

El Grupo AFFLELOU aumenta sus ventas un 1,9% hasta alcanzar una facturación de 859,5 millones de euros

- En el año fiscal 2020-2021, el EBITDA del Grupo AFFLELOU se situó en 106,9 millones de euros, lo que supone un aumento del 6,2%.
- En el caso de España, en el periodo de agosto de 2020 a julio de 2021, las ventas crecieron un 2,6% más respecto al ejercicio anterior.

€ in millions (except %)	For the three months ended July 31,				For the twelve months ended July 31,				For the year ended July 31,		
	2022	2021	Δ €m	Δ %	2022	2021	Δ €m	Δ %	2020	2019	2018
France	170.8	176.0	(5.2)	(3.0%)	666.8	657.4	9.3	1.4%	539.5	636.6	607.0
Spain	34.5	32.8	1.7	5.2%	127.9	124.6	3.3	2.6%	107.4	124.5	120.9
Other countries	18.2	16.7	1.4	8.5%	64.9	61.6	3.3	5.4%	50.2	57.4	53.6
Total network sales	223.4	225.6	(2.1)	(0.9%)	859.5	843.6	15.9	1.9%	697.1	818.5	781.5
like for like sales											
France	(4.2%)	10.8%			0.2%	21.0%			(14.4%)	4.8%	1.5%
Spain	0.8%	7.3%			(0.5%)	14.5%			(12.7%)	5.5%	1.5%
Other countries	5.9%	12.0%			3.7%	22.0%			(13.7%)	7.0%	0.6%
Total Lfl sales	(2.7%)	10.3%			0.3%	20.0%			(14.1%)	5.1%	1.5%

Madrid, 10 de noviembre de 2022.- Las ventas del Grupo AFFLELOU han registrado un crecimiento del 1,9% a cierre de año fiscal 2021-2022, a pesar del difícil contexto político y económico que experimentamos desde comienzo de año. El Grupo ha crecido en todos los mercados en los que opera la compañía y cabe destacar el incremento en la venta de audífonos, con un aumento del 9,4%. La demanda de audífonos en el mercado francés y español ha alcanzado un 7,5% del total de ventas, frente al 4,2% que representaban hace cinco años.

A pesar de la ralentización del último trimestre del pasado ejercicio (cerrado el 31 de julio de 2022), que se tradujo en un ligero descenso de las ventas de nuestra red en un 0,9%, la tendencia es alcista desde el inicio del actual ejercicio fiscal que finaliza el 31 de julio de 2023.

En Francia, las ventas de la red crecieron un 1,4% durante el pasado ejercicio fiscal, dejando atrás el impacto negativo de la COVID-19, salvo por una rápida propagación de la pandemia entre la población francesa al comienzo del año 2022. Los resultados positivos se vieron atenuados por una desaceleración en el segundo semestre del ejercicio año, con un descenso de las ventas del 3,0% en el último trimestre del año fiscal, como consecuencia del contexto político derivado del inicio de la guerra en Ucrania en febrero de 2022 y la amenaza de la recesión y su implicación en el consumo. No obstante, los ingresos del último trimestre del pasado ejercicio mostraron una evolución positiva del 1,7% frente al escenario anterior al

ALAIN AFFLELOU

COVID-19. El crecimiento en el área de audífonos marcó especialmente los resultados del pasado ejercicio, con un incremento de las ventas de 6,4% apoyado por los cambios legislativos *100% Santé*. Aunque las cifras en este segmento se han consolidado, tras un fuerte crecimiento en el año natural 2021, las perspectivas de crecimiento a medio plazo son buenas, beneficiándose de las fuertes sinergias con nuestro negocio de óptica y capitalizando nuestra marca paraguas, ALAIN AFFLELOU. Por último, las ventas desde el inicio del ejercicio fiscal que finalizó el 31 de julio de 2022 volvieron a una tendencia alcista, a pesar de la incertidumbre política y los altos niveles de inflación.

