

Premier trimestre en ligne avec l'objectif annuel

- Dynamique soutenue en Chine et retour à la croissance au Brésil
- Activité solide dans les pays matures mais conditions climatiques défavorables
- Bonne performance du solaire et de l'e-commerce

Charenton-le-Pont, France (le 27 avril 2018 – 6h30) – Au premier trimestre 2018, le chiffre d'affaires consolidé d'Essilor, numéro un mondial de l'optique ophtalmique, s'établit à 1 825 millions d'euros, en progression de 3,8 % hors effets de change.

Chiffre d'affaires consolidé du 1^{er} trimestre 2018*

En millions d'euros	T1 2018	T1 2017	Variation publiée	Croissance en base homogène ^(a)	Effet de périmètre	Effet de change
Verres et matériel optique	1 592	1 688	- 5,7 %	+ 2,9 %	+ 0,7 %	- 9,4 %
<i>Amérique du Nord</i>	692	761	- 9,1 %	+ 3,4 %	+ 0,9 %	- 13,4 %
<i>Europe</i>	491	495	- 0,7 %	+ 0,7 %	+ 0,2 %	- 1,6 %
<i>Asie/Océanie/ Moyen-Orient/Afrique</i>	297	306	- 2,8 %	+ 6,2 %	+ 0,6 %	- 9,6 %
<i>Amérique latine</i>	112	126	- 11,3 %	+ 1,2 %	+ 1,9 %	- 14,4 %
Sunglasses & Readers	190	199	- 4,9 %	+ 6,6 %	0 %	- 11,5 %
Équipements	43	50	- 12,4 %	- 3,1 %	0 %	- 9,4 %
TOTAL	1 825	1 937	- 5,8 %	+ 3,2 %	+ 0,6 %	- 9,6 %

* Le groupe applique la norme IFRS 15 relative à la reconnaissance du chiffre d'affaires depuis le 1^{er} janvier 2018. Le chiffre d'affaires du 1^{er} trimestre 2017 a été retraité en conséquence, avec un impact négatif d'environ 25 millions d'euros. Comme il est d'usage, les chiffres trimestriels ne sont pas audités.

« Au premier trimestre, l'ensemble des collaborateurs d'Essilor a continué à mettre en œuvre notre stratégie de croissance, en ligne avec notre ambition d'éradiquer la mauvaise vision partout dans le monde. Fort d'un début d'année solide, soutenu notamment par de bonnes performances dans les domaines du solaire et de l'e-commerce, le déploiement des nouveaux produits qui devrait s'amplifier dans les mois à venir nous rend confiants dans l'atteinte de nos objectifs annuels. Par ailleurs, le rapprochement avec Luxottica va ouvrir de nouvelles perspectives très porteuses pour les consommateurs et l'industrie de l'optique à court et à long terme. » a déclaré Hubert Sagnières, Président-Directeur Général d'Essilor.

Évolution du chiffre d'affaires au 1^{er} trimestre

La progression du chiffre d'affaires de 3,2 % en base homogène^(a) reflète les éléments suivants :

- Une croissance de 2,9 % de la division «Verres et matériel optique», qui a bénéficié d'une bonne dynamique provenant des nouveaux produits, de l'activité instruments et des ventes en ligne, mais qui a souffert de conditions météorologiques défavorables en Europe et en Amérique du Nord ;
- Un très bon début d'année de la division «Sunglasses & Readers», en croissance de 6,6 % ;
- Une base de comparaison élevée pour les «Équipements» (- 3,1 %), la demande restant soutenue et le carnet de commandes rempli.

L'effet périmètre s'élève à + 0,6 % et résulte des acquisitions réalisées en 2017.

L'effet de change (- 9,6 %) traduit principalement l'appréciation de l'euro face au dollar américain, mais également face au real brésilien, au dollar canadien et au yuan chinois.

Activité par région et par division

Verres et matériel optique

Au premier trimestre 2018, la division «Verres et matériel optique» a réalisé une croissance de son chiffre d'affaires de 2,9 % en base homogène^(a), qui inclut une hausse de 11,4 % des activités e-commerce.

La croissance en base homogène^(a) a atteint 3,4 % en **Amérique du Nord**, avec une progression plus forte aux États-Unis et un léger retrait au Canada.

