



RAPPORT ANNUEL
2004

SOMMAIRE

- 1/ Profil
- 4/ Lettre aux actionnaires
- 6/ Gouvernement d'entreprise

Un modèle de croissance durable

- 12/ Une stratégie de croissance pérenne
- 14/ Des marques devenues des références mondiales
- 18/ Des résultats en progression
- 20/ Un engagement social et environnemental
- 24/ Des tendances de marché favorables

Quels enjeux pour l'avenir ?

- 28/ Innover pour enrichir la valeur des verres
- 30/ Renforcer l'intégration de la production
- 34/ Concevoir ensemble produits et services

Informations aux actionnaires et données financières

- 38/ Informations aux actionnaires
- 39/ Données financières et commentaires
- 44/ Performances sur 5 ans

N°1

MONDIAL

DES VERRES CORRECTEURS

Depuis 1959, année des lancements du premier verre progressif Varilux® et du verre organique Orma®, Essilor a inscrit l'innovation au centre de sa stratégie.

Le groupe a ainsi largement participé aux transformations successives qui font aujourd'hui du verre correcteur un produit à forte valeur ajoutée.

Présent dans plus de 100 pays, Essilor est le *leader* mondial des verres ophtalmiques. Si cette performance illustre la capacité d'anticipation du groupe et l'efficacité de sa stratégie, elle lui donne avant tout l'ambition et les moyens de progresser dans chacun de ses domaines de compétences : concevoir, fabriquer des verres correcteurs et proposer aux professionnels de la vue des solutions optiques personnalisées – produits et services – pour tous ceux qui, dans le monde, désirent retrouver une vision parfaite.



4 centres de R&D

17 usines

183 laboratoires
de prescription

1 600 verres vendus
par minute
dans le monde

25 886 collaborateurs

LETTRE aux ACTIONNAIRES

4
5



Philippe ALFROID : Directeur général délégué

Xavier FONTANET : Président-Directeur général

L'année 2004 a été une très bonne année pour Essilor. Notre chiffre d'affaires, notre résultat d'exploitation et notre résultat net (part du groupe) ont respectivement augmenté de 10,4 %, 15,4 % et 18 %, hors effet de change. Ces performances prouvent encore cette année la capacité de notre groupe à s'adapter efficacement à un environnement qui évolue rapidement, que ce soit aux niveaux concurrentiel, technologique ou commercial.

Nos clients ont réservé un accueil très positif aux nouveaux produits lancés et déployés au cours de l'année. L'année 2004 restera marquée par l'extraordinaire poussée de Crizal® Alizé™, le déploiement dans le monde de Varilux® Ipseo™, première génération de verres progressifs personnalisés au comportement physiologique du porteur, et la montée en puissance des matériaux à ultra-hauts indices de réfraction. Ces succès sont le résultat de notre politique de recherche et développement, centrée sur la conception de verres fins, à surface sophistiquée et à forte valeur ajoutée.

Sur le plan géographique, des avancées significatives ont été réalisées dans chacune des régions où Essilor est implanté, particulièrement en Asie, qui a affiché le plus fort taux de croissance. En Europe, nous avons réussi à absorber l'effondrement du marché allemand que nous avions annoncé à la suite de l'arrêt, en 2004, du remboursement des verres correcteurs. Malgré ce handicap, Essilor a dépassé ses prévisions pour l'ensemble de l'Europe. L'Amérique du Nord a continué sa marche en avant et a largement contribué à la croissance de nos résultats. Au Japon, Nikon-Essilor a accéléré sa progression avec une très bonne rentabilité.

Par-dessus tout, 2004 a justifié les efforts accomplis par le groupe depuis des années dans les pays émergents. Grâce à un développement rapide de nos ventes en Asie et en Amérique latine, où des croissances supérieures à 20 % ont été enregistrées dans de nombreux pays, le poids de ces continents est devenu significatif, tant en chiffre d'affaires qu'en résultats. Si on y ajoute l'Europe de l'Est, ce sont près de 30 % de nos ventes en volume qui sont réalisées dans ces régions. L'offre produits du groupe ne cesse d'y croître et la rentabilité y est désormais solide. Il est clair que ces pays s'affirment comme de puissants relais de croissance pour Essilor.

Nous avons également poursuivi notre politique d'acquisition :

12 sociétés nous ont rejoints cette année, l'ensemble représentant, en année pleine, un chiffre d'affaires de 78 millions d'euros. Même si le nombre des opérations a été moindre qu'en 2003, leur qualité démontre la maîtrise que nous avons acquise dans la pratique des *joint-ventures* et des acquisitions. Ce savoir-faire est un atout considérable pour assurer le développement du groupe en complément d'une croissance naturelle qui doit rester ferme.

Pour préparer la croissance organique que nous anticipons, nous avons investi cette année près de 7 % de notre chiffre d'affaires dans nos usines et nos laboratoires de prescription.

Le foisonnement de nouvelles technologies issues des progrès de la science est une formidable opportunité pour développer nos savoir-faire. Aussi, nous n'avons pas hésité à nous remettre en cause et nous avons lancé un vaste chantier d'ingénierie pour intégrer ces avancées technologiques et accélérer en même temps le lancement des nouveaux produits.

Notre leadership n'aurait pas de valeur s'il ne permettait pas d'améliorer le service quotidien que nous offrons à chacun de nos clients partout dans le monde. Cette amélioration passe d'abord par l'état d'esprit qui anime nos équipes, mais aussi, notamment, par notre politique soutenue d'investissements informatiques.

Une des particularités d'Essilor est d'avoir, depuis plus de trente ans, une participation significative de son personnel au capital de l'entreprise. Cette participation est un des points forts de notre culture. Aussi, l'entrée d'Essilor dans le CAC 40 a-t-elle été considérée par tous comme un grand honneur.

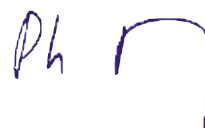
C'est d'abord un hommage aux pionniers d'Essilor qui ont jeté les bases de l'entreprise, mais aussi à tous nos employés qui se consacrent à faire progresser le groupe dans toutes les régions du monde. C'est enfin la reconnaissance de notre industrie et de nos nombreux partenaires opticiens, optométristes et ophtalmologistes qui nous ont accompagnés. Ils doivent être associés à cet événement.

Nous puisons notre confiance dans le futur dans la motivation de nos collaborateurs. Sans eux, l'entreprise ne se serait pas hissée là où elle est. Leur énergie, leur créativité et leur sens des réalités sont les meilleurs garants de l'avenir.

Européenne d'origine, Essilor a pris, depuis longtemps, sa place dans le monde américain. Ces toutes dernières années, le groupe s'est également implanté avec succès en Asie : une telle extension géographique est une expérience extraordinairement riche pour l'entreprise et pour l'ensemble de ses collaborateurs. Elle permet à chacun de grandir dans sa spécialité en s'ouvrant au monde. La diversité des talents de chaque peuple fait d'Essilor un fabuleux "melting-pot" humain et technologique. Essilor se transforme, s'adapte et se prépare, sous cet effet puissant, au monde qui s'ouvre devant nous.



Xavier FONTANET



Philippe ALFROID

GOVERNEMENT d'ENTREPRISE

Le Conseil d'administration

Le Conseil d'administration s'est doté en 2003 d'un règlement intérieur, élaboré à partir des recommandations du rapport AFEF/MEDEF. Au regard des critères retenus dans ce règlement, sept administrateurs sont indépendants sur douze, soit plus du tiers fixé à titre de minima. Le mandat des administrateurs est d'une durée de trois ans, renouvelable.

Le Conseil d'administration a procédé en 2004, conformément à ce règlement, à une évaluation formalisée de son mode de fonctionnement : il en est ressorti que le Conseil fonctionnait de manière satisfaisante et que les questions importantes étaient convenablement préparées et débattues.

La charte de l'administrateur adoptée en 2003 par le Conseil d'administration, qui regroupe les droits et obligations touchant à la fonction d'administrateur d'Essilor, a également été modifiée en 2004 par Le Conseil d'administration pour tenir compte :

- 1 - du nouveau dispositif "abus de marché" institué par la directive cadre 2003/6/CE du 28 janvier 2003 sur les opérations d'initiés et les manipulations de marché entrée en vigueur le 12 octobre 2004 ;
- 2 - des nouvelles obligations déclaratives individuelles des opérations sur les titres de la société réalisées par les mandataires sociaux et par les personnes qui leur sont étroitement liées, entrées en vigueur le 25 novembre 2004.

En 2004, Le Conseil d'administration a tenu cinq réunions. L'assiduité des administrateurs, exprimée par le taux de présence effective à ces réunions, s'élève à plus de 86 %.

Le Comité stratégique

Il est composé de Xavier Fontanet, Président, Philippe Alfroid, Michel Besson, Jean Burelle, Philippe Germond, Igor Landau, Olivier Pécoux et Bertrand Roy (5 administrateurs indépendants sur 8). Sa principale mission est de revoir, dans le cadre des travaux du Conseil d'administration, les stratégies du groupe tant sous les angles produit et technologique que géographique et marketing.

Réuni deux fois en 2004, ses travaux ont porté sur l'examen des options stratégiques en terme de croissance externe, le suivi du détail des comptes consolidés trimestriels (non publiés) et l'examen avec le Directeur des opérations, de la stratégie du groupe en matière de production, logistique et ingénierie.

Le Comité des mandataires

Intégralement composé d'administrateurs indépendants, ce Comité est présidé par Jean Burelle et a pour membre Michel Besson. Ses missions sont principalement de :

- faire des propositions sur la rémunération de la direction générale et les attributions de stock-options,
- s'enquérir des politiques générales de rémunération dans l'entreprise,
- assister le Président et le Conseil dans leurs réflexions sur les plans de succession pour la direction du groupe,
- réfléchir sur la composition du Conseil d'administration.

Réuni une fois en 2004, il a particulièrement examiné la rémunération des mandataires sociaux pour 2005 et l'attribution d'options de souscription et/ou d'achat d'actions aux dirigeants du groupe, en fonction des autorisations données par les assemblées générales d'actionnaires. Il a présenté son rapport lors du Conseil d'administration du 17 novembre 2004.

Le Comité d'audit

Composé d'Yves Chevillotte, Président, Alain Aspect, Michel Besson, Olivier Pécoux et Bertrand Roy (4 administrateurs indépendants sur 5), ses missions principales sont de s'assurer que la direction générale dispose des moyens lui permettant d'identifier et de gérer les risques d'ordre économique, financier et juridique auxquels le groupe est confronté, et d'analyser, dans ce contexte, les procédures mises en place au sein du groupe pour anticiper, analyser et gérer ces risques.

Réuni deux fois en 2004 et une fois en 2005 pour examen des comptes 2004, le Comité a procédé à :

- l'examen des comptes consolidés semestriels et des comptes consolidés définitifs de l'exercice 2004,
- l'examen des points relatifs à l'impact sur les comptes de l'application des normes IFRS,
- la révision de la stratégie de couverture de change et les principaux impacts de la norme IAS 39,
- l'étude de l'organisation et des missions de l'audit interne et des options retenues dans le cadre de la Loi de Sécurité Financière,
- l'examen de la synthèse des missions d'audit interne 2004 et du plan d'audit 2005.

Le CONSEIL d'ADMINISTRATION

PRÉSIDENTS FONDATEURS

René GRANDPERRET - Président en alternance de 1972 à 1980

Anatole TEMKINE - Président en alternance de 1972 à 1980

PRÉSIDENTS D'HONNEUR

Bernard MAITENAZ - Président de 1980 à 1991

Gérard COTTET - Président de 1991 à 1996



Xavier Fontanet
Président-Directeur général
(1996-2007)

Xavier Fontanet, 56 ans, est Président-Directeur général d'Essilor. Il débute sa carrière en tant que Vice Président du Boston Consulting Group, puis Directeur général de Bénéteau à partir de 1981. Entre 1986 et 1991, il assume la direction centrale de la restauration pour le groupe Wagons-Lits. Il rejoint Essilor en 1991 en tant que Directeur général, puis Président-Directeur général à partir de 1996.



Michel Besson
Administrateur indépendant
(1997-2006)

Michel Besson, 70 ans, était Directeur général adjoint de la Compagnie de Saint-Gobain avant de prendre sa retraite en décembre 1997. Il rejoint ce groupe en 1962 et devient Directeur de la branche "Papier-Bois" en 1976. En 1980, il part pour les États-Unis comme Président de Certaineed Corp. puis de Norton Company avant d'être nommé Président de Saint-Gobain Corp. de 1990 à 1996. En 1994, il assume la fonction de Directeur général adjoint du groupe.



Philippe Germond
Administrateur indépendant
(2001-2006)

Philippe Germond, 48 ans, était, depuis 2003 et jusqu'en avril 2005, Directeur général adjoint et membre du Comité exécutif d'Alcatel. Il débute sa carrière au sein de Hewlett Packard en France et à l'étranger avant de rejoindre SFR en tant que Directeur général en 1995 puis Président-Directeur général en 1997. Il est nommé, en 2000, Président-Directeur général du groupe Cegetel.



Jean-Pierre Martin
Administrateur représentant les actionnaires internes
(2004-2005)

Jean-Pierre Martin, 54 ans, a rejoint le groupe Essilor en 1972. Il est chef d'atelier depuis 2000 après avoir passé plusieurs années à la fabrication des Instruments et à l'Atelier prototypes.



Philippe Alfroid
Directeur général délégué
(1996-2005)

Philippe Alfroid, 59 ans, est Directeur général délégué d'Essilor. Il commence sa carrière chez PSDI à Boston avant de rejoindre le groupe Essilor en 1972. Il assume différentes responsabilités de direction opérationnelle dont la direction du pôle lentilles de contact et montures. En 1987, il devient Directeur du contrôle de gestion du groupe puis Directeur financier en 1991. Il est nommé Directeur général du groupe en 1996.



Jean Burelle
Administrateur indépendant
(1997-2006)

Jean Burelle, 65 ans, est Président-Directeur général de Burelle S.A. depuis 2001. Après avoir démarré sa carrière chez l'Oréal, il rejoint le groupe Burelle-Plastic Omnium en 1967 comme Directeur de division, puis Directeur du développement. Il est nommé Président-Directeur général en 1981 puis, en 1987, Président-Directeur général de Plastic Omnium S.A. et Vice Président-Directeur général de Burelle S.A..



Igor Landau
Administrateur indépendant
(2001-2006)

Igor Landau, 60 ans, précédemment Président du Directoire d'Aventis est, depuis la fusion du groupe avec Sanofi en août 2004, membre du Conseil d'administration de Sanofi-Aventis. Il débute sa carrière chez McKinsey à Paris avant de rejoindre en 1975 la division santé du groupe Rhône-Poulenc dont il devient Directeur général en 1980. Nommé Directeur général du groupe Rhône-Poulenc en 1992, il participe au Directoire d'Aventis à partir de 1999, avant d'en assumer la présidence en 2002.



Olivier Pécoux
Administrateur indépendant
(2001-2006)

Olivier Pécoux, 46 ans, est Associé-gérant de Rothschild & Cie, co-responsable des activités banque d'affaires du groupe Rothschild en Europe qu'il rejoint en 1991. Il commence sa carrière chez Peat Marwick puis chez Schlumberger comme conseiller financier à Paris et New York. En 1986, il rejoint Lazard Frères à Paris et devient, en 1988, Vice Président de la banque d'affaires à New-York.



Alain Aspect
Administrateur indépendant
(1997-2005)

Alain Aspect, 57 ans, Directeur de recherche au CNRS et professeur à l'École Polytechnique, dirige depuis 1993 le groupe d'Optique Atomique de l'Institut d'Optique (Orsay). Ses travaux antérieurs ont successivement porté sur des études expérimentales de propriétés quantiques de la lumière (1974-1984), puis sur le refroidissement d'atomes par laser (1985-1993).



Yves Chevillotte
Administrateur indépendant
(2004-2007)

Yves Chevillotte, 61 ans, était le Directeur général délégué de Crédit Agricole S.A. depuis 2002, avant son départ à la retraite en 2004. Il rejoint en 1969 le groupe Crédit Agricole et assume, à partir de 1985, la direction générale de caisses régionales. En 1999, il rejoint la Caisse nationale en qualité de Directeur général adjoint avec la responsabilité du pôle "Développement-Marchés".



Louis Lesperance
Administrateur représentant les actionnaires internes
(2004-2007)

Louis Lesperance, 46 ans, est responsable des opérations de production des laboratoires Essilor de British Columbia et Alberta depuis 2000. Entré en 1977 chez Essilor Canada Ltd, il assume successivement la responsabilité de l'atelier de surfaçage puis de l'ensemble de la production du site de Montréal.



Bertrand Roy
Administrateur représentant les actionnaires internes
Président de Valoptec Association
(2001-2005)

Bertrand Roy, 49 ans, assume la direction d'Essilor France depuis 1999. Après dix ans d'activité au sein du groupe Renault, il entre chez Essilor en 1987 comme Directeur de la planification et du contrôle de gestion du groupe avant de rejoindre Essilor of America en tant que Senior VP Administration, en charge des pôles finance, logistique et systèmes d'information. Il devient Directeur exécutif de Transitions Optical en 1992.

