

Des résultats en nette hausse

Une stratégie gagnante

- Très forte croissance de 22,6 % du chiffre d'affaires
- Nouvelle amélioration de la contribution de l'activité¹ : 19,1 % du chiffre d'affaires
- Succès des marques consommateurs Crizal[®], Varilux[®] et Transitions[®]
- Forte activité aux Etats-Unis et en Europe
- Objectifs annuels confirmés

Charenton-le-Pont, France (le 30 juillet 2015 – 06h30) – Le Conseil d'administration d'Essilor International, qui s'est réuni le 29 juillet 2015, a arrêté les comptes du premier semestre 2015. Les comptes consolidés ont fait l'objet d'un examen limité et ont été attestés sans réserve par les commissaires aux comptes.

Chiffres clés

| En millions d'euros | S1 2015 | S1 2014 Ajusté ³ | Variation |
|---|-----------------------------|--------------------------------|-----------|
| Chiffre d'affaires | 3 408 | 2 780 | + 22,6 % |
| Contribution de l'activité ¹ (en % du CA) | 651 19,1 % | 526 18,9 % | + 23,8 % |
| Résultat opérationnel | 614 | 494 | + 24,2 % |
| Résultat net part du groupe | 388 | 325 | + 19,7 % |
| Bénéfice net par action (en euros) | 1,83 | 1,54 | + 18,7 % |
| Cash flow ² | 617 | 510 | + 21,0 % |

Commentant ces résultats, Hubert Sagnières, Président-Directeur Général d'Essilor a déclaré : « Notre bonne performance confirme la pertinence de notre stratégie visant, d'une part, à exploiter les nombreuses interconnexions qui existent entre nos activités Verres correcteurs, Solaire et Internet et, d'autre part, à nous rapprocher de nos consommateurs finaux. Le succès de nos campagnes médias consommateurs et la bonne dynamique des pays développés tirent nos activités à plus forte valeur ajoutée. Ces bons résultats soulignent une nouvelle fois la croissance structurelle de nos deux grands domaines d'activité que sont la correction et la protection de la vision, et le potentiel mondial offert par la mission du groupe : « améliorer la vision pour améliorer la vie ». La poursuite de ces dynamiques au second semestre, couplée à une nouvelle amélioration attendue de notre activité, nous rend confiants dans la réalisation de nos objectifs financiers pour l'année ».

Depuis le début de l'année, Essilor poursuit, partout dans le monde, son modèle de développement combinant innovation et partenariats dans ses trois grandes activités : les Verres correcteurs, le Solaire et l'Internet. Le groupe déploie ses nouveaux produits, intensifie ses investissements en média consommateurs, met en œuvre les synergies provenant des acquisitions et continue son développement dans les pays à forte croissance, notamment par la conquête de nouveaux territoires. Ces initiatives lui permettent de générer une forte croissance de son activité malgré les aléas économiques toujours présents dans plusieurs parties du monde.

Faits marquants du semestre

Le chiffre d'affaires du 1^{er} semestre 2015 progresse de 9,4 % hors effet de change, tiré par :

- ↗ Une croissance en base homogène dans la division Verres et matériel optique de 4,7 % sur le semestre et de 4,9 % au second trimestre ;
- ↗ Le début du déploiement commercial de plusieurs nouveaux produits, dont les verres Eyezen™ pour la vie connectée, les verres progressifs Varilux Comfort® 3.0 et Varilux® Physio® 3.0, les verres photochromiques Transitions® XTractive™ et l'indice E-SPF® 35 de protection contre les UV ;
- ↗ La poursuite de l'intégration de Transitions Optical et le développement des verres photochromiques ;
- ↗ La montée en puissance et le succès des campagnes médias consommateurs, qui bénéficient aux marques à valeur ajoutée du groupe : Crizal®, Varilux®, Transitions® et Xperio® ;
- ↗ La bonne dynamique des pays développés, au premier rang desquels les Etats-Unis et l'Europe ;
- ↗ Une bonne progression de l'activité domestique des pays à forte croissance ;
- ↗ Une amélioration des ventes de FGX International en Amérique du Nord au deuxième trimestre ;
- ↗ L'expansion des activités Internet et de la réorganisation de Coastal.com avec, notamment, le lancement de sa nouvelle identité commerciale Clearly™ ;
- ↗ La poursuite de la stratégie de partenariats, matérialisée par 9 nouvelles opérations de croissance externe depuis le début de l'année, représentant un chiffre d'affaires cumulé d'environ 137 millions d'euros en base annuelle.