Aux États-Unis, malgré un ralentissement ponctuel de l'activité dans les zones affectées par le mauvais temps, la demande pour les marques phares de verres correcteurs est restée vive tout au long du trimestre. Cette dynamique a, notamment, bénéficié au «Ultimate Lens Package», une offre simplifiée destinée aussi bien aux porteurs de verres progressifs que simple foyer, lancée dans la deuxième partie de 2017. Le déploiement continu d'initiatives stratégiques pour les professionnels de l'optique indépendants, notamment dans les Alliances (Vision Source, PERC/IVA et Optiport) et le programme «Essilor Experts», a soutenu la croissance au premier trimestre. L'activité avec les grands comptes a continué à générer une demande toujours importante pour les verres innovants, dont ceux filtrant la lumière bleue, ainsi que pour les solutions de chaîne d'approvisionnement intégrée. De plus, le groupe a bénéficié de sa présence dans les chaînes d'optique en croissance rapide. La distribution de lentilles de contact a également contribué à la croissance au premier trimestre. Enfin, Essilor a accentué ses efforts visant l'éradication de la mauvaise vision en offrant un dépistage de la vue à un nombre plus élevé d'enfants défavorisés grâce à une forte mobilisation d'employés bénévoles.

En **Europe**, la croissance (+ 0,7 % en base homogène^(a)) a essentiellement reposé sur le dynamisme des nouveaux produits et des marques du groupe, ainsi que sur la forte progression des ventes par Internet. Ces gains ont été partiellement absorbés par une réduction du trafic dans les magasins liée à deux effets temporaires : d'une part, des conditions météorologiques globalement peu clémentes et, d'autre part, un effet de calendrier défavorable.

La plupart des pays de la région ont continué à bénéficier de la montée en puissance du nouveau verre progressif Varilux® X series™, générant un mix produit positif et un effet d'entraînement sur les verres de marque Crizal®. En France, le succès des offres incluant une seconde paire de qualité ainsi que l'essor des verres de marque Nikon®, distribués par le réseau BBGR, ont permis aux ventes de résister dans un marché atone.

Bénéficiant d'un potentiel de développement élevé, les pays de l'Est, en tête desquels la Russie, la Hongrie et la Roumanie, affichent de fortes progressions. La vigueur des ventes en ligne a contribué à la croissance au Royaume-Uni. L'activité est restée stable dans les pays alémaniques et nordiques tandis qu'elle a fléchi dans les pays du Sud. En parallèle, le groupe a poursuivi ses initiatives caritatives stratégiques pour éradiquer la mauvaise vision dans toute la région en collaboration avec plusieurs partenaires publics et privés.

En **Asie/Océanie/Moyen-Orient/Afrique**, la croissance des ventes (+ 6,2 % en base homogène^(a)) a reflété une bonne dynamique de la plupart des marchés. Les pays à forte croissance ont affiché une progression de l'ordre de 8 % en base homogène^(a).

L'activité a, notamment, été tirée par la Chine où l'ensemble des réseaux sont en croissance robuste. Dans le haut de gamme, les ventes ont bénéficié de l'essor des solutions de contrôle de la myopie.

Le reste de l'Asie a également été très dynamique. En Corée, la croissance s'est appuyée sur l'accélération de la pénétration des verres progressifs et sur la bonne performance des verres «Perfect-UV».

Les pays de l'ASEAN ont affiché une croissance à deux chiffres, tout comme la zone Afrique/Moyen-Orient-Turquie où le mix produit est en amélioration. Malgré une accélération des ventes sur le marché domestique, l'activité est restée contrastée en Inde. A noter que l'État du Telangana s'est engagé à tester la vue de ses 35 millions de citoyens et a sélectionné les modèles d'activité inclusifs 2.5 New Vision Generation d'Essilor pour fournir 2,2 millions de paires de lunettes en 2018.

Enfin, malgré une très bonne dynamique au Japon, un recul des ventes en Australie pèse sur la performance des pays développés.

En **Amérique latine**, les ventes ont affiché un net rebond (+ 1,2 % de croissance en base homogène^(a)) par rapport à la tendance de fin 2017, en dépit d'un effet calendaire très défavorable. Cela reflète le retour de la croissance au Brésil et une bonne performance de la majorité des pays hispanophones.

Au Brésil, la mise en œuvre d'actions commerciales ciblées visant à stimuler les marques phares du groupe (Varilux®, Crizal®, Transitions®) a permis de retrouver une meilleure dynamique auprès des opticiens indépendants, notamment au travers du réseau de laboratoires partenaires. Les verres de marque Kodak® commercialisés dans le milieu de gamme et les ventes d'instruments ont également participé à ce rebond.

Enfin, le programme «Ótica Cidadã» continue à répondre aux besoins visuels des populations défavorisées en partenariat avec les professionnels de la vue.

Dans le reste de la région, l'Argentine a maintenu une croissance à deux chiffres et la Colombie a continué de faire fructifier son partenariat avec Servi Optica, visant à augmenter la pénétration des verres de marques Varilux®, Crizal® et Transitions®, et gagner des parts de marché auprès des grands comptes.

