

## **Resultados de AFFLELOU del segundo trimestre del ejercicio fiscal 2018-2019**

**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 las monturas en su actividad mayorista, junto con la implantación gradual de sus 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. La estructura de ópticas en propiedad directa y su 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 audiológica. 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.

## Contacto de prensa AFFLELOU

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

## Datos de contacto:

Patricia

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Franquicias](#) [Finanzas](#) [Comunicación](#) [Marketing](#) [Emprendedores](#) [E-Commerce](#) [Recursos humanos](#)

---

**NotasdePrensa**

<https://www.notasdeprensa.es>