Perspectives

Au second semestre, plusieurs moteurs de croissance devraient poursuivre leur montée en puissance : le déploiement mondial des produits récents, l'impact des investissements en médias consommateurs, l'accélération de la contribution d'Internet et l'amélioration de la performance de FGX International en Amérique du Nord.

Le groupe confirme ainsi ses objectifs annuels (hors nouvelles acquisitions stratégiques) : une croissance du chiffre d'affaires hors change comprise entre 8 % et 11 %, dont une progression en base homogène supérieure à 4,5 %, et une contribution de l'activité¹ d'au moins 18,8 % du chiffre d'affaires.

Notes

- ^{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).
- ^{2.} Ressources d'exploitation hors variation du besoin en fonds de roulement.
- ^{3.} Les comptes 2014 sont ajustés d'un certain nombre d'éléments non récurrents principalement liés à l'acquisition des sociétés Transitions Optical, Coastal.com, Costa et Xiamen Yarui Optical. Les comptes 2014 publiés sont présentés dans l'Annexe aux Comptes Consolidés Résumés du Premier Semestre 2015.

Une conférence téléphonique en anglais aura lieu ce jour à 10h30 CEST

Celle-ci sera accessible en direct et en différé par le lien suivant :

<http://event.onlineseminarsolutions.com/r.htm?e=1025823&s=1&k=E0586977314F0D3902E8A9883BA57D>

9D

Information réglementée

Le rapport financier semestriel est disponible sur le site www.essilor.com, en cliquant sur le lien suivant :

<http://www.essilor.com/fr/Investisseurs/Pages/Publications.aspx>

Prochain rendez-vous

22 octobre 2015 : Chiffre d'affaires du 3^{ème} trimestre 2015

A propos d'Essilor

Essilor est le numéro un mondial de l'optique ophthalmique. 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

Mailis Thiercelin

Tél. : +33 (0)1 49 77 45 02

RAPPORT D'ACTIVITÉ

CHIFFRE D'AFFAIRES : + 22,6 %

Chiffre d'affaires consolidé du 1^{er} semestre par activité et par région

| En millions d'euros | S1 2015 | S1 2014 | Variation publiée | Croissance en base homogène | Effet de périmètre | Effet de change |
|---|--------------|---------|-------------------|-----------------------------|------------------------------|-----------------|
| Verres et matériel optique | 2 954 | 2 419 | + 22,1 % | + 4,7 % | + 5,3 % | + 12,1 % |
| <i>Amérique du Nord</i> | 1 312 | 985 | + 33,3 % | + 4,1 % | + 7,0 % | + 22,2 % |
| <i>Europe</i> | 904 | 825 | + 9,5 % | + 3,8 % | + 4,4 % | + 1,3 % |
| <i>Asie/Océanie/ Moyen-Orient/Afrique</i> | 536 | 433 | + 23,9 % | + 5,4 % | + 2,6 % | + 15,8 % |
| <i>Amérique latine</i> | 202 | 176 | + 14,9 % | + 10,3 % | + 7,0 % | - 2,4 % |
| Sunglasses & Readers | 362 | 276 | + 31,3 % | + 2,6 % | + 7,0 % | + 21,8 % |
| Equipements | 92 | 85 | + 7,8 % | - 4,8 % | - 1,3 %^(a) | + 13,9 % |
| TOTAL | 3 408 | 2 780 | + 22,6 % | + 4,2 % | + 5,3 % | + 13,2 % |

(a) Ventes intra-groupe faites avec les sociétés entrées dans le périmètre de consolidation.

Evolution du chiffre d'affaires

Au premier semestre 2015, le chiffre d'affaires s'établit à 3 408 millions d'euros, en progression de 22,6 %.

La croissance en base homogène combinée aux acquisitions organiques¹ ressort à 5,8 %.

- En base homogène, le chiffre d'affaires affiche une croissance de 4,2 % tirée par l'activité Verres et matériel optique (+ 4,7 %). La croissance du deuxième trimestre ressort à 4,4 %, en progression par rapport à celle du premier trimestre (+ 4 %).
- L'effet périmètre (+ 5,3 %) reflète l'apport des acquisitions organiques¹ (+ 1,6 %) et des acquisitions stratégiques (+ 3,6 %), composées de Transitions Optical et Coastal.com.
- L'effet de change positif (+ 13,2 %) traduit la baisse de l'euro face à la plupart des monnaies de facturation du groupe. La hausse du dollar américain explique près des trois quarts de cet impact.

