



Essilor en 2002

*Notre discipline... la course de fond.
Ni accélération fulgurante...
ni coup de frein brutal.
Notre croissance n'est pas des plus
rapides... mais le sillon
que nous creusons est profond..*

Les produits lancés depuis moins de trois ans représentent 30% du chiffre d'affaires d'Essilor

Croissance organique

+7%

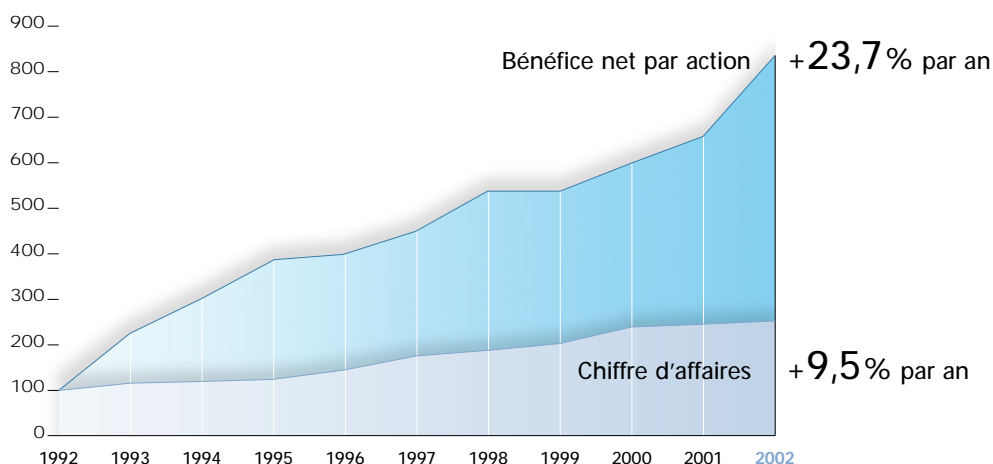
Nouveaux produits

22

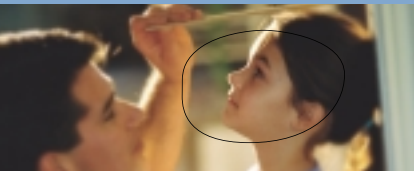
Bénéfice net par action

+27,3% ⁷

1992-2002 : 10 ans de croissance



Croissance annuelle moyenne du chiffre d'affaires et du bénéfice net
par action de 1992 à 2002 - base 100 en 1992



Campagne de lancement d'Essilor Transitions® Next Generation



L'année 2002

Ovation™ Essilor

<p>Bifocal Lenses No intermediate vision, plus a distracting line and image jump.</p>	
<p>Trifocal Lenses Vision not continuous, plus two unsightly lines and double image jump.</p>	
<p>Ovation Progressive Lenses Clear, continuous vision at all distances without annoying lines or image jump.</p>	

NO LINES. NO HIDING.

Elément du kit de communication Ovation® - États-Unis

Les nouveaux produits

- Transitions® Next Generation : cette quatrième génération de verres photochromiques Transitions® offre des performances accrues et place ce verre au premier rang mondial de sa catégorie. Il est le plus clair à l'état clair, le plus foncé à l'état foncé.
- Crizal® Alizé™ : nouveau traitement antireflet avec une fonction anti-salissure particulièrement efficace. Non seulement le verre se salit plus lentement, mais il se nettoie aussi beaucoup plus facilement.
- Stylis® : verre à très haut indice 1,67. Il est 15 % plus mince et 25 % plus plat qu'un verre d'indice 1,6.
- Evolis® en Europe / Ovation® en Amérique du Nord : un nouveau verre progressif dont le succès est planétaire.
- PhysioTints® : Bruns, gris ou verts, leur teinte optimise la vision des couleurs naturelles.

Les faits marquants 2002-2003

Allemagne

- **2003** : Acquisition de Rupp et Hubrach, le cinquième acteur du marché allemand, par BBGR, filiale d'Essilor. Rupp et Hubrach distribue les verres de BBGR depuis de nombreuses années.

