

# EssilorLuxottica

Résultats T2/S1 2023

## Forte croissance des ventes, marges solides confirmées

Toutes les régions et tous les segments en croissance

En bonne voie pour atteindre la neutralité carbone en Europe d'ici fin  
2023

- Hausse du chiffre d'affaires du Groupe de 8,0 % au T2 et de 8,2 % au S1 à taux de change constants<sup>1</sup>
- Région EMEA en croissance à deux chiffres au T2, Chine en fort rebond, Amérique du Nord positive
- La vente au détail dans la région EMEA est un moteur clé, avec une accélération de l'intégration
- Stellest a plus que doublé au S1, Varilux XR lancé avec succès et Ray-Ban Reverse propose un design et une technologie révolutionnaires
- Marge opérationnelle ajustée<sup>2</sup> de 18,5 %, à taux de change constants<sup>1</sup>, +10 points de base par rapport au S1 2022
- Cash flow libre<sup>5</sup> à 954 millions d'euros au S1

**Charenton-le-Pont, France (25 juillet 2023 – 18h00)** – Le Conseil d'administration d'EssilorLuxottica, qui s'est réuni le 25 juillet 2023, a arrêté les comptes consolidés résumés du premier semestre 2023, clôturés au 30 juin 2023. Ces comptes ont fait l'objet d'un examen limité par les commissaires aux comptes. Leur rapport est en cours d'émission.

*« Nous sommes satisfaits de notre performance à mi-année, notamment de la forte croissance du chiffre d'affaires et de notre capacité à maintenir le rythme d'évolution de nos marges, en phase avec nos objectifs à long terme. Notre pipeline d'innovations est puissant : au cours des six derniers mois, nous avons lancé les verres Varilux XR series optimisés via l'IA, révolutionné le design des lunettes de soleil avec Ray-Ban Reverse, déployé Stellest sur de nouveaux marchés et introduit des innovations au cœur de nos marques, en propre ou sous licence. La deuxième partie de l'année sera tout aussi dynamique : nous développerons de nouvelles fonctionnalités pour Ray-Ban Stories, en partenariat avec Meta, et préparons notre entrée sur le marché des solutions auditives avec une technologie disruptive. D'autre part, nous sommes en ligne avec notre objectif d'atteindre la neutralité carbone en Europe en 2023. A mesure que nous adoptons une culture commune, nos investissements dans les talents et les expertises contribuent à la réussite de tous nos projets. Aujourd'hui, l'expertise de nos équipes contribue pleinement à la réalisation de nos objectifs et constitue une base solide pour l'avenir d'EssilorLuxottica »,* ont commenté Francesco Milleri, Président-directeur général, et Paul du Saillant, Directeur général délégué d'EssilorLuxottica.

# EssilorLuxottica

## Faits marquants du 2<sup>e</sup> trimestre et du 1<sup>er</sup> semestre

### Données clés du compte de résultat ajusté<sup>2</sup>

<i>En millions d'euros</i>	<b>S1 2023</b> Ajusté <sup>2</sup>	<b>S1 2022</b> Ajusté <sup>2</sup>	À taux de change constants <sup>1</sup>	À taux de change courants
Chiffre d'affaires	12 851	11 994	+8,2 %	+7,1 %
Marge brute	8 243	7 729	+7,9 %	+6,7 %
<i>En % du chiffre d'affaires</i>		64,4 %	64,2 %	64,1 %
Résultat opérationnel	2 347	2 202	+8,8 %	+6,6 %
<i>En % du chiffre d'affaires</i>		18,4 %	18,5 %	18,3 %
Résultat net part du groupe	1 655	1 548	+9,0 %	+6,9 %
<i>En % du chiffre d'affaires</i>		12,9 %	13,0 %	12,9 %

### Données clés du compte de résultat

<i>En millions d'euros</i>	<b>S1 2023</b>	<b>S1 2022</b>	À taux de change constants <sup>1</sup>	À taux de change courants
Chiffre d'affaires	12 851	11 994	+8,2 %	+7,1 %
Marge brute	8 221	7 716	+7,8 %	+6,5 %
Résultat opérationnel	1 832	1 711	+9,8 %	+7,1 %
Résultat net part du groupe	1 361	1 174	+18,5 %	+15,9 %
Résultat net par action de base (En euros)	3,06	2,67		
Résultat net par action dilué (En euros)	3,03	2,64		

### Chiffre d'affaires du Groupe par activité et par zone géographique

<i>En millions d'euros</i>	<b>S1 2023</b>	<b>S1 2022</b>	À taux de change constants <sup>1</sup>	À taux de change courants
Professional Solutions	6 234	5 837	+7,9 %	+6,8 %
Direct to Consumer	6 616	6 157	+8,5 %	+7,5 %
<b>CHIFFRE D'AFFAIRES</b>	<b>12 851</b>	<b>11 994</b>	<b>+8,2 %</b>	<b>+7,1 %</b>

# EssilorLuxottica

<i>En millions d'euros</i>	<b>T2 2023</b>	<b>T2 2022</b>	<b>À taux de change constants<sup>1</sup></b>	<b>À taux de change courants</b>
Professional Solutions	3 208	3 057	+8,2 %	+4,9 %
Direct to Consumer	3 491	3 330	+7,8 %	+4,8 %
<b>CHIFFRE D'AFFAIRES</b>	<b>6 699</b>	<b>6 387</b>	<b>+8,0 %</b>	<b>+4,9 %</b>

<i>En millions d'euros</i>	<b>S1 2023</b>	<b>S1 2022</b>	<b>À taux de change constants<sup>1</sup></b>	<b>À taux de change courants</b>
Amérique du Nord	5 888	5 591	+4,5 %	+5,3 %
EMEA	4 717	4 401	+9,8 %	+7,2 %
Asie-Pacifique	1 519	1 351	+17,9 %	+12,4 %
Amérique latine	727	650	+10,3 %	+11,8 %
<b>CHIFFRE D'AFFAIRES</b>	<b>12 851</b>	<b>11 994</b>	<b>+8,2 %</b>	<b>+7,1 %</b>

<i>En millions d'euros</i>	<b>T2 2023</b>	<b>T2 2022</b>	<b>À taux de change constants<sup>1</sup></b>	<b>À taux de change courants</b>
Amérique du Nord	3 029	3 026	+2,3 %	+0,1 %
EMEA	2 523	2 347	+10,6 %	+7,5 %
Asie-Pacifique	769	666	+23,9 %	+15,5 %
Amérique latine	378	348	+9,3 %	+8,4 %
<b>CHIFFRE D'AFFAIRES</b>	<b>6 699</b>	<b>6 387</b>	<b>+8,0 %</b>	<b>+4,9 %</b>

Au deuxième trimestre de l'année, EssilorLuxottica a enregistré une forte croissance de son chiffre d'affaires, en hausse de 8,0 % à taux de change constants<sup>1</sup> (+ 4,9 % à taux de change courants), pour atteindre 6 699 millions. Le rythme du T2 est similaire à celui observé sur les trois premiers mois de l'année qui étaient en hausse de 8,6 %. Sur le premier semestre, le chiffre d'affaires a augmenté de 8,2 % pour atteindre 12 851 millions d'euros. La hausse du chiffre d'affaires du Groupe continue de dépasser son objectif à long terme, qui est une croissance de l'ordre de 5 % par an, ce qui traduit l'accélération de la croissance de l'activité résultant du processus d'intégration.

La croissance du chiffre d'affaires au deuxième trimestre a été répartie sur tous les domaines d'activité, par région, catégorie, canal de distribution et niveau de prix, à l'exception de la vente au détail de lunettes de soleil aux États-Unis, qui ont enregistré une performance négative en raison d'un ralentissement de la demande du marché. Globalement l'Amérique du Nord est restée positive, en hausse de 2,3 % à taux de change constant<sup>1</sup>, avec toutefois un ralentissement par rapport au premier trimestre. À l'inverse, la région EMEA a continué de progresser, en hausse de 10,6 % à taux de change constants<sup>1</sup>, ses deux segments accélérant ensemble, conséquence de la stratégie de modèle ouvert destinée à faire croître le marché dans son ensemble. La région Asie-Pacifique a été la plus performante du trimestre, en hausse de 23,9 % à taux de change constants<sup>1</sup>, grâce à un rebond de l'activité en

# EssilorLuxottica

Grande Chine (> + 50 %), stimulée par Stellest. L'Amérique latine a connu une croissance de 9,3 %, soutenue par les deux segments.

Le volume et l'effet prix / mix ont tous deux soutenu la croissance du chiffre d'affaires, ce dernier ayant eu un impact plus prononcé sur les résultats de ce trimestre. En termes de catégories de produits, la performance a été portée par l'optique, qui a connu une croissance dans le haut de la fourchette à un chiffre à taux de change constants<sup>1</sup> : les montures optiques, les verres ophtalmiques et les lentilles de contact ayant enregistré une solide croissance. La division Instruments a enregistré une solide performance au cours de la période, avec une hausse de près de 25 % à taux de change constants<sup>1</sup> par rapport à l'année dernière. Les lunettes de soleil ont connu une croissance de l'ordre de 5 % à taux de change constants<sup>1</sup>, pénalisée par une performance mitigée en Amérique du Nord, mais plus que compensée par une bonne saison du solaire dans le reste du monde. Au sein du portefeuille des verres de marque, Varilux et Transitions ont enregistré des résultats solides, tandis que Crizal et Eyezen ont accéléré leur croissance à deux chiffres. Stellest continue à être le produit à la croissance la plus rapide du portefeuille. Du côté des montures de marque, les grandes marques propriétaires mondiales, Ray-Ban et Oakley, ont continué à progresser significativement, tandis que la marque régionale Bolon a fait un bond impressionnant de deux tiers grâce à la réouverture de son marché national, la Chine. Le portefeuille sous licence a continué d'afficher d'excellents résultats, avec une croissance autour de 15 % à taux de change constants<sup>1</sup>, tous les grands noms y contribuant et mené par l'immense succès de la marque Prada, suivie par Armani et Ralph Lauren, ce qui prouve la bonne santé du segment du luxe/des montures de marque.

En ce qui concerne la rentabilité du Groupe, la marge brute ajustée<sup>2</sup> s'est élevée à 8 243 millions d'euros au premier semestre de l'année, atteignant 64,1 % du chiffre d'affaires, 20 points de base de moins qu'au S1 2022 à taux de change constants<sup>1</sup> (30 points de base de moins à taux courants), avec des coûts d'indemnisation en augmentation dans l'activité des mutuelles de l'optique qui ont plus que compensé les gains du mix/prix positif et de l'efficacité des opérations industrielles.

Les charges opérationnelles du Groupe ont baissé passant de 46,1 % du chiffre d'affaires au S1 2022 à 45,8 % pour le premier semestre de cette année à taux de change constants<sup>1</sup> (45,9 % à taux courants), grâce à une gestion efficace des coûts qui a plus que compensé les vents contraires causés par les tendances inflationnistes, et en particulier sur le coût du travail.

Le résultat opérationnel ajusté<sup>2</sup> a atteint 2 347 millions d'euros, représentant 18,3 % du chiffre d'affaires et en hausse de 8,8 % à taux de change constants<sup>1</sup> par rapport au S1 (+6,6 % à taux courants).

Le résultat net ajusté<sup>2</sup> du Groupe s'élevait à 1 655 millions d'euros à 12,9 % du chiffre d'affaires, en hausse de 9,0 % à taux de change constants<sup>1</sup> comparé au S1 2022 (+6,9 % à taux courants).