Sunglasses & Readers

La division «Sunglasses & Readers» a enregistré une croissance de son chiffre d'affaires en base homogène^(a) de 6,6 %.

En Amérique du Nord, les ventes de **FGX International** ont progressé grâce aux nouveaux contrats gagnés en 2017 et à une hausse de la consommation des lunettes de soleil et des lunettes loupes (*readers*) mesurée dans les points de ventes. **Costa** a également réalisé un bon trimestre grâce au dynamisme des opticiens indépendants, tant en solaire qu'en optique, aux verres de prescription et à l'expansion de la marque, qui ont largement compensé une performance en demi-teinte des magasins de sport. En Chine, la collection 2018 de **Xiamen Yarui Optical** (Bolon™) a reçu un très bon accueil. **MJS** a poursuivi sa dynamique de croissance et les ouvertures de points de ventes sous ses différentes marques tout en s'attachant à modeler son parc de magasins pour répondre au plus près à l'évolution rapide des attentes des consommateurs chinois pour des produits de qualité et améliorer l'accès à une bonne vision. Enfin, bon trimestre pour les lunettes solaires et optiques de **Merve** en Turquie.

Équipements

La division «Équipements» a enregistré une baisse de 3,1 % de ses ventes en base homogène^(a) par rapport à une base de comparaison particulièrement élevée du fait de la livraison de deux commandes importantes en Asie au premier trimestre 2017. En Amérique du Nord et en Europe, l'activité a continué à bénéficier des ventes du générateur numérique VFT-Orbit 2™ et de la polisseuse Multi-FLEX™, ainsi que d'un intérêt marqué pour la conception de laboratoires de prescription complets. En Amérique latine, la conversion des petits laboratoires de prescription à la technologie de surfaçage numérique s'est poursuivie. Le déploiement de cette technologie génère les gains d'efficacité nécessaires pour rendre accessible la correction visuelle au plus grand nombre de consommateurs. Le carnet de commandes de la division reste bien fourni.

Perspectives

Dans les mois à venir, la poursuite du déploiement des nouveaux produits, dont celui des verres Varilux® X series™ et Crizal® Sapphire™ 360° dans de nombreuses géographies, devrait permettre à Essilor de renforcer sa dynamique et d'atteindre ses objectifs annuels. De plus, le groupe a repris sa politique d'acquisitions ciblées dans le cadre de sa stratégie de croissance.

Pour rappel, Essilor vise, en 2018, une croissance du chiffre d'affaires en base homogène^(a) autour de 4 % et une contribution de l'activité^(b) supérieure ou égale à 18,3 %^(c) du chiffre d'affaires.

Le projet de rapprochement entre Essilor et Luxottica doit être finalisé dans la première partie de 2018 après obtention de l'ensemble des autorisations nécessaires.

Une conférence téléphonique en anglais aura lieu ce jour à 10h00 CEST.

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

<http://hosting.3sens.com/Essilor/20180427-19F19E4F/en/startup.php>

Définitions

- a. **Croissance organique / Croissance en base homogène** : Croissance à taux de change et à périmètre constants. Se reporter à la définition figurant en note 2.4 des états financiers consolidés inclus dans le Document de référence 2017.
- b. **Contribution de l'activité** : Chiffre d'affaires net diminué du coût des ventes et des charges d'exploitation (charges de recherche-développement, charges commerciales et de distribution et autres charges d'exploitation).
- c. Hors nouvelle acquisition stratégique.

A propos d'Essilor

Essilor International (Compagnie Générale d'Optique) («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 200 millions d'euros par an à la recherche et à l'innovation pour proposer des produits toujours plus performants. Ses marques phares sont Varilux®, Crizal®, Transitions®, Eyezen™, Xperio®, Foster Grant®, Bolon™ et Costa®. Essilor développe et commercialise également des équipements, des instruments et des services destinés aux professionnels de l'optique.

Essilor a réalisé un chiffre d'affaires net consolidé d'environ 7,5 milliards d'euros en 2017 et emploie 67 000 collaborateurs. Le groupe dispose de 34 usines, de 481 laboratoires de prescription et centres de taillage-montage ainsi que de 4 centres de recherche et développement dans le monde. Pour plus d'informations, visitez le site www.essilor.com.

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

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

CONTACTS

Relations Investisseurs

Véronique Gillet - Sébastien Leroy

Ariel Bauer - Alex Kleban

Tél. : +33 (0)1 49 77 42 16

Communication Corporate

Laura Viscovich

Tél. : +33 (0)1 49 77 45 02

Relations Presse

Maïlis Thiercelin

Tél. : +33 (0)1 49 77 45 02