



## Un solide trimestre tiré par l'innovation produit

- Croissance du chiffre d'affaires hors effet de change : + 8,4 %
- Accélération dans les pays à forte croissance et rebond aux Etats-Unis
- Succès de Crizal<sup>®</sup> Previncia<sup>™</sup> et Transitions<sup>®</sup> Signature<sup>™</sup>
- Finalisation des acquisitions de Transitions Optical et de Coastal.com

Charenton-le-Pont (29 avril 2014 - 06h30) - Au 31 mars 2014, le chiffre d'affaires consolidé d'Essilor International, numéro un mondial de l'optique ophtalmique, s'établit à 1 322,6 millions d'euros. Par rapport au 1<sup>er</sup> trimestre 2013, le chiffre d'affaires progresse de 8,4 % hors effet de change.

### Chiffre d'affaires consolidé

En millions d'euros	T1 2014 <sup>a</sup>	Variation publiée	Croissance en base homogène	Effet de périmètre	Effet de change
<b>Verres et matériel optique</b>	<b>1 159,7</b>	<b>+ 1,0 %</b>	+ 3,0 %	+ 2,9 %	- 4,9 %
<i>Amérique du Nord</i>	<b>466,8</b>	<b>+ 0,9 %</b>	+ 2,7 %	+ 2,7 %	- 4,5 %
<i>Europe</i>	<b>399,6</b>	<b>- 0,7 %</b>	- 1,0 %	+ 0,6 %	- 0,3 %
<i>Asie/Océanie/ Moyen-Orient/Afrique</i>	<b>211,1</b>	<b>+ 3,1 %</b>	+ 9,1 %	+ 3,9 %	- 9,9 %
<i>Amérique latine</i>	<b>82,2</b>	<b>+ 4,4 %</b>	+ 8,9 %	+ 13,4 %	- 17,9 %
<b>Équipements</b>	<b>38,9</b>	<b>- 8,4 %</b>	- 4,4 %	- 1,0 %	- 3,0 %
<b>Readers</b>	<b>124,0</b>	<b>+ 45,7 %</b>	- 1,8 %	+ 51,0 %	- 3,5 %
<b>TOTAL</b>	<b>1 322,6</b>	<b>+ 3,6 %</b>	<b>+ 2,4 %</b>	<b>+ 6,0 %</b>	<b>- 4,8 %</b>

(a) Depuis le deuxième trimestre 2013, les ventes de Nikon-Essilor en Amérique du Nord et en Europe sont comptabilisées dans leurs régions respectives. Elles étaient précédemment comptabilisées dans la région Asie/Océanie/Moyen-Orient/Afrique.

Commentant ces chiffres, Hubert Sagnières, Président-Directeur Général du groupe, a déclaré : « Avec une croissance de son chiffre d'affaires hors change de 8,4 %, Essilor obtient l'une des meilleures performances trimestrielles de ces trois dernières années, dans un contexte d'une reprise de la demande. Cette performance traduit la dynamique de notre stratégie de création de valeur fondée sur l'innovation produit, le marketing consommateur, le développement d'une offre solaire de qualité et le déploiement de notre modèle unique de partenariats. Depuis le 1<sup>er</sup> avril, Essilor s'est également renforcé avec les acquisitions de Transitions Optical et de Coastal.com, leaders mondiaux sur les segments des verres photochromiques et de la vente en ligne d'équipements optiques. Nos équipes sont déterminées à capitaliser sur ces tendances porteuses pour renforcer la dynamique du groupe dans les trimestres à venir ».

## Un premier trimestre tiré par le rebond de la division Verres et matériel optique

La croissance du chiffre d'affaires de 2,4 % en base homogène est tirée par le rebond de la division « Verres et matériel optique ». Malgré les effets de la perte d'un grand contrat en Europe courant 2013 et des conditions climatiques défavorables en Amérique du Nord, la division affiche une croissance de 3 % en base homogène, la meilleure performance depuis le quatrième trimestre 2012. Ce résultat s'appuie sur un certain nombre de dynamiques porteuses :

- Succès des nouveaux produits, dont le verre Crizal<sup>®</sup> Previncia<sup>™</sup>, le nouveau verre photochromique Transitions<sup>®</sup> Signature<sup>™</sup> ainsi que de la gamme des verres polarisants Xperio<sup>®</sup> ;
- Forte dynamique des pays à forte croissance (Brésil, Chine et Inde notamment) et reprise de l'activité export de ces pays ;
- Rebond de l'activité dans la plupart des pays développés et notamment aux Etats-Unis ;
- Très bonne performance de l'offre de verres progressifs, notamment les produits réalisés en surfaçage numérique.