Sur les six premiers mois de l'année, le résultat opérationnel et le résultat net du Groupe découlent directement des états financiers consolidés IFRS se sont élevés respectivement à 1 832 millions d'euros et 1 361 millions d'euros.

Le cash-flow libre<sup>5</sup> consolidé s'est élevé à 954 millions d'euros, soit une augmentation de 5 % par rapport à l'année précédente.

Le Groupe a clôturé le semestre avec 1,69 milliards d'euros de trésorerie et équivalents de trésorerie, et un endettement financier net<sup>6</sup> de 10,06 milliards d'euros (y compris 3,18 milliards d'euros de dettes liées aux contrats de location), contre un endettement financier net<sup>6</sup> de 10,25 milliards d'euros à fin décembre 2022.

En ce qui concerne son approche du développement durable, avec le programme *Eyes on the Planet*,

# EssilorLuxottica

la priorité actuelle d'EssilorLuxottica est de s'assurer que la durabilité est pleinement intégrée par l'ensemble de son écosystème, notamment les salariés, les fournisseurs, les partenaires et les consommateurs, au travers d'actions concrètes soutenant chacun des cinq piliers stratégiques du programme : carbone, circularité, vision dans le monde, inclusion et éthique.

En termes de feuille de route carbone, le Groupe est en ligne avec son objectif d'atteindre la neutralité carbone sur ses émissions de scopes 1 et 2 (opérations directes) d'ici 2025, à commencer par l'Europe en 2023, sachant que l'Italie et la France ont atteint cette neutralité carbone dès fin 2021.

# EssilorLuxottica

## Nombre de magasins au 30 juin 2023

	Amérique du Nord	EMEA	Asie-Pacifique	Amérique latine	Magasins du Groupe	Franchisés & Autres	Total
Sunglass Hut	1 686	609	314	404	3 013	199	3 212
LensCrafters	1 014		85		1 099	5	1 104
Vision Express		859			859	142	1 001
Apollo		680			680	222	902
Target Optical	569				569		569
MasVisión		72		459	531	7	538
Pearle		500			500	221	721
Générale d'Optique		387			387	296	683
OPSM			373		373	27	400
GMO				353	353		353
GrandVision		279		44	323	30	353
Atasun Optik		300			300	31	331
Oakley	186	14	74	21	295	80	375
Ray-Ban	35	50	130	43	258		258
Salmoiraghi & Viganò		251			251	28	279
Synoptik		249			249		249
GrandOptical		235			235	80	315
Luxoptica		218			218		218
Mujosh			135		135	383	518
Pearle Vision	109				109	461	570
MultiOpticas		107			107	112	219
Aojo			89		89	213	302
Bolon			54		54	167	221
Óticas Carol				24	24	1 418	1 442
Autres	244	1 223	134	747	2 348	138	2 486
<b>Total EssilorLuxottica</b>	<b>3 843</b>	<b>6 033</b>	<b>1 388</b>	<b>2 095</b>	<b>13 359</b>	<b>4 260</b>	<b>17 619</b>

# EssilorLuxottica

## Perspectives à long terme

La Société 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>4</sup>) et vise l'atteinte d'un résultat opérationnel ajusté<sup>2</sup> de l'ordre de 19 à 20 % du chiffre d'affaires à l'issue de cette période.

# EssilorLuxottica

## 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/1217-2090-36555/en>

## Prochain événement destiné aux investisseurs

- 19 octobre 2023 : Chiffre d'affaires T3 2023



# EssilorLuxottica

## Notes

*Les totaux des tableaux étant issus de montants non arrondis, des écarts peuvent exister entre ceux-ci et la somme des montants arrondis des éléments dont ils sont constitués.*

**1 Chiffres à taux de change constants** : les chiffres à taux de change constants ont été calculés sur la base des taux de change moyens de la même période de l'année de comparaison.

**2 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 (voir le paragraphe dédié *Mesures ajustées*).

**3 Ventés 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.

**4 (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.

**5 Cash-flow libre** : *Flux de trésorerie provenant des activités opérationnelles*, moins la somme des *Acquisitions d'immobilisations corporelles et incorporelles* et des *Remboursements du principal des dettes de loyers* conformément au tableau IFRS des flux de trésorerie consolidés.

**6 Endettement financier net** : somme des *Dettes financières courantes et non-courantes*, *Dettes de loyer courantes et non-courantes*, moins les *Investissements court-terme*, la *Trésorerie et équivalents de trésorerie* et les *Instruments dérivés de taux d'intérêt (couverture de juste valeur)* comme présentés dans les états financiers consolidés IFRS.

# 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).

# Rapport d'activité semestriel 2023

## Table des matières

Faits marquants .....	
Chiffre d'affaires consolidé .....	
Compte de résultat et Indicateurs Alternatifs de Performance.....	
Bilan, endettement financier net, flux de trésorerie et autres mesures « non-GAAP » .....	
Acquisitions et partenariats .....	
Mission et développement durable .....	
Événements postérieurs à la clôture.....	
Perspectives .....	
Notes .....	
Annexe 1 - Extraits des États financiers semestriels consolidés résumés.....	
Compte de résultat consolidé .....	
État de la situation financière consolidée.....	
Tableau des flux de trésorerie consolidés.....	

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.

## *Faits marquants*

### **Administrateur référent**

Le 22 février 2023, le Conseil d'administration a décidé de désigner Jean-Luc Biamonti en tant qu'administrateur référent suite à l'annonce faite le 28 juin 2022 d'évaluer la pertinence d'une telle désignation parmi ses membres indépendants.

### **EssilorLuxottica renouvelle son accord de licence sur Target Optical**

Le 22 février 2023, EssilorLuxottica a annoncé avoir renouvelé son accord de licence avec Target Corporation (Target), un détaillant basé à Minneapolis qui opère 2 000 magasins aux Etats-Unis ainsi que Target.com, pour l'exploitation et la gestion de Target Optical, au sein des magasins Target. Cet accord pluriannuel a pris effet le 12 février 2023.

### **EssilorLuxottica et ERG signent en Italie un contrat d'achat à long terme pour la fourniture d'électricité provenant de sources renouvelables**

Le 9 mars 2023, EssilorLuxottica et ERG ont annoncé la signature d'un contrat d'achat d'électricité sur douze ans portant sur la fourniture d'environ 900 GWh d'électricité verte entre 2023 et 2034. Le contrat se base sur la vente par ERG d'environ 75% de l'électricité produite par son parc éolien de Partinico-Monreale, près de Palerme (Italie), le premier parc du Groupe à avoir été modernisé. Pour EssilorLuxottica, ce contrat marque une avancée importante vers son objectif d'atteindre la neutralité carbone dans ses activités directes (émissions de scope 1 et 2) d'ici 2025, à commencer par l'Europe d'ici la fin de l'année, comme indiqué dans son programme de Développement Durable « Eyes on the Planet ».

### **Collaboration mondiale exclusive entre Oliver Peoples et la marque RF pour des collections de lunettes**

Le 27 avril 2023, EssilorLuxottica et Roger Federer ont annoncé la signature d'un accord de licence exclusif entre les marques Roger Federer (« RF ») et Oliver Peoples portant sur la conception, la fabrication et la distribution mondiale de lunettes. La toute première collection sera lancée au printemps 2024. Les modèles auront comme source d'inspiration une volonté commune d'exceller dans leurs domaines respectifs et un goût partagé pour le luxe discret.

### **Résultats à quatre ans de l'essai clinique sur les verres Essilor Stellest**

Le 26 avril 2023, à l'occasion du congrès annuel 2023 de l'Association for Research in Vision and Ophthalmology (ARVO) qui s'est tenu à la Nouvelle-Orléans aux États-Unis, EssilorLuxottica a présenté pour la première fois les résultats à quatre ans de l'essai clinique portant sur le verre de freination de la myopie Essilor Stellest. Les résultats montrent que les verres Essilor Stellest continuent de montrer une efficacité élevée pour ralentir la progression de la myopie et l'élongation axiale de l'œil chez les enfants au cours de la quatrième année de l'essai clinique.

L'essai clinique, qui a démarré en 2018, a été mené à l'Hôpital ophtalmologique de la Faculté de médecine de Wenzhou, en Chine. L'étude a évalué, sur une durée de quatre ans, la progression de la myopie ainsi que de l'élongation axiale de l'œil des enfants qui ont été équipés de verres à microlentilles fortement asphériques ("highly aspherical lenslets" ou "HAL"). Les verres Essilor Stellest sont basés sur la géométrie des verres HAL. Les résultats clés de l'étude, présentés par Dr Björn Drobe, de l'équipe R&D d'EssilorLuxottica, sont entre autres:

- Les verres à microlentilles fortement asphériques (HAL) ont ralenti la progression de la myopie de 1,25 dioptries en moyenne sur quatre ans, prouvant de manière concluante qu'ils demeurent efficaces pour ralentir la progression de la myopie chez les enfants pendant la quatrième année.
- La progression de la myopie et de l'élongation axiale de l'œil chez les enfants portant les verres HAL a été plus lente comparé au groupe de contrôle équipé de verres unifocaux, prouvant de nouveau une efficacité durable de ces verres de contrôle de la myopie pendant la quatrième année.
- Les verres HAL ralentissent également de manière efficace la progression de la myopie et l'élongation axiale de l'œil chez les enfants plus âgés (de 11 à 16 ans) lors de la quatrième année.

Dr Yee Ling Wong, de l'équipe R&D, a présenté les résultats d'une étude qui évaluait la croissance oculaire d'enfants équipés de verres à microlentilles fortement asphériques et d'enfants portant des verres unifocaux, en comparaison aux modèles de croissance oculaire d'enfants non myopes à Wenzhou, en Chine. Ces résultats concluent que les modèles de croissance oculaire chez 9 enfants sur 10 équipés des verres HAL, les portant à temps plein (au moins 12 heures par jour, tous les jours), était similaire ou même inférieure à ceux des enfants non myopes, après deux ans.

La communication des données de l'essai clinique sur quatre ans fait suite à la publication récente des résultats de l'essai clinique sur trois ans dans la revue médicale *American Journal of Ophthalmology*. Cette étude met en évidence le ralentissement significatif de la progression de la myopie et de l'élongation axiale de l'œil pour les enfants ayant porté les verres à microlentilles fortement asphériques au cours de la troisième année. Après deux ans de port de verres unifocaux, lorsque les enfants sont passés aux verres HAL lors de la troisième année, la progression de la myopie et de l'élongation axiale ont été ralenties de manière significative, comparé aux enfants ayant continué à porter des verres unifocaux.

### **EssilorLuxottica et le Groupe Chalhoub signent un accord de joint-venture pour développer les points de vente de lunettes dans la région CCG**

Le 10 mai 2023, EssilorLuxottica et le Groupe Chalhoub ont signé un accord de joint-venture visant à développer la vente de lunettes dans la région CCG (Conseil de Coopération du Golfe). L'accord permettra d'associer l'expertise, les technologies et les marques de lunettes d'EssilorLuxottica avec la parfaite connaissance des consommateurs de la région du Groupe Chalhoub et la capacité de ce dernier à leur offrir des expériences inoubliables, pour développer la catégorie et offrir un service client de niveau supérieur. Une série de magasins mono et multimarques seront ouverts dans la région CCG autour des marques de lunettes emblématiques de renommée mondiale d'EssilorLuxottica, telles que Ray-Ban, Persol et Oliver Peoples, pour permettre à la société de développer sa présence dans la région. Unique en son genre, l'enseigne multimarques de luxe David Clulow - née au Royaume-Uni et bien connue chez les consommateurs moyen-orientaux de Londres - sera également introduite dans de nouveaux magasins avec l'objectif d'améliorer l'expérience client grâce à un service inégalé associé aux meilleures technologies de lunettes.

