + 6,4 % à taux de change courants et + 3,5 % à taux de change constants²

Les Charges opérationnelles se sont élevées à 8 074 millions d'euros en 2019, représentant 46,4 % du chiffre d'affaires contre 46,9 % en 2018 et incluant les éléments suivants:

- Des frais de recherche & développement de 291 millions d'euros, stable en pourcentage du chiffres d'affaires, afin des poursuivre les investissements du groupe dans l'innovation.
- Des frais de commercialisation de 4 595 millions d'euros pour soutenir la dynamique de croissance des ventes du groupe, qui ont été positivement impactés par la baisse des dépenses passées liées à Sears.
- Des redevances de 168 millions d'euros, relatives aux marques du groupe opérées sous licence.
- Des frais de publicité et de marketing de 1 236 millions d'euros qui englobent tous les investissements pour générer de la croissance future. Ces dépenses ont inclus des efforts renouvelés dans des campagnes marketing pour les verres ophtalmiques, l'e-commerce, les lunettes de soleil et les lunettes prémontées, le lancement de Transitions Generation 8™ ainsi que dans les activités liées à la myopie. Le groupe a aussi lancé de nouvelles campagnes et partenariats pour ces principales marques de monture ainsi que pour ses principales enseignes (Sunglass Hut est revenu à la télévision après trois années d'absence, Oakley est devenu le sponsor officiel de la National Football League ou NFL américaine et enfin RayBan a lancé avec succès sa campagne solaire Sun).
- Des frais généraux et administratifs de 1 777 millions d'euros montrant une bonne maîtrise des couts de la part d'EssilorLuxottica, particulièrement durant le deuxième semestre de l'année.

Résultat opérationnel ajusté⁶ : + 7,4 % à taux de change courants et + 3,3 % à taux de change constants²

Le Groupe a présenté un Résultat opérationnel ajusté⁶ de 2 812 millions d'euros, représentant 16,2 % du chiffre d'affaires, stable par rapport à 2018.

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

Le Coût de l'endettement financier net ajusté⁶ s'est élevé à 115 millions d'euros en 2019 contre 149 millions en 2018 suite à la diminution des coûts de financement du Groupe et malgré une sortie de trésorerie exceptionnelle pour la finalisation du rachat des actions restantes en circulation de Luxottica dans le cadre de l'Offre Publique d'Echange. L'émission obligataire de 5 milliards d'euros en novembre n'a pas eu d'impact significatif sur le Résultat financier en 2019. Les Autres produits / (charges) financiers se sont élevés à 24 millions d'euros dont 14 millions d'euros relatifs à Essilor et (2) millions d'euros ont été comptabilisés en Quote-part dans le résultat net des sociétés mises en équivalence.

Impôt sur le résultat ajusté⁶

La charge d'impôt ajustée⁶ s'est élevée à 618 millions d'euros, reflétant un taux d'impôt ajusté de 23,1 % en 2019 contre 24,1 % en 2018 du fait d'un mix géographique plus favorable et de la conclusion positive de certains contrôles fiscaux.

Résultat net part du groupe ajusté⁶ : + 9,3 % à taux de change courants et + 4,3 % à taux de change constants².

Etat de la situation financière consolidée, dette nette et flux de trésorerie

<i>En millions d'euros</i>	31 Déc. 2019	31 Déc. 2018*	Variation	<i>En millions d'euros</i>	31 Déc. 2019	31 Déc. 2018*	Variation
Écarts d'acquisition	24 074	23 486	588	Capitaux propres	35 332	33 403	1 929
Immobilisations incorporelles, corporelles et droit d'utilisation	16 934	17 143	(209)	Dettes financières non courantes et dettes de loyer	8 484	4 045	4 439
Autres actifs non courants	825	762	63	Autres passifs non courants	3 150	3 477	(327)
Actifs non courants	41 833	41 391	442	Capitaux propres et passifs non courants	46 966	40 925	6 041
Stocks et en cours, Créances clients	4 578	4 382	196	Dettes financières courantes et dettes de loyer	932	1 657	(725)
Autres actifs courants	1 336	782	554	Dettes fournisseurs	1 770	1 744	26
Trésorerie et équivalents de trésorerie	4 836	1 829	3 007	Autres passifs courants	2 915	4 072	(1 157)
Actifs courants	10 750	6 993	3 757	Passifs courants	5 617	7 473	(1 856)
Actifs destinés à être cédés	0	14	(14)				
ACTIFS	52 583	48 398	4 185	CAPITAUX PROPRES ET PASSIFS	52 583	48 398	4 185

