

# EssilorLuxottica

Chiffre d'affaires du premier trimestre 2023

## Solide début d'année

- Chiffre d'affaires Groupe à 6 151 millions d'euros, en hausse de 9,7% par rapport à 2022
- Croissance de 8,6 % à taux de change constants<sup>1</sup> par rapport au premier trimestre 2022, le meilleur de l'année dernière
- Croissance forte à un chiffre<sup>1</sup> des régions EMEA et Amérique du Nord, et à deux chiffres<sup>1</sup> des régions Amérique latine et Asie-Pacifique
- Toutes les régions en accélération<sup>1</sup> par rapport au quatrième trimestre de l'année dernière
- Ventes à magasins comparables<sup>2</sup> en croissance forte à un chiffre, avec les enseignes venant de GrandVision en croissance plus rapide
- Engagement pris de définir des objectifs à court terme de réduction des émissions de gaz à effet de serre, conformément aux critères de la Science-Based Target Initiative (SBTi)

**Charenton-le-Pont, France (20 avril 2023 – 18h00)** – EssilorLuxottica annonce que son chiffre d'affaires consolidé du premier trimestre 2023 s'élève à 6 151 millions d'euros, en hausse de 8,6 % à taux de change constants<sup>1</sup> par rapport au chiffre d'affaires du premier trimestre 2022 (+9,7 % à taux de change courants).

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

*« Nous sommes heureux de commencer l'année avec un trimestre en forte croissance, portée par une bonne performance de l'ensemble des régions et canaux de distribution. Ce qui est encore plus appréciable, c'est la manière dont cette croissance a été réalisée. Le développement durable est au cœur de notre stratégie et notre priorité pour 2023. Nous continuons de progresser sur les piliers de notre programme « Eyes on the Planet », tout en soutenant la croissance à long-terme de l'industrie tout entière.*

*En ce début d'année, nous nous sommes engagés à définir des objectifs à court-terme de réduction de nos émissions de gaz à effets de serre, selon les critères de la SBTi. Nous avons aussi annoncé un nouveau partenariat avec ERG, pour la fourniture d'énergie produite par un parc éolien rénové, en Sicile, qui couvrira la moitié de nos besoins énergétiques en Italie. Nos investissements actuels et futurs dans l'énergie renouvelable nous permettront d'avancer vers la neutralité carbone dans nos opérations en Europe cette année et dans le monde d'ici 2025. Ces démarches, ainsi que notre ambition de contribuer à éliminer la mauvaise vision non-correctée pour des centaines de millions de personnes défavorisées dans le monde, fédèrent l'ensemble de nos équipes et donnent l'opportunité à nos parties prenantes de s'y associer. »*

\* \* \*

Sauf indication contraire, les commentaires ci-après portent sur la performance du chiffre d'affaires à taux de change constants<sup>1</sup> par rapport au chiffre d'affaires 2022.

# EssilorLuxottica

## Faits marquants

Le premier trimestre 2023 constitue un solide début d'année, avec une croissance forte à un chiffre par rapport au premier trimestre 2022, en augmentation séquentielle depuis le dernier trimestre de l'année dernière. Cette croissance vient s'ajouter à celle du premier trimestre 2022, le meilleur trimestre de l'année dernière, où les ventes avaient connu une croissance de 11,5 % par rapport au chiffre d'affaires comparable<sup>3</sup> 2021. Les régions en développement, Asie-Pacifique et Amérique latine, ont enregistré de meilleures performances que les marchés matures, Amérique du Nord et EMEA, dont le premier trimestre 2022 constituait le meilleur trimestre de l'année. Toutes les principales catégories de produits, montures solaires/optiques, verres et lentilles de contact, sont sur un même rythme de croissance. Du point de vue des marques, les verres de marque les plus vendus, ainsi que ceux de Shamir, ont enregistré d'excellents résultats, tandis que le luxe est à nouveau la catégorie la plus performante du côté des montures. Les deux divisions du Groupe ont contribué à la croissance globale.