### **Distribution du dividende**

L'Assemblée Générale des actionnaires d'EssilorLuxottica qui s'est tenue le 17 mai 2023 a approuvé la distribution d'un dividende de 3,23 euros par action ordinaire au titre de l'exercice 2022.

L'Assemblée Générale d'EssilorLuxottica a décidé de donner aux actionnaires la possibilité de recevoir ce dividende final en actions nouvellement émises au prix de 160,91 euros par action. Ce prix correspond à 90 % de la moyenne des premiers cours cotés de l'action EssilorLuxottica sur le marché réglementé d'Euronext Paris, lors des 20 séances de bourse précédant le jour de l'Assemblée Générale, diminuée du montant net du dividende à distribuer au titre de l'exercice clos le 31 décembre 2022, le tout arrondi au centime d'euro supérieur.

La période d'option pour le paiement du dividende en actions nouvellement émises a été ouverte du 24 mai au 7 juin 2023 inclus. A l'issue de cette période, 294 375 414 options ont été exercées en faveur du paiement du dividende en actions. Ainsi, le 13 juin 2023, 5 909 082 nouvelles actions ont été émises, livrées et admises sur le marché Euronext Paris. Ces nouvelles actions confèrent les mêmes droits que les actions existantes et portent droit à dividendes conférant ainsi le droit à toute distribution mise en paiement à compter de la date d'émission.

Le montant total du dividende distribué en numéraire aux actionnaires qui n'ont pas exercé l'option s'élève à 487 millions d'euros et a été versé également le 13 juin 2023.

### **EssilorLuxottica et Jimmy Choo annoncent un accord de licence pour dix ans**

Le 29 juin 2023, EssilorLuxottica et Jimmy Choo ont annoncé la signature d'un accord de licence exclusif pour la conception, la fabrication et la distribution mondiale de lunettes Jimmy Choo. L'accord prendra effet le 1<sup>er</sup> janvier 2024 et se poursuivra jusqu'au 31 décembre 2028, avec une option de renouvellement automatique pour cinq années supplémentaires. La première collection issue de cet accord sera lancée au premier trimestre 2024.

# Chiffre d'affaires consolidé

## Chiffre d'affaires EssilorLuxottica

<i>En millions d'euros</i>	<b>S1 2023</b>	<b>S1 2022</b>	Variation à taux de change constants <sup>1</sup>	Variation à taux de change courants
<b>CHIFFRE D'AFFAIRES</b>	<b>12 851</b>	<b>11 994</b>	<b>8,2 %</b>	<b>7,1 %</b>

<i>En millions d'euros</i>	<b>T2 2023</b>	<b>T2 2022</b>	Variation à taux de change constants <sup>1</sup>	Variation à taux de change courants
<b>CHIFFRE D'AFFAIRES</b>	<b>6 699</b>	<b>6 387</b>	<b>8,0 %</b>	<b>4,9 %</b>

## Chiffre d'affaires par secteur opérationnel

EssilorLuxottica est un acteur verticalement intégré dont la stratégie de commercialisation est basée sur deux canaux de distribution.

Les segments d'activité du Groupe sont :

- le segment des solutions professionnelles ou **Professional Solutions (PS)**, qui regroupe l'activité de gros du Groupe, c'est-à-dire les produits et les services que le Groupe fournit à tous les professionnels de la santé visuelle (distributeurs, opticiens, indépendants, plateformes tierces d'e-commerce, etc.) ; et
- le segment de la distribution directe ou **Direct to Consumer (DTC)**, qui regroupe les activités de vente de détail du Groupe, à savoir les produits et les services que le Groupe vend directement au consommateur final, que ce soit par le biais de son réseau de magasins traditionnels ou de ses canaux de distribution en ligne (e-commerce).

<i>En millions d'euros</i>	<b>S1 2023</b>	<b>S1 2022</b>	Variation à taux de change constants <sup>1</sup>	Variation à taux de change courants
Professional Solutions	6 234	5 837	7,9 %	6,8 %
Direct to Consumer	6 616	6 157	8,5 %	7,5 %
<b>CHIFFRE D'AFFAIRES</b>	<b>12 851</b>	<b>11 994</b>	<b>8,2 %</b>	<b>7,1 %</b>

<i>En millions d'euros</i>	<b>T2 2023</b>	<b>T2 2022</b>	Variation à taux de change constants <sup>1</sup>	Variation à taux de change courants
Professional Solutions	3 208	3 057	8,2 %	4,9 %
Direct to Consumer	3 491	3 330	7,8 %	4,8 %
<b>CHIFFRE D'AFFAIRES</b>	<b>6 699</b>	<b>6 387</b>	<b>8,0 %</b>	<b>4,9 %</b>

## ***Chiffre d'affaires du deuxième trimestre par activité***

### **Professional Solutions**

Au cours du deuxième trimestre, l'activité de commerce de gros a enregistré un chiffre d'affaires de 3 208 millions d'euros, en hausse de 8,2 % à taux de change constants<sup>1</sup> par rapport à 2022 sur la même période (+4,9 % à taux de change courants), similaire dans l'ensemble au rythme soutenu enregistré sur les trois premiers mois de l'année (+7,7 % à taux de change constants<sup>1</sup>).

Toutes les régions ont progressé au cours de la période, avec l'Amérique du Nord affichant une croissance dans le bas de la fourchette à un chiffre bien qu'en ralentissement par rapport au premier trimestre, et l'Asie-Pacifique rebondissant grâce au dynamisme de la Grande Chine, en croissance de plus de 50 %. La région EMEA a continué à contribuer à la croissance de l'activité de façon constante et forte. La performance a été stimulée par toutes les catégories, notamment les verres ophtalmiques et lentilles de contact ainsi que les montures dont les marques de luxe, à l'exception des lunettes de soleil en Amérique du Nord.

### **Direct to Consumer**

L'activité de vente au détail a enregistré un chiffre d'affaires de 3 491 millions d'euros, en hausse de 7,8 % à taux de change constants<sup>1</sup> par rapport à l'année dernière (+4,8 % à taux de change courants), soit légèrement inférieur à la forte performance du premier trimestre (+9,4 % à taux de change constants<sup>1</sup>).

Toutes les régions ont contribué à la croissance du chiffre d'affaires. Les ventes à magasins comparables<sup>3</sup> sont en hausse de 5 %, combinant une croissance de plus de 10 % des régions EMEA, Asie-Pacifique et Amérique latine, positives à la fois dans les catégories de l'optique et du solaire et une région Amérique du Nord négative, en croissance dans le bas de la fourchette à un chiffre dans la catégorie de l'optique mais en recul et se dégradant dans la catégorie solaire. L'activité e-commerce n'a connu qu'une légère progression, pénalisée par l'Amérique du Nord négative.

## ***Chiffre d'affaires du premier semestre par activité***

### **Professional Solutions**

Au premier semestre 2023, la division a affiché un chiffre d'affaires de 6 234 millions d'euros, en hausse de 7,9 % à taux de change constants<sup>1</sup> par rapport à 2022 (+6,8 % à taux de change courants).

Cette solide performance a été soutenue par les résultats positifs de toutes les régions et portée par la croissance à deux chiffres de l'Asie-Pacifique, qui a bénéficié de la reprise rapide de la Grande Chine depuis février. Toutes les catégories ont connu une croissance significative, la catégorie de l'optique ayant enregistré une croissance solide dans toutes les régions, tandis que la catégorie solaire a connu un ralentissement en Amérique du Nord, compensé par une forte croissance des autres régions.

### **Direct to Consumer**

Au premier semestre 2023, la division a affiché un chiffre d'affaires de 6 616 millions d'euros, en hausse de 8,5 % à taux de change constants<sup>1</sup> par rapport à 2022 (+7,5 % à taux de change courants).

Le chiffre d'affaires des magasins physiques comparables<sup>3</sup> a connu une hausse de l'ordre de 5 %, porté par la croissance à deux chiffres des régions EMEA, Asie-Pacifique et Amérique latine, tandis que l'Amérique du Nord a clôturé le premier semestre avec une croissance légèrement négative. Les enseignes d'optiques se sont montrées les plus profitables, avec des performances positives dans toutes les régions. Les enseignes du solaire ont connu une croissance robuste dans toutes les régions, à l'exception de l'Amérique du Nord, avec une croissance à deux chiffres dans les régions EMEA et Asie-Pacifique. L'activité e-commerce a enregistré une croissance dans le bas de la fourchette à un chiffre.

## Chiffre d'affaires par zone géographique

Les zones géographiques correspondent à l'Amérique du Nord, EMEA (c'est à dire l'Europe, dont la Turquie et la Russie, ainsi que le Moyen-Orient et l'Afrique), l'Asie-Pacifique, et l'Amérique latine.

En millions d'euros	S1 2023	S1 2022	Variation à taux de change constants <sup>1</sup>	Variation à taux de change courants
Amérique du Nord	5 888	5 591	4,5 %	5,3 %
EMEA	4 717	4 401	9,8 %	7,2 %
Asie-Pacifique	1 519	1 351	17,9 %	12,4 %
Amérique latine	727	650	10,3 %	11,8 %
<b>CHIFFRE D'AFFAIRES</b>	<b>12 851</b>	<b>11 994</b>	<b>8,2 %</b>	<b>7,1 %</b>

En millions d'euros	T2 2023	T2 2022	Variation à taux de change constants <sup>1</sup>	Variation à taux de change courants
Amérique du Nord	3 029	3 026	2,3 %	0,1 %
EMEA	2 523	2 347	10,6 %	7,5 %
Asie-Pacifique	769	666	23,9 %	15,5 %
Amérique latine	378	348	9,3 %	8,4 %
<b>CHIFFRE D'AFFAIRES</b>	<b>6 699</b>	<b>6 387</b>	<b>8,0 %</b>	<b>4,9 %</b>

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

### Amérique du Nord

L'Amérique du Nord a affiché un chiffre d'affaires de 3 029 millions d'euros, en hausse de 2,3 % à taux de change constants<sup>1</sup> par rapport au deuxième trimestre 2022 (+0,1 % à taux de change courants), en décélération par rapport au trimestre précédent principalement en raison d'une demande moins dynamique dans la vente de détail des produits solaires.

La division Professional Solutions affiche une croissance dans le bas de la fourchette à un chiffre, portée par la catégorie de l'optique, avec les verres ophtalmiques, les montures de prescription et les lentilles de contact en forte croissance. Varilux a été un contributeur clé de la catégorie des verres, préparant le terrain pour le lancement du nouveau verre Varilux XR series en juillet. Crizal a également réalisé une bonne performance au cours du trimestre. Du côté des montures de marque, la demande pour les collections luxe s'est bien maintenue, Prada continuant de briller. Le rythme de croissance soutenu de Ray-Ban est de bon augure pour le nouveau style Reverse, dont les premiers résultats sont encourageants. Les professionnels de la vue indépendants et les grands comptes ont enregistré une croissance solide, tandis que les grands magasins et les magasins de sport ont affiché des progressions plus modérées.

