

Chiffre d'affaires en hausse de 11,7 % au T3

Meilleure performance trimestrielle du Groupe depuis sa création

- Chiffre d'affaires T3 du Groupe à +11,7 % à taux de change constants¹, +8,8 % sur les neuf premiers mois
- Forte contribution des lunettes avec IA, une gamme en expansion et un solide pipeline d'innovation produit
- Catégories Optique et Solaire à +5 % à taux de change constants¹ et à périmètre constant
- Croissance à deux chiffres des régions Amérique du Nord et EMEA dans les segments PS et DTC
- Lancement de Stellest aux États-Unis dès octobre, avec une autorisation de mise sur le marché « de novo » de la FDA et de solides résultats cliniques
- Acquisition de RetinAI annoncée hier. Acquisition d'Optegra finalisée et consolidée à compter du 1^{er} octobre

Paris, France (16 octobre 2025 – 18h00) – EssilorLuxottica a annoncé aujourd'hui que le chiffre d'affaires consolidé du troisième trimestre 2025 a atteint 6 867 millions d'euros, soit une augmentation de 11,7 % à taux de change constants¹ par rapport au troisième trimestre 2024 (+6,7 % à taux de change courants).

Francesco Milleri, Président-Directeur Général, et Paul du Saillant, Directeur Général Délégué d'EssilorLuxottica ont commenté : « Nous publions aujourd'hui notre meilleur trimestre depuis la création du Groupe. Cela confirme la force de notre vision et la capacité de nos jeunes et solides équipes de management dans chaque région du monde à délivrer d'excellents résultats, quelles que soient les conditions de marché. Avec les contributions remarquables d'EMEA et de l'Amérique du Nord, et grâce à l'essor des wearables et la forte dynamique de la santé visuelle et des lunettes de soleil, ces résultats attestent de l'efficacité de notre stratégie, menée avec détermination et excellence.

En septembre, nous avons dévoilé de nouvelles lunettes avec IA, qui préfigurent l'avenir de cette catégorie. Avec les nouvelles générations de Ray-Ban Meta et Oakley Meta, et avec Meta Ray-Ban Display, nous restons à la pointe de l'innovation dans les wearables, contribuant à repousser les limites du potentiel de chacun. En parallèle, nous accélérons nos ambitions med-tech, renforçant notre position dans la gestion de la myopie avec les verres Stellest, qui ouvrent cette catégorie aux États-Unis, suite à la récente autorisation de mise sur le marché de la FDA. Avec les cliniques ophtalmologiques Optegra et RetinAI qui viennent de rejoindre le Groupe, nous structurons notre écosystème de santé visuelle, en associant prévention et traitement basés sur l'IA, pour permettre à des millions de personnes dans le monde de réaliser leur plein potentiel.

En ce début de quatrième trimestre, nous affichons une forte dynamique et une ambition claire de mener une transformation durable, définissant un avenir où l'innovation, la science et le potentiel humain progressent ensemble. »

* * *

Sauf indication contraire, les commentaires ci-après portent sur la performance du chiffre d'affaires à taux de change constants¹ par rapport au chiffre d'affaires 2024.

Faits marquants

La croissance du chiffre d'affaires s'est accélérée au troisième trimestre, avec une belle progression de l'ensemble des régions et des segments. L'activité des catégories optique et solaire a progressé à un rythme sain de +5 % à taux de change constants¹ et à périmètre constants, grâce à l'innovation et à la qualité de l'exécution. La croissance exponentielle des lunettes avec IA a boosté le chiffre d'affaires. Grâce à des acquisitions stratégiques, le Groupe a renforcé ses actifs et ses capacités dans la med-tech.