## Chiffre d'affaires du Groupe par division

<i>En millions d'euros</i>	<b>T1 2023</b>	<b>T1 2022</b>	Variation à taux de change constants <sup>1</sup>	Variation à taux de change courants
Professional Solutions	3 026	2 780	+7,7%	+8,9%
Direct to Consumer	3 125	2 827	+9,4%	+10,5%
<b>CHIFFRE D'AFFAIRES</b>	<b>6 151</b>	<b>5 607</b>	<b>+8,6%</b>	<b>+9,7%</b>

## Professional Solutions

La division Professional Solutions a connu une croissance de 7,7 % par rapport à 2022 sur la même période (8,9 % à taux de change courants), portée par un profil de croissance similaire sur toutes les régions à l'exception de l'Asie-Pacifique, qui a connu un fort rebond à partir de février grâce à la réouverture de la Chine.

## Direct to Consumer

Le chiffre d'affaires de la division Direct to Consumer a progressé de 9,4 % par rapport au premier trimestre 2022 (+10,5 % à taux de change courants), grâce à la performance solide du réseau des magasins physiques. Les ventes à magasins comparables<sup>2</sup> ont connu une croissance de plus de 7 % portée par une plus forte progression des enseignes d'optique par rapport au solaire, pour la première fois depuis plus d'un an (augmentation plus rapide des magasins venant de GrandVision). L'e-commerce a affiché une croissance dans le bas de la fourchette à un chiffre avec EyeBuyDirect.com qui se distingue comme la plateforme la plus performante.

# EssilorLuxottica

## Chiffre d'affaires du Groupe par zone géographique

<i>En millions d'euros</i>	<b>T1 2023</b>	<b>T1 2022</b>	<b>Variation à taux de change constants<sup>1</sup></b>	<b>Variation à taux de change courants</b>
Amérique du Nord	2 859	2 565	+7,0%	+11,4%
EMEA	2 194	2 054	+8,9%	+6,8%
Asie-Pacifique	750	685	+12,0%	+9,4%
Amérique latine	349	302	+11,5%	+15,7%
<b>CHIFFRE D'AFFAIRES</b>	<b>6 151</b>	<b>5 607</b>	<b>+8,6%</b>	<b>+9,7%</b>

### Amérique du Nord

La région Amérique du Nord a enregistré un chiffre d'affaires de 2 859 millions d'euros, en hausse de 7,0 % par rapport au premier trimestre 2022 (+11,4 % à taux de change courants), en forte accélération depuis le quatrième trimestre 2022, avec une croissance qui vient s'ajouter à celle du premier trimestre 2022, le meilleur de l'année dernière.

La division Professional Solutions a affiché une croissance forte à un chiffre avec une belle contribution de toutes les catégories de produits. Les marques de verre les plus connues des consommateurs, Varilux et Transitions, ainsi que Shamir, ont porté la performance de la division. Du point de vue des montures, les marques sous licence ont enregistré une excellente croissance, y compris dans le luxe malgré une base de comparaison 2022 élevée. Le réseau des professionnels de la vue indépendants a connu une reprise portée par le succès des alliances et des programmes de partenariat. Début mars, la date du premier anniversaire de l'acquisition de Walman a été passée, l'impact positif de cette opération commence ainsi à s'estomper.

La division Direct to Consumer a connu une croissance forte à un chiffre grâce à la performance solide des enseignes d'optique, soutenue par la forte demande des clients assurés. LensCrafters a enregistré une faible hausse des ventes à magasins comparables<sup>2</sup> grâce à un retour à la normale de la fréquentation et à une gestion efficace des magasins. Le nombre d'examen de la vue réalisés et convertis en achat de lunettes est en hausse, notamment grâce à l'utilisation croissante de la téléoptométrie qui a été multipliée par trois par rapport à l'année dernière. Target Optical a continué sa bonne dynamique avec une augmentation des ventes à magasins comparables<sup>2</sup> dans le haut de la fourchette à un chiffre et l'ajout de 16 nouveaux magasins par rapport à l'année dernière. Les ventes à magasins comparables<sup>2</sup> de Sunglass Hut ont été en recul de l'ordre de 5 % en raison des mauvaises conditions météorologiques ayant entraîné une baisse de la fréquentation au cours de la seconde moitié du trimestre. L'e-commerce a connu une croissance dans le bas de la fourchette à un chiffre et EyeBuyDirect.com continue de surperformer par rapport aux autres plateformes. EyeMed a enregistré un nouveau trimestre solide avec une croissance à deux chiffres et couvre désormais 72 millions de personnes.