La division Direct to Consumer a enregistré une hausse dans le bas de la fourchette à un chiffre, grâce aux bons résultats des enseignes d'optique combinés à l'excellente performance de l'activité des mutuelles d'optique. La demande soutenue des consommateurs assurés et les indicateurs favorables de prises de rendez-vous pour les examens de la vue ont soutenu la croissance de LensCrafters et de Target Optical, qui ont réalisé des ventes à magasins comparables<sup>3</sup> en hausse. Les ventes à magasins comparables<sup>3</sup> de Sunglass Hut sont restées négatives en raison d'un affaiblissement de la demande dans un environnement moins favorable aux catégories des produits non essentiels et de conditions météorologiques mitigées, en particulier dans les États du sud-est.



## **EMEA**

La région EMEA a affiché un chiffre d'affaires de 2 523 millions d'euros, en hausse de 10,6 % à taux de change constants<sup>1</sup> par rapport au deuxième trimestre de 2022 (+7,5 % à taux de change courants), en progression par rapport au trimestre précédent et qui, de plus, s'ajoute à la croissance à deux chiffres de l'année précédente.

La division Professional Solutions a enregistré une hausse dans le haut de la fourchette à un chiffre, en forte croissance sur ce trimestre qui est le plus important de son année. Une base clients active, une empreinte géographique diversifiée ainsi qu'une exécution efficace de la stratégie de modèle ouvert ont été à la base de la réussite. Tous les principaux pays ont affiché une performance florissante, en particulier la France, l'Italie et l'Espagne. La catégorie solaire a porté la performance, les montures de luxe continuant à surpasser les autres et les licences Prada, Dolce&Gabbana et Versace affichant d'excellents résultats. Du côté des verres optiques, Varilux, Transitions et Crizal ont continué à y apporter une contribution solide et régulière. Le nouveau verre Varilux XR series, très attendu par le marché, a connu un démarrage prometteur dès le mois de mai. Du point de vue des canaux de distribution, les grands réseaux de distribution ont été les plus performants au cours du trimestre.

La division Direct to Consumer a affiché une croissance à deux chiffres, avec une forte contribution des magasins physiques de l'optique et du solaire. Les ventes à magasins comparables<sup>3</sup> de la catégorie de l'optique ont progressé d'environ 10 % grâce au dynamisme de Vision Express (Royaume-Uni), Salmoiraghi & Viganò (Italie), Optica2000 (Espagne) et Générale d'Optique (France). L'intégration des nouvelles enseignes s'est poursuivie conformément aux attentes et l'amélioration de l'assortiment des montures et des verres a soutenu l'accélération du chiffre d'affaires. Sunglass Hut a réalisé un nouveau trimestre impressionnant avec une croissance à deux chiffres des ventes à magasins comparables<sup>3</sup> pour le sixième trimestre consécutif.

## **Asie-Pacifique**

L'Asie-Pacifique a enregistré un chiffre d'affaires de 769 millions d'euros, en hausse de 23,9 % à taux de change constants<sup>1</sup> par rapport au deuxième trimestre 2022 (+15,5 % à taux de change courants), portée par la réouverture de la Chine.

En ce qui concerne la division Professional Solutions, le chiffre d'affaires a bondi de plus de 25 %. La Chine continentale a été le principal moteur avec une croissance à deux chiffres dans toutes les catégories de produits. La catégorie verres a été soutenue par le portefeuille de marques, Stellest ayant plus que doublé ses ventes par rapport à l'année dernière, témoignant ainsi du degré élevé d'acceptation de la marque par les médecins et les parents dans le pays. La forte performance des montures a été soutenue par le portefeuille de marques de luxe ainsi que par Ray-Ban, Oakley et Bolon, la première marque nationale de lunettes. L'Inde, le Japon et la Corée du Sud ont également enregistré une forte croissance.

La division Direct to Consumer a connu une croissance à deux chiffres avec une progression à un rythme similaire des ventes à magasins comparables<sup>3</sup> de l'optique et du solaire. En Australie, OPSM a réalisé une croissance des ventes à magasins comparables<sup>3</sup> dans le bas de la fourchette à un chiffre, soutenue par un mix prix favorable, alors que les ventes à magasins comparables<sup>3</sup> en Chine continentale ont été excellentes, LensCrafters et Ray-Ban affichant chacun une croissance à deux chiffres. Sunglass Hut en Asie du Sud-Est a poursuivi sa dynamique positive.

## **Amérique latine**

L'Amérique latine a réalisé un chiffre d'affaires de 378 millions d'euros, en hausse de 9,3 % à taux de change constants<sup>1</sup> par rapport au deuxième trimestre 2022 (+8,4 % à taux de change courants), qui était le meilleur de son année (+23,9 % par rapport à 2021<sup>4</sup> à taux de change constants<sup>1</sup>).

La division Professional Solutions a connu une croissance dans le haut de la fourchette à un chiffre, le Brésil et le Mexique affichant une croissance dans l'ensemble en ligne avec celle du trimestre précédent. La performance de la région a été portée par les résultats solides du portefeuille des verres de marque soutenus par Varilux, Eyezen et Kodak. La catégorie des montures a également enregistré une performance positive.

La division Direct to Consumer a connu une croissance à deux chiffres. En ce qui concerne la catégorie de l'optique, les ventes à magasins comparables<sup>3</sup> ont connu une forte croissance au Mexique dans toutes les catégories de produits et GMO a poursuivi sur sa bonne dynamique. Sunglass Hut a connu une croissance des ventes à magasins comparables<sup>3</sup> dans le milieu de la fourchette à un chiffre, avec des tendances positives dans tous les pays et la forte contribution des magasins de luxe de Palacio de Hierro au Mexique.

## ***Chiffre d'affaires du premier semestre par zone géographique***

### **Amérique du Nord**

L'Amérique du Nord a réalisé un chiffre d'affaires de 5 888 millions d'euros, en hausse de 4,5 % à taux de change constants<sup>1</sup> par rapport à 2022 (+5,3 % à taux de change courants).

Les divisions Professional Solutions et Direct to Consumer ont enregistré chacune une croissance dans le milieu de la fourchette à un chiffre à taux de change constants<sup>1</sup>. La division Professional Solutions a été portée par la catégorie de l'optique, prenant le relais du moteur de l'année dernière qui était la catégorie solaire. Les professionnels de la vue indépendants et les grands comptes ont affiché des résultats solides. La performance de la division Direct to Consumer a été positive grâce à la performance robuste des magasins d'optique, bien qu'en partie atténuée par la baisse des ventes des produits solaires non essentiels à la fois dans les magasins physiques et dans le e-commerce.

### **EMEA**

La région EMEA a réalisé un chiffre d'affaires de 4 717 millions d'euros, en hausse de 9,8 % à taux de change constants<sup>1</sup> par rapport à 2022 (+7,2 % à taux de change courants).

L'activité dynamique de la région EMEA a été soutenue par les performances positives de tous les pays clés de la région. Dans la division Professional Solution, la catégorie solaire a porté la croissance, les montures de luxe continuant d'afficher un remarquable dynamisme, tandis que les verres de marque ont apporté une contribution constante avec le lancement du verre Varilux XR series qui complète le portefeuille de marques depuis le mois de mai. La croissance à deux chiffres de la division Direct to Consumer a été favorisée par la performance robuste des enseignes de l'optique et par la forte croissance de Sunglass Hut.

### **Asie-Pacifique**

La région Asie-Pacifique a réalisé un chiffre d'affaires de 1 519 millions d'euros, en hausse de 17,9 % à taux de change constants<sup>1</sup> par rapport à 2022 (+12,4 % à taux de change courants).

La région a bénéficié de la réouverture de la Chine, qui a permis d'améliorer l'environnement commercial, ainsi que d'une forte croissance dans les autres pays asiatiques. La division Professional Solutions en Chine a connu une croissance de plus de 25 %, avec l'excellente performance de Stellest pour les verres et des marques de luxe sous licence pour les montures. Pour la division Direct to Consumer, les magasins physiques ont réalisé une croissance à deux chiffres des ventes à magasins comparables<sup>3</sup> à la fois pour les enseignes du solaire et celles de l'optique, avec respectivement de bonnes et excellentes performances de la Chine et de Sunglass Hut, et ce malgré le ralentissement de l'activité en Australie au cours du deuxième trimestre.

### **Amérique latine**

La région Amérique latine a réalisé un chiffre d'affaires de 727 millions d'euros, en hausse de 10,3 % à taux de change constants<sup>1</sup> par rapport à 2022 (+11,8 % à taux de change courants).

Région à la plus forte croissance de l'année 2022, la région Amérique latine a poursuivi sur une solide dynamique au premier semestre 2023, portée par la division Direct to Consumer, avec les enseignes de l'optique ainsi que Sunglass Hut réalisant des ventes à magasins comparables<sup>3</sup> à deux chiffres. La division Professional Solutions a été soutenue par une forte performance au Brésil et par une croissance à deux chiffres au Mexique.

## Compte de résultat et Indicateurs Alternatifs de Performance

### Compte de résultat consolidé condensé d'EssilorLuxottica

En millions d'euros	S1 2023	S1 2022	Variation
Chiffre d'affaires	12 851	11 994	7,1 %
Coût des ventes	(4 629)	(4 278)	8,2 %
<b>MARGE BRUTE</b>	<b>8 221</b>	<b>7 716</b>	<b>6,5 %</b>
<i>En % du chiffre d'affaires</i>	64,0 %	64,3 %	
<b>Charges opérationnelles</b>	<b>(6 389)</b>	<b>(6 006)</b>	<b>6,4 %</b>
<b>RÉSULTAT OPÉRATIONNEL</b>	<b>1 832</b>	<b>1 711</b>	<b>7,1 %</b>
<i>En % du chiffre d'affaires</i>	14,3 %	14,3 %	
<b>RÉSULTAT AVANT IMPÔT</b>	<b>1 759</b>	<b>1 661</b>	<b>5,9 %</b>
<i>En % du chiffre d'affaires</i>	13,7 %	13,9 %	
Impôts sur le résultat	(322)	(424)	-24,1 %
<i>Taux effectif d'impôt</i>	18,3 %	25,5 %	
<b>RÉSULTAT NET</b>	<b>1 437</b>	<b>1 237</b>	<b>16,2 %</b>
<b>RÉSULTAT NET PART DU GROUPE</b>	<b>1 361</b>	<b>1 174</b>	<b>15,9 %</b>

Le tableau ci-dessus présente les performances des activités d'EssilorLuxottica aux premiers semestres 2023 et 2022. La comparabilité de l'information financière présentée n'est plus affectée par la comptabilisation du regroupement entre EssilorLuxottica et GrandVision (effectif au 1<sup>er</sup> juillet 2021).

