

Risultati del secondo trimestre e del primo semestre 2021 di EssilorLuxottica

Fatturato in accelerazione, margine in aumento e generazione di cassa record; outlook 2021 migliorato

Secondo trimestre:

- Fatturato in crescita del +9,2% rispetto al 2019 a cambi costanti¹
- Il Nord America è l'area geografica con la migliore performance, positive EMEA e America Latina
- Entrambe le divisioni Professional Solution e Direct to Consumer in crescita e in accelerazione
- In crescita sia il vista sia il sole, con quest'ultimo che recupera terreno
- E-commerce in crescita del 66% rispetto al 2019 a cambi costanti¹ che rappresenta il 9% del fatturato totale

Primo semestre:

- Utile operativo in crescita del 35% rispetto al 2019 a cambi costanti¹
- Margine operativo adjusted² al 18,5%, in aumento di 130 punti base rispetto al 2019
- Generazione di cassa⁴ record a 1,2 miliardi di Euro

Charenton-le-Pont, Francia (30 luglio 2021 – ore 7:00) – Il Consiglio di Amministrazione di EssilorLuxottica si è riunito il 29 luglio 2021 per l'approvazione del bilancio consolidato semestrale chiusosi il 30 giugno 2021. Le società di revisione hanno svolto la revisione limitata di tale bilancio. La loro relazione è in corso di emissione.

“Nonostante le sfide della pandemia ancora in corso, nel primo semestre abbiamo ottenuto ancora una volta dei solidi risultati. Quello che stiamo raccogliendo è il frutto della continua attenzione a prodotti e marchi di qualità, di una supply chain efficiente e di una comunità globale di persone coinvolte e motivate, tutti elementi che ci hanno aiutato a raggiungere questi traguardi.

Nel secondo trimestre, abbiamo scritto alcune pagine importanti della storia di EssilorLuxottica; abbiamo definito la nostra governance e costruito una Società unica, continuando ad espandere la nostra presenza retail in Europa grazie al completamento dell'acquisizione di GrandVision.

Guardando al futuro, siamo orgogliosi di condividere la nostra nuova roadmap per la Sostenibilità, “Eyes on the Planet”, costruita attorno a importanti pilastri come la carbon neutrality, la circolarità, la buona vista nel mondo, l'inclusione e l'etica. Come segno del nostro impegno a lungo termine in questo ambito, annunciamo oggi il nostro obiettivo di raggiungere la carbon neutrality nelle attività aziendali entro il 2025, a partire dall'Europa entro il 2023. Fare del bene sia per i nostri clienti, i consumatori e le comunità di riferimento sia per il pianeta ci dà ancora maggiore fiducia nel domani”, hanno affermato Francesco Milleri, Amministratore Delegato di EssilorLuxottica e Paul du Saillant, Vice Amministratore Delegato di EssilorLuxottica.

Highlights finanziari e operativi

I principali risultati e i commenti al secondo trimestre e al primo semestre del 2021 sono presentati in comparazione ai medesimi periodi del 2019. Il confronto con l'andamento nel 2020 è incluso nella Relazione sulla Gestione.

In milioni di Euro	H1 2021	H1 2019*	Variazione a cambi costanti ¹
Fatturato	8.768	8.776	+5,7%
Utile lordo adjusted ²	5.383	5.453	+5,0%
% del fatturato	61,4%	62,1%	
Utile operativo	1.271	1.038	+35,1%
Utile operativo adjusted ²	1.622	1.512	+16,4%
% del fatturato	18,5%	17,2%	
Utile netto	854	671	+41,5%
Utile netto adjusted ²	1.117	1.047	+16,2%
% del fatturato	12,7%	11,9%	

*Sono state effettuate alcune riclassificazioni tra Costo del venduto e le Spese operative per garantire la coerenza con la presentazione del periodo in corso. Tali riclassificazioni non hanno effetto sull'Utile operativo presentato per il semestre chiuso al 30 giugno 2019.