Les autres divisions du groupe ont souffert d'impacts ponctuels anticipés : faiblesse du carnet de commande de la division Equipements en début d'année et effets de stocks défavorables pour la division Readers.

L'effet périmètre s'élève à 6 %. Il bénéficie notamment de l'importante contribution de Costa Inc. aux Etats-Unis et de Xiamen Yarui en Chine, deux distributeurs de lunettes de soleil, leaders sur leur segment de marché. Parmi les autres contributions notables à l'effet périmètre du premier trimestre figurent celles de Polycore, producteur de verres solaires et de Riverside, un important laboratoire de prescription basé au Canada.

Enfin, l'effet de change reste négatif à - 4,8 % du fait de la dépréciation de l'ensemble des monnaies de facturation du groupe contre l'euro, à l'exception de la livre sterling. Les impacts les plus sensibles concernent le dollar américain et le real brésilien.

### Activité par région et division

En **Amérique du Nord**, la croissance en base homogène affiche un net rebond (+ 2,7 %). Aux Etats-Unis, l'activité profite d'une demande croissante pour les verres progressifs du groupe réalisés en surfaçage numérique, de l'impact positif des réseaux de tiers-payant sur l'activité laboratoires et du succès des nouveaux produits. Ainsi, les verres anti-reflet Crizal<sup>®</sup> retrouvent un niveau de croissance soutenu, le verre progressif Varilux<sup>®</sup> S series<sup>™</sup> accélère son développement et Transitions<sup>®</sup> Signature<sup>™</sup>, le nouveau verre photochromique lancé en début d'année, connaît des débuts très prometteurs. En outre, le segment des verres polarisants est lui aussi très dynamique, tiré par la forte croissance de la gamme Xperio<sup>®</sup>. L'activité avec les grands comptes est bien orientée.

Enfin, la bonne dynamique de l'activité des laboratoires permet également au Canada de renouer avec une croissance tonique.

L'**Europe** (- 1,0 % en base homogène) est impactée par la perte d'un contrat commercial en 2013. La région profite du succès des nouveaux verres progressifs de milieu de gamme Varilux<sup>®</sup> E series<sup>™</sup> et Intuitiv<sup>™</sup> et du verre haut de gamme Varilux<sup>®</sup> S series<sup>™</sup>. L'activité est tirée par un fort rebond en Espagne où le groupe a gagné un important contrat avec la première chaîne d'optique domestique et a bénéficié du succès d'un programme promotionnel. Au Royaume-Uni, la croissance s'appuie sur une dynamique favorable, tant avec les grands comptes qu'avec les opticiens indépendants. La croissance en Suisse et dans les pays de l'Est, qui s'appuie sur la gamme de verres Varilux<sup>®</sup>, compense une situation difficile au Portugal et aux Pays-Bas. En France, où la demande est pénalisée par l'évolution du contexte réglementaire, les innovations continuent de recevoir un très bon accueil chez les opticiens indépendants, à l'instar du verre Crizal<sup>®</sup> Previncia<sup>™</sup>.

L'**Asie/Océanie/Moyen-Orient/Afrique** (+ 9,1 % en base homogène, dont + 5,0 % dans les pays développés et + 10,6 % dans les pays à forte croissance) profite de la poursuite des bonnes performances domestiques des principaux pays à forte croissance de la zone, à laquelle s'ajoute une reprise de l'export et un rebond des pays développés. En Chine, le succès des nouveaux produits se confirme avec la montée en puissance des verres anti-fatigue et des verres anti-reflet Crizal<sup>®</sup> UV. Ceci se traduit par des gains de parts de marché chez les clients existants et par la conquête de nouveaux clients. En Inde, la notoriété des marques Varilux<sup>®</sup> et Crizal<sup>®</sup> continue à tirer l'activité. La Russie progresse fortement tandis que l'Afrique du Sud se redresse. Dans les pays développés de la région, le Japon poursuit sa nette progression grâce à la normalisation de l'environnement concurrentiel, à la solidité des relations clients et au succès des nouveaux produits. En Australie, l'activité bénéficie d'une bonne croissance chez les optométristes indépendants, groupements et chaînes.