¹ Acquisitions ou partenariats locaux

Activité par région et par division

La division Verres et matériel optique réalise une croissance de 4,7 % en base homogène.

En **Amérique du Nord** (croissance de 4,1 % en base homogène), l'activité a été très bien orientée aux Etats-Unis. En effet, les ventes aux optométristes/opticiens indépendants sont portées par une bonne dynamique du secteur et de l'économie, d'une part, et par une accélération de la demande des consommateurs à travers les réseaux d'assurance santé (*managed care*), d'autre part. Dans ce contexte favorable, Essilor bénéficie des initiatives marketing mises en place et du succès des campagnes médias, notamment sur les verres progressifs Varilux® et les verres antireflet Crizal®. L'activité reste contrastée dans les chaînes d'optique.

Au Canada, l'activité est soutenue par l'introduction de nouveaux produits, notamment dans la gamme de verres progressifs Varilux®, et par les campagnes de publicité.

Enfin, les activités Internet affichent une bonne performance d'ensemble dans la région. Coastal.com, société acquise en 2014, poursuit son retournement.

La très bonne performance en **Europe** (croissance de 3,8 % en base homogène), réside essentiellement dans l'amélioration globale du mix produit.

Les campagnes publicitaires ont permis de dynamiser les produits de marques, dont les verres progressifs Varilux® et les verres antireflet Crizal®, dans les pays où elles ont été déployées, soit en France, au Royaume-Uni, en Pologne, en Russie, ainsi qu'en Allemagne où la campagne pour une deuxième paire de lunettes de qualité a généré une accélération sensible des ventes à travers les opticiens indépendants.

Le groupe continue également de faire fructifier ses partenariats avec les chaînes d'optique Boots (Royaume-Uni) et General Optica (Espagne), avec une montée en gamme des verres vendus. Le groupe bénéficie, notamment, de l'adoption par Boots de la technologie de coupure des rayons UV pour l'ensemble de son offre de verres correcteurs, ainsi que de la montée en puissance de l'offre de verres filtrant la lumière bleue.

Par pays, le Royaume-Uni, les pays de l'Est et l'Espagne affichent les taux de croissance les plus élevés de la région tandis que les ventes en Allemagne et en Italie ont retrouvé une bonne dynamique. Les ventes d'instruments aux opticiens sont en progression.

Dans la zone **Asie/Océanie/Moyen-Orient/Afrique** (croissance de 5,4 % en base homogène), les pays à forte croissance réalisent une nette progression de leur activité domestique, ce qui compense la baisse de l'export et du Japon sur le semestre, ainsi que l'impact négatif sur le deuxième trimestre de la consolidation des ventes aux tiers de Transitions Optical. L'Inde réalise une excellente performance tant sur le marché domestique, où les ventes sont tirées par les verres de marque Crizal®, Varilux®, Transitions® et Kodak®, que sur les marchés export. L'activité en Chine bénéficie, elle aussi, du développement des grandes marques

d'Essilor, d'une accélération des ventes de verres Kodak[®] dans le milieu de gamme et d'un accroissement de la présence du groupe dans l'une des plus grandes chaînes d'optique du pays. Ainsi, l'activité domestique chinoise accélère au deuxième trimestre, malgré un environnement économique plus difficile. La Corée du Sud retrouve une dynamique positive, notamment grâce aux verres photochromiques. L'activité en Asie du Sud-Est poursuit sa croissance à deux chiffres. Le Moyen-Orient et l'Afrique accélèrent, tirés notamment par la Turquie. L'activité australienne profite d'une bonne dynamique chez les optométristes indépendants. Après un premier trimestre qui a souffert d'une base de comparaison élevée, le Japon renoue avec la croissance au deuxième trimestre grâce, notamment, à des développements dans les grands comptes.

En **Amérique latine**, le groupe maintient une dynamique solide (croissance de 10,3 % en base homogène). Au Brésil, dans un contexte de contraction de l'activité économique, les ventes de verres Crizal[®] et de verres Kodak[®] bénéficient d'une forte progression des volumes résultant des campagnes médias. L'accélération du déploiement des verres Kodak[®], lancés fin 2013, permet au groupe de renforcer ses positions dans le milieu de gamme. Les ventes de verres photochromiques Transitions[®] ont également été dynamiques au cours du semestre, tirées notamment par une meilleure pénétration dans les verres unifocaux.

