

La croissance organique accélère : + 4,8 %

- ↗ Croissance solide aux Etats-Unis et en Europe
- ↗ Dynamique intacte dans les pays à forte croissance
- ↗ Nette progression de la division « Sunglasses & Readers » : + 9,9 %
- ↗ Objectifs annuels confirmés

Charenton-le-Pont, France (le 22 octobre 2015 – 06h30) – Au troisième trimestre, le chiffre d'affaires consolidé d'Essilor International, numéro un mondial de l'optique ophtalmique, s'établit à 1 620 millions d'euros, en hausse de 14,5 %.

Chiffre d'affaires consolidé du 3^{ème} trimestre par activité et par région

En millions d'euros	T3 2015	T3 2014	Variation publiée	Croissance en base homogène	Effet de périmètre	Effet de change
Verres et matériel optique	1 446	1 274	+ 13,4 %	+ 4,8 %	+ 1,5 %	+ 8,0 %
<i>Amérique du Nord</i>	643	527	+ 22,2 %	+ 4,4 %	+ 0,3 %	+ 17,5 %
<i>Europe</i>	431	409	+ 5,2 %	+ 4,0 %	+ 0,6 %	+ 0,7 %
<i>Asie/Océanie/ Moyen-Orient/Afrique</i>	270	234	+ 15,1 %	+ 5,9 %	+ 1,3 %	+ 7,9 %
<i>Amérique latine</i>	102	104	- 2,1 %	+ 7,4 %	+ 11,7 %	- 21,2 %
Equipements	48	46	+ 4,9 %	- 6,4 %	- 0,4 %	+ 11,7 %
Sunglasses & Readers	126	95	+ 32,8 %	+ 9,9 %	+ 5,6 %	+ 17,3 %
TOTAL	1 620	1 415	+ 14,5 %	+ 4,8 %	+ 1,7 %	+ 8,0 %

« Partout dans le monde, notre industrie bénéficie d'une demande forte et durable en matière de santé visuelle. Dans un climat économique contrasté, la performance du troisième trimestre valide notre stratégie d'investissement visant à générer une croissance équilibrée entre économies développées et pays à forte croissance. L'accélération de la croissance organique reflète également le bénéfice de l'élargissement de notre portefeuille d'activité avec la montée en puissance de l'activité solaire et des ventes en ligne. Cette dynamique d'ensemble nous rend confiants dans l'atteinte de nos objectifs annuels 2015 et nous permet de nous projeter avec détermination vers 2016 », a déclaré Hubert Sagnières, Président-Directeur Général du groupe.

Evolution du chiffre d'affaires au 3^{ème} trimestre

La croissance en base homogène du chiffre d'affaires ressort à 4,8 %, une nouvelle progression par rapport aux premier et deuxième trimestres (respectivement + 4 % et + 4,4 %).

Cette amélioration reflète essentiellement :

- La poursuite d'une croissance solide en Amérique du Nord et en Europe qui bénéficient d'un renforcement des actions marketing consommateurs ;
- L'accélération de la division « Sunglasses & Readers » dont la croissance en base homogène s'établit à 9,9 %, son plus haut niveau depuis le démarrage de cette activité en 2010.

La croissance totale du chiffre d'affaires inclut également un fort effet de change (+ 8,0 %) qui reflète principalement l'appréciation du dollar américain face à l'euro, ainsi qu'un effet de périmètre de 1,7 %.

Activité par région et par division au 3^{ème} trimestre

En **Amérique du Nord**, les ventes ont continué à croître à un rythme soutenu (+ 4,4 % en base homogène) dans un marché dynamique.

Aux Etats-Unis, le trimestre a été marqué par une amélioration des ventes avec les chaînes d'optique et la croissance soutenue des verres Varilux[®], Crizal[®], Transitions[®] et Xperio[®]. Ces derniers continuent de bénéficier des initiatives marketing et des campagnes média mises en place. Par ailleurs, l'activité de distribution de lentilles de contact conserve une forte dynamique.

Les activités Internet de Frames Direct et EyeBuyDirect affichent de fortes croissances tandis que Coastal.com poursuit son retournement.

Au Canada, la croissance est soutenue par les campagnes marketing, et notamment l'impact positif de l'offre « Paire parfaite » qui stimule la catégorie solaire de prescription chez les opticiens/optométristes indépendants, ainsi que par les nouveaux produits, en particulier la catégorie de verres Eyezen[™] pour la vie connectée.

En **Europe**, dans des marchés globalement bien orientés, le groupe réalise une performance solide (+ 4,0 % en base homogène), grâce à la bonne tenue de l'activité avec les grands comptes et à l'impact positif des campagnes consommateurs.

C'est notamment le cas en Allemagne où la croissance rebondit, dans les pays du Sud, ainsi qu'au Royaume-Uni qui bénéficie également d'un mix produit favorable. La palme de la croissance revient aux pays de l'Est où les campagnes média portent leurs fruits. En Russie, les actions de marketing consommateur autour de la marque Crizal[®] permettent au groupe de renforcer ses positions dans un environnement difficile. Enfin, les ventes sont restées stables en France.

