AFFLELOU

Nota de prensa

París, 29 de marzo de 2019.

Resultados de AFFLELOU del segundo trimestre del ejercicio fiscal 2018/2019, a 31 de enero de 2019

- **Las ventas de la red[1] del trimestre aumentaron un 6,2% hasta los €211,2 millones, con un crecimiento[2] en perímetro comparable de las ventas del 5,9%.**
- **EBITDA[3] ajustado aumentó un 4,5% a €22,1 millones en el trimestre.**

AFFLELOU y sus filiales (el "Grupo") publica sus resultados del segundo trimestre de su año fiscal que finaliza el 31 de julio de 2019.

Desempeño comercial de AFFLELOU

Las ventas de la red alcanzaron los €211,2 millones en el segundo trimestre del año fiscal en curso, un 6,2% más que en el segundo trimestre del año fiscal anterior y €401,9 millones en la primera mitad del año fiscal en curso, un 6,5% más en comparación con el mismo periodo del ejercicio anterior.

La enseña ALAIN AFFLELOU continuó teniendo un muy buen desempeño en cada una de sus áreas geográficas. En Francia, las ventas crecieron fuertemente a pesar de las manifestaciones de los "chalecos amarillos" (*gilets jaunes*), con un impacto marginal en las ventas en diciembre de 2018. La línea de audiología ha producido un crecimiento en las ventas de casi el 30% durante la primera mitad del año fiscal, lo que representa un aumento significativo en la participación de mercado. La enseña francesa de descuento en Francia también tuvo un buen desempeño en términos de ventas en perímetro comparable. Todas las enseñas en Francia han superado sus respectivos mercados, especialmente en ALAIN AFFLELOU Acousticien, con un 24% de crecimiento durante el año natural 2018, frente al + 6,6% para el mercado general, según lo estimado por GFK.

La enseña en España también tuvo un buen desempeño, superando significativamente al sector óptico en el año natural 2018. En el segmento de Otros países, el Grupo informó un crecimiento de dos dígitos en Bélgica y Suiza.

El Grupo tenía 1.422 ópticas a 31 de enero de 2019, representando un decrecimiento de 11 ópticas frente al año anterior, correspondiendo principalmente a la reconversión de la enseña de descuento en Francia y a la rescisión del acuerdo de master franquicia en el sector de audiología en España.

El resultado financiero de AFFLELOU.

Las fuertes ventas en las redes del Grupo son las que impulsaron el resultado financiero durante el segundo trimestre.

El EBITDA ajustado aumentó un 4,5%, hasta los €22,1 millones, en comparación con €21,1 millones para el mismo período del año fiscal anterior, a pesar de los impactos negativos relacionados con la implantación gradual de nuestras monturas en nuestra actividad mayorista, junto con la implantación gradual de nuestras campañas de comunicación en el primer trimestre, que se equilibrarán en la segunda mitad del año fiscal.

---

[1] Las ventas de la red incluyen ventas (sin IVA) a los clientes finales a través de los canales de distribución del Grupo, incluidas las ópticas en propiedad directa. Las ventas de los franquiciados se basan en los informes de ventas mensuales proporcionados por los franquiciados de conformidad con sus obligaciones de informe en virtud de los contratos de franquicia.

[2] El crecimiento de las ventas en la red en perímetro comparable se basa en las ventas de ópticas que se abrieron a lo largo de los períodos considerados, en base a un año fiscal completo, y que no sufrieron cambios sustanciales durante esos períodos (como la construcción o el trabajo de renovación de un duración de más de un mes), por lo que el rendimiento de las ventas en un período puede ser comparable al del período anterior. Las ventas de la red en perímetro comparable se calculan al tipo de cambio actual, ya que una parte muy pequeña de las ventas de la red están actualmente expuestas al riesgo cambiario.

[3] El EBITDA ajustado se define como el ingreso operativo de actividades ordinarias según se presenta en los estados financieros consolidados del Grupo antes de (i) la depreciación y amortización de propiedades, planta y equipo y activos intangibles, (ii) cambios en las provisiones para cuentas por cobrar e inventarios, y (iii) comisiones de gestión, incentivos de gestión a largo plazo y suplementos de precio de adquisición, si corresponde en cada caso.

En Francia, la rentabilidad del Grupo aumentó de €0,4 millones durante el segundo trimestre en comparación con el mismo trimestre del año anterior, con €18,4 millones en comparación con €18,0 millones. La rentabilidad durante la primera mitad del año fiscal en curso aún está ligeramente por debajo del año anterior, lo que refleja el punto anteriormente mencionado sobre la implantación gradual de las campañas de comunicación y de monturas exclusivas. Nuestra estructura de ópticas en propiedad directa y nuestra actividad en audiología mejoraron considerablemente, y la actividad en audiología alcanzó su rentabilidad en el primer trimestre desde su lanzamiento. En España, la rentabilidad del Grupo creció en €3,2 millones este trimestre, en comparación con los €2,8 millones del mismo periodo del año fiscal anterior, gracias a una fuerte mejora en la estructura de ópticas de propiedad directa y los buenos resultados vinculados a la actividad de la red. Por último, el segmento de Otros países también creció, gracias a los resultados en las regiones más maduras, Suiza y Bélgica.