L'ensemble des pays d'**Amérique latine** est en forte croissance (+ 8,9 % en base homogène), à l'exception de l'Argentine où le marché continue de souffrir d'un contexte économique très perturbé. Au Brésil, la croissance continue d'être alimentée par les marques phares du groupe, notamment Varilux<sup>®</sup>, mais également par les autres catégories de produits. Le groupe a notamment positionné la marque Kodak<sup>®</sup> comme offre de référence dans le milieu de gamme, permettant de raffiner sa stratégie multi-réseaux. Au Mexique, dans un contexte économique peu porteur, Essilor continue de gagner des parts de marché. Le groupe commence à y bénéficier de la mise en place d'un contrat à long terme avec une importante organisation non gouvernementale spécialisée dans l'accès aux services de santé pour les plus modestes. En Colombie, Essilor a développé avec succès de nouvelles campagnes promotionnelles pour renforcer les marques Varilux<sup>®</sup> et Transitions<sup>®</sup>, et lancé les verres de marque Nikon<sup>®</sup>. Enfin, le Chili réalise une très forte croissance.

La division **Equipements** (- 4,4 % en base homogène) affiche un recul de ses facturations en raison d'un fort niveau de livraison de commandes au dernier trimestre de 2013, notamment en Amérique latine. Au-delà de cet effet mécanique, Satisloh a connu une croissance soutenue dans les pays développés, tirée par les ventes de machines de dépôt sous vide et par le succès de sa nouvelle offre en matière de taillage-montage. Au cours du premier trimestre, Satisloh a également introduit une nouvelle

machine d'auto-blocage du verre proposant une technologie éco-responsable. Baptisée ART « *Alloy Replacement Technology* », cette machine utilise exclusivement des composants organiques recyclables et a reçu de fortes marques d'intérêt au salon de l'optique Vision Expo de New York fin mars.

La division **Readers** (- 1,8 % en base homogène) a subi quelques effets défavorables au premier trimestre dont le déstockage de la part de l'un de ses gros clients pour la partie lunettes loupe, néanmoins en progression, et un effet de réassort négatif ponctuel dans les ventes de lunettes de soleil. En revanche, les ventes des produits de FGX aux consommateurs ont été très dynamiques et soutenues par le lancement de nouveaux produits et des campagnes de publicité. L'activité à l'international a continué à bien progresser, notamment dans les pays d'Europe où FGX International est implantée.

## Événements importants survenus depuis le 1<sup>er</sup> janvier 2014 et autres opérations

### Transitions Optical Inc.

Le 1<sup>er</sup> avril 2014, Essilor a annoncé la finalisation effective de l'acquisition des 51 % du capital détenus par PPG dans Transitions Optical, leader mondial de la fourniture de verres photochromiques pour les producteurs de l'industrie optique, et de 100 % du capital d'InterCast, fabricant de verres solaires de haute qualité. Fondée en 1990, Transitions Optical est basée à Pinellas Park en Floride (Etats-Unis). Son chiffre d'affaires s'est élevé à 844 millions de dollars en 2013, dont 279 millions de dollars avec des producteurs de verres autres qu'Essilor. Transitions Optical et InterCast sont intégrées globalement dans le périmètre de consolidation d'Essilor depuis le 1<sup>er</sup> avril 2014. Selon les estimations du groupe, l'intégration de Transitions Optical aura un impact positif sur les indicateurs financiers d'Essilor, avec notamment une augmentation du taux de marge de contribution du groupe de l'ordre de 150 points de base à partir de la deuxième année d'intégration, un effet positif sur le bénéfice par action dès 2014 et d'au moins 5 % par an les années suivantes et un impact positif d'environ 0,5 point sur la croissance organique du groupe à partir de la troisième année d'intégration.

### Costa Inc.

Au cours du premier trimestre, Essilor a finalisé l'acquisition de la totalité du capital de Costa Inc., l'un des leaders américains des lunettes de soleil à haute performance.

Basée à Lincoln dans le Rhode Island (États-Unis), Costa Inc. conçoit, assemble et distribue des lunettes de soleil sous les marques Costa, la marque de lunettes de soleil à haute performance la plus dynamique aux États-Unis, et Native. La société a généré un chiffre d'affaires de près de 100 millions de dollars en 2013. Costa Inc. est intégrée dans le périmètre de consolidation d'Essilor depuis le 1<sup>er</sup> février 2014 au sein de la division « Readers ».

### **Coastal.com**

Le 28 avril, Essilor International a finalisé l'acquisition de la totalité du capital de Coastal.com, l'un des principaux acteurs mondiaux de la vente d'optique par Internet (voir communiqué publié le 28 avril).