Nel secondo trimestre dell'anno, lo scenario economico si è evoluto riflettendo l'impatto della pandemia nelle diverse aree geografiche del mondo. A guidare la ripresa è stato il Nord America che si è mosso per primo e più velocemente, seguito più gradualmente dall'area EMEA e dall'America Latina più avanti nel trimestre, mentre l'Asia-Pacifico è stata colpita da nuovi focolai del virus con conseguenti restrizioni. La Società ha sfruttato la ripresa del mercato e la sua strategia multicategoria e multicanale per accelerare notevolmente il fatturato e i margini, con una solida performance in tutta la prima metà dell'anno.

Nel secondo trimestre il fatturato totale è stato pari a 4.709 milioni di Euro, in crescita del 9,2% rispetto al secondo trimestre del 2019 a cambi costanti¹. Il Nord America è cresciuto del 16,4%, l'EMEA del 3,8% e l'America Latina del 2,0%, mentre l'Asia-Pacifico ha visto una contrazione del 3,5%.

Oltre agli Stati Uniti particolarmente vivaci, che generano oltre il 50% del fatturato della Società, altri mercati chiave, quali Francia, Italia, Regno Unito, Cina, Australia e Brasile, hanno registrato una buona performance alimentando la crescita del business.

Sulla base della nuova rendicontazione di segmento, le due divisioni Professional Solutions (wholesale) e Direct to Consumer (retail fisico ed e-commerce) hanno entrambe visto un'accelerazione nel trimestre, crescendo rispettivamente del 5,0% e del 15,7% a cambi costanti¹ e rappresentando così il 58% e il 42% del fatturato totale.

Entrambe le categorie, vista e sole, procedono sostanzialmente allineate in termini di ritmo di crescita rispetto al secondo trimestre 2019. La categoria vista ha continuato a crescere, rappresentando i due terzi del business della Società, grazie alla capacità dell'azienda di implementare costantemente soluzioni innovative per lenti (es. Stellest in Cina) e strumenti. La categoria sole ha visto un rimbalzo su tutti i canali, sia Professional Solution sia Direct to Consumer, e ha recuperato il ritmo di crescita del vista, supportata in particolare dai marchi del segmento lusso.

I brand si confermano importanti, con il successo delle lenti a valore aggiunto (in particolare con Crizal, Transitions e Eyezen) che guidano la crescita del vista, e le montature (in particolare con Oakley e con le licenze come Prada, Dolce & Gabbana e Versace, soprattutto in Nord America) che sono un fattore vincente sia nella categoria vista sia nel sole.

L'e-commerce è cresciuto del 66% a cambi costanti¹ nel trimestre, raggiungendo il 9% del fatturato totale della Società, con una performance sostanzialmente costante per tutto il semestre. Hanno contribuito a questo risultato tutte le principali piattaforme come Ray-Ban.com, Oakley.com, SunglassHut.com e EyeBuyDirect.com, con il Nord America che si è rivelato l'area geografica più performante.

La crescita del fatturato si è tradotta in un sostanziale aumento dei margini, grazie alla leva operativa che caratterizza tipicamente il modello di business verticalmente integrato della Società, nonché alle misure straordinarie di contenimento dei costi messe in atto durante il COVID-19 e destinate a essere progressivamente rimosse man mano che il business ritrova lo slancio.

Nel primo semestre l'utile operativo adjusted² ha raggiunto 1.622 milioni di Euro, con un margine sul fatturato che ha toccato il 18,5%, registrando un incremento del 16,4% a cambi costanti¹ rispetto allo stesso periodo del 2019. L'utile netto adjusted² è stato di 1.117 milioni di Euro, pari al 12,7% del fatturato.

La generazione di cassa⁴ è stata pari a 1.211 milioni di Euro nei primi sei mesi dell'anno. L'indebitamento finanziario netto⁵ si attesta a fine periodo a 1.945 milioni di Euro, quasi interamente rappresentato da debiti per leasing, a fronte di debiti finanziari e disponibilità di liquidità sostanzialmente equivalenti.

La chiusura dell'acquisizione GrandVision annunciata il 1° luglio ha segnato il completamento di un progetto visionario, ovvero la combinazione dei tre pionieri mondiali del settore in un unico Gruppo più forte, che ha l'ambizione di elevare gli standard del settore dell'eyecare e dell'eyewear e di aumentare la consapevolezza e l'accesso a cure oculistiche di qualità per tutti i consumatori. Come ribadito il 27 luglio, nell'ambito dell'aggiornamento sull'Offerta Pubblica di Acquisto Obbligatoria, EssilorLuxottica è in grado di finanziare l'Offerta attraverso risorse di cassa già disponibili, comprese le linee di credito attualmente esistenti per finanziare le generali finalità aziendali.

