

EssilorLuxottica

Résultats T4 et annuels 2023

2023 : nouvelle année record pour EssilorLuxottica

- Hausse de +7,1 % du chiffre d'affaires du Groupe au T4 et sur l'année à taux de change constants¹ ; troisième année consécutive supérieure à 7 %
- Belle accélération en Amérique du Nord au T4 ; la région EMEA maintient le rythme soutenu du T3
- L'innovation, moteur clé, avec Stellest, Varilux XR et Ray-Ban Meta
- Renforcement du portefeuille des montures avec de nouvelles marques ; croissance à deux chiffres des licences
- Nuance Audio, innovation disruptive, présentée avec succès au CES de Las Vegas
- Marge opérationnelle ajustée² à 16,9 % à taux de change constants¹
- Cash-flow libre⁵ à 2,4 milliards d'euros sur l'année, après d'importants investissements dans les opérations, le numérique et les technologies d'IA
- Dividende proposé de 3,95 euros par action, en hausse de 22 % par rapport à 2022
- Renforcement de l'engagement des salariés ; définition des nouvelles valeurs du Groupe

Charenton-le-Pont, France (14 février 2024 – 18h00) – Le Conseil d'administration d'EssilorLuxottica, qui s'est réuni le 14 février 2024, a arrêté les comptes consolidés de l'exercice 2023. Ces comptes ont été audités par les Commissaires aux comptes dont le rapport d'audit est en cours d'émission.

Francesco Milleri, Président-Directeur Général, et Paul du Saillant, Directeur Général Délégué d'EssilorLuxottica ont commenté :

« Nous sommes ravis de partager ces résultats robustes : EssilorLuxottica a réalisé une nouvelle année de croissance¹ supérieure à 7 %, avec une accélération au 4^{ème} trimestre et une contribution de chacune des régions. Nous avons maintenu une forte rentabilité, avec un résultat net part du groupe ajusté² de près de 3 milliards d'euros et un cash-flow libre⁵ à 2,4 milliards d'euros.

2023 a été une année d'investissements majeurs : nous avons continué de développer de nouvelles catégories de produits, avec notamment Stellest sur la myopie et Ray-Ban Meta sur les lunettes connectées, ajouté des marques renommées telles que Moncler et Jimmy Choo à notre portefeuille, tiré parti de l'intelligence artificielle et de l'analyse des données, élargi notre empreinte industrielle et renforcé notre réseau de distribution dans le monde. Ces investissements permettront de soutenir l'évolution du Groupe et la transformation de l'industrie dans la prochaine décennie.

La présentation de Nuance Audio au CES a donné une forte visibilité à EssilorLuxottica et à notre offre disruptive dans le secteur de l'audition, qui connecte deux industries en alliant bonne vision et meilleure audition.

EssilorLuxottica

Nous avons progressé dans notre programme de développement durable Eyes on the Planet, notamment en atteignant la neutralité carbone en Europe. Nous continuons par ailleurs à fédérer nos collègues, de par le monde, autour d'une culture et de valeurs communes, et d'un actionnariat salarié qui rassemble près de 80 000 d'entre eux.

Forts de ces résultats et de cette dynamique, nous sommes confiants dans notre capacité à maintenir ce rythme et à atteindre nos objectifs à long-terme. Après 3 années de solides résultats, le Conseil d'administration a décidé à l'unanimité de distribuer un dividende de 3,95 euros par action. »

EssilorLuxottica

Faits marquants

Données clés du compte de résultat ajusté²

| <i>En millions d'euros</i> | 2023 Ajusté ² | 2022 Ajusté ² | À taux de change constants ¹ | À taux de change courants |
|-----------------------------------|------------------------------------|------------------------------------|---|---------------------------|
| Chiffre d'affaires | 25 395 | 24 494 | +7,1 % | +3,7 % |
| Marge brute | 16 090 | 15 606 | +6,7 % | +3,1 % |
| <i>En % du chiffre d'affaires</i> | | 63,7 % | 63,5 % | 63,4 % |
| Résultat opérationnel | 4 178 | 4 115 | +7,7 % | +1,5 % |
| <i>En % du chiffre d'affaires</i> | | 16,8 % | 16,9 % | 16,5 % |
| Résultat net part du groupe | 2 946 | 2 860 | +9,4 % | +3,0 % |
| <i>En % du chiffre d'affaires</i> | | 11,7 % | 11,9 % | 11,6 % |

Données clés du compte de résultat

| <i>En millions d'euros</i> | 2023 | 2022 | À taux de change constants ¹ | À taux de change courants |
|--|-------------|-------------|---|---------------------------|
| Chiffre d'affaires | 25 395 | 24 494 | +7,1 % | +3,7 % |
| Marge brute | 16 048 | 15 583 | +6,6 % | +3,0 % |
| Résultat opérationnel | 3 176 | 3 157 | +8,2 % | +0,6 % |
| Résultat net part du groupe | 2 289 | 2 152 | +14,3 % | +6,3 % |
| Résultat net par action de base (En euros) | 5,11 | 4,87 | | |
| Résultat net par action dilué (En euros) | 5,08 | 4,83 | | |

Chiffre d'affaires du Groupe par activité et par zone géographique

| <i>En millions d'euros</i> | 2023 | 2022 | À taux de change constants ¹ | À taux de change courants |
|----------------------------|---------------|---------------|---|---------------------------|
| Professional Solutions | 12 199 | 11 770 | +7,4 % | +3,6 % |
| Direct to Consumer | 13 195 | 12 724 | +6,9 % | +3,7 % |
| CHIFFRE D'AFFAIRES | 25 395 | 24 494 | +7,1 % | +3,7 % |

EssilorLuxottica

| <i>En millions d'euros</i> | T4 2023 | T4 2022 | À taux de change constants¹ | À taux de change courants |
|----------------------------|----------------|----------------|---|----------------------------------|
| Professional Solutions | 2 986 | 2 905 | +8,1 % | +2,8 % |
| Direct to Consumer | 3 264 | 3 201 | +6,1 % | +1,9 % |
| CHIFFRE D'AFFAIRES | 6 250 | 6 106 | +7,1 % | +2,4 % |

| <i>En millions d'euros</i> | 2023 | 2022 | À taux de change constants¹ | À taux de change courants |
|----------------------------|---------------|---------------|---|----------------------------------|
| Amérique du Nord | 11 637 | 11 492 | +4,2 % | +1,3 % |
| EMEA | 9 184 | 8 749 | +8,2 % | +5,0 % |
| Asie-Pacifique | 3 036 | 2 842 | +14,3 % | +6,8 % |
| Amérique latine | 1 537 | 1 410 | +9,9 % | +9,0 % |
| CHIFFRE D'AFFAIRES | 25 395 | 24 494 | +7,1 % | +3,7 % |

| <i>En millions d'euros</i> | T4 2023 | T4 2022 | À taux de change constants¹ | À taux de change courants |
|----------------------------|----------------|----------------|---|----------------------------------|
| Amérique du Nord | 2 910 | 2 892 | +5,9 % | +0,6 % |
| EMEA | 2 150 | 2 086 | +6,4 % | +3,1 % |
| Asie-Pacifique | 757 | 731 | +10,3 % | +3,6 % |
| Amérique latine | 433 | 398 | +12,7 % | +8,8 % |
| CHIFFRE D'AFFAIRES | 6 250 | 6 106 | +7,1 % | +2,4 % |

En 2023, EssilorLuxottica a réalisé pour la troisième année consécutive une croissance de son chiffre d'affaires à taux de change constants¹ supérieure à 7 %. L'année 2023 se clôture à +7,1 % par rapport à 2022, qui était en augmentation de +7,5 % par rapport à 2021⁴ et de +7,4 % en 2021⁴ par rapport à 2019⁴. En ce qui concerne les marges 2023, le résultat opérationnel ajusté² et le résultat net ajusté² du Groupe ont augmenté respectivement de 7,7 % et 9,4 % à taux de change constants¹ au cours d'une année où la pression inflationniste a impacté différents postes de coûts, en particulier le coût de la main d'œuvre.

Alors que le processus d'intégration du Groupe progresse avec succès, l'innovation reste au cœur de son identité et de sa stratégie. En témoigne le succès de deux nouvelles catégories de produits développées par EssilorLuxottica, à savoir les verres pour le contrôle de la myopie (notamment Stellest) et les lunettes connectées (Ray-Ban Meta, lancées en septembre 2023). En outre, et de manière encore plus ambitieuse, EssilorLuxottica s'intéresse également au nouveau domaine prometteur des aides auditives, avec le nouveau concept révolutionnaire des lunettes de Nuance Audio, destinées aux personnes souffrant de pertes auditives légères à modérées. Le produit a été présenté avec succès au CES de Las Vegas au début du mois de janvier 2024 et son lancement sur le marché est prévu pour le second semestre de l'année. Au cours de l'année 2023, EssilorLuxottica a également lancé la toute dernière génération Varilux XR series, signé des accords pour de nouvelles licences avec Jimmy Choo, Kodak (perpétuelle) et Moncler, ainsi qu'un accord de co-branding avec Roger Federer pour Oliver

EssilorLuxottica

Peoples. En ce qui concerne la vente de détail, le Groupe a renouvelé son accord de licence pour les magasins Target Optical et a signé un accord de joint-venture avec le groupe Chalhoub pour développer les activités de vente de détail dans la région du Conseil de Coopération du Golfe.

Au 4^{ème} trimestre de l'année, le Groupe a enregistré un chiffre d'affaires de 6 250 millions d'euros, en hausse de 7,1 % par rapport à l'année dernière à taux de change constants¹ (+2,4 % en termes courants), en progression par rapport aux +5,2 % du troisième trimestre. Sur l'année le chiffre d'affaires s'établit à 25 395 millions d'euros, en hausse de 7,1 % à taux de change constants¹. Les quatre régions et les deux segments ont contribué à cette performance, reflétant le modèle équilibré et diversifié des ventes du Groupe.

Au niveau géographique, les régions en développement ont été les plus performantes au cours du trimestre, avec une croissance à deux chiffres de l'Asie-Pacifique (+10,3 % à taux de change constants¹) et de l'Amérique latine (+12,7 %) grâce aux marchés clés que sont la Chine et le Brésil. Les régions matures ont également apporté leur contribution : l'Amérique du Nord (+5,9 %) a connu une nette progression par rapport au troisième trimestre, grâce au commerce de gros et de détail, et la région EMEA (+6,4 %) a confirmé le rythme soutenu du trimestre précédent sur les deux segments. L'année complète a reflété cette tendance, avec une progression plus rapide de l'Asie-Pacifique (+14,3 %) et de l'Amérique latine (+9,9 %) par rapport à la région EMEA (+8,2 %) et à l'Amérique du Nord (+4,2 %).

En termes de secteurs d'activité, la performance du chiffre d'affaires des deux divisions au cours du trimestre est de +8,1 % pour les Professional Solutions et de +6,1 % pour le Direct to Consumer à taux de change constants¹ (+2,8 % et +1,9 % en termes courants, respectivement). Sur l'ensemble de l'année, les performances ont suivi une tendance similaire, confirmant la stabilité de la part des deux divisions dans le chiffre d'affaires total du Groupe, soit 48 % pour les Professional Solutions et 52 % pour le Direct to Consumer. Les ventes à magasins physiques comparables³ ont progressé de plus de 5 % au quatrième trimestre et sur l'ensemble de l'année, avec comme seul moteur de croissance l'activité optique alors que l'activité solaire est restée stable sur ces deux périodes. Le chiffre d'affaires du e-commerce a été légèrement positif au cours du trimestre, à plus de 1,65 milliards d'euros pour l'ensemble de l'année (soit 7 % du chiffre d'affaires total du Groupe).

En ce qui concerne les produits, toutes les catégories sont dans l'ensemble alignées en termes de performance du chiffre d'affaires annuel à taux de change constants¹, à la seule exception des "vêtements, chaussures et accessoires" dont la performance n'a été que légèrement positive. La répartition de l'activité est inchangée, l'optique représentant environ les trois quarts du chiffre d'affaires total du Groupe et le solaire le dernier quart. En ce qui concerne les marques, Crizal et Varilux sont en tête pour les verres, et le chiffre d'affaires de Stellest a plus que doublé. Les montures ont été portées autant par les marques maison, avec une croissance de Ray-Ban similaire à celle du Groupe dans son ensemble, également soutenue par Ray-Ban Meta, que par les licences qui ont progressé de l'ordre de 15 %, tirées par les marques de Prada et d'Armani.

En termes de rentabilité, la performance du Groupe a connu une pression conjoncturelle plus forte en 2023, en raison de la poussée inflationniste de l'économie mondiale, d'incidences défavorables liés aux taux de change des principales devises ainsi que de nouveaux coûts destinés à soutenir les nouvelles initiatives mentionnées précédemment.

La marge brute ajustée² s'est élevée à 16 090 millions d'euros sur l'ensemble de l'année, atteignant 63,4 % du chiffre d'affaires, 30 points de base plus bas qu'en 2022 (ou -20 points de base à taux de change constants¹).

Le résultat opérationnel ajusté² a atteint 4 178 millions d'euros sur l'année, soit 16,5 % du chiffre d'affaires, contre 16,8 % en 2022, soit une dilution de la marge de 30 points de base, tandis qu'à taux

EssilorLuxottica

de change constants¹, la marge a augmenté de 10 points de base pour atteindre 16,9 % du chiffre d'affaires.

Le résultat net ajusté² du Groupe a atteint 2 946 millions d'euros sur l'année, soit 11,6 % du chiffre d'affaires, contre 11,7 % en 2022, soit une dilution de la marge de 10 points de base, tandis qu'à taux de change constants¹, la marge a augmenté de 20 points de base pour atteindre 11,9 % du chiffre d'affaires.

Le résultat opérationnel et le résultat net du Groupe directement extraits des états financiers consolidés IFRS se sont élevés respectivement à 3 176 millions d'euros et 2 289 millions d'euros pour l'ensemble de l'année.

Le cash-flow libre⁵ consolidé est de 2 394 millions d'euros pour l'ensemble de l'année.

Le Groupe a clôturé l'année avec 2,56 milliards d'euros de trésorerie et liquidités, et un endettement financier net⁶ de 9,10 milliards d'euros (y compris 3,24 milliards d'euros de dettes liées aux contrats de location), contre un endettement financier net⁶ de 10,25 milliards d'euros à fin 2022.