En este contexto positivo, el Grupo generó fuertes cash flows, mostrando una deuda neta de €371,2 millones a 31 de enero de 2019, en comparación con €409,9 millones a 31 enero de 2018.

Didier PASCUAL, Presidente y Director Ejecutivo de AFFLELOU, declaró: *"Nuestra red reportó su octavo semestre consecutivo de crecimiento en ventas comparables. Estamos ganando participación de mercado en nuestras principales regiones, con un crecimiento espectacular en el segmento de audiología. La rentabilidad de nuestro Grupo crece como consecuencia de estos factores. Es una situación tranquilizadora al enfrentar la transformación digital y los próximos cambios regulatorios en Francia".*

* * *

Acerca de AFFLELOU

Fundado en Burdeos en 1972 por Alain Afflelou, el Grupo es uno de los principales líderes franquiciadores de productos de óptica y audiología. En 2016, el Grupo operó la mayor red de franquicia de productos ópticos (en términos de números de tienda) y la enseña ALAIN AFFLELOU ocupó el cuarto lugar en Francia con una cuota de mercado del 9% (en términos de números de tienda), en un mercado históricamente fragmentado que incluye muchos ópticos independientes. El Grupo posee una longeva presencia en Francia, así como una sólida representación en España, donde opera la mayor red de productos ópticos (en términos de número de tiendas) y la cuarta más grande (en términos de ingresos). El grupo, que continúa su expansión global, está presente en todo el mundo, con 1.460 ópticas en 17 países a 31 de julio de 2018.

* * *

Declaraciones a futuro

Este comunicado de prensa puede incluir previsiones a futuro. Estas previsiones pueden identificarse mediante el uso de terminología prospectiva, que incluye los términos "creer", "esperar", "anticipar", "puede", "asumir", "planear", "intentar", "debería", "estimar", "riesgo" y/o, en cada caso, sus variaciones negativas, u otras de terminología comparable. Estas declaraciones prospectivas incluyen todos los asuntos que no son hechos históricos y declaraciones de la Compañía o cualquiera de sus filiales respecto a las intenciones, creencias o expectativas actuales en relación, entre otras cosas, a los resultados de operaciones de la Compañía o cualquiera de sus filiales, situación financiera, liquidez, perspectivas, crecimiento, estrategias y los sectores en las que operan. Por su naturaleza, las declaraciones prospectivas implican riesgos e incertidumbres porque se relacionan con eventos y dependen de circunstancias que pueden o no ocurrir en el futuro. Se advierte a los lectores que las declaraciones a futuro no son una garantía de desempeño y que los resultados reales de las operaciones, la situación financiera y la liquidez de la Compañía o cualquiera de sus filiales, así como el desarrollo del sector en las que operan pueden diferir sustancialmente de los hechos sugeridos por las declaraciones prospectivas contenidas en este comunicado de prensa. Además, incluso si los resultados de las operaciones, la situación financiera y la liquidez de la Compañía o cualquiera de sus filiales, y el desarrollo del sector en las que operan son consistentes con las declaraciones a futuro contenidas en este comunicado de prensa, esos resultados o desarrollos pueden no ser indicativo de resultados o desarrollos en periodos posteriores.

Contacto de prensa AFFLELOU
Alba Zaragoza, Asistente de Comunicación y RRPP / AZaragozadeVincenzo@afflelou.es
Ana Plaza, Havas Media / ana.plaza@havas.com

Press release

Paris, March 29th, 2019

Afflelou's second quarter and first half results for the 2018/2019 fiscal year, as of and for the three months ended January 31, 2019

- **Network sales[1] up by 6.2% at €211.2 million, with 5.9% like-for-like network sales growth[2] for the quarter**
- **Adjusted EBITDA[3] up by 4.5% at €22.1 million for the quarter**

Afflelou and its subsidiaries (the "**Group**") publishes its second quarter results for the fiscal year ended July 31, 2019.

Commercial performance of AFFLELOU

Network sales reached €211.2 million in the second quarter of the current fiscal year, up by 6.2% from the second quarter of the prior fiscal year, and €401.9 million for the first half of the current fiscal year, up by 6.5% as compared with the same period in the prior fiscal year.

The historical ALAIN AFFLELOU banner continued to perform very well in its main geographical areas. In France, sales grew strongly in spite of the "yellow vests" (*gilets jaunes*) demonstrations, with marginal impacts on our sales in December 2018. The hearing aid banner delivered sales growth of almost 30% during the first half of the fiscal year, representing a significant gain in market share. Our discount banner also performed well in terms of like-for-like sales. Each of our banners in France outperformed their respective markets, notably at Alain Afflelou Acousticien, with 24% of growth during the 2018 calendar year, versus +6.6% for the overall market, as estimated by GFK.

Our banner in Spain also performed well, significantly outperforming the optical sector in the 2018 calendar year. In the Other countries segment, the Group reported double-digit growth in Belgium and Switzerland.