Basée à Vancouver, Colombie Britannique (Canada), Coastal.com conçoit et distribue l'une des plus larges sélections d'équipements optiques disponibles sur Internet : lentilles de contact, lunettes de vue avec ou sans prescription, lunettes de soleil et accessoires. La société a généré un chiffre d'affaires de 218 millions de dollars canadiens au cours de son dernier exercice fiscal clos le 31 octobre 2013. Coastal.com sera intégrée dans le périmètre de consolidation d'Essilor à compter du 1<sup>er</sup> mai 2014.

### **Autres partenariats**

Le groupe a renforcé son ancrage local aux Etats-Unis en prenant une participation majoritaire dans deux laboratoires de prescription depuis le début de l'année :

- Plunkett Optical, un laboratoire de prescription basé dans l'Arkansas et réalisant un chiffre d'affaires de 3,3 millions de dollars américains.
- iCoat, un laboratoire de prescription indépendant basé dans l'Etat de Californie spécialisé dans le développement et la vente sous licence de technologies de dépôt de couches minces et de finition pour des équipements optiques haut de gamme. iCoat réalise un chiffre d'affaires annuel d'environ 26 millions de dollars, notamment auprès des chaînes d'optique et des sociétés de couverture de soins visuels en Amérique du Nord.

### **Ouverture d'un nouveau Centre Innovation et Technologies en France**

Essilor a ouvert à Créteil son Centre Innovation et Technologies (CI&T) pour l'Europe, le plus grand campus mondial privé dédié à la recherche et à l'innovation dans l'industrie de l'optique ophtalmique (900 personnes).

L'ensemble des équipes et des expertises de recherche et d'ingénierie est ainsi regroupé sur un même site afin de favoriser les échanges et d'optimiser la qualité, les performances, le temps de développement ainsi que la mise sur le marché des nouveaux produits et des nouvelles technologies.

Ce nouveau campus qui représente un investissement de 35 millions d'euros, vient compléter le dispositif mondial d'Essilor qui dispose de deux autres CI&T situés aux Etats-Unis (Dallas) et en Asie (Singapour).

### **Ouverture d'une nouvelle usine au Laos**

Afin de faire face aux besoins liés à la croissance du marché et dans un souci constant d'optimiser sa capacité industrielle, Essilor a ouvert une nouvelle usine de production près de Savannakhet, au Laos. Cette usine dédiée à la production de verres finis en polycarbonate, pour lesquels la croissance de la demande est estimée à 4 à 5 % par an, pourra produire 20 millions de verres par an à pleine capacité. Elle permettra ainsi à Essilor de fournir à ses grands clients des produits en polycarbonate compétitifs pour le milieu de gamme, notamment dans les marchés à forte croissance.

## Trésorerie et Financements

Le paiement des 51 % de titres de Transitions Optical ainsi que les effets de saisonnalité habituels ont porté la dette à 1 878 millions d'euros au 31 mars 2014, contre 369 millions à fin 2013.

Afin d'élargir son accès aux marchés de capitaux, Essilor a rendu publics ses ratings à court terme (A1/P1 perspectives stables chez Standard & Poor's et Moody's) et long terme (A2 perspective stable chez Moody's).

Essilor a tout d'abord lancé un programme de papier commercial américain (USCP) de 1,5 milliard de dollars en mars 2014 ; l'encours des émissions atteignait environ 800 millions de dollars au 31 mars.

Le groupe a par ailleurs procédé début avril à une émission obligataire de 800 millions d'euros en deux tranches : une tranche de 500 millions d'euros à 7 ans (coupon de 1,750 %) et une tranche de 300 millions d'euros à 10 ans (coupon de 2,375 %). Il s'agit du coupon le plus bas obtenu par un émetteur non financier dans le cadre d'une émission inaugurale à 7 ans et du coupon à 10 ans le plus bas de l'année pour un émetteur non financier en 2014.

Ceci illustre la confiance des investisseurs dans le modèle économique d'Essilor et la qualité de son profil de crédit. Ces deux nouvelles sources de financement permettent au groupe de se financer à des conditions compétitives tout diversifiant sa base d'investisseurs.

## Perspectives

Essilor confirme pour 2014 un objectif de croissance de son chiffre d'affaires compris entre 10 et 12 % hors effets de change et un objectif de marge de contribution compris entre 18,2 % et 18,6 % (en fonction des ajustements IFRS finaux relatifs à Transitions Optical). Ces chiffres s'entendent avant intégration de Coastal.com.