- Le *Chiffre d'affaires* a augmenté de 7,1 % par rapport au premier semestre 2022, à taux de change courants ; la performance du *Chiffre d'affaires* du Groupe sur le semestre est commentée, par activité ainsi que par zone géographique, dans le paragraphe précédent *Chiffre d'affaires consolidé*.
- Le *Coût des ventes* affiche une hausse de 8,2 %, à taux de change courants, par rapport au premier semestre 2022, entraînant une baisse du taux de *Marge brute* (64,0 % contre 64,3 % pour le premier semestre 2022). Le principal facteur de dilution du taux de *Marge brute* est l'évolution des taux de change. De plus, le prix-mix positif et les gains d'efficacité des opérations industrielles ont été globalement compensés par la hausse des demandes d'indemnisations d'assurance. De plus, la *Marge brute* a été impactée par une radiation de stocks consécutive à la décision stratégique de changer progressivement l'assortiment des produits du réseau de magasins GrandVision.
- Les *Charges opérationnelles* sont toujours significativement impactées par les amortissements résultant de la comptabilisation des actifs corporels et incorporels suite à l'allocation du prix d'acquisition liée au rapprochement entre Essilor et Luxottica et à l'acquisition de GrandVision (environ 484 millions d'euros au premier semestre 2023 contre environ 479 millions d'euros comptabilisés sur la même période l'année dernière). La performance du premier semestre 2023 (une hausse de 6,4 % à taux de change courants) a été impactée par les tendances inflationnistes, en particulier sur le coût du travail, ainsi que par les décisions stratégiques prises quant au périmètre GrandVision afin de favoriser son intégration (voir paragraphe *Indicateurs ajustés* pour plus de détails). Le *Résultat opérationnel* représente 14,3 % du chiffre d'affaires, ce qui est en ligne avec le premier semestre 2022.
- Le *Résultat net* a significativement augmenté pour atteindre 1 437 millions d'euros à comparer au résultat net de 1 237 millions d'euros réalisé sur le premier semestre 2022, en raison d'une hausse des charges financières plus que compensée par un produit d'impôt significatif relatif à la réévaluation d'une *position fiscale incertaine* (voir paragraphe *Indicateurs ajustés*).

## Les Indicateurs Alternatifs de Performance (IAP) d'EssilorLuxottica

### Indicateurs ajustés

Dans ce document, la Direction présente certains indicateurs de performance qui ne sont pas prévus par les normes IFRS (*International Financial Reporting Standards*) émises par l'*International Accounting Standards Board* (IASB, Bureau international des normes comptables) et approuvées par l'Union européenne. Ces agrégats ne sont pas destinés à être utilisés isolément ou à remplacer les agrégats figurant dans les états financiers semestriels consolidés résumés d'EssilorLuxottica établis conformément aux normes IFRS. En effet, ces agrégats doivent être utilisés et analysés conjointement aux états financiers semestriels consolidés résumés d'EssilorLuxottica pour une meilleure compréhension des performances opérationnelles du Groupe. Ces agrégats ne sont pas définis par les normes IFRS et les investisseurs sont invités à examiner avec attention leurs définitions.

Le rapprochement entre Essilor et Luxottica (« Rapprochement EL »), l'acquisition de GrandVision (« Acquisition GV »), les autres acquisitions stratégiques et significatives ainsi que les événements inhabituels, occasionnels ou sans rapport avec les activités normales ont un impact significatif sur les résultats consolidés. Par conséquent, certains agrégats ont été ajustés (« indicateurs ajustés »), dans le but de fournir des informations supplémentaires en base comparable par rapport aux exercices précédents, de refléter les performances économiques réelles d'EssilorLuxottica et de permettre leur suivi et leur comparabilité avec ceux de ses concurrents. En particulier, la Direction a ajusté les indicateurs suivants : le *Coût des ventes*, la *Marge brute*, les *Charges opérationnelles*, le *Résultat opérationnel*, le *Résultat avant impôt* et le *Résultat net*. Ces mesures ajustées sont rapprochées de leurs mesures les plus comparables présentées dans les états financiers semestriels consolidés résumés pour la période de six mois close le 30 juin 2023.

En continuité avec les périodes précédentes, pour le premier semestre 2023 les indicateurs ajustés ne tiennent pas compte : (i) des impacts supplémentaires liés à l'allocation du prix d'acquisition relatif aux acquisitions stratégiques et significatives réalisées par le Groupe (*Ajustements liés à l'allocation du prix d'acquisition*) ; et (ii) des autres ajustements relatifs aux transactions inhabituelles, occasionnelles, ou sans rapport avec les activités normales, l'impact de ces événements pouvant altérer la compréhension de la performance du Groupe (*Autres ajustements « non-GAAP »*).

En millions d'euros	S1 2023	Ajustements liés à l'allocation du prix d'acquisition	Autres ajustements « non-GAAP »	S1 2023 Ajusté <sup>2</sup>
Chiffre d'affaires	12 851	—	—	12 851
Coût des ventes	(4 629)	5	17	(4 607)
<b>MARGE BRUTE</b>	<b>8 221</b>	<b>5</b>	<b>17</b>	<b>8 243</b>
<i>En % du chiffre d'affaires</i>	64,0 %			64,1 %
<b>Charges opérationnelles</b>	<b>(6 389)</b>	<b>439</b>	<b>54</b>	<b>(5 896)</b>
<b>RÉSULTAT OPÉRATIONNEL</b>	<b>1 832</b>	<b>444</b>	<b>71</b>	<b>2 347</b>
<i>En % du chiffre d'affaires</i>	14,3 %			18,3 %
Coût de l'endettement financier net et autres *	(73)	(0)	—	(75)
<b>RÉSULTAT AVANT IMPÔT</b>	<b>1 759</b>	<b>443</b>	<b>71</b>	<b>2 272</b>
<i>En % du chiffre d'affaires</i>	13,7 %			17,7 %
Impôts sur le résultat	(322)	(91)	(121)	(534)
<b>RÉSULTAT NET</b>	<b>1 437</b>	<b>352</b>	<b>(51)</b>	<b>1 739</b>
<b>RÉSULTAT NET PART DU GROUPE</b>	<b>1 361</b>	<b>345</b>	<b>(51)</b>	<b>1 655</b>

\* Incluant les *Autres produits / (charges) financiers* et la *Quote-part dans le résultat net des sociétés mises en équivalence*.

Les Autres ajustements « non-GAAP » les plus significatifs sur le premier semestre 2023 sont relatifs à :

- L'intégration de GrandVision (pour près de 50 millions d'euros), qui comprend la fermeture du siège social de Schiphol et des projets de restructuration dans plusieurs autres pays ainsi que le réassortiment stratégique des produits dans le réseau de magasins GrandVision. Les impacts ont été comptabilisés en *Frais généraux et administratifs* (environ 30 millions d'euros), *Frais commerciaux et de publicité et marketing* (6 millions d'euros) et *Coût des ventes* (12 millions d'euros) ;
- le règlement d'une importante action de groupe (*class action*) aux États-Unis (19 millions d'euros) dont l'impact a été comptabilisé en *Frais généraux et administratifs*;
- les effets positifs résultant des activités de croissance externe du Groupe pour environ 14 millions d'euros, comptabilisés en *Autres produits / (charges)*; et
- la clarification de certains traitements fiscaux conduisant à un effet positif comptabilisé dans la ligne *Impôts sur le résultat* à la suite des discussions menés avec les autorités fiscales compétentes (111 millions d'euros).

## Compte de résultat consolidé ajusté<sup>2</sup>

En millions d'euros

	S1 2023 Ajusté <sup>2</sup>	S1 2022 Ajusté <sup>2</sup>	Variation à taux de change constants <sup>1</sup>	Variation à taux de change courants
Chiffre d'affaires	12 851	11 994	8,2%	7,1%
Coût des ventes	(4 607)	(4 265)	8,9%	8,0%
<b>MARGE BRUTE</b>	<b>8 243</b>	<b>7 729</b>	<b>7,9%</b>	<b>6,7%</b>
<i>En % du chiffre d'affaires</i>	64,1%	64,4%		
Frais de recherche et développement	(169)	(158)	7,4%	6,9%
Frais de commercialisation	(3 724)	(3 461)	8,5%	7,6%
Redevances	(127)	(109)	17,8%	16,7%
Frais de publicité et de marketing	(828)	(812)	2,7%	1,9%
Frais généraux et administratifs	(1 050)	(985)	7,4%	6,7%
Autres produits / (charges) opérationnels	2	(3)	>100%	>100%
<b>Total des charges opérationnelles</b>	<b>(5 896)</b>	<b>(5 528)</b>	<b>7,5%</b>	<b>6,7%</b>
<b>RÉSULTAT OPÉRATIONNEL</b>	<b>2 347</b>	<b>2 202</b>	<b>8,8%</b>	<b>6,6%</b>
<i>En % du chiffre d'affaires</i>	18,3%	18,4%		
Coût de l'endettement financier net et autres *	(75)	(52)	43,4%	43,7%
<b>RÉSULTAT AVANT IMPÔT</b>	<b>2 272</b>	<b>2 150</b>	<b>8,0%</b>	<b>5,7%</b>
<i>En % du chiffre d'affaires</i>	17,7%	17,9%		
Impôts sur le résultat	(534)	(527)		
<i>Taux effectif d'impôt</i>	23,5%	24,5%		
<b>RÉSULTAT NET</b>	<b>1 739</b>	<b>1 623</b>	<b>9,4%</b>	<b>7,1%</b>
<b>RÉSULTAT NET PART DU GROUPE</b>	<b>1 655</b>	<b>1 548</b>	<b>9,0%</b>	<b>6,9%</b>

\* Incluant les *Autres produits / (charges) financiers* et la *Quote-part dans le résultat net des sociétés mises en équivalence*.

Le **Chiffre d'affaires** du premier semestre s'est élevé à 12 851 millions d'euros, en hausse de 8,2 % à taux de change constants<sup>1</sup> (+7,1 % à taux de change courant).

**Marge brute ajustée<sup>2</sup> : +7,9 % à taux de change constants<sup>1</sup> (6,7 % à taux de change courants)**

La *Marge brute ajustée<sup>2</sup>* s'est élevée à 8 243 millions d'euros au premier semestre 2023, représentant 64,1 % du chiffre d'affaires.

Un des principaux facteurs de dilution du taux de *Marge brute* est l'évolution des taux de change. De plus, le prix-mix positif et les gains d'efficacité des opérations industrielles ont été globalement compensés par la hausse des demandes d'indemnisations d'assurance.

Les principales variations relatives aux *Charges opérationnelles* portent sur :

- Des *Frais de commercialisation* de 3 724 millions d'euros, en augmentation de 8,5 % à taux de change constants<sup>1</sup> par rapport au premier semestre 2022, le principal élément de l'augmentation des coûts s'explique par les tendances inflationnistes actuelles, plus particulièrement sur les charges de personnel.
- Des *Frais de publicité et de marketing* de 828 millions d'euros, en hausse de près de 3 % à taux de change constants<sup>1</sup> en raison d'investissements ciblés sur les initiatives du Groupe dans la santé visuelle à travers le monde et en soutien au lancement des nouveaux produits tels que RayBan Reverse et Varilux XR series.
- Des *Frais généraux et administratifs* de 1 050 millions d'euros, en hausse de 7,4 % à taux de change constants<sup>1</sup>, par rapport à la même période en 2022, liée à l'augmentation des investissements dans les infrastructures informatiques du Groupe et l'impact de l'inflation sur les charges de personnel.

**Résultat opérationnel ajusté<sup>2</sup> : +8,8 % à taux de change constants<sup>1</sup> (+6,6 % à taux de change courants)**

Le Groupe a enregistré un *Résultat opérationnel ajusté<sup>2</sup>* de 2 347 millions d'euros, représentant 18,3 % du chiffre d'affaires comparé aux 18,4 % sur la même période en 2022 (18,5 % à taux de change constants<sup>1</sup>, soit une amélioration d'environ 10 points de base comparé au premier semestre 2022).