La Colombie affiche l'une des plus fortes croissances de la région. Le partenariat avec ServiOptica, associé à une campagne média, continue d'alimenter l'amélioration du mix produit. Au Chili, Essilor bénéficie de la montée en puissance d'un contrat de fourniture de verres avec une importante chaîne d'optique régionale, incluant les prestations de taillage-montage. L'Argentine profite d'une meilleure dynamique portée par un climat économique plus favorable. Enfin, le partenariat récemment signé avec Grupo Vision, qui permet au groupe de s'implanter au Costa Rica et au Nicaragua, montre des débuts prometteurs.

La division **Sunglasses & Readers** (croissance de 2,6 % en base homogène) est en nette amélioration par rapport au second semestre 2014. Cette performance s'appuie sur la forte croissance de la marque Costa[®], qui a renforcé sa présence dans le Nord-Est des Etats-Unis et dans la région des grands lacs. L'accélération de l'activité de prescription solaire contribue également à cette bonne dynamique. En Chine, la notoriété croissante de Bolon[™] lui a permis de développer sa présence dans les grandes villes de la côte Est – également renforcée par l'ouverture de deux magasins à Shanghai – et d'engager une dynamique commerciale très prometteuse avec les grandes chaînes de « duty free » dans les principaux aéroports de la région asiatique. Les perspectives de la marque bénéficient également du lancement d'une offre de prescription solaire auprès des opticiens chinois.

Après un premier trimestre difficile, FGX International a pour sa part renoué avec la croissance au deuxième trimestre en Amérique du Nord. L'amélioration provient d'un nouveau contrat de fourniture de lunettes prémontées avec une grande chaîne de pharmacies ainsi que du lancement de Foster Grant[®] Multifocus[™] et de eReaders[™], deux produits à valeur ajoutée commercialisés avec un premium de prix. Cette dynamique devrait s'accélérer dans la deuxième partie de l'année.

La division **Equipements** (- 4,8 % en base homogène) continue à pâtir de la reclassification en chiffre d'affaires intra-groupe de ses ventes avec les sociétés acquises par le groupe et de la faiblesse de son activité en Asie. Elle compense néanmoins une partie de ces effets par une bonne croissance avec les grands comptes en Europe et par plusieurs succès auprès de laboratoires de petite et moyenne tailles en Amérique latine. L'activité en Amérique du Nord profite, elle, d'un regain d'intérêt pour les machines de traitement multi-couches au deuxième trimestre.

Chiffre d'affaires consolidé du 2^{ème} trimestre : + 6,6 % hors change

| En millions d'euros | T2 2015 | T2 2014 | Variation publiée | Croissance en base homogène | Effet de périmètre | Effet de change |
|--|--------------|---------|-------------------|-----------------------------|------------------------------|-----------------|
| Verres et matériel optique | 1 501 | 1 259 | + 19,2 % | + 4,9 % | + 1,9 % | + 12,3 % |
| <i>Amérique du Nord</i> | 663 | 518 | + 28,0 % | + 3,7 % | + 1,2 % | + 23,0 % |
| <i>Europe</i> | 462 | 426 | + 8,5 % | + 5,0 % | + 1,9 % | + 1,7 % |
| <i>Asie/Océanie/Moyen-Orient/Afrique</i> | 269 | 222 | + 21,4 % | + 5,2 % | + 0,5 % | + 15,7 % |
| <i>Amérique latine</i> | 107 | 94 | + 13,6 % | + 10,5 % | + 9,3 % | - 6,2 % |
| Sunglasses & Readers | 199 | 152 | + 31,3 % | + 3,2 % | + 4,9 % | + 23,2 % |
| Equipements | 49 | 46 | + 6,6 % | - 7,1 % | - 0,4 %^(a) | + 14,1 % |
| TOTAL | 1 749 | 1 457 | + 20,0 % | + 4,4 % | + 2,2 % | + 13,5 % |

(a) Ventes intra-groupe faites avec les sociétés entrées dans le périmètre de consolidation.

