

# EssilorLuxottica

Chiffre d'affaires T3/9M 2023

## Hausse de 7,2 % du chiffre d'affaires sur 9 mois à taux de change constant<sup>1</sup>

### Un rythme de croissance toujours soutenu

- Hausse de 5,2 % du chiffre d'affaires au T3 à taux de change constants<sup>1</sup>
- L'Amérique du Nord en ligne avec le T2, portée par l'optique
- Forte croissance de la région EMEA, portée par Professional Solutions et les ventes de détail en optique
- Varilux XR en plein déploiement, doublement des ventes de Stellex en Chine
- Débuts prometteurs de la collection Swarovski
- Lancement de Ray-Ban Meta, la nouvelle génération de lunettes connectées

**Charenton-le-Pont, France (19 octobre 2023 – 18h00)** – EssilorLuxottica annonce que son chiffre d'affaires consolidé du troisième trimestre 2023 s'élève à 6 294 millions d'euros, en hausse de 5,2 % à taux de change constants<sup>1</sup> par rapport au chiffre d'affaires du troisième trimestre 2022 (-1,6 % à taux de change courants).

*« Nous voulons avant tout exprimer notre profonde solidarité avec nos collègues et leurs familles, en Israël, ainsi qu'avec tous ceux qui sont affectés par cette tragique situation.*

*EssilorLuxottica, à l'image de ses équipes, est un Groupe particulièrement résilient. Tout au long de ce troisième trimestre, chacune des activités et régions d'EssilorLuxottica a contribué à générer une croissance solide, avec la montée en puissance des lancements récents, comme par exemple Varilux XR series et Swarovski. Nous nous étions engagés à mettre en œuvre une approche audacieuse et profondément disruptive. Nous en voyons aujourd'hui les résultats, avec des initiatives telles que Ray-Ban Meta, Nuance Audio et Helix qui ouvrent à notre industrie des perspectives prometteuses pour les années à venir. D'autre part, nous nous renforçons et complétons notre empreinte industrielle, avec l'ouverture d'une nouvelle usine à Rayong, en Thaïlande, qui incarne parfaitement la vision d'EssilorLuxottica : réunir montures et verres sous un même toit. C'est une étape importante dans notre engagement à mieux répondre aux besoins croissants de santé visuelle dans le monde, tout en élargissant et en équilibrant nos implantations géographiques.*

*Nous sommes confiants et fiers d'avoir nos collègues et partenaires à nos côtés dans cette aventure humaine et industrielle.* » ont commenté Francesco Milleri et Paul du Saillant, respectivement Président-Directeur Général et Directeur Général Délégué d'EssilorLuxottica.

\* \* \*

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

# EssilorLuxottica

## Faits marquants

Le chiffre d'affaires des neuf premiers mois de 2023 a augmenté de 7,2 % par rapport à 2022, la croissance sur 9 mois continuant à dépasser l'objectif à long terme qui est de l'ordre de 5 % par an. La croissance du troisième trimestre a connu un léger ralentissement par rapport au premier semestre, en raison d'une activité de vente au détail de lunettes de soleil plus faible, qui affecte désormais également la région EMEA, en plus de l'Amérique du Nord, et d'une base de comparaison plus difficile en Asie-Pacifique. L'activité de prescription a confirmé sa résilience, soutenue par un effet prix / mix solide, par le lancement réussi de Varilux XR series dans le monde entier et par les performances toujours excellentes de Stellest. Les deux segments ont contribué de manière égale aux résultats.

## Chiffre d'affaires du troisième trimestre par segment d'activité

<i>En millions d'euros</i>	<b>T3 2023</b>	<b>T3 2022</b>	Variation à taux de change constants <sup>1</sup>	Variation à taux de change courants
Professional Solutions	2 978	3 029	5,7 %	-1,7 %
Direct to Consumer	3 316	3 365	4,7 %	-1,5 %
<b>CHIFFRE D'AFFAIRES</b>	<b>6 294</b>	<b>6 394</b>	<b>5,2 %</b>	<b>-1,6 %</b>

### Professional Solutions

Au cours du troisième trimestre, l'activité de commerce de gros a enregistré un chiffre d'affaires de 2 978 millions d'euros, en hausse de 5,7 % par rapport à 2022 sur la même période (-1,7 % à taux de change courants).

