

Risultati pro forma¹ 2018

Solida crescita, redditività e generazione di cassa

- **Fatturato pro forma¹: +3,2% a cambi costanti³**
- **Utile operativo pro forma¹ adjusted²: 15,9% del fatturato**
- **Utile netto pro forma¹ adjusted²: 11,6% del fatturato**
- **Generazione di cassa combinata⁸: 1,8 miliardi di Euro**
- **Dividendo proposto: Euro 2.04 per azione**
- **Confermato l'obiettivo di sinergie nette a livello di utile operativo tra 420 e 600 milioni di Euro entro cinque anni**

Charenton-le-Pont, Francia (8 marzo 2019) - Il Consiglio di Amministrazione di EssilorLuxottica si è riunito il 7 marzo 2019 per l'approvazione del progetto di bilancio 2018. Il bilancio consolidato al 31 dicembre 2018 è stato sottoposto a revisione; la relazione di revisione è in corso di rilascio. Il Consiglio di Amministrazione ha inoltre approvato le informazioni finanziarie pro forma unaudited¹, che vengono presentate a solo scopo illustrativo.

“Siamo orgogliosi di presentare i risultati combinati di Luxottica ed Essilor. Il contributo di Luxottica è significativo: le vendite, la redditività e il flusso di cassa sono tutti positivi al netto dell'effetto cambio. La sua semplicità organizzativa, lo spirito imprenditoriale e la velocità di esecuzione hanno continuato a dare frutti. Oggi Luxottica è ben organizzata e pronta per il suo futuro in EssilorLuxottica. Arriviamo al processo di integrazione nel miglior modo possibile, portando con noi i marchi più amati, eccellenti capacità operative e un'organizzazione digitalizzata in ogni sua parte. Quanto abbiamo costruito continuerà a crescere su questi punti di forza negli anni a venire. Una volta completata l'integrazione con Essilor e raggiunte le sinergie che ci aspettiamo, insieme ridefiniremo un modello di servizio rivoluzionario a beneficio dei nostri partner wholesale e dei consumatori in tutto il mondo”, spiega Leonardo Del Vecchio, Presidente Esecutivo di EssilorLuxottica.

“Costituita il 1° ottobre 2018, EssilorLuxottica ha pienamente abbracciato la sua mission di aiutare le persone a vedere meglio, vivere meglio e godere appieno della vita. Per raggiungere questo importante obiettivo, il Gruppo può contare su una straordinaria performance di Essilor, che ha generato una forte crescita del business in tutte le sue divisioni nel 2018 e ha superato i suoi obiettivi di crescita per l'anno, continuando a lavorare su numerose innovazioni a beneficio dell'intero settore. I risultati riflettono la vivace cultura dell'imprenditorialità all'interno di Essilor e la creatività dei suoi dipendenti, i cui interessi sono pienamente allineati a quelli degli azionisti grazie alla partecipazione azionaria dei dipendenti a tutti i livelli della società. Questo modello di creazione di valore faciliterà la generazione di sinergie nel futuro e sarà esteso a tutto il Gruppo EssilorLuxottica”, ha affermato Hubert Sagnières, Vice-Presidente Esecutivo di EssilorLuxottica.

Utile operativo e netto pro forma¹ adjusted² 2018

In milioni di Euro	2018	2017	Variazione %
Fatturato	16.160	16.349	-1,2%
Utile lordo industriale adjusted²	10.172	10.314	-1,4%
% delle vendite	62,9%	63,1%	
Utile operativo adjusted²	2.572	2.703	-4,8%
% delle vendite	15,9%	16,5%	
Utile netto adjusted²	1.871	1.904	-1,7%
% delle vendite	11,6%	11,6%	

EssilorLuxottica ha registrato ricavi pro forma¹ pari a 16.160 milioni di Euro, in crescita del 3,2% a cambi costanti³. Sia Essilor sia Luxottica hanno contribuito alla performance positiva del Gruppo. Il business è migliorato in tutte le geografie, a dimostrazione dell'efficacia delle iniziative strategiche e dei progetti di crescita. Il margine lordo pro forma¹ adjusted² è leggermente sceso al 62,9%. L'utile operativo pro forma¹ adjusted² si è attestato a Euro 2.572 milioni nel 2018, con un incremento dell'1,2% a cambi costanti³. Il margine operativo pro forma¹ adjusted² ha chiuso l'anno al 15,9%, sostanzialmente stabile a cambi costanti³. L'utile netto pro forma¹ adjusted² è diminuito dell'1,7% a 1.871 milioni di Euro. Il margine netto adjusted² si è mantenuto all'11,6%.