Le COMITÉ EXÉCUTIF

Présidé par Xavier Fontanet, le Comité exécutif d'Essilor est composé des principaux responsables fonctionnels et opérationnels du groupe qui ont, soit une responsabilité mondiale, telle la recherche et développement ou la production en série, soit une responsabilité liée aux grands marchés (Europe, Amérique du Nord, Amérique latine et Asie).



Fabienne Lecorvaisier
Directeur financier

Philippe Alfroid
Directeur général délégué



Jean-Luc Schuppiser
Directeur recherche
et développement

Bertrand de Limé
Délégué général
Directeur Europe

Didier Lambert
Directeur des systèmes d'information



Hubert Sagnières
Directeur Amérique du Nord

Carol Xueref
Directeur des affaires juridiques et
du développement



Thierry Robin
Directeur marketing stratégique

Claude Brignon
Directeur des opérations

Le Comité exécutif se réunit une fois par mois pour examiner la marche du groupe et l'ensemble de ses activités à court terme.

Il étudie également les perspectives et les objectifs à moyen et long terme et se prononce sur les actions à mettre en œuvre pour les atteindre.



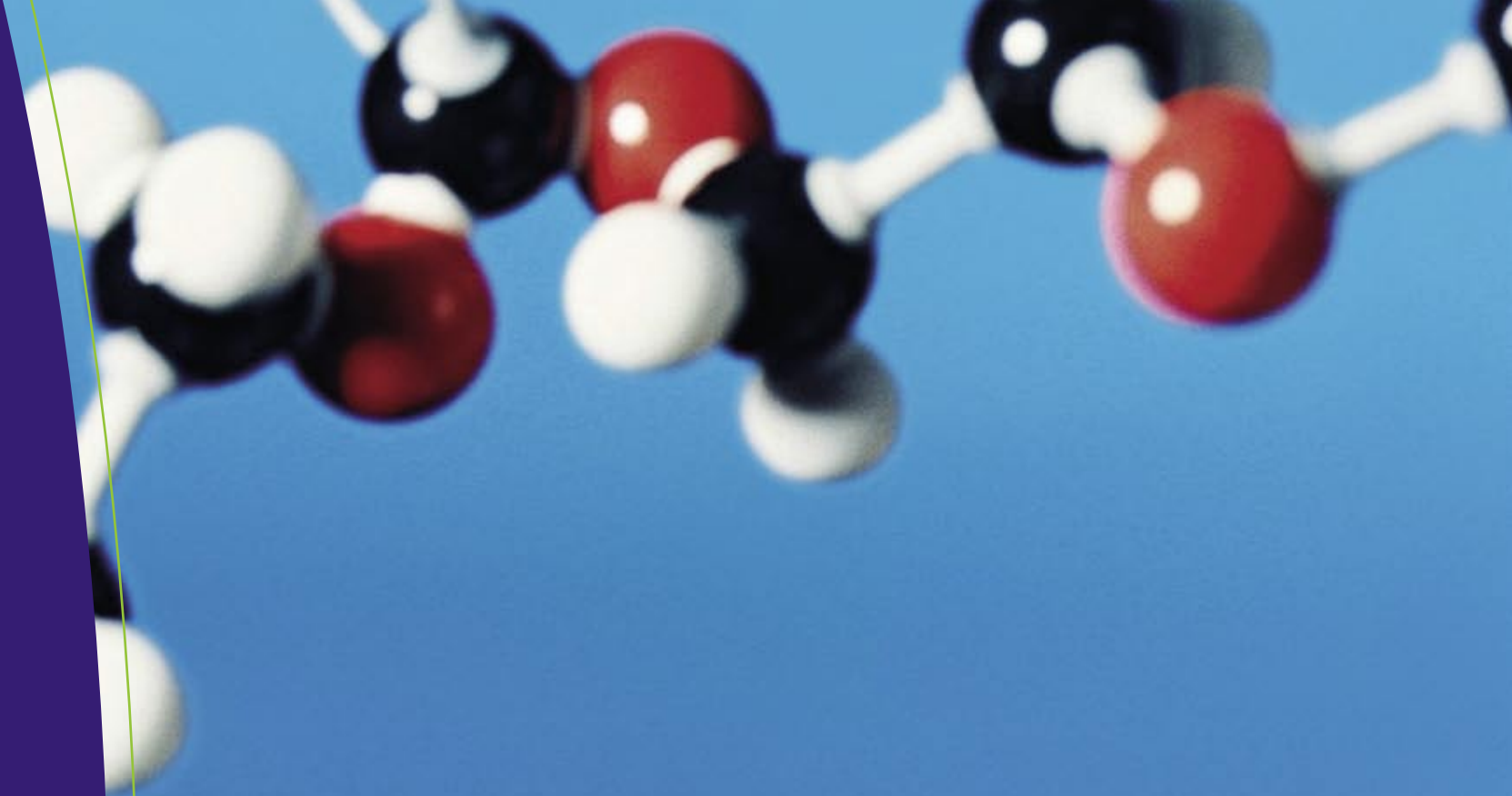
Patrick Cherrier
Directeur Asie

Xavier Fontanet
Président-Directeur général



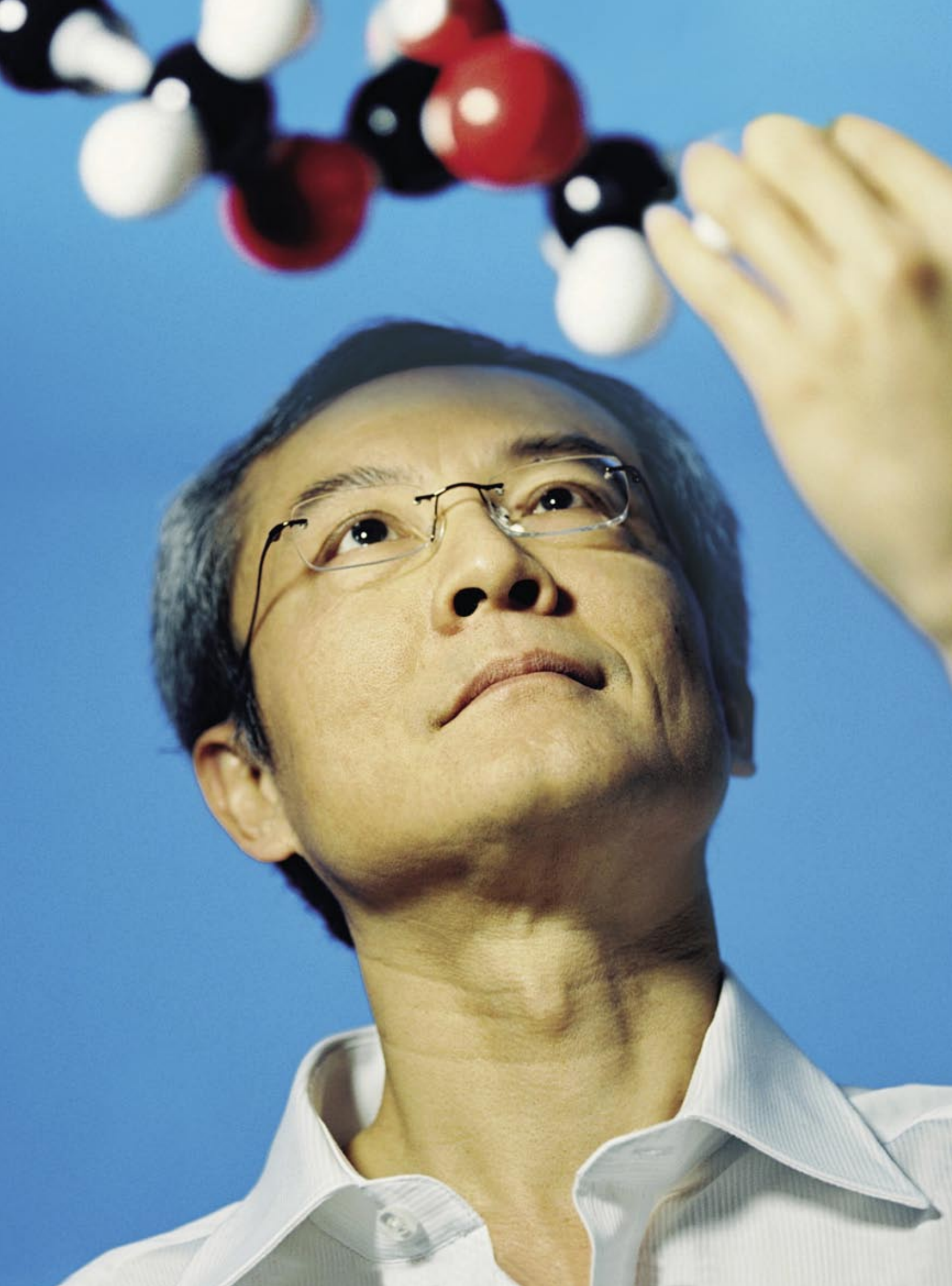
Olivier Mathieux
Directeur Amérique latine

Henri Vidal
Directeur des ressources humaines



Un MODÈLE de CROISSANCE DURABLE

L'innovation est le fer de lance de la croissance interne d'Essilor. Elle lui permet de maintenir, depuis plusieurs années, son avance mondiale dans l'optique ophtalmique.



A close-up, profile view of a woman's face, looking upwards and to the right. She is wearing round, dark-rimmed glasses. Her hair is dark and pulled back. The background is a soft, out-of-focus white.

Une **STRATÉGIE** de **CROISSANCE** **PÉRENNE**

12
13

Essilor s'est hissé progressivement au premier rang mondial de l'optique ophtalmique. Cette performance est le fruit d'une stratégie déployée avec constance et détermination autour d'un seul métier, le verre correcteur. Année après année, les objectifs de cette stratégie sont restés identiques : accroître la position mondiale du groupe, délivrer des résultats en hausse régulière et confirmer sa solidité auprès de ses clients comme de ses actionnaires.

La stratégie d'Essilor repose sur la combinaison de deux grands piliers : l'innovation comme moteur de la croissance interne et une expansion internationale maîtrisée pour répondre aux attentes de tous les professionnels de la vue dans le monde.

Innover pour croître plus vite que le marché

L'observation et l'anticipation des comportements du porteur de lunettes sont au centre de la stratégie de recherche et développement. Parce que les porteurs de lunettes deviennent de plus en plus sensibles au confort visuel et aux nouveautés technologiques, Essilor a augmenté la valeur ajoutée apportée aux verres. Pour cela, le groupe a régulièrement renforcé son budget de R&D qui atteint maintenant près de 5 % de son chiffre d'affaires. Depuis l'invention du verre progressif Varilux® et du verre organique Orma® en 1959, les progrès ont été constants. Le verre organique, résistant et léger, remplace progressivement le verre minéral. La performance des verres augmente grâce à des traitements de surface toujours plus sophistiqués, qui protègent des rayures, des reflets lumineux et des salissures.

Essilor est porté par les grandes tendances de l'évolution du marché qu'il contribue largement à initier par sa politique d'innovation. Cette capacité de renouvellement continu permet au groupe de réaliser 30 % de son chiffre d'affaires avec des produits existant depuis moins de trois ans.

Le verre ophtalmique recèle encore un grand potentiel d'innovation. Dans les années à venir, Essilor compte accentuer ses efforts notamment dans les traitements de surface et la personnalisation des verres.

Essilor développe parallèlement sa capacité de veille technologique. Le groupe s'est toujours intéressé aux avancées mises au point par d'autres sociétés, actrices ou non de l'industrie ophtalmique. La maîtrise de la fabrication du polycarbonate acquise de la société Gentex, la *joint-venture* Transitions, créée avec le groupe chimiste PPG Industries et dédiée à la fabrication de verres photochromiques, le partenariat au Japon avec Nikon, expert dans les verres à hauts indices de réfraction et, enfin, les acquisitions de sociétés spécialisées dans les verres solaires polarisés en sont les principaux exemples. Parallèlement, Essilor travaille de plus en plus sur des procédés issus d'autres industries comme la microélectronique, la mécanique, les nanotechnologies ou la bio-industrie. Le partenariat initié cette année avec le CNRS et l'université de Toulouse en est une illustration.

Essilor développe ainsi une forte capacité à intégrer des nouvelles technologies lui permettant d'accroître les performances des verres et donc d'enrichir sa gamme de produits.

Renforcer la présence internationale du groupe

Essilor accroît sa présence dans les zones à fort potentiel de croissance. Aujourd'hui, près de 90 % de l'activité d'Essilor se situe hors de France, son pays d'origine. En Europe occidentale et aux États-Unis, le groupe renforce des positions déjà solides en proposant sur ces marchés un nombre croissant de verres à haute valeur ajoutée.

Essilor compte parallèlement accélérer ses efforts en Europe de l'Est, en Amérique latine, en Inde et en Asie et proposer ainsi des solutions optiques adaptées à ces populations dont les besoins de corrections visuelles sont considérables et largement insatisfaits. Au travers de ses filiales ou en association avec d'autres entreprises, Essilor développe des offres produits compétitives ajustées à la demande et au revenu moyen de ces marchés. En témoignent le partenariat signé avec le coréen Samyung Trading, tant pour la Corée que pour la Chine, et la constitution d'un réseau de laboratoires de prescription en Inde, le deuxième très grand pays de la région.

Essilor renforce parallèlement sa maîtrise des réseaux de distribution aux opticiens dans les régions où le groupe est implanté. Essilor, qui s'adresse à plus de 200 000 opticiens dispersés dans le monde, a fait le choix d'une intégration de sa production entre, en amont, les usines dédiées à la production de masse de verres et, en aval, les laboratoires de prescription qui assurent le travail de personnalisation et de finition. Être en mesure d'adapter l'offre de produits et de services aux exigences spécifiques de chacun des opticiens, qu'il soit indépendant, membre d'un groupement d'achat ou intégré à une chaîne de distribution, constitue le principal objectif de ce choix.

Le groupe cherche donc à renforcer ses positions, principalement grâce à une politique d'acquisition de laboratoires de prescription, premiers partenaires de l'opticien. Ainsi, une trentaine de sociétés a rejoint le groupe au cours des deux dernières années. Essilor compte poursuivre cette politique d'acquisition dans les années à venir pour constituer, partout dans le monde, un réseau de laboratoires de prescription de proximité apte à réaliser des verres et un service sur mesure.

Des **MARQUES** devenues des **RÉFÉRENCES MONDIALES**

La politique d'innovation d'Essilor ne peut
se concevoir sans une stratégie de marques
fortes, garantes d'un haut niveau de
performance et de qualité.

Elles sont le symbole de l'engagement du
groupe envers ses clients opticiens et envers
tous ceux qui souhaitent retrouver une
vision parfaite.

VARILUX®

Depuis 1959, en mettant les besoins du porteur au cœur du développement de ses produits, Varilux® est la marque *leader* des verres progressifs. En 2004, le chiffre de 300 millions de verres Varilux® vendus dans le monde a été dépassé, notamment grâce au déploiement de Varilux® Ipseo™, et aux lancements des dernières générations, Varilux® Ellipse™ et Varilux Liberty™.

Varilux® est désormais la marque d'une gamme complète de verres progressifs, pouvant répondre à toutes les attentes de chaque porteur.

La famille des verres progressifs "personnalisés" est représentée par Varilux® Ipseo™ : ces verres s'adressent aux consommateurs exigeants recherchant un produit unique, sur mesure et d'avant-garde.

Varilux® Panamic®, Varilux® Ellipse™, Varilux Comfort® et Varilux Liberty™ composent la famille des "universels", destinée à un plus large groupe de consommateurs : ces solutions multifonctions pour un usage quotidien offrent un confort visuel optimal dans toutes les situations.

La dernière famille, les "spécifiques", se compose de Varilux® OpenView™ et Varilux® Polarizing, conçus pour les consommateurs qui exercent des activités nécessitant le recours à une paire de lunettes solaires.



Japon : Campagne Varilux® Ellipse™.

Crizal®

Traitement qui combine des propriétés antireflet, anti-rayures et anti-salissures, Crizal® est devenu, depuis son lancement en 1993, une référence pour tous les porteurs sensibles à la clarté de la vision. Premier avantage : des verres sans reflet, parfaitement transparents. En 2003 et 2004, la marque a été renforcée avec le lancement et le déploiement dans l'ensemble du monde de Crizal® Alizé™. Troisième génération de verres Crizal®, ce traitement, issu des nanotechnologies, empêche l'adhésion de l'eau et des graisses sur le verre, le rendant nettement moins sensible à la salissure et plus facile à nettoyer. Crizal® Alizé™ permet au groupe de prendre une longueur d'avance sur le marché en croissance des verres traités antireflet.

