

EssilorLuxottica

Fatturato del terzo trimestre e dei nove mesi 2023

Vendite in aumento del 7,2% da inizio anno a cambi costanti¹

Continua la solida traiettoria di crescita

- **Fatturato del terzo trimestre in crescita del 5,2% a cambi costanti¹**
- **Nord America in linea con il secondo trimestre, sostenuto dalla categoria vista**
- **EMEA solida, trainata da Professional Solutions e dal retail ottico**
- **Varilux XR in buona crescita, Stellest raddoppia il fatturato in Cina**
- **Swarovski vede un inizio promettente**
- **Lanciati i Ray-Ban Meta, la nuova generazione di smart glasses**

Charenton-le-Pont, Francia (19 ottobre 2023 – ore 18:00) – EssilorLuxottica annuncia che i ricavi consolidati del terzo trimestre 2023 sono stati pari a 6.294 milioni di Euro, con un aumento del 5,2% a cambi costanti¹ rispetto al terzo trimestre 2022 (-1,6% a cambi correnti).

“Vogliamo innanzitutto esprimere la nostra più sincera vicinanza ai colleghi in Israele e alle loro famiglie, così come a tutti coloro che soffrono a causa di questa terribile situazione.

La nostra azienda e le nostre persone sono incredibilmente resilienti. Nell'ultimo trimestre tutti i business e le aree geografiche hanno contribuito alla crescita, con le ultime novità come Varilux XR Series e Swarovski sempre più apprezzate sul mercato. Il coraggio e l'innovazione su cui abbiamo costruito EssilorLuxottica oggi ci permettono di intraprendere nuove iniziative come Ray-Ban Meta, Nuance Audio e Helix, che segneranno la strada per l'intero settore negli anni a venire. Stiamo continuando inoltre a investire sui nostri punti di forza, a partire dal nostro network logistico-produttivo, con l'avvio di un nuovo stabilimento a Rayong, in Thailandia, che riflette perfettamente l'unicità di EssilorLuxottica e integra montature e lenti sotto lo stesso tetto. Si tratta di un importante passo avanti per rispondere in maniera sempre più efficace al bisogno di cure della vista in crescita nel mondo, ed espandere la nostra presenza nelle diverse geografie in modo equilibrato.

Guardiamo con fiducia al futuro e siamo orgogliosi di portare con noi in questo viaggio tutti i nostri colleghi e i partner”, hanno affermato Francesco Milleri, Presidente e Amministratore Delegato, e Paul du Saillant, Vice Amministratore Delegato di EssilorLuxottica.

* * *

Salvo diversa indicazione, il commento alle pagine seguenti è basato sull'andamento dei ricavi a cambi costanti¹ rispetto ai ricavi del 2022.

EssilorLuxottica

Highlight

Ricavi in crescita del 7,2% nei primi nove mesi del 2023 rispetto al 2022, con un trend che da inizio anno sorpassa l'obiettivo di lungo termine a "mid-single-digit". Il terzo trimestre ha visto una leggera decelerazione rispetto al primo semestre a causa del retail sole più debole anche nell'area EMEA, oltre che in Nord America, e di una base di confronto più difficile in Asia-Pacifico. Il segmento vista ha confermato la propria resilienza potendo contare su un solido price-mix sostenuto dal successo del lancio di Varilux XR Series a livello globale e da una costante ed eccellente performance di Stelless. Entrambi i segmenti hanno contribuito equamente al risultato complessivo.

Fatturato del terzo trimestre per segmento

Milioni di Euro	Q3 2023	Q3 2022	Variazioni a cambi costanti ¹	Variazioni a cambi correnti
Professional Solutions	2.978	3.029	5,7%	-1,7%
Direct to Consumer	3.316	3.365	4,7%	-1,5%
FATTURATO TOTALE	6.294	6.394	5,2%	-1,6%

Professional Solutions

Nel terzo trimestre il segmento Professional Solutions ha registrato ricavi pari a 2.978 milioni di Euro, in crescita del 5,7% rispetto allo stesso trimestre del 2022 (-1,7% a cambi correnti).

Tutte le aree geografiche positive nel periodo. Il Nord America ha continuato a crescere in linea con il secondo trimestre, con un aumento di quasi il 3%, supportato da occhiali e lenti ad alto valore aggiunto, con una buona performance delle nuove Varilux XR. L'area EMEA ha confermato il solido ritmo di crescita, in aumento del 7% grazie sia ai mercati maturi sia a quelli emergenti, con il business delle montature in crescita e quello delle lenti supportate da Varilux XR. L'area Asia-Pacifico è cresciuta a doppia cifra, sostenuta da una Cina forte grazie a Stelless. L'America Latina si è posizionata in rialzo a "mid-single digit", sostenuta da un Messico robusto.