Le chiffre d'affaires du 2^{ème} trimestre ressort à 1 749 millions d'euros, en augmentation de 20 %. La croissance homogène atteint 4,4 %, dont 4,9 % pour la division Verres et matériel optique. Les ventes aux tiers de Transitions Optical sont entrées dans le périmètre de croissance organique du groupe au 1^{er} avril 2015. Ces ventes s'inscrivent en retrait par rapport au deuxième trimestre 2014 qui avait vu d'importantes constitutions de stocks s'opérer dans le cadre du lancement de Transitions® Signature™. Les ventes de Coastal.com, entrée dans le périmètre de croissance organique du groupe au 1^{er} mai 2015, sont pour leur part en légère croissance en mai et juin malgré la fermeture de la plupart des points de vente physiques depuis le 2^{ème} semestre 2014. Hors les deux impacts précités, la croissance organique de la division Verres et matériel d'optique s'établit à 5,4 %, ce niveau reflétant l'efficacité des investissements en marketing consommateur.

L'effet de périmètre représente 2,2 %. Il inclut notamment Grupo Vision au Costa Rica et Fabris Lane au Royaume-Uni. L'impact des variations de change, toujours tiré par la vigueur du dollar américain face à l'euro, ressort à 13,5 %.

Par région et par division, les faits marquants du 2^{ème} trimestre sont :

- La poursuite d'une bonne dynamique avec les optométristes/opticiens indépendants en **Amérique du Nord** ;
- Un excellent trimestre en **Europe** porté par l'efficacité des campagnes médias et l'activité avec les grands comptes ;
- L'accélération, par rapport au 1^{er} trimestre, de la plupart des pays à forte croissance dans la région **Asie/Océanie/Moyen-Orient/Afrique**. Celle-ci est néanmoins impactée négativement par les ventes aux tiers de Transitions Optical entrées dans la base homogène ;

- ↗ Une très bonne performance de l'**Amérique latine** dans un contexte économique globalement peu porteur ;
- ↗ Le retour à la croissance de FGX International en Amérique du Nord qui contribue ainsi à l'amélioration de la performance de la division **Sunglasses & Readers**.

9 transactions depuis le 1^{er} janvier

Au cours du premier semestre, Essilor a poursuivi sa stratégie de partenariats locaux en prenant des participations dans 4 sociétés, qui représentent un chiffre d'affaires cumulé d'environ 61 millions d'euros en base annuelle. Par ailleurs, depuis le 1^{er} juillet, le groupe a conclu 5 transactions (voir rubrique « Faits marquants depuis la fin du 1^{er} semestre » page 10).

Amérique latine

Le groupe a pris une participation majoritaire dans :

- ↗ **Grupo Vision**, un laboratoire et distributeur intégré, implanté au **Costa Rica** et au **Nicaragua**, qui a réalisé un chiffre d'affaires d'environ 40 millions de dollars américains en 2014.
- ↗ **Segment**, un fabricant et distributeur de verres ophtalmiques situé dans l'Etat de São Paulo au **Brésil** et réalisant un chiffre d'affaires annuel d'environ 4 millions d'euros.

Asie/Océanie/Moyen-Orient/Afrique

- ↗ En **Corée du Sud**, Chemiglas, producteur de verres et partenaire du groupe, a acquis la totalité du capital d'**Optimax** (chiffre d'affaires de 1 million d'euros environ), son distributeur historique dans les régions de Daejeon et Chungcheong.

Sunglasses & Readers

- ↗ FGX International a acquis la totalité du capital de **Fabris Lane**, société spécialisée dans le design et la distribution de lunettes de soleil de milieu de gamme au **Royaume-Uni**. Elle réalise un chiffre d'affaires annuel d'environ 14 millions de livres sterling.

COMPTE DE RESULTAT

Compte de résultat

| En millions d'euros | S1 2015 | S1 2014 Ajusté ^(a) | Variation |
|---|----------------------|----------------------------------|----------------------------|
| Chiffre d'affaires | 3 408 | 2 780 | + 22,6 % |
| Marge brute (en % du CA) | 2 041 59,9 % | 1 612 58,0 % | + 26,6 % -- |
| Charges d'exploitation | 1 390 | 1 086 | + 28,0 % |
| EBITDA ^(b) (en % du CA) | 835 24,5 % | 667 24,0 % | + 25,1 % -- |
| Contribution de l'activité ^(c) (en % du CA) | 651 19,1 % | 526 18,9 % | + 23,8 % -- |
| Résultat opérationnel | 614 | 494 | + 24,2 % |
| Résultat net dont part du groupe (en % du CA) | 422 388 11,4 % | 356 325 11,7 % | + 18,4 % + 19,7 % -- |
| Bénéfice net par action (en euros) | 1,83 | 1,54 | + 18,7 % |

(a) Retraité des éléments non récurrents liés principalement à l'acquisition des sociétés Transitions Optical, Coastal.com, Costa et Xiamen Yarui Optical (Bolon®). Les comptes 2014 publiés sont présentés dans l'Annexe aux Comptes Consolidés Résumés du Premier Semestre 2015.