It's incredible what you miss
when you're always cleaning your glasses.

New **Crizal Alizé** eyeglass lenses by Essilor. Finally, reflection free lenses that are virtually care free.

Crizal Alizé

www.essilor.com

Canada : Campagne Crizal® Alizé™.

Recommandez dès aujourd'hui les verres
qui préservent la vue pour demain.

RECOMMANDEZ LES VERRES TRANSITIONS®

- Pour **PRESERVER LA SANTÉ DES YEUX** : Les rayons UV peuvent provoquer des maladies telles que la cataracte. Les verres Transitions bloquent 100 % des rayons nocifs.
- Pour **OPTIMISER LA QUALITÉ VISUELLE** : Une lumière trop faible ou trop vive réduit la perception des contrastes. Les verres Transitions permettent de mieux percevoir les contrastes dans toutes les conditions de lumière.
- Pour **AMÉLIORER LE CONFORT VISUEL** : L'éblouissement réduit l'acuité visuelle en provoquant pissement des yeux et fatigue oculaire. Les verres Transitions atténuent considérablement l'éblouissement. Leur efficacité augmente avec un traitement anti-reflet.

Aidez à préserver la santé des yeux au quotidien et pour l'avenir.

Transitions®
Préservez vos yeux en toute lumière®

www.transitions.com

France : Campagne Transitions®.

Transitions®

Transitions® est la marque de la société Transitions Optical, Inc., joint-venture créée en 1990 par PPG Industries (Pittsburgh, Pennsylvanie, États-Unis) et Essilor International. Elle emploie plus de 1 000 personnes dans le monde. À teinte variable et filtrant les UVA et UVB, les verres Transitions® contiennent des pigments photochromiques spécifiques qui assombrissent le verre lorsqu'il est exposé aux rayons ultraviolets du soleil. Lorsque le rayonnement ultraviolet faiblit, le verre redevient clair. Cet effet photochromique apporte un grand confort visuel et protège les yeux contre les effets nocifs des UV. La cinquième génération de ces verres a été lancée au début de 2005 en polycarbonate et en matériau à très haut indice 1,67.



Varilux® is a registered trademark of Essilor International

“I WILL
OPEN FOR
INDIA
AGAIN.”



Introducing
Varilux® Progressive Lenses for
your spectacles. Stay young.

Presbyopia affects you as you age naturally. Especially after forty. Of course there are bifocal lenses and reading glasses to correct it, but they have a downside. Bifocals have a visible separation line, forcing an abrupt transition and proving to be an obstacle to clear vision. Reading glasses on the other hand cater just to the near vision problem. Worst of all, they both give away your age, making you look and feel old.

Fortunately there's Varilux from Essilor, France, the inventors of the progressive lens. Years of research have made for a revolutionary lens that enables sharper vision at all distances. And that too with a comfortable head posture, without an annoying dividing line. Varilux also makes you look a lot younger. And feel the same. You can now look at life, the way you once used to. Visit your optician today.



VARILUX®
only from **ESSILOR**

www.essilorindia.com

Kris Srikkanth, ex-capitaine de l'équipe indienne de cricket, est ambassadeur de la marque Varilux pour Essilor en Inde en 2004-2005.



En 2000, Nikon et Essilor ont donné naissance à une *joint-venture* de droit japonais détenue à parité, Nikon-Essilor Co. Ltd qui regroupe les activités d'Essilor au Japon, dont les droits de la marque Varilux® pour le Japon, ainsi que toutes les activités existantes de Nikon en verres ophtalmiques, en incluant les droits mondiaux de la marque Nikon® dans ce domaine.

Ce partenariat a pour objectifs de renforcer la présence de la marque Varilux® au Japon et de développer la marque et les produits Nikon®, notamment dans les verres d'indices de réfraction élevés, les traitements de surface les plus performants et les designs innovants qui bénéficient du savoir-faire de Nikon en calcul optique de précision.

En 2004, la *joint-venture* a lancé le Nikon Presio W, premier verre progressif double face doté d'un filtre d'aberrations. Parallèlement, la gamme Essilor s'est enrichie de Fusio™, matériau organique à très haut indice de réfraction (1,74), fruit de la recherche conjointe de Nikon et Essilor.



Europe : campagne Nikon



France : Campagne Airwear®.

Airwear®

Douze fois plus résistants et deux fois plus légers que n'importe quel verre organique classique, les verres Airwear® en polycarbonate, matériau incassable, utilisé par la NASA pour les visières des astronautes et aussi pour celles des pilotes de chasse, allient tous les bénéfices qu'un porteur de lunettes est en mesure d'attendre de ses verres : confort, esthétique, sécurité, protection UV, longévité et qualité de vision.

En cela, ces verres sont une innovation majeure de l'optique.

Xelios™, la marque lancée en 2004 pour les verres solaires.

Essilor a créé en 2003 une Direction solaire, marquant ainsi sa volonté de renforcer sa présence sur ce segment de marché. En 2004, la marque ombrelle Xelios™ a été lancée.

Elle est destinée à couvrir le développement de l'ensemble de la gamme des verres solaires correcteurs qu'ils soient polarisants (Physiotints®, Varilux® OpenView™) pour montures cambrées ou encore miroités (Silver Shadow).

Campagne Xelios™ : nouvelle génération de verres polarisants.



Des **RÉSULTATS** en **PROGRESSION**

Une croissance organique moyenne de 5,8 % sur les 10 dernières années

Essilor a enregistré en 2004 une croissance organique de son chiffre d'affaires de 5,8 %. Les sociétés acquises en 2003 et 2004 ont apporté un supplément de croissance de 4,6 % équivalent à des ventes de 96,5 millions d'euros. Hors effet de change (- 3,6 %), la croissance du chiffre d'affaires a atteint 10,4 %. Avec une progression de 3,7 % de ses ventes en volume, Essilor a encore gagné des parts de marché en 2004.

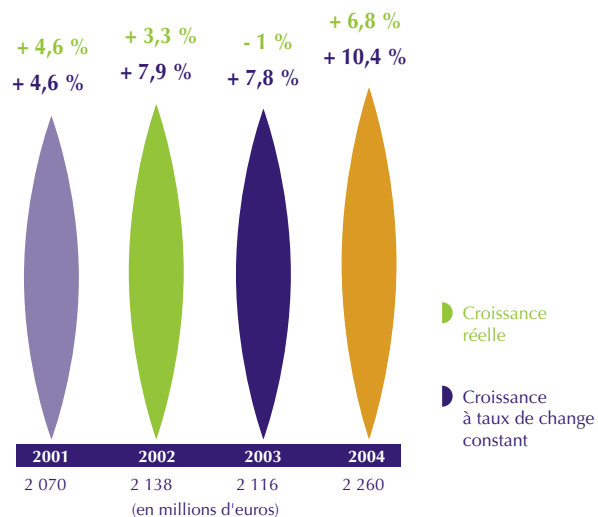
Une contribution de chaque région à la croissance du groupe, particulièrement de l'Asie.

En Amérique du Nord, l'année a été très bonne tant au Canada qu'aux États-Unis où, dans un contexte de reprise du marché ophtalmique, Essilor a gagné des parts de marché en s'appuyant sur les nouveaux produits et un fort développement commercial. L'Europe a subi la chute du marché allemand consécutive à l'arrêt du remboursement, depuis le 1^{er} janvier 2004, des équipements optiques. Hors Allemagne, la croissance des ventes en Europe en base homogène a atteint 7,6 %, grâce aux excellentes performances de la France, du Royaume-Uni et des pays de l'Europe du Sud et de l'Est. L'Asie Océanie a réalisé la progression la plus élevée. Au Japon notamment, Nikon-Essilor a pris des parts de marché et, dans les pays émergents tels que la Chine et l'Inde, le groupe a renforcé ses positions de façon significative. Enfin, l'Amérique latine a bien développé ses ventes, au Brésil, en Argentine et dans les autres pays de la région.

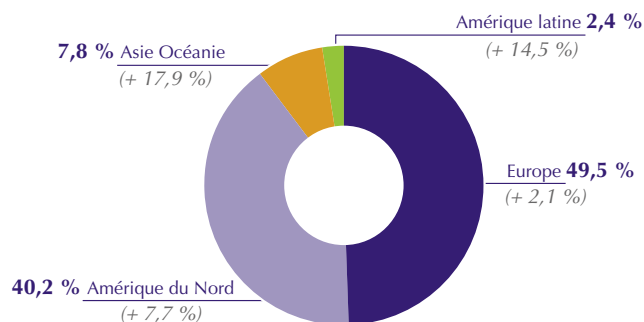
La marge opérationnelle à son plus haut historique

La marge opérationnelle s'est établie à 17,9 %, en progression de 0,7 point. Cette performance provient :

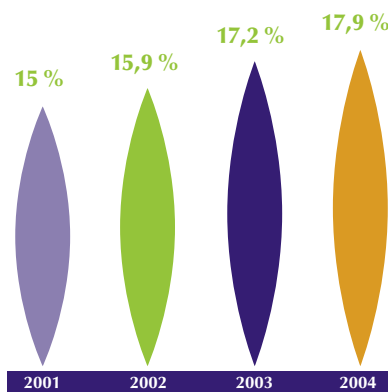
- du bon niveau de marge brute qui atteint 60,3 % malgré l'impact des sociétés récemment acquises ;
- de la maîtrise des coûts d'exploitation ;
- d'une progression de la rentabilité dans toutes les régions où le groupe est implanté et particulièrement aux États-Unis ;
- d'une amélioration des résultats de la société Transitions.



Croissance du chiffre d'affaires consolidé



Répartition du chiffre d'affaires par zone géographique (croissance en base homogène)



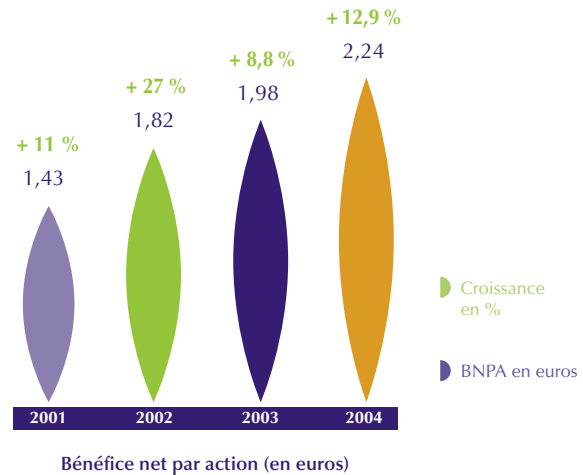
Marge opérationnelle

Une croissance du bénéfice net par action de 12,9 %

Le résultat net part du groupe a atteint 227,1 millions d'euros (+ 13,4 %). Essilor a dégagé une marge nette de 10,1 % contre 9,5 % en 2003.

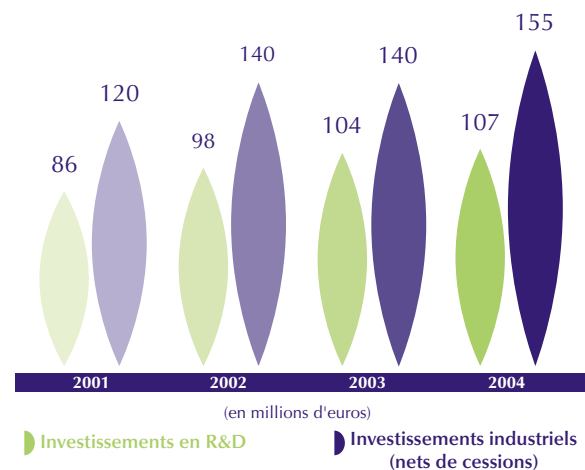
La progression régulière du bénéfice net par action reflète l'amélioration de la rentabilité du groupe et les efforts réalisés pour limiter l'augmentation du nombre d'actions.

Le ratio résultat net sur capitaux propres a augmenté pour s'établir à 17 % contre 16,6 % en 2003.



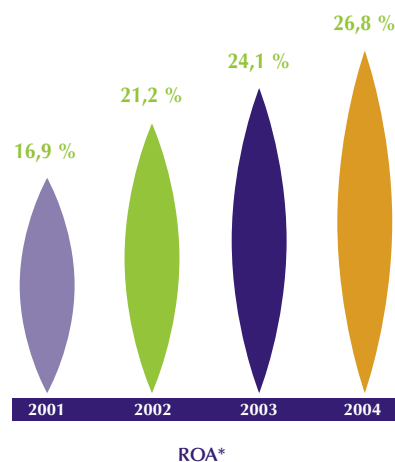
Des projets d'investissement sélectifs

Essilor a consacré près de 5 % de son chiffre d'affaires à la R&D et 6,9 % aux investissements industriels. Ces derniers ont essentiellement porté, dans les usines, sur l'accompagnement de la hausse des volumes, notamment des verres en matériau 1,67, et sur des augmentations de capacité en traitement anti-reflet des laboratoires de prescription.



Une situation financière renforcée

L'accroissement de la rentabilité, la bonne performance du groupe et la stabilité du besoin en fonds de roulement ont permis au groupe de diminuer son endettement de 131,3 millions d'euros. L'excédent de trésorerie net représente 34 millions d'euros fin 2004, soit 3 % des capitaux propres. Le ROA* est en augmentation depuis cinq ans grâce à une attention particulière portée à la maîtrise des éléments de besoin en fonds de roulement malgré un niveau d'investissements industriels soutenu.



* Résultat avant impôts et frais financiers sur actif net.

Un ENGAGEMENT SOCIAL et ENVIRONNEMENTAL

Le développement durable est une notion intégrée à la stratégie d'Essilor et indissociable de sa performance économique. Essilor a publié l'année dernière son premier rapport de développement durable. Pour le groupe, la notion de développement durable se confond avec sa volonté de développer la performance globale de l'entreprise à long terme et d'en rendre compte en toute transparence.

Le périmètre de reporting du développement durable a été élargi en 2004.

Dans le cadre de la loi NRE, le groupe rapporte dans le document de référence les informations humaines et environnementales sur un périmètre essentiellement composé des sociétés françaises (maison mère).

Conscient de la nécessité d'une information plus large, Essilor s'est engagé à augmenter progressivement le périmètre de reporting autour du noyau stabilisé de la loi NRE, jusqu'à le compléter sur la quasi-totalité de ses entités juridiques consolidées. 2004 est le deuxième exercice au cours duquel le groupe s'est conformé à cet engagement. Pour cela, Essilor a choisi d'utiliser le référentiel des indicateurs du Global Reporting Initiative (GRI), en sélectionnant parmi eux, ceux qu'il considère comme significatifs pour son métier.

Le système de reporting de ces indicateurs extra-financiers a été informatisé au cours de l'année en utilisant une application jumelle de celle du système de reporting financier.

Responsabilité environnementale

Poursuivre le déploiement des certifications ISO 14001 et OHSAS 18001.

Bien que la nature de l'activité d'Essilor ait des effets limités sur l'environnement, le groupe s'est engagé très tôt dans une démarche volontaire afin de connaître avec précision les conséquences, même légères, de ses différentes activités, en utilisant le référentiel ISO 14000.

À partir de ce principe fondamental, Essilor a engagé 15 de ses sites de production amont dans une démarche de mise en place de systèmes de gestion environnementaux (ISO 14001) et également de systèmes de gestion de la santé et de la sécurité au travail (OHSAS 18001).

Nombre total d'usines certifiées	2003	2004	2005 ^(e)	2006 ^(e)
ISO 14001	8 sites	13 sites	15 sites	
OHSAS 18001	5 sites	7 sites		15 sites

(e) estimation.

Responsabilité sociale

Fédérer et enrichir les compétences dans le cadre du développement international du groupe.

Plus de 25 800 employés répartis dans le monde font d'Essilor une entreprise à forte diversité. Certaines activités se sont entièrement mondialisées, comme la production et la R&D. La nouvelle organisation des ressources humaines mise en place en 2002 vise ainsi à promouvoir une gestion transnationale des compétences.

Essilor met régulièrement en place des séminaires internationaux par compétence pour accompagner cette évolution et favoriser les échanges d'expériences : la deuxième édition du "Worldwide Rx Benchmarking Meeting" s'est tenue, par exemple, cette année près de Toronto, regroupant plus de 70 personnes travaillant dans les laboratoires de prescription du groupe, tous issus d'Asie, d'Amérique du Nord, d'Amérique latine et d'Europe.

Le travail par équipes multiculturelles autour d'un projet s'est par ailleurs généralisé. Depuis plus de sept ans, le groupe développe ses nouveaux produits en s'organisant par projets transversaux sous la responsabilité d'une Direction des Projets Nouveaux Produits rattachés à la R&D.

Promouvoir l'actionnariat salarié, un fondement d'Essilor.

Essilor bénéficie de la présence d'un fort actionnariat interne représenté et animé de façon indépendante par une association française loi 1901, Valoptec Association. Premier actionnaire d'Essilor, elle regroupe 2 569 salariés dans le monde et détient à fin 2004 plus de 15 % des droits de vote du groupe.