The Group had 1,422 stores as of January 31, 2019, representing a decrease of 11 stores from the previous year, corresponding mainly to the rationalization of our discount banner in France, and the termination of a master franchise agreement in the hearing aid sector in Spain.

Afflelou's financial performance

Strong sales across the Group's networks drove financial performance during the second quarter.

---

[1] Network sales comprise sales (excluding VAT) to end customers by all of the Group's distribution channels, including directly-owned stores. Sales of the franchisees are based on monthly sales reports provided by the franchisees pursuant to their reporting obligations under the franchise agreements.

[2] Like-for-like network sales growth is based on sales of stores that were open through the periods under consideration, based on a full fiscal year, and which did not undergo any substantial changes during those periods (such as construction or refurbishment work of a duration of more than one month), so that sales performance in a period may be comparable to that of the prior period. Like-for-like network sales are calculated at current exchange rates as a very small portion of network sales are currently exposed to currency risk.

[3] Adjusted EBITDA is defined as operating income from ordinary activities as presented in the Group's consolidated financial statements, before (i) depreciation and amortization of property, plant and equipment, and intangible assets, (ii) changes in provisions for trade receivables and inventories, and (iii) management fees, management long term incentives and acquisition price supplements, if applicable in each case.

Adjusted EBITDA increased by 4.5%, to €22.1 million, as compared to €21.1 million for the same period in the prior fiscal year, despite negative impacts relating to the phasing of our frames put on display in our wholesale activity, together with the phasing of our communication campaigns in the first quarter, which will be balanced out in the second half of the fiscal year.

In France, the Group's profitability increased by €0.4 million during the second quarter, as compared to the same quarter of the previous year, at €18.4 million as compared with 18.0 million. Profitability during the first half of the current fiscal year is still slightly below the previous year, reflecting the aforementioned point relating to communications and exclusive frames phasing. Our directly owned stores structure and our hearing aid activity improved strongly, with the hearing aid activity reaching profitability for the first quarter since its launch. In Spain, the Group's profitability grew at €3.2 million this quarter, as compared to €2.8 million for the same period in the previous year, thanks to a strong improvement on its directly owned stores structure and good performances linked to the network activity. Lastly, the Other countries segment also grew, thanks to performances in the most mature regions, Switzerland and Belgium.

In this positive context, the Group generated strong cash flows, showing a net debt of €371.2 million at the end of January 2019, as compared with €409.9 million at the end of January 2018.

Didier PASCUAL, Chairman and Chief Executive Officer of Afflelou, stated: *"Our network reported its eighth consecutive half year of growth in like-for-like sales. We are gaining market share in our main regions, with dramatic growth in the hearing aid segment. The profitability for our Group grows as a result of these factors. It's reassuring situation when facing digital transformation and upcoming regulatory changes in France".*

* * *

About Afflelou:

Founded in Bordeaux in 1972 by Alain Afflelou, the Group is one of Europe's leading franchisors of optical products and hearing aids. In 2016, the Group operated the largest franchise network of optical products (in terms of store numbers) and the ALAIN AFFLELOU banner ranked fourth in France with a 9% market share (in terms of store numbers), in a historically fragmented market that includes many independent retailers. The Group has a long-standing presence in France, but also a strong foothold in Spain, where it operates the largest banner of optical products (in terms of store numbers) and the fourth largest (in terms of revenue). The Group, which is continuing its global expansion, is present worldwide, with 1,460 stores in 17 countries as of July 31, 2018.

* * *

Forward Looking Statements

This press release may include forward looking statements. These forward looking statements can be identified by the use of forward looking terminology, including the terms as "believe", "expect", "anticipate", "may", "assume", "plan", "intend", "will", "should", "estimate", "risk" and or, in each case, their negative, or other variations or comparable terminology. These forward looking statements include all matters that are not historical facts and include statements regarding the Company's or any of its affiliates' intentions, beliefs or current expectations concerning, among other things, the Company's or any of its affiliates' results of operations, financial condition, liquidity, prospects, growth, strategies and the industries in which they operate. By their nature, forward looking statements involve risks and uncertainties because they relate to events and depend on circumstances that may or may not occur in the future. Readers are cautioned that forward looking statements are not guarantees of future performance and that the Company's or any of its affiliates' actual results of operations, financial condition and liquidity, and the development of the industries in which they operate may differ materially from those made in or suggested by the forward looking statements contained in this press release. In addition, even if the Company's or any of its affiliates' results of operations, financial condition and liquidity, and the development of the industries in which they operate are consistent with the forward looking statements contained in this press release, those results or developments may not be indicative of results or developments in subsequent periods.

* * *

Investor relations contact AFFLELOU

André Verneyre, Head of financial operations and investor relations / averneyre@afflelou.net +33 01 49 37 73 50

Press contact AFFLELOU

Alba Zaragoza, PR & Communication Assistant / AZaragozadeVincenzo@afflelou.es

Ana Plaza, Havas Media / ana.plaza@havas.com