### EMEA

L'ensemble formé par l'Europe, le Moyen-Orient et l'Afrique a enregistré un chiffre d'affaires de 2 194 millions d'euros, en hausse de 8,9 % par rapport au premier trimestre 2022 (+6,8 % à taux de change courants), bien que comparé au meilleur trimestre 2022 dont l'activité était nettement portée par

# EssilorLuxottica

les réouvertures post-COVID. La région est également en accélération par rapport au quatrième trimestre 2022.

La division Professional Solutions a connu une croissance forte à un chiffre, portée principalement par ses marchés clés : France, Italie et Espagne. Dans l'ensemble, les verres de marque ont été un moteur important, avec Varilux, Transitions et Eyezen, de même que les montures solaires de luxe qui sont toujours en croissance à deux chiffres par rapport à une base de comparaison 2022 élevée, grâce à une licence Prada puissante. En termes de canaux, les opticiens indépendants ainsi que les chaînes ont contribué positivement à la croissance.

La division Direct to Consumer affiche une croissance à deux chiffres, portée par la forte activité des magasins physiques dont les ventes à magasins comparables<sup>2</sup> sont en hausse de 10 %. Dans la catégorie de l'optique, tous les pays ont enregistré des ventes à magasins comparables positives<sup>2</sup> (à l'exception principalement de la Belgique et des Pays-Bas), portées par le Royaume-Uni et les pays scandinaves, grâce à leurs programmes d'abonnement, et l'Italie. L'intégration progressive des enseignes de vente au détail d'optique contribue à l'amélioration des ventes grâce à un meilleur mix produit et à une plus grande efficacité en magasin. Les ventes à magasins comparables<sup>2</sup> ont continué leur dynamique de croissance, avec une augmentation globale des ventes des magasins Sunglass Hut de plus de 20 %, après avoir affiché un rebond à trois chiffres lié aux réouvertures au cours du premier trimestre de l'année dernière.

## Asie-Pacifique

La région Asie-Pacifique a enregistré un chiffre d'affaires de 750 millions d'euros, en hausse de 12,0 % par rapport au premier trimestre 2022 (+9,4 % à taux de change courants). La solide performance de la région a été portée par la reprise en Chine depuis février ainsi que par la robuste performance de la catégorie solaire dans ses principaux pays.

La division Professional Solutions est en hausse d'environ 10 %, soutenue par la reprise de l'activité économique en Chine qui enregistre une croissance à deux chiffres en février et mars. La performance du pays a été portée par le portefeuille des verres de marque ainsi que par la catégorie solaire, avec Bolon, Ray-Ban et les marques de luxe sous licence qui connaissent la croissance la plus rapide. La demande pour les solutions de contrôle de la myopie est restée soutenue en Chine, avec les ventes de Stellest en expansion de plus de 80 %. Parmi les autres principaux contributeurs de la région, l'Inde et l'Asie du Sud-Est ont connu une croissance à deux chiffres.

L'activité de la division Direct to Consumer a affiché une croissance de l'ordre de 15 %, tous les pays y contribuant. Les ventes à magasins comparables<sup>2</sup> dans la région ont également enregistré une croissance de l'ordre de 15 %. En Australie, les ventes à magasins comparables<sup>2</sup> ont connu une légère augmentation dans le réseau OPSM, soutenues par un effet prix / mix favorable. Sunglass Hut et Oakley ont affiché des croissances à deux chiffres. En Chine, l'activité des magasins physiques s'est accélérée au cours du trimestre, avec les magasins Ray-Ban affichant des ventes à magasins comparables<sup>2</sup> en hausse en Chine continentale et supérieures au niveau pré-pandémie. Sunglass Hut a continué à afficher une belle croissance en Asie du Sud-Est.