Direct to Consumer

Nel terzo trimestre il segmento Direct to Consumer ha registrato ricavi per 3.316 milioni di Euro, in crescita del 4,7% rispetto allo stesso periodo del 2022 (-1,5% a cambi correnti).

Tutte le aree geografiche hanno conosciuto una dinamica di crescita nel trimestre. In crescita il Nord America con i banner vista e il business Managed Vision Care, mentre il business sole ha confermato il trend negativo dei trimestri precedenti. In EMEA, il network vista ha continuato a crescere fortemente raccogliendo i benefici dell'integrazione in corso, mentre la categoria sole ha visto un rallentamento a causa di condizioni meteorologiche avverse. L'area Asia-Pacifico è cresciuta a doppia cifra, con il business vista in Australia in crescita, anche con una base di confronto impegnativa. L'America Latina ha registrato una crescita "high-single digit", trainata dai banner vista. Le vendite complessive di negozi comparabili² sono aumentate del 4%, mentre l'e-commerce è stato leggermente negativo, principalmente a causa del business sole in Nord America.

Fatturato del terzo trimestre per area geografica

Milioni di Euro	Q3 2023	Q3 2022	Variazioni a cambi costanti ¹	Variazioni a cambi correnti
Nord America	2.839	3.009	2,1%	-5,6%
EMEA	2.317	2.262	6,9%	2,4%
Asia-Pacifico	760	761	11,7%	0,0%
America Latina	377	363	6,2%	4,1%
FATTURATO TOTALE	6.294	6.394	5,2%	-1,6%

Nord America

Il Nord America ha registrato ricavi pari a 2.839 milioni di Euro, in crescita del 2,1% rispetto al terzo trimestre 2022 (-5,6% a cambi correnti), in linea con la performance del trimestre precedente.

Professional Solutions ha visto una crescita “low-single digit”. Il business lenti ha ottenuto risultati positivi alimentati dal portafoglio marchi premium, in particolare Varilux. L'introduzione di Varilux XR Series a luglio ha già prodotto un impatto visibile sulla performance del trimestre, prevalentemente nel canale indipendente, poiché la sua penetrazione è aumentata rapidamente contribuendo al price-mix complessivamente favorevole. L'andamento del business montature è stato sostenuto dall'ottima e costante performance del portafoglio di licenze del lusso. Le lenti a contatto hanno registrato una forte crescita, in linea con il trend della prima metà dell'anno.

Direct to Consumer è cresciuto “low-single digit”. Il segmento è stato fortemente trainato dall'offerta di soluzioni per la cura della vista, compresi i banner vista e il business managed vision care, mentre la categoria sole ha continuato a rappresentare un elemento di rallentamento. Positive le vendite di negozi comparabili² di LensCrafters, Target Optical e Pearle Vision, con l'eccellente performance dei clienti con un'assicurazione sulla vista e un price-mix positivo. Le vendite di negozi comparabili² di Sunglass Hut sono rimaste negative per tutto il trimestre.

EMEA

L'area EMEA ha registrato ricavi pari a 2.317 milioni di Euro, in crescita del 6,9% rispetto al terzo trimestre 2022 (+2,4% a cambi correnti), con entrambi i segmenti ugualmente forti.

Professional Solutions ha visto un rialzo a “mid-to-high-single digit”. Tutti i paesi hanno registrato una performance positiva con la sola eccezione di quelli scandinavi. La crescita dei mercati emergenti dell'EMEA ha superato i risultati, comunque solidi, dei mercati maturi, con il contributo di paesi chiave come la Francia, l'Italia, il Regno Unito e la Germania. Il business lenti ha continuato a crescere, con il portafoglio di lenti progressive in buona progressione, potenziato dalle nuove Varilux XR Series. Le montature si confermano la categoria più performante, grazie al solido contributo degli occhiali da sole e delle montature da vista che hanno iniziato a registrare un ritmo più dinamico. La prima collezione Swarovski, disponibile a partire da settembre, è stata accolta con grande entusiasmo dal mercato.