L'indebitamento finanziario netto al 31 dicembre 2018 è stato di 1,9 miliardi di Euro, a testimonianza della capacità del Gruppo di generare flussi di cassa significativi.

Fatturato pro forma¹ 2018 per segmento

In milioni di Euro	2018	2017	Variazione a cambi costanti ³	Effetto cambio	Variazione (reported)
Lenses & Optical Instr. (Essilor)	6.283	6.257	+4,8%	-4,4%	+0,4%
Sunglasses & Readers (Essilor)	787	765	+7,6%	-4,7%	+2,9%
Equipment (Essilor)	210	199	+9,1%	-3,8%	+5,3%
Wholesale (Luxottica)	3.145	3.315	-1,0%	-4,1%	-5,1%
Retail (Luxottica)	5.735	5.813	+3,0%	-4,4%	-1,4%
Totale	16.160	16.349	+3,2%	-4,4%	-1,2%

Fatturato pro forma¹ 2018 per geografia

In milioni di Euro	2018	2017	Variazione a cambi costanti ³	Effetto cambio	Variazione (reported)
Nord America	8.400	8.556	+2,6%	-4,4%	-1,8%
Europa	4.040	4.063	+1,3%	-1,9%	-0,6%
Asia, Oceania e Africa	2.691	2.638	+6,6%	-4,6%	+2,0%
America Latina	1.028	1.092	+6,5%	-12,4%	-5,9%
Totale	16.160	16.349	+3,2%	-4,4%	-1,2%

Essilor: risultati 2018

Essilor ha promosso la sua mission di "migliorare la vita, migliorando la vista" nel 2018 perseguendo una strategia di crescita incentrata su tre fattori chiave: innovazione di prodotto e di servizio su tutte le famiglie di prodotto; espansione geografica e distribuzione multicanale attraverso professionisti dell'ottica, negozi a gestione diretta e vendite online; e una politica di acquisizione e partnership mirata.

Grazie a questa strategia, la crescita delle vendite ha registrato un'accelerazione in ogni trimestre del 2018. Il fatturato si è attestato a 7.459 milioni di Euro, in aumento del 4,6% rispetto all'anno precedente su base omogenea⁴, contando anche la crescita del 5,7% nel quarto trimestre. Un risultato ben al di sopra dell'obiettivo iniziale di conseguire una crescita omogenea⁴ di circa il 4%. L'ulteriore crescita ha permesso alla società di continuare a investire sul futuro, ad esempio con progetti molto promettenti nei settori della miopia e della digitalizzazione, e di rafforzare le iniziative relative alla mission di Essilor e all'iniziativa "2.5 New Vision Generation™".

Altri importanti risultati dell'anno includono:

- una crescita sostenuta della divisione Lenses & Optical Instruments, dove i ricavi sono aumentati del 4,2% su base omogenea⁴, in particolare grazie alla forza di nuovi prodotti delle famiglie di prodotto Transitions[®], Varilux[®] e Eyezen™;
- una forte accelerazione delle vendite di occhiali da sole e dei readers, con ricavi in aumento dell'8,1% su base omogenea⁴. La performance beneficia in particolare della forte crescita in Cina, con Xiamen Yarui Optical (Bolon™) e i negozi MJS, e negli Stati Uniti, dove il marchio Costa[®] si è ulteriormente rafforzato;
- crescita a doppia cifra delle vendite online con una performance particolarmente significativa in India, nelle lenti correttive e nei prodotti di fascia media, che dimostra la capacità di Essilor di identificare i segmenti più promettenti anno dopo anno;
- aumento delle vendite a tassi di cambio costanti³ di oltre il 10% nei paesi a crescita rapida⁵, che rappresentano ormai un quarto dei ricavi totali di Essilor;
- una graduale ripresa delle politiche di acquisizione e partnership con il completamento di otto transazioni che rappresentano ricavi per l'intero esercizio pari a quasi 68 milioni di Euro;
- una gestione finanziaria attenta che ha permesso alla società di ridurre sostanzialmente il proprio debito netto.