EssilorLuxottica

Nombre de magasins au 31 décembre 2023

| | Amérique du Nord | EMEA | Asie-Pacifique | Amérique latine | Magasins du Groupe | Franchisés & Autres | Total |
|-------------------------------|------------------|--------------|----------------|-----------------|--------------------|---------------------|---------------|
| Sunglass Hut | 1 652 | 572 | 314 | 411 | 2 949 | 232 | 3 181 |
| LensCrafters | 1 014 | | 87 | | 1 101 | 5 | 1 106 |
| Vision Express | | 855 | | | 855 | 152 | 1 007 |
| Apollo | | 682 | | | 682 | 223 | 905 |
| Target Optical | 574 | | | | 574 | | 574 |
| MasVisión | | 71 | | 469 | 540 | 7 | 547 |
| Pearle | | 509 | | | 509 | 218 | 727 |
| Générale d'Optique | | 392 | | | 392 | 291 | 683 |
| OPSM | | | 377 | | 377 | 25 | 402 |
| GMO | | | | 351 | 351 | | 351 |
| GrandOptical | | 326 | | | 326 | 76 | 402 |
| GrandVision | | 275 | | 47 | 322 | 31 | 353 |
| Oakley | 187 | 13 | 78 | 25 | 303 | 79 | 382 |
| Atasun Optik | | 299 | | | 299 | 33 | 332 |
| Ray-Ban | 37 | 53 | 131 | 44 | 265 | | 265 |
| Synoptik | | 248 | | | 248 | | 248 |
| Salmoiraghi & Viganò | | 247 | | | 247 | 24 | 271 |
| Luxoptica | | 221 | | | 221 | | 221 |
| Mujosh | | | 144 | | 144 | 363 | 507 |
| Aojo | | | 109 | | 109 | 151 | 260 |
| Pearle Vision | 108 | | | | 108 | 462 | 570 |
| MultiÓpticas | | 108 | | | 108 | 112 | 220 |
| Bolon | | | 72 | | 72 | 182 | 254 |
| Óticas Carol | | | | 24 | 24 | 1 426 | 1 450 |
| Autres | 260 | 1 113 | 132 | 735 | 2 240 | 131 | 2 371 |
| Total EssilorLuxottica | 3 832 | 5 984 | 1 444 | 2 106 | 13 366 | 4 223 | 17 589 |

EssilorLuxottica

Perspectives à long terme

Le Groupe confirme son objectif de croissance annuelle du chiffre d'affaires de l'ordre de 5 % entre 2022 et 2026 à taux de change constants¹ (sur la base du chiffre d'affaires 2021 *pro forma*⁴) et anticipe l'atteinte d'un résultat opérationnel ajusté² de l'ordre de 19 à 20 % du chiffre d'affaires à l'issue de cette période.

Dividende

La recommandation du Conseil d'administration aux actionnaires, lors de l'Assemblée générale annuelle qui se tiendra le 30 avril 2024, sera d'approuver le paiement d'un dividende de 3,95 euros par action. Les actionnaires se verront offrir la possibilité de recevoir leur dividende en numéraire ou en actions nouvellement émises. La date de détachement sera le 6 mai 2024 et le dividende sera payé, ou les actions émises, en date du 3 juin 2024.

Rachat d'actions

À la fin de l'année 2023, le Groupe détient 1 803 854 de ses propres actions (0,4 % du capital social), grâce à l'achat de 1 801 923 actions dans le cadre de programmes de rachat lancés tout au long de l'année 2023 et à la livraison de plus de 2 millions d'actions au cours de l'année (attributions d'actions de performance, plans de stock-options, et plans d'actionnariat salarié).

L'actionnariat salarié

Le nombre total d'actionnaires salariés actifs du Groupe, répartis sur 86 pays, est actuellement de 77 500, contre 72 000 en 2022 et près de 67 000 en 2021. Le plan international d'actionnariat « Boost 2023 » a atteint un taux de souscription de 67 %.

Ce résultat reflète la confiance des équipes dans la stratégie et les performances du Groupe. Alignant les intérêts des collaborateurs avec ceux du Groupe et des autres actionnaires, l'actionnariat salarié est un pilier de la culture d'EssilorLuxottica.

EssilorLuxottica

Mission

La mauvaise vision non corrigée touche 2,7 milliards de personnes dans le monde, avec un impact disproportionné sur les populations vulnérables, entravant l'éducation, la sécurité et l'inclusion sociale. EssilorLuxottica, qui reconnaît le pouvoir de transformation d'une bonne vision, a pour mission d'aider les populations du monde entier à « mieux voir et à mieux être ».

En 2023, OneSight EssilorLuxottica Foundation a considérablement renforcé ses actions au niveau mondial, accélérant ainsi les progrès par rapport à l'ambition du Groupe de contribuer à éliminer la mauvaise vision non corrigée en une génération. En collaboration avec des partenaires qui partagent son approche, OneSight EssilorLuxottica Foundation a fourni à 177 millions de personnes un accès durable à des services de santé visuelle, distribué plus de 14 millions de paires de lunettes à des personnes défavorisées et créé plus de 4 900 points d'accès permanents, améliorant la santé visuelle dans des régions qui n'y avaient pas accès jusqu'alors.

Parmi les accomplissements notables de 2023 figure l'implantation de OneSight EssilorLuxottica Foundation en Amérique latine, afin d'apporter la santé visuelle à plus de 190 millions de personnes souffrant d'une mauvaise vision non corrigée dans cette région.

Lors de la Journée Mondiale de la Vue, plus de 270 000 bénéficiaires ont été dépistés grâce aux initiatives du Groupe dans le monde et 108 000 paires de lunettes ont été distribuées dans 49 pays. Au cours de l'année, plus de 3 800 salariés d'EssilorLuxottica et 2 120 volontaires non rattachés à EssilorLuxottica ont soutenu OneSight EssilorLuxottica Foundation en tant que bénévoles et en participant à du mécénat de compétences, améliorant ainsi la santé visuelle dans leurs régions.

Les partenariats avec des ambassadeurs célèbres influents et des marques phares d'EssilorLuxottica ont renforcé le rôle de OneSight EssilorLuxottica Foundation en ligne avec les objectifs globaux et ont souligné le besoin critique d'une bonne vision pour tendre vers un monde plus équitable.

Depuis 2013, les activités caritatives du Groupe ont établi une présence dans 130 pays à travers le monde, apportant des solutions de santé visuelle à plus de 762 millions de personnes au total, distribuant des lunettes à 71,8 millions d'individus et établissant 27 700 points ruraux d'accès à l'optique.

Développement durable

Depuis le lancement de son programme de développement durable « Eyes on the Planet » en 2021, EssilorLuxottica continue d'obtenir d'excellents résultats sur chacun de ses piliers stratégiques - carbone, circularité, bonne vision dans le monde, inclusion et éthique - et franchit de nouvelles étapes dans l'adoption de pratiques durables sur l'ensemble de sa chaîne de valeur.

Parmi les réalisations les plus importantes de 2023, le Groupe a atteint l'objectif de neutralité carbone pour ses activités directes (scopes 1 et 2) en Europe, après l'avoir atteint en Italie et en France à la fin de 2021. En continuant à améliorer l'efficacité énergétique de ses installations et en augmentant l'autoproduction et l'utilisation d'énergie renouvelable, EssilorLuxottica prépare le terrain pour devenir neutre en carbone sur les scopes 1 et 2 à l'échelle mondiale d'ici 2025. En outre, le Groupe s'est engagé à fixer des objectifs de réduction des émissions à court terme conformément à l'initiative "Science-Based Targets" (SBTi), renforçant ainsi ses efforts de lutte contre le changement climatique.

L'engagement climatique d'EssilorLuxottica est étroitement lié à son objectif de circularité tout au long de la chaîne de valeur, en tirant parti de l'innovation durable dans les matériaux, les processus, les produits et les services. En 2023, l'approche de la circularité s'est étendue aux activités de vente de détail, en favorisant l'allongement de la durée de vie des produits grâce aux réparations en magasin,

EssilorLuxottica

aux modèles d'abonnements et à la possibilité de recycler ou de réutiliser les lunettes usagées. EssilorLuxottica investit considérablement dans la durabilité de ses magasins, en se concentrant sur l'efficacité énergétique, l'utilisation circulaire des matériaux, la gestion des déchets et un plan triennal de certification WELL dans 400 magasins à travers l'Europe et les États-Unis.

Conformément à son engagement sans faille en faveur des normes éthiques, le Groupe a actualisé son Code d'éthique et a franchi une étape importante en mettant en place un nouveau Code de conduite pour ses partenaires commerciaux afin d'établir des pratiques harmonisées, de clarifier les attentes et les principes éthiques, ainsi que de protéger les droits de l'Homme et le droit du travail tout au long de la chaîne de valeur. En outre, le Groupe a lancé son système de signalement interne SpeakUp, qui fait partie de son approche éthique. Ce système permet non seulement aux salariés d'être acteurs sur le sujet, mais il offre aussi à certaines parties prenantes externes la possibilité de signaler, en toute confidentialité, tout comportement contraire à l'éthique ou illégal.

En 2023, Leonardo, la plateforme de formation du Groupe, a lancé une série d'initiatives à fort impact dans diverses régions, avec pour objectif principal de favoriser un dialogue ouvert entre les salariés et d'entretenir un environnement professionnel inclusif. Ces efforts visaient non seulement à améliorer les compétences individuelles, mais aussi à encourager une culture d'entreprise qui valorise la diversité, facilite la communication et prône l'inclusion.

Conformément à son engagement à promouvoir la sensibilisation sur l'importance d'une bonne vision, les efforts d'EssilorLuxottica en 2023 comprennent une campagne de collaboration avec l'Envoyé spécial des Nations Unies pour la sécurité routière. L'objectif est de plaider en faveur d'une bonne vision pour tous les usagers de la route. En outre, le Groupe a mené des actions de citoyenneté d'entreprise visant à préserver le patrimoine culturel. Ces initiatives visent à rendre l'art plus accessible au grand public grâce à des approches innovantes.

Au début de l'année 2024, EssilorLuxottica a franchi une étape importante dans la définition de sa culture en dévoilant ses nouvelles valeurs. Dans le cadre du fonctionnement innovant et participatif du Groupe, des dizaines de milliers de salariés ont joué un rôle actif dans la définition de ces valeurs en répondant à un questionnaire ou en participant à des ateliers. L'identité culturelle d'EssilorLuxottica, organisation désormais unifiée, est essentiellement ancrée dans ses capacités d'innovation et son agilité opérationnelle, ainsi que dans la passion et l'inspiration de ses collaborateurs pour la mission du Groupe.

EssilorLuxottica

Conférence téléphonique

Une conférence téléphonique en anglais se tiendra ce jour à 18h30.

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

<https://streamstudio.world-television.com/1217-2090-39016/en>

Prochains événements destinés aux investisseurs

- 18 avril 2024 : Chiffre d'affaires T1 2024
- 30 avril 2024 : Assemblée générale annuelle des actionnaires
- 25 juillet 2024 : Chiffre d'affaires T2 2024 et Résultats S1 2024
- 17 octobre 2024 : Chiffre d'affaires T3 2024

EssilorLuxottica

Notes

Les totaux des tableaux étant issus de montants non arrondis, des écarts peuvent exister entre ceux-ci et la somme des montants arrondis des éléments dont ils sont constitués.

1 Chiffres à taux de change constants : les chiffres à taux de change constants ont été calculés sur la base des taux de change moyens de la même période de l'année de comparaison.

2 Mesures ou indicateurs ajustés : ajustés des produits et charges liés au rapprochement entre Essilor et Luxottica («Rapprochement EL»), à l'acquisition de GrandVision (« Acquisition GV »), aux autres acquisitions stratégiques et significatives, et d'autres transactions inhabituelles, occasionnelles ou sans rapport avec les activités normales, l'impact de ces événements pouvant altérer la compréhension des performances du Groupe. Une description des autres transactions inhabituelles, occasionnelles ou sans rapport avec les activités normales est incluse dans les informations à fournir au semestre et à la fin de l'exercice (voir le paragraphe dédié *Mesures ajustées*).

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

4 (Chiffre d'affaires) Comparable ou pro forma: le chiffre d'affaires comparable inclut la contribution de GrandVision comme si le regroupement entre EssilorLuxottica et GrandVision (« Acquisition GV »), ainsi que les cessions d'actifs requises par les autorités de la concurrence dans le contexte de l'Acquisition GV, avaient eu lieu au début de l'exercice (i.e. 1^{er} janvier). Le chiffre d'affaires comparable a été préparé à titre illustratif dans le seul but de fournir des informations comparables.

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

6 Endettement financier net : somme des *Dettes financières courantes et non-courantes*, *Dettes de loyer courantes et non-courantes*, moins les *Investissements court-terme*, la *Trésorerie et équivalents de trésorerie* et les *Instruments dérivés sur les dettes financières (couverture de juste valeur)* comme présentés dans les états financiers consolidés IFRS.

EssilorLuxottica

AVERTISSEMENT

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

Contacts

Giorgio Iannella

Head of Investor Relations

E ir@essilorluxottica.com**Marco Catalani**

Head of Corporate Communications

E media@essilorluxottica.com

A propos d'EssilorLuxottica

EssilorLuxottica est un leader mondial dans la conception, la fabrication et la distribution de verres ophtalmiques, de montures optiques et de lunettes de soleil. Créée en 2018, sa mission est d'aider chacun à « mieux voir et mieux être », grâce à des produits parfaitement adaptés à leurs besoins visuels et à leur style personnel. EssilorLuxottica regroupe l'expertise complémentaire de deux pionniers de l'industrie, le premier dans les technologies de pointe en matière de verres, le deuxième dans le savoir-faire maîtrisé de lunettes emblématiques, en vue d'établir de nouveaux standards pour les équipements visuels et les lunettes, ainsi qu'en matière d'expérience consommateurs. Les actifs d'EssilorLuxottica regroupent des marques reconnues, telles que Ray-Ban et Oakley pour les lunettes, Varilux et Transitions pour les technologies d'optique ophtalmique, ainsi que des marques de détail de renommée mondiale comme Sunglass Hut, Lenscrafters, Salmoiraghi & Viganò et GrandVision. Avec plus de 190 000 salariés, EssilorLuxottica a réalisé en 2023 un chiffre d'affaires consolidé de 25,4 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. Pour plus d'information : www.essilorluxottica.com.

Extrait du Rapport de gestion 2023

Table des matières

| | |
|---|--|
| Faits marquants de l'année | |
| Chiffre d'affaires consolidé | |
| Compte de résultat et Indicateurs Alternatifs de Performance..... | |
| Bilan, endettement financier net, flux de trésorerie et autres mesures « non-GAAP » | |
| Acquisitions et partenariats | |
| Mission et développement durable | |
| Investissements réalisés en 2023 et prévus pour 2024..... | |
| Événements postérieurs à la clôture..... | |
| Perspectives..... | |
| Notes | |
| Annexe 1 - Extraits des États financiers consolidés..... | |
| Compte de résultat consolidé | |
| État de la situation financière consolidée..... | |
| Tableau des flux de trésorerie consolidés..... | |
| Annexe 2 - Chiffre d'affaires..... | |

Les totaux des tableaux étant issus de montants non arrondis, des écarts peuvent exister entre ceux-ci et la somme des montants arrondis des éléments dont ils sont constitués.

Faits marquants de l'année

Administrateur référent

Le 22 février 2023, le Conseil d'administration a décidé de désigner Jean-Luc Biamonti en tant qu'administrateur référent suite à l'annonce faite le 28 juin 2022 d'évaluer la pertinence d'une telle désignation parmi ses membres indépendants.

Point sur les marques sous licence

Le 22 février 2023, EssilorLuxottica a annoncé avoir renouvelé son accord de licence avec **Target Corporation** (Target), un détaillant basé à Minneapolis qui opère 2 000 magasins aux Etats-Unis ainsi que Target.com, pour l'exploitation et la gestion de Target Optical, au sein des magasins Target. Cet accord pluriannuel a pris effet le 12 février 2023.

