RESULTADOS FINANCIEROS DEL EJERCICIO 2022-2023

El Grupo AFFLELOU aumenta sus ventas un 6% hasta alcanzar una facturación de 876,1 millones de euros

- **En el año fiscal 2022-2023, el EBITDA[i] del Grupo AFFLELOU se situó en 114,4 millones de euros, lo que supone un aumento del 7%.**

	For the three months ended July 31,				For the twelve months ended July 31,				For the year ended July 31,		
€ in millions (except %)	2023	2022	Δ €m	Δ %	2023	2022	Δ €m	Δ %	2021	2020	2019
France	175.1	163.2	*11.9*	*7.3%*	667.1	635.7	*31.5*	*5.0%*	622.5	506.3	589.8
Spain	38.9	34.5	*4.4*	*12.7%*	141.3	127.9	*13.4*	*10.5%*	124.6	107.4	124.5
Other countries	18.9	17.7	*1.2*	*6.6%*	67.6	63.0	*4.6*	*7.3%*	59.5	48.2	54.9
Total AA sales	**232.9**	**215.4**	*17.5*	*8.1%*	**876.1**	**826.6**	*49.5*	*6.0%*	**806.6**	**662.0**	**769.2**
Like for like sales											
France	6.1%	(4.2%)			3.8%	0.2%			21.0%	(14.4%)	4.8%
Spain	10.2%	0.8%			7.9%	(0.5%)			14.5%	(12.7%)	5.5%
Other countries	2.6%	5.9%			2.9%	3.7%			22.0%	(13.7%)	7.0%
Total like for like sales	**6.5%**	**(2.7%)**			**4.4%**	**0.3%**			**20.0%**	**(14.1%)**	**5.1%**

Madrid, 23 de noviembre de 2023.- Las ventas del Grupo AFFLELOU han registrado un crecimiento del 6%[ii]a cierre de año fiscal 2022-2023, con un aumento del 8,1% en el cuarto trimestre -finalizado el 31 de julio de 2023-, con respecto al mismo período del año anterior. El Grupo ha continuado con una evolución positiva en todos los mercados en los que opera, con un aumento de 2 puntos en España, donde las sólidas ventas de óptica se han combinado con el rápido crecimiento en la venta de audífonos después de su relanzamiento en 2021.

En Francia, las ventas han crecido un 5% durante el último año fiscal, lo que representa un incremento del 13% en comparación con los niveles anteriores a la pandemia en 2019. El negocio de óptica de la compañía en Francia ha registrado un incremento del 6,4%, superando las cifras de crecimiento del sector óptico. Durante el mismo período, el negocio óptico creció un 4,1% (según Gfk), a pesar del complicado entorno económico y de que la inflación alcanzó sus niveles más altos en las últimas décadas. Sin embargo, el mercado de audífonos en Francia siguió desacelerándose después de su espectacular aumento en 2021, tras la implementación del plan 100% Santé. Aunque las ventas de audífonos se han visto afectadas por esa ralentización del negocio, se ha seguido densificando esta área, especialmente a través de puntos de audiología en las ópticas ya existentes, trabajando en sinergias adicionales en su negocio óptico ante la esperada recuperación del mercado de audífonos. Además, desde que se iniciara el ejercicio fiscal actual, que finaliza el 31 de julio de 2024, las ventas de óptica han seguido un sólido crecimiento.

En España, las ventas han crecido un 10,5% durante el último año fiscal, con unos sólidos resultados que reflejan un crecimiento del 12,7% en el último trimestre con respecto al mismo período del ejercicio anterior. Se sigue registrando un rápido crecimiento del negocio de audífonos de la compañía, que se benefició de las sinergias de la campaña de comunicación bajo la marca ALAIN AFFLELOU, así como del amplio apoyo comercial de la compañía en óptica (incluso con respecto a la integración de puntos de venta de audífonos en las ubicaciones clave

de las ópticas, lo que permite a la marca beneficiarse de la gran base de clientes existentes). Los puntos de venta de audífonos de ALAIN AFFLELOU consisten, principalmente, en córners dentro de las ópticas existentes, en una proporción que ahora alcanza un tercio de la red óptica, lo que deja un margen significativo para seguir expandiéndose.