Il margine lordo industriale è cresciuto dal 58,2% al 58,6%, in quanto l'utile lordo industriale si è attestato a 4.372 milioni di Euro, grazie al recupero di efficienza, ad un'evoluzione favorevole del mix di prodotti sostenuta dalla solida crescita delle vendite di lenti Transitions[®], Varilux[®], Crizal[®] e Eyezen™ e di nuovi prodotti, come le lenti antiriflesso Crizal[®] Sapphire 360°™ e le lenti progressive Varilux[®] X Series™.

Il margine di contribuzione adjusted^{2,6}, l'usuale indicatore di redditività della società, si è attestato al 18,1% dei ricavi nonostante si siano intensificati gli investimenti in nuovi, promettenti segmenti.

Su base pro forma¹, l'utile operativo adjusted² si è attestato al 16,5% delle vendite.

L'aliquota fiscale effettiva su base adjusted² è diminuita di 90 punti base, al 21,6%, grazie all'eliminazione dell'imposta sui dividendi e ad un mix geografico favorevole.

L'utile netto adjusted² è stato pari a 923 milioni di Euro rispetto ai 942 milioni di Euro del 2017.

Luxottica: risultati 2018

Il 2018 è stato un altro anno di crescita per Luxottica con vendite consolidate superiori a 8.929 milioni di Euro, in aumento dell'1,5% a cambi costanti³ (-2,8% a cambi correnti, a causa della svalutazione del dollaro statunitense e australiano e del Real brasiliano). La seconda metà dell'anno ha mostrato un'accelerazione delle vendite rispetto ai primi sei mesi dell'anno, favorita da un progressivo miglioramento della performance del business wholesale in Europa.

Entrambe le divisioni di Luxottica hanno contribuito all'andamento positivo delle vendite nell'anno, con il business wholesale che mostra una forte accelerazione nella seconda parte dell'anno e il business retail che conferma una solida crescita.

Nel 2018, i ricavi del gruppo sono stati trainati da Nord America, Asia-Pacifico e America Latina. L'Europa ha registrato vendite in flessione dello 0,8% a cambi costanti³, ma a confronto di un 2017 e del triennio 2015-17 in cui la crescita era stata rispettivamente del 13,4% e del 27% a cambi costanti³. Ancora una volta Ray-Ban ha guidato la performance in ogni segmento e area geografica, grazie a una forte strategia di comunicazione globale e alla gestione integrata del marchio su tutti i canali.

Le vendite della divisione Wholesale sono state pari a 3.194 milioni di Euro, in calo dell'1,1% a cambi costanti³ (-5,2% a cambi correnti), evidenziando un miglioramento continuo nel corso dell'anno grazie alla solida crescita in Nord America, Giappone e Corea. I risultati del business wholesale nella prima parte dell'anno sono stati influenzati negativamente dalle nuove politiche commerciali verso gli operatori online e i clienti wholesale europei, nonché dalla ristrutturazione della rete distributiva in Cina. Le vendite della divisione Wholesale, inclusa l'Europa, sono tornate a crescere nel terzo trimestre, con un'accelerazione negli ultimi tre mesi dell'anno pari a +3,4% a cambi costanti³ (+2% a cambi correnti), confermando il valore delle iniziative intraprese. Il gruppo ha proseguito l'espansione della sua distribuzione diretta con l'apertura di nuove filiali wholesale in Medio Oriente nel 2018 e a Taiwan a inizio 2019.

Nel 2018, la divisione Retail è cresciuta del 3% a cambi costanti³ (-1,4% a cambi correnti), sostenuta principalmente da Sunglass Hut, dal business retail ottico in Australia, da Target Optical e dalle piattaforme e-commerce. La solida performance delle vendite ha confermato l'efficacia delle iniziative strategiche volte a migliorare il modello operativo e la capacità dei marchi retail del Gruppo di eseguirle offrendo, allo stesso tempo, una migliore esperienza al consumatore. Le vendite omogenee⁷ (che non includono le vendite e-commerce) sono aumentate dello 0,5%, con un miglioramento in tutte le aree geografiche a eccezione del Nord America, dove sono rimaste stabili.

La qualità dell'offerta globale di Sunglass Hut ha spinto i ricavi della catena nel mondo, in crescita del 5,7% a cambi costanti³, grazie al contributo positivo di tutte le geografie. Le vendite di LensCrafters in Nord America sono state in linea con lo scorso anno.