Outlook

EssilorLuxottica prevede che il fatturato dell'intero anno cresca circa a media singola cifra rispetto al 2019 a cambi costanti¹, con l'utile operativo adjusted² in percentuale del fatturato superiore al 2019 a cambi costanti¹. Questo assumendo che non siano introdotte nuove restrizioni dovute al COVID-19 nella seconda metà dell'anno.

Questi target si riferiscono al perimetro di EssilorLuxottica, escludendo GrandVision che verrà consolidata dal 1° luglio 2021.

Il nuovo outlook per l'intero anno rappresenta un miglioramento dei target presentati con i risultati del primo trimestre che indicavano fatturato e margine operativo adjusted² almeno sui livelli del 2019 a cambi costanti¹.

Integrazione e sinergie

La Società è sulla buona strada per raggiungere gli obiettivi annunciati in ambito delle sinergie, ovvero dai 300 ai 350 milioni di Euro di utile operativo adjusted² entro la fine del 2021 e di 420-600 milioni di Euro entro la fine del 2023, nonostante i venti contrari e le sfide dovute alla pandemia di COVID-19. Il secondo trimestre del 2021 ha visto un'ulteriore accelerazione nel processo di integrazione tra le due società operative, in particolare per quanto riguarda le iniziative commerciali di successo e le attività di efficientamento in alcune funzioni.

Per quanto riguarda le sinergie di fatturato, hanno contribuito importanti iniziative commerciali congiunte in EMEA e Nord America con un forte focus sui grandi clienti, la solida crescita di EyeMed che fa leva sulla rete retail in Nord America, clienti ottici e altri operatori del settore assicurativo, il successo delle offerte per gli ottici indipendenti con servizi dedicati. Anche il consolidamento della rete retail della Società in America Latina sta dando buoni risultati.

Per quanto riguarda le sinergie sui costi, sono derivate principalmente dai risparmi sugli acquisti indiretti dai progressi nella costruzione di una rete di laboratori integrata e dalla creazione di una piattaforma e-commerce comune, che sta progressivamente supportando tutto il business online della Società.

Gli elementi che stanno contribuendo all'avanzamento complessivo dell'integrazione e alla generazione di sinergie comprendono anche la ricerca e lo sviluppo di prodotti più innovativi e sostenibili, la fruttuosa implementazione, attualmente in corso, di una piattaforma SAP integrata in diverse aree geografiche e la creazione di una piattaforma tecnica per i macchinari di produzione.

Mission e sostenibilità: Eyes on the Planet

Con un radicato senso di responsabilità, EssilorLuxottica ha continuato a promuovere attività a sostegno della sua Mission per aiutare le persone a vedere meglio, vivere meglio e godere appieno della vita. Nella prima metà del 2021, la Società ha garantito accesso a cure oculistiche a oltre 20 milioni di persone formando oltre 650 imprenditori che forniscono cure oculistiche primarie nelle comunità di riferimento e istituendo quattro nuovi centri oculistici OneSight. Dal 2013, l'azienda ha garantito accesso a quasi 450 milioni di persone in comunità svantaggiate, ha formato oltre 18.000 imprenditori per fornire cure oculistiche di base creando oltre 42 milioni di nuovi consumatori per il settore, oltre 3 milioni dei quali solo nel primo semestre di quest'anno.

EssilorLuxottica ha accolto con favore la notizia annunciata il 23 luglio che i 193 Stati membri delle Nazioni Unite hanno approvato all'unanimità una risoluzione che si impegna a rendere accessibili le cure oculistiche ai miliardi di persone che vivono con problemi di vista prevenibili entro il 2030. L'inclusione della cura degli occhi negli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile alimenta l'ambizione di EssilorLuxottica di eliminare i problemi alla vista non corretti nell'arco di una generazione. Nel settembre 2019, a margine dell'Assemblea Generale delle Nazioni Unite, la Società ha lanciato la propria roadmap, con il supporto di oltre 20 ONG e partner governativi, su come debellare i problemi della vista e ora intende mettersi al lavoro insieme ai governi nazionali per trasformare questo obiettivo in realtà.