En otros países, las ventas de ALAIN AFFLELOU han reportado un crecimiento del 7,3% hasta el 31 de julio de 2023, con un crecimiento del 6,6% en el último trimestre en comparación con el mismo período del año fiscal anterior. Las dos principales áreas geográficas en términos de red de ventas, Bélgica y Suiza, mostraron un sólido ejercicio, aunque con niveles ligeramente inferiores a los de Francia y España, como consecuencia de unas perspectivas más bajas en Bélgica hasta finales de 2022 y el fuerte crecimiento registrado en épocas pasadas en Suiza. En cualquier caso, las ventas en otros países crecieron significativamente, con un aumento continuo de la red portuguesa respecto a períodos anteriores de menor rendimiento, mientras que Oriente Medio y Magreb han anotado un crecimiento de dos dígitos.

En términos de expansión del Grupo, la red de ALAIN AFFLELOU sumó 45 centros durante el pasado año fiscal, alcanzando la cifra de 1.418. Se ha acelerado la expansión a través del refuerzo del equipo de desarrollo de red y el programa Adelante, que promueve a jóvenes ópticos a convertirse en franquiciados. Hasta la fecha, 50 ópticas en Francia y 80 en España se han beneficiado del programa Adelante. También han iniciado una campaña de comunicación directa a redes profesionales para atraer a otros potenciales franquiciados y ópticos, promoviendo así aún más el crecimiento de la red.

Asimismo, se ha seguido reforzando la presencia en el negocio de los audífonos, también en Francia, a pesar de la actual desaceleración del mercado, con un total de 510 puntos de venta a 31 de julio de 2023 (reflejando tanto los córners dentro de las ópticas como los puntos exclusivos), frente a los 443 puntos de venta de un año antes. También se ha gestionado con éxito la renovación de 89 ópticas, bajo el concepto de los Campos Elíseos, que ahora representan más de la mitad de la red total, incluyendo, cuando es posible, un córner de audífonos y una sala para revisiones ópticas (con dispositivos específicos que permiten al óptico gestionar la teleoftalmología).

Además, la compañía ha tomado la decisión de reducir el número de las ópticas en propiedad, limitándolas principalmente a la región de París y a ópticas que requieren grandes medios financieros o que son importantes para la marca, como las ópticas flagship. Este programa prioriza el potencial de los gerentes de centros existentes para convertirlos en franquiciados. Como consecuencia, durante el pasado ejercicio fiscal, han reducido el número de centros propios ALAIN AFFLELOU, pasando de 183 a 177. Este descenso incluye la venta de la mayor parte de los centros de Normandía a varios franquiciados. El plan de reducción de centros propios se basa en el objetivo a medio plazo de mantener la proporción de espacios en este régimen en torno a una décima parte del número de ópticas de la red. Por último, la propuesta de rescindir los acuerdos de franquicia con los socios de la enseña de descuento va por buen camino, lo que permitirá a la compañía centrarse en su marca histórica para sus dos áreas de negocio.

En términos de iniciativas comerciales, el Grupo continúa implementando la innovación en teleoftalmología en Francia, involucrando a un total de 150 centros de toda la red a 31 de julio de 2023. El Grupo es pionero en teleoftalmología y ofrece un fuerte apoyo a los usuarios de gafas que experimentan altas dificultades para obtenerlas, especialmente en zonas médicas desérticas, donde las citas con los oftalmólogos pueden tardar varios meses. La compañía cree

que esta iniciativa reforzará su imagen como referente en innovación. Los centros que integran teleoftalmología ya han demostrado un crecimiento significativo en ventas.

También se han seguido ampliando y unificando las colecciones exclusivas, incluido el concepto *Magic*, que permite a los clientes adaptar sus gafas en un momento mediante un juego de clips. En el pasado año fiscal, de media se registraron 0,5 clips por cada montura exclusiva vendida, sumando así un total de 1,3 millones de clips entregados a clientes.