Le 27 avril 2023, EssilorLuxottica et **Roger Federer** ont annoncé la signature d'un accord de licence exclusif entre les marques Roger Federer (« RF ») et Oliver Peoples portant sur la conception, la fabrication et la distribution mondiale de lunettes. La toute première collection sera lancée au printemps 2024. Les modèles auront comme source d'inspiration une volonté commune d'exceller dans leurs domaines respectifs et un goût partagé pour le luxe discret.

Le 29 juin 2023, EssilorLuxottica et **Jimmy Choo** ont annoncé la signature d'un accord de licence exclusif pour la conception, la fabrication et la distribution mondiale de lunettes Jimmy Choo. L'accord a pris effet le 1^{er} janvier 2024 et se poursuivra jusqu'au 31 décembre 2028, avec une option de renouvellement automatique pour cinq années supplémentaires. La première collection issue de cet accord sera lancée au premier trimestre 2024.

Le 27 juillet 2023, EssilorLuxottica et Eastman Kodak Company ont annoncé la signature d'un accord mondial de licence perpétuelle, octroyant à EssilorLuxottica les droits d'utilisation exclusifs des marques déposées de **Kodak** pour les produits et services liés aux activités d'EssilorLuxottica. Selon les termes de cet accord, en vigueur depuis le 1^{er} janvier 2024, EssilorLuxottica continuera de développer, de produire et de distribuer des produits et des services d'optique sous la marque Kodak et ce, pour une durée illimitée.

Le 22 novembre 2023, EssilorLuxottica et **Moncler** ont annoncé la signature d'un accord de licence exclusif pour la conception, la fabrication et la distribution mondiale de lunettes Moncler. L'accord a pris effet le 1^{er} janvier 2024 et se poursuivra jusqu'en décembre 2028, avec une option de renouvellement automatique pour cinq années supplémentaires. La première collection Moncler Lunettes développée avec EssilorLuxottica sera celle d'Automne-Hiver 2024, disponible à compter de septembre 2024.

EssilorLuxottica et ERG signent en Italie un contrat d'achat à long terme pour la fourniture d'électricité provenant de sources renouvelables

Le 9 mars 2023, EssilorLuxottica et ERG ont annoncé la signature d'un contrat d'achat d'électricité sur douze ans portant sur la fourniture d'environ 900 GWh d'électricité verte entre 2023 et 2034. Le contrat se base sur la vente par ERG d'environ 75 % de l'électricité produite par son parc éolien de Partinico-Monreale, près de Palerme (Italie), son premier parc à avoir été modernisé. Pour EssilorLuxottica, ce contrat marque une avancée importante vers son objectif d'atteindre la neutralité carbone dans ses activités directes (émissions de scope 1 et 2) d'ici 2025, à commencer par l'Europe en 2023, comme indiqué dans son programme de Développement Durable « Eyes on the Planet ».

Résultats à quatre ans de l'essai clinique sur les verres Essilor Stellest

Le 26 avril 2023, à l'occasion du congrès annuel 2023 de l'Association for Research in Vision and Ophthalmology (ARVO) qui s'est tenu à la Nouvelle-Orléans, aux États-Unis, EssilorLuxottica a présenté pour la première fois les résultats à quatre ans de l'essai clinique portant sur les verres de freination de la myopie Essilor Stellest. Les résultats montrent que les verres Essilor Stellest continuent de présenter une efficacité élevée pour ralentir la progression de la myopie et l'élongation axiale de l'œil chez les enfants au cours de la quatrième année de l'essai clinique.

L'essai clinique, qui a démarré en 2018, a été mené à l'Hôpital ophtalmologique de la Faculté de médecine de Wenzhou, en Chine. L'étude a évalué, sur une durée de quatre ans, la progression de la myopie ainsi que de l'élongation axiale de l'œil des enfants qui ont été équipés de verres à microlentilles fortement asphériques ("highly aspherical lenslets" ou "HAL"). Les verres Essilor Stellest sont basés sur la géométrie des verres HAL. Les résultats clés de l'étude, présentés par Dr Björn Drobe, de l'équipe R&D d'EssilorLuxottica, sont entre autres :

- Les verres à microlentilles fortement asphériques (HAL) ont ralenti la progression de la myopie de 1,25 dioptries en moyenne sur quatre ans, prouvant de manière concluante qu'ils demeurent efficaces pour ralentir la progression de la myopie chez les enfants pendant la quatrième année.
- La progression de la myopie et de l'élongation axiale de l'œil chez les enfants portant les verres HAL a été plus lente comparé au groupe de contrôle équipé de verres unifocaux, prouvant de nouveau une efficacité durable de ces verres de contrôle de la myopie pendant la quatrième année.
- Les verres HAL ralentissent également de manière efficace la progression de la myopie et l'élongation axiale de l'œil chez les enfants plus âgés (de 11 à 16 ans) lors de la quatrième année.

Dr Yee Ling Wong, de l'équipe R&D, a présenté les résultats d'une étude qui évaluait la croissance oculaire d'enfants équipés de verres à microlentilles fortement asphériques et d'enfants portant des verres unifocaux, en comparaison aux modèles de croissance oculaire d'enfants non myopes à Wenzhou, en Chine. Ces résultats concluent que les modèles de croissance oculaire chez 9 enfants sur 10 équipés des verres HAL, les portant à temps plein (au moins 12 heures par jour, tous les jours), était similaire ou même inférieure à ceux des enfants non myopes, après deux ans.

La communication des données de l'essai clinique sur quatre ans fait suite à la publication récente des résultats de l'essai clinique sur trois ans dans la revue médicale American Journal of Ophthalmology. Cette étude met en évidence le ralentissement significatif de la progression de la myopie et de l'élongation axiale de l'œil pour les enfants ayant porté les verres à microlentilles fortement asphériques au cours de la troisième année. Après deux ans de port de verres unifocaux, lorsque les enfants sont passés aux verres HAL lors de la troisième année, la progression de la myopie et de l'élongation axiale ont été ralenties de manière significative, comparé aux enfants ayant continué à porter des verres unifocaux.

EssilorLuxottica et le Groupe Chalhoub signent un accord de joint-venture pour développer les points de vente de lunettes dans la région CCG

Le 10 mai 2023, EssilorLuxottica et le Groupe Chalhoub ont signé un accord de joint-venture visant à développer la vente de lunettes dans les pays du Conseil de Coopération du Golfe (CCG). L'accord permettra d'associer l'expertise, les technologies et les marques de lunettes d'EssilorLuxottica avec la parfaite connaissance des consommateurs de la région du Groupe Chalhoub et la capacité de ce dernier à leur offrir des expériences inoubliables, pour développer la catégorie et offrir un service client de niveau supérieur. Une série de magasins mono et multimarques seront ouverts dans la région CCG autour des marques de lunettes emblématiques de renommée mondiale d'EssilorLuxottica, telles que Ray-Ban, Persol et Oliver Peoples, pour permettre à la société de développer sa présence dans la région. Unique en son genre, l'enseigne multimarques de luxe David Clulow - née au Royaume-Uni et bien connue chez les consommateurs moyen-orientaux de Londres - sera également introduite dans de nouveaux magasins avec l'objectif d'améliorer l'expérience client grâce à un service inégalé associé aux meilleures technologies de lunettes.

Distribution du dividende

L'Assemblée Générale annuelle des actionnaires d'EssilorLuxottica qui s'est tenue le 17 mai 2023 a approuvé la distribution d'un dividende de 3,23 euros par action ordinaire au titre de l'exercice 2022.

L'Assemblée Générale a décidé de donner aux actionnaires la possibilité de recevoir ce dividende final en actions nouvellement émises au prix de 160,91 euros par action. Ce prix est égal à 90 % de la moyenne des premiers cours cotés de l'action EssilorLuxottica sur le marché réglementé d'Euronext Paris, lors des 20 séances de bourse précédant le jour de l'Assemblée Générale, diminuée du montant net du solde du dividende à distribuer au titre de l'exercice clos le 31 décembre 2022, le tout arrondi au centime d'euro supérieur.

La période d'option pour le paiement du dividende en actions nouvellement émises a été ouverte du 24 mai au 7 juin 2023 inclus. A l'issue de cette période, 294 375 414 options ont été exercées en faveur du paiement du dividende en actions. Ainsi, le 13 juin 2023, 5 909 082 nouvelles actions ont été émises, livrées et admises sur le marché Euronext Paris. Ces nouvelles actions confèrent les mêmes droits que les actions existantes et portent droit à dividendes conférant ainsi le droit à toute distribution, mise en paiement à compter de la date d'émission.

Le montant total du dividende distribué en numéraire aux actionnaires qui n'ont pas exercé l'option s'élève à 487 millions d'euros et a également été versé le 13 juin 2023.

EssilorLuxottica entre sur le marché des solutions auditives avec une nouvelle catégorie consommateurs disruptive, à la croisée de la vue et de l'audition

Le 25 juillet 2023, EssilorLuxottica a annoncé son entrée dans le marché des solutions auditives. Avec une équipe « Super Audio » dédiée, son expertise R&D interne et grâce à l'acquisition récente de la startup israélienne Nuance, le Groupe va lancer une nouvelle technologie auditive révolutionnaire à destination des 1,25 milliard de consommateurs souffrant d'une perte auditive légère à modérée^a.

À l'instar du secteur de l'optique, le marché des solutions auditives demeure aujourd'hui sous-adressé pour un certain nombre de raisons, allant de la visibilité des aides auditives traditionnelles à l'inconfort en passant par le prix. Selon des études^b, 83 % des besoins du marché ne seraient pas satisfaits. L'équipe « Super Audio » du Groupe travaille sur le tout premier produit intégré visant à renverser cette situation, par la parfaite intégration d'une technologie auditive de haute qualité dans des lunettes à la mode. Les fonctionnalités audio seront complètement invisibles, éliminant ainsi la barrière psychologique qui a jusqu'ici freiné l'adoption par les consommateurs des aides auditives traditionnelles. Un prototype du produit a été présenté au Consumer Electronics Show (CES), à Las Vegas du 9 au 12 janvier 2024.

Dans le cadre de son modèle ouvert, EssilorLuxottica s'appuiera sur les canaux traditionnels de distribution des aides auditives ainsi que sur certains grossistes en optique pour rendre cette technologie accessible aux consommateurs dans 150 pays. Le Groupe bénéficiera également de son réseau de détaillants pour soutenir cette nouvelle catégorie et accélérer son expansion à travers le monde. Le lancement de Nuance Audio est prévu pour le second semestre 2024, en commençant par les Etats-Unis.

^a Organisation mondiale de la Santé - Rapport mondial sur l'audition, 2021, page 40

^b Organisation mondiale de la Santé - Rapport mondial sur l'audition, 2021, page 178 fig. 3.9a

Programme de rachat d'actions

Le 27 juillet 2023, EssilorLuxottica a annoncé le lancement d'un programme de rachat d'actions, qui traduit la confiance du Groupe dans son potentiel de création de valeur et dans ses perspectives à long terme. Afin de mettre en œuvre ce programme, EssilorLuxottica a confié à un prestataire de services d'investissement un mandat portant sur l'acquisition d'un nombre maximum de 3 500 000 actions EssilorLuxottica, en fonction des conditions de marché, sur une période ayant débuté le 27 juillet 2023 et pouvant s'étendre jusqu'au 31 mars 2024. Au 31 décembre 2023, 1 681 923 actions EssilorLuxottica ont été acquises à un prix moyen de 173,42 euros par action. Les actions ainsi rachetées sont destinées à être attribuées ou cédées aux salariés et mandataires sociaux d'EssilorLuxottica et des sociétés affiliées, principalement dans le cadre de la participation aux résultats de l'entreprise, des attributions d'actions de performance, d'actions gratuites ou d'options d'achat d'actions et de la participation aux plans d'actionnariat des salariés. EssilorLuxottica a lancé ce programme de rachat d'actions conformément à la treizième résolution approuvée par l'Assemblée Générale du 17 mai 2023.

EssilorLuxottica lance sa plateforme digitale innovante pour faciliter la gestion des points de vente d'optique

Le 25 septembre 2023, EssilorLuxottica a annoncé avoir franchi une nouvelle étape majeure dans la digitalisation de l'industrie optique avec le lancement de HELIX, une nouvelle division du Groupe destinée à aider les professionnels de la vue à tirer parti des technologies de dernière génération pour gérer plus efficacement leur activité. Grâce à cette plateforme intelligente et interconnectée, tous les besoins numériques des professionnels de la vue seront adressés de manière intégrée, de la prise de rendez-vous aux commandes, en passant par les services de télé-optométrie et d'assurance complémentaire santé : HELIX permettra ainsi de rationaliser les nombreuses technologies existantes et de réduire le poids de la charge administrative pesant aujourd'hui sur les professionnels. La première offre de HELIX, une plateforme nouvelle génération baptisée Vision(X), sera mise à disposition des professionnels de la vue aux Etats-Unis à partir du deuxième trimestre 2024.

Ray-Ban et Meta lancent la nouvelle génération de lunettes connectées

Le 27 septembre 2023, Meta Platforms, Inc. et EssilorLuxottica ont présenté leur nouvelle génération de lunettes connectées, la collection Ray-Ban Meta, à l'occasion de l'événement annuel Meta Connect. La nouvelle collection propose les toutes premières lunettes connectées équipées d'une intelligence artificielle capables de retransmettre en direct sur Instagram ou Facebook. Elles disposent aussi d'une caméra de meilleure qualité, de systèmes audio et microphone plus développés, le tout associé à une application repensée et plus intuitive, ainsi qu'un étui de chargement élégant.

Chiffre d'affaires consolidé

Chiffre d'affaires EssilorLuxottica

| En millions d'euros | 2023 | 2022 | Variation à taux de change constants ¹ | Variation à taux de change courants |
|------------------------------------|---------------|---------------|---|-------------------------------------|
| Amérique du Nord | 11 637 | 11 492 | 4,2 % | 1,3 % |
| <i>dont</i> Professional Solutions | 5 337 | 5 243 | 4,8 % | 1,8 % |
| <i>dont</i> Direct to Consumer | 6 300 | 6 249 | 3,8 % | 0,8 % |
| EMEA | 9 184 | 8 749 | 8,2 % | 5,0 % |
| <i>dont</i> Professional Solutions | 3 949 | 3 802 | 6,9 % | 3,9 % |
| <i>dont</i> Direct to Consumer | 5 235 | 4 947 | 9,2 % | 5,8 % |
| Asie-Pacifique | 3 036 | 2 842 | 14,3 % | 6,8 % |
| <i>dont</i> Professional Solutions | 2 088 | 1 943 | 15,0 % | 7,5 % |
| <i>dont</i> Direct to Consumer | 948 | 899 | 12,7 % | 5,4 % |
| Amérique latine | 1 537 | 1 410 | 9,9 % | 9,0 % |
| <i>dont</i> Professional Solutions | 825 | 781 | 8,8 % | 5,5 % |
| <i>dont</i> Direct to Consumer | 712 | 629 | 11,3 % | 13,2 % |
| CHIFFRE D'AFFAIRES | 25 395 | 24 494 | 7,1 % | 3,7 % |

Chiffre d'affaires par segment d'activité

EssilorLuxottica est un acteur verticalement intégré dont la stratégie de *go to market* est basée sur deux canaux de distribution.

