

Forte croissance du chiffre d'affaires au premier trimestre

- Chiffre d'affaires du Groupe en hausse de +8,1 % à taux de change courants et de +7,3 % à taux de change constants¹ au T1
- Solide croissance des segments Professional Solutions et Direct to Consumer, avec des ventes à magasins comparables³ en hausse de +8 %
- La région EMEA progresse de +10 % à taux de change constants¹, les deux segments contribuant à parts égales
- L'Amérique du Nord en croissance de +4 %, avec des tendances solides pour Direct to Consumer et une demande résiliente pour Professional Solutions
- L'Asie-Pacifique en croissance à deux chiffres, avec une solide progression des solutions de contrôle de la myopie en Chine
- Ray-Ban Meta en croissance rapide et de plus en plus associées aux verres Transitions
- Après les États-Unis et l'Italie, les lunettes Nuance Audio lancées en France, et démarrage au Royaume-Uni et en Allemagne
- Mise en œuvre de mesures pour gérer l'impact des droits d'importation américains

Paris, France (23 avril 2025 – 18h00) – EssilorLuxottica annonce un chiffre d'affaires consolidé au premier trimestre 2025 de 6 848 millions d'euros, en hausse de +7,3 % à taux de change constants¹ par rapport au chiffre d'affaires du premier trimestre 2024 (+8,1 % à taux de change courants).

Francesco Milleri, Président-Directeur Général, et Paul du Saillant, Directeur Général Délégué d'EssilorLuxottica ont commenté : « Au cours du premier trimestre, nous avons maintenu une dynamique solide, toutes les régions et activités contribuant à une croissance régulière -à taux de change constants- et jouant un rôle clé dans le développement des lunettes connectées et de la med-tech. Nous réalisons des avancées significatives vers nos objectifs stratégiques, illustrées notamment par les résultats à six ans de l'étude clinique confirmant l'efficacité des verres Stellest dans le contrôle de la myopie chez l'enfant, de même que le lancement des lunettes Nuance Audio aux États-Unis, en Italie et en France, marquant la création d'une catégorie nouvelle et transformatrice pour notre industrie. Nos marques prouvent plus que jamais la puissance de leur légitimité, comme en atteste la trajectoire exceptionnelle de Ray-Ban Meta, la célébration des 50 ans d'Oakley, une marque qui incarne la performance sportive ainsi que l'extension du partenariat entre Oliver Peoples et le légendaire Roger Federer. L'engagement et la passion de nos 200 000 collègues, moteurs de notre réussite durable, sont au cœur de cette dynamique. Leur implication croissante en tant qu'actionnaires est un témoignage fort de leur confiance dans notre Groupe et dans les valeurs qui nous caractérisent. Dans une période d'incertitude, nous poursuivons notre progression, guidés par notre mission, notre ambition et notre confiance dans le futur que nous bâtissons 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

L'année a démarré sur un rythme de croissance soutenu, dans un contexte macroéconomique instable, avec un chiffre d'affaires en hausse de +7,3 % à taux de change constants¹ et de +8,1 % à taux courants. Le segment Direct to Consumer devance le segment Professional Solutions, soutenu par la solide performance des magasins physiques. Toutes les régions progressent de 9 à 10 % à taux de change constants¹, à l'exception de l'Amérique du Nord, en hausse de +4 %.

Chiffre d'affaires du Groupe par activité

En millions d'euros	T1 2025	T1 2024	À taux de change constants ¹	À taux de change courants
Professional Solutions	3 236	3 080	+4,4 %	+5,1 %
Direct to Consumer	3 612	3 255	+10,1 %	+11,0 %
CHIFFRE D'AFFAIRES	6 848	6 335	+7,3 %	+8,1 %

Professional Solutions

Le segment Professional Solutions a enregistré un chiffre d'affaires de 3 236 millions d'euros, en hausse de 4,4 % par rapport à 2024 sur la même période (+5,1 % à taux de change courants).

Les régions EMEA et Amérique latine portent la dynamique, avec une croissance à un chiffre élevé, suivies par l'Asie-Pacifique, tandis que l'Amérique du Nord est quasi stable. Côté montures, les marques les plus recherchées restent Ray-Ban, également tirée par la montée en puissance des lunettes connectées, ainsi que Oakley et Miu Miu. Côté verres, Stellest et Nikon connaissent un succès continu.