*Les données comparatives ont été retraitées pour refléter la première application d'IFRS 16 – *Contrats de location*, ainsi que la finalisation de la comptabilisation de l'acquisition des actifs identifiables et des passifs repris d'Essilor par Luxottica.

Les *écarts d'acquisition* ont augmenté de 588 millions d'euros, dont 206 millions d'euros résultant des acquisitions réalisées en 2019, et 382 millions d'euros résultant de fluctuations des taux de change (y compris les fluctuations des taux de change sur les écarts d'acquisition procédant du rapprochement entre Essilor et Luxottica, de l'ordre de 333 millions d'euros).

Les *immobilisations incorporelles*, les *immobilisations corporelles* et le *droit d'utilisation* sont principalement liés aux actifs incorporels comptabilisés dans le cadre de l'allocation du prix d'acquisition finalisée sur le Rapprochement d'Essilor et Luxottica pour environ 11 milliards d'euros et aux actifs liés au droit d'utilisation comptabilisés suite à la mise en œuvre de la nouvelle norme comptable IFRS 16 *Contrats de location*. L'augmentation globale de la *trésorerie et des équivalents de trésorerie* et des *autres actifs courants* est principalement liée au produit de l'émission des 5 milliards d'obligations intervenue en novembre 2019 (comme indiqué au paragraphe 1.2.2).

Les *capitaux propres* ont augmenté principalement en raison du résultat de l'exercice (1 670 millions d'euros, y compris les autres éléments du résultat global), des augmentations de capital liées aux procédures d'*offre publique de retrait* et de *retrait obligatoire* des actions Luxottica, telles que décrites au paragraphe 1.2.2 - Faits caractéristiques (1 019 millions d'euros) et des paiements en actions comptabilisés en 2019 (154 millions d'euros), tandis qu'ils ont diminué de 959 millions d'euros suite à la distribution de dividendes.

Les *autres passifs courants* ont diminué de 1 157 millions d'euros, dont 1 667 millions liés à l'option de vente à court terme représentant l'obligation pour EssilorLuxottica d'acheter en espèces toutes les actions Luxottica non encore détenues par le Groupe au 31 décembre 2018. Au cours des premiers mois de 2019, à la suite de la finalisation des procédures d'*offre publique de retrait* et de *retrait obligatoire*, le Groupe a engagé un montant total de 641 millions d'euros en faveur des actionnaires de Luxottica qui ont offert leurs actions en échange d'espèces et qui ont donc annulé l'engagement au titre de l'option de vente comptabilisé au 31 décembre 2018.

Endettement net

L'endettement net du Groupe (hors passif lié à l'obligation locative) a atteint 1 898 millions d'euros à la fin décembre 2019, soit une hausse de 11 millions d'euros par rapport à la situation d'endettement net à la fin décembre 2018.

<i>En millions d'euros</i>	31 décembre 2019	31 décembre 2018 *
Dettes financières à long terme	6 864	2 564
Dettes financières à court terme	403	1 176
TOTAL PASSIFS	7 268	3 740
Investissements court terme	(500)	-
Trésorerie et équivalents de trésorerie	(4 836)	(1 829)
TOTAL ACTIFS	(5 336)	(1 829)
Instruments dérivés de taux d'intérêt (couverture de juste valeur)	(34)	(25)
ENDETTEMENT FINANCIER NET hors dettes de loyer	1 898	1 887
Dettes de loyer (courantes et non courantes)	2 148	1 962
ENDETTEMENT FINANCIER NET	4 046	3 849

*Les données comparatives ont été retraitées pour refléter la première application d'IFRS 16 – *Contrats de location*, ainsi que la finalisation de la comptabilisation de l'acquisition des actifs identifiables et des passifs repris d'Essilor par Luxottica.