Toutes les régions ont progressé sur la période. L'Amérique du Nord a poursuivi sa croissance dans la lignée du deuxième trimestre, avec une hausse de près de 3 %, portée par les montures et les verres à valeur ajoutée, avec une bonne performance du nouveau verre Varilux XR series. La région EMEA a confirmé son rythme de croissance soutenu (+7 %), porté par les marchés matures et émergents, et par la progression des montures et des verres, entraînés par Varilux XR series. L'Asie-Pacifique a connu une croissance à deux chiffres, soutenue par le dynamisme de la Grande Chine, stimulée par Stellest. L'Amérique latine a connu une hausse de l'ordre de 5 %, soutenue par le dynamisme du Mexique.

### Direct to Consumer

Au cours du troisième trimestre, l'activité de vente au détail a enregistré un chiffre d'affaires de 3 316 millions d'euros, en hausse de 4,7 % par rapport à 2022 sur la même période (-1,5 % à taux de change courants).

Toutes les régions sont en croissance sur la période. L'Amérique du Nord a progressé grâce aux enseignes d'optique et à l'activité des mutuelles d'optique, tandis que la catégorie solaire a confirmé la tendance négative des trimestres précédents. Dans la région EMEA, les enseignes d'optique ont continué à afficher une forte croissance, bénéficiant de l'intégration en cours, tandis que la catégorie solaire a ralenti, affectée par des conditions météorologiques défavorables. L'Asie-Pacifique a connu une croissance à deux chiffres grâce à la belle progression de l'activité optique en Australie, et ce,

# EssilorLuxottica

malgré une base de comparaison élevée. L'Amérique latine a connu une croissance dans le haut de la fourchette à un chiffre, portée par les enseignes d'optique. Les ventes à magasins comparables<sup>2</sup> ont augmenté dans leur ensemble de 4 %, tandis que l'activité e-commerce a connu une légère baisse, principalement en raison de la catégorie solaire en Amérique du Nord.

## Chiffre d'affaires du troisième trimestre par zone géographique

<i>En millions d'euros</i>	<b>T3 2023</b>	<b>T3 2022</b>	<b>À taux de change constants<sup>1</sup></b>	<b>À taux de change courants</b>
Amérique du Nord	2 839	3 009	2,1 %	-5,6 %
EMEA	2 317	2 262	6,9 %	2,4 %
Asie-Pacifique	760	761	11,7 %	0,0 %
Amérique latine	377	363	6,2 %	4,1 %
<b>CHIFFRE D'AFFAIRES</b>	<b>6 294</b>	<b>6 394</b>	<b>5,2 %</b>	<b>-1,6 %</b>

### Amérique du Nord

L'Amérique du Nord a enregistré un chiffre d'affaires de 2 839 millions d'euros, en hausse de 2,1 % par rapport au troisième trimestre de 2022 (-5,6 % à taux de change courants), en ligne avec la performance du trimestre précédent.

Le segment Professional Solutions a connu une croissance dans le bas de la fourchette à un chiffre. L'activité verres a enregistré des résultats positifs grâce au portefeuille de marques premium, en particulier Varilux. Le lancement de Varilux XR series en juillet a déjà eu un impact visible sur les performances trimestrielles, principalement chez les indépendants, car son taux de pénétration a rapidement augmenté et a généré un effet prix / mix favorable. La croissance de l'activité montures a été renforcée par la dynamique toujours forte du portefeuille de licences de luxe. Les lentilles de contact ont connu une forte croissance, en ligne avec la tendance du premier semestre.

Les ventes du segment Direct to Consumer ont connu une croissance dans le bas de la fourchette à un chiffre. Le segment a été fortement soutenu par l'offre de santé visuelle, y compris dans les magasins physiques et l'activité de santé visuelle, tandis que la catégorie solaire reste faible. Les ventes à magasins comparables<sup>2</sup> chez LensCrafters, Target Optical et Pearle Vision ont connu une évolution positive, grâce à l'excellente performance des consommateurs bénéficiant d'une assurance et à un effet prix / mix positif. Les ventes à magasins comparables<sup>2</sup> de Sunglass Hut sont restées négatives tout le trimestre.

### EMEA

La région EMEA a enregistré un chiffre d'affaires de 2 317 millions d'euros, en hausse de 6,9 % par rapport au troisième trimestre 2022 (+2,4 % à taux de change courants), avec une forte croissance des deux segments.

Le segment Professional Solutions a connu une croissance dans le haut de la fourchette à un chiffre.