Les segments d'activité du Groupe sont :

- le segment des solutions professionnelles ou **Professional Solutions (PS)**, qui regroupe l'activité de gros du Groupe, c'est-à-dire les produits et les services que le Groupe fournit à tous les professionnels de la santé visuelle (distributeurs, chaînes d'optique, opticiens indépendants, plateformes tierces d'e-commerce, etc.) ; et
- le segment de la vente directe aux consommateurs ou **Direct to Consumer (DTC)**, qui regroupe les activités de vente de détail du Groupe, à savoir les produits et les services que le Groupe vend directement au consommateur final, que ce soit par le biais de son réseau de magasins traditionnels ou de ses canaux de distribution en ligne (e-commerce).

| En millions d'euros | 2023 | 2022 | Variation à taux de change constants ¹ | Variation à taux de change courants |
|---------------------------|---------------|---------------|---|-------------------------------------|
| Professional Solutions | 12 199 | 11 770 | 7,4 % | 3,6 % |
| Direct to Consumer | 13 195 | 12 724 | 6,9 % | 3,7 % |
| CHIFFRE D'AFFAIRES | 25 395 | 24 494 | 7,1 % | 3,7 % |

| En millions d'euros | Q4 2023 | Q4 2022 | Variation à taux de change constants ¹ | Variation à taux de change courants |
|---------------------------|--------------|--------------|---|-------------------------------------|
| Professional Solutions | 2 986 | 2 905 | 8,1 % | 2,8 % |
| Direct to Consumer | 3 264 | 3 201 | 6,1 % | 1,9 % |
| CHIFFRE D'AFFAIRES | 6 250 | 6 106 | 7,1 % | 2,4 % |

Chiffre d'affaires du quatrième trimestre par segment d'activité

Professional Solutions

Le segment Professional Solutions a enregistré un chiffre d'affaires de 2 986 millions d'euros, en hausse de 8,1 % à taux de change constants¹ par rapport au quatrième trimestre 2022 (+2,8 % à taux de change courants).

L'Amérique du Nord est montée en puissance avec une progression d'environ 5 % après deux trimestres de hausse dans le bas de la fourchette à un chiffre, avec une contribution de toutes les principales catégories de produits. La région EMEA a connu une croissance similaire à celle du trimestre précédent, de l'ordre de 5 %, avec une hausse dans tous les principaux pays. Ces deux régions ont bénéficié du lancement de Varilux XR Series. L'Asie-Pacifique a poursuivi sa croissance à deux chiffres avec la Chine continentale en tête, grâce aux excellentes performances des verres Stellest et des montures Bolon. L'Amérique latine a connu une croissance autour de 15 %, avec un rebond à deux chiffres pour le Brésil. La performance globale du segment a été soutenue par l'ensemble des catégories de produits et des marques, tant pour les verres que pour les montures.

Direct to Consumer

Le segment Direct to Consumer a enregistré un chiffre d'affaires de 3 264 millions d'euros, en hausse de 6,1 % à taux de change constants¹ par rapport au quatrième trimestre 2022 (+1,9 % à taux de change courants). Les ventes à magasins physiques comparables³ ont augmenté d'un peu plus de 5 % au cours du trimestre, tandis que l'e-commerce a clôturé le trimestre sur une note légèrement positive.

En termes de régions, les ventes à magasins comparables³ ont renoué avec la croissance en Amérique du Nord, grâce à la progression des enseignes du segment optique et à la catégorie du solaire moins négative. La catégorie optique de la région EMEA a maintenu le rythme des 9 % de croissance des trimestres précédents, aidée par les synergies de chiffre d'affaires des anciennes enseignes GrandVision, et une croissance presque à deux chiffres des enseignes du solaire, en progression par rapport au trimestre précédent. Les ventes à magasins comparables³ en Asie-Pacifique ont ralenti pour atteindre une croissance de l'ordre de 5 %, principalement en raison du ralentissement de la catégorie du solaire en Australie. L'Amérique latine a confirmé sa progression dans le haut de la fourchette à un chiffre, maintenant le rythme du trimestre précédent dans les catégories de l'optique et du solaire.

Chiffre d'affaires de l'année par activité

Professional Solutions

Le segment Professional Solutions a enregistré un chiffre d'affaires de 12 199 millions d'euros, en hausse de 7,4 % à taux de change constants¹ par rapport à 2022 (+3,6 % à taux de change courants), dépassant une nouvelle fois le taux de croissance de l'année précédente. Le segment a représenté 48 % du chiffre d'affaires total du groupe en 2023.

Au cours de l'année, toutes les régions ont continué à croître à un rythme soutenu. La performance a été portée par la croissance à deux chiffres de la région Asie-Pacifique, toutes catégories confondues, qui a renoué avec la croissance depuis février grâce à la réouverture de la Chine, où Stellect a plus que doublé son chiffre d'affaires pour la deuxième année consécutive. L'autre région avec une croissance rapide, l'Amérique latine, a connu une hausse dans le haut de la fourchette à un chiffre. L'excellente performance repose également sur la croissance solide des marchés matures de la région EMEA et de l'Amérique du Nord, qui ont connu respectivement une hausse dans le haut de la fourchette à un chiffre et de l'ordre de 5 %. La région EMEA a enregistré des performances positives sur l'ensemble des canaux et a été portée par les verres de marque et les lunettes de soleil de luxe. Les performances de l'Amérique du Nord ont été soutenues par des grands comptes solides et des professionnels de la vue indépendants, grâce au succès des alliances et des programmes partenaires, ainsi qu'au lancement récent de Varilux XR series. Toutes les catégories ont contribué positivement à la croissance, à l'exception des lunettes de soleil en Amérique du Nord, toutefois plus que compensées par la bonne performance des lunettes de soleil dans les autres régions.

Direct to Consumer

Le segment Direct to Consumer a enregistré un chiffre d'affaires de 13 195 millions d'euros, en hausse de 6,9 % à taux de change constants¹ par rapport à 2022 (+3,7 % à taux de change courants), porté par la solide croissance de la catégorie de l'optique. Le segment a représenté 52 % du chiffre d'affaires total du groupe en 2023.

Sur l'ensemble de l'année, les ventes à magasins physiques comparables³ ont connu une croissance de l'ordre de 5 %. Après un bon départ au premier trimestre, les ventes à magasins comparables³ ont ralenti, avec un réseau du solaire devenant négatif, en particulier au cours de la haute saison couvrant les deuxième et troisième trimestres. Les bannières du solaire ont globalement stagné sur l'ensemble de l'année, avec une compensation des performances négatives en Amérique du Nord par les bonnes performances d'autres régions, en particulier EMEA. Les bannières de l'optique ont enregistré des performances régulières tout au long de l'année. Dans l'ensemble, la région EMEA, l'Amérique latine et l'Asie-Pacifique ont enregistré une forte croissance, avec une hausse des ventes à magasins comparables³ de près de 10 % chacune, tandis que l'Amérique du Nord a connu une évolution légèrement à la baisse, pénalisée par les performances en demi-teinte de Sunglass Hut. L'activité e-commerce est restée stable, représentant 7 % du chiffre d'affaires du Groupe sur l'ensemble de l'exercice.

Chiffre d'affaires par zone géographique

Les zones géographiques comportent l'**Amérique du Nord**, **EMEA** (c'est à dire l'Europe, dont la Turquie et la Russie, ainsi que le Moyen-Orient et l'Afrique), l'**Asie-Pacifique**, et l'**Amérique latine**.

| <i>En millions d'euros</i> | 2023 | 2022 | Variation à taux de change constants¹ | Variation à taux de change courants |
|----------------------------|---------------|---------------|---|--|
| Amérique du Nord | 11 637 | 11 492 | 4,2 % | 1,3 % |
| EMEA | 9 184 | 8 749 | 8,2 % | 5,0 % |
| Asie-Pacifique | 3 036 | 2 842 | 14,3 % | 6,8 % |
| Amérique latine | 1 537 | 1 410 | 9,9 % | 9,0 % |
| CHIFFRE D'AFFAIRES | 25 395 | 24 494 | 7,1 % | 3,7 % |

| <i>En millions d'euros</i> | Q4 2023 | Q4 2022 | Variation à taux de change constants¹ | Variation à taux de change courants |
|----------------------------|----------------|----------------|---|--|
| Amérique du Nord | 2 910 | 2 892 | 5,9 % | 0,6 % |
| EMEA | 2 150 | 2 086 | 6,4 % | 3,1 % |
| Asie-Pacifique | 757 | 731 | 10,3 % | 3,6 % |
| Amérique latine | 433 | 398 | 12,7 % | 8,8 % |
| CHIFFRE D'AFFAIRES | 6 250 | 6 106 | 7,1 % | 2,4 % |

Chiffre d'affaires du quatrième trimestre par zone géographique

Amérique du Nord

L'Amérique du Nord a enregistré un chiffre d'affaires de 2 910 millions d'euros, en hausse de 5,9 % à taux de change constants¹ par rapport au quatrième trimestre 2022 (+0,6 % à taux de change courants), grâce à une progression des deux divisions par rapport au trimestre précédent.

La division Professional Solutions a enregistré une croissance de l'ordre de 5 %. Les verres de marque ont enregistré de solides résultats dans tous les domaines, avec, en tête, Varilux, la plus performante. La forte accélération de la distribution de la nouvelle génération "XR series" a eu un effet positif sur la croissance de l'ensemble du portefeuille de Varilux. Du côté des montures, les performances du portefeuille de produits de luxe sont restées solides, tandis que celles de Ray-Ban se sont accélérées suite au lancement réussi des lunettes connectées Ray-Ban Meta et à des augmentations de prix sélectives mises en œuvre à mi-année. Les lentilles de contact ont maintenu leur dynamique positive. La croissance globale a été bien équilibrée entre le canal des indépendants et celui des grands comptes.

L'activité de vente au détail a connu une croissance de l'ordre de 5 %. Cette solide performance a été portée par l'excellente préparation de la catégorie optique pour assurer un fonctionnement efficace pendant le pic d'activité de fin d'année. Le client assuré et l'effet prix / mix favorable ont soutenu la performance de LensCrafters, Target et Pearle, en progression par rapport au trimestre précédent. EyeMed a soutenu les résultats en confirmant sa dynamique de ventes à deux chiffres. Dans l'ensemble, la résilience de l'activité optique a une fois de plus réussi à contrebalancer les performances négatives de Sunglass Hut, qui a continué à souffrir malgré des signes encourageants par rapport au trimestre précédent. L'atonie de la demande pour les lunettes de soleil non essentielles a également eu un impact sur le canal du e-commerce qui a enregistré une baisse dans le bas de la fourchette à un chiffre.

EMEA

La région EMEA a enregistré un chiffre d'affaires de 2 150 millions d'euros, en hausse de 6,4 % à taux de change constants¹ par rapport au quatrième trimestre 2022 (+3,1 % à taux de change courants), conformément au trimestre précédent et avec une contribution équivalente des deux divisions.

La division Professional Solutions a enregistré une croissance de l'ordre de 5 %. Le segment a continué, avec succès, à tirer parti de sa présence géographique bien diversifiée. Les marchés matures ont continué à progresser à un rythme soutenu, sous l'impulsion de la France, de l'Italie et de l'Espagne, tandis que les marchés en développement ont continué à croître à un rythme plus rapide. L'activité des verres est toujours dynamique grâce à son offre de produits de marque. Varilux a été soutenu par le déploiement étendu de la nouvelle génération "XR series", qui a bénéficié d'un effet prix / mix favorable. Le secteur des montures est resté un moteur de croissance important, soutenu par de nouveaux produits, tels que Ray-Ban Meta et la nouvelle collection Swarovski.

La division Direct to Consumer a connu une croissance de l'ordre de 5 %. Les ventes à magasins comparables³ ont augmenté de 9 % sur le secteur de l'optique, confirmant la forte dynamique des trimestres précédents. Les excellents résultats ont été soutenus par l'intégration progressive des anciennes enseignes GrandVision avec de nouveaux assortiments pour les verres et les montures, conduisant à une offre de produits de meilleure qualité et la poursuite d'initiatives réussies telles que le modèle d'abonnement pour l'optique, maintenant déployé dans neuf pays à fin 2023. Dans l'ensemble, Vision Express (Royaume-Uni), Générale d'Optique (France), Salmoiraghi & Viganò (Italie) et Synoptik (Scandinavie) ont été les enseignes les plus performantes. L'activité solaire a fortement rebondi par rapport au trimestre précédent, grâce au lancement réussi de Ray-Ban Meta et à des conditions météorologiques plus favorables.

Asie-Pacifique

L'Asie-Pacifique a enregistré un chiffre d'affaires de 757 millions d'euros, en hausse de 10,3 % à taux de change constants¹ par rapport au quatrième trimestre 2022 (+3,6 % à taux de change courants), réalisant ainsi le quatrième trimestre consécutif de croissance à deux chiffres de son chiffre d'affaires sur l'année.

La division Professional Solutions a enregistré une croissance à deux chiffres. Outre la base de comparaison favorable, la Chine a connu une forte croissance de ses activités principales. La catégorie des verres a obtenu d'excellents résultats, avec Stellest en tête, qui a plus que doublé son chiffre d'affaires. Le secteur des montures a connu une forte croissance grâce à l'essor de la marque Bolon. L'Inde, le Japon et la Corée du Sud ont réalisé de bonnes performances.

Les ventes de la division Direct to Consumer ont connu une hausse dans le haut de la fourchette à un chiffre. Les ventes à magasins comparables³ dans le secteur de l'optique ont progressé conformément au trimestre précédent, confirmant les dynamiques positives d'OPSM et la croissance à deux chiffres de l'activité chinoise. Sunglass Hut est devenu négatif en Australie mais a maintenu un rythme à deux chiffres dans le reste de la région.

Amérique latine

L'Amérique latine a enregistré un chiffre d'affaires de 433 millions d'euros, en hausse de 12,7 % à taux de change constants¹ par rapport au quatrième trimestre 2022 (+8,8 % à taux de change courants), avec un fort rebond après la performance modeste de l'année dernière.

La division Professional Solutions a connu une croissance à autour de 15 %. Cette performance a été stimulée par le dynamisme du Brésil, grâce à la reprise du secteur des verres, et à la solidité du Mexique. Dans l'ensemble de la région, Varilux et Kodak ont grandement contribué à la croissance de la catégorie des verres, tandis que Ray-Ban a continué à prospérer sur le secteur des montures.

Les ventes de la division Direct to Consumer ont connu une hausse dans le haut de la fourchette à un chiffre. Les enseignes de l'optique ont connu une croissance à deux chiffres des ventes à magasins comparables³, stimulée par la poursuite de l'intégration des anciennes enseignes GrandVision au Mexique, tandis que GMO a maintenu une croissance positive. Les ventes à magasins comparables³ de Sunglass Hut ont progressé au même rythme qu'au trimestre précédent, de l'ordre de 5 %.

Chiffre d'affaires de l'année par zone géographique

Amérique du Nord

L'Amérique du Nord a enregistré un chiffre d'affaires de 11 637 millions d'euros, en hausse de 4,2 % à taux de change constants¹ par rapport à 2022 (+1,3 % à taux de change courants), à l'identique que la croissance de l'année précédente.