Flux de trésorerie

Le cash-flow opérationnel avant variation du fonds de roulement s'est élevé à 3 351 euros en 2019.

Les variations des besoins en fonds de roulement ont atteint 52 millions d'euros en déduction du cash-flow opérationnel.

Les investissements industriels se sont élevés à 903 millions d'euros, représentant 5,2 % du chiffre d'affaires du Groupe.

Le cash-flow libre⁷ normalisé pour les impacts de la norme IFRS 16 s'est élevé à 1 825 millions d'euros.

<i>En millions d'euros</i>			
Flux nets provenant des opérations (avant variation des BFR ^(a))	3 351	Variation des BFR ^(a)	52
Produit de l'augmentation du capital social	32	Investissements industriels	903
Variation de la dette nette (hors passif lié à l'obligation locative)	11	Paiements en numéraire au titre du passif lié à l'obligation locative	571
Autre	21	Résultat distribué	959
		Acquisitions et autres investissements, nets de cession ^(b)	289
		Portion en numéraire de l'OPE	641

(a) Besoins en fonds de roulement.

(b) Investissements financiers nets de trésorerie acquise, plus les dettes des sociétés nouvellement consolidées.

Investissements réalisés et prévus pour 2020

En millions d'euros	EssilorLuxottica	Essilor		Luxottica	
	2019	2018	2017	2018	2017
Investissements corporels et incorporels (bruts de cession)	903	334	308	593	666
Amortissements des immobilisations incorporelles et corporelles	2 121	361	375	515	541
Investissements financiers nets de trésorerie acquise	370	270	334	19	136
Achat d'actions propres	0	0	0	0	0

Investissements

Dans le domaine industriel, les investissements se sont élevés à 903 millions d'euros en 2019, soit 5,2 % du chiffre d'affaires, contre 927 millions d'euros l'année précédente. L'exercice 2018 avait été marqué par des investissements significatifs dans un nouveau centre logistique en Italie ; le reste des investissements récurrents est en hausse et reflète les développements du groupe en terme d'infrastructure IT et de réseau de distribution.

Acquisitions

Les investissements nets de trésorerie acquise se sont élevés à 370 millions d'euros en 2019 contre 289 millions en 2018. Ces investissements intègrent principalement les acquisitions de l'année, notamment l'achat de Barberini S.p.A., le leader mondial du verre solaire minéral, et de Brille 24 dans le secteur de la vente en ligne, Devlyn au Mexique, Future en Suède et Optimed dans la division instruments. Ces investissements intègrent, dans une moindre mesure, les compléments de prix relatifs aux acquisitions réalisées les années précédentes.

Principaux investissements à venir

En 2020, le Groupe poursuivra ses investissements industriels dans le domaine de la production, le développement du réseau de distribution, l'intégration de ses activités et poursuivra également sa stratégie de croissance externe via des acquisitions et partenariats ciblés.

Acquisitions et partenariats

EssilorLuxottica a réalisé 29 transactions en 2019, qui représentent un chiffre d'affaires cumulé de près de 218 millions d'euros en base annuelle. Les principales opérations sont indiquées dans le tableau ci-dessous:

Société	Pays	Activité	Chiffre d'affaires en base annuelle	% d'intérêts	Date d'entrée dans le périmètre
Vente de gros					
Barberini	Italie	Fabricant de verres optiques solaires	85 millions ¹ d'euros	100 %	Septembre 2019
Verres et matériel optique – Amérique latine					
Devlyn	Mexique	Laboratoire de prescription intégré opérant des magasins d'optique	13 millions d'euros	100 %	Juillet 2019
Sunglasses & Readers					
Future	Suède	Distribution de lunettes de soleil et de lecture	14 millions d'euros	100 %	Novembre 2019
Vente en ligne					
Brille 24	Allemagne	Plateforme de vente en ligne de produits optiques	25 millions d'euros	100 %	Avril 2019
Instruments					
Optimed	Australie et Nouvelle-Zélande	Distribution d'instruments ophtalmiques	11 millions d'euros	75 %	Septembre 2019