Direct to Consumer

Le segment Direct to Consumer a enregistré un chiffre d'affaires de 3 612 millions d'euros, en hausse de +10,1 % par rapport au premier trimestre 2024 (+11,0 % à taux de change courants).

La croissance est équilibrée et soutenue par la solide performance des magasins physiques et du e-commerce. Les ventes à magasins comparables³ ont augmenté de +8 %, avec une forte contribution de toutes les régions et une progression globalement équilibrée entre l'optique et le solaire. Concernant le e-commerce, Ray-Ban.com a été le site web le plus performant, stimulé par le succès de Ray-Ban Meta, suivi de Oakley.com et LensCrafters.com. Supreme a apporté un accroissement supplémentaire à la hausse globale de ce segment.

Chiffre d'affaires du Groupe par zone géographique

En millions d'euros	T1 2025	T1 2024	À taux de change constants ¹	À taux de change courants
Amérique du Nord	3 079	2 875	+4,2 %	+7,1 %
EMEA	2 548	2 321	+9,9 %	+9,8 %
Asie-Pacifique	852	768	+10,4 %	+11,0 %
Amérique latine	369	371	+9,2 %	-0,5 %
CHIFFRE D'AFFAIRES	6 848	6 335	+7,3 %	+8,1 %

Amérique du Nord

La région Amérique du Nord a enregistré un chiffre d'affaires de 3 079 millions d'euros, en hausse de +4,2 % par rapport au premier trimestre 2024 (+7,1 % à taux de change courants), délivrant de bons résultats avec une forte performance du segment Direct to Consumer.

Le chiffre d'affaires du segment Professional Solutions est resté quasi stable. Les grands comptes progressent fortement, tandis que les indépendants réalisent une performance modérée dans la catégorie des verres. La performance de Shamir est restée robuste, continuant à s'appuyer sur son succès des trimestres précédents. Du côté des montures, les lunettes de soleil ont continué à rencontrer des difficultés, en particulier dans les grands magasins, tandis que les montures de prescription ont enregistré de bons résultats, avec Ray-Ban et Oakley restant populaires. Mettant en lumière Oakley Enigma Mass, Kylian Mbappé a dynamisé la nouvelle campagne de marketing pour cette solution optique. Ray-Ban Meta a bien contribué aux résultats. Parmi les marques sous licences, Miu Miu et Chanel se sont distinguées comme les plus performantes.

La croissance du segment Direct to Consumer est le résultat combiné d'une solide performance des magasins physiques et du e-commerce, ainsi que de la consolidation de Supreme. Les ventes à magasins comparables³ ont enregistré une croissance qui se situe entre le milieu et le haut de la fourchette à un chiffre. Sunglass Hut a poursuivi sa tendance positive du dernier trimestre avec le large soutien des magasins internationaux et domestiques. Ray-Ban Meta a continué à susciter un vif intérêt, également alimenté par la forte visibilité d'un clip dédié durant le dernier Super Bowl. Les nouvelles Ray-Ban Meta x Coperni Limited Edition se sont vendues en un temps record. LensCrafters et Target ont fortement accéléré grâce au taux de conversion lié à l'offre d'exams de vue, les clients assurés contribuant fortement à la performance. EyeMed a élargi sa portée et couvre désormais environ 85 millions d'adhérents. La proposition de valeur globale a été enrichie par les lunettes Nuance Audio, disponibles depuis février.

EMEA

La région EMEA a enregistré un chiffre d'affaires de 2 548 millions d'euros, en hausse de +9,9 % par rapport au premier trimestre 2024 (+9,8 % à taux de change courants), en ligne avec la bonne croissance de l'année dernière.

La solide performance du segment Professional Solutions reflète la croissance de l'activité à travers toutes les catégories. La demande des consommateurs pour Ray-Ban Meta est restée forte. La catégorie des montures a été le principal moteur de croissance dans la région, avec une trajectoire positive pour les montures optiques et les lunettes de soleil. Oakley s'est imposée comme l'une des marques les plus performantes, tandis que Chanel et Miu Miu se sont distinguées parmi les licences. L'activité des verres a été stimulée par Stellest, qui a connu une croissance à deux chiffres, ainsi que par Nikon



et Eyezen. Les verres Transitions ont continué à y contribuer, avec l'essor de