**Coût de l'endettement financier net ajusté<sup>2</sup> et autres**

Le *Coût de l'endettement financier net ajusté<sup>2</sup>* a légèrement diminué par rapport au premier semestre 2022 en raison d'une structure financière plus efficace, contrebalancé par un effet négatif résultant de transactions en devises.

**Impôts sur le résultat ajusté<sup>2</sup>**

La charge d'impôts ajustée<sup>2</sup> s'est élevée à 534 millions d'euros, reflétant un taux d'impôt ajusté<sup>2</sup> de 23,5 % pour le premier semestre 2023 par rapport au taux d'impôt ajusté du premier semestre 2022 (24,5 %).

**Résultat net part du Groupe ajusté<sup>2</sup> en hausse de +9,0 % à taux de change constants<sup>1</sup> (+6,9 % à taux de change courants)**

## Bilan, endettement financier net, flux de trésorerie et autres mesures « non-GAAP »

### État de la situation financière consolidée d'EssilorLuxottica reclassé

L'état reclassé de la situation financière consolidée d'EssilorLuxottica agrège les montants des actifs et des passifs de l'état de la situation financière consolidée conformément aux critères fonctionnels qui considèrent le Groupe classiquement divisé en trois domaines fondamentaux axés sur les investissements, l'exploitation et le financement.

En millions d'euros	30 juin 2023	31 décembre 2022
Goodwill	30 394	30 734
Immobilisations incorporelles	11 555	12 122
Immobilisations corporelles	4 867	4 747
Droit d'utilisation	3 014	3 010
Titres mis en équivalence	82	83
Autres actifs non courants	833	817
<b>Actifs immobilisés</b>	<b>50 746</b>	<b>51 512</b>
<b>Besoin en fonds de roulement commercial</b>	<b>3 656</b>	<b>3 189</b>
<b>Avantages au personnel et provisions</b>	<b>(1 033)</b>	<b>(1 016)</b>
Créances d'impôts / (dettes)	(603)	(451)
Impôts différés actifs / (passifs)	(1 870)	(1 970)
<b>Impôts actifs / (passifs)</b>	<b>(2 472)</b>	<b>(2 421)</b>
<b>Autres actifs opérationnels courants / (passifs)</b>	<b>(2 471)</b>	<b>(2 871)</b>
<b>Actifs / (passifs) destinés à la vente</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>CAPITAL NET INVESTI</b>	<b>48 425</b>	<b>48 392</b>
<b>CAPITAUX PROPRES</b>	<b>38 365</b>	<b>38 147</b>
<b>ENDETTEMENT FINANCIER NET</b>	<b>10 060</b>	<b>10 246</b>

Les *Actifs immobilisés*, d'une valeur de 50 746 millions d'euros ont diminué de 766 millions d'euros par rapport au 31 décembre 2022. Les principales catégories d'actifs contribuant à cette diminution sont indiquées ci-dessous:

- i. *Goodwill* : le goodwill a diminué de 339 millions d'euros, dont 434 millions d'euros dus aux effets des variations des taux de change, compensés en partie par une augmentation de 95 millions d'euros résultant des regroupements mineurs d'entreprises intervenus sur la période.
- ii. *Les immobilisations incorporelles* : la diminution de 566 millions d'euros est principalement liée aux charges d'amortissement de la période pour 649 millions d'euros (significativement impactées par les charges d'amortissement résultant de la reconnaissance d'actifs incorporels suite à l'allocation du prix d'acquisition relatif au Rapprochement EL et à l'Acquisition GV), et des effets des variations des taux de change pour 93 millions d'euros, compensés partiellement par les nouvelles acquisitions de la période pour 162 millions d'euros principalement en licences et logiciels.
- iii. *Les Immobilisations corporelles* et le *Droit d'utilisation* : l'augmentation d'ensemble sur la période est de 125 millions d'euros. Les nouvelles immobilisations de la période (dépenses en investissements pour près de 521 millions d'euros, ainsi que la comptabilisation de nouveaux droits d'utilisation dans le cadre des contrats de location conclus sur le premier semestre 2023 pour 505 millions d'euros) ont été compensés par les charges d'amortissement et de dépréciation de la période pour un montant de 814 millions d'euros.



Le *Besoin en fonds de roulement commercial* (soit la somme des stocks, des créances clients et des dettes fournisseurs) a augmenté de 467 millions d'euros par rapport au 31 décembre 2022 en raison d'une part, de la croissance de la division Professional Solutions et, d'autre part, des effets des variations des taux de change.

Les *Capitaux propres* ont augmenté du résultat net part du Groupe de la période (1 361 millions d'euros) et le solde des capitaux propres a également été impacté par les distributions de dividendes de la période générant une baisse de 551 millions d'euros dont 487 millions d'euros versés aux actionnaires d'EssilorLuxottica n'ayant pas opté pour le dividende en actions (voir paragraphe *Faits marquants*) et 63 millions d'euros distribués aux actionnaires minoritaires des filiales du Groupe. Les charges de rémunération en action ont également impacté les capitaux propres (hausse de 72 millions d'euros) ainsi que le solde net des opérations sur actions propres (diminution de 19 millions d'euros).

L'*Endettement financier net* a diminué de 186 millions d'euros par rapport au 31 décembre 2022, comme illustré dans le paragraphe dédié.

### **Autres mesures « non-GAAP »**

D'autres mesures « non-GAAP » telles que l'Endettement financier net, le Cash-flow libre, l'EBITDA et le ratio d'Endettement financier net sur EBITDA sont également incluses dans ce document en vue de :

- renforcer la transparence pour les investisseurs ;
- aider les investisseurs à évaluer la performance opérationnelle du Groupe et sa capacité à refinancer sa dette à mesure qu'elle arrive à échéance et à contracter des dettes supplémentaires pour investir dans de nouvelles opportunités opérationnelles ;
- aider les investisseurs à évaluer le coût de la dette du Groupe ;
- veiller à ce que ces mesures soient pleinement comprises à la lumière de la manière dont le Groupe évalue ses résultats opérationnels et son effet de levier ;
- définir correctement les paramètres utilisés et confirmer leur calcul ; et
- partager simultanément ces mesures avec tous les investisseurs.

Ces autres mesures « non-GAAP » ne sont pas destinées à être utilisées isolément ou à remplacer les agrégats figurant dans les états financiers semestriels consolidés résumés d'EssilorLuxottica établis conformément aux normes IFRS, mais devraient plutôt être utilisées en complément des résultats IFRS afin d'aider le lecteur à mieux comprendre la performance opérationnelle du Groupe. En outre, les investisseurs doivent être conscients que la méthode de calcul de ces mesures « non-GAAP » peut différer de celle employée par d'autres sociétés.

Le tableau suivant présente un rapprochement entre ces mesures « non-GAAP » et les mesures financières IFRS les plus directement comparables.

<i>En millions d'euros</i>	<b>S1 2023</b>	<b>S1 2022</b>
Flux de trésorerie provenant des activités opérationnelles <sup>(a)</sup>	2 176	2 144
Acquisitions d'immobilisations corporelles et incorporelles <sup>(a)</sup>	(751)	(768)
Remboursements du principal des dettes de loyers <sup>(a)</sup>	(471)	(469)
<b>CASH-FLOW LIBRE</b>	<b>954</b>	<b>906</b>
Résultat opérationnel <sup>(b)</sup>	1 832	1 711
Amortissements, dépréciations et pertes de valeur <sup>(a)</sup>	1 463	1 433
<b>EBITDA</b>	<b>3 295</b>	<b>3 144</b>
<b>ENDETTEMENT FINANCIER NET <sup>(c)</sup></b>	<b>10 060</b>	<b>10 415</b>
<b>ENDETTEMENT FINANCIER NET / EBITDA LTM <sup>(d)</sup></b>	<b>1,6</b>	<b>1,8</b>

(a) Tels que présentés dans le tableau des flux de trésorerie consolidés.

(b) Tel que présenté dans le compte de résultat consolidé.

(c) L'Endettement financier net est présenté dans la Note 14 – *Dettes financières, incluant les dettes de loyer* des Notes aux états financiers semestriels consolidés résumés. Ses composantes sont aussi présentées dans le paragraphe *Endettement financier net* ci-dessous

(d) EBITDA LTM = 12 mois glissants, 6 278 millions d'euros sur la période de 12 mois close au 30 juin 2023 et 5 649 millions d'euros sur la période de 12 mois close au 30 juin 2022.

## Endettement financier net

L'*Endettement financier net (hors dettes de loyer)* du Groupe a atteint 10 060 millions d'euros au 30 juin 2023, soit une baisse de 186 millions d'euros par rapport au 31 décembre 2022. Au 30 juin 2023, le solde des dettes de loyer est similaire à celui à fin 2022.

<i>En millions d'euros</i>	<b>30 juin 2023</b>	<b>31 décembre 2022</b>
Dettes financières non courantes	6 563	7 858
Dettes financières courantes	2 008	1 164
<b>TOTAL PASSIFS</b>	<b>8 571</b>	<b>9 022</b>
Investissements court terme	(8)	—
Trésorerie et équivalents de trésorerie	(1 688)	(1 960)
<b>TOTAL ACTIFS</b>	<b>(1 695)</b>	<b>(1 960)</b>
Instruments dérivés de taux d'intérêt (couverture de juste valeur)	6	2
Instruments dérivés de change à la juste valeur	1	(1)
<b>ENDETTEMENT FINANCIER NET hors dettes de loyer</b>	<b>6 883</b>	<b>7 063</b>
Dettes de loyer (courantes et non courantes)	3 177	3 182
<b>ENDETTEMENT FINANCIER NET</b>	<b>10 060</b>	<b>10 246</b>

Les dettes financières non courantes ont diminué par rapport au 31 décembre 2022, essentiellement du fait du reclassement en dettes financières courantes de 1,3 milliards d'Eurobonds qui arrivent à échéance entre janvier et avril 2024. Les dettes financières courantes ont été impactées par le remboursement d'un Eurobond de 1 milliard d'euros arrivé à échéance en mai 2023, et contrebalancé par le reclassement indiqué ci-dessus et par l'émission de divers *Commercial Paper* principalement dans le cadre du programme USCP.

## Tableau des flux de trésorerie consolidés reclassé

Le tableau des flux de trésorerie consolidés reclassé réconcilie l'EBITDA avec le flux net de trésorerie généré par le Groupe en mettant en évidence le flux de trésorerie provenant de l'exploitation (*Cash-flow libre*).

<i>En millions d'euros</i>	<b>S1 2023</b>	<b>S1 2022</b>
<b>EBITDA</b>	<b>3 295</b>	<b>3 144</b>
Variation du besoin en fonds de roulement commercial <sup>(a)</sup>	(548)	(355)
Dépenses d'investissements	(751)	(768)
Paiement des loyers (hors intérêts) <sup>(b)</sup>	(471)	(469)
Autres flux de trésorerie d'exploitation	(571)	(646)
<b>CASH-FLOW LIBRE</b>	<b>954</b>	<b>906</b>
Dividendes versés	(551)	(519)
Acquisitions de filiales, net de la trésorerie acquise	(75)	(800)
Autres variations des capitaux propres	(25)	(340)
Autres variations d'actifs financiers et non financiers	(85)	16
Variation des dettes financières (hors écarts de change)	(449)	997
<b>VARIATION DE LA TRÉSORERIE</b>	<b>(230)</b>	<b>260</b>

(a) *Besoin en fonds de roulement commercial*: stocks, créances clients et dettes fournisseurs.