Le 5 décembre 2019, EssilorLuxottica a annoncé la finalisation de la cession de sa participation de 100 % dans Merve Optik en Turquie. Merve est l'un des principaux grossistes turcs de lunettes de soleil et de montures optiques, avec cinq marques propres (Ossé, Mustang, Hawk, Optelli, Soleil) et seize marques sous licence de Marcolin, pour un chiffre d'affaires total d'environ 19 millions d'euros en 2018. Cette cession a été réalisée conformément aux engagements pris par Essilor et Luxottica devant l'autorité turque de la concurrence pour obtenir son approbation du projet de rapprochement entre Essilor et Luxottica.

¹ chiffre d'affaires annuel consolidé de Barberini S.p.A. sur une base individuelle, tel qu'il a été communiqué lors de l'annonce de l'acquisition (le 22 juin 2019) et qui ne représente pas la contribution nette au chiffres d'affaires du groupe EssilorLuxottica.

Événements importants survenus depuis la clôture

GrandVision

La Commission Européenne a ouvert une Phase II dans le cadre de la procédure d'examen du projet d'acquisition de GrandVision par EssilorLuxottica. L'opération a été autorisée sans condition aux Etats-Unis, en Russie et en Colombie, et est actuellement en cours d'examen au Brésil, au Chili, au Mexique et en Turquie. La société est confiante dans le fait que la Phase II sera conclue en temps opportun et coopérera étroitement avec la Commission Européenne pour expliquer en détail les raisons du projet d'acquisition ainsi que les avantages que celui-ci apportera aux clients, aux consommateurs et à l'ensemble des acteurs de l'industrie. La société réaffirme l'objectif de finaliser la transaction dans les 12 à 24 mois suivant la date de l'annonce du 31 juillet 2019, en coopération avec les autorités compétentes.

Optical House

Le 3 janvier 2020, EssilorLuxottica a finalisé l'acquisition de 51 % des parts d'Optical House, le premier acteur du marché de l'optique en Ukraine. Optical House opère à travers un réseau d'environ 190 magasins sous la marque Luxoptica et constitue la première plateforme de vente en gros de verres, de montures et de lentilles de contact du pays. En 2019, Optical House a généré un chiffre d'affaires d'environ 65 millions d'euros.

COVID-19

L'épidémie actuelle de COVID-19 impacte négativement l'activité du groupe en Grande Chine, qui représente environ 5% de son chiffre d'affaires consolidé. A ce stade, le virus a également légèrement affecté l'activité du groupe dans d'autres régions. Aux niveaux actuels, les stocks sont suffisants pour faire face à plusieurs semaines de demande.

En termes de production, les usines d'EssilorLuxottica en Chine fonctionnent actuellement à capacité légèrement réduite mais en voie de normalisation rapide, tandis que les usines en Italie et tous les autres sites tournent actuellement à pleine capacité. Des plans de réorganisation de la production peuvent être activés dans l'éventualité où l'épidémie se prolongerait. Ils viseraient à tirer parti de l'infrastructure mondiale du groupe. EssilorLuxottica peut s'appuyer sur un réseau mondial d'usines et de laboratoires, qui permettent flexibilité et continuité.