D'autres systèmes d'épargne salariale permettent à plus de 6 000 salariés du groupe de posséder des actions Essilor.

La fermeture de l'usine de Park Street, un exemple d'accompagnement réussi.

Si, dans un groupe mondial comme Essilor, les mouvements de création de nouvelles activités sont nombreux et constants, ceux qui consistent à prévoir l'arrêt des activités anciennes existent également. L'arrêt de la production à Park Street en Floride aux États-Unis correspondait à une nécessité économique et à une logique d'organisation et de progrès. Le processus de fermeture, qui concernait 500 personnes, a été étalé sur trois années et a été géré avec beaucoup de professionnalisme et de compréhension par les équipes d'Essilor aux États-Unis. L'ensemble des salariés a bénéficié d'un service de reclassement.

Responsabilité sociétale

Démontrer l'évidence de la corrélation entre vision et développement.

Les produits et les services d'Essilor auprès des professionnels de la vue sont en eux-mêmes porteurs des valeurs du développement durable. Les verres ophtalmiques facilitent l'accès à l'éducation, à la connaissance et à la culture. Par conséquent, intégrer le concept de développement durable dans la stratégie de l'entreprise, c'est faire prendre conscience qu'une bonne vision favorise le développement des individus et des sociétés, que la mise en place de moyens de dépistage visuel n'est ni complexe ni onéreuse et enfin qu'une paire de lunettes est le moyen le plus simple, le plus efficace et le plus économique pour corriger la vue.

Essilor favorise le développement de réseaux de professionnels de la vue dans tous les pays, y compris dans ceux qui représentent des réservoirs de croissance importants dans le long terme.



2004 a été l'année du rapprochement d'Essilor et de l'UNESCO concrétisé autour du projet commun de premier forum international réalisé à l'occasion de la Journée mondiale de

la vue 2004. Le titre de ce forum "Vision et Développement : changeons notre regard" établit clairement la relation qui existe entre vision et développement, l'un comme l'autre des deux termes étant pris dans l'ensemble de leurs sens. Réalisé à l'attention des délégations de l'UNESCO pour les sensibiliser à cette relation étroite, ce premier forum a réuni des professionnels des secteurs social et médical, des acteurs de la société civile et des artistes venus de plusieurs pays pour débattre du rôle de la vue dans l'apprentissage et la socialisation, ainsi que l'éducation du regard en tant qu'outil d'appropriation du monde.



Cette relation d'Essilor avec l'UNESCO vient compléter les actions concrètes engagées par le groupe avec d'autres partenaires. À ce titre, **la fondation Helen Keller International a remis le trophée "Spirit of Helen Keller" (l'Esprit d'Helen Keller) à Essilor en hommage à sa collaboration dans la lutte préventive contre la cécité des enfants du Mali.** Fondée en 1915, Helen Keller International est l'une des plus anciennes organisations à but non lucratif qui lutte contre la cécité évitable. Essilor mène aussi avec cette fondation les opérations Childsight® aux États-Unis et au Mexique. Essilor do Brasil, Helen Keller International et le Lions Club ont également créé l'institut Varilux® de la vision, un centre d'information et d'éducation des consommateurs dans le domaine des soins optiques.

Tableaux récapitulatifs des indicateurs de développement durable

Indicateurs environnementaux

Le périmètre 2004 élargi recouvre la maison mère (déjà incluse en 2003), 15 sites de production (13 en 2003) et 13 sites de prescription (aucun en 2003).

Le pourcentage que ce périmètre représente est calculé par le rapport entre le nombre d'employés travaillant dans les sites du périmètre et le nombre total d'employés. **Le périmètre de reporting 2004 s'établit ainsi à 49 %.**

INDICATEURS GRI ENVIRONNEMENTAUX	INDICATEUR RETENU	2003 Rappel	2004 à périmètre identique	2004 à périmètre élargi
EN 1 Consommation totale de matières premières (autres que l'eau), par type (en tonnes) <i>N.B. : données arrondies à la centaine supérieure. Ne concerne que les sites de production.</i>	Consommation totale de matières premières (autres que l'eau), par type > Matière 1 ^{re} substrats standards > Matière 1 ^{re} autres substrats	4 300 t 4 700 t	4 500 t 5 400 t	4 500 t 5 400 t
EN 3 Consommation directe d'énergie, répartie par source primaire (en gigawattheures)	Consommation directe d'énergie, répartie par source primaire > Électricité > Gaz > Carburant liquide	250,3 gWh 35,9 gWh 3,1 gWh	229,6 gWh 33,5 gWh 2,5 gWh	268 gWh 33,9 gWh 2,9 gWh
EN 5 Consommation totale d'eau (en m³)	Consommation totale d'eau	1 727 820 m³	1 929 492 m³	2 167 399 m³
EN 7 Description des principaux impacts sur la biodiversité des activités et/ou produits et services de l'organisation dans les environnements terrestres, d'eau douce et maritimes	Description des principaux impacts de l'activité sur la biodiversité	Aucun impact signalé. Dans le cadre de sa démarche de certification ISO 14 001, Essilor prend les mesures pour prévenir et éviter les atteintes à l'équilibre biologique, aux milieux naturels, aux espèces animales et végétales protégées, dans le cas où l'analyse environnementale a révélé l'existence d'un risque, même minime, d'y attenter.		
EN 11 Quantité totale de déchets par type de destination	> Quantité totale de déchets solides > Nombre de sites pratiquant le tri sélectif	6 571 t 89 %	6 308 t 92 %	7 947 t 89 %
EN 13 Rejets accidentels significatifs de produits chimiques, d'huiles et de carburants (nombre et volume total)	> Rejets accidentels significatifs de produits chimiques, d'huiles et de carburants > Nombre de sites équipés de dispositifs de rétention	0 74 %	0 79 %	0 76 %
EN 14 Impacts environnementaux significatifs des principaux produits et services	Produits ayant un impact significatif sur l'environnement	Les verres Airwear® sont issus de matériaux et d'une technologie qui rompent avec les techniques traditionnelles du métier. Ils sont fabriqués à partir d'une matière thermoplastique à formule optimisée, qui est recyclable. Leur indice de réfraction permet de gagner encore en finesse et en légèreté. Malgré cela, ils offrent une incroyable résistance aux chocs. Les verres Airwear® ouvrent la voie aux systèmes de récupération des verres usagés en vue de leur recyclage à chaque livraison d'un nouvel équipement par les professionnels de la vue.		

Indicateurs sociaux

Le périmètre 2004 élargi recouvre la maison mère (déjà incluse en 2003), 15 sites de production (13 en 2003) et 13 sites de prescription (aucun en 2003), Essilor of America et Essilor Canada (non compris en 2003).

Le pourcentage que ce périmètre représente est calculé par le rapport entre le nombre d'employés travaillant dans les sites du périmètre et le nombre total d'employés. **Le périmètre de reporting 2004 s'établit ainsi à 71 %.**

INDICATEURS GRI SOCIAUX	INDICATEUR RETENU	2003 Rappel	2004 à périmètre identique	2004 à périmètre élargi
LA 1 Répartition de la main-d'œuvre par zone, dans la mesure du possible par région/pays, statut (salarié/non salarié), type d'emploi (plein temps/temps partiel) et type de contrat (...) par région/pays	Répartition de la main-d'œuvre > Femmes > Hommes > Total	5 357 (57 %) 3 932 (43 %) 9 289	5 474 (57 %) 4 153 (43 %) 9 627	10 210 (56 %) 8 092 (44 %) 18 302
LA 3 Pourcentage d'employés représentés par des organisations syndicales indépendantes ou d'autres représentants légitimes du personnel, avec répartition par zone géographique ou pourcentage d'employés couverts par des conventions collectives par région/pays	Représentation du personnel	Parmi nos opérations, la représentation du personnel prend de multiples formes : au Brésil (Union of the workers of the industries of glass, crystal, mirrors, ceramic wares and porcelain of Manaus), en Chine (Trade Union Committee), en Inde (Karmika Sangha), en Irlande (Services Industrial Professional Technical Union), aux Philippines (Confederation of the Filipino Workers), et sur ces sites ou sur d'autres, un bon nombre de structures du type Employee Committee, Activity Committee, Welfare Committee, Safety Committee, Communication Committee, Factory Committee, etc.		
LA 7 Accidents du travail classiques, jours de travail perdus et taux d'absentéisme ainsi que nombre d'accidents mortels (personnel de sous-traitance inclus)	Accidents du travail > Accidents avec arrêt > Accidents sans arrêt > Jours de travail perdus > Taux d'absentéisme	207 37 3 543 4,7 %	123 122 2 758 4,2 %	198 374 4 634 4,1 %
LA 9 Nombre moyen d'heures de formation par an et par employé, par catégorie d'employé. * Périmètre ne comprenant ni Essilor of America, ni Essilor Canada	Formation > Nombre d'heures employés * > Nombre d'heures encadrement *			178 868 66 813
HR 4 Description de la politique générale et des procédures/programmes visant à éviter toutes formes de discrimination dans les activités, avec mention des systèmes de suivi et de leurs résultats	Description de la politique pour la prévention de toute forme de discrimination illicite dans l'entreprise	Essilor et ses filiales favorisent le respect des conventions fondamentales de l'OIT relatives à la prévention de toute forme de discrimination illicite, à la liberté d'association, à l'exclusion du recours au travail des enfants et au travail forcé. Ceci est réalisé grâce à la coordination des ressources humaines sur le plan international au niveau le plus élevé (Comité exécutif) et à ses relais au niveau des zones ou au niveau des métiers et aussi grâce à des réalisations comme la mise en place progressive d'un système de reporting des indicateurs de développement durable qui comprend les présentes rubriques.		
HR 5 Description de la politique en matière de liberté syndicale en précisant dans quelle mesure cette politique est universellement appliquée indépendamment de la législation locale ; description des procédures/programmes destinés à traiter cette question	Description de la politique en matière de liberté d'association			
HR 6 Description de la politique d'exclusion du travail des enfants en vertu de la Convention 138 de l'OIT et mesure dans laquelle cette politique est publiquement exposée et appliquée ; description des procédures/programmes destinés à traiter cette question, avec mention des systèmes de suivi et de leurs résultats	Description de la politique d'exclusion du travail des enfants			
HR 7 Description visant à interdire le travail forcé et mesure dans laquelle cette politique est publiquement exposée et appliquée ; description des procédures/programmes destinés à traiter cette question, avec mention des systèmes de suivi et de leurs résultats Voir la Convention 29 de l'OIT, Article 2	Description de la politique visant à interdire le travail forcé			

Des TENDANCES de MARCHÉ favorables pour l'AVENIR

Les lunettes sont la principale méthode de correction visuelle pour 3 porteurs sur 4 dans le monde. Le marché des verres optiques, évalué annuellement entre 800 et 850 millions de verres, est un marché de renouvellement à 90 %. Après une année de stagnation en 2003, il a retrouvé en 2004 sa tendance de longue période à un rythme d'augmentation de 1,5 à 2 % par an en volume. Il représente un chiffre d'affaires au niveau des fabricants évalué entre 7 et 9 milliards d'euros.

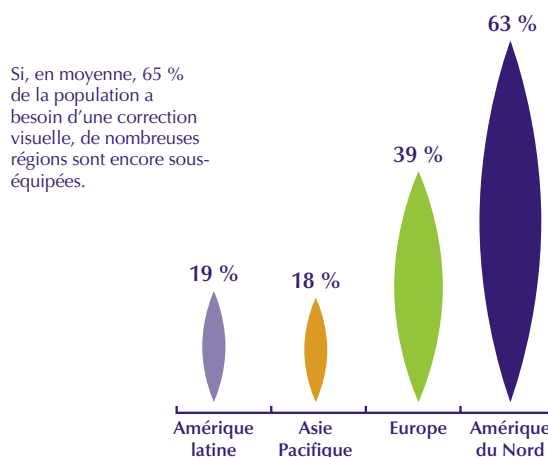
Un fort potentiel de croissance en volume

Des zones géographiques encore à équiper : Europe de l'Est, Amérique latine et Asie.

Sur une population mondiale de plus de 6 milliards d'êtres humains, on estime que 4 milliards d'individus, soit 65 %, ont besoin d'une correction visuelle. Or seulement 1,5 milliard, soit 24 % de la population, portent des lunettes. Cette proportion diffère selon les zones géographiques. Si l'Amérique du Nord, le Japon, l'Australie et l'Europe occidentale sont globalement bien équipés, une part très importante des populations d'Europe

de l'Est, d'Amérique latine et d'Asie n'est pas encore corrigée. Ces pays représentent un relais de croissance fort pour Essilor dans les années à venir.

Pourcentage de la population effectivement corrigée



Les plus de 45 ans : une part croissante de la population.

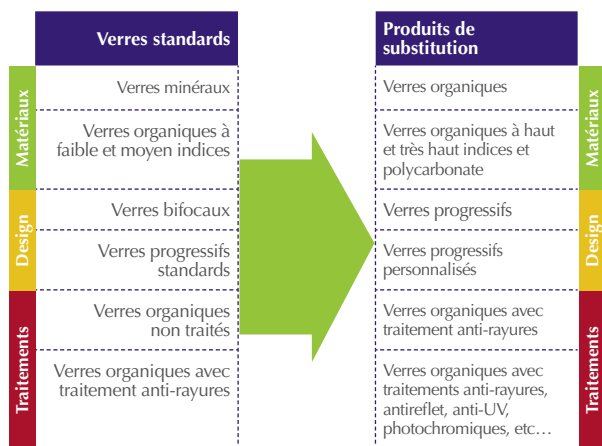
Aujourd'hui 23 % de la population mondiale a plus de 45 ans. On estime qu'en 2025, ce chiffre devrait atteindre 31 % pour une population totale de 8 milliards d'habitants. Or la quasi-totalité des individus de plus de 45 ans développe une presbytie, processus physiologique dû au vieillissement naturel de l'œil. Cette déficience oculaire est corrigée en particulier par le port de verres progressifs.

Marché mondial des verres correcteurs

	Verres unifocaux	Verres bifocaux	Verres progressifs
Part de marché mondial	75 %	13 %	12 %
Caractéristique	Même correction quelle que soit la distance de vision	Deux zones distinctes de correction pour voir de près ou de loin	Ils assurent une vision nette et précise à toutes les distances
Défaut corrigé	Les amétropies (hypermétropie, myopie et astigmatisme)	La presbytie	La presbytie

Une progression des verres à valeur ajoutée supérieure au marché

Si le marché enregistre une croissance en valeur de l'ordre de 3 à 4 % par an, les verres à haute valeur ajoutée sur lesquels Essilor s'est positionné, comme les verres progressifs, les verres traités antireflet, les verres en polycarbonate et les verres en matériaux à hauts indices de réfraction, connaissent des progressions largement supérieures à celle du marché, principalement dans les pays développés mais aussi dans certains pays émergents dont le développement économique entraîne des effets de substitution rapides entre générations de verres.



Matériaux : une montée en puissance des verres organiques.

Les verres minéraux cèdent, année après année, la place aux verres organiques. Les verres à bas (LI) et moyen indices (MI) de réfraction perdent progressivement de l'importance par rapport aux verres en polycarbonate, plus résistants, et aux matériaux à haut et très haut indices (HI) qui permettent d'obtenir des verres de faible épaisseur.

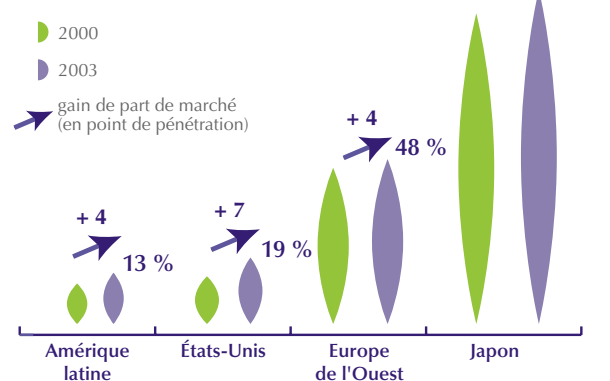
Design : une substitution des verres bifocaux par les verres progressifs.

Les verres progressifs, plus confortables et performants, supplantent peu à peu les verres à double ou triple foyers pour la correction de la presbytie. Ce segment de marché croît rapidement, avec des différences selon les régions : les ventes de verres progressifs représentent déjà plus de 95 % des ventes de verres multifocaux au Japon ; en revanche, elles n'atteignent encore que 49 % aux États-Unis et moins de 30 % pour la zone entière Asie-Pacifique.

Traitements : un succès grandissant.

Un nombre grandissant de verres bénéficie de traitements de surface, essentiellement antireflet et anti-salissures. Si, aujourd'hui encore, un tiers seulement des verres vendus dans le monde est traité avec un antireflet, le Japon, avec 98 % de couverture, montre la voie à suivre. L'antireflet connaît une croissance rapide sur tous les continents et, particulièrement aux États-Unis, où le potentiel de progression reste très important.