Corée du Sud

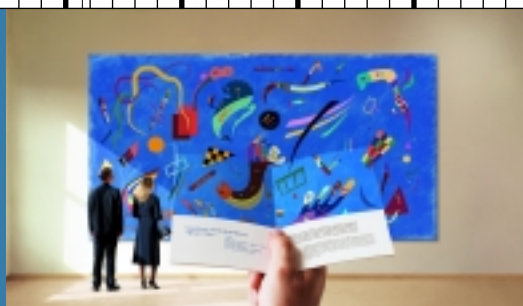
- Création de la société Essilor Korea Ltd, née de l'association d'Essilor et de la société sud coréenne Samyung Trading Co. Ltd., numéro deux de l'optique ophtalmique en Corée du Sud. La Corée est le second marché d'Asie en valeur après le Japon grâce à un mix produit riche caractérisé par une forte pénétration des matériaux à moyens / hauts indices et des verres antireflet. Les verres progressifs y connaissent une croissance rapide.



Nouvelle campagne de publicité Varilux® Panamic®



Varilux Panamic, les verres progressifs immédiatement confortables



Verres progressifs Varilux Panamic. Une vision parfaite de près comme de loin

Canada

- Acquisition de Aries Optical Ltd., un laboratoire de prescription dans le New Brunswick.

États-Unis

- Acquisition de Stereo Optical, à Chicago, Illinois. Spécialiste des équipements de dépistage visuel pour les professionnels de la vue, la médecine du travail et la santé publique. Stereo Optical a été intégrée à Essilor Instruments, dont l'activité dans le dépistage en Europe est parfaitement complémentaire de celle de Stereo Optical en Amérique du Nord.
- Acquisition de trois laboratoires de prescription situés à Phoenix et Tucson (Arizona) ainsi qu'à Denver (Colorado) et distributeurs de longue date des marques Varilux® et Crizal®.
- Démarrage de VisionWeb, la plate-forme Internet créée par Essilor et Johnson & Johnson Inc., après deux années de tests. Plus de 3000 professionnels de la vue l'ont déjà adoptée.
- **2003** : Acquisition de Specialty Lens Corp (SLC) à Salt Lake City, Utah. SLC conçoit et fabrique des verres de prescription

solaires polarisés, qui suppriment l'éblouissement et la lumière réfléchiée sur les surfaces planes telles que l'eau ou la neige. Un segment en fort développement dans le monde.

France

- Participation de 51 % dans la société Jacques Denis, spécialiste du montage des verres en polycarbonate dans les montures.
- Nouvelle campagne de publicité Varilux® : "Varilux progresse. Vous aussi".

Mexique

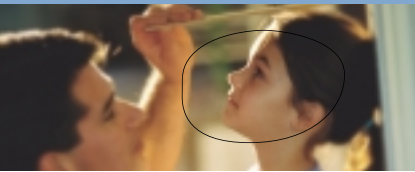
- Création de la filiale Essilor Mexico à partir de l'achat du laboratoire Vision Center en 2000.

Philippines

- Extension, aux Philippines, de la production de verres à haut indice 1,67 réalisée au Japon. Après un démarrage en 2001, la montée en cadence s'est poursuivie en 2002 avec une amélioration des performances et des processus.

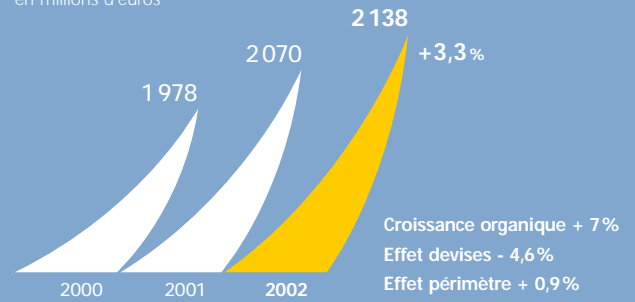
Pologne

- Ouverture du premier laboratoire Essilor dans ce pays.

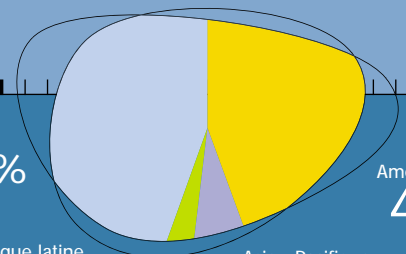


Le chiffre d'affaires

en millions d'euros



Les lancements de nouveaux produits ainsi que le développement des verres à hauts indices, des verres en polycarbonate, des antireflets et des verres progressifs ont été des facteurs clés dans la croissance du chiffre d'affaires et du mix produit.