Dans la région **Asie/Océanie/Moyen-Orient/Afrique** (+ 5,9 % en base homogène), une reprise de l'export au troisième trimestre et une croissance domestique solide dans les pays à forte croissance compensent une moindre activité des pays développés de la région. L'Inde enregistre de très belles performances dans les

verres de marque Crizal[®], Varilux[®], Transitions[®] et Kodak[®] ; elle bénéficie également de la substitution dans le marché des verres minéraux par les verres organiques. Les campagnes média et le lancement de la catégorie de verres Eyezen[™] participent également à ces bons résultats. Malgré un environnement économique difficile, la croissance en Chine est tirée par le succès domestique des verres antireflet Crizal[®] et des verres progressifs Varilux[®] ainsi que par un rebond de l'export. La Corée du Sud combine, elle aussi, croissance domestique et dynamisme de l'export. L'Asie du Sud-Est confirme sa bonne dynamique, notamment grâce aux nouveaux verres Eyezen[™]. Le Moyen-Orient et l'Afrique maintiennent un rythme de croissance élevé. En Australie, les ventes souffrent du ralentissement économique au troisième trimestre, notamment chez les optométristes indépendants. L'activité est stable au Japon.

En **Amérique latine**, le ralentissement du rythme de croissance des ventes (+ 7,4 % en base homogène) reflète une situation contrastée, où l'accélération constatée en Colombie, au Mexique et dans d'autres pays ne suffit pas à compenser l'impact de la récession économique au Brésil.

Dans ce pays, les ventes sont toujours en croissance mais souffrent d'une diminution du trafic dans les magasins et d'une base de comparaison difficile. Malgré cet environnement défavorable, le groupe renforce ses positions grâce aux bonnes performances des verres Crizal[®] et Kodak[®].

Les autres pays de la région sont tous en accélération par rapport au premier semestre. C'est notamment le cas de la Colombie, deuxième pays de la zone, où l'offre de verres Crizal[®], déjà disponible en verre simple foyer, a été étendue à toutes les gammes de verres de prescription. Les verres Kodak[®] sont également en très forte augmentation.

Au Mexique, un climat économique plus favorable permet au groupe de renouer avec une croissance à deux chiffres. Au Chili, les ventes ont été tirées par une nouvelle étape de la montée en puissance d'un contrat de fourniture intégrée avec une grande chaîne d'optique régionale. De son côté, l'Argentine enregistre un fort rebond de ses volumes de verres vendus.

Par ailleurs, le groupe s'est renforcé dans la région avec l'acquisition de la majorité du capital de **Rozin**, un distributeur de produits optiques (verres ophtalmiques, lunettes de soleil, montures, instruments et équipements) à destination exclusive des pays d'Amérique centrale, du Venezuela et des Caraïbes. Basé aux Etats-Unis, Rozin réalise un chiffre d'affaires annuel d'environ 19 millions de dollars américains et commercialise ses produits auprès des opticiens/optométristes et des laboratoires de prescription.

La division **Sunglasses & Readers** affiche une belle progression de ses ventes (+ 9,9 % en base homogène). En Amérique du Nord, les performances de FGX International s'améliorent grâce à la montée en puissance du nouveau contrat de fourniture de lunettes prémontées signé avec une grande chaîne de pharmacies ainsi que par des gains d'espaces de vente au sein d'une chaîne de grande distribution. Cette dynamique devrait se poursuivre avec le lancement de nouveaux produits, dont eReaders[™], des lunettes pour les activités connectées, et l'ouverture de nouveaux canaux de distribution.

La bonne performance de la division s'appuie également sur la forte croissance de Costa, qui continue de bénéficier de la montée en puissance de son activité de prescription solaire et d'une accélération de ses ventes par internet.

En Chine, les marques du groupe (Bolon™, Molsion® et Prosun®) poursuivent leur développement. L'expansion dans le canal de distribution « *travel retail* » continue avec la commercialisation des lunettes Bolon™ au sein d'une grande compagnie de croisières en Asie-Pacifique.

La division **Équipements** (- 6,4 % en base homogène) reste pénalisée par la reclassification en chiffre d'affaires intra-groupe de ses ventes avec les sociétés acquises par le groupe, ainsi que par une faiblesse conjoncturelle de la demande en Asie et en Amérique latine. L'activité dans les pays développés reste bien orientée.