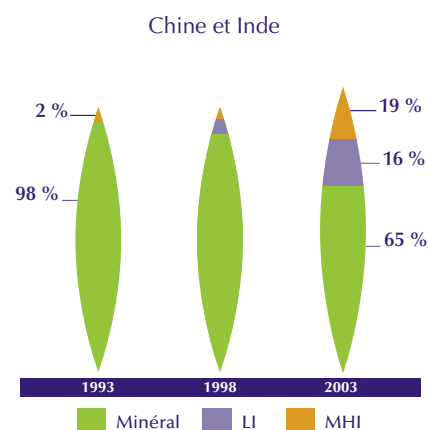
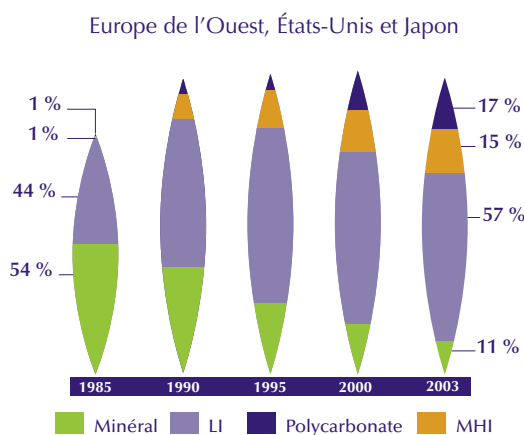
Part des verres antireflet dans le total des verres en volume



Les verres solaires : un marché prometteur.

Protection, mode et style de vie se conjuguent pour expliquer le développement des verres solaires. Le marché des verres solaires correcteurs enregistre une croissance annuelle de près de 12 %.

Répartition des verres par matériau en volume





En faisant le choix de l'intégration de la production de ses usines et de ses laboratoires de prescription, Essilor conjugue compétitivité et qualité à l'échelle mondiale.

A close-up photograph of a person's hand holding a clear magnifying glass. The hand is positioned over a blue background that features various technical components, including what appears to be a circuit board and some mechanical parts. The lighting is bright, highlighting the textures of the skin and the metallic elements in the background. The overall composition suggests a theme of technology, innovation, and future-oriented work.

Quels **ENJEUX**
pour **L'AVENIR ?**

INNOVER pour ENRICHIR la VALEUR des VERRES

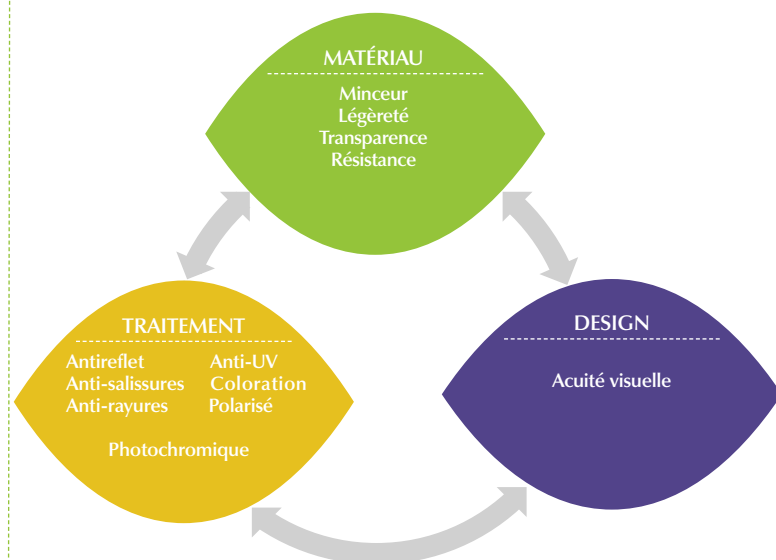
L'innovation est le fondement de la croissance interne d'Essilor. Elle constitue une priorité pour progresser plus vite que le marché. Ainsi le groupe enregistre une croissance organique moyenne de plus de 5 % par an depuis 10 ans. En 2004, Essilor a consacré près de 5 % de son chiffre d'affaires à la recherche et développement, soit le taux le plus important de l'industrie des verres ophtalmiques.

Des innovations technologiques majeures sont issues de la recherche Essilor.

Année après année, le verre correcteur fait l'objet de transformations profondes pour devenir un produit high-tech. Essilor a largement participé à toutes ces améliorations et est à l'origine de la plupart des innovations qui, depuis un demi-siècle, ont changé l'industrie du verre ophtalmique :

- 1959 :** Lancements du premier verre progressif Varilux® et du verre organique Orma® 1000
- 1976 :** Essilor lance Varilux® en matière organique
- 1991 :** Lancement du verre photochromique Transitions®
- 1992 :** Lancement du traitement Crizal® anti-rayures, antireflet et anti-salissures
- 1998 :** Lancement du verre Varilux® en polycarbonate Airwear®
- 2003 :** Lancement de Varilux® Ipseo™, premier verre progressif personnalisé au comportement œil/tête du porteur
- 2003 :** Lancement du traitement Crizal® Alizé™, une innovation majeure issue de l'application des nanotechnologies

Au-delà de la performance visuelle, confort, esthétique et protection sont au cœur des efforts de R&D du groupe et sont issus des combinaisons infinies des trois dimensions du verre : matériau, design et traitements.



L'année 2004 a confirmé cette dynamique de l'innovation.

L'effet des nouveaux produits lancés en 2003 a joué un rôle moteur dans la croissance du groupe.

Le déploiement de **Varilux® Ipseo™**, lancé sur de nombreux marchés en Europe, en Asie et au Canada, a renforcé l'avance technologique d'Essilor dans le domaine prometteur des verres progressifs personnalisés au comportement physiologique des porteurs. Cette innovation a été permise grâce à la mise au point de techniques de surfacage à commande numérique. À l'occasion du 10^e anniversaire du Salon International de l'Optique Lunetterie (Silmo), les professionnels de la vue ont désigné, parmi 55 candidats, le verre Varilux® Ipseo™ comme le produit le plus innovant des dix dernières années. Il est lancé en 2005 aux États-Unis.

Crizal® Alizé™, déployé en Europe, en Amérique du Nord et en Australie, rencontre un succès manifeste auprès des opticiens et des consommateurs. Grâce à sa fonction anti-salissures ultra-performante, il répond à une forte attente de la clientèle qui était souvent déroutée par la difficulté du nettoyage des verres traités antireflet. Les performances et les qualités de ce nouveau traitement ont permis de faire croître le marché des verres antireflet dans bon nombre de pays et de conquérir ainsi de nouvelles parts de marché. Il est lancé en Argentine et en Asie en 2005.

2004 a été marquée par une forte croissance de la productivité dans le développement de nouveaux produits.

Chaque génération d'un verre se décline en de multiples combinaisons en fonction des matériaux, des surfaces optiques et des traitements : 40 produits ont été lancés en 2004 contre 30 en 2003 et 22 en 2002.

Parmi les lancements les plus significatifs de l'année figure **Varilux® Ellipse™**, le verre progressif adapté aux petites montures. Tendance incontournable de la mode, les montures de petites tailles attirent de plus en plus de presbytes (environ 7 % du marché mondial des verres progressifs). Les équipes R&D d'Essilor, avec Varilux® Ellipse™, ont réussi à développer le verre progressif qui assure le champ visuel le plus large et la hauteur de montage la plus faible du marché (14mm).

En matière de matériau organique, **Fusio®**, élaboré avec Nikon, est doté du plus haut indice de réfraction, 1,74, actuellement disponible sur le marché. Les verres correcteurs réalisés dans ce matériau sont plus minces et plus plats. Lancé en Europe en 2004, Fusio® poursuivra son déploiement dans les autres régions du monde en 2005.

Les équipes de R&D ont été renforcées dans le monde.

Le groupe a inauguré en juin un nouveau centre de recherche à Singapour. La décision d'ouvrir ce centre souligne la volonté d'Essilor de renforcer sa position en Asie et d'y assurer une veille technologique active afin de mieux répondre aux besoins spécifiques de la population locale.

La R&D a également ouvert à Toulouse le laboratoire mixte Essilor en collaboration avec le CNRS et l'université dont l'objectif est de travailler sur de nouvelles technologies.



États-Unis : campagne Varilux® Ipseo™.

L'avenir : vers une personnalisation croissante des verres.

Tous les efforts des équipes de la recherche et développement d'Essilor portent sur la compréhension des comportements des porteurs de lunettes. Depuis 20 ans, une base de données unique a été constituée regroupant l'ensemble des données physiologiques recueillies par l'observation et l'analyse de ces comportements. Les équipes de R&D ont ainsi pu démontrer l'importance primordiale du coefficient œil/tête, propre à chaque porteur, sur la performance de la correction. Cette connaissance du comportement doit amener le groupe à déceler d'autres paramètres pertinents qui permettront d'accroître le degré de personnalisation des verres et de continuer à enrichir la gamme d'Essilor.

LES NOUVEAUX PRODUITS, MOTEURS DE LA CROISSANCE :

- **50 %** du CA réalisé avec des produits de moins de 5 ans et **30 %** grâce à des innovations de moins de 3 ans.
- **4** centres de R&D : France, États-Unis, Singapour et un au Japon pour Nikon-Essilor.
- **500** personnes.
- Plus de **100** nouvelles inventions brevetées en 2003 et 2004.
- **2 300** brevets ou demandes de brevet en portefeuille en 2004.

RENFORCER L'INTÉGRATION

de la PRODUCTION

Fabriquer et livrer des verres partout dans le monde avec la même exigence de qualité (performance des verres) et de service (délai et quantité) constituent un enjeu stratégique pour Essilor. En 2004, les 17 usines, les 183 laboratoires de prescription et les 12 centres de distribution du groupe, ont produit et livré 180 millions de verres aux 200 000 opticiens du globe, dans les 24 heures pour les verres courants et en moins de quatre jours pour les prescriptions plus complexes. L'intégration de la production est devenue un enjeu considérable pour accompagner et accélérer le déploiement des nouveaux produits sur les marchés.

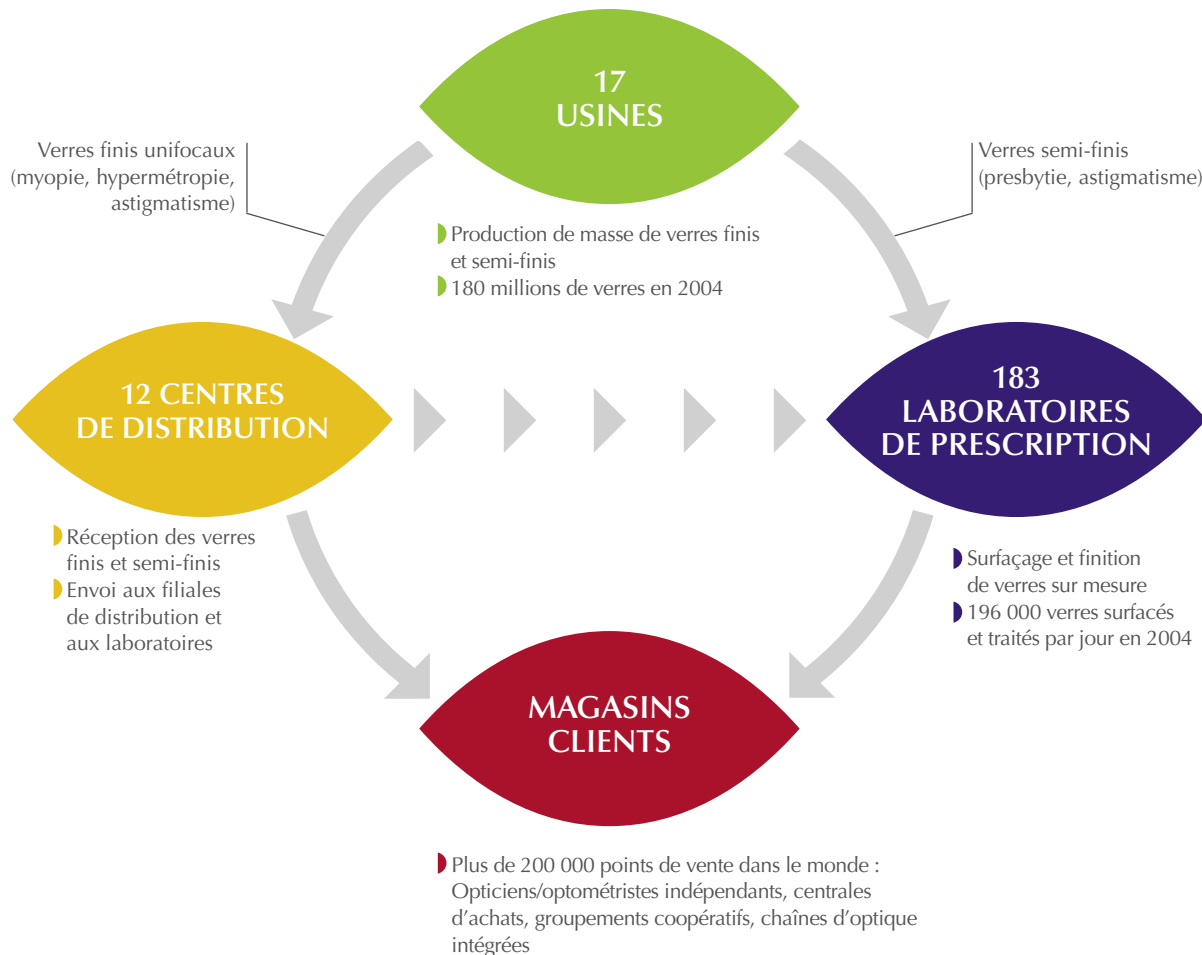
Poursuivre la stratégie d'intégration.

Essilor a fait le choix d'un modèle intégré de la production entre, en amont, les usines qui se concentrent sur la production de verres finis et semi-finis, et, en aval, les laboratoires de prescription qui assurent la finition des verres sur mesure, personnalisés aux besoins spécifiques de chaque porteur. La maîtrise de l'ensemble de la chaîne de production et des réseaux de distribution aux opticiens est un atout considérable pour le groupe : elle lui permet d'accélérer et d'accompagner la mise sur le marché des nouveaux produits jusqu'à leur livraison à l'opticien et de proposer une offre de services adaptée à chaque type de client. C'est pourquoi Essilor a réalisé de nombreuses acquisitions en aval, notamment aux États-Unis à partir de 1996, pour constituer, comme en Europe, un réseau de laboratoires de prescription de proximité.

12 ACQUISITIONS EN 2004 :

- **Europe** : LTL, distributeur de verres finis et Delamare-Sovra, fabricant de consommables de surfaçage.
- **États-Unis** : six laboratoires de prescription, 21st Century Optics, Tri Supreme, Select Optical, Opal-Lite, Dunlaw Optical Lab. Inc et Spectrum Optical Inc.
- **Canada** : deux laboratoires de prescription, Tech Cite, acquis par Nikon-Essilor, et Optic Lison.
- **Australie** : un laboratoire de prescription, City Optical.
- **Inde** : un laboratoire de prescription, Vijay Vision Private Ltd.