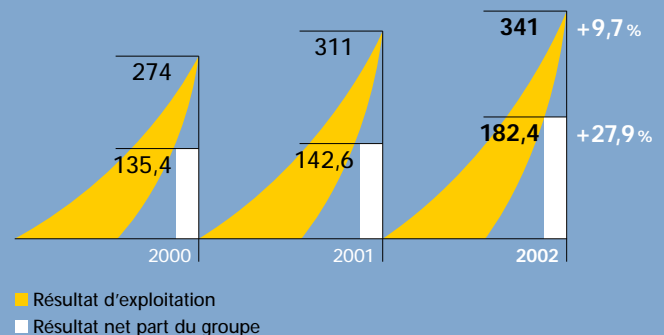
Chiffre d'affaires 2002 par marché

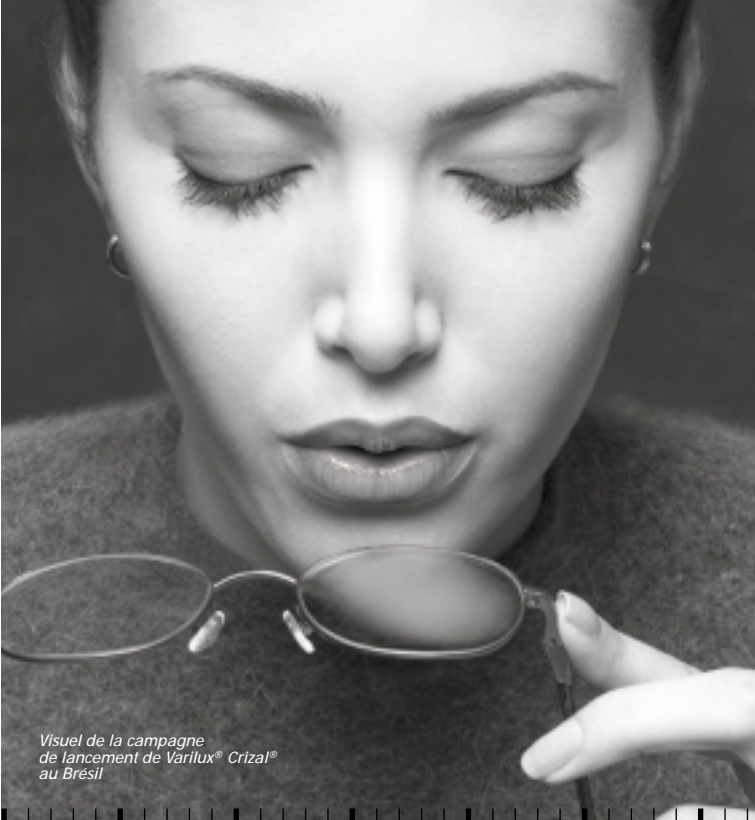
Les chiffres clés

Les très bons résultats d'Essilor en 2002 montrent, une nouvelle fois, la solidité de la stratégie du groupe qui se renforce dans l'optique ophtalmique à travers le monde. Grâce à son positionnement sur les verres à haute technicité et à l'étendue de son offre produit, Essilor a gagné de nouvelles parts de marché.

Le résultat d'exploitation et le résultat net

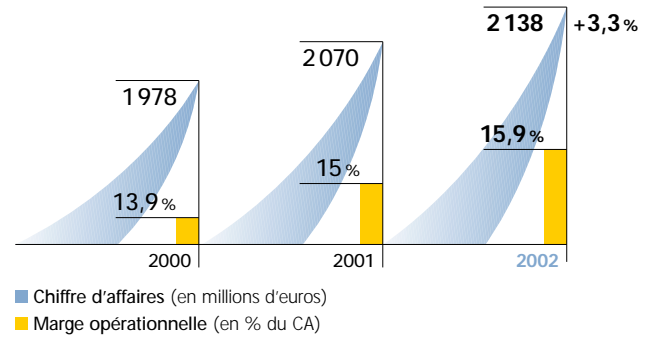
en millions d'euros





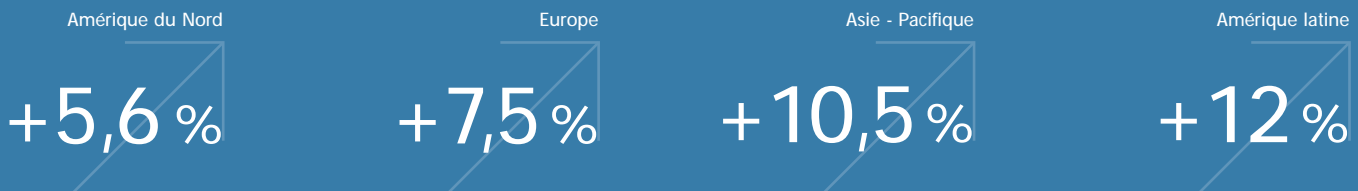
Visuel de la campagne de lancement de Varilux® Crizal® au Brésil