Chiffre d'affaires du troisième trimestre par segment d'activité

En millions d'euros	T3 2025	T3 2024	À taux de change constants ¹	À taux de change courants
Professional Solutions	3 223	3 017	+11,9 %	+6,8 %
Direct to Consumer	3 644	3 420	+11,6 %	+6,5 %
CHIFFRE D'AFFAIRES	6 867	6 437	+11,7 %	+6,7 %

Professional Solutions

Le segment Professional Solutions a enregistré un chiffre d'affaires de 3 223 millions d'euros, en hausse de 11,9 % par rapport au troisième trimestre 2024 (+6,8 % à taux de change courants).

Les régions Amérique du Nord et EMEA ont été les principaux moteurs de croissance du trimestre, affichant toutes deux une croissance à deux chiffres, tandis que les régions Asie-Pacifique et Amérique latine affichent une hausse de l'ordre de 5 %. Du côté des montures, Ray-Ban s'est distinguée comme la marque la plus performante, portée par la catégorie des lunettes avec IA. L'innovation et les solutions de gestion de la myopie en particulier, ont été le catalyseur de cette performance dans la catégorie des verres optiques.

Direct to Consumer

Le segment Direct to Consumer a enregistré un chiffre d'affaires de 3 644 millions d'euros, en hausse de 11,6 % par rapport au troisième trimestre 2024 (+6,5 % à taux de change courants).

Ce segment a connu une forte croissance grâce aux synergies entre magasins physiques et e-commerce. Les ventes à magasins comparables³ ont augmenté de plus de 7 %, en accélération par rapport au trimestre précédent, grâce aux magasins des régions Amérique du Nord et EMEA qui poursuivent une progression constante sur les catégories optique et solaire. L'appétence des consommateurs pour les lunettes avec IA reste forte, stimulée par l'annonce de trois nouveaux modèles très attractifs. Les lunettes avec IA ont également donné un coup d'accélérateur au e-commerce qui affiche une croissance à deux chiffres. La consolidation de Supreme a apporté une amélioration supplémentaire au chiffre d'affaires du segment.

Chiffre d'affaires du troisième trimestre par zone géographique

En millions d'euros	T3 2025	T3 2024	À taux de change constants ¹	À taux de change courants
Amérique du Nord	2 996	2 854	+12,1 %	+5,0 %
EMEA	2 694	2 433	+12,7 %	+10,7 %
Asie-Pacifique	822	794	+10,5 %	+3,5 %
Amérique latine	355	356	+5,2 %	-0,4 %
CHIFFRE D'AFFAIRES	6 867	6 437	+11,7 %	+6,7 %

Amérique du Nord

L'Amérique du Nord affiche un chiffre d'affaires de 2 996 millions d'euros, en hausse de 12,1 % par rapport au troisième trimestre 2024 (+5,0 % à taux de change courants), en forte accélération par rapport aux deux trimestres précédents, tirée à par les deux segments, Professional Solutions et Direct to Consumer.

Le segment Professional Solutions a connu une croissance à deux chiffres, les grands comptes confirmant une bonne performance dans toutes les catégories de produits et les indépendants continuant de progresser. Dans la catégorie des verres optiques, Shamir et Nikon ont été les principaux moteurs de l'augmentation des volumes. Suite à la récente autorisation de mise sur le marché « de novo » de la FDA, le Groupe va permettre aux professionnels de la vue de proposer Stellest à leurs patients aux États-Unis à partir du quatrième trimestre de cette année. Du côté des montures, les lunettes avec IA ont poursuivi leur déploiement, avec une contribution positive d'Oakley Meta HSTN aux résultats trimestriels. Du côté des marques sous licences, Miu Miu s'est à nouveau distinguée comme la marque la plus performante.