EssilorLuxottica

Il segmento Direct to Consumer è cresciuto “mid-to-high-single digit”. Le vendite di negozi comparabili² nel settore vista sono aumentate del 9%, sostenute dalla performance costantemente positiva delle principali insegne, ovvero Vision Express (Regno Unito), Générale d'Optique (Francia), Salmoiraghi & Viganò (Italia) e Synoptik (Scandinavia). Il processo di integrazione dei negozi ex-GrandVision è ben avviato con una quota crescente di prodotti EssilorLuxottica sugli scaffali e un assortimento che guarda sempre più ad un'offerta a valore aggiunto. Le vendite di negozi comparabili² di Sunglass Hut sono aumentate “low-single digit” nel trimestre, con luglio e agosto influenzati negativamente dalle condizioni meteorologiche avverse ma in ripresa a settembre con il loro miglioramento.

Asia-Pacifico

L'area Asia-Pacifico ha registrato ricavi pari a 760 milioni di Euro, in crescita dell'11,7% rispetto al terzo trimestre del 2022 (invariato a cambi correnti), rispetto al miglior trimestre dello scorso anno.

Il segmento Professional Solutions ha registrato una crescita a doppia cifra. La Cina è il paese che ha visto i risultati migliori e che è stato in grado di valorizzare efficacemente il portafoglio di marchi di soluzioni per il controllo della miopia nella stagione del rientro a scuola. Ancora una volta, Stellest si conferma il prodotto di punta e ha raddoppiato i suoi ricavi. Oltre a ciò, il portafoglio montature ha registrato un trimestre eccellente, trainato da Ray-Ban, Oakley e dal lusso, nonché da Bolon in Cina. India, Giappone e Corea del Sud sono cresciuti a doppia cifra.

Il Direct to Consumer è cresciuto a doppia cifra. Le vendite di negozi comparabili² di OPSM sono aumentate su una base di confronto difficile, sostenute da un mix di prezzi favorevole e dalla gestione di successo del processo di vendita in negozio. La performance del retail in Cina ha continuato a essere molto favorevole, con le vendite di negozi comparabili² in crescita a doppia cifra sia in LensCrafters che in Sunglass Hut. Quest'ultimo ha continuato ad espandersi fortemente anche nel Sudest asiatico.

America Latina

L'America Latina ha registrato ricavi pari a 377 milioni di Euro, in crescita del 6,2% rispetto al terzo trimestre 2022 (+4,1% a cambi correnti), in leggera decelerazione rispetto al trimestre precedente.

Professional Solutions ha registrato un rialzo “mid-single digit”, trainato da un Messico solido. La performance nell'area è stata sostenuta da entrambe le categorie. Il business delle montature è stato sostenuto dalla forza di Ray-Ban in Brasile, mentre il business delle lenti è stato sostenuto dalla crescita a doppia cifra di Varilux.

Il segmento Direct to Consumer è cresciuto “high-single digit”. La crescita dell'area è stata trainata dal business vista, con vendite di negozi comparabili² in aumento grazie alla progressiva integrazione delle insegne ex-GrandVision in Messico e GMO che hanno confermato la solida traiettoria di crescita. Le vendite di negozi comparabili² di Sunglass Hut continuano a essere solide nell'area.

EssilorLuxottica

Fatturato dei nove mesi per segmento

Milioni di Euro	9M 2023	9M 2022	Variazioni a cambi costanti ¹	Variazioni a cambi correnti
Professional Solutions	9.213	8.865	7,2%	3,9%
Direct to Consumer	9.932	9.523	7,2%	4,3%
FATTURATO TOTALE	19.145	18.388	7,2%	4,1%

Fatturato dei nove mesi per area geografica

Milioni di Euro	9M 2023	9M 2022	Variazioni a cambi costanti ¹	Variazioni a cambi correnti
Nord America	8.727	8.600	3,6%	1,5%
EMEA	7.034	6.663	8,8%	5,6%
Asia-Pacifico	2.279	2.112	15,7%	7,9%
America Latina	1.104	1.013	8,8%	9,0%
FATTURATO TOTALE	19.145	18.388	7,2%	4,1%

Nei primi nove mesi del 2023 i ricavi ammontano a 19.145 milioni di Euro, in aumento del 7,2% rispetto allo stesso periodo del 2022 (+4,1% a cambi correnti), a parità di crescita sia Professional Solutions che Direct to Consumer.