Attingendo alla lunga storia di responsabilità d'impresa di Essilor e Luxottica, la Società sta sviluppando un approccio integrato, ambizioso e lungimirante che riaffermerà la sua posizione di azienda di riferimento nell'ambito della sostenibilità. L'approccio di EssilorLuxottica, dal titolo **Eyes on the Planet**, è illustrato nella nuova sezione di sostenibilità all'interno del sito istituzionale e costruito attorno ai seguenti pilastri:

- **Eyes on Carbon:** EssilorLuxottica sta lavorando per raggiungere la carbon neutrality delle sue attività aziendali (emissioni Scope 1 & 2) entro il 2025, partendo dall'Europa entro il 2023. Gli investimenti dell'azienda nelle energie rinnovabili, come i sistemi di riscaldamento solare e a biomassa e gli impianti fotovoltaici, le hanno permesso di ridurre significativamente la sua dipendenza dai combustibili fossili e di conseguenza di ridurre le emissioni di gas serra. Un importante progetto di ripristino forestale di 30 ettari ai piedi delle Dolomiti (sito Patrimonio Mondiale dell'UNESCO) vicino al principale stabilimento produttivo di Luxottica ad Agordo, in Italia, è un brillante esempio degli sforzi profusi dall'azienda per proteggere e ripristinare gli ecosistemi naturali.
- **Eyes on Circularity:** EssilorLuxottica sta portando avanti iniziative innovative lungo l'intero ciclo produttivo, compreso il passaggio da materiali di origine fossile a materiali a base biologica, che producono meno emissioni, sono biodegradabili e sono più facili da riciclare. Ciò si riflette nel recente investimento in Mazzucchelli per sviluppare e produrre un tipo di acetato altamente sostenibile, nonché nelle nuove collezioni sostenibili di Arnette e Costa.
- **Eyes on World Sight:** EssilorLuxottica è convinta che una buona vista sia un diritto umano fondamentale, per questo l'azienda si impegna per debellare i problemi di vista non corretti entro il 2050 e rendere l'assistenza oculistica accessibile a tutti, ovunque nel mondo. Dal fornire assistenza oculistica a milioni di persone bisognose attraverso modelli sostenibili presso le comunità di riferimento, alla collaborazione con le associazioni benefiche più importanti del mondo, EssilorLuxottica è instancabile nel realizzare la sua visione per l'accesso universale alla cura della vista. Con il Vision Catalyst Fund, l'azienda si è impegnata a donare 200 milioni di paia di occhiali entro il 2030.
- **Eyes on Inclusion:** nel 2020, EssilorLuxottica si è guadagnata un posto nella classifica dei "Diversity Leaders" del Financial Times, a conferma degli sforzi per creare una comunità inclusiva in tutte le aree geografiche nelle quali opera. Solo nell'ultimo anno, l'azienda ha lanciato un'iniziativa di approfondimento sui pregiudizi inconsci a livello globale, ha istituito negli Stati Uniti un Think Tank guidato da dipendenti di diversa provenienza e livello funzionale, e ha altresì introdotto diversi Business Resource Group (BRG) guidati dai dipendenti per riunire le persone attraverso interessi comuni.
- **Eyes on Ethics:** EssilorLuxottica adotta un approccio etico al proprio business che non solo ha un impatto positivo sui suoi dipendenti, ma ha anche un impatto tangibile sui milioni di clienti e consumatori che serve in tutto il mondo. Il modello di business verticalmente integrato, costruito nel corso di decenni, è la chiave per offrire questo approccio etico ovunque l'azienda sia presente.

Nuovi rappresentanti dei dipendenti nominati nel Consiglio

Due nuovi membri del consiglio, Margot Bard e Sébastien Brown, entrambi dipendenti di Essilor International in Francia, sono stati scelti dal comitato aziendale per rappresentare i dipendenti nel Consiglio di Amministrazione della Società. La loro nomina entrerà in vigore il 22 settembre 2021 per un periodo di tre anni.

Conference call

È prevista una conference call in inglese oggi alle 10:30 CEST.