En España los ingresos crecieron un 2,6% durante el año fiscal 2021-2022, reflejando un mayor crecimiento del 5,2% en el último trimestre del pasado ejercicio, en comparación con el período correspondiente del ejercicio anterior. Destaca el éxito del relanzamiento del negocio de audífonos, con una campaña de comunicación masiva durante la primavera de 2022. Como en el mercado francés, el negocio de audífonos junto al óptico será una palanca de crecimiento de las ventas de la red en un contexto de mayor concienciación del uso de dispositivos de ayuda auditiva entre la clientela potencial. Los resultados en este segmento todavía representan menos del 4% de las ventas de nuestra red de óptica ALAIN AFFLELOU, frente al 11% que alcanzan en Francia, pero se espera que sigan creciendo en proporción a las ventas de la red de ópticas en los próximos años.

En otros países, las ventas obtuvieron un crecimiento del 5,4% en el pasado ejercicio, destacando un aumento del 8,5% en el último trimestre. Los dos mercados principales en términos de ventas, Bélgica y Suiza, mostraron unos resultados sólidos. El rendimiento de nuestra red suiza se ha visto favorecido por la subida del franco suizo frente al euro. Por último, las ventas en otras zonas siguieron creciendo, incluida la zona de Oriente Medio, donde la evolución de la actividad es prometedora.

En cuanto a la expansión de la red, el Grupo contó con 12 aperturas durante el pasado ejercicio, alcanzando 1.461 tiendas a 31 de julio de 2022, frente a las 1.449 del año anterior. El foco de crecimiento son los negocios de óptica y de audiología, estandarte de la compañía, con el objetivo de reforzar nuestra presencia en los mercados nacionales y conquistar el espacio blanco, estimado en 100 a 150 tiendas de óptica en Francia, a través de una serie de medidas y apoyo a nuestros franquiciados, como el programa Adelante, que ha demostrado ser un éxito desde su creación en Francia hace cinco años.

ALAIN AFFLELOU también ha seguido reforzando su presencia en el negocio de los audífonos, con un total de 443 puntos de venta, que incluyen tanto los *córniers* dentro de las ópticas como los puntos de venta de audífonos exclusivos, frente a los 396 del año anterior. En los próximos meses, existe la previsión de ampliar el negocio de audífonos en Bélgica, como ya se hizo en el año anterior, al igual que en Francia y España. Por último, el Grupo tiene previsto acelerar el ritmo de renovación de los establecimientos, especialmente en Francia y España, mercados en los que el nuevo concepto Champs Elysées sólo representa menos de la mitad del total de tiendas.

De igual modo que en el caso de la expansión, el Grupo va a facilitar la renovación de los establecimientos mediante el apoyo a los franquiciados gracias al programa Adelante, proporcionando medios financieros cuando sea necesario para renovar las tiendas.

En conjunto, la ganancia neta de 34 tiendas en el pasado ejercicio en ALAIN AFFLELOU se vio atenuada por la reducción de tiendas en nuestra enseña de descuento. De hecho, el Grupo tiene previsto cerrar o rescindir los acuerdos de franquicia con los socios de la segunda marca *OPTICAL*

ALAIN AFFLELOU

DISCOUNT que no se ajustan al concepto y necesidades y generan una menor contribución a la expansión del Grupo.

Finalmente, el pasado ejercicio se ha caracterizado por el incremento del portfolio de tiendas propias hasta las 183 frente a las 160 del año anterior. En el pasado año fiscal se compraron dos redes de establecimientos, de 8 y 12 tiendas respectivamente, a antiguos franquiciados, representando ventas de 10 y 7 millones de euros respectivamente. Aún no hay un plan específico para revender las 8 tiendas compradas en la región de Burdeos, pero ya se ha iniciado la reventa de la red de tiendas compradas en Normandía. El objetivo es vender al menos 6 de los 12 establecimientos a finales del primer semestre de este año fiscal que termina el 31 de julio de 2023. Estas transacciones forman parte de una estrategia a medio plazo para reducir la cartera de tiendas propias hasta una décima parte del total de la red.