La division Professional Solutions a connu une croissance de l'ordre de 5 %. La croissance a été soutenue par Varilux et Shamir qui ont été les plus performants sur la catégorie des verres, tandis que Ray-Ban et les marques sous licence ont porté les résultats des montures. Les professionnels de la vue indépendants, en particulier ceux soutenus par le programme partenaires EssilorLuxottica 360, ont porté la croissance avec les grands comptes.

La division Direct to Consumer a connu une croissance de l'ordre de 5 %. Au cours de l'année 2023, les enseignes de l'optique ont connu une dynamique positive et ont soutenu la croissance au même titre que les fortes performances de la division des mutuelles d'optique. Sunglass Hut a constaté une faible demande tout au long de l'année, avec cependant une tendance légèrement moins négative au quatrième trimestre.

EMEA

La région EMEA a enregistré un chiffre d'affaires de 9 184 millions d'euros, en hausse de 8,2 % à taux de change constants¹ par rapport à 2022 (+5,0 % à taux de change courants), en plus d'une croissance à deux chiffres l'année dernière, devenant ainsi le plus grand contributeur à la croissance globale du Groupe en 2023.

La division Professional Solutions a enregistré une hausse dans le haut de la fourchette à un chiffre. Grâce à un effet mix prix favorable, toutes les catégories ont enregistré une croissance au cours de l'année. La catégorie des lunettes de soleil a continué à tirer la croissance, en particulier les marques de luxe sous licence, Prada en tête. Varilux XR series, nouvellement lancé, a été très bien accueilli par le marché, comme Stellest lors de ses premiers pas dans la région. Du point de vue des canaux de distribution, ce sont les professionnels de la vue indépendants et les grands comptes qui ont stimulé la croissance.

La division Direct to Consumer a connu une croissance dans le haut de la fourchette à un chiffre, soutenue par l'intégration progressive de GrandVision. La catégorie du solaire a connu une forte croissance en terminant l'année avec une croissance à deux chiffres. Dans le secteur de l'optique, Vision Express (Royaume-Uni) et Salmoiraghi & Viganò (Italie) ont été les enseignes aux croissances les plus fortes.

Asie-Pacifique

L'Asie-Pacifique a enregistré un chiffre d'affaires de 3 036 millions d'euros, en hausse de 14,3 % à taux de change constants¹ par rapport à 2022 (+6,8 % à taux de change courants), grâce à la Grande Chine, qui est située sur une trajectoire de croissance rapide depuis février, portée par les réouvertures.

La division Professional Solutions a enregistré une croissance à deux chiffres. Le rebond de la Grande Chine provient d'une forte croissance de tous les canaux et produits et a été marqué par le doublement du chiffre d'affaires de Stellest pour la deuxième année consécutive. Du côté des montures, les licences de luxe, Ray-Ban, Oakley et la marque locale Bolon ont été les plus performantes. L'Inde, le Japon et la Corée du Sud ont également affiché une croissance solide.

La division Direct to Consumer a connu une croissance à deux chiffres, soutenue par une performance positive de OPSM et par la vigueur de la Grande Chine, dont les ventes à magasins comparables³ ont connu une croissance à deux chiffres. Sunglass Hut a connu une croissance solide dans la région, grâce aux fortes performances de l'Asie du Sud-Est et de la Grande Chine.

Amérique latine

L'Amérique latine a enregistré un chiffre d'affaires de 1 537 millions d'euros, en hausse de 9,9 % à taux de change constants¹ par rapport à 2022 (+9,0 % à taux de change courants), alors même que la base de comparaison de l'année dernière était élevée.

La division Professional Solutions a enregistré une hausse dans le haut de la fourchette à un chiffre, en plus de celle à deux chiffres de l'année dernière, portée par le Brésil et le Mexique. Les catégories des verres et des montures ont toutes deux soutenu la croissance, grâce aux fortes performances de Varilux et de Ray-Ban.

La division Direct to Consumer a enregistré une croissance à deux chiffres pour la deuxième année consécutive, sous l'impulsion des enseignes de l'optique qui ont enregistré une hausse à deux chiffres de leurs ventes à magasins comparables³. Les enseignes mexicaines de l'optique ont tiré la croissance grâce aux efforts d'intégration, tandis que GMO a affiché une dynamique positive. La catégorie du solaire a enregistré une croissance des ventes à magasins comparables³ de l'ordre de 5 % sur l'ensemble de la région.

Compte de résultat et Indicateurs Alternatifs de Performance

Compte de résultat consolidé d'EssilorLuxottica

| En millions d'euros | 2023 | 2022 | Variation |
|------------------------------------|-----------------|-----------------|--------------|
| Chiffre d'affaires | 25 395 | 24 494 | 3,7 % |
| Coût des ventes | (9 347) | (8 910) | 4,9 % |
| MARGE BRUTE | 16 048 | 15 583 | 3,0 % |
| En % du chiffre d'affaires | 63,2 % | 63,6 % | |
| Charges opérationnelles | (12 871) | (12 427) | 3,6 % |
| RÉSULTAT OPÉRATIONNEL | 3 176 | 3 157 | 0,6 % |
| En % du chiffre d'affaires | 12,5 % | 12,9 % | |
| RÉSULTAT AVANT IMPÔT | 3 035 | 3 032 | 0,1 % |
| En % du chiffre d'affaires | 12,0 % | 12,4 % | |
| Impôts sur le résultat | (609) | (751) | -18,9 % |
| Taux effectif d'impôt | 20,1 % | 24,8 % | |
| RÉSULTAT NET | 2 426 | 2 281 | 6,4 % |
| RÉSULTAT NET PART DU GROUPE | 2 289 | 2 152 | 6,3 % |

Le tableau ci-dessus présente les performances des activités d'EssilorLuxottica en 2023 et 2022. La comparabilité de l'information financière présentée n'est plus affectée par la comptabilisation du regroupement entre EssilorLuxottica et GrandVision (effectif au 1^{er} juillet 2021).

- Le *Chiffre d'affaires* a augmenté de 3,7 % par rapport à 2022, à taux de change courants ; la performance du *Chiffre d'affaires* du Groupe est commentée, par activité ainsi que par zone géographique, dans le paragraphe précédent *Chiffre d'affaires consolidé*.
- Le *Coût des ventes* affiche une hausse de 4,9 %, à taux de change courants, par rapport à 2022, entraînant une baisse du taux de *Marge brute* (63,2 % contre 63,6 % en 2022). Le prix-mix positif et l'efficacité industrielle ont globalement été absorbés par l'inflation sur les charges de personnel et l'énergie, couplée à un impact négatif des taux de change. De plus, la *Marge brute* a été impactée par une radiation de stocks suite à la décision stratégique de changer l'assortiment des produits du réseau de magasins GrandVision.
- Les *Charges opérationnelles* sont toujours significativement impactées par les amortissements résultant de la comptabilisation des actifs incorporels suite à l'allocation du prix d'acquisition liée aux acquisitions stratégiques et significatives réalisées par le Groupe (telles que le rapprochement entre Essilor et Luxottica et l'acquisition de GrandVision), pour un effet globale proche de 1 milliard d'euros aussi bien en 2023 qu'en 2022. La performance 2023 (une hausse de 3,6 % des charges opérationnelles à taux de change courants) a été impactée par les tendances inflationnistes, en particulier sur les charges de personnel, ainsi que par les décisions stratégiques prises quant au périmètre GrandVision afin de favoriser son intégration (voir paragraphe *Indicateurs ajustés* pour plus de détails). Le *Résultat opérationnel* représente 12,5 % du chiffre d'affaires, en retrait par rapport à 2022, en raison des impacts mentionnés ci-dessus et des incidences défavorables sur les taux de change.
- Le *Résultat net* a significativement augmenté pour atteindre 2 426 millions d'euros à comparer au résultat net de 2 281 millions d'euros en 2022, en raison de l'effet d'une hausse des charges financières plus que compensée par un produit d'impôt significatif relatif à la réévaluation d'une *position fiscale incertaine* (voir paragraphe *Indicateurs ajustés*).

Les Indicateurs Alternatifs de Performance (IAP) d'EssilorLuxottica

Indicateurs ajustés

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

Le rapprochement entre Essilor et Luxottica (« Rapprochement EL »), l'acquisition de GrandVision (« Acquisition GV »), les autres acquisitions stratégiques et significatives ainsi que les événements inhabituels, occasionnels ou sans rapport avec les activités normales ont un impact significatif sur les résultats consolidés. Par conséquent, certains agrégats ont été ajustés (« indicateurs ajustés »), dans le but de fournir des informations supplémentaires en base comparable par rapport aux exercices précédents, de refléter les performances économiques réelles d'EssilorLuxottica et de permettre leur suivi et leur comparabilité avec ceux de ses concurrents. En particulier, la Direction a ajusté les indicateurs suivants : le *Coût des ventes*, la *Marge brute*, les *Charges opérationnelles*, le *Résultat opérationnel*, le *Résultat avant impôt* et le *Résultat net*. Ces mesures ajustées sont rapprochées de leurs mesures les plus comparables présentées dans les états financiers consolidés pour la période de douze mois close le 31 décembre 2023.

En continuité avec les exercices précédents, en 2023 les indicateurs ajustés ne tiennent pas compte : (i) des impacts supplémentaires liés à l'allocation du prix d'acquisition relatif aux acquisitions stratégiques et significatives réalisées par le Groupe (*Ajustements liés à l'allocation du prix d'acquisition*) ; et (ii) des autres ajustements relatifs aux transactions inhabituelles, occasionnelles, ou sans rapport avec les activités normales, l'impact de ces événements pouvant altérer la compréhension de la performance du Groupe (*Autres ajustements « non-GAAP »*).

| En millions d'euros | 2023 | Ajustements liés à l'allocation du prix d'acquisition | Autres ajustements « non-GAAP » | 2023 Ajusté ² |
|--|-----------------|---|---------------------------------|--------------------------|
| Chiffre d'affaires | 25 395 | | | 25 395 |
| Coût des ventes | (9 347) | 10 | 32 | (9 305) |
| MARGE BRUTE | 16 048 | 10 | 32 | 16 090 |
| <i>En % du chiffre d'affaires</i> | 63,2 % | | | 63,4 % |
| Charges opérationnelles | (12 871) | 879 | 80 | (11 912) |
| RÉSULTAT OPÉRATIONNEL | 3 176 | 889 | 112 | 4 178 |
| <i>En % du chiffre d'affaires</i> | 12,5 % | | | 16,5 % |
| Coût de l'endettement financier net et autres* | (141) | (3) | — | (144) |
| RÉSULTAT AVANT IMPÔT | 3 035 | 886 | 112 | 4 033 |
| <i>En % du chiffre d'affaires</i> | 12,0 % | | | 15,9 % |
| Impôts sur le résultat | (609) | (181) | (147) | (938) |
| RÉSULTAT NET | 2 426 | 704 | (35) | 3 095 |
| RÉSULTAT NET PART DU GROUPE | 2 289 | 691 | (34) | 2 946 |

* Incluant les *Autres produits / (charges) financiers* et la *Quote-part dans le résultat net des sociétés mises en équivalence*.

Les Autres ajustements « non-GAAP » les plus significatifs en 2023 sont relatifs à :

- L'intégration de GrandVision (pour près de 72 millions d'euros), qui comprend la fermeture du siège social de Schiphol et des projets de restructuration dans quelques autres pays ainsi que le réassortiment stratégique des produits dans le réseau des magasins GrandVision. Les impacts ont été comptabilisés en *Frais généraux et administratifs* (environ 40 millions d'euros), *Frais commerciaux*, *Frais de publicité et marketing* (10 millions d'euros) et *Coût des ventes* (22 millions d'euros) ;
- le règlement d'une importante action de groupe (*class action*) aux États-Unis (19 millions d'euros) dont l'impact a été comptabilisé en *Frais généraux et administratifs* ;
- plusieurs projets de restructurations, principalement dans l'activité des verres, afin de rationaliser les implantations industrielles, logistiques et des laboratoires (pour près de 34 millions d'euros), coûts qui ont été reconnus en *Coût des ventes* (pour 10 millions d'euros), en *Frais généraux et administratifs* (pour 12 millions d'euros) et en autres charges opérationnelles (pour 12 millions d'euro) ;
- les effets positifs résultant des activités de croissance externe du Groupe pour environ 24 millions d'euros, comptabilisés en *Autres produits / (charges)* ; et
- la clarification de certains traitements fiscaux conduisant à un effet positif comptabilisé dans la ligne *Impôts sur le résultat* à la suite des discussions menés avec les autorités fiscales compétentes (115 millions d'euros).

Compte de résultat consolidé ajusté²

| En millions d'euros | 2023 Ajusté ² | 2022 Ajusté ² | Variation à taux de change constants ¹ | Variation à taux de change courants |
|--|-----------------------------|-----------------------------|--|--|
| Chiffre d'affaires | 25 395 | 24 494 | 7,1 % | 3,7 % |
| Coût des ventes | (9 305) | (8 888) | 7,9 % | 4,7 % |
| MARGE BRUTE | 16 090 | 15 606 | 6,7 % | 3,1 % |
| <i>En % du chiffre d'affaires</i> | 63,4 % | 63,7 % | | |
| Frais de recherche et développement | (333) | (343) | -1,3 % | -2,9 % |
| Frais de commercialisation | (7 502) | (7 190) | 7,2 % | 4,3 % |
| Redevances | (246) | (219) | 16,2 % | 12,7 % |
| Frais de publicité et de marketing | (1 700) | (1 692) | 3,0 % | 0,5 % |
| Frais généraux et administratifs | (2 126) | (2 045) | 6,3 % | 4,0 % |
| Autres produits / (charges) opérationnels | (4) | (3) | -12,0 % | 57,5 % |
| Total des charges opérationnelles | (11 912) | (11 491) | 6,4 % | 3,7 % |
| RÉSULTAT OPÉRATIONNEL | 4 178 | 4 115 | 7,7 % | 1,5 % |
| <i>En % du chiffre d'affaires</i> | 16,5 % | 16,8 % | | |
| Coût de l'endettement financier net et autres* | (144) | (129) | 14,4 % | 11,9 % |
| RÉSULTAT AVANT IMPÔT | 4 033 | 3 986 | 7,5 % | 1,2 % |
| <i>En % du chiffre d'affaires</i> | 15,9 % | 16,3 % | | |
| Impôts sur le résultat | (938) | (978) | | |
| <i>Taux effectif d'impôt</i> | 23,25 % | 24,5 % | | |
| RÉSULTAT NET | 3 095 | 3 007 | 9,4 % | 2,9 % |
| RÉSULTAT NET PART DU GROUPE | 2 946 | 2 860 | 9,4 % | 3,0 % |

* Incluant les *Autres produits / (charges) financiers* et la *Quote-part dans le résultat net des sociétés mises en équivalence*.

Le **Chiffre d'affaires** de l'année s'est élevé à 25 395 millions d'euros, en augmentation de 7,1 % à taux de change constants¹ (+3,7 % à taux de change courants).

Marge brute ajustée² : +6,7 % à taux de change constants¹ (3,1 % à taux de change courants)

La *Marge brute ajustée²* s'est élevée à 16 090 millions d'euros en 2023, représentant 63,4 % du chiffre d'affaires (contre 63,7 % du chiffre d'affaires en 2022). Les principaux facteurs de dilution du taux de *Marge brute* sont l'inflation, notamment sur les charges de personnel, la hausse des remboursements par les mutuelles du Groupe aux assurés en Amérique du Nord, ainsi que les effets de certains investissements stratégiques dans les Opérations, partiellement compensés par un effet prix-mix positif.