La marge opérationnelle



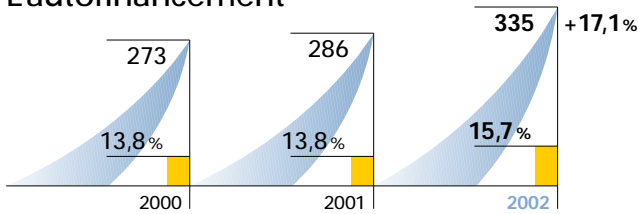
En 2002, la marge opérationnelle du groupe a atteint le niveau historique de 15,9 %, supérieur aux objectifs initiaux.

Cette nouvelle augmentation de la marge est le résultat de la hausse du mix produit, d'une nouvelle progression des gains de productivité à l'échelle du groupe et de l'amélioration de la rentabilité des zones géographiques.



Croissance du chiffre d'affaires 2002 par marché (en base homogène)

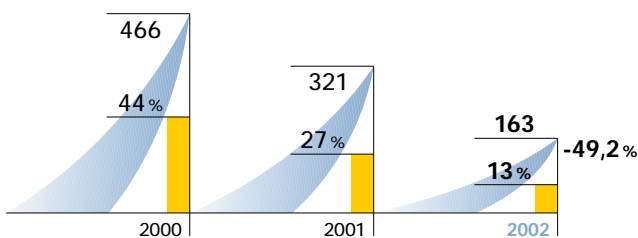
L'autofinancement



Autofinancement ■ en millions d'euros ■ en % du CA

En 2002, l'autofinancement a progressé de 17,1 % et a permis à Essilor de financer ses investissements industriels, ses acquisitions et de se désendetter.

L'endettement net en millions d'euros

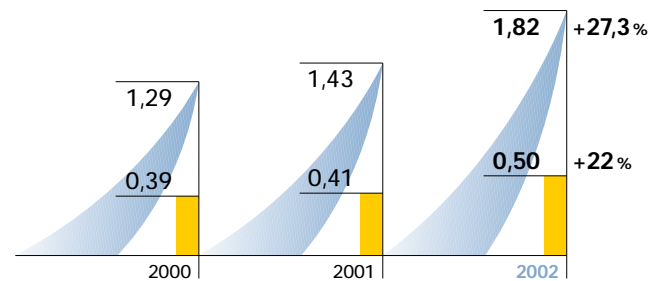


■ Endettement net ■ Ratio dette nette / capitaux propres

L'endettement d'Essilor a été divisé par près de 3 entre fin 2000 et fin 2002. La situation financière du groupe est très solide.

Le bénéfice net par action et le dividende net par action

en euros

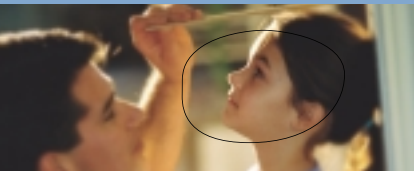


■ Bénéfice net par action*

■ Dividende net par action*

* Ajusté après la division du titre par 10 en 2001

Entre fin 2000 et fin 2002, le bénéfice net par action s'est accru de 41 % et le dividende net de 28,2 %.