Fraude

Le groupe a annoncé le 30 décembre 2019 qu'il avait découvert une fraude financière au sein d'une usine Essilor en Thaïlande. Depuis cette date, Essilor International a mis en place un large éventail de mesures palliatives sous la supervision du Conseil d'administration d'EssilorLuxottica. Une équipe dédiée a été constituée autour du Directeur Général d'Essilor International pour agir sur trois fronts :

- Le recouvrement des fonds détournés : la société a réussi à bloquer des fonds sur divers comptes en banque dans plusieurs juridictions. Leur recouvrement effectif devrait prendre plusieurs mois. Le traçage de fonds supplémentaires est, par ailleurs, en cours. Toutes ces mesures visent à réduire l'impact financier total pour le groupe, par rapport aux 185 millions d'euros actuellement enregistrés dans ses comptes.
- Les actions légales : des poursuites d'ordre criminel contre les auteurs et bénéficiaires de la fraude ont été diligentées dans de multiples juridictions et tous les moyens légaux pour engager la responsabilité des tiers concernés sont envisagés, afin d'obtenir des dommages et intérêts en réparation du préjudice subi par le groupe.
- Les actions internes : les contrôles internes et les mesures de sécurité ont été renforcés au niveau mondial. Par ailleurs, suite à la fraude, Essilor International a réorganisé son département Trésorerie ainsi que son sa structure managériale locale en Thaïlande.

Des mesures supplémentaires ont été initiées et sont en cours de mise en œuvre pour améliorer les procédures de contrôle du groupe. Ceci a été défini comme une priorité et sera suivi en conséquence.

Changements dans l'équipe de direction

EssilorLuxottica confirme que la recherche d'un nouveau Directeur Général suit son cours. Des candidats internes à l'entreprise sont désormais également considérés. La nomination effective est prévue d'ici la fin de l'année 2020.

David Wielemans est nommé co-Directeur Financier d'EssilorLuxottica aux côtés de Stefano Grassi, en remplacement d'Hilary Halper.

Ariel Bauer est nommé co-Directeur des Relations Investisseurs d'EssilorLuxottica aux côtés de Giorgio Iannella, en remplacement de Véronique Gillet.

Notes

1. **Pro forma** : l'information financière consolidée pro forma consolidée non auditée est présentée à titre illustratif seulement dans le but de permettre une comparaison avec l'année achevée le 31 décembre 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 effets du rapprochement entre Essilor et Luxottica et des impacts d'autres événements inhabituels, occasionnels ou sans rapport avec les activités normales, 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
EXTRAITS DES INFORMATIONS FINANCIÈRES CONSOLIDÉES PRO FORMA NON AUDITÉES RETRAITÉES

En millions d'euros	2018 RETRAITÉ							
	Compte de résultat 2018 EssilorLuxottica Retraité	Comptes 9 mois 2018 Essilor Retraités	Allocation du prix d'acquisition - ajustements du 1 jan. 2018 30 sep. 2018 Retraîtée	Autres ajustements	Informations pro forma EssilorLuxottica Retraîtées	Élimination des ajustements liés à l'allocation du prix d'acquisition sur 12 mois	Autres ajustements « non-GAAP »	EssilorLuxottica données pro forma ajustées Retraîtées
Chiffre d'affaires	10 833	5 537	-	(176)	16 194	-	-	16 194
Coût des ventes	(3 961)	(2 286)	(60)	176	(6 131)	119	27	(5 985)
Marge brute	6 872	3 251	(60)	-	10 063	119	27	10 209
% du chiffre d'affaires	63,4%	58,7%			62,1%			63,0%
Frais de recherche et développement	(190)	(149)	(193)	-	(531)	257	-	(275)
Frais de commercialisation	(3 389)	(997)	(210)	-	(4 596)	280	7	(4 308)
Redevances	(157)	(6)	-	-	(163)	-	-	(163)
Frais de publicité et de marketing	(745)	(392)	(68)	-	(1 206)	91	-	(1 115)
Frais généraux et administratifs	(987)	(882)	(8)	(131)	(2 008)	11	278	(1 719)
Autres produits / (charges) opérationnels	(5)	(42)	-	-	(47)	-	36	(11)
Total des charges opérationnelles	(5 473)	(2 468)	(479)	(131)	(8 552)	639	322	(7 591)
Résultat opérationnel	1 399	783	(539)	(131)	1 511	758	349	2 618
% du chiffre d'affaires	12,9%	14,1%			9,3%			16,2%
Coût de l'endettement financier net	(100)	(48)	5	(5)	(148)	(6)	5	(149)
Autres produits / (charges) financiers	(9)	(7)	-	6	(11)	-	-	(11)
Quote-part dans le résultat net des sociétés mises en équivalence	0	0	-	(1)	(0)	-	-	(0)
Résultat avant impôt	1 289	728	(534)	(131)	1 352	752	354	2 458
% du chiffre d'affaires	11,9%	13,1%			8,3%			15,2%
Impôts sur le résultat	(139)	(214)	106	27	(221)	(297)	(74)	(593)
Taux effectif d'impôt	10,8%	29,4%			16,3%			24,1%
Résultat net	1 150	514	(428)	(105)	1 131	455	279	1 866