Sarà possibile seguire la presentazione in diretta o riascoltarla successivamente al seguente indirizzo:

<https://streamstudio.world-television.com/1217-2090-29584/en>

Prossimi appuntamenti per gli investitori

29 ottobre 2021: fatturato del terzo trimestre 2021 e conference call

1 Dati a cambi costanti: i dati a cambi costanti sono stati calcolati utilizzando i cambi medi in vigore per il corrispondente periodo del relativo anno di confronto (2020 o 2019).

2 Dati o cifre rettificati: rettificati dalle spese o dai proventi relativi alla combinazione tra Essilor e Luxottica e altre operazioni inusuali, non frequenti o non correlate al normale svolgimento dell'attività in quanto l'impatto di questi eventi potrebbe influenzare la comprensione della performance del Gruppo.

3 Vendite di negozi comparabili: riflettono, a fini comparativi, la variazione delle vendite da un periodo all'altro tenendo conto nel periodo più recente solo dei negozi già aperti durante il periodo precedente comparabile. Per ciascuna area geografica, il calcolo applica ad entrambi i periodi il cambio medio del periodo precedente.

4 Generazione di cassa: Flusso di cassa netto fornito dalle attività operative meno la somma di Acquisto di immobili, impianti e macchinari e attività immateriali e Pagamenti in contanti per la quota capitale delle passività di leasing secondo il rendiconto finanziario consolidato IFRS.

5 Indebitamento finanziario netto: somma dei debiti finanziari correnti e non correnti, dei debiti per leasing correnti e non correnti, meno gli investimenti a breve termine, le disponibilità liquide e mezzi equivalenti e l'Interest Rate Swap valutati al fair value come riportato nel bilancio consolidato IFRS.

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, LensCrafters e, dal 1° luglio 2021, GrandVision (con una partecipazione del 76,72%) nel retail ottico e sole globale fanno parte della famiglia EssilorLuxottica. Con circa 140.000 dipendenti, nel 2020 EssilorLuxottica ha registrato ricavi pro forma di circa 14,4 miliardi di Euro. EssilorLuxottica è quotata sul mercato Euronext Paris ed è inclusa negli indici Euro St Stoxx 50 e CAC 40. ISIN: FR0000121667; Reuters: ESLX.PA; Bloomberg: EL:FP.

CONTATTI

Head of Investor Relations

Giorgio Iannella

e-mail: ir@essilorluxottica.com

Head of Corporate Communications

Marco Catalani

e-mail: media@essilorluxottica.com

DISCLAIMER

La presente comunicazione viene diffusa da parte di EssilorLuxottica S.A. ai sensi della sezione 5:70 del Dutch Financial Supervision Act e dell'articolo 5, paragrafo 3, e dell'articolo 7 paragrafo 4, della legge olandese sulle offerte pubbliche di acquisto (Besluit openbare biedingen Wft). La presente comunicazione non costituisce un'offerta né una sollecitazione all'acquisto o alla sottoscrizione e di titoli oggetto di alcuna offerta.

Il presente comunicato stampa contiene dichiarazioni previsionali che riflettono le attuali aspettative di EssilorLuxottica su eventi futuri e sulla performance finanziaria e operativa. Le dichiarazioni previsionali si basano sulle assunzioni e aspettative di EssilorLuxottica relative a eventi futuri e trend che hanno influenza sulla futura performance di EssilorLuxottica, tenendo in considerazione tutte le informazioni al momento disponibili a EssilorLuxottica, e non costituiscono una garanzia sulla performance futura. Per loro natura, le dichiarazioni previsionali comportano rischi e incertezze in quanto riguardano eventi e dipendono da circostanze che potrebbero verificarsi o non verificarsi in futuro, ed EssilorLuxottica non può garantire l'accuratezza e la completezza delle dichiarazioni previsionali. Una moltitudine di fattori rilevanti, non tutti noti o sotto il controllo di EssilorLuxottica, potrebbero determinare risultati effettivi significativamente diversi rispetto a quelli espressi nelle dichiarazioni previsionali in conseguenza a rischi e incertezze a cui EssilorLuxottica è sottoposta. Ogni dichiarazione previsionale è formulata alla data del presente comunicato, ed EssilorLuxottica non si assume alcun obbligo di aggiornare o rivedere pubblicamente le dichiarazioni previsionali, in conseguenza a nuove informazioni o per qualsiasi altro motivo.