## Amérique latine

La région Amérique latine a enregistré un chiffre d'affaires de 349 millions d'euros, en hausse de 11,5 % par rapport au premier trimestre 2022 (+15,7 % à taux de change courants), en fort rebond depuis la faible performance du quatrième trimestre 2022.

# EssilorLuxottica

La division Professional Solutions a connu une forte croissance à un chiffre, qui succède à la performance exceptionnelle de l'année passée. Le Brésil a connu une croissance forte à un chiffre avec une bonne contribution des verres et des montures, tandis que le Mexique a enregistré une hausse des ventes à deux chiffres grâce à la montée en puissance de la catégorie des montures.

La division Direct to Consumer a connu une croissance à deux chiffres avec une croissance à un rythme similaire des ventes à magasins comparables<sup>2</sup> des catégories optique et solaire. Du point de vue de l'optique, la performance a été portée par les enseignes mexicaines avec une croissance à deux chiffres des ventes à magasins comparables<sup>2</sup> et GMO qui continue d'accélérer depuis le dernier trimestre. Les ventes à magasins comparables<sup>2</sup> de Sunglass Hut ont connu une croissance à deux chiffres dans tous les pays.

# EssilorLuxottica

Nombre de magasins au 31 mars 2023

	Amérique du Nord	EMEA	Asie-Pacifique	Amérique latine	Magasins du Groupe	Franchisés & Autres	Total
Sunglass Hut	1 677	609	311	409	3 006	192	3 198
LensCrafters	1 013		81		1 094	5	1 099
Vision Express		863			863	152	1 015
Apollo		682			682	221	903
Target Optical	565				565		565
MasVisión		71		465	536	8	544
Pearle		498			498	224	722
Générale d'Optique		387			387	295	682
OPSM			372		372	28	400
GMO				358	358		358
GrandVision		288		46	334	30	364
Atasun Optik		298			298	31	329
Oakley	183	12	72	21	288	80	368
Ray-Ban	32	47	132	43	254		254
Salmoiraghi & Viganò		250			250	28	278
Synoptik		249			249		249
GrandOptical		233			233	79	312
Luxoptica		213			213		213
Mujosh			135		135	383	518
Pearle Vision	110				110	463	573
MultiOpticas		106			106	112	218
Aojo			89		89	213	302
Bolon			52		52	156	208
Óticas Carol				24	24	1 428	1 452
Autres	241	1 234	133	753	2 361	140	2 501
<b>Total EssilorLuxottica</b>	<b>3 821</b>	<b>6 040</b>	<b>1 377</b>	<b>2 119</b>	<b>13 357</b>	<b>4 268</b>	<b>17 625</b>

# EssilorLuxottica

## Développement durable

Dans le cadre de ses efforts pour répondre au changement climatique en tant que pilier clé de son programme de développement durable « Eyes on the Planet », EssilorLuxottica a signé en mars 2023 la lettre d'engagement SBTi pour la définition d'objectifs à court terme.

## 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/1217-2090-35663/en>

## Prochains événements destinés aux investisseurs

- 17 mai 2023 : Assemblée générale annuelle des actionnaires
- 26 juillet 2023 : Chiffre d'affaires T2 2023 et Résultats S1 2023
- 19 octobre 2023 : Chiffre d'affaires T3 2023

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

**3 (Chiffre d'affaires) Comparable** : le chiffre d'affaires comparable inclut, en 2021, 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 le 1<sup>er</sup> janvier 2021. Le chiffre d'affaires comparable a été préparé à titre illustratif dans le seul but de fournir des informations comparables.



# 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

[ir@essilorluxottica.com](mailto:ir@essilorluxottica.com)

#### Marco Catalani

Head of Corporate Communications

[media@essilorluxottica.com](mailto: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 environ 190 000 salariés, EssilorLuxottica a réalisé en 2022 un chiffre d'affaires consolidé de 24,5 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](http://www.essilorluxottica.com).