Le segment Direct to Consumer a continué d'enregistrer une solide performance, soutenue à la fois par les magasins physiques et le e-commerce, ainsi que par la consolidation de Supreme (depuis le 1^{er} octobre 2024). Les ventes à magasins comparables³ ont augmenté d'environ 7 %. LensCrafters a continué à délivrer une croissance significative des ventes et des volumes, grâce à un nombre plus important d'examen de la vue et à l'amélioration des taux de conversion. Sunglass Hut a bénéficié d'une hausse de la fréquentation de ses magasins internationaux et domestiques. De plus, la catégorie des lunettes avec IA, moteur de croissance clé pour l'enseigne, a poursuivi son déploiement, avec les lancements récents de Ray-Ban Meta Gen 2, d'Oakley Meta HSTN et de Meta Ray-Ban Display, disponibles depuis septembre. Les ventes en ligne, stimulées par les lunettes avec IA, ont considérablement augmenté : Ray-Ban.com, Oakley.com et SunglassHut.com, ont connu une accélération marquée.

EMEA

La région EMEA a enregistré un chiffre d'affaires de 2 694 millions d'euros, en hausse de 12,7 % par rapport au troisième trimestre 2024 (+10,7 % à taux de change courants), les ventes des deux segments convergeant vers un rythme de croissance à deux chiffres, ce qui a permis à la région de réaliser son meilleur trimestre de l'année.

L'excellente performance du segment Professional Solutions résulte d'une bonne coordination de l'exécution sur l'ensemble des pays, catégories et canaux de distribution. La capacité à transformer l'innovation en moteur de croissance a été très perceptible du côté des verres, où les solides performances de Varilux Physio Extensee, Nikon Z Suite et Transitions Gen S ont tiré les performances de leurs catégories respectives, de même que Stellest qui a poursuivi sa trajectoire de croissance. Du côté des montures, Ray-Ban et Oakley ont connu une forte croissance, portée principalement



par les lunettes avec IA, tandis que Miu Miu et Chanel se sont positionnées comme les plus performantes des marques sous licence. Par ailleurs, Nuance Audio a continué à gagner du terrain auprès des clients.

Dans le segment Direct To Consumer, les ventes à magasins comparables³ ont connu une croissance à un chiffre élevé, les enseignes de l'optique et du solaire affichant toutes deux un même niveau de solide performance. Dans la catégorie optique, les récentes initiatives stratégiques menées ces dernières années ont continué de générer d'excellents résultats sur ce trimestre. Le succès du modèle d'abonnement a contribué à une augmentation significative du nombre d'exams de vue et à une montée en gamme, se traduisant par un effet prix-mix favorable. Avec aujourd'hui plus de deux millions de membres dans 19 pays, le programme d'abonnement permet à un nombre toujours plus important de consommateurs de s'équiper de lunettes de vue et de lentilles de contact. Les lunettes Nuance Audio ont poursuivi leur déploiement et seront lancées dans quatre nouveaux pays au cours des prochains mois (Suède, Danemark, Suisse et Portugal). Sunglass Hut a réalisé un nouveau trimestre de croissance saine, s'appuyant également sur la robuste performance de Ray-Ban Meta, qui vient d'être renforcée par la nouvelle génération de lunettes avec IA.

Asie-Pacifique

La région Asie-Pacifique a réalisé un chiffre d'affaires de 822 millions d'euros, en hausse de 10,5 % par rapport au troisième trimestre 2024 (+3,5 % à taux de change courants), soutenu par l'accélération de l'activité en Grande Chine et par la contribution de Supreme.

Dans le segment Professional Solutions, la Grande Chine a enregistré une solide performance des solutions de gestion de la myopie, en hausse d'environ 20 %, soutenue notamment par les verres optiques DOT de Nikon et Kodak. Avec le lancement de Stellest 2.0 et des montures Stellest en juillet, la marque phare du Groupe continue de renforcer sa position d'excellence dans les solutions de gestion de la myopie. Du côté des montures, Oakley a accéléré sa dynamique en attirant de nouveaux clients tandis que les montures des marques de luxe sous licences ont enregistré une croissance à deux chiffres. L'Asie du Sud-Est et la Corée du Sud ont fortement accéléré, avec une hausse à deux chiffres.