Rendimiento financiero del Grupo

	For the three months ended July 31,				For the twelve months ended July 31,			
€ in millions (except %)	**2023**	**2022 restated**	*Δ€m*	*Δ%*	**2023**	**2022 restated**	*Δ€m*	*Δ%*
Revenue	**113.0**	**107.0**	*6.0*	*5.6%*	**410.9**	**377.3**	*33.6*	*8.9%*
Operating income from ordin. activ.	**23.5**	**21.7**	*1.8*	*8.1%*	**81.0**	**76.7**	*4.3*	*5.7%*
Other operating items	(3.7)	(3.0)	*(0.7)*	*(23.4%)*	(5.1)	(3.9)	*(1.3)*	*(32.1%)*
Operating profit	**19.8**	**18.7**	*1.1*	*5.7%*	**75.9**	**72.8**	*3.1*	*4.2%*
Net financial income /(expense)	**(10.2)**	**(9.8)**	*(0.4)*	*(3.6%)*	**(43.2)**	**(48.2)**	*5.0*	*10.5%*
Net income/(loss) before tax	**9.6**	**8.9**	*0.7*	*8.0%*	**32.7**	**24.6**	*8.1*	*33.1%*
Tax income/(expense)	**(8.4)**	**(9.5)**	*1.0*	*10.7%*	**(10.5)**	**(12.7)**	*2.2*	*17.2%*
Net income/(loss) from cont. operations	**1.1**	**(0.6)**	*1.7*	*na*	**22.2**	**11.9**	*10.3*	*86.5%*
Net income from discontinued operations	(0.6)	(2.0)	*1.4*	*71.9%*	(1.2)	(1.8)	*0.6*	*33.7%*
Net income/(loss) att. to equity	**0.6**	**(2.6)**	*3.1*	*na*	**21.0**	**10.1**	*10.9*	*na*
in € millions								
Adjusted EBITDA	**31.4**	**30.2**	*1.2*	*3.8%*	**114.4**	**106.9**	*7.5*	*7.0%*
Adjusted EBIT	23.4	23.0	*0.4*	*1.7%*	82.5	79.1	*3.5*	*4.4%*
Net Debt	**569.7**	**578.6**	*(8.9)*	*(1.5%)*	**569.7**	**578.6**	*(8.9)*	*(1.5%)*
Net Debt ajd. from subleases liabilities	**550.0**	**559.9**	*(9.8)*	*(1.8%)*	**550.0**	**559.9**	*(9.8)*	*(1.8%)*

El rendimiento general de la compañía durante el último ejercicio fiscal se benefició del crecimiento de la red a lo largo del año. En conjunto, los ingresos tuvieron un incremento del 8,9% hasta alcanzar los 410,9 millones de euros frente a los 377,3 millones de euros obtenidos año anterior. El EBITDA ajustado sumó 114,4 millones de euros, un 7% más que el año anterior (106,9 millones de euros), lo que representa una proporción del 13,1 % de todas las ventas.