Nel 2018, il fatturato delle piattaforme e-commerce del Gruppo, pari a circa il 5% delle vendite totali, è cresciuto del 14% a cambi costanti³. Ray-Ban.com si è confermato il principale motore del business online del Gruppo.

L'utile netto adjusted² del 2018 è diminuito del 2% a 951 milioni di Euro (+6,7% a parità cambi³, superando il miliardo di Euro) per il difficile confronto con il livello record dello scorso anno. Nel 2017 i risultati del conto economico hanno beneficiato di proventi non ricorrenti generati dall'accordo di Patent Box italiano per gli anni 2015 e 2016 e dalla riforma fiscale statunitense. Escludendo l'impatto di 159 milioni di Euro di queste voci non ricorrenti sui risultati del 2017, il margine netto³ del 2018 sarebbe stato in aumento di 90 punti base, beneficiando dell'efficace gestione finanziaria e di business. Per il secondo anno consecutivo, nel 2018 il margine netto è stato superiore alla soglia del 10%.

La generazione di cassa⁸ è stata pari a 923 milioni di Euro nel 2018; al netto dell'effetto cambi sarebbe stata circa di 1,1 miliardi di Euro. L'indebitamento netto al 31 dicembre 2018 si è ridotto di circa il 42% rispetto allo scorso anno, determinando un ulteriore miglioramento del rapporto indebitamento netto / EBITDA adjusted², sceso a 0,2x.

Ulteriori dettagli sulle iniziative strategiche intraprese e una completa informativa sui risultati finanziari 2018 e sulle vendite del quarto trimestre di Luxottica sono disponibili in appendice.

Sinergie, integrazione e governance

EssilorLuxottica ha l'opportunità di creare valore in modo significativo attraverso sinergie di ricavi e costi che, con l'attuale configurazione, sono attese tra 420 e 600 milioni di Euro come impatto netto annuo a livello di reddito operativo entro i prossimi cinque anni. Si prevedono sinergie di ricavo nell'intervallo 200-300 milioni di Euro, grazie alla capacità di EssilorLuxottica di sviluppare prodotti innovativi e di alta qualità, ottimizzando l'interazione tra montature e lenti, e di servire meglio l'industria attraverso una distribuzione più ampia e una piattaforma logistica maggiormente efficiente. Si prevede che le sinergie di costo si attestino a 220-300 milioni di Euro, grazie all'ottimizzazione della supply chain, alla razionalizzazione delle spese generali e amministrative e ai risparmi sulle forniture. EssilorLuxottica prevede che le sinergie possano accelerare ulteriormente quando il nuovo Gruppo sarà pienamente operativo.

I temi strategici e operativi relativi all'integrazione, insieme alle questioni riguardanti la governance della società, sono in corso di analisi ed elaborazione da parte dei management team di Essilor International e Luxottica, al fine di assicurare la generazione delle sinergie e l'efficacia della strategia di crescita di EssilorLuxottica.

Offerta pubblica di scambio obbligatoria sulle azioni Luxottica

L'11 ottobre 2018 EssilorLuxottica ha lanciato un'offerta pubblica di scambio obbligatoria ai sensi della legge italiana per tutte le rimanenti azioni Luxottica in circolazione. A seguito dell'acquisizione delle azioni Luxottica nell'ambito dell'offerta, il 5 dicembre 2018 EssilorLuxottica ha raggiunto una quota superiore al 90% ma inferiore al 95% del capitale sociale di Luxottica. Di conseguenza, EssilorLuxottica ha avviato una procedura di "sell out" per le restanti azioni Luxottica in circolazione. Dopo aver superato la soglia del 95% nel capitale sociale di Luxottica al momento della liquidazione della procedura di "sell-out" del 18 gennaio 2019, EssilorLuxottica ha quindi avviato una procedura di "squeeze-out" che è stata completata il 5 marzo 2019. In conformità con le regole del mercato borsistico italiano, Borsa Italiana ha disposto il delisting dal circuito MTA delle azioni Luxottica a partire dal 5 marzo 2019, data di regolamento della procedura di "squeeze-out".

Proposta di dividendo

Il Consiglio di Amministrazione proporrà all'approvazione degli azionisti nel corso dell'Assemblea annuale del 16 maggio 2019 il pagamento di un dividendo di Euro 2,04 per azione.