Le segment Direct To Consumer a été soutenu par une solide croissance organique, les ventes à magasins comparables³ progressant à un rythme autour d'un chiffre bas, et par la contribution de Supreme. En Australie, l'enseigne OPSM a été légèrement positive, soutenue par le programme d'abonnement qui a gagné du terrain auprès des clients existants et nouveaux. Dans certains magasins pilotes, le portefeuille d'instruments d'Espansione pour le traitement de la sécheresse oculaire a été déployé et a reçu des appréciations prometteuses. Sunglass Hut est restée globalement stable dans la région, soutenue par la popularité croissante des lunettes avec IA et aidée par le lancement de nouvelles fonctionnalités d'IA.

Amérique latine

La région Amérique latine a enregistré un chiffre d'affaires de 355 millions d'euros, en hausse de 5,2 % par rapport au troisième trimestre 2024 (-0,4 % à taux de change courants), en ralentissement par rapport au rythme observé durant les deux précédents trimestres de cette année.

Le chiffre d'affaires du segment Professional Solutions est resté stable sur les deux marchés clés que sont le Brésil et le Mexique, mais a bien progressé dans le reste de la région. Au Brésil, l'activité des verres a été légèrement positive, tirée à la fois par les indépendants et les grands comptes, et soutenue par les innovations Varilux, alors que l'activité des montures est restée stable. Le programme de franchise Óticas Carol est devenu négatif au cours de la période, essentiellement en raison de l'échelonnement du lancement des nouvelles collections de montures, après deux trimestres

positifs aidés par l'amélioration de l'expérience en magasin et l'assortiment des produits. L'Argentine a continué de croître fortement, dans un environnement globalement inflationniste, suivie par la Colombie qui progresse bien.

Le segment Direct to Consumer a ralenti et présente, pour les ventes à magasins comparables³, une croissance à un chiffre bas, liée principalement à la légère décélération des catégories optique et solaire, notamment au Mexique, au Pérou et en Argentine.

Chiffre d'affaires sur neuf mois par segment d'activité

En millions d'euros	9M 2025	9M 2024	À taux de change constants ¹	À taux de change courants
Professional Solutions	9 788	9 430	+6,7 %	+3,8 %
Direct to Consumer	11 103	10 297	+10,7 %	+7,8 %
CHIFFRE D'AFFAIRES	20 891	19 727	+8,8 %	+5,9 %

Chiffre d'affaires sur neuf mois par zone géographique

En millions d'euros	9M 2025	9M 2024	À taux de change constants ¹	À taux de change courants
Amérique du Nord	9 180	8 827	+7,2 %	+4,0 %
EMEA	8 098	7 402	+10,5 %	+9,4 %
Asie-Pacifique	2 523	2 383	+9,5 %	+5,9 %
Amérique latine	1 090	1 115	+7,6 %	-2,3 %
CHIFFRE D'AFFAIRES	20 891	19 727	+8,8 %	+5,9 %

Sur les neuf premiers mois de 2025, le chiffre d'affaires s'est élevé à 20 891 millions d'euros, en hausse de 8,8 % par rapport à la même période de 2024 (+5,9 % à taux de change courants), avec une belle croissance de l'ensemble des segments d'activité et des régions.

Le segment Professional Solutions affiche une croissance de 6,6 % par rapport à la même période de 2024 (+3,8 % à taux de change courants), notamment grâce à l'accélération matérielle des lunettes avec IA au troisième trimestre. Le segment Direct to Consumer affiche une hausse de 10,7 % (+7,8 % à taux de change courants), soutenu à la fois par les magasins traditionnels, progressant au même rythme dans les enseignes optiques et solaires, ainsi que l'e-commerce, dopé par les lunettes avec IA, et bénéficiant d'une accélération supplémentaire grâce à Supreme.