Charges opérationnelles ajustées² : +6,4 % à taux de change constants¹ (3,7 % à taux de change courants)

Les *Charges opérationnelles ajustées²* se sont élevées à 11 912 millions d'euros en 2023, représentant 46,9 % du chiffre d'affaires (46,9 % en 2022).

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

- Des *Frais de commercialisation* de 7 502 millions d'euros, en augmentation de 7,2 % à taux de change constants¹ par rapport à 2022, hausse principalement liée aux tendances inflationnistes actuelles, en particulier sur les charges de personnel.
- Des *Frais de publicité et de marketing* de 1 700 millions d'euros, en hausse de 3,0 % à taux de change constants, principalement en raison du soutien au lancement des nouveaux produits tels que Ray-Ban META et Varilux XR et au lancement des collections Swarovski, Brunello Cucinelli, Ferrari, Jimmy Choo et Roger Federer. Les dépenses de marketing ont également été stimulées par la performance des marques de luxe.
- Des *Frais généraux et administratifs* de 2 126 millions d'euros, en hausse de 6,3 % à taux de change constants, par rapport à 2022, en raison d'une pression inflationniste croissante et des investissements dans les infrastructures informatiques du Groupe, compensant les synergies issues de l'intégration de GrandVision.

Résultat opérationnel ajusté² : +7,7 % à taux de change constants¹ (+1,5 % à taux de change courants)

Le Groupe a présenté un *Résultat opérationnel ajusté²* de 4 178 millions d'euros, représentant 16,5 % du chiffre d'affaires comparé à 16,8 % en 2022 (16,9 % à taux de change constants, soit une amélioration d'environ 10 points de base comparé à 2022).

Coût de l'endettement financier net ajusté² et autres

Le *Coût de l'endettement financier net ajusté² et autres* a augmenté par rapport à 2022, principalement en raison d'une hausse des charges d'intérêts sur les dettes de location (comptabilisées selon la norme IFRS 16 - *Contrats de location*) alors que le coût de la dette nette hors contrats de location a connu une baisse significative de 70 % à taux de change constant¹ par rapport à 2022.

Impôts sur le résultat ajusté²

EssilorLuxottica a affiché un taux d'impôt ajusté² de 23,25 % pour l'année 2023, Il était de 24,5 % en 2022.

Résultat net part du Groupe ajusté² : en augmentation significative de +9,4 % à taux de change constants¹ (+3 % à taux de change courants)

Bilan, endettement financier net, flux de trésorerie et autres mesures « non-GAAP »

État de la situation financière consolidée d'EssilorLuxottica reclassé

L'état reclassé de la situation financière consolidée d'EssilorLuxottica agrège les montants des actifs et des passifs de l'état de la situation financière consolidée conformément aux critères fonctionnels qui considèrent le Groupe classiquement divisé en trois domaines fondamentaux axés sur les investissements, l'exploitation et le financement.

| <i>En millions d'euros</i> | 31 décembre 2023 | 31 décembre 2022 |
|---|-------------------------|-------------------------|
| Goodwill | 30 265 | 30 734 |
| Immobilisations incorporelles | 11 014 | 12 122 |
| Immobilisations corporelles | 5 182 | 4 747 |
| Droits d'utilisation | 3 069 | 3 010 |
| Titres mis en équivalence | 81 | 83 |
| Autres actifs non courants | 803 | 817 |
| Actifs immobilisés | 50 415 | 51 512 |
| Besoin en fonds de roulement commercial | 3 306 | 3 189 |
| Avantages au personnel et provisions | (1 010) | (1 016) |
| Créances d'impôts / (dettes) | (290) | (451) |
| Impôts différés actifs / (passifs) | (1 758) | (1 970) |
| Impôts actifs / (passifs) | (2 048) | (2 421) |
| Autres actifs opérationnels courants / (passifs) | (2 673) | (2 871) |
| Actifs / (passifs) destinés à la vente | — | — |
| CAPITAL NET INVESTI | 47 990 | 48 392 |
| CAPITAUX PROPRES | 38 891 | 38 147 |
| ENDETTEMENT FINANCIER NET | 9 098 | 10 246 |

Les *Actifs immobilisés*, d'une valeur de 50 415 millions d'euros ont diminué de 1 097 millions d'euros par rapport au 31 décembre 2022. Les principales catégories d'actifs contribuant à cette diminution sont indiquées ci-dessous:

- i. *Goodwill* : le goodwill a diminué de 469 millions d'euros, dont 566 millions d'euros dus aux effets des variations des taux de change, compensés en partie par une augmentation de 97 millions d'euros résultant de regroupements d'entreprises intervenus sur l'exercice, en particulier celui de Nuance Hearing.
- ii. *Les immobilisations incorporelles* : la diminution de 1 107 millions d'euros est principalement liée aux charges d'amortissement de la période pour 1 304 millions d'euros (significativement impactées par les charges d'amortissement résultant de la reconnaissance d'actifs incorporels suite à l'allocation du prix d'acquisition relatif au Rapprochement EL et à l'Acquisition GV), compensées partiellement par les nouvelles acquisitions de l'année pour 315 millions d'euros principalement en licences, logiciels et projets de R&D.

- iii. Les *Immobilisations corporelles* et le *Droit d'utilisation* : l'augmentation d'ensemble sur la période est de 495 millions d'euros. Les nouvelles immobilisations de la période (dépenses en investissements pour près de 1 245 millions d'euros, ainsi que reconnaissance de nouveaux droits d'utilisation dans le cadre des contrats de location conclus en 2023 pour 1 052 millions d'euros) ont été compensées par les charges d'amortissement et de dépréciation de la période pour un montant de 1 662 millions d'euros. Les principales acquisitions d'immobilisations corporelles de l'année ont été relatives à l'élargissement de l'empreinte industrielle avec l'implantation de nouvelles usines et laboratoires en Thaïlande, au Mexique ainsi qu'en France, ainsi qu'à l'amélioration et la rénovation du réseau de magasins.

Le *Besoin en fonds de roulement commercial* (soit la somme des stocks, des créances clients et des dettes fournisseurs) a augmenté de 117 millions d'euros par rapport au 31 décembre 2022 en raison d'une part, de la croissance de la division Professional Solutions et, d'autre part, des effets des variations des taux de change.

Les *Capitaux propres* ont augmenté du résultat net part du Groupe de la période (2 289 millions d'euros) et le solde des capitaux propres a également été impacté par les distributions de dividendes de la période générant une baisse de 598 millions d'euros dont 487 millions d'euros versés aux actionnaires d'EssilorLuxottica n'ayant pas opté pour le dividende en actions (voir paragraphe *Faits marquants*) et 110 millions d'euros distribués aux actionnaires minoritaires des filiales du Groupe. Les charges de rémunération en action ont également impacté les capitaux propres (hausse de 195 millions d'euros) ainsi que le solde net des opérations sur actions propres (diminution de 274 millions d'euros).

L'*Endettement financier net* a diminué de 1 147 millions d'euros par rapport au 31 décembre 2022, comme présenté dans le paragraphe dédié.

Autres mesures « non-GAAP »

D'autres mesures « non-GAAP » telles que l'Endettement financier net, le Cash-flow libre, l'EBITDA et le ratio d'Endettement financier net sur EBITDA sont également incluses dans ce document en vue de :

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

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

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

| <i>En millions d'euros</i> | 2023 | 2022 |
|--|--------------|---------------|
| Flux de trésorerie provenant des activités opérationnelles ^(a) | 4 861 | 4 783 |
| Acquisitions d'immobilisations corporelles et incorporelles ^(a) | (1 531) | (1 572) |
| Remboursements du principal des dettes de loyers ^(a) | (936) | (955) |
| CASH-FLOW LIBRE | 2 394 | 2 256 |
| Résultat opérationnel ^(b) | 3 176 | 3 157 |
| Amortissements, dépréciations et pertes de valeur ^(a) | 2 972 | 2 970 |
| EBITDA | 6 148 | 6 127 |
| ENDETTEMENT FINANCIER NET ^(c) | 9 098 | 10 246 |
| ENDETTEMENT FINANCIER NET / EBITDA LTM ^(d) | 1,5 | 1,7 |

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

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

(c) L'Endettement financier net est présenté dans la Note 19 – *Dettes financières* des Notes aux états financiers consolidés. Ses composantes sont aussi présentées dans le paragraphe *Endettement financier net* ci-dessous.

(d) EBITDA LTM = 12 mois glissants.

Endettement financier net

L'*Endettement financier net hors dettes de loyer* du Groupe a atteint 5 859 millions d'euros au 31 décembre 2023, soit une baisse de plus de 1,2 milliard d'euros par rapport au 31 décembre 2022. Au 31 décembre 2023, le solde des dettes de loyer est proche de celui à fin 2022.

| <i>En millions d'euros</i> | 31 décembre 2023 | 31 décembre 2022 |
|--|-------------------------|-------------------------|
| Dettes financières non courantes | 6 559 | 7 858 |
| Dettes financières courantes | 1 858 | 1 164 |
| TOTAL PASSIFS | 8 417 | 9 022 |
| Investissements court terme | — | — |
| Trésorerie et équivalents de trésorerie | (2 558) | (1 960) |
| TOTAL ACTIFS | (2 558) | (1 960) |
| Instruments dérivés sur les dettes financières (couverture de juste valeur) | (0) | 1 |
| ENDETTEMENT FINANCIER NET hors dettes de loyer | 5 859 | 7 063 |
| Dettes de loyer (courantes et non courantes) | 3 239 | 3 182 |
| ENDETTEMENT FINANCIER NET | 9 098 | 10 246 |

Les dettes financières non courantes ont diminué par rapport au 31 décembre 2022, essentiellement du fait du reclassement en dettes financières courantes de 1,3 milliards d'Eurobonds qui arrivent à échéance entre janvier et avril 2024. Les dettes financières courantes ont été impactées par le remboursement d'un Eurobond de 1 milliard d'euros arrivé à échéance en mai 2023, et contrebalancé par le reclassement indiqué ci-dessus ainsi que par l'émission de divers *Commercial Paper* principalement dans le cadre du programme USCP.

Tableau des flux de trésorerie consolidés reclassé

Le tableau des flux de trésorerie consolidés reclassé réconcilie l'EBITDA avec le flux net de trésorerie généré par le Groupe en mettant en évidence le flux de trésorerie provenant de l'exploitation (*Cash-flow libre*).

| <i>En millions d'euros</i> | 2023 | 2022 |
|---|--------------|----------------|
| EBITDA | 6 148 | 6 127 |
| Variation du besoin en fonds de roulement commercial ^(a) | (300) | (251) |
| Dépenses d'investissements | (1 531) | (1 572) |
| Paieement des loyers (hors intérêts) ^(b) | (936) | (955) |
| Autres flux de trésorerie d'exploitation | (987) | (1 093) |
| CASH-FLOW LIBRE | 2 394 | 2 256 |
| Dividendes versés | (598) | (595) |
| Acquisitions de filiales, net de la trésorerie acquise | (114) | (965) |
| Autres variations des capitaux propres | (301) | (1 068) |
| Autres variations d'actifs financiers et non financiers | (78) | (83) |
| Variation des dettes financières (hors écarts de change) | (590) | (962) |
| VARIATION DE LA TRÉSORERIE | 712 | (1 417) |

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

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

Les *Dépenses d'investissements* décaissées s'élèvent à 1 531 millions d'euros, sensiblement en ligne avec la période comparative de l'année précédente et représentent environ 6 % du chiffre d'affaires du Groupe.

La ligne *Acquisitions de filiales, net de la trésorerie acquise*, représente les sorties nettes de trésorerie relatives aux regroupements d'entreprises finalisés sur l'exercice, et dans un effet moindre, les compléments de prix et/ou paiements différés portant sur des acquisitions finalisées les années passées. Le montant des sorties de trésorerie en 2023 est nettement moins élevé que l'année précédente au cours de laquelle des acquisitions majeures avaient été réalisées, à savoir celles de Walman, SightGlass Vision et Fedon.

La ligne *Autres variations des capitaux propres* intègre entre autres, les effets des opérations relatives aux participations ne donnant pas le contrôle (qui ont été significatives pour le Groupe en 2022 en raison de l'acquisition de la pleine propriété du groupe Shamir) ainsi que les sorties de trésorerie relatives aux programmes de rachat d'actions compensés par les encaissements liés aux augmentations de capital en numéraire et de l'exercice d'options de souscription d'actions (271 millions d'euros en 2023, 431 millions d'euros en 2022).

Les flux reportés dans la ligne *Autres variations d'actifs financiers et non financiers* en 2023 comprennent les décaissements issus des prises de participation financières dans des sociétés non consolidées.

Enfin, la ligne *Variation des dettes financières (hors écarts de change)* a été principalement impactée par les mouvements décrits dans le paragraphe *Endettement financier net*.

Acquisitions et partenariats

Au cours de l'année 2023, EssilorLuxottica a poursuivi sa stratégie de fusions et acquisitions dans certaines activités et zones géographiques.

En février 2023, EssilorLuxottica a finalisé l'acquisition de Nuance Hearing, une startup développant des solutions auditives utilisant une technologie de formation directionnelle de l'onde sonore (« beamforming »).

Les autres acquisitions réalisées sur la période portent sur des rachats de participations minoritaires et des prises de participations minoritaires ou majoritaires dans des sociétés opérant dans l'industrie de l'optique ophtalmique et la lunetterie.

Mission et développement durable

Aider chacun à « mieux voir et mieux être »

L'histoire d'EssilorLuxottica est ancrée autour de son engagement en faveur de l'innovation dans la santé visuelle et de sa profonde compréhension de la manière dont une bonne vision peut changer la vie. La mission du Groupe est d'aider chacun à « mieux voir et mieux être ». Cette mission est le moteur de sa stratégie et oriente son approche en matière de développement durable, ainsi que son ambition de contribuer à éliminer la mauvaise vision non corrigée en une génération.

Les innovations du Groupe corrigent, protègent et subliment la beauté des yeux, nos organes sensoriels les plus précieux. EssilorLuxottica combine une expertise inégalée dans la conception des verres et la fabrication de lunettes, un portefeuille de marques appréciées et un réseau de distribution international. Grâce à ces atouts uniques, EssilorLuxottica aide des milliards de personnes dans le monde à apprendre, à travailler, à se révéler et à réaliser leur plein potentiel.