# EssilorLuxottica

Tous les pays ont enregistré une performance positive, à la seule exception de la Scandinavie. La croissance des marchés émergents de la région EMEA a dépassé les résultats néanmoins solides des marchés matures, avec une contribution de tous les principaux pays : France, Italie, Royaume-Uni et Allemagne. L'activité verres est toujours positive, et le portefeuille des verres progressifs solide, porté par le nouveau verre Varilux XR series. Les montures sont toujours la catégorie la plus performante grâce à la forte contribution des lunettes de soleil et des montures de prescription qui commencent à progresser à un rythme plus rapide. La première collection Swarovski a été accueillie avec beaucoup d'enthousiasme par le marché dès le mois de septembre.

Les ventes du segment Direct to Consumer ont connu une croissance située dans le haut de la fourchette à un chiffre. Les ventes à magasins comparables<sup>2</sup> dans la catégorie optique ont augmenté de 9%, grâce à de toujours bonnes performances des principales enseignes : Vision Express (Royaume-Uni), Générale d'Optique (France), Salmoiraghi & Viganò (Italie) et Synoptik (Scandinavie). Le processus d'intégration des anciens magasins GrandVision progresse bien, avec une part de plus en plus importante de produits d'EssilorLuxottica dans les rayons et une montée en gamme des approvisionnements. Les ventes des magasins comparables<sup>2</sup> de Sunglass Hut ont connu une croissance dans le bas de la fourchette à un chiffre au cours du trimestre, les mois de juillet et d'août ayant été affectés par des conditions météorologiques défavorables, mais ont rebondi en septembre lorsque ces conditions sont devenues plus favorables.

## Asie-Pacifique

L'Asie-Pacifique a enregistré un chiffre d'affaires de 760 millions d'euros, en hausse de 11,7 % par rapport au troisième trimestre 2022 (stable à taux de change courants), le T3 de 2022 ayant affiché la meilleure croissance de l'année dernière.

Le segment Professional Solutions a enregistré une croissance à deux chiffres. La Chine a été le pays le plus performant, tirant parti de son portefeuille de produits de contrôle de la myopie à l'occasion de la rentrée scolaire. La principale solution, Stellest, a une fois de plus doublé ses ventes. D'autre part, le portefeuille des montures a connu un excellent trimestre porté par Ray-Ban, Oakley, et par le luxe ainsi que par Bolon en Chine. L'Inde, le Japon et la Corée du Sud ont tous enregistré une croissance à deux chiffres.

Le segment Direct to Consumer a connu une croissance à deux chiffres. Les ventes à magasins comparables<sup>2</sup> chez OPSM ont augmenté sur une base de comparaison élevée, soutenue par un effet prix / mix favorable et une gestion en magasin efficace. La performance de la vente au détail en Chine est restée très favorable grâce à une progression à deux chiffres des ventes à magasins comparables<sup>2</sup> chez LensCrafters et Sunglass Hut. Cette enseigne a poursuivi son fort développement, y compris en Asie du Sud-Est.

## Amérique latine

La région Amérique latine a enregistré un chiffre d'affaires de 377 millions d'euros, en hausse de 6,2 % par rapport au troisième trimestre de 2022 (+4,1 % à taux de change courants), en léger ralentissement par rapport au trimestre précédent.

Le segment Professional Solutions a enregistré une croissance de l'ordre de 5 %, portée par un Mexique robuste. La performance de la région a été soutenue par les deux catégories. L'activité montures a été soutenue par le dynamisme de Ray-Ban au Brésil, tandis que l'activité verres a été stimulée par la croissance à deux chiffres de Varilux.

# EssilorLuxottica

Le segment Direct to Consumer a connu une hausse située dans le haut de la fourchette à un chiffre. La croissance de la région a été portée par la catégorie optique, avec une hausse des ventes à magasins comparables<sup>2</sup> portée par l'intégration progressive des anciennes enseignes GrandVision au Mexique et la confirmation par GMO de sa solide trajectoire de croissance. Les ventes à magasins comparables<sup>2</sup> de Sunglass Hut continuent à être toujours aussi solides dans la région.