La bonne croissance sur les neuf premiers mois de l'année a été tirée par la région EMEA en hausse de 10,5 % (+9,4 % à taux de change courants), progressant sur tous les canaux grâce à une stratégie gagnante. La plus grande région, l'Amérique du Nord, a accéléré au troisième trimestre, soutenue par la bonne performance des catégories optique et solaire, et par la popularité croissante des lunettes avec IA, clôturant ainsi les neuf premiers mois en hausse de 7,2 % (+4,0 % à taux de change courants). La croissance de la région Asie-Pacifique s'établit à 9,5 % (+5,9 % à taux de change courants), soutenue par le portefeuille des solutions de gestion de la myopie. L'Amérique latine est en hausse de 7,6 % (-2,3 % à taux de change courants), tous les pays affichant une performance positive.

Nombre de magasins

	Au 30 septembre 2025	Au 31 décembre 2025
Amérique du Nord	3 808	3 835
EMEA	6 051	5 972
Asie-Pacifique	1 675	1 598
Amérique latine	2 127	2 132
Magasins du Groupe	13 661	13 537
Franchisés et Autres	4 031	4 101
NOMBRE TOTAL DE MAGASINS	17 692	17 638

Perspectives à long terme

Le Groupe confirme son objectif de croissance annuelle du chiffre d'affaires de l'ordre de 5 % entre 2022 et 2026 à taux de change constants¹ (sur la base du chiffre d'affaires 2021 *pro forma*⁴), visant un chiffre d'affaires de l'ordre de 27 à 28 milliards d'euros, et anticipe l'atteinte d'un résultat opérationnel ajusté² de l'ordre de 19 à 20 % du chiffre d'affaires à l'issue de cette période.

Conférence téléphonique

Une conférence téléphonique en anglais se tiendra ce jour à 18h30.

Celle-ci sera accessible en direct ou en différé par le lien suivant :

<https://streamstudio.world-television.com/1217-2090-42396/en>

Prochains événements destinés aux investisseurs

- 13 novembre 2025 : J.P. Morgan Luxury Goods Conférence à Paris
- 18 novembre 2025 : Jefferies Healthcare Conférence à Londres
- 19-20 novembre 2025 : Morgan Stanley 24th Asia-Pacific Summit à Singapour
- 20 novembre 2025 : Bank of America Consumer and Retail Conférence à Paris

Notes

Les totaux des tableaux étant issus de montants non arrondis, des écarts peuvent exister entre ceux-ci et la somme des montants arrondis des éléments dont ils sont constitués.

1 Chiffres à taux de change constants : les chiffres à taux de change constants ont été calculés sur la base des taux de change moyens de la même période de l'année de comparaison.

2 Mesures ou indicateurs ajustés : ajustés des produits et charges liés au rapprochement entre Essilor et Luxottica (« Rapprochement EL »), à l'acquisition de GrandVision (« Acquisition GV »), aux autres acquisitions stratégiques et significatives, et d'autres transactions inhabituelles, occasionnelles ou sans rapport avec les activités normales, l'impact de ces événements pouvant altérer la compréhension des performances du Groupe. Une description des autres transactions inhabituelles, occasionnelles ou sans rapport avec les activités normales est incluse dans les informations à fournir au semestre et à la fin de l'exercice (voir le paragraphe dédié *Indicateurs ajustés*).

3 Ventes à magasins comparables : reflètent, à fins de comparaison, l'évolution des ventes des seuls magasins de la période récente qui étaient également ouverts sur la période comparable de l'année précédente. Pour chaque zone géographique, le calcul applique à l'ensemble des périodes le taux de change moyen de l'année.

4 (Chiffre d'affaires) Comparable ou *pro forma* : le chiffre d'affaires comparable inclut la contribution de GrandVision comme si le regroupement entre EssilorLuxottica et GrandVision (« Acquisition GV »), ainsi que les cessions d'actifs requises par les autorités de la concurrence dans le contexte de l'Acquisition GV, avaient eu lieu au début de l'exercice (i.e. 1^{er} janvier). Le chiffre d'affaires comparable a été préparé à titre illustratif dans le seul but de fournir des informations comparables.