Outlook 2019

Nel 2019, considerate le sinergie attese, le aspettative a cambi costanti³ sono:

- fatturato in crescita del 3,5-5%;
- utile operativo adjusted²: 0,8-1,2x rispetto alla crescita delle vendite;
- utile netto adjusted²: 1-1,5x rispetto alla crescita delle vendite.

Conference call

É prevista una conference call in inglese oggi alle 10:30 CET.

Sarà possibile seguire la presentazione in diretta o riascoltarla successivamente al seguente indirizzo: <https://hosting.3sens.com/EssilorLuxottica/20190308-2690365F/en/webcast/startup.php>.

Prossimi eventi per gli investitori

- 7 maggio 2019: vendite del primo trimestre 2019
- 16 maggio 2019: Assemblea degli Azionisti a Parigi
- 31 luglio 2019: risultati primo semestre 2019
- 18 settembre 2019: Capital Market Day
- 30 ottobre 2019: fatturato terzo trimestre 2019

Note al comunicato

1 Pro forma: le informazioni finanziarie consolidate pro-forma unaudited sono presentate solo a scopo illustrativo e non tengono conto dei risultati economici e delle condizioni finanziarie che EssilorLuxottica avrebbe conseguito se il contributo delle azioni Luxottica da parte del suo azionista di maggioranza fosse stato realizzato il 1° gennaio 2018 o il 1° gennaio 2017. Non vi è alcuna garanzia che le ipotesi utilizzate per preparare le informazioni finanziarie consolidate pro forma unaudited siano esatte sotto ogni profilo o che i trend indicati nelle informazioni finanziarie consolidate pro forma unaudited siano indicative della performance futura di EssilorLuxottica. Di conseguenza, la performance di EssilorLuxottica potrebbe differire in modo sostanziale da quelli presentati o suggeriti nelle informazioni finanziarie consolidate pro forma unaudited.

2 Misure adjusted: rettificata dalle spese relative alla Combinazione EssilorLuxottica e ad altre operazioni insolite, non frequenti o non correlate al normale svolgimento dell'attività, poiché l'impatto di tali transazioni potrebbe influire sulla comprensione delle prestazioni del Gruppo. Si veda il dettaglio fornito in appendice.

3 Dati a cambi costanti: sono stati calcolati utilizzando i tassi di cambio medi in vigore per il corrispondente periodo dell'anno precedente.

4 Crescita omogenea: crescita a perimetro e tassi di cambio costanti. Vedere la definizione fornita nella Nota 2.4 al bilancio consolidato nel Documento di Registrazione di Essilor 2017.

5 Paesi in rapida crescita sono Cina, India, ASEAN, Corea del Sud, Hong Kong, Taiwan, Africa, Medio Oriente, Russia e America Latina.

6 Margine di contribuzione: ricavi meno costi di vendita e spese operative (costi di ricerca e sviluppo, costi di vendita e distribuzione e altri costi operativi).

7 Vendite omogenee: si intendono le vendite a parità di negozi, cambi e perimetro di consolidamento. Le vendite omogenee non includono il fatturato e-commerce.

8 Generazione di cassa: è definita in appendice.

EssilorLuxottica è un leader globale nella progettazione, produzione e distribuzione di lenti oftalmiche, occhiali da vista e da sole. Costituita nel 2018, la sua mission è aiutare il mondo a vedere meglio, vivere meglio e godere appieno della vita. L'azienda unisce le competenze complementari di due pionieri nel settore, uno nelle tecnologie all'avanguardia per lenti oftalmiche e l'altro nella realizzazione di occhiali da vista e da sole iconici, definendo nuovi standard nel settore dei prodotti per la cura della vista e nell'esperienza dei consumatori. Marchi iconici come Ray-Ban e Oakley nell'eyewear, Varilux e Transitions nelle lenti, Sunglass Hut e LensCrafters nel retail ottico e sole fanno parte della famiglia EssilorLuxottica. Con circa 150.000 dipendenti, nel 2018 EssilorLuxottica ha registrato ricavi pro forma di circa 16 miliardi di Euro. EssilorLuxottica è quotata sul mercato Euronext Paris ed è inclusa negli indici Euro Stoxx 50 e CAC 40. ISIN: FR0000121667; Reuters: ESLX.PA; Bloomberg: EL:FP.

CONTATTI

EssilorLuxottica Investor Relations

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

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

E-mail: ir@essilorluxottica.com

EssilorLuxottica Corporate Communications

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

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

E-mail: media@essilorluxottica.com