€ in millions (except %)	For the three months ended July 31,				For the twelve months ended July 31,			
	2022	2021	Δ€m	Δ%	2022	2021	Δ€m	Δ%
Consolidated Income Statement								
Revenue	108.8	105.1	3.8	3.6%	383.8	365.3	18.6	5.1%
Operating income from ordinary activ.	21.8	20.2	1.6	7.8%	77.0	73.1	3.8	5.2%
Other operating items	(5.6)	(4.1)	(1.5)	(38.0%)	(6.5)	(7.3)	0.8	10.3%
Operating profit	16.2	16.1	0.0	0.1%	70.4	65.8	4.6	7.0%
Net financial income /(expense)	(9.8)	(16.9)	7.1	41.9%	(48.2)	(64.5)	16.4	25.3%
Net income/(loss) before tax	6.3	(0.8)	7.1	na	22.2	1.3	20.9	na
Income tax expenses	(5.2)	(5.1)	(0.1)	(2.3%)	(7.3)	(8.0)	0.7	8.4%
Deferred tax	(3.7)	(32.1)	28.5	88.6%	(4.8)	(32.2)	27.4	85.0%
Tax income/(expense)	(8.9)	(37.3)	28.4	76.1%	(12.1)	(40.2)	28.1	69.8%
Net income/(loss) att. to equity	(2.6)	(38.0)	35.4	93.2%	10.1	(38.4)	48.5	na
in € millions								
Adjusted EBITDA	30.3	28.5	1.8	6.4%	106.9	100.7	6.3	6.2%
Adjusted EBIT	23.0	23.4	(0.4)	(1.7%)	79.3	78.2	1.1	1.4%
Net Debt	578.6	541.3	37.3	6.9%	578.6	541.3	37.3	6.9%
Net Debt from subleases	559.9	524.0	35.9	6.8%	559.9	524.0	35.9	6.8%

Los resultados del Grupo en el pasado ejercicio se beneficiaron, por un lado, de la evolución global positiva de toda la red y, por otro, por la adquisición, mencionada anteriormente, de 20 tiendas propias, que generaron ingresos adicionales y una importante rentabilidad. En conjunto, la cifra de negocios del Grupo registró un crecimiento del 5,1% durante el ejercicio finalizado el 31 de julio de 2022, hasta alcanzar los 383,8 millones de euros frente a los 365,3 millones del año anterior. El EBITDA ajustado demostró un crecimiento del 6,2% hasta lograr los 106,9 millones de euros, frente a los 100,7 millones de euros del periodo previo, alcanzando un nivel histórico del 12,4% de las ventas de red, gracias a una mayor rentabilidad de la marca en zonas maduras como Francia y España.

€ in millions (except %)	For the three months ended July 31,				For the twelve months ended July 31,			
	2022	2021	Δ€m	Δ%	2022	2021	Δ€m	Δ%
France	170.8	176.0	(5.2)	(3.0%)	666.8	657.4	9.3	1.4%
Spain	34.5	32.8	1.7	5.2%	127.9	124.6	3.3	2.6%
Other countries	18.2	16.7	1.4	8.5%	64.9	61.6	3.3	5.4%
Total Network sales	223.4	225.6	(2.1)	(0.9%)	859.5	843.6	15.9	1.9%
France	82.6	80.3	2.3	2.8%	293.5	276.8	16.7	6.0%
Spain	21.5	20.3	1.2	5.9%	74.5	72.9	1.6	2.2%
Other countries	4.7	4.4	0.3	6.2%	15.8	15.5	0.3	1.7%
Total Revenue	108.8	105.1	3.8	3.6%	383.8	365.3	18.6	5.1%
France	24.6	23.2	1.4	5.9%	88.0	81.0	7.0	8.6%
as % of network sales	14.4%	13.2%			13.2%	12.3%		
Spain	4.4	4.2	0.2	4.4%	15.5	16.3	(0.8)	(5.1%)
as % of network sales	12.8%	12.9%			12.1%	13.1%		
Other countries	1.2	1.0	0.3	27.4%	3.5	3.4	0.1	3.2%
as % of network sales	6.8%	5.8%			5.4%	5.5%		
Total Adjusted Ebitda	30.3	28.5	1.8	6.4%	106.9	100.7	6.3	6.2%
as % of network sales	13.6%	12.6%			12.4%	11.9%		
as % of revenue	27.8%	27.1%			27.9%	27.6%		
Total Adjusted EBIT	23.0	23.4	(0.4)	(1.7%)	79.3	78.2	1.1	1.4%
as % of network sales	10.3%	10.4%			9.2%	9.3%		
as % of revenue	21.2%	22.3%			20.7%	21.4%		

En Francia, el crecimiento de las ventas de la red, el incremento de ingresos de la red de tiendas propias, que generó una sólida rentabilidad, y la creciente rentabilidad en el negocio de audífonos dio como resultado un nivel histórico de EBITDA ajustado al 13,2% de las ventas de la red, con un crecimiento del 8,6% a 88,0 millones de euros, frente a los 81,0 millones de euros registrados un año antes.