## Chiffre d'affaires sur neuf mois par segment d'activité

<i>En millions d'euros</i>	<b>9M 2023</b>	<b>9M 2022</b>	À taux de change constants <sup>1</sup>	À taux de change courants
Professional Solutions	9 213	8 865	7,2 %	3,9 %
Direct to Consumer	9 932	9 523	7,2 %	4,3 %
<b>CHIFFRE D'AFFAIRES</b>	<b>19 145</b>	<b>18 388</b>	<b>7,2 %</b>	<b>4,1 %</b>

## Chiffre d'affaires sur neuf mois par zone géographique

<i>En millions d'euros</i>	<b>9M 2023</b>	<b>9M 2022</b>	À taux de change constants <sup>1</sup>	À taux de change courants
Amérique du Nord	8 727	8 600	3,6 %	1,5 %
EMEA	7 034	6 663	8,8 %	5,6 %
Asie-Pacifique	2 279	2 112	15,7 %	7,9 %
Amérique latine	1 104	1 013	8,8 %	9,0 %
<b>CHIFFRE D'AFFAIRES</b>	<b>19 145</b>	<b>18 388</b>	<b>7,2 %</b>	<b>4,1 %</b>

Pour les neuf premiers mois de 2023, le chiffre d'affaires s'est élevé à 19 145 millions d'euros, en hausse de 7,2 % par rapport à 2022 sur la même période (+4,1 % à taux de change courants), les segments Professional Solutions et Direct to Consumer progressant au même rythme.

Le segment Professional Solutions est en hausse de 7,2 % par rapport aux neuf premiers mois de 2022 (+3,9 % à taux de change courants), avec toutes les régions en croissance. L'Asie-Pacifique est la région à la croissance la plus rapide, tandis que les autres régions ont progressé à un rythme solide et globalement similaire. Le segment Direct to Consumer est également en croissance de 7,2 % (+4,3 % à taux de change courants), enregistrant une croissance à deux chiffres dans toutes les régions, à l'exception de l'Amérique du Nord, marquée par une performance en demi-teinte de Sunglass Hut. La croissance globale du segment a été portée par la catégorie de l'optique.

Toutes les régions ont enregistré une croissance positive sur les neuf premiers mois de l'année. L'Asie-Pacifique y a fortement contribué avec une hausse de 15,7 % (+7,9 % à taux de change courants), grâce à la réouverture de la Chine. La solide croissance de la région EMEA, +8,8 % (+5,6 % à taux de change courants) et de l'Amérique latine, +8,8 % (+9,0 % à taux de change courants), est venue s'ajouter à la performance à deux chiffres de l'année dernière. L'Amérique du Nord a connu une croissance de 3,6 % (+1,5 % à taux de change courants), soutenue par la résilience de son activité optique.

# EssilorLuxottica

## Nombre de magasins au 30 septembre 2023

	Amérique du Nord	EMEA	Asie-Pacifique	Amérique latine	Magasins du Groupe	Franchisés & Autres	Total
Sunglass Hut	1 661	600	314	402	2 977	214	3 191
LensCrafters	1 013		87		1 100	5	1 105
Vision Express		853			853	144	997
Apollo		684			684	222	906
Target Optical	571				571		571
MasVisión		72		460	532	7	539
Pearle		503			503	220	723
Générale d'Optique		385			385	296	681
OPSM			373		373	27	400
GMO				354	354		354
GrandVision		276		41	317	31	348
Atasun Optik		300			300	32	332
Oakley	186	12	75	23	296	80	376
Ray-Ban	36	49	126	43	254		254
Salmoiraghi & Viganò		249			249	28	277
Synoptik		248			248		248
GrandOptical		234			234	78	312
Luxoptica		221			221		221
Mujosh			144		144	369	513
Pearle Vision	108				108	462	570
MultiÓpticas		107			107	112	219
Aojo			84		84	193	277
Bolon			61		61	175	236
Óticas Carol				24	24	1 429	1 453
Autres	259	1 213	130	741	2 343	133	2 476
<b>Total EssilorLuxottica</b>	<b>3 834</b>	<b>6 006</b>	<b>1 394</b>	<b>2 088</b>	<b>13 322</b>	<b>4 257</b>	<b>17 579</b>

# 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 constants<sup>1</sup> (sur la base du chiffre d'affaires 2021 *pro forma*<sup>3</sup>) et vise l'atteinte d'un résultat opérationnel ajusté<sup>4</sup> de l'ordre de 19 à 20 % du chiffre d'affaires à l'issue de cette période.

## 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/1217-2090-38398/en>

# 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 précédente.

**3 (Chiffre d'affaires) Comparable ou *pro forma***: 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 à la date du 1er janvier 2021. Le chiffre d'affaires comparable a été préparé à titre illustratif dans le seul but de fournir des informations comparables.

**4 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 (se référer au paragraphe dédié *Mesures ajustées*).



# 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).