Le manque de sensibilisation et d'accès à la santé visuelle est à l'origine d'un problème sanitaire mondial, aux conséquences économiques et sociales graves pour des milliards de personnes. EssilorLuxottica répond aux besoins visuels croissants des 2 milliards^a de porteurs de lunettes existant actuellement dans le monde, tout en s'adaptant à l'évolution des modes de vie. Le Groupe va également plus loin en inventant de nouvelles solutions pour les 2,7 milliards de personnes^b souffrant d'une mauvaise vision non corrigée et les 6,2 milliards^a qui ne protègent pas leurs yeux des rayons nocifs. De plus, il est estimé que la moitié de la population mondiale devrait souffrir de myopie d'ici 2050^c, un chiffre susceptible d'être aggravé par plusieurs années de changements de modes de vie post-covid

Très engagé pour défendre la cause de la vision, sensibiliser à l'importance de la santé visuelle et inventer des lunettes aux verres et aux styles toujours plus innovants, EssilorLuxottica milite activement pour faire reconnaître la bonne vision comme un droit humain fondamental et un levier de développement essentiel à l'échelle mondiale. Les conséquences socio-économiques d'une mauvaise vision non corrigée sont en effet profondes. Sans accès à des services de santé visuelle et aux lunettes, les personnes qui en ont besoin se heurtent à des obstacles en matière d'éducation et d'emploi, ce qui entretient le cycle de la pauvreté et limite leur potentiel.

Depuis le lancement de sa feuille de route « Éliminer la mauvaise vision en une génération », EssilorLuxottica est déterminé à défendre le « droit de voir », fondamental et essentiel dans le progrès humain dans le monde. Cette démarche est alignée la résolution de 2021 des Nations unies « Vision for Everyone » visant de façon unanime à garantir l'accès à la santé visuelle dans le monde entier d'ici 2030. L'inclusion de la santé visuelle dans les objectifs de développement durable (ODD) des Nations unies soutient les objectifs d'EssilorLuxottica et ses actions durables visant à éliminer le mal voir en une génération. Afin que cet objectif se réalise, EssilorLuxottica s'est concentré en 2023 sur les grands axes suivants :

Améliorer la vision. Le Groupe a continué à avancer sur la voie de la résolution « Vision for Everyone » et de son objectif d'aider à éliminer la mauvaise vision non corrigée en une génération grâce à OneSight EssilorLuxottica Foundation, qui rassemble les actions de sensibilisation et de philanthropie du Groupe à l'échelle mondiale, mais aussi grâce à la force et à l'engagement d'EssilorLuxottica, de ses salariés et de ses partenaires. L'an dernier, OneSight EssilorLuxottica Foundation a considérablement intensifié et accéléré ses initiatives dans le monde pour permettre un meilleur accès à la santé visuelle pour tous, notamment pour les communautés défavorisées. Depuis 2013, le Groupe, avec ses partenaires, a créé un accès pérenne à la santé visuelle pour plus de 762 millions de personnes, en équipant en lunettes 71,8 millions de personnes dans des zones mal desservies et en créant 27 700 points d'accès optique avec le déploiement de micro-entrepreneurs en milieu rural. Parmi les faits marquants de 2023 figure aussi le lancement de OneSight EssilorLuxottica Foundation en Amérique latine, unifiant les initiatives de philanthropie et de sensibilisation du Groupe déployées de longue date dans la région. Basée à Bogota, en Colombie, cette division latino-américaine et ses partenaires se concentrent sur la mise en œuvre de programmes de santé visuelle et la création de partenariats à fort impact au service des quelque 190 millions de personnes défavorisées de la région. En marge de l'Assemblée Générale des Nations unies,

OneSight EssilorLuxottica Foundation a sensibilisé le public au manque d'accès aux lunettes dans le monde et s'est engagée à fournir des services de santé visuelle de qualité, soulignant ainsi que la correction visuelle est un vecteur de développement social et économique. Pour la Journée mondiale de la vue 2023, OneSight EssilorLuxottica Foundation a attiré l'attention du monde entier sur l'importance de la santé visuelle. Plus de 270 000 personnes, dans 49 pays, ont bénéficié de dépistages visuels, ce qui a permis de fournir près de 110 000 paires de lunettes. Plus de 3 800 bénévoles d'EssilorLuxottica ont contribué activement à ces efforts, lors de la Journée mondiale de la vue et tout au long de l'année, en participant notamment aux opérations de dépistage, à la distribution de lunettes et à l'accueil des bénéficiaires, pour une prise en charge fluide et efficace de leurs besoins visuels. En outre, pour sensibiliser à l'importance d'une bonne vision, OneSight EssilorLuxottica Foundation a poursuivi sa collaboration avec des ambassadeurs influents. Parmi eux, citons la joueuse de basket des Dallas Wings, soutenue par Oakley et Diamond DeShields, membre de la Women's National Basketball Association (WNBA), le capitaine de l'équipe indienne de cricket Rohit Sharma, la superstar du football français Kylian Mbappé, la marathonnienne chinoise Li Zhixuan, ainsi que le surfeur brésilien Italo Ferreira, médaillé d'or aux Jeux olympiques. Leur soutien a joué un rôle déterminant dans la réalisation de cette mission, notamment dans les régions où la sensibilisation à l'importance de corriger sa vision est faible et où la stigmatisation à cet égard est forte. OneSight EssilorLuxottica Foundation joue un rôle essentiel pour mener à bien l'ambition d'EssilorLuxottica d'éliminer la mauvaise vision non corrigée une génération. En s'alignant sur les objectifs mondiaux définis par les Nations unies (ONU) et l'Organisation mondiale de la Santé (OMS), elle contribue à créer un avenir meilleur pour des millions de personnes, en rappelant la nécessité d'avoir une bonne vision dans les démarches visant à un monde plus équitable.

Exprimer son style. En associant le meilleur de la technologie des verres correcteurs et un savoir-faire d'excellence pour la conception de montures de marque, EssilorLuxottica fait des équipements optiques de véritables accessoires parfaitement adaptés aux besoins et au style personnel de chacun. Les lunettes, que l'on porte jusqu'à 18 heures par jour, sont les accessoires de mode les plus visibles et font désormais partie de notre culture. Lorsque des lunettes épousent parfaitement un visage, elles font naître un sentiment d'authenticité, de créativité et de confiance en soi recherché par les consommateurs. Du fait de son impact, chaque paire de lunettes EssilorLuxottica est considérée comme une pièce d'artisanat précieuse, depuis les premières esquisses jusqu'aux derniers détails réalisés à la main. Chaque monture reflète la passion, le savoir-faire et l'engagement des collaborateurs du Groupe qui mettent tout en œuvre pour créer les meilleures lunettes.

^a Estimations EssilorLuxottica.

^b Essilor International, *Éliminer la mauvaise vision non corrigée en une génération*. Essilor International. 2019: 15.

^c Brien Holden Vision Institute.

Approche en matière de développement durable : Eyes on the Planet

En 2021, EssilorLuxottica a lancé son ambitieux programme à long terme de développement durable à l'échelle du Groupe. Intitulé **Eyes on the Planet**, ce programme vise à adopter le développement durable dans l'ensemble de son écosystème, y compris au niveau des collaborateurs, des fournisseurs, des partenaires et des clients. Il comprend des actions concrètes qui s'articulent autour de cinq piliers stratégiques : neutralité carbone, circularité, bonne vision dans le monde, inclusion et éthique.

- **Eyes on Carbon** : Tout en préparant le terrain pour atteindre la neutralité carbone pour ses activités directes mondiales (émissions de scopes 1 et 2) d'ici 2025, EssilorLuxottica a atteint l'année dernière son objectif en Europe, après l'avoir réalisé dans ses deux pays d'origine historiques, l'Italie et la France, fin 2021. Cette réalisation est le fruit de sa stratégie prévoyant l'amélioration de l'efficacité énergétique des installations, l'augmentation de l'énergie autoproduite et de l'utilisation des énergies renouvelables grâce à un contrat d'approvisionnement en électricité éolienne en Italie et, enfin, le soutien de projets de réduction du carbone, au-delà de sa chaîne de valeur, tels que la protection et la restauration des écosystèmes naturels. Afin de renforcer ses efforts pour lutter contre le changement climatique, le Groupe s'est engagé en 2023 à fixer des objectifs de réduction des émissions à court terme conformément à l'initiative Science-Based Targets (SBTi). Il s'agit d'une nouvelle étape dans le déploiement de sa stratégie carbone visant à réduire l'empreinte carbone de ses opérations et tout au long de sa chaîne de valeur.

- **Eyes on Circularity** : L'engagement d'EssilorLuxottica en faveur du climat est profondément lié à son approche circulaire tout au long de la chaîne de valeur. Le Groupe s'appuie sur son expertise en matière d'innovation durable dans l'ensemble de ses matériaux, processus, produits et services. En 2023, le Groupe a continué à travailler sur les leviers techniques qui soutiennent la circularité des ressources, tels que la substitution progressive des matériaux d'origine fossile par des matériaux biosourcés et sa capacité à recycler les déchets industriels en interne ou par l'intermédiaire de partenaires externes, qui a permis d'élargir son offre de produits durables. L'approche d'EssilorLuxottica en matière de circularité englobe également son activité Direct to Consumer. Les magasins du Groupe jouant un rôle essentiel pour encourager les consommateurs à prolonger la durée de vie des produits grâce à des services liés à l'économie circulaire tels que les réparations en magasin, les modèles d'abonnement et la possibilité de ramener les lunettes usagées pour les recycler ou les réutiliser. Pour faire progresser la durabilité dans la distribution, EssilorLuxottica s'est lancé dans une feuille de route ambitieuse qui comprend des investissements majeurs dans ses magasins liées à l'efficacité énergétique et à la circularité dans l'utilisation des matériaux et la gestion des déchets, ainsi que la mise en œuvre d'un plan triennal visant à obtenir la certification WELL pour 400 points de vente en Europe et aux États-Unis.
- **Eyes on Ethics** : Le modèle d'affaires verticalement intégré du Groupe est essentiel pour garantir une approche équitable et éthique des affaires, partout où il opère. Renforçant ses efforts en matière d'éthique, EssilorLuxottica a mis à jour en 2023 son Code d'éthique et élaboré un Code de conduite à l'intention de ses partenaires commerciaux afin d'établir des pratiques harmonisées, de clarifier les attentes et les principes éthiques, ainsi que de protéger les droits humains et les droits du travail tout au long de sa chaîne de valeur. En outre, EssilorLuxottica a lancé son système de signalement interne SpeakUp, qui permet aux salariés et aux parties prenantes externes de signaler des problèmes et des violations potentiels. L'efficacité de la chaîne d'approvisionnement est une priorité constante et, pour l'améliorer, le Groupe a unifié ses initiatives existantes dans un seul programme d'approvisionnement responsable d'EssilorLuxottica, autour de piliers tels que le travail et les droits humains, la santé et la sécurité, l'environnement, la gouvernance et l'éthique.
- **Eyes on Inclusion** : Les collaborateurs du Groupe sont les premiers acteurs et contributeurs des efforts déployés par EssilorLuxottica en faveur du développement durable et de la création de valeur. Le Groupe vise à développer une culture collective qui favorise la formation, la diversité et la sécurité, ainsi qu'un environnement de travail qui offre à chacun les mêmes chances sur la base du mérite, de l'équité et de l'absence de discrimination. En 2023, de nombreuses initiatives ont été lancées par le biais de la plateforme de formation Leonardo et dans différentes régions pour promouvoir un dialogue ouvert entre les collaborateurs et cultiver un environnement de travail inclusif, où l'éducation et la formation sont des leviers importants. Ces efforts sont complétés par une solide culture de la santé, de la sécurité et du bien-être au travail, et sont étendus aux communautés où vivent les salariés et leurs familles au travers d'un programme social cohérent.
- **Eyes on World Sight** : Le lancement de OneSight EssilorLuxottica Foundation a ouvert un nouveau chapitre dans le parcours d'EssilorLuxottica pour accélérer les activités liées à sa mission et fournir un accès à la santé visuelle aux personnes défavorisées. La responsabilité du Groupe en matière de vision et d'action sociétale se traduit également par des initiatives de citoyenneté d'entreprise qui couvrent différents domaines, notamment un partenariat avec l'envoyé spécial des Nations unies pour la sécurité routière afin de promouvoir une meilleure vision pour une meilleure sécurité routière. EssilorLuxottica a également poursuivi le déploiement d'initiatives citoyennes visant à préserver le patrimoine culturel et à mettre l'art à portée d'un plus vaste public grâce à des approches innovantes, par exemple en utilisant ses outils de diffusion extérieure comme un musée « en plein air » ou en créant des outils de découverte d'expositions tactiles en partenariat avec des musées renommés.

Investissements réalisés en 2023 et prévus pour 2024

| En millions d'euros | 2023 | 2022 | 2021 |
|--|-------|-------|-------|
| Immobilisations corporelles et incorporelles (brute des cessions) | 1 531 | 1 572 | 1 030 |
| Amortissements, dépréciations et pertes de valeur | 2 972 | 2 970 | 2 480 |
| Acquisitions de filiales, net de la trésorerie acquise | 114 | 965 | 7 078 |
| Acquisition / (Cession) d'actions propres | 271 | 431 | 317 |

Dépenses d'investissements

En 2023, les dépenses d'investissements décaissées d'EssilorLuxottica se sont élevées à 1 531 millions d'euros (soit 6 % du chiffre d'affaires du Groupe, 6,4 % en 2022), montant globalement en ligne par rapport à 2022 et relatif aux investissements dans les Opérations (en lien avec les nouveaux sites de production et de distribution en France, au Mexique et en Thaïlande), dans le réseau des magasins ainsi que dans les infrastructures IT.

Investissements financiers

Les acquisitions de filiales, nettes de la trésorerie acquise, s'élèvent à 114 millions d'euros en 2023 (965 millions d'euros en 2022 et 7 078 millions d'euros en 2021). Ces montants représentent les sorties de trésorerie nette relatives aux regroupements d'entreprises réalisés sur l'année, ainsi que, dans une moindre mesure, les compléments de prix ou paiements différés relatifs à des acquisitions réalisées les années précédentes. En 2023, ce montant était principalement lié aux opérations décrites dans le paragraphe *Acquisitions et partenariats*, dont l'acquisition de la startup israélienne Nuance Hearing ; en 2022, cela correspondait aux acquisitions, entre autres, de Walman, SightGlass Vision et Fedon ; tandis qu'en 2021, le montant était presque entièrement relatif à l'acquisition de GrandVision achevée le 1^{er} juillet 2021.

Par ailleurs, en 2023, le Groupe a acquis près de 1,8 millions d'actions EssilorLuxottica dans le cadre de ses programmes de rachat d'actions, dont près de 1,7 millions d'actions dans le cadre du programme annoncé fin juillet 2023 (voir le paragraphe *Faits marquants de l'année*), pour une sortie de trésorerie de 312 millions d'euros (incluant les frais bancaires et autres frais). Des programmes similaires avaient été initiés en 2022 et 2021, lorsque le Groupe avait acquis pour respectivement près de 3 millions d'actions (à un prix moyen de 156,74 euros et une sortie de trésorerie de 470 millions d'euros - frais bancaires et autres frais inclus) et de 2 millions d'actions (pour un prix moyen par action de 166,72 euros et une sortie de trésorerie totale de 335 millions d'euros (frais bancaires et autres frais inclus). Les actions acquises sont destinées à être attribuées ou cédées aux salariés et mandataires sociaux d'EssilorLuxottica et des sociétés liées, notamment dans le cadre de la participation aux résultats de l'entreprise, de l'attribution d'actions gratuites, d'actions de performance ou d'options d'achat d'actions, et de la participation à tout plan d'actionnariat salariés.

Principaux investissements futurs

En 2024, le Groupe continuera à investir fortement dans le renouvellement de son réseau de magasins, ses capacités de productions (achèvement des nouveaux sites) et dans ses infrastructures informatiques et technologiques pour mener à bien l'intégration.