(b) L'EBITDA est un indicateur constitué des contributions ajustées avant incidence des dépréciations et des amortissements récurrents.

(c) 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).

CONTRIBUTION DE L'ACTIVITE : 19,1 % DU CHIFFRE D'AFFAIRES

Hausse de la marge brute

Au premier semestre 2015, la marge brute (chiffre d'affaires – coût des produits vendus) s'élève à 2 041 millions d'euros, représentant 59,9 % du chiffre d'affaires, contre 58 % en 2014 (chiffre ajusté).

Cette progression reflète principalement l'apport de Transitions Optical.

Hausse de la Contribution de l'activité

Le taux de contribution de l'activité s'établit à 19,1 % contre 18,9 % en 2014, soit une progression de 20 points de base. Ce résultat comprend :

- La contribution de Transitions Optical incluant l'effet des synergies mises en œuvre depuis l'acquisition ;
- La bonne tenue de la rentabilité des activités à périmètre comparable ;
- Un effet dilutif de Coastal.com ;
- Un investissement significatif en marketing et publicité en accord avec la stratégie du groupe.

Charges d'exploitation : + 15,8 % hors change

Les charges d'exploitation ont représenté 40,8 % du chiffre d'affaires contre 39,1 % au 1^{er} semestre 2014. Hors impact du change, l'accroissement des charges d'exploitation au premier semestre 2015 provient principalement de l'intégration des acquisitions réalisées au premier semestre 2014 (dont Transitions Optical) et d'une augmentation des dépenses médias.

Les charges d'exploitation comprennent :

- Les frais de recherche, de développement et d'ingénierie qui s'élèvent à 104 millions d'euros contre 96 millions au 1^{er} semestre 2014 ;
- Les coûts commerciaux et de distribution qui représentent 841 millions d'euros contre 649 millions en 2014 et reflètent, en particulier, un accroissement de la communication publicitaire sur les marques phares d'Essilor, dont Varilux[®], Crizal[®] et Transitions[®], dans les principaux pays du groupe.

Résultat opérationnel : + 24,2 % à 614 millions d'euros soit 18 % du chiffre d'affaires

Le poste « Autres produits / autres charges et résultat des cessions d'actifs » correspond à une charge nette de 37 millions d'euros contre 32 millions d'euros au 1^{er} semestre 2014. Il recouvre :

- Des provisions pour restructurations d'un montant cumulé de 9 millions d'euros, principalement liées à la rationalisation du réseau de laboratoires en Europe ;
- Des charges de paiement en actions (plans d'actions de performance notamment) d'un montant de 20 millions d'euros ;
- Des charges diverses pour 8 millions d'euros.

Résultat financier

Le résultat financier représente une charge nette de 20 millions d'euros identique à celle du 1^{er} semestre 2014. Le supplément des charges d'intérêts constaté par rapport au 1^{er} semestre 2014 est compensé par le gain de change de la période.

Résultat net part du groupe : + 19,7 % à 388 millions d'euros

Ce résultat inclut :

- Un montant d'impôt sur les sociétés qui s'élève à 172 millions d'euros, soit un taux effectif de 29 % contre 25,7 % au 30 juin 2014 et 26 % au 31 décembre 2014 (chiffres ajustés). L'extension du périmètre du groupe, l'effet de change et la croissance de l'activité en Amérique du Nord, expliquent la majeure partie de cette hausse.
- Des intérêts minoritaires représentant 34 millions d'euros contre 32 millions en 2014.

Le bénéfice net par action ressort à 1,83 euros en hausse de 18,7 %.

CASH-FLOW OPERATIONNEL¹ : + 21 %

Avec une croissance de 21 %, le *cash-flow* opérationnel¹ a progressé à un rythme proche de celui de la contribution de l'activité.