Un modèle intégré de production, de surfaçage, de finition et de distribution des verres



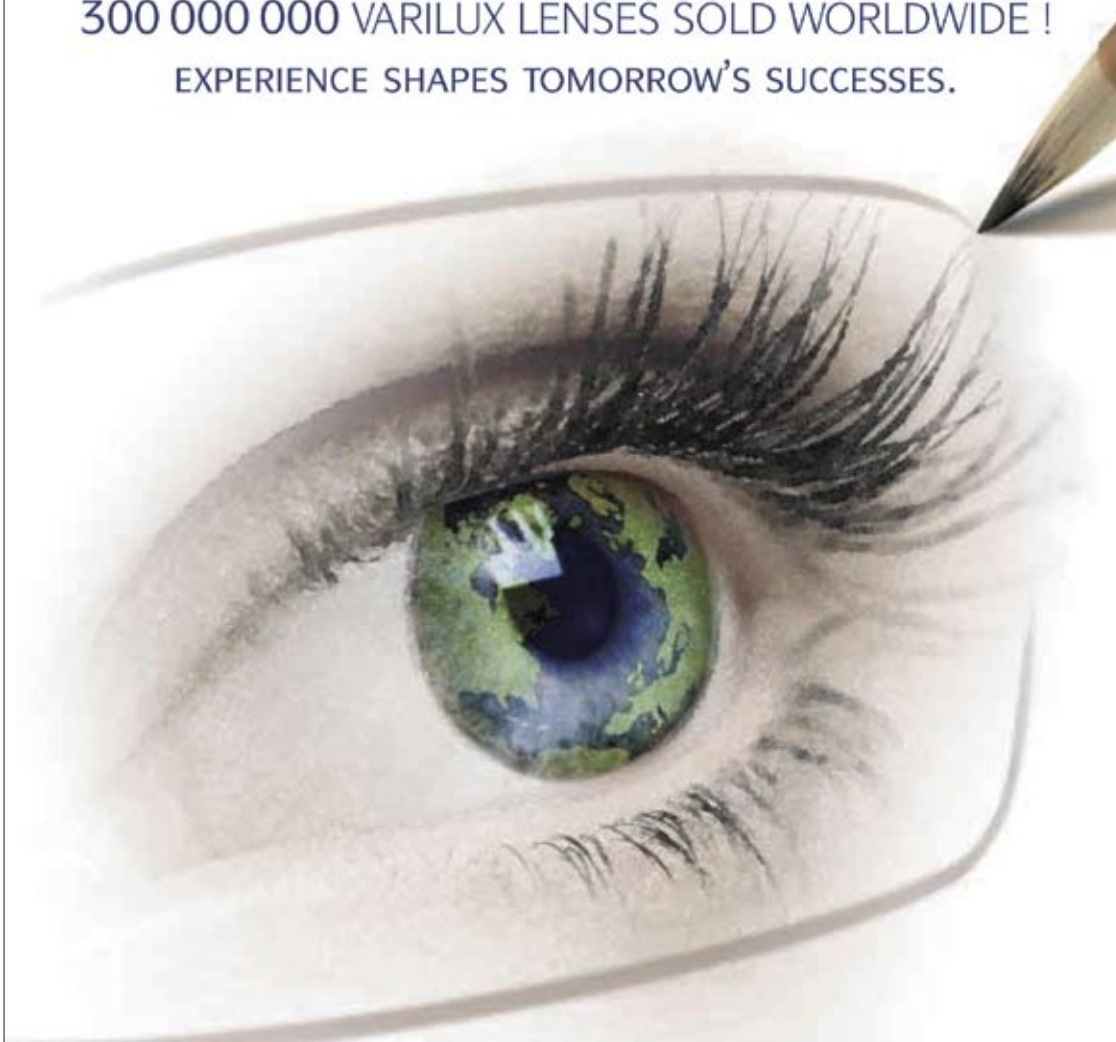
Faire évoluer les capacités de production des usines à l'échelle mondiale.

Depuis de nombreuses années, Essilor adapte ses capacités de production et son outil industriel pour répondre à l'évolution du marché et accompagner le déploiement de ses nouveaux produits. En 2004, les grandes tendances anticipées par le groupe se sont confirmées : les verres organiques continuent leur progression et parmi eux, le polycarbonate et les matériaux à haut indice gagnent des parts de marché sur les verres à bas indice. Dans ce contexte, la production des usines d'Essilor a cru de plus de 5 %, notamment grâce au développement et à l'amélioration de la production de verres en polycarbonate et des verres à haut indice 1,67. Des progrès en qualité et des

gains de productivité ont ainsi pu être réalisés. Les investissements industriels principaux ont porté sur l'augmentation de la production de verres en polycarbonate en Thaïlande, sur le développement des verres à haut indice 1,67 dont la production a démarré en Irlande et sur l'augmentation des capacités de production des verres traités antireflet.

Cette évolution de la production conduit le groupe à adapter son organisation industrielle afin d'intégrer les technologies indispensables au développement des nouveaux produits. Parallèlement à la création de capacités nouvelles de production, l'unité de Park Street en Floride, créée en 1972 dans le but d'assurer la présence des opérations de production d'Essilor sur le sol américain, a été fermée en 2004.

300 000 000 VARILUX LENSES SOLD WORLDWIDE !
EXPERIENCE SHAPES TOMORROW'S SUCCESSES.



Varilux®, the ultimate reference for presbyopes :



Inventor of the progressive addition lenses
45 years of expertise



300 000 000 Varilux lenses sold worldwide
20 new wearers every minute



Industry standard-setting technology
5% of the total turnover invested in R&D



Varilux keeps progressing You will too

VARILUX®



Varilux is a registered trademark of Essilor International

Grande-Bretagne : annonce presse professionnelle.

En 2004, Essilor a célébré le chiffre de 300 millions de verres Varilux® vendus dans le monde.

Renforcer l'ingénierie mondiale des usines et des laboratoires pour accélérer la commercialisation des nouveaux produits.

Partout dans le monde, la mission des laboratoires est de fournir dans les meilleurs délais aux clients opticiens des verres de qualité conformes à la prescription des porteurs. Constamment, les laboratoires Essilor doivent évoluer pour maîtriser les nouvelles technologies nécessaires à l'élargissement du catalogue produits du groupe, qui compte plus de 240 000 références. En 2004 par exemple, la technique de surfacage numérique pour Varilux® Ipseo™ a été introduite dans trois sites en Europe et au Japon, et le déploiement de la technologie Crizal® Alizé™ s'est poursuivi dans 31 laboratoires en Europe, aux États-Unis et au Brésil. Il faut tenir compte également d'une segmentation croissante du marché, les demandes étant très différentes d'un pays à un autre et d'un client à l'autre.

Afin d'améliorer encore son organisation, **Essilor a renforcé son département d'ingénierie** pour en faire une courroie de transmission entre, d'une part, la R&D et, d'autre part, les usines et les laboratoires qui partagent des technologies communes. Sa principale mission est de concevoir les équipements techniques destinés aux usines et laboratoires du groupe qui permettront d'accroître la personnalisation des produits tout en restant compétitif en matière de prix et délais. Cette organisation va favoriser encore davantage l'innovation et améliorer l'efficacité du groupe grâce à une accélération de la commercialisation des nouveaux produits. Elle s'appuiera sur des plateformes techniques déployées dans chaque région où le groupe est implanté, qui seront à même d'intégrer les spécificités des clients et de développer les technologies adéquates. L'interconnexion entre les laboratoires, déjà développée en Europe, et qui permet de répartir les commandes, sera encore renforcée.

Les effectifs en ingénierie ont donc été redéployés et augmentés avec des transferts internes venant de la R&D et des recrutements externes. Cette action sera poursuivie en 2005.



Un contrôle qualité effectué à chaque étape de production.

Réaménager le plan logistique des cinq prochaines années pour accroître la réactivité et la fiabilité du service aux opticiens.

Compte tenu de la particularité de son organisation, Essilor a mis en place deux chaînes logistiques intégrées. En amont, la "logistique de production" dont le principal objectif est de réduire les niveaux de stocks et le coût des produits livrés aux laboratoires de finition. En aval, la "logistique de distribution" gère les flux de production "sur mesure". Elle est adaptable à tout moment aux besoins journaliers des clients opticiens. Cette organisation logistique permet à Essilor de vendre l'équivalent de 800 paires de lunettes par minute aux quatre coins du monde.

La satisfaction des clients est au centre des préoccupations de la logistique qui doit s'assurer que chaque client dans le monde reçoit, avec un service adapté, le produit qu'il a commandé au bon moment. Depuis plusieurs années, Essilor a optimisé l'ensemble de ces flux et la gestion des stocks, notamment en consacrant régulièrement 4 % de son chiffre d'affaires au perfectionnement de son outil informatique. Pour continuer à faire face à l'accroissement du nombre de références et à la multiplication des flux entre les différentes régions où le groupe est implanté, un plan d'action a été lancé en 2004. Il mobilise l'ensemble de l'entreprise, avec pour objectif de redéfinir le rôle respectif des usines et des laboratoires afin de simplifier et réduire les flux de produits. La performance logistique en amont et en aval du groupe sera ainsi renforcée pour les années à venir.

CONCEVOIR ENSEMBLE PRODUITS et SERVICES

Si l'offre traditionnelle – livrer le bon produit, au bon moment et au bon endroit – sera toujours l'élément primordial, elle est désormais loin d'être suffisante. Accompagner la croissance des clients opticiens par une offre encore plus diversifiée de services est désormais impératif dans un marché qui s'oriente progressivement vers des produits toujours plus personnalisés. Pour relever ce défi ambitieux, Essilor enrichit et adapte constamment sa gamme de produits et de services en fonction des besoins spécifiques de chacun de ses clients.

Développer et adapter l'offre de produits à chaque type de client.

Le premier service que les opticiens sont en droit d'attendre d'un groupe mondial de référence, c'est l'étendue de sa gamme. Tous les besoins de correction visuelle doivent trouver la meilleure réponse appropriée.

Avec, en 2004, plus de 240 000 références déclinables en une infinité de versions personnalisées, Essilor dispose de la gamme la plus large et la plus profonde du marché, capable de couvrir tous les besoins de correction visuelle.

Essilor doit également être présent et compétitif sur tous les types de marché et sur tous les segments : opticiens indépendants, groupements d'achat et chaînes intégrées.

La politique de segmentation de l'offre produits s'est poursuivie en 2004. Sur les marchés tels que les États-Unis, l'Europe occidentale, le Japon ou l'Australie, le groupe propose un nombre croissant de verres de plus en plus sophistiqués et à très haute valeur ajoutée. Varilux® Ipseo™ déployé dans le monde en 2004 en est un parfait exemple. Parallèlement, Essilor développe, grâce à sa stratégie multiréseaux, une offre produits compétitive sur les marchés émergents, où le prix reste encore l'élément décisionnel et convertit progressivement ces marchés aux produits à valeur ajoutée en participant au développement de la filière optique.

FAVORISER LE DÉVELOPPEMENT DU MARCHÉ DE L'OPTIQUE

Sur tous les continents du monde, Essilor contribue au développement de l'ensemble de la filière ophtalmique en soutenant des campagnes de dépistage visuel.

La division Instruments du groupe conçoit des systèmes de dépistage utilisés aux quatre coins de la planète, dans tous les secteurs de la prévention : écoles, médecine du travail, armées, auto-écoles (notamment aux États-Unis où Stereo Optical, une des filiales d'Essilor, équipe la majorité des États).



Essilor Kappa CT, le tout dernier système de montage de verres pour opticiens – Silmo d'Or 2004.

Accompagner les opticiens dans le développement de leur activité.

Essilor s'adapte parallèlement aux exigences de ses différents clients. La variété des services permettant de se différencier au-delà de l'aspect produit est très vaste.

Les grandes chaînes d'optique représentent aujourd'hui une part significative du marché mondial, avec des écarts importants selon les pays. Elles ont des positionnements différents et veulent pouvoir proposer à leurs clients des produits adaptés. Initiés depuis plusieurs années, les partenariats avec des grands groupes d'optique ont été poursuivis en 2004. Essilor leur propose une offre de produits spécifiques. D'autres voies sont également étudiées dont celle qui consiste, pour des technologies complexes, à transférer tout ou partie de leur production dans les laboratoires de prescription du groupe ou d'assurer une partie de leur logistique.

Avec les opticiens indépendants, Essilor a depuis de longues années développé et affiné sa politique commerciale. L'exercice de leur activité de proximité implique principalement qualité d'écoute, personnalisation du service, produits à forte valeur ajoutée et engagement du service après-vente. Si un opticien contacte avant tout le groupe pour acheter un verre ophtalmique, il attend également d'Essilor une multitude d'autres services dont, par exemple, la mise à disposition d'aides pour bien expliquer et vendre les nouveaux produits, la conception d'outils Internet pour gérer efficacement sa prise de commande et son suivi, une information actualisée sur son environnement de marché ou des programmes de formation.

Favoriser une culture du service à tous les niveaux.

Au fil des temps, Essilor a évolué vers une culture de service en mettant le client au centre de ses préoccupations. En effet, à chaque fois qu'Essilor crée un nouveau produit, les équipes marketing et commerciale développent des supports d'aide à la vente afin de présenter et expliquer chaque innovation aux opticiens.

En 2004, la gamme des services d'Essilor s'est considérablement renforcée. À titre d'exemple, grâce au développement des outils d'aides à la commande, l'opticien a désormais la possibilité de commander à Essilor par un système d'Échange de Données




Portugal : publicité sur lieu de vente pour Essilor junior.

Informatisées (EDI) lui permettant de suivre l'avancement de sa commande en production (systèmes VisionWeb aux États-Unis, Mars et Opsys en Europe). En cinq ans, VisionWeb est passé d'un stade presque expérimental à plus de 16 % des commandes passées en 2004 aux laboratoires d'Essilor aux États-Unis. En Europe, c'est 25 % des commandes qui sont passées cette année par ces systèmes d'EDI.

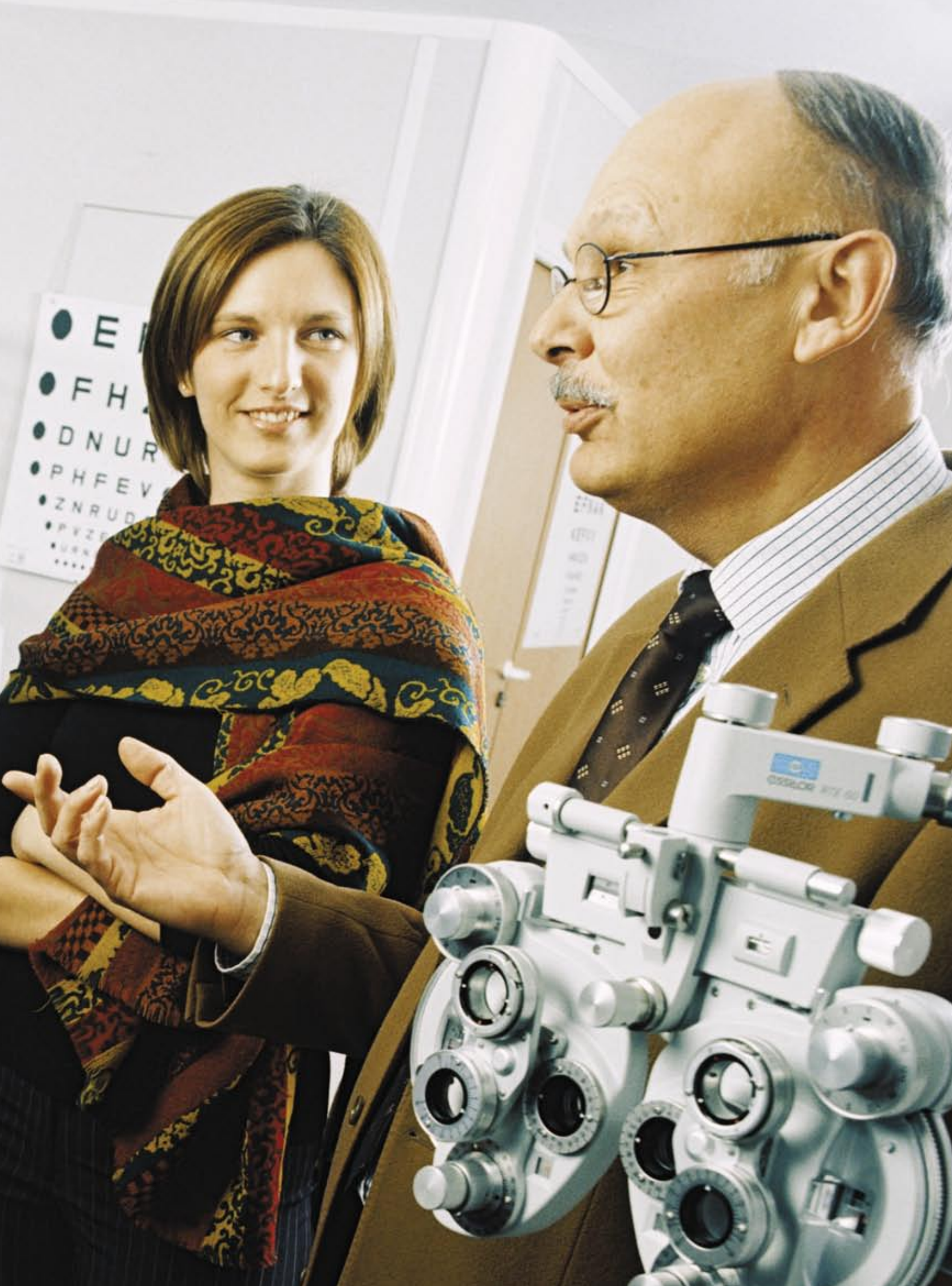
Par ailleurs, les opticiens doivent régulièrement adapter leurs procédés d'atelier pour suivre les évolutions technologiques issues de la mise sur le marché de verres toujours plus innovants. À leur attention, la division Instruments du groupe investit une part importante de son chiffre d'affaires dans la recherche et le développement de systèmes d'atelier toujours plus simples d'utilisation malgré la complexité croissante des prestations requises, en particulier en termes de taillage-montage. En mai 2004, Essilor a présenté la dernière née de sa gamme de chaînes numériques, la Kappa CT, équipée d'un système d'analyse des verres correcteurs. Ce nouveau système a obtenu le Silmo d'Or lors de l'édition 2004 du Salon International de l'Optique Lunetterie qui s'est tenu en octobre à Paris.