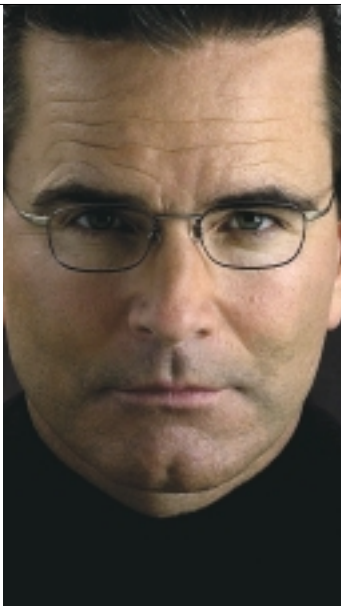
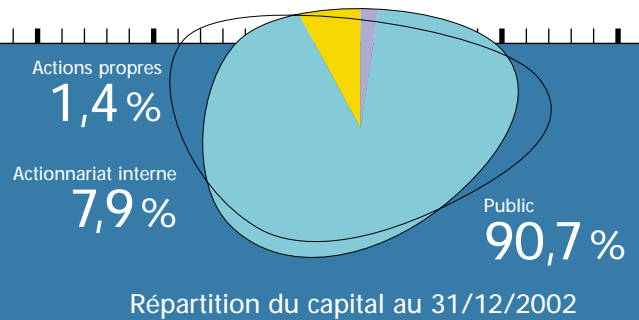
L'actionnariat d'Essilor

Le capital d'Essilor est majoritairement répandu dans le public. Toutefois, le groupe conserve une forte tradition d'actionnariat des salariés qui remonte à ses origines. L'actionnariat interne est le premier actionnaire d'Essilor en nombre de titres et en nombre de voix (14 %) compte tenu du droit de vote double attribué aux titres détenus au nominatif depuis deux ans.

Au sein du public, l'enquête sur les titres au porteur réalisée fin janvier 2003 a montré que les investisseurs institutionnels non résidents représentent 54,7 % du total, ce qui traduit la forte internationalisation de l'actionnariat d'Essilor. Les investisseurs institutionnels français détiennent 23 % des actions Essilor et les actionnaires individuels 13 %.

12

Essilor et la Bourse



Campagne antireflet Crizal®

En euros	2000	2001	2002
Cours le plus haut	34,78	35,80	45,57
Cours le plus bas	23,00	25,00	31,20
Cours de clôture (au 31/12)	34,75	33,95	39,25
Nombre d'actions en circulation (au 31/12)	106 113 620	101 075 891	102 683 613
Capitalisation boursière (en millions)*	3 667	3 417	3 975*
Dividende par action	0,39	0,41	0,50
Revenu global par action (dividende + avoir fiscal)	0,58	0,61	0,75
Rendement (au 31/12)	1,67	1,79	1,91

*En 2002, sa capitalisation boursière a placé Essilor au 45^e rang de l'indice SBF 120 et au 72^e rang de l'indice Euronext 100.

Carnet de l'actionnaire

Valeur nominale de l'action : 0,35 euro
 Place de cotation : Euronext à Paris
 Code Euroclear : 12166
 Code ISIN : FR 0000121667
 Code Reuters : ESSI.PA
 Code Bloomberg : EF FP

L'actionnariat salarié d'Essilor : un principe fondateur

L'actionnariat des salariés est issu de la société civile Valoptec, fondée en 1972, lors de la création d'Essilor à partir de la fusion d'Essel et Silor. Valoptec regroupait à l'époque les actions de tous les cadres de la nouvelle entreprise et possédait 50 % de son capital.

Ce mouvement fut suivi, en 1979, de l'ouverture d'un Plan d'Épargne Entreprise dans les entités françaises, au début des années 1980, de l'ouverture de Valoptec à l'international et, en 1997, de la création d'un plan d'épargne en actions aux États-Unis. Valoptec Association est dirigée par un Conseil d'Administration international et les membres de l'association se réunissent deux fois par an en assemblée générale pour être partie prenante dans la vie, les décisions et la stratégie à long terme du groupe.

Valoptec Association a pour vocation de participer aux décisions importantes grâce à la présence de trois administrateurs au Conseil d'Administration d'Essilor.

L'association joue le rôle de ciment de la culture d'entreprise fondée sur les valeurs humaines et l'esprit d'entrepreneur individuel de chaque salarié.



Bus de Shanghai (Chine)
circulant aux couleurs de Stylis®

Performance de l'action Essilor 2000 - 2002

Entre début 2000 et fin 2002, l'action Essilor a enregistré une progression de 27 % alors que la Bourse de Paris a subi un repli de près de 50 %. En 2002 notamment, fort de son statut de valeur défensive, Essilor a été parmi les rares valeurs de la cote à résister au contexte boursier particulièrement déprimé. L'action s'est appréciée de près de 16 %, performance à mettre en regard du recul de 32 % de l'indice SBF.