€ in millions (except %)	For the three months ended July 31, 2023	2022 restated	Δ€m	Δ%	For the twelve months ended July 31, 2023	2022 restated	Δ€m	Δ%
France	175.1	163.2	*11.9*	*7.3%*	667.1	635.7	*31.5*	*5.0%*
Spain	38.9	34.5	*4.4*	*12.7%*	141.3	127.9	*13.4*	*10.5%*
Other countries	18.9	17.7	*1.2*	*6.6%*	67.6	63.0	*4.6*	*7.3%*
Total Network sales	**232.9**	**215.4**	*17.5*	*8.1%*	**876.1**	**826.6**	*49.5*	*6.0%*
France	84.2	80.8	*3.4*	*4.2%*	310.9	287.0	*23.9*	*8.3%*
Spain	23.8	21.5	*2.3*	*10.7%*	82.9	74.5	*8.4*	*11.3%*
Other countries	5.0	4.7	*0.3*	*5.4%*	17.1	15.8	*1.3*	*8.4%*
Total Revenue	**113.0**	**107.0**	*6.0*	*5.6%*	**410.9**	**377.3**	*33.6*	*8.9%*
France	**24.7**	**24.5**	*0.1*	*0.6%*	**92.6**	**87.9**	*4.7*	*5.3%*
as % of network sales	14.1%	15.0%			13.9%	13.2%		
Spain	**5.4**	**4.4**	*0.9*	*21.4%*	**17.8**	**15.5**	*2.4*	*15.2%*
as % of network sales	13.8%	12.8%			12.6%	12.1%		
Other countries	**1.3**	**1.3**	*0.1*	*5.1%*	**4.0**	**3.5**	*0.4*	*12.6%*
as % of network sales	7.0%	7.1%			5.9%	5.4%		
Total Adjusted Ebitda	**31.4**	**30.2**	*1.2*	*3.8%*	**114.4**	**106.9**	*7.5*	*7.0%*
as % of network sales	13.5%	14.0%			13.1%	12.4%		
as % of revenue	27.8%	28.3%			27.8%	28.3%		
France	**18.8**	**19.1**	*(0.3)*	*(1.5%)*	**69.5**	**68.0**	*1.5*	*2.2%*
Spain	**3.3**	**2.7**	*0.7*	*24.7%*	**9.8**	**8.2**	*1.6*	*19.4%*
Other countries	**1.2**	**1.2**	*0.0*	*1.5%*	**3.3**	**3.0**	*0.4*	*12.5%*
Total Adjusted EBIT	**23.4**	**23.0**	*0.4*	*1.7%*	**82.5**	**79.1**	*3.5*	*4.4%*
as % of revenue	20.7%	21.5%			20.1%	21.0%		

En Francia, el crecimiento de las ventas, junto con el impacto ocasionado por los centros propios recomprados en el año fiscal previo, dieron como resultado un crecimiento de los ingresos del 8,3% -23,9 millones de euros-, sumando un total de 310,9 millones de euros frente a los 287 millones de euros logrados en el mismo período del año anterior. Asimismo, el EBITDA ajustado en Francia ha alcanzado un crecimiento del 5,3% hasta sumar 92,6 millones de euros, lo que ha supuesto un incremento de 4,7 millones de euros con respecto al año anterior, donde la cifra se situó en 87,9 millones de euros.

En España, el EBITDA ajustado registró un fuerte crecimiento hasta lograr los 17,8 millones de euros, lo que refleja un incremento del 15,2% -2,4 millones de euros- con respecto a los 15,5 millones de euros del año anterior. Este aumento se debe principalmente al sólido rendimiento comercial de la red, que muestra ganancias de rentabilidad, ya que sus negocios generalmente se benefician de economías de escala.

En otros países en los que ALAIN AFFLELOU opera, los ingresos y la rentabilidad continuaron creciendo de forma coherente con la expansión prevista, con la rentabilidad de países maduros como Bélgica y Suiza, que lideraron el crecimiento en niveles cercanos a los de otras áreas geográficas donde la marca tiene actividad comercial.

Como en años anteriores, el negocio de la compañía generó fuertes flujos de caja, a pesar de los gastos asociados con los esfuerzos continuos del plan de transformación digital, el traslado de la sede a Paris La Défense y la expansión de la iniciativa de teleoftalmología. Como consecuencia, el saldo de caja del Grupo ha registrado un crecimiento hasta situarse en los 75,1 millones de euros, superando así los 55,3 millones de euros del año anterior.