Enfin, Essilor développe des programmes de formation professionnelle, soit localement, soit au sein de Varilux® University, afin de mieux accompagner l'opticien dans son métier au quotidien. En 2004, la deuxième version du site Internet de Varilux® University, disponible en cinq langues, a été lancée et propose des informations sur le centre et les programmes de formation à venir. Depuis sa création en mars 1998, plus de 3 000 stagiaires de 30 nationalités différentes, opticiens, ophtalmologistes, optométristes et personnels de magasins d'optique, ont suivi une session conçue pour eux par Varilux® University, premier centre international de formation continue dédié à la presbytie.

A man and a woman in business attire are looking at a screen in an office setting. The woman is on the left, with long blonde hair, wearing a dark top. The man is on the right, wearing a dark suit jacket over a white shirt. They are both smiling and looking towards the right. In the background, there is a white printer or copier on a desk.

Informations aux ACTIONNAIRES et données FINANCIÈRES

Pour accompagner la personnalisation croissante des verres, Essilor développe de manière indissociable son offre de produits et de services destinée aux professionnels de la vue.



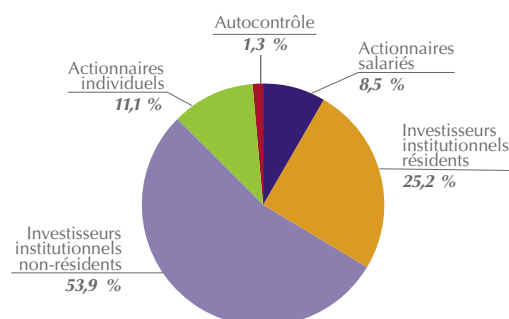
Informations aux actionnaires

Informations sur le capital

Création, annulation et achat d'actions en 2004

- Création d'actions nouvelles résultant des levées d'options de souscription d'actions : 987 533
- Création d'actions nouvelles souscrites par les FCP Groupe Essilor 5 et 7 ans : 382 842
- Annulation d'actions propres : 800 000
- Achats d'actions par la société : 986 277
- Autocontrôle au 31/12/2004 : 1 382 788 titres

Répartition du capital (au 31/12/2004)



Les titres Essilor

Essilor dispose de deux catégories de titres : les actions ordinaires et les océanes (obligations convertibles ou échangeables en actions nouvelles ou existantes).

Données boursières

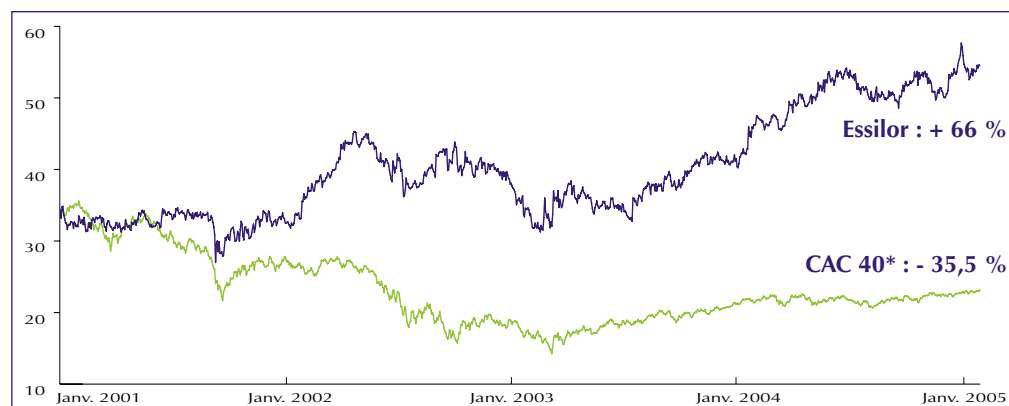
En euros	2004	2003	2002	2001
Cours le plus haut	57,75	42,50	45,57	35,80
Cours le plus bas	39,20	30,85	31,20	25,00
Cours de clôture (au 31/12)	57,65	41,00	39,25	33,95
Nombre d'actions en circulation (au 31/12)	103 310 483	102 740 108	102 683 613	101 075 891
Capitalisation boursière (au 31/12) (en millions)	5 932	4 188	3 975	3 417

Résultat par action (au 31 décembre)

En euros	2004	2003	2002	2001
Dividende net par action	0,76 ⁽¹⁾	0,56	0,50	0,41
Ratio de distribution	34 %	28,4 %	28 %	29 %

(1) Soumis à l'approbation de l'Assemblée Générale des actionnaires du 13 mai 2005.

Performance 2001-2004 : + 66 %



14,45 % – Rentabilité moyenne annualisée pour l'actionnaire entre janvier 2001 et décembre 2004⁽¹⁾

⁽¹⁾ TSR : taux de rendement annualisé prenant en compte la croissance du cours et les dividendes versés (hors avoir fiscal), en considérant qu'ils sont réinvestis au taux du marché monétaire à 3 %.

* Indice basé sur le cours Essilor ajusté.

Caractéristiques de l'action

Valeur nominale : 0,35 euro

Nombre d'actions ordinaires entièrement libérées au 31/12/2004 : 103 310 483

Cotation : Euronext Paris

Éligible au SRD

Principaux identifiants du titre : ISIN : FR 0000121667,

Reuters : ESSI.PA, Bloomberg : EF.FP

Principaux indices boursiers intégrant le titre Essilor :

ASPI, FTSE4GOOD et CAC 40 (depuis le 3 janvier 2005)

Calendrier des publications 2005

Chiffre d'affaires 1^{er} semestre : 21 juillet

Résultats 1^{er} semestre (première publication des comptes sous IFRS) : 8 septembre

Chiffre d'affaires 3^e trimestre : 20 octobre

Information

www.essilor.com - espace Actionnaires/Investisseurs

Département des Relations Investisseurs et Actionnaires

Tél. : + 33 (0)1 49 77 42 16 - E-mail : invest@essilor.com

Données financières

Compte de résultat consolidé et commentaires

<i>En milliers d'euros, sauf données par action (en euros)</i>	2004	2003	2002
CHIFFRE D'AFFAIRES	2 260 376	2 116 419	2 138 269
Coût des produits vendus	- 897 600	- 834 175	- 861 757
Autres charges d'exploitation	- 958 832	- 917 391	- 935 930
RÉSULTAT D'EXPLOITATION	403 944	364 853	340 582
RÉSULTAT FINANCIER	- 34 132	- 33 518	- 36 670
RÉSULTAT HORS EXPLOITATION	- 6 347	- 14 961	- 26 183
RÉSULTAT COURANT	363 465	316 374	277 729
Impôt sur les résultats	101 691	90 319	78 289
RÉSULTAT NET SOCIÉTÉS INTÉGRÉES	261 774	226 055	199 440
Résultat des sociétés mises en équivalence	- 8 117	- 2 880	6 637
Dotation aux amortissements des écarts d'acquisition	25 884	22 517	23 670
Intérêts minoritaires	666	327	54
RÉSULTAT NET PART DU GROUPE	227 107	200 331	182 353
Résultat net (part du groupe) par action ordinaire	2,24	1,98	1,82
Nombre moyen d'actions ordinaires (<i>en milliers</i>)	101 483	101 099	100 141
Résultat net (part du groupe) dilué par action	2,15	1,95	1,81
Nombre moyen dilué d'actions ordinaires (<i>en milliers</i>)	108 180	104 331	100 667

Coûts des ventes – charges d'exploitation

En 2004, la marge brute (chiffre d'affaires – coût des ventes) est passée de 60,6 % à 60,3 % du chiffre d'affaires. L'enrichissement du mix produit du groupe en 2004 a été compensé par le poids des acquisitions dont le mix produit et la rentabilité sont en général plus faibles que la moyenne du groupe. En revanche, les dépenses d'exploitation ont diminué de 0,9 point en pourcentage du chiffre d'affaires, notamment grâce au faible niveau de dépenses des sociétés nouvellement acquises qui ont des structures beaucoup plus légères.

Le résultat d'exploitation et la marge opérationnelle

Variation du résultat d'exploitation	Réelle	Base homogène	Périmètre	Effet devises
En millions d'euros	+ 39,1	+ 49,2	+ 7,1	- 17,2
En %	+ 10,7 %	+ 13,5 %	+ 1,9 %	- 4,7 %

Le résultat d'exploitation a atteint 403,9 millions d'euros, en croissance de 10,7 % par rapport à 2003.

La marge opérationnelle progresse de 0,7 point et s'est établie à 17,9 %.

Le résultat financier

Le résultat financier a représenté une charge de 34,1 millions d'euros, en hausse de 1,8 % par rapport à 2003. Malgré une réduction de la charge financière nette, cette légère hausse provient d'un accroissement des escomptes de règlements en liaison avec la hausse du chiffre d'affaires et d'une augmentation des dépréciations de titres des sociétés non consolidées.

Les charges hors exploitation

Les charges hors exploitation ont atteint 6,3 millions d'euros contre 14,9 millions d'euros en 2003.

Elles comprennent essentiellement la fin de la fermeture de l'usine de Park Street aux États-Unis (1,5 million d'euros) et le plan social engagé pour la fermeture du site de Mouy en France (4,1 millions d'euros).

Le résultat courant

Le résultat courant s'établit à 363,5 millions en hausse de 14,9 %.

L'impôt sur les bénéfices

Le taux effectif d'impôt a atteint 28 % contre 28,5 % en 2003. L'amélioration des performances de plusieurs filiales a permis la constatation d'impôts différés actifs.

Le résultat des sociétés mises en équivalence

Le résultat des sociétés mises en équivalence intègre VisionWeb et Bacou-Dalloz, dont Essilor détient respectivement 44,95 % et 15,13 %.

En 2004, ce poste a été pénalisé par les pertes exceptionnelles de Bacou-Dalloz. Au total, il ressort à - 8,1 millions d'euros contre - 2,9 millions en 2003.

La dotation aux amortissements des écarts d'acquisitions

L'amortissement des survaleurs a représenté 25,9 millions d'euros contre 22,5 millions en 2003, en raison du nombre important d'acquisitions qui ont été réalisées en 2003 et 2004.

Chiffre d'affaires consolidé et commentaires

Par activité

En millions d'euros	2004 ⁽²⁾	2003 ⁽²⁾	2002 ⁽¹⁾
Verres correcteurs et autres produits associés aux verres	2 133,4	1 984,9	2 010,0
Instruments et divers	127	131,5	128,3
Total	2 260,4	2 116,4	2 138,3

⁽¹⁾ Chiffres retraités afin de rendre homogène la comparaison avec 2003 et 2004.

⁽²⁾ Incluant un fort effet de change au cours des deux exercices.

Par zone géographique

En millions d'euros	2004	2003	Variation	Croissance en base homogène
Europe	1 120,0	1 048,0	+ 6,9 %	+ 2,1 %
Amérique du Nord	909,4	869,2	+ 4,6 %	+ 7,7 %
Asie Océanie	176,8	149,7	+ 18,1 %	+ 17,9 %
Amérique latine	54,1	49,5	+ 9,5 %	+ 14,5 %

L'activité sur les différents marchés

L'Europe

Le groupe a confirmé qu'il jouissait d'une dynamique qui lui était propre en Europe. Sur un marché estimé en baisse en volume à cause de la chute des ventes en Allemagne, Essilor est parvenu à accroître ses ventes de 2,1 % en chiffre d'affaires (+ 7,6 % hors Allemagne), ce qui dénote la capacité du groupe à progresser même face à une conjoncture difficile. Ce succès tient à la stratégie de distribution multiréseaux comprenant Essilor, BBGR, Novisia (produits Nikon) et désormais LTL acquis en cours d'année, et à l'influence des nouveaux produits, en particulier le verre antireflet Crizal® Alizé™, le verre Varilux® Ellipse™ ainsi que des produits spécifiques pour les chaînes de distribution proposés par BBGR.

Avec une forte progression de son chiffre d'affaires, le groupe a amélioré ses positions sur son marché national, la **France**, tant en volume qu'en valeur. Le réseau Essilor a connu un nouvel élan des ventes de verres progressifs dont les innovations ont séduit les opticiens et leurs clients. De plus, le succès de Crizal® Alizé™ a eu également pour effet de faire progresser le taux de verres antireflet sur l'ensemble du marché. Enfin, la croissance du réseau Essilor a été soutenue par la dynamique interne de plusieurs distributeurs, acteurs significatifs du marché. De son côté, BBGR a aussi enregistré une forte croissance et a pris de nouvelles parts de marché en renforçant sa stratégie d'adaptation de son offre à chaque client.

L'**Allemagne** a subi un véritable effondrement à la suite de la suppression du remboursement des verres ophtalmiques par l'assurance maladie en janvier 2004. Dans ce contexte de baisse de 30 % du marché, Essilor a réussi à limiter son recul en chiffre d'affaires et à rester bénéficiaire grâce à une adaptation de ses coûts à cette situation. Les ventes des nouveaux produits, des verres à hauts indices ainsi que le renforcement des positions réalisé en 2003, avec l'acquisition de Rupp und Hubrach par BBGR, ont largement contribué à la bonne résistance du groupe. Dans une situation difficile, Essilor a réussi à gagner des parts de marché et à préserver son dispositif pour être en mesure de tirer parti d'une reprise du marché.

Au **Royaume-Uni**, la croissance a été particulièrement vive en termes de mix produit pour Essilor, BBGR et Nikon. Les verres en polycarbonate

ainsi que les verres antireflet ont tiré les ventes, notamment chez Dollond and Aitchison, chaîne partenaire de BBGR.

En **Europe de l'Est**, les ventes continuent à progresser à un rythme supérieur à 15 %. Essilor profite de la substitution des verres minéraux par les verres organiques, pour lesquels il est bien positionné, et augmente fortement ses livraisons de verres progressifs, une catégorie qui ne représente encore qu'une petite partie du marché total. Belle percée aussi en **Russie** par le biais de distributeurs.

L'Amérique du Nord

La croissance des ventes d'Essilor en base homogène a atteint 7,7 %, un niveau élevé qui témoigne de nouveaux gains de parts de marché. Aux **États-Unis**, après une baisse en 2003, le marché est reparti à la hausse en 2004, en volume et en valeur, ce qui a bénéficié à l'ensemble des acteurs et plus particulièrement aux opticiens/optométristes indépendants. Dans cette conjoncture favorable, Essilor a conforté sa position de *leader* du marché, tous circuits de distribution confondus, grâce à ses nouveaux produits et à des stratégies commerciales innovantes. Auprès des chaînes optiques, Essilor a développé ses ventes, notamment des verres à valeur ajoutée avec le succès croissant des verres antireflet. Son offre s'est étoffée dans le taillage-montage des verres par exemple. Le groupe a également développé des services entièrement nouveaux en matière de logistique spécifique pour certaines chaînes, incluant des livraisons directes de ses usines d'Asie. Dans le même temps, Essilor a renforcé ses positions auprès des opticiens/optométristes indépendants avec une offre produits très innovante qui comprend Crizal® Alizé™, Varilux® Ellipse™ et Varilux Liberty™ lancés en 2004. Très bien accueillis par les professionnels, ces trois produits ont rapidement gagné des parts de marché importantes. Crizal® Alizé™, notamment, s'est imposé comme le verre antireflet numéro un et contribue activement au développement des verres antireflet aux États-Unis dont le taux a dépassé 20 % en 2004. Pour accompagner ce succès, Essilor a poursuivi le déploiement de ses technologies antireflet, non seulement dans ses propres laboratoires, mais aussi avec des laboratoires indépendants sous forme de partenariats.

VisionWeb, la plate-forme Internet des acteurs de l'optique, a continué sa percée auprès des professionnels de l'optique. Opticiens/optométristes, laboratoires de prescription et chaînes commandent un nombre croissant de verres de prescription directement par Internet. VisionWeb a également poursuivi le développement, pour le compte des opticiens/optométristes, de ses capacités de gestion des assurances des clients et du paiement des prestations.

Au **Canada**, Essilor a bénéficié d'un marché porteur après deux années de relative atonie et réalisé, en 2004, un chiffre d'affaires en hausse de 7,2 % en base homogène. Les nouveaux produits ont participé de façon importante à la bonne dynamique des ventes. Essilor a poursuivi l'élargissement des services offerts aux différents acteurs du marché, notamment avec les grandes chaînes auxquelles sont dédiées des unités de fabrication spécifiques. Il rencontre aussi un succès croissant avec son laboratoire de prescription virtuel qui permet aux opticiens/optométristes de commander par Internet une gamme exclusive de produits livrés sous 24 à 48 heures.

L'Asie Océanie

L'Asie Océanie a affiché la progression la plus forte avec une hausse du chiffre d'affaires de 17,9 % en base homogène. En effet, 2004 a été une année excellente dans toute cette zone avec des augmentations de ventes qui ont dépassé 20 % dans de nombreux pays et avec des gains de parts de marché. Chaque pays, sans exception, a contribué à la performance de la région. L'effet de l'épidémie de pneumopathie atypique (SARS), qui avait freiné l'activité l'an dernier, a été plus que compensé. En témoigne la forte progression de l'activité au dernier

trimestre qui se comparait pourtant à une période correspondante de 2003 dopée par un rattrapage après la fin de l'épidémie.