Chiffre d'affaires consolidé 9 mois : + 8,4 % hors effets de change

<i>En millions d'euros</i>	9 mois 2015	9 mois 2014	Variation publiée	Croissance en base homogène	Effet de périmètre	Effet de change
Verres et matériel optique	4 400	3 693	+ 19,1 %	+ 4,7 %	+ 4,0 %	+ 10,4 %
<i>Amérique du Nord</i>	1 956	1 511	+ 29,4 %	+ 4,2 %	+ 4,7 %	+ 20,5 %
<i>Europe</i>	1 334	1 235	+ 8,1 %	+ 3,8 %	+ 3,1 %	+ 1,1 %
<i>Asie/Océanie/ Moyen-Orient/Afrique</i>	806	667	+ 20,8 %	+ 5,6 %	+ 2,2 %	+ 13,0 %
<i>Amérique latine</i>	304	280	+ 8,6 %	+ 9,2 %	+ 8,7 %	- 9,4 %
Équipements	140	131	+ 6,8 %	- 5,4 %	- 1,0 %	+ 13,1 %
Sunglasses & Readers	488	371	+ 31,7 %	+ 4,5 %	+ 6,6 %	+ 20,6 %
TOTAL	5 028	4 195	+ 19,9 %	+ 4,4 %	+ 4,1 %	+ 11,4 %

Perspectives

Pour 2015, le groupe confirme ses objectifs annuels, à savoir :

- Une croissance du chiffre d'affaires hors change comprise entre 8 % et 11 %, dont une progression en base homogène supérieure à 4,5 % ;
- Une contribution de l'activité¹ d'au moins 18,8 % du chiffre d'affaires.

Ces objectifs s'entendent hors nouvelles acquisitions stratégiques.

¹ La contribution de l'activité représente le chiffre d'affaires net diminué du coût des ventes et des charges d'exploitation (charges de recherche-développement, charges commerciales et de distribution et autres charges d'exploitation).

Une conférence téléphonique en anglais aura lieu ce jour à 10 heures (CEST).

Le numéro à composer est : +33 (0)1 70 77 09 42 ou +44 20 3367 9461.

Elle sera retransmise en différé sur le lien :

<http://event.onlineseminarsolutions.com/r.htm?e=1071386&s=1&k=E4D0CBE22DB2AC977861BF9F6DA18567>

Prochain rendez-vous

Les résultats annuels 2015 seront publiés le 19 février 2016.

A propos d'Essilor

Essilor est le numéro un mondial de l'optique ophtalmique. De la conception à la fabrication, le groupe élabore de larges gammes de verres pour corriger et protéger la vue. Sa mission est d'améliorer la vision pour améliorer la vie. Ainsi le groupe consacre plus de 180 millions d'euros par an à la recherche et à l'innovation pour proposer des produits toujours plus performants. Ses marques phares sont Varilux®, Crizal®, Transitions®, Definity®, Xperio®, Optifog®, Foster Grant®, Bolon™ et Costa®. Essilor développe et commercialise également des équipements, des instruments et des services destinés aux professionnels de l'optique.

Essilor a réalisé un chiffre d'affaires net consolidé de près de 5,7 milliards d'euros en 2014 et emploie 58 000 collaborateurs. Le groupe, qui distribue ses produits dans plus d'une centaine de pays, dispose de 33 usines, de 490 laboratoires de prescription et centres de taillage-montage ainsi que plusieurs centres de recherche et développement dans le monde. Pour plus d'informations, visitez le site www.essilor.com.

L'action Essilor est cotée sur le marché Euronext Paris et fait partie des indices Euro Stoxx 50 et CAC 40.

Codes : ISIN : FR0000121667 ; Reuters : ESSI.PA ; Bloomberg : EI:FP.

CONTACTS

Relations Investisseurs et

Communication Financière

Véronique Gillet

Sébastien Leroy

Ariel Bauer

Tél. : +33 (0)1 49 77 42 16

Communication Corporate

Lucia Dumas

Tél. : +33 (0)1 49 77 45 02

Relations Presse

Maïlis Thiercelin

Tél. : +33 (0)1 49 77 45 02

Annexe : Chiffre d'affaires consolidé d'Essilor International par trimestre

<i>En millions d'euros</i>	2015	2014
Premier trimestre		
Verres et matériel optique	1 454	1 160
> <i>Amérique du Nord</i>	650	467
> <i>Europe</i>	441	400
> <i>Asie/Océanie/Moyen-Orient/Afrique</i>	267	211
> <i>Amérique latine</i>	96	82
Équipements	42	39
Sunglasses & Readers	163	124
TOTAL premier trimestre	1 659	1 323
Deuxième trimestre		
Verres et matériel optique	1 501	1 259
> <i>Amérique du Nord</i>	663	518
> <i>Europe</i>	462	426
> <i>Asie/Océanie/Moyen-Orient/Afrique</i>	269	222
> <i>Amérique latine</i>	107	94
Équipements	49	46
Sunglasses & Readers	199	152
TOTAL deuxième trimestre	1 749	1 457
Troisième trimestre		
Verres et matériel optique	1 446	1 274
> <i>Amérique du Nord</i>	643	527
> <i>Europe</i>	431	409
> <i>Asie/Océanie/Moyen-Orient/Afrique</i>	270	234
> <i>Amérique latine</i>	102	104
Équipements	48	46
Sunglasses & Readers	126	95
TOTAL troisième trimestre	1 620	1 415
Quatrième trimestre		
Verres et matériel optique		1 277
> <i>Amérique du Nord</i>		527
> <i>Europe</i>		418
> <i>Asie/Océanie/Moyen-Orient/Afrique</i>		231
> <i>Amérique latine</i>		101
Équipements		66
Sunglasses & Readers		132
TOTAL quatrième trimestre		1 475