Investissements

Les investissements corporels et incorporels s'élèvent à 178 millions d'euros à fin juin 2015. Ils recouvrent des investissements industriels pour accompagner la croissance du groupe ainsi que les droits d'entrée (*buy backs*) liés au renouvellement de contrats avec des grands comptes pour l'activité Sunglasses and Readers aux Etats-Unis.

Les investissements financiers représentent 285 millions d'euros et incluent les compléments de prix pour l'acquisition de Transitions Optical et Xiamen Yarui Optical (Bolon[®]).

Besoin en fonds de roulement

Le besoin en fonds de roulement a augmenté de 213 millions d'euros à fin juin 2015.

Cash-flow libre²

Au final, la bonne tenue de l'activité a permis de générer un *cash-flow* libre² de 226 millions d'euros.

Au 30 juin, la dette nette du groupe s'établissait à 2 168 millions d'euros, soit 1,4 fois l'EBITDA du groupe sur les douze derniers mois.

Tableau de financement

En millions d'euros

| | | | |
|--|-----|---|-------------------|
| Ressources d'exploitation (hors variation du BFR) | 617 | Variation du BFR | 213 |
| Augmentation de capital | 14 | Investissements corporels et incorporels | 178 |
| Variation apparente de l'endettement net | 376 | Dividendes | 241 |
| | | Investissements financiers nets | 285 |
| | | Autres | 90 ^(a) |

(a) La rubrique Autres inclut un effet de change à hauteur de 97 millions d'euros.

¹ Ressources d'exploitation hors variation du besoin en fonds de roulement.

² Flux de trésorerie provenant des opérations moins variation du BFR et moins investissements corporels et incorporels selon le tableau des flux de trésorerie consolidés IFRS.

FAITS MARQUANTS SURVENUS DEPUIS LA FIN DU 1^{ER} SEMESTRE

Acquisitions

Depuis le 1^{er} juillet, le groupe a conclu 5 nouvelles transactions représentant un chiffre d'affaires additionnel d'environ 76 millions d'euros en base annuelle.

En **Turquie**, Essilor a finalisé l'acquisition d'une participation majoritaire dans **Merve**¹, un distributeur de produits optiques basé à Istanbul qui dispose notamment d'un portefeuille de marques propriétaires de montures solaires, parmi lesquelles Ossé et Mustang.

En **Inde**, Essilor India a pris des participations majoritaires dans **GKB Vision** et **Prime Lenses**, deux fabricants et distributeurs de verres ophtalmiques, réalisant un chiffre d'affaires annuel cumulé d'environ 7 millions d'euros.

Prime Lenses dispose de 10 laboratoires de prescription répartis sur l'ensemble du territoire indien, notamment dans des villes de taille moyenne. Ce partenariat permet au groupe de renforcer sa présence dans les segments en forte croissance des verres organiques et progressifs, et de développer sa stratégie multi-réseaux.

GKB Vision fabrique des verres minéraux et des moules destinés en grande partie à l'export, notamment vers l'Afrique et le Moyen-Orient.

En **Australie**, Shamir a acquis la majorité du capital de **Eyres Optics**, un fabricant et distributeur de lunettes de soleil et de lunettes de protection à verres correcteurs, qui réalise un chiffre d'affaires en base annuelle d'environ 6 millions de dollars australiens.

Enfin, aux **Etats-Unis**, Essilor a conclu un accord en vue d'acquérir une participation majoritaire dans **Vision Source**¹, un réseau national de service aux optométristes indépendants.

¹ L'acquisition de l'activité ophtalmique de Merve et l'acquisition de Vision Source restent soumises aux approbations réglementaires requises.

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 | | 1 274 |
| > <i>Amérique du Nord</i> | | 527 |
| > <i>Europe</i> | | 409 |
| > <i>Asie/Océanie/Moyen-Orient/Afrique</i> | | 234 |
| > <i>Amérique latine</i> | | 104 |
| Équipements | | 46 |
| Sunglasses & Readers | | 95 |
| TOTAL troisième trimestre | | 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 |

Facteurs de risques

Les facteurs de risques sont de mêmes natures que ceux exposés dans la rubrique 1.6 du Document de Référence 2014 (pages 27 à 31) et ne présentent pas d'évolution significative sur le premier semestre 2015. Les montants relatifs aux risques de marché au 30 juin 2015 sont exposés dans la note 15 de l'annexe aux comptes consolidés.