Au **Japon**, la présence d'Essilor est assurée par Nikon-Essilor, société détenue en partenariat 50/50 par les deux groupes. Après plusieurs années difficiles, le marché s'est bien repris en 2004, spécialement au second semestre. Nikon-Essilor a augmenté ses ventes beaucoup plus rapidement que le marché et a donc enregistré de nouveaux gains de parts de marché. Les produits haut de gamme vendus sous la marque Nikon rencontrent un bon succès chez les opticiens et favorisent la croissance du groupe dans les chaînes.

Un nouveau verre progressif réalisé par surfacage numérique, le Presio W, a été lancé et le matériau 1,74 a continué à se développer. Hors du Japon, les deux filiales de Nikon-Essilor au Canada et au Royaume-Uni ont poursuivi leur progression et réalisé une excellente année, améliorant encore la contribution globale de Nikon-Essilor aux résultats du groupe.

En **Chine**, Essilor a enregistré une très forte croissance de ses ventes, stimulée par la croissance rapide des verres organiques par rapport aux verres minéraux. Dans ce contexte, les faits marquants ont été le développement, pour le réseau Essilor, des verres à valeur ajoutée : verres en polycarbonate, verres de prescription et verres progressifs Varilux® stimulés par un gros effort de formation des opticiens. De son côté, la société coréenne Chemiglas, détenue par Essilor Korea, affiche aussi une forte croissance en Chine, notamment en volume, et a doublé les capacités de son usine chinoise de fabrication de verres à haut indice. 2004 a ainsi confirmé la valeur d'une approche multiréseau en Chine. La **Corée** a également connu une très bonne année.

En **Inde**, grâce en particulier à la mise en place d'un réseau de consultants Varilux® et à l'existence d'opticiens bien formés, les ventes de verres progressifs ont décollé et le chiffre d'affaires de la filiale commerciale s'est fortement développé. Le groupe tire aussi parti de la substitution des verres organiques aux verres minéraux qui demeurent, cependant, très majoritaires sur le marché et d'un nombre significatif de verres de prescription. Pour la première fois, une campagne de publicité grand public a été lancée par voie de presse et d'affiches.

Dans le reste de l'Asie, **Hong Kong**, **l'Indonésie** et les **Philippines** ont vu leurs ventes progresser très significativement.

L'**Australie** et la **Nouvelle-Zélande** ont confirmé leurs bonnes performances des années précédentes, stimulées par les ventes de verres antireflet et photochromiques.

L'Amérique latine

Après des années difficiles et les dévaluations de 2000-2001, l'économie a retrouvé un meilleur tonus. L'année 2004 a marqué une forte expansion pour le groupe dans presque toute la zone avec une pénétration accrue de la gamme Varilux®. Le chiffre d'affaires d'Essilor dans cette région a progressé de 14,5 % en base homogène.

Au **Brésil**, les ventes d'Essilor se sont bien développées en volume et surtout en valeur. Il faut souligner la forte montée des verres progressifs, en particulier Varilux®, avec de beaux gains de parts de marché. À noter aussi de bonnes positions pour les verres antireflet largement dues au succès de Crizal®.

Au **Mexique**, les progressifs et les verres en polycarbonate ont tiré l'augmentation des ventes. Une réorganisation a été menée pour adapter la structure du groupe dans ce pays à la taille qu'il y a acquise. Ce marché offre un bon potentiel de croissance car les produits à forte valeur ajoutée y sont encore très peu développés.

L'**Argentine**, qui avait subi une crise économique en 2002, revient à un rythme rapide vers ses meilleurs niveaux. On assiste à une montée des verres organiques par substitution aux verres minéraux et à une

pénétration des verres progressifs ce qui procure un enrichissement du mix produit.

Dans les autres pays de la zone, tels que **Colombie**, **Pérou**, **Venezuela**, **Équateur**, **Guatemala** et les **Caraïbes** où Essilor intervient par le biais de distributeurs, les résultats sont encourageants. La force de vente a été renforcée et a mis l'accent sur les verres progressifs qui ont connu un bon taux de croissance.

Les instruments

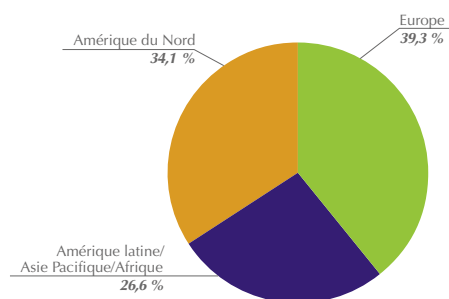
Essilor est également numéro un mondial pour la fabrication et la vente d'instruments d'optique avec deux spécialités : les appareils de taillage de verres finis, destinés aux opticiens et aux laboratoires de prescription, et les équipements de dépistage des défauts de la vue qui s'adressent à des institutions comme les écoles ou la médecine du travail. En 2004, le chiffre d'affaires d'Essilor Instruments a été en baisse de 6,9 % en partie à cause de la dépréciation du dollar et de la crise du marché allemand qui a touché l'activité taillage autant que celle des verres. Hors Allemagne, les ventes en Europe ont été en légère hausse. Aux États-Unis, le recul relatif de l'activité taillage est à mettre en relation avec le chiffre d'affaires exceptionnel réalisé l'année précédente avec une chaîne de distribution d'optique. Ailleurs, Essilor Instruments a enregistré des performances remarquables en Asie, notamment en Chine, en Amérique latine et au Canada.

Les implantations au 31/12/2004

	Europe	Amérique du Nord	Amérique latine	Asie Pacifique	Total
Usines*	6	4	1	6	17
Laboratoires de prescription	32	116	3	32	183
Centres Logistique	2	2	2	6	12
Centres de R&D	1	1		2	4

* - y compris l'usine de Mouy, fermée à compter du 28 février 2005,
- hors les deux usines en Chine et en Corée d'Essilor Korea, joint venture détenue à 50/50 avec Samyung Trading Co. Ltd,
- hors l'unité de production de BNL en France et celle de Specialty Lens Corp aux États-Unis, sociétés acquises en 2003.

La répartition des effectifs au 31/12/2004



Au 31 décembre 2004, Essilor comptait 25 886 collaborateurs dans le monde dont 2 845 collaborateurs pour les sociétés de Transitions Optical, Nikon-Essilor et Essilor Korea. L'effectif moyen sur la période 2004 s'élève à 24 045 personnes.

Bilan consolidé et commentaires

ACTIF

<i>En milliers d'euros</i>	2004	2003	2002
Immobilisations incorporelles	109 828	115 787	124 667
Écarts d'acquisition sur titres	310 085	307 934	292 008
Immobilisations corporelles	543 132	512 978	526 626
IMMOBILISATIONS NETTES	963 045	936 699	943 301
Titres mis en équivalence	57 457	69 175	94 616
Autres immobilisations financières	44 894	43 398	50 176
AUTRES VALEURS IMMOBILISÉES	102 351	112 573	144 792
Stocks et encours	319 125	309 569	325 239
Avances et acomptes aux fournisseurs	8 315	7 035	8 250
Créances d'exploitation	438 427	441 250	395 735
Impôt différé actif	47 496	40 404	43 515
Créances diverses	10 163	18 863	26 830
Actions propres	449		
Capital souscrit appelé, non versé			
Valeurs mobilières de placement	572 654	516 622	189 483
Disponibilités	107 281	94 999	62 978
Charges constatées d'avance et comptes de régularisation	14 798	15 868	13 955
TOTAL DES CREANCES ET DISPONIBILITÉS	1 518 708	1 444 610	1 065 985
Charges à répartir sur plusieurs exercices	31	1 322	3 712
TOTAL DE L'ACTIF	2 584 135	2 495 204	2 157 790
Engagements reçus	588	3 293	2 980

PASSIF

<i>En milliers d'euros</i>	2004	2003	2002
Capital	36 159	35 959	35 939
Primes	212 449	194 091	189 674
Réserves consolidées	1 154 741	1 016 072	892 486
Actions propres	- 63 695	- 47 459	- 45 212
Différence de conversion	- 231 512	- 192 700	- 42 817
Résultat net part du groupe	227 107	200 331	182 353
SITUATION NETTE	1 335 249	1 206 294	1 212 423
Intérêts hors groupe	3 850	2 989	1 728
Résultat net part hors groupe	666	326	54
TOTAL DES CAPITAUX PROPRES CONSOLIDÉS	1 339 765	1 209 609	1 214 205
Provisions pour retraites	71 179	57 476	53 386
Autres provisions pour risques	32 716	37 248	40 166
PROVISIONS	103 895	94 724	93 552
Dettes financières	646 051	709 034	415 551
Avances et acomptes reçus des clients	7 257	10 172	3 523
Dettes d'exploitation	423 312	422 672	397 044
Dettes diverses	58 979	44 500	31 247
Produits constatés d'avance	4 876	4 493	2 668
TOTAL DES DETTES	1 140 475	1 190 871	850 033
TOTAL DU PASSIF	2 584 135	2 495 204	2 157 790
Engagements donnés	141 444	150 310	123 339

Les stocks et le besoin en fonds de roulement

Les stocks ont atteint 319,1 millions d'euros en 2004 contre 309,6 millions en 2003 (+ 3,1 %). À taux de change et périmètre constant, l'augmentation est de 3,5 %, ce qui est inférieur à la croissance du chiffre d'affaires consolidé.

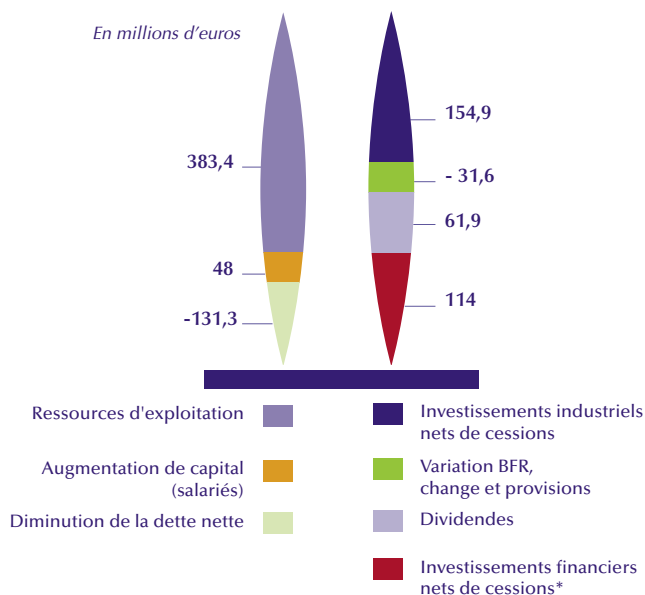
Les investissements

En millions d'euros	2004	2003	2002
Investissements industriels nets de cessions	154,9	139,9	140
Amortissements (hors amortissements des survaleurs)	118,4	122,8	127,4
Investissements financiers bruts	115,4	150,2	37,2
Autofinancement	385,0	354,0	335,4

L'ensemble des investissements industriels nets de cessions a représenté 155 millions d'euros en 2004, soit 6,9 % du chiffre d'affaires consolidé.

Les investissements financiers ont atteint 115,4 millions d'euros dont la majeure partie (69,7 millions) a été consacrée aux acquisitions réalisées en 2004, le solde (45,7 millions) représentant principalement l'achat d'actions propres.

La dette



* Les cessions d'immobilisations corporelles et financières ont représenté 5,6 millions d'euros en 2004.

Passage aux normes IAS/IFRS

Conformément au règlement européen n° 1606/2002 du 19 juillet 2002, le groupe Essilor établira des comptes consolidés au titre de l'exercice clos le 31 décembre 2005 selon les normes comptables internationales IAS/IFRS applicables au 31 décembre 2005 telles qu'approuvées par l'Union Européenne. Les normes comptables internationales IAS/IFRS comprennent les IFRS (International Financial Reporting Standards), les IAS (International Accounting Standards) ainsi que leurs interprétations.

Lors de la publication des comptes consolidés 2005 en IFRS, le groupe présentera des comptes 2004 comparatifs établis conformément à ce même référentiel, à l'exception des normes IAS 32 et IAS 39 qui ne seront appliquées par le groupe qu'à compter du 1^{er} janvier 2005.

En vue de la publication de ces états financiers comparatifs pour l'exercice 2005 et, conformément à la recommandation de l'AMF relative à la communication financière pendant la période de transition, le groupe Essilor a préparé des informations financières 2004 sur la transition aux normes IAS/IFRS présentant à titre d'information préliminaire l'impact chiffré attendu du passage aux IFRS sur :

- le bilan à la date de transition, soit le 1^{er} janvier 2004, date à laquelle les impacts définitifs de la transition seront enregistrés en capitaux propres lors de la publication des comptes consolidés 2005 (l'impact de l'application des normes IAS 32 et IAS 39 sera enregistré dans les capitaux propres au 1^{er} janvier 2005) ;
- la situation financière au 31 décembre 2004 et la performance de l'exercice 2004.

Les principaux impacts de l'application des normes IAS/IFRS sur le bilan d'ouverture au 1^{er} janvier 2004 et sur le compte de résultat consolidé retraité 2004, sur la base des textes actuellement en vigueur, sont présentés dans le document de référence au chapitre 5.1.7.

Ces impacts sont susceptibles de modifications en cas de nouvelles interprétations et réglementations qui seraient émises avant le 31 décembre 2005.

Performances sur 5 ans

En millions d'euros	2004	2003	2002	2001	2000
RÉSULTATS					
Chiffre d'affaires	2 260	2 116	2 138	2 070	1 978
Marge brute ⁽¹⁾ en % du CA	60,3 %	60,6 %	59,7 %	56,7 %	(2)
Résultat d'exploitation	404	365	341	311	274
Marge d'exploitation en % du CA	17,9 %	17,2 %	15,9 %	15 %	13,9 %
Charges hors exploitation	6,3	15	26,2	29	9,5
Bénéfice net part du groupe avant amortissement des écarts d'acquisition	253	223	206	166	164
Bénéfice net part du groupe	227	200	182	143	135
Bénéfice net/CA	10,1 %	9,5 %	8,5 %	6,9 %	6,8 %
FLUX DE FINANCEMENT					
Autofinancement	385	354	335	286	273
Investissements industriels	160	150	145	127	182
Investissements financiers	115	150	37	57	335
Dividendes versés ^{(3) (6)}	62	59	46	41	36
Variation de l'endettement net	- 131	- 66	- 158	- 145	302
BILAN					
Capitaux propres part du groupe	1 335	1 206	1 212	1 207	1 047
Immobilisations nettes	1 065	1 049	1 088	1 199	1 204
Stocks et encours	319	310	325	348	351
Dettes financières	646	709	415	417	578
Endettement net	- 34	97	163	321	466
RATIOS (en %)					
Résultat avant impôts et frais financiers/actif net (ROA)	26,8	24,1	21,2	16,9	15,7
Résultat net/capitaux propres (ROE)	17	16,6	15	11,8	12,9
Endettement net/fonds propres	- 3	8	13	27	44
DONNÉES PAR ACTION (en euros)					
Actif net ⁽⁴⁾	13,14	11,92	11,99	12,08	10,66
Bénéfice net ⁽⁴⁾	2,24	1,98	1,82	1,43	1,29
Bénéfice net dilué ⁽⁴⁾	2,15	1,95	1,81	1,43	1,29
Dividende (hors avoir fiscal) ⁽⁴⁾	0,76	0,56	0,50	0,41	0,39
DIVERS					
Effectifs	25 886	23 607	23 269	22 309	22 186
Nombre d'actions en fin d'exercice ^{(4) (5)}	103 310 483	102 740 108	102 683 613	101 075 891	106 677 800

⁽¹⁾ Chiffre d'affaires – coût des ventes.

⁽²⁾ Ratio non calculé avant 2001.

⁽³⁾ Dividendes versés au titre de l'exercice précédent.

⁽⁴⁾ Retraité pour tenir compte de la division de l'action par 10 en 2001.

⁽⁵⁾ Y compris actions d'autocontrôle.

⁽⁶⁾ Y compris précompte de 2000 à 2003. Supprimé en 2004.



Conception, création, réalisation : TERRE DE SIENNE
Photos : Photothèque Groupe Essilor, Photothèque Nikon-Essilor, Photothèque Transitions Optical Inc.,
Nicolas Richez, Laurent Monlaü/Rapho.

Le rapport annuel et le document de référence ont été réalisés
par la Direction des Relations Investisseurs d'Essilor International

Tél. : + 33 (0) 1 49 77 42 16

Fax : + 33 (0) 1 49 77 43 24

e-mail : invest@essilor.com

site web : www.essilor.com

ESSILOR INTERNATIONAL
Compagnie Générale d'Optique
147, rue de Paris
94220 Charenton-le-Pont
France

Tél. : + 33 (0) 1 49 77 42 24 - Fax : + 33 (0) 1 49 77 44 20

www.essilor.com

Société anonyme au capital de 36 158 669,05 euros - 712 049 618 R.C.S. Créteil