AVERTISSEMENT

Ce communiqué de presse contient des déclarations prévisionnelles qui reflètent les attentes actuelles d'EssilorLuxottica eu égard à des événements futurs et à la performance financière et opérationnelle future. Ces déclarations prévisionnelles sont fondées sur les convictions, hypothèses et attentes d'EssilorLuxottica en lien avec des événements futurs et des tendances qui affectent la performance future d'EssilorLuxottica, en prenant en compte l'ensemble des informations dont EssilorLuxottica dispose actuellement, et ne sont en aucun cas des garanties de performance future. Par nature, les déclarations prévisionnelles comportent des risques et des incertitudes, parce qu'elles portent sur des événements et dépendent de circonstances qui pourraient, ou non, survenir dans le futur, et EssilorLuxottica ne peut pas garantir l'exactitude et la complétude des déclarations prévisionnelles. Un nombre important de facteurs, qui ne sont pas tous connus d'EssilorLuxottica ou sous son contrôle, pourraient faire diverger, de manière significative, les résultats ou les conclusions, par rapport à ce qui figure dans les déclarations prévisionnelles, du fait de risques ou d'incertitudes rencontrés par EssilorLuxottica. Toute déclaration prévisionnelle est formulée uniquement à la date de ce communiqué de presse, et EssilorLuxottica n'est soumise à aucune obligation de mettre à jour ou de réviser, publiquement, les déclarations prévisionnelles, que ce soit à la suite d'une nouvelle information ou pour toute autre raison.

Contacts

Giorgio Iannella

Marco Catalani

Head of Investor Relations

Head of Corporate Communications

ir@essilorluxottica.com

media@essilorluxottica.com

A propos

d'EssilorLuxottica

EssilorLuxottica est un leader mondial dans la conception, la fabrication et la distribution de solutions avancées de santé visuelle, de lunettes et de technologies med-tech. Sa mission est d'aider chacun à « mieux voir et mieux être » en répondant aux besoins visuels en constante évolution des patients et des consommateurs, à leur souhait d'exprimer leur style personnel et à leur désir de se sentir davantage connectés au monde qui les entoure. EssilorLuxottica dispose des technologies de verres optiques les plus innovantes, telles que Varilux, Stellest et Transitions, des marques les plus emblématiques telles que Ray-Ban, Oakley et Supreme, des marques de luxe sous licence les plus appréciées et des enseignes de distribution de premier plan, telles que Sunglass Hut, LensCrafters, Salmoiraghi & Viganò, Vision Express et Apollo. Grâce à d'importants investissements R&D, des savoir-faire uniques et un portefeuille d'actifs d'excellence, EssilorLuxottica est synonyme d'innovation dans plusieurs catégories, des instruments médicaux et des solutions de santé visuelle aux lunettes connectées dont le Groupe définit la catégorie. EssilorLuxottica repousse ainsi les limites de l'industrie et fait des yeux la porte d'entrée vers de nouvelles possibilités. Avec plus de 200 000 collaborateurs dans 150 pays, 600 sites industriels, servant 300 000 clients opticiens et opérant 18 000 magasins, le Groupe a généré un chiffre d'affaires consolidé de 26,5 milliards d'euros en 2024. Par ailleurs, OneSight EssilorLuxottica Foundation a permis de donner accès à des solutions durables de santé visuelle à près d'un milliard de personnes. EssilorLuxottica est coté sur le marché Euronext Paris et fait partie des indices Euro Stoxx 50 et CAC 40. Codes: ISIN: FR0000121667 ; Reuters : ESLX.PA; Bloomberg: EL:FP. Pour plus d'information: www.essilorluxottica.com.