EssilorLuxottica et Meta lancent Oakley Meta, créant ainsi la nouvelle catégorie des lunettes IA haute performance, destinées aux athlètes tout comme aux fans de la marque.

Dans le cadre de leur partenariat de long terme et après le succès de Ray-Ban Meta, EssilorLuxottica et Meta créent une nouvelle gamme de lunettes IA sous la marque Oakley.

Paris, France et Menlo Park, Californie, 20 juin 2025 – EssilorLuxottica et Meta Platforms annoncent Oakley Meta, une nouvelle catégorie de lunettes IA haute performance qui associent les technologies IA avancées de Meta au design signature et aux verres PRIZM d'Oakley pour transformer la manière dont les consommateurs vivent leurs meilleures performance – dans leurs activités sportives aussi bien que dans leur quotidien. Les lunettes Oakley Meta représentent une nouvelle gamme de produits, issue du partenariat de long-terme entre les deux groupes, après le succès de Ray-Ban Meta, qui a défini cette catégorie et se place en tête des ventes mondiales de lunettes IA, avec des millions de consommateurs équipés.

Oakley Meta HSTN, le premier modèle de cette collection, offrira des améliorations technologiques clés telles que l'enregistrement vidéo ultra-HD 3k, pour des images plus nettes et de meilleure résolution que le Full HD (1080p). Les utilisateurs pourront écouter leur musique et leurs podcasts préférés grâce à des haut-parleurs oreilles-libres puissants et intégrés de manière invisible dans les lunettes. Les Oakley Meta HTSN pourront fonctionner jusqu'à 8 heures en utilisation standard et jusqu'à 19 heures en mode veille grâce à une autonomie de la batterie prolongée de 40%. Elles sont accompagnées d'un étui de chargement fournissant jusqu'à 48 heures de rechargement en déplacement.

Les consommateurs peuvent équiper leurs Oakley Meta HSTN de verres bénéficiant de la technologie PRIZM d'Oakley, l'une des innovations les plus avancées en matière de verres optiques. Cette technologie révolutionnaire ajuste finement le spectre lumineux, intensifiant les couleurs tout en filtrant les distractions visuelles. Cela fait ressortir les détails avec une plus grande netteté, permettant aux porteurs de lunettes de mieux voir, de réagir plus rapidement et donner le meilleur d'eux-mêmes.

"*Ce lancement inaugure un nouveau chapitre de notre audacieuse trajectoire sur les wearables. Combinant l'héritage d'Oakley en terme de design iconique et les avancées de Meta sur l'IA et ses applications immersives, nous définissons un nouveau standard pour l'industrie,"* a déclaré Rocco Basilico, Chief Wearables Officer chez EssilorLuxottica. *"Notre stratégie multi-marques et multi-technologies reflète notre ambition de construire une catégorie lunettes connectées qui adresse différents styles de vie et de communautés et correspond à de nombreux cas d'usage. Nous associons design, fonctionnalité et émotion pour renforcer les liens entre les personnes et libérer tout un potentiel exprimant l'identité de chaque marque. Et ce n'est que le début de l'histoire."*

"Cela fait 50 ans que nous repoussons les limites du possible, à la recherche de solutions aux problèmes non résolus," a déclaré Caio Amato, Global President d'Oakley. *"Avec Meta, nous donnons de nouveaux contours à la réalité – Il n'est pas seulement question de gagner en performance, mais vraiment d'amplifier le potentiel humain comme jamais auparavant. C'est le premier chapitre d'une ère nouvelle pour le sport."*

« Les lunettes s'affirment comme le dispositif idéal pour écouter de la musique, créer des vidéos et bénéficier de la puissance d'un assistant IA », a déclaré Alex Himel, VP Wearables chez Meta. *« Nous sommes fiers du succès des lunettes Ray-Ban Meta et sommes impatients de développer notre collaboration avec Oakley, la marque de lunettes la plus emblématique de l'innovation dans le sport. Nos équipes travaillent ensemble depuis des années pour comprendre les besoins spécifiques des sportifs. Nous avons hâte de pouvoir leur proposer de nouvelles expériences qui s'intègrent dans leur vie quotidienne, sur le terrain et au-delà* ».

La collection Oakley Meta HSTN comprend six combinaisons de montures et de teintes de verres, conçues pour être compatibles avec des verres correcteurs à la vue de chacun :

- Oakley Meta HSTN Warm Grey avec verres PRIZM Ruby
- Oakley Meta HSTN Black avec verres polarisants PRIZM Black
- Oakley Meta HSTN Brown Smoke avec verres polarisants PRIZM Deep-Water
- Oakley Meta HSTN Black avec verres Transitions Amethyst
- Oakley Meta HSTN Clear avec verres Transitions Grey
- Oakley Meta HSTN Black avec verres non teintés

Pour célébrer les 50 ans des designs Oakley, une édition limitée de Oakley Meta HSTN sera créée, rendant hommage à l'histoire de la marque tout en marquant une nouvelle ère d'innovation avec Meta. Cette édition limitée, aux touches dorées grâce aux verres gold 24K PRIZM Polar, sera en pré-vente au prix de 499$ US à compter du 11 juillet. Le reste de la collection sera en vente à partir de 399$ US au cours de l'été. Les lunettes Oakley Meta HSTN seront commercialisées aux Etats-Unis, au Canada, au Royaume-Uni, en Irlande, en France, en Italie, en Espagne, en Autriche, en Belgique, en Australie, en Allemagne, en Suède, en Norvège, en Filande et au Danemark. Le lancement au Mexique, en Inde et aux EAU interviendra plus tard dans l'année.

EssilorLuxottica et Meta collaborent avec succès depuis 2019. Lancées en 2023, les lunettes Ray-Ban Meta, ont ouvert le champ des lunettes connectées, trouvant le juste équilibre entre esthétique, fonctionnalité et portabilité, et permettant ainsi une adoption généralisée du produit par les consommateurs.

Pour marquer ce lancement, Oakley et Meta déploieront une campagne mondiale centrée sur Patrick Mahomes, athlète Oakley de longue date et sacré à trois reprises meilleur joueur du Super Bowl, et sur Kylian Mbappé, athlète Oakley également et vainqueur de la Coupe du Monde de football. Les deux sportifs apporteront leur style signature pour promouvoir les nouvelles Oakley Meta HSTN. Les lunettes seront révélées lors d'événements sportifs : le Fanatics FanFest, le 20 juin, et l'UFC International Fight Week du 25 au 27 juin.

Contacts

EssilorLuxottica
Marco Catalani
Head of Corporate Communications
media@essilorluxottica.com

Giorgio Iannella
Head of Investor Relations
ir@essilorluxottica.com

Meta
Albert Aydin
Communications, Reality Labs
albertaydin@meta.com

Oakley
Claire Barry
Global PR Director
claire.barry@luxottica.com