(b) *Remboursements du principal des dettes de loyers* tels que présentés dans le tableau des flux de trésorerie consolidés.

Les *Dépenses d'investissements* décaissées s'élèvent à 751 millions d'euros, sensiblement en ligne avec la période comparative de l'année précédente et représentent environ 6 % du chiffre d'affaires du Groupe.

La ligne *Acquisitions de filiales, net de la trésorerie acquise*, représente les sorties nettes de trésorerie relatives aux regroupements d'entreprises finalisés sur la période, et dans un effet moindre, les compléments de prix et/ou paiements différés portant sur des acquisitions finalisées les années passées. Au premier semestre 2022, le montant était nettement plus élevé en raison des acquisitions, entre autres, de Walman, SightGlass Vision et Fedon.

La ligne *Autres variations des capitaux propres* intègre entre autres, les effets des opérations relatives aux participations ne donnant pas le contrôle ainsi que les sorties de trésorerie relatives aux programmes de rachat d'actions (19 millions d'euros sur le premier semestre 2023, 338 millions d'euros pour le premier semestre 2022) compensés par les encaissements liés aux augmentations de capital en numéraire et de l'exercice d'options de souscription d'actions.

Les flux reportés dans la ligne *Autres variations d'actifs financiers et non financiers* au premier semestre 2023 comprennent les décaissements issus des prises de participation financières dans des sociétés non consolidées.

Enfin, la ligne *Variation des dettes financières (hors écarts de change)* a été principalement impactée par les mouvements décrits dans le paragraphe *Endettement financier net*.

## Acquisitions et partenariats

Au cours du premier semestre 2023, EssilorLuxottica a poursuivi sa stratégie de fusions et acquisitions dans certaines activités et zones géographiques.

Les principales acquisitions réalisées sur la période portent sur des entités opérant sur le marché des Instruments ainsi que sur une start-up travaillant sur le développement de nouveaux produits.

## *Mission et développement durable*

### **Actualité de la mission, OneSight EssilorLuxottica Foundation**

Au cours du premier semestre, la Société s'est attachée à atteindre son objectif ambitieux, à savoir, contribuer à éliminer la mauvaise vision non corrigée d'ici une génération grâce à OneSight EssilorLuxottica Foundation. Depuis janvier, plus de 5 millions d'individus ont été équipés de lunettes et 58 millions de personnes bénéficient à présent d'un accès durable à la santé visuelle à travers les 1 668 points d'accès durables créés.

Un nombre record de salariés se sont inscrits au programme « iVolunteer » récemment lancé par OneSight EssilorLuxottica Foundation. « iVolunteer » donne aux salariés l'opportunité de participer bénévolement à des événements locaux de dépistage des troubles de la vue et, pour la première fois, la chance de faire partie d'équipes dédiées à des projet numériques, ce qui contribue à donner plus d'ampleur aux initiatives de OneSight EssilorLuxottica Foundation rendant ainsi le bénévolat accessible à plus d'employés.

Le bénévolat demeure un élément essentiel du succès des programmes philanthropiques de OneSight EssilorLuxottica Foundation, ceux-ci étant un moteur puissant de l'engagement des salariés. Cette année, des équipes d'employés bénévoles, dont des salariés de GrandVision, ont soutenu des initiatives de grande envergure et à fort impact incluant le programme « Opening Eyes » du Lions Club International, lors des Jeux Olympiques Spéciaux de Berlin. Les bénévoles ont dépisté 2 965 athlètes en situation de handicap et leur ont fourni 1 363 paires de lunettes et équipements de protection visuelle dans le cadre d'un partenariat de 20 ans avec les Jeux Olympiques Spéciaux proposant des services de santé visuelle inclusifs.

Les bénévoles ont également apporté leur soutien à un nouveau partenariat afin d'ouvrir une nouvelle clinique de la vision en République de Moldavie, pour porter assistance aux réfugiés ukrainiens. En collaboration avec le Haut-Commissaire aux Réfugiés des Nations Unies (UNHCR), l'UNHCR Italie, le Ministère de la Santé de la République de Moldavie, la mairie de Ungheni et l'ONG Low Vision, OneSight EssilorLuxottica Foundation a contribué aux dépistages visuels et examens de la vue de 1 000 réfugiés tout en équipant de lunettes celles et ceux qui en avaient besoin. En partenariat avec le Ministère de la Santé en Afrique du Sud, la collaboration de OneSight EssilorLuxottica Foundation avec l'UNHCR s'est étendue en Afrique, où nous avons proposé des dépistages visuels à des réfugiés en Zambie et en Tanzanie.

Les marques du Groupe ont continué de montrer leur soutien à OneSight EssilorLuxottica Foundation, tirant parti de la notoriété de leurs stars ambassadrices et de leurs influenceurs afin de sensibiliser le grand public à la bonne santé visuelle. En Amérique du Nord, l'athlète ambassadrice d'Oakley Diamond DeShields de l'équipe de WNBA des Dallas Wings a participé au dépistage visuel d'écoliers et partagé sur les réseaux sociaux son soutien à OneSight EssilorLuxottica Foundation et son engagement pour une bonne santé visuelle.

Agir auprès des étudiants reste au cœur de notre stratégie mondiale avec notamment l'ouverture de nombreuses cliniques de la vision et le lancement de plusieurs initiatives en Amérique du Nord, en Australie, en Chine et en Inde, élargissant ainsi l'accès des étudiants au dépistage visuel et aux lunettes pour celles et ceux qui en ont besoin.

Concernant l'Inde en particulier, les partenariats avec le gouvernement des états de Goa et de Karnataka pour fournir aux écoliers de ces états un accès universel à la santé visuelle ont beaucoup progressé. OneSight EssilorLuxottica Foundation s'est également engagée à améliorer l'accès aux soins visuels dans des centres de santé existants à travers le pays, avec le déploiement d'Eye Mitras dans les centres de santé et de bien-être gouvernementaux (HWCS) à Odisha.

Depuis 2013, EssilorLuxottica a créé un accès durable aux soins visuels pour plus de 643 millions de personnes dans les communautés mal desservies, établi plus de 24 000 points d'accès aux soins visuels primaires et équipé plus de 63 millions d'individus. Le Groupe a organisé ou soutenu des projets de santé visuelle pour les communautés défavorisées dans plus de 120 pays à ce jour.

## Développement durable, Eyes on The Planet

Poursuivant sa démarche de développement durable avec le programme *Eyes on the Planet*, EssilorLuxottica s'attache aujourd'hui à s'assurer que le développement durable est pleinement intégré par l'ensemble de son écosystème : salariés, fournisseurs, partenaires et clients, au travers d'actions concrètes qui soutiennent chacun des cinq piliers stratégiques qui constituent ce programme : le carbone, la circularité, la bonne vision à travers le monde, l'inclusion et l'éthique.

Voici des exemples d'initiatives déployées au cours de la première partie de l'année qui illustrent les efforts mis en œuvre par le Groupe en termes de développement durable.

- EssilorLuxottica est en bonne voie pour atteindre la neutralité carbone dans ses émissions Scope 1 et 2 (opérations directes) d'ici 2025, en commençant par l'Europe en 2023, l'Italie et la France ayant déjà atteint la neutralité carbone à la fin de l'année 2021. Afin de poursuivre dans cette voie, la Société a signé en mars dernier un contrat d'achat d'électricité de 12 ans avec l'entreprise ERG en Italie pour la fourniture d'électricité d'origine éolienne. Des systèmes photovoltaïques sont également mis en place sur les sites du Groupe afin d'augmenter la proportion d'énergie renouvelable. D'autres initiatives visant à réduire les émissions de carbone d'EssilorLuxottica sont déjà en place : amélioration continue de l'efficacité énergétique, approvisionnement en énergie renouvelable, réduction des déchets et application de critères environnementaux lors de la sélection de fournisseurs logistiques ou lors de la construction ou de la rénovation d'un bâtiment ou d'un magasin.
- Au premier trimestre 2023, EssilorLuxottica s'est engagé dans le cadre de la *Science-Based Targets Initiative* (SBTi). Cet engagement représente un nouveau pas en avant dans l'objectif à long terme du Groupe de lutte contre le changement climatique en réduisant l'empreinte carbone, tant au niveau de ses opérations que de sa chaîne de valeurs. À cet effet, la Société a entamé la réévaluation de son empreinte carbone effectuée en 2021, afin d'avoir une compréhension plus précise de ses impacts directs et indirects, en termes de CO2 en incluant GrandVision.
- La deuxième semaine du développement durable qui s'est tenue du 17 au 21 avril, afin de coïncider avec la journée de la terre, a permis au Groupe de réitérer ses engagements en termes de développement durable tant au sein de l'organisation que de son réseau de solutions professionnelles. Des événements en direct sur la plateforme de formation en ligne Leonardo ont mis en lumière la façon dont la Société apporte au marché des innovations durables et une sensibilisation aux thématiques environnementales. En parallèle, des ateliers relatifs au changement climatique se sont tenus dans différents sites du Groupe. Véritable plateforme d'échange, ils furent l'occasion de discussions informatives et ouvertes sur les actions à mener pour lutter contre le changement climatique.
- Dans le cadre de son engagement pour des routes plus sûres, le Groupe a procédé à des annonces de première importance en mai et juin. Tout d'abord, le Groupe a annoncé un partenariat avec l'Envoyé Spécial des Nations Unies pour la Sécurité Routière, ainsi qu'une campagne de sensibilisation commune en soutien aux objectifs de l'ONU pour la sécurité routière. Par ailleurs, Shamir Optical, une filiale du Groupe, a annoncé le lancement de Shamir Driver Intelligence, une solution révolutionnaire qui permet une vision optimale par n'importe quelle condition de conduite. Enfin, EssilorLuxottica a été présente lors des 24 Heures du Mans avec ses marques emblématiques dont Persol, Essilor, Ray-Ban et Transitions pour sensibiliser le grand public à l'importance d'une bonne vision sur la route.
- L'engagement climatique de la Société est intimement lié à son approche de la circularité, tirant parti du savoir-faire du Groupe en termes d'innovations durables à travers ses produits et services pour respecter les engagements environnementaux de la Société en matière de carbone et de circularité. D'abord lancées en Italie, lors du premier semestre de cette année, et avec l'objectif d'allonger la durée de vie de ses produits, la Société a ouvert la Ray-Ban Repair & Renewal Station (station de réparation et de remplacement de Ray-Ban.) D'abord lancée dans les boutiques Ray-Ban de Florence, Bologne, Milan et Turin entre juin et octobre, la station incite les consommateurs, dans le cadre de leur expérience en magasin, à découvrir la culture de la marque, en bénéficiant de la réparation et du remplacement de ses produits. Un service innovant a également été lancé dans les magasins de Salmoiraghi & Viganò en Italie, il a pour but de prolonger la vie des lunettes dont les consommateurs ne

veulent plus en les réutilisant lorsque cela est possible, leur offrant ainsi une deuxième vie, ou en les recyclant lorsqu'elles ne peuvent plus être réutilisées. Il s'agit d'une nouvelle étape dans le parcours de développement durable de l'enseigne, qui a commencé avec l'introduction de la livraison écologique du dernier kilomètre et l'option d'expédition responsable, un service gratuit en partenariat avec les fournisseurs logistique du Groupe.