---

### **Une conférence téléphonique en anglais aura lieu ce jour à 10 heures (CEST).**

Le numéro à composer est : +33(0)1 70 99 42 71 ou +44(0)20 3427 1908 (code d'accès : 3721179)

Elle sera retransmise en différé sur le lien : <http://hosting.3sens.com/Essilor/20140429-43C7FA9A/en/>

## Prochains rendez-vous

L'Assemblée Générale des actionnaires se tiendra à Paris le 7 mai 2014.

Les résultats semestriels 2014 seront publiés le 28 août 2014.

### **A propos d'Essilor**

*Essilor est le numéro un mondial de l'optique ophtalmique. De la conception à la fabrication, le groupe élabore de larges gammes de verres pour corriger et protéger la vue. Sa mission est d'améliorer la vision pour améliorer la vie. Ainsi le groupe consacre plus de 150 millions d'euros par an à la recherche et à l'innovation pour proposer des produits toujours plus performants. Les marques phares sont Varilux<sup>®</sup>, Crizal<sup>®</sup>, Transitions<sup>®</sup>, Definity<sup>®</sup>, Xperio<sup>®</sup>, Optifog<sup>™</sup>, Foster Grant<sup>®</sup>, Bolon<sup>®</sup> et Costa<sup>®</sup>. Essilor développe et commercialise également des équipements, des instruments et des services destinés aux professionnels de l'optique.*

*Essilor a réalisé un chiffre d'affaires net consolidé de plus de 5 milliards d'euros en 2013 et emploie plus de 55 000 collaborateurs. Le groupe, qui distribue ses produits dans plus d'une centaine de pays, dispose de 28 usines, plus de 450 laboratoires de prescription et centres de taillage-montage ainsi que plusieurs centres de recherche et développement dans le monde.*

*Pour plus d'informations, visitez le site [www.essilor.com](http://www.essilor.com).*

*L'action Essilor est cotée sur le marché Euronext à Paris et fait partie des indices Euro Stoxx 50 et CAC 40.*

*Codes : ISIN : FR0000121667 ; Reuters : ESSI.PA ; Bloomberg : EI:FP.*

## **Contacts**

### **Relations Investisseurs et**

#### **Communication Financière**

Véronique Gillet – Sébastien Leroy – Ariel Bauer

Tél. : +33 (0)1 49 77 42 16

### **Communication Corporate :**

Lucia Dumas

### **Relations Presse :**

Maïlis Thiercelin

Tél. : +33 (0)1 49 77 45 02

## Annexe

### Chiffre d'affaires consolidé d'Essilor International (en millions d'euros)

	2014	2013
<b>Premier trimestre</b>		
<b>Verres et matériel optique</b>	1 160	1 149
> <i>Amérique du Nord</i>	467	463
> <i>Europe</i>	400	402
> <i>Asie/Océanie/Moyen-Orient/Afrique</i>	211	205
> <i>Amérique latine</i>	82	79
<b>Équipements</b>	39	42
<b>Readers</b>	124	85
<b>TOTAL premier trimestre</b>	<b>1 323</b>	<b>1 276</b>
<b>Deuxième trimestre</b>		
<b>Verres et matériel optique</b>		1 148
> <i>Amérique du Nord</i>		452
> <i>Europe</i>		400
> <i>Asie/Océanie/Moyen-Orient/Afrique</i>		203
> <i>Amérique latine</i>		93
<b>Équipements</b>		50
<b>Readers</b>		102
<b>TOTAL deuxième trimestre</b>		<b>1 300</b>
<b>Troisième trimestre</b>		
<b>Verres et matériel optique</b>		1 114
> <i>Amérique du Nord</i>		439
> <i>Europe</i>		376
> <i>Asie/Océanie/Moyen-Orient/Afrique</i>		208
> <i>Amérique latine</i>		91
<b>Équipements</b>		52
<b>Readers</b>		71
<b>TOTAL troisième trimestre</b>		<b>1 237</b>
<b>Quatrième trimestre</b>		
<b>Verres et matériel optique</b>		1 095
> <i>Amérique du Nord</i>		416
> <i>Europe</i>		394
> <i>Asie/Océanie/Moyen-Orient/Afrique</i>		197
> <i>Amérique latine</i>		88
<b>Équipements</b>		60
<b>Readers</b>		97
<b>TOTAL quatrième trimestre</b>		<b>1 252</b>