Professional Solutions in crescita del 7,2% rispetto ai primi nove mesi del 2022 (+3,9% a cambi correnti), con tutte le aree positive. L'Asia-Pacifico è stata l'area geografica con la crescita maggiore, mentre le altre hanno progredito a un ritmo sostanzialmente simile e solido. Il Direct to Consumer è cresciuto del 7,2% (+4,3% a cambi correnti), registrando una crescita a doppia cifra in tutte le aree geografiche ad eccezione del Nord America per via della debolezza di Sunglass Hut. La crescita complessiva del segmento è stata guidata dalla categoria vista.

Tutte le aree geografiche sono cresciute nei primi nove mesi dell'anno. L'Asia-Pacifico, in crescita del 15,7% (+7,9% a cambi correnti), ha particolarmente contribuito grazie alle riaperture in Cina. La solida crescita in EMEA, +8,8% (+5,6% a cambi correnti) e in America Latina, +8,8% (+9,0% a cambi correnti), arriva dopo le performance a doppia cifra dello scorso anno. Il Nord America ha registrato una crescita del 3,6% (+1,5% a cambi correnti), grazie alla tenuta del business vista.

EssilorLuxottica

Storecount al 30 settembre 2023

	Nord America	EMEA	Asia-Pacifico	America Latina	Store Corporate	Franchising & Altri	Totale
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
Altri	259	1.213	130	741	2.343	133	2.476
Totale EssilorLuxottica	3.834	6.006	1.394	2.088	13.322	4.257	17.579

EssilorLuxottica

Outlook di lungo periodo

La Società conferma il proprio obiettivo di crescita del fatturato annuo a “mid-single-digit” dal 2022 al 2026 a cambi costanti¹ (sulla base del fatturato *pro forma*³ del 2021) e prevede di raggiungere un utile operativo *adjusted*⁴ compreso tra 19 e 20% del fatturato alla fine di tale periodo.

Conference Call

Oggi alle 18:30 CEST si terrà una conference call in inglese.

Sarà possibile seguire la call in diretta o riascoltarla al seguente link:

<https://streamstudio.world-television.com/1217-2090-38398/en>

EssilorLuxottica

Note al comunicato

I totali delle tabelle si basano su cifre non arrotondate; pertanto, potrebbero sussistere discrepanze tra questi totali e la somma delle singole cifre arrotondate.

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

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

3 Comparabile o pro forma (fatturato): il fatturato comparabile include, per l'esercizio 2021, il contributo dei ricavi di GrandVision a EssilorLuxottica come se la combinazione tra EssilorLuxottica e GrandVision (l'"Acquisizione GV") nonché le cessioni delle attività richieste dalle autorità antitrust nell'ambito dell'acquisizione GV, fossero avvenute il 1° gennaio 2021. Il fatturato comparabile è stato predisposto a solo scopo illustrativo con l'obiettivo di fornire informazioni comparabili significative.

4 Adjusted (misure o dati): rettificata dai costi o dai proventi relativi alla combinazione tra Essilor e Luxottica (la "Combinazione EssilorLuxottica"), all'acquisizione di GrandVision (l'"Acquisizione GrandVision" o la "Combinazione GrandVision"), alle acquisizioni strategiche e materiali e ad altre operazioni inusuali, non frequenti o non correlate al normale svolgimento dell'attività in quanto l'impatto dei suddetti eventi potrebbe influire sulla comprensione delle prestazioni del Gruppo. La descrizione delle altre operazioni inusuali, non frequenti o estranee al normale svolgimento del business è fornita nell'informativa semestrale e di fine anno (nel paragrafo dedicato *Misure Adjusted*).

EssilorLuxottica

DISCLAIMER

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 nella disponibilità di 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 meno in futuro, ed EssilorLuxottica non può garantire l'accuratezza e la completezza delle dichiarazioni previsionali. Una moltitudine di fattori rilevanti, non tutti noti a EssilorLuxottica 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 stampa ed EssilorLuxottica non si assume alcun obbligo di aggiornare o rivedere pubblicamente le presenti dichiarazioni previsionali, in conseguenza a nuove informazioni o per qualsiasi altro motivo.

Contatti

Giorgio Iannella

Head of Investor Relations

E ir@essilorluxottica.com

Marco Catalani

Head of Corporate Communications

E media@essilorluxottica.com

EssilorLuxottica

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 e vivere meglio. 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, Salmoiraghi & Viganò e GrandVision nel retail ottico e sole globale fanno parte della famiglia EssilorLuxottica. Con circa 190.000 dipendenti, nel 2022 EssilorLuxottica ha registrato ricavi pro forma consolidati di 24,5 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. Per maggiori informazioni: www.essilorluxottica.com.