ALAINAFFLELOU

Evolución de la estructura accionarial del Grupo

Tras el anuncio de Lion Capital de haber recaudado con éxito un fondo de continuidad para seguir acompañando algunas de sus participaciones, entre las que se encuentra el Grupo AFFLELOU, los accionistas minoritarios del Grupo han tenido la oportunidad de monetizar su participación en la compañía. En consecuencia, CDPQ (Caisse de la Province du Québec), que posee el 30% del Grupo, vendió su participación mediante la llegada de inversores al fondo de continuidad. La transacción tuvo lugar en noviembre y se realizó a nivel de holding de AFFLELOU, por lo que no supone ningún cambio en la estructura financiera del Grupo. Por lo tanto, Lion Capital seguirá controlando el Grupo a través de una empresa que posee una participación del 71% en AFFLELOU, mientras que la familia del Sr. Alain Afflelou mantendrá el mismo nivel del 29% del capital social de la empresa, acompañando con la gestión el desarrollo anterior del Grupo.

Los accionistas históricos, que controlan el holding Lion Capital, y la familia del Sr. Alain Afflelou conservarán la misma participación en el Grupo y serán acompañados por la dirección en el futuro desarrollo de la compañía.

Anthony AFFLELOU, presidente de AFFLELOU, afirmó: "*el ejercicio fiscal anterior ha sido bastante sólido para el Grupo, avalado por los planes expansión y un rendimiento superior del negocio en la mayoría de las áreas geográficas en las que operamos. Por ello, nuestra ambición de expandir la red en los países más consolidados se verá impulsada por un renovado plan de marca que incluye diversas iniciativas comerciales, como nuestra ya famosa colección Magic, las sinergias entre el negocio de audio y nuestra red óptica en España y en Bélgica; también la teleoftalmología, donde tenemos una clara posición de pioneros, y el programa Adelante para apoyar el dinamismo de los jóvenes ópticos. Aunque el entorno económico ha sido bastante problemático, con inflación y crecientes preocupaciones políticas, no ha afectado significativamente a nuestro negocio. De todas formas, continuaremos monitorizando con cautela la evolución de nuestros principales mercados en los próximos meses, para mantener un rendimiento positivo de toda nuestra red y generar liquidez como en años anteriores. El buen rendimiento que ha mostrado la compañía desde el inicio del ejercicio actual nos hace confiar en que podremos lograr nuestros planes para este año*".

Sobre ALAIN AFFLELOU

ALAIN AFFLELOU cuenta con más de 50 años de experiencia en el sector de la óptica y audiología y es una de las compañías líderes del mercado a nivel mundial, con 1.500 puntos de venta en 19 países.

En España con sus 355 ópticas, sus 130 espacios de audiología y sus 1.300 profesionales, la empresa cuida de la salud visual y auditiva de las personas, ofreciendo soluciones al alcance de todo el mundo. Como líderes en el sector salud visual y auditiva, ALAIN AFFLELOU trabaja por la formación continua de sus especialistas para dar respuesta a las nuevas necesidades del mercado.

En la compañía existe desde siempre una constante vocación por innovar y apostar por nuevos conceptos para adaptarse a una sociedad cada vez más exigente, no solo en el ámbito de la salud, sino también en el de la moda y las tendencias, tanto como distribuidor de marcas de gran prestigio internacional como creador de una línea sofisticada de monturas cuyo diseño marca tendencia en el sector.

Para más información:

Evercom

91 577 92 72

Rocío Jiménez – rocio.jimenez@evercom.es

Maite Díaz – maite.diaz@evercom.es

[i] El EBITDA ajustado se define como los ingresos operativos de las actividades ordinarias tal como se presentan en los estados financieros consolidados del Grupo antes de (i) depreciación y amortización de propiedades, plantas y equipos y activos intangibles, (ii) cambios en las provisiones para cuentas por cobrar comerciales e inventarios, y (iii) honorarios de gestión, incentivos a largo plazo de gestión y complementos al precio de adquisición, según corresponda en cada caso.

[ii] Las ventas en red comprenden las ventas (IVA no incluido) a clientes finales realizadas por todos los canales de distribución del Grupo, incluidas las tiendas propias. Las ventas de los franquiciados se basan en informes de ventas mensuales proporcionados por los franquiciados de conformidad con sus obligaciones de presentación de informes en virtud de sus respectivos acuerdos de franquicia.