EXTRAITS DES ÉTATS FINANCIERS CONSOLIDÉS DU GROUPE

Compte de résultat consolidé

<i>En millions d'euros</i>	2019	<i>Retraité</i> 2018^(a)
Chiffre d'affaires	17 390	10 833
Coût des ventes	(6 573)	(3 961)
MARGE BRUTE	10 817	6 872
Frais de recherche et développement	(548)	(190)
Frais de commercialisation	(4 918)	(3 389)
Redevances	(168)	(157)
Frais de publicité et de marketing	(1 331)	(745)
Frais généraux et administratifs	(2 000)	(987)
Autres produits / (charges) opérationnels	(174)	(5)
Total des charges opérationnelles	(9 138)	(5 473)
RÉSULTAT OPÉRATIONNEL	1 678	1 399
Coût de l'endettement financier net	(117)	(100)
Autres produits / (charges) financiers	(25)	(9)
Quote-part dans le résultat net des sociétés mises en équivalence	(2)	0
RÉSULTAT AVANT IMPÔT	1 534	1 289
Impôts sur le résultat	(350)	(139)
RÉSULTAT NET	1 185	1 150
dont:		
Part du Groupe	1 077	1 083
Part des participations ne donnant pas le contrôle	108	67
Nombre moyen pondéré d'actions en circulation:		
	434 084	
De base	752	260 699 711
	441 137	
Dilué	525	266 246 307
Résultat net part du Groupe :		
De base	2,48	4,16
Dilué	2,44	4,07

(a) Les données comparatives ont été retraitées pour refléter la première application d'IFRS 16 – *Contrats de location* ainsi que la finalisation de la comptabilisation de l'acquisition des actifs identifiables et des passifs repris d'Essilor par Luxottica.

État de la situation financière consolidée

Actif

	31 décembre 2019	<i>Retraité</i> 31 décembre 2018^(a)
<i>En millions d'euros</i>		
Goodwill	24 074	23 486
Immobilisations incorporelles	11 300	11 975
Immobilisations corporelles	3 620	3 339
Droit d'utilisation	2 014	1 828
Titres mis en équivalence	18	22
Autres actifs non courants	378	399
Impôts différés actifs	429	341
TOTAL ACTIFS NON COURANTS	41 833	41 391
Stocks et en cours	2 166	2 034
Créances clients	2 411	2 348
Créances d'impôt	94	128
Autres actifs courants	1 243	655
Trésorerie et équivalents de trésorerie	4 836	1 829
TOTAL ACTIFS COURANTS	10 750	6 993
Actifs destinés à être cédés	-	14
TOTAL DE L'ACTIF	52 583	48 398

(a) Les données comparatives ont été retraitées pour refléter la première application d'IFRS 16 – *Contrats de location* ainsi que la finalisation de la comptabilisation de l'acquisition des actifs identifiables et des passifs repris d'Essilor par Luxottica.