En España, el EBITDA ajustado anotó un descenso del 5,1%, 0,8 millones de euros, hasta los 15,5 millones de euros, frente a los 16,3 millones de euros del año anterior. Esta disminución está relacionada con su gasto específico de 1,1 millones de euros para relanzar el Área de Audiología, mientras que el resto de su negocio fue coherente con la actividad positiva del negocio.

En otros países, su cifra de negocios y su rentabilidad siguieron creciendo en consonancia con la expansión de esta zona geográfica, con el objetivo de aumentar la rentabilidad de mercados veteranos como Bélgica y Suiza a niveles más cercanos a los de España y Francia.

De nuevo, como en años anteriores, su negocio generó flujos sólidos de caja, a pesar de la adquisición de dos redes de tiendas en propiedad y los esfuerzos continuados en nuestro plan de transformación digital. Este rendimiento permitió al Grupo distribuir 59 millones de euros a los accionistas, gracias a la emisión de Senior Secured Notes por un total de 50 millones de euros a principios del año natural 2022. Esta emisión de bonos adicionales se enmarca en la evolución de nuestra estructura financiera, con una recompra por parte de la familia Afflelou de la participación de Apax en el Grupo, aumentando así su participación al 28% del total de los fondos propios.

Esta recompra fue acompañada de cambios en la compañía, con el nombramiento de Anthony Afflelou como Director General del Grupo en julio de 2022. Anthony AFFLELOU Director General de Afflelou, declaró: "El pasado ejercicio ha confirmado la tendencia positiva de nuestra enseña, consolidando el crecimiento tras los problemas de la COVID-19. Nos encontramos con unos resultados sólidos de ALAIN AFFLELOU en cada una de sus zonas geográficas, y en ambos

ALAIN AFFLELOU

negocios mantienen un fuerte espacio para crecer, ya sea en la expansión de la red o en el negocio de audífonos. Nuestro crecimiento está totalmente centrado en nuestra marca histórica con una serie de iniciativas e innovaciones, como el actual despliegue a lo largo de nuestro plan de transformación digital de la teleoftalmología en nuestra red francesa que nos permite seguir creciendo en nuestro sector y mantener nuestra imagen de liderazgo en innovación y conocimiento de la marca. Por supuesto, en un contexto de amenaza de recesión, vigilarémos atentamente la evolución de nuestros principales mercados en los próximos meses, con el fin de mantener el sólido rendimiento de toda nuestra red y la generación de flujo de caja como en años anteriores, mientras que el rendimiento de las ventas de nuestra red en el primer trimestre del año fiscal en curso ha sido tranquilizar, con una evolución positiva respecto al año anterior".

Las ventas de la red comprenden las ventas (sin IVA) a los clientes finales por todos los canales de distribución del Grupo, incluidas las tiendas de propiedad directa. Las ventas de los franquiciados se basan en los informes mensuales de ventas que proporcionan en virtud de sus obligaciones de información recogidos en sus respectivos contratos de franquicia.

El EBITDA ajustado se define como el resultado operativo de las actividades ordinarias, tal como se presenta en los estados financieros consolidados del Grupo, antes de (i) las depreciaciones y amortizaciones del inmovilizado material e inmaterial, (ii) la variación de las provisiones para créditos comerciales e inventarios y (iii) las comisiones de gestión, los incentivos a largo plazo de la dirección y los suplementos del precio de adquisición, según proceda en cada caso.

Sobre ALAIN AFFLELOU

ALAIN AFFLELOU cuenta con más de 50 años de experiencia en el sector de la óptica y audiolgía 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 348 ópticas, sus 102 espacios de audiolgía 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

Rosa Salom – rosa.salom@evercom.es

Cristina Montañés – cristina.montanes@evercom.es