- Le déploiement mondial de la stratégie de développement durable du Groupe EssilorLuxottica est également reflété par des programmes de développement durable spécifiques à chaque marque ou domaine d'activité stratégique, qui soutiennent les cinq piliers d'*Eyes on the Planet*. Un exemple récent est le déploiement par Satisloh de sa nouvelle stratégie de développement durable à long terme qui va au-delà des produits et des services pour contribuer à l'ambition du Groupe de faire d'EssilorLuxottica un leader en matière de développement durable.
- La culture de formation inclusive de la Société a été renforcée en juin par un partenariat avec Harvard Business Publishing, faisant de Leonardo une plateforme de premier plan pour la formation de l'industrie tout entière. Depuis son lancement, Leonardo a dispensé près de quatre millions d'heures de formation, y compris le parcours de formation *Eyes on the Planet*.

Dans tous ses aspects, le développement durable est profondément ancré dans l'identité d'EssilorLuxottica. À cet égard, différentes campagnes de sensibilisation relatives à *Eyes on the Planet* ont été lancées sur les différents canaux de communication du Groupe à travers le monde, comme ce fut le cas à l'occasion de la journée internationale des droits des femmes, de la journée de la terre, de la semaine mondiale de la sécurité routière, de la journée mondiale des océans et du mois des fiertés.

Toutes ces initiatives, y compris les très nombreuses autres en cours de développement, contribuent à l'impact positif du Groupe aussi bien en termes de sensibilisation aux thématiques environnementales, que du bien-être des salariés, du développement socio-économique des communautés dans lesquelles le Groupe EssilorLuxottica opère.

## *Événements postérieurs à la clôture*

### **EssilorLuxottica entre sur le marché des solutions auditives avec une nouvelle technologie disruptive, à la croisée de la vue et de l'audition**

Le 25 juillet 2023, EssilorLuxottica a annoncé son entrée dans le marché des solutions auditives. Avec une équipe « Super Audio » dédiée, son expertise R&D interne et grâce à l'acquisition récente de la startup israélienne Nuance, le Groupe va lancer une nouvelle technologie auditive révolutionnaire à destination des 1,25 milliard de consommateurs souffrant d'une perte auditive légère à modérée<sup>a</sup>.

À l'instar du secteur de l'optique, le marché des solutions auditives demeure aujourd'hui sous-adressé pour un certain nombre de raisons, allant de la visibilité des aides auditives traditionnelles à l'inconfort en passant par le prix. Selon des études<sup>b</sup>, 83% des besoins du marché ne seraient pas satisfaits. L'équipe « Super Audio » du Groupe travaille sur le tout premier produit intégré visant à renverser cette situation, par la parfaite intégration d'une technologie auditive de haute qualité dans des lunettes à la mode, dont le lancement est prévu pour le second semestre 2024. Les fonctionnalités audio seront complètement invisibles, éliminant ainsi la barrière psychologique qui a jusqu'ici freiné l'adoption par les consommateurs des aides auditives traditionnelles.

Dans le cadre de son modèle ouvert, EssilorLuxottica s'appuiera sur les canaux traditionnels de distribution des aides auditives ainsi que sur certains grossistes en optique pour rendre cette technologie accessible aux consommateurs dans 150 pays. Le Groupe bénéficiera également de son réseau de détaillants pour soutenir cette nouvelle catégorie et accélérer son expansion à travers le monde.

<sup>a</sup> Organisation mondiale de la Santé - *Rapport mondial sur l'audition*, 2021, page 40

<sup>b</sup> Organisation mondiale de la Santé - *Rapport mondial sur l'audition*, 2021, page 178 fig. 3.9a

## *Perspectives*

La Société 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>4</sup>) et anticipe l'atteinte d'un résultat opérationnel ajusté<sup>2</sup> de l'ordre de 19 à 20 % du chiffre d'affaires à l'issue de cette période.

## Notes

**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 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 (voir le paragraphe dédié *Mesures ajustées*).

**3 Ventés 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.

**4 (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 1<sup>er</sup> janvier 2021. Le chiffre d'affaires comparable a été préparé à titre illustratif dans le seul but de fournir des informations comparables.

**5 Cash-flow libre** : Flux de trésorerie provenant des activités opérationnelles, moins la somme des Acquisitions d'immobilisations corporelles et incorporelles et des Remboursements du principal des dettes de loyers conformément au tableau IFRS des flux de trésorerie consolidés.

**6 Endettement financier net** : somme des Dettes financières courantes et non-courantes, Dettes de loyer courantes et non-courantes, moins les Investissements court-terme, la Trésorerie et équivalents de trésorerie et les Instruments dérivés de taux d'intérêt (couverture de juste valeur) comme présentés dans les états financiers consolidés IFRS.



## Annexe - Extraits des États financiers semestriels consolidés résumés

### Compte de résultat consolidé

<i>En millions d'euros</i>	<b>Premier semestre 2023</b>	<b>Premier semestre 2022</b>
Chiffre d'affaires	12 851	11 994
Coût des ventes	(4 629)	(4 278)
<b>MARGE BRUTE</b>	<b>8 221</b>	<b>7 716</b>
Frais de recherche et développement	(300)	(286)
Frais de commercialisation	(3 987)	(3 731)
Redevances	(127)	(109)
Frais de publicité et de marketing	(881)	(867)
Frais généraux et administratifs	(1 110)	(1 022)
Autres produits / (charges) opérationnels	15	10
<b>Total des charges opérationnelles</b>	<b>(6 389)</b>	<b>(6 006)</b>
<b>RÉSULTAT OPÉRATIONNEL</b>	<b>1 832</b>	<b>1 711</b>
Coût de l'endettement financier net	(60)	(65)
Autres produits / (charges) financiers	(12)	10
Quote-part dans le résultat net des sociétés mises en équivalence	(1)	6
<b>RÉSULTAT AVANT IMPÔT</b>	<b>1 759</b>	<b>1 661</b>
Impôts sur le résultat	(322)	(424)
<b>RÉSULTAT NET</b>	<b>1 437</b>	<b>1 237</b>
dont :		
• part du Groupe	1 361	1 174
• part des participations ne donnant pas le contrôle	77	64
Nombre moyen pondéré d'actions en circulation :		
• de base	445 293 176	440 101 686
• dilué	449 168 702	444 107 551
Résultat net, part du Groupe par action ( <i>en euros</i> ) :		
• de base	3,06	2,67
• dilué	3,03	2,64

## État de la situation financière consolidée

### Actif

<i>En millions d'euros</i>	<b>30 juin 2023</b>	<b>31 décembre 2022</b>
Goodwill	30 394	30 734
Immobilisations incorporelles	11 555	12 122
Immobilisations corporelles	4 867	4 747
Droit d'utilisation	3 014	3 010
Titres mis en équivalence	82	83
Autres actifs non courants	833	817
Impôts différés actifs	417	408
<b>TOTAL ACTIFS NON COURANTS</b>	<b>51 162</b>	<b>51 920</b>
Stocks et en cours	2 916	2 789
Créances clients	3 013	2 697
Créances d'impôt	263	259
Autres actifs courants	1 184	936
Trésorerie et équivalents de trésorerie	1 688	1 960
<b>TOTAL ACTIFS COURANTS</b>	<b>9 063</b>	<b>8 641</b>
<b>TOTAL DE L'ACTIF</b>	<b>60 225</b>	<b>60 561</b>

## État de la situation financière consolidée

### Passif

<i>En millions d'euros</i>	<b>30 juin 2023</b>	<b>31 décembre 2022</b>
Capital	82	81
Primes d'émission	22 850	23 066
Actions propres	(372)	(360)
Autres réserves	13 802	12 516
Résultat net part du Groupe	1 361	2 152
<b>CAPITAUX PROPRES PART DU GROUPE</b>	<b>37 722</b>	<b>37 455</b>
Capitaux propres attribuables aux participations ne donnant pas le contrôle	642	692
<b>TOTAL DES CAPITAUX PROPRES</b>	<b>38 365</b>	<b>38 147</b>
Dettes financières non courantes	6 563	7 858
Dettes de loyers non courantes	2 336	2 336
Avantages au personnel	423	431
Provisions non courantes	271	302
Autres passifs non courants	88	221
Impôts différés passifs	2 287	2 377
<b>TOTAL PASSIFS NON COURANTS</b>	<b>11 967</b>	<b>13 525</b>
Dettes financières courantes	2 008	1 164
Dettes de loyers courantes	840	846
Dettes fournisseurs	2 273	2 297
Dettes d'impôt	865	711
Provisions courantes	339	283
Autres passifs courants	3 567	3 587
<b>TOTAL PASSIFS COURANTS</b>	<b>9 893</b>	<b>8 888</b>
<b>TOTAL DU PASSIF</b>	<b>60 225</b>	<b>60 561</b>

## Tableau des flux de trésorerie consolidés

<i>En millions d'euros</i>	<b>Premier semestre 2023</b>	<b>Premier semestre 2022</b>
<b>RÉSULTAT NET</b>	<b>1 437</b>	<b>1 237</b>
Amortissements, dépréciations et pertes de valeur	1 463	1 433
Résultat des cessions d'actifs	2	1
Charges relatives aux paiements fondés sur des actions	72	71
Impôts sur le résultat	322	424
Résultat financier, net	72	55
Autres éléments sans incidence sur la trésorerie	(11)	(17)
Dotations (reprise) nette aux provisions	41	(29)
Variation du besoin en fonds de roulement commercial	(548)	(355)
Variation des autres créances et dettes opérationnelles	(343)	(336)
Impôts payés, net	(239)	(250)
Frais financiers payés, net	(92)	(90)
<b>FLUX DE TRÉSORERIE PROVENANT DES ACTIVITÉS OPÉRATIONNELLES</b>	<b>2 176</b>	<b>2 144</b>
Acquisitions d'immobilisations corporelles et incorporelles	(751)	(768)
Cession d'immobilisations corporelles et incorporelles	3	9
Acquisition de filiales, net de la trésorerie acquise	(75)	(800)
Variation des autres actifs non financiers	3	69
Variation des autres actifs financiers	(91)	(63)
<b>FLUX DE TRÉSORERIE PROVENANT DES ACTIVITÉS D'INVESTISSEMENT</b>	<b>(911)</b>	<b>(1 553)</b>
Augmentation de capital	2	3
Cession nette / (acquisition nette) d'actions propres	(1)	(338)
Dividendes versés :	(551)	(519)
• aux actionnaires du Groupe	(487)	(454)
• aux détenteurs de participations ne donnant pas le contrôle	(63)	(64)
Opérations relatives aux participations ne donnant pas le contrôle	(25)	(5)
Remboursements du principal des dettes de loyers	(471)	(469)
Émissions d'obligations, de placements privés et d'autres dettes financières à long terme	—	—
Remboursements d'obligations, de placements privés et d'autres dettes financières à long terme	(1 000)	(453)
Variations des autres dettes financières (à court et long terme)	551	1 451
<b>FLUX DE TRÉSORERIE PROVENANT DES ACTIVITÉS DE FINANCEMENT</b>	<b>(1 496)</b>	<b>(330)</b>
<b>VARIATION DE LA TRÉSORERIE ET DES ÉQUIVALENTS DE TRÉSORERIE</b>	<b>(230)</b>	<b>260</b>
Trésorerie et équivalents de trésorerie au début de l'exercice	1 960	3 293
Incidence des variations des taux de change	(42)	192
<b>TRÉSORERIE ET ÉQUIVALENTS DE TRÉSORERIE À LA CLÔTURE</b>	<b>1 688</b>	<b>3 745</b>