Passif

	31 décembre 2019	Retraité 31 décembre 2018 ^(a)
<i>En millions d'euros</i>		
Capital	79	77
Primes d'émission	21 979	20 931
Actions propres	(68)	(92)
Autres réserves	11 730	10 901
Résultat net part du Groupe	1 077	1 083
CAPITAUX PROPRES PART DU GROUPE	34 796	32 899
Capitaux propres attribuables aux participations ne donnant pas le contrôle	536	504
TOTAL DES CAPITAUX PROPRES	35 332	33 403
Dettes financières non courantes	6 864	2 564
Dettes de loyers non courantes	1 619	1 481
Avantages du personnel	556	459
Provisions non courantes	265	525
Autres passifs non courants	193	226
Impôts différés passifs	2 137	2 267
TOTAL PASSIFS NON COURANTS	11 634	7 522
Dettes financières courantes	403	1 176
Dettes de loyers courantes	529	481
Dettes fournisseurs	1 770	1 745
Dettes d'impôt	455	99
Provisions courantes	139	211
Autres passifs courants	2 320	3 762
TOTAL PASSIFS COURANTS	5 617	7 474
TOTAL DU PASSIF	52 583	48 398

(a) Les données comparatives ont été retraitées pour refléter la première application d'IFRS 16 – *Contrats de location* ainsi que la finalisation de la comptabilisation de l'acquisition des actifs identifiables et des passifs repris d'Essilor par Luxottica.

Tableau des flux de trésorerie consolidés

<i>En millions d'euros</i>	2019	<i>Retraité</i> 2018^(a)
RÉSULTAT NET	1 185	1 150
Amortissements des immobilisations incorporelles, corporelles et du droit d'utilisation	2 121	1 219
Résultat des cessions d'actifs	(43)	2
Charges relatives aux paiements fondés sur des actions	154	76
Impôts sur le résultat	350	139
Résultat financier, net	142	109
Autres éléments sans incidence sur la trésorerie	29	30
Dotation (reprise) nette aux provisions	32	(175)
Variation du besoin en fonds de roulement	(52)	284
Impôts payés, net	(502)	(352)
Frais financiers payés, net	(116)	(124)
FLUX DE TRÉSORERIE PROVENANT DES ACTIVITÉS OPÉRATIONNELLES	3 299	2 359
Acquisitions d'immobilisations corporelles et incorporelles	(903)	(710)
Cession d'immobilisations corporelles et incorporelles	30	-
Acquisition de filiales, net de la trésorerie acquise	(370)	753
Variation des autres actifs non financiers	(13)	(5)
Variation des autres actifs financiers	(437)	-
FLUX DE TRÉSORERIE PROVENANT DES ACTIVITÉS D'INVESTISSEMENT	(1 692)	38
Augmentation de capital	32	31
Cession nette / (acquisition nette) d'actions propres	-	15
Dividendes versés:		
- aux actionnaires du Groupe	(887)	(484)
- aux détenteurs de participations ne donnant pas le contrôle	(72)	(7)
Opérations relatives aux participations ne donnant pas le contrôle	(628)	(13)
Remboursements du principal des dettes de loyers	(571)	(455)
Émissions d'obligations, de placements privés et d'autres dettes financières à long terme	4 954	-
Remboursements d'obligations, de placements privés et d'autres dettes financières à long terme	(1 324)	(293)
Variations des autres dettes financières (à court et long terme)	(125)	(504)
FLUX DE TRÉSORERIE PROVENANT DES ACTIVITÉS DE FINANCEMENT	1 379	(1 710)
VARIATION DE LA TRÉSORERIE ET DES ÉQUIVALENTS DE TRÉSORERIE	2 985	687
Trésorerie et équivalents de trésorerie au début de l'exercice	1 829	1 159
Incidence des variations des taux de change	22	5
TRÉSORERIE ET ÉQUIVALENTS DE TRÉSORERIE A LA CLÔTURE	4 836	1 852

(a) Les données comparatives ont été retraitées pour refléter la première application d'IFRS 16 – *Contrats de location* ainsi que la finalisation de la comptabilisation de l'acquisition des actifs identifiables et des passifs repris d'Essilor par Luxottica.