Événements postérieurs à la clôture

EssilorLuxottica présente ses dernières innovations en matière de smart glasses et de lunettes avec aide auditive intégrée au CES 2024 à Las Vegas

Participant pour la toute première fois au Consumer Electronics Show (CES), à Las Vegas du 9 au 12 janvier 2024, EssilorLuxottica y a présenté ses initiatives audacieuses en termes de technologies grand public.

Dans le cadre du CES, le Groupe a présenté un prototype de Nuance Audio, une paire de lunettes au style contemporain qui intègre parfaitement des technologies auditives sophistiquées. Conçu pour les consommateurs souffrant d'une perte auditive légère à modérée, Nuance Audio peut lever la barrière psychologique qui a jusqu'ici freiné l'adoption d'aides auditives traditionnelles, grâce à une technologie auditive propriétaire intégrée, à « oreilles libres » (open-ear) des plus avancées. Le lancement de Nuance Audio est prévu pour le second semestre 2024, en commençant par les Etats-Unis.

EssilorLuxottica a permis également de découvrir les Ray-Ban Meta, ses lunettes Ray-Ban emblématiques dotées de caméras, de sonorisation en « oreilles libres », de fonctionnalités opérées par Intelligence Artificielle et qui offrent des possibilités de diffusion en direct et de commandes mains libres. Le Groupe a présenté aussi sa nouvelle division HELIX et Vision(X), une plateforme intelligente et interconnectée conçue pour contribuer à moderniser les activités des professionnels de la vue américains en leur donnant accès à toute une gamme de solutions numériques innovantes, notamment en télé-optométrie et des services utilisant la big data appliquée au monde de l'optique.

Nuance Audio, Ray-Ban Meta et HELIX témoignent de l'engagement d'EssilorLuxottica à faire progresser l'industrie optique vers une ère où les appareils et solutions seront de plus en plus interconnectés et s'appuieront sur l'IA.

Perspectives

Le Groupe confirme son objectif de croissance annuelle du chiffre d'affaires de l'ordre de 5 % entre 2022 et 2026 à taux de change constants¹ (sur la base du chiffre d'affaires 2021 *pro forma*⁴) et anticipe l'atteinte d'un résultat opérationnel ajusté² de l'ordre de 19 à 20 % du chiffre d'affaires à l'issue de cette période.

Notes

1 Chiffres à taux de change constants : les chiffres à taux de change constants ont été calculés sur la base des taux de change moyens de la même période de l'année de comparaison.

2 Mesures ou indicateurs ajustés : ajustés des produits et charges liés au rapprochement entre Essilor et Luxottica (« Rapprochement EL »), à l'acquisition de GrandVision (« Acquisition GV »), aux autres acquisitions stratégiques et significatives, et d'autres transactions inhabituelles, occasionnelles ou sans rapport avec les activités normales, l'impact de ces événements pouvant altérer la compréhension des performances du Groupe. Une description des autres transactions inhabituelles, occasionnelles ou sans rapport avec les activités normales est incluse dans les informations à fournir au semestre et à la fin de l'exercice (voir le paragraphe dédié *Mesures ajustées*).

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

4 (Chiffre d'affaires) Comparable ou *pro forma*: le chiffre d'affaires comparable inclut la contribution de GrandVision comme si le regroupement entre EssilorLuxottica et GrandVision (« Acquisition GV »), ainsi que les cessions d'actifs requises par les autorités de la concurrence dans le contexte de l'Acquisition GV, avaient eu lieu au début de l'exercice (i.e. 1^{er} janvier). Le chiffre d'affaires comparable a été préparé à titre illustratif dans le seul but de fournir des informations comparables.

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

6 Endettement financier net : somme des *Dettes financières courantes et non-courantes*, *Dettes de loyer courantes et non-courantes*, moins les *Investissements court-terme*, la *Trésorerie et équivalents de trésorerie* et les *Instruments dérivés sur les dettes financières (couverture de juste valeur)* comme présentés dans les états financiers consolidés IFRS.

Annexe 1 - Extraits des États financiers consolidés

Compte de résultat consolidé

| <i>En millions d'euros</i> | 2023 | 2022 |
|---|-----------------|-----------------|
| Chiffre d'affaires | 25 395 | 24 494 |
| Coût des ventes | (9 347) | (8 910) |
| MARGE BRUTE | 16 048 | 15 583 |
| Frais de recherche et développement | (593) | (600) |
| Frais de commercialisation | (8 041) | (7 741) |
| Redevances | (246) | (219) |
| Frais de publicité et de marketing | (1 799) | (1 811) |
| Frais généraux et administratifs | (2 211) | (2 116) |
| Autres produits / (charges) opérationnels | 19 | 61 |
| Total des charges opérationnelles | (12 871) | (12 427) |
| RÉSULTAT OPÉRATIONNEL | 3 176 | 3 157 |
| Coût de l'endettement financier net | (116) | (131) |
| Autres produits / (charges) financiers | (24) | (0) |
| Quote-part dans le résultat net des sociétés mises en équivalence | (1) | 6 |
| RÉSULTAT AVANT IMPÔT | 3 035 | 3 032 |
| Impôts sur le résultat | (609) | (751) |
| RÉSULTAT NET | 2 426 | 2 281 |
| dont : | | |
| • part du Groupe | 2 289 | 2 152 |
| • part des participations ne donnant pas le contrôle | 137 | 128 |
| Nombre moyen pondéré d'actions en circulation : | | |
| • de base | 448 066 944 | 442 049 822 |
| • dilué | 450 765 862 | 445 659 252 |
| Résultat net, part du Groupe par action (<i>en euros</i>) : | | |
| • de base | 5,11 | 4,87 |
| • dilué | 5,08 | 4,83 |

État de la situation financière consolidée

Actif

| <i>En millions d'euros</i> | 31 décembre 2023 | 31 décembre 2022 |
|---|-------------------------|-------------------------|
| Goodwill | 30 265 | 30 734 |
| Immobilisations incorporelles | 11 014 | 12 122 |
| Immobilisations corporelles | 5 182 | 4 747 |
| Droits d'utilisation | 3 069 | 3 010 |
| Titres mis en équivalence | 81 | 83 |
| Autres actifs non courants | 803 | 817 |
| Impôts différés actifs | 387 | 408 |
| TOTAL ACTIFS NON COURANTS | 50 802 | 51 920 |
| Stocks et en cours | 2 750 | 2 789 |
| Créances clients | 2 936 | 2 697 |
| Créances d'impôt | 271 | 259 |
| Autres actifs courants | 1 206 | 936 |
| Trésorerie et équivalents de trésorerie | 2 558 | 1 960 |
| TOTAL ACTIFS COURANTS | 9 721 | 8 641 |
| TOTAL DE L'ACTIF | 60 523 | 60 561 |

État de la situation financière consolidée

Passif

| <i>En millions d'euros</i> | 31 décembre 2023 | 31 décembre 2022 |
|---|-------------------------|-------------------------|
| Capital | 82 | 81 |
| Primes d'émission | 22 882 | 23 066 |
| Actions propres | (312) | (360) |
| Autres réserves | 13 298 | 12 516 |
| Résultat net part du Groupe | 2 289 | 2 152 |
| CAPITAUX PROPRES PART DU GROUPE | 38 239 | 37 455 |
| Capitaux propres attribuables aux participations ne donnant pas le contrôle | 653 | 692 |
| TOTAL DES CAPITAUX PROPRES | 38 891 | 38 147 |
| Dettes financières non courantes | 6 559 | 7 858 |
| Dettes de loyers non courantes | 2 399 | 2 336 |
| Avantages au personnel | 431 | 431 |
| Provisions non courantes | 234 | 302 |
| Autres passifs non courants | 123 | 221 |
| Impôts différés passifs | 2 145 | 2 377 |
| TOTAL PASSIFS NON COURANTS | 11 890 | 13 525 |
| Dettes financières courantes | 1 858 | 1 164 |
| Dettes de loyers courantes | 841 | 846 |
| Dettes fournisseurs | 2 381 | 2 297 |
| Dettes d'impôt | 561 | 711 |
| Provisions courantes | 345 | 283 |
| Autres passifs courants | 3 756 | 3 587 |
| TOTAL PASSIFS COURANTS | 9 741 | 8 888 |
| TOTAL DU PASSIF | 60 523 | 60 561 |

Tableau des flux de trésorerie consolidés

| <i>En millions d'euros</i> | 2023 | 2022 |
|--|----------------|----------------|
| RÉSULTAT NET | 2 426 | 2 281 |
| Amortissements, dépréciations et pertes de valeur | 2 972 | 2 970 |
| Résultat des cessions d'actifs | 4 | 2 |
| Charges relatives aux paiements fondés sur des actions | 195 | 191 |
| Impôts sur le résultat | 609 | 751 |
| Résultat financier, net | 140 | 131 |
| Autres éléments sans incidence sur la trésorerie | (5) | (72) |
| Dotations (reprise) nette aux provisions | 32 | (51) |
| Variation du besoin en fonds de roulement commercial | (300) | (251) |
| Variation des autres créances et dettes opérationnelles | (159) | (105) |
| Impôts payés, net | (916) | (940) |
| Frais financiers payés, net | (136) | (125) |
| FLUX DE TRÉSORERIE PROVENANT DES ACTIVITÉS OPÉRATIONNELLES | 4 861 | 4 783 |
| Acquisitions d'immobilisations corporelles et incorporelles | (1 531) | (1 572) |
| Cession d'immobilisations corporelles et incorporelles | 11 | 17 |
| Acquisition de filiales, net de la trésorerie acquise | (114) | (965) |
| Variation des autres actifs non financiers | 5 | 83 |
| Variation des autres actifs financiers | (94) | (184) |
| FLUX DE TRÉSORERIE PROVENANT DES ACTIVITÉS D'INVESTISSEMENT | (1 724) | (2 619) |
| Augmentation de capital | 34 | 37 |
| Cession nette / (acquisition nette) d'actions propres | (271) | (431) |
| Dividendes versés : | | |
| • aux actionnaires du Groupe | (487) | (454) |
| • aux détenteurs de participations ne donnant pas le contrôle | (111) | (140) |
| Opérations relatives aux participations ne donnant pas le contrôle | (64) | (674) |
| Remboursements du principal des dettes de loyers | (936) | (955) |
| Émissions d'obligations, de placements privés et d'autres dettes financières à long terme | — | — |
| Remboursements d'obligations, de placements privés et d'autres dettes financières à long terme | (1 028) | (455) |
| Variations des autres dettes financières (à court et long terme) | 438 | (507) |
| FLUX DE TRÉSORERIE PROVENANT DES ACTIVITÉS DE FINANCEMENT | (2 425) | (3 580) |
| VARIATION DE LA TRÉSORERIE ET DES ÉQUIVALENTS DE TRÉSORERIE | 712 | (1 417) |
| Trésorerie et équivalents de trésorerie au début de l'exercice | 1 960 | 3 293 |
| Incidence des variations des taux de change | (114) | 83 |
| TRÉSORERIE ET ÉQUIVALENTS DE TRÉSORERIE À LA CLÔTURE | 2 558 | 1 960 |

Annexe 2 - Chiffre d'affaires

Exercice 2023

Par activité

| <i>En millions d'euros</i> | Professional Solutions | Variation à TC constants ¹ | Variation à TC courants | Direct to Consumer | Variation à TC constants ¹ | Variation à TC courants | 2023 | Variation à TC constants ¹ | Variation à TC courants |
|-------------------------------|------------------------|---------------------------------------|-------------------------|--------------------|---------------------------------------|-------------------------|---------------|---------------------------------------|-------------------------|
| Chiffre d'affaires T1 | 3 026 | 7,7 % | 8,9 % | 3 125 | 9,4 % | 10,5 % | 6 151 | 8,6 % | 9,7 % |
| Chiffre d'affaires T2 | 3 208 | 8,2 % | 4,9 % | 3 491 | 7,8 % | 4,8 % | 6 699 | 8,0 % | 4,9 % |
| Chiffre d'affaires S1 | 6 234 | 7,9 % | 6,8 % | 6 616 | 8,5 % | 7,5 % | 12 851 | 8,2 % | 7,1 % |
| Chiffre d'affaires T3 | 2 978 | 5,7 % | (1,7)% | 3 316 | 4,7 % | (1,5)% | 6 294 | 5,2 % | (1,6)% |
| Chiffre d'affaires T4 | 2 986 | 8,1 % | 2,8 % | 3 264 | 6,1 % | 1,9 % | 6 250 | 7,1 % | 2,4 % |
| Chiffre d'affaires S2 | 5 965 | 6,9 % | 0,5 % | 6 579 | 5,4 % | 0,2 % | 12 544 | 6,1 % | 0,4 % |
| Chiffre d'affaires 12M | 12 199 | 7,4 % | 3,6 % | 13 195 | 6,9 % | 3,7 % | 25 395 | 7,1 % | 3,7 % |

Par zone géographique

| <i>En millions d'euros</i> | Amérique du Nord | Variation à TC constants ¹ | Variation à TC courants | EMEA | Variation à TC constants ¹ | Variation à TC courants | Asie-Pacifique | Variation à TC constants ¹ | Variation à TC courants | Amérique latine | Variation à TC constants ¹ | Variation à TC courants | 2023 |
|-------------------------------|------------------|---------------------------------------|-------------------------|--------------|---------------------------------------|-------------------------|----------------|---------------------------------------|-------------------------|-----------------|---------------------------------------|-------------------------|---------------|
| Chiffre d'affaires T1 | 2 859 | 7,0 % | 11,4 % | 2 194 | 8,9 % | 6,8 % | 750 | 12,0 % | 9,4 % | 349 | 11,5 % | 15,7 % | 6 151 |
| Chiffre d'affaires T2 | 3 029 | 2,3 % | 0,1 % | 2 523 | 10,6 % | 7,5 % | 769 | 23,9 % | 15,5 % | 378 | 9,3 % | 8,4 % | 6 699 |
| Chiffre d'affaires S1 | 5 888 | 4,5 % | 5,3 % | 4 717 | 9,8 % | 7,2 % | 1 519 | 17,9 % | 12,4 % | 727 | 10,3 % | 11,8 % | 12 851 |
| Chiffre d'affaires T3 | 2 839 | 2,1 % | (5,6)% | 2 317 | 6,9 % | 2,4 % | 760 | 11,7 % | 0,0 % | 377 | 6,2 % | 4,1 % | 6 294 |
| Chiffre d'affaires T4 | 2 910 | 5,9 % | 0,6 % | 2 150 | 6,4 % | 3,1 % | 757 | 10,3 % | 3,6 % | 433 | 12,7 % | 8,8 % | 6 250 |
| Chiffre d'affaires S2 | 5 749 | 4,0 % | (2,6)% | 4 468 | 6,7 % | 2,8 % | 1 517 | 11,0 % | 1,8 % | 810 | 9,6 % | 6,6 % | 12 544 |
| Chiffre d'affaires 12M | 11 637 | 4,2 % | 1,3 % | 9 184 | 8,2 % | 5,0 % | 3 036 | 14,3 % | 6,8 % | 1 537 | 9,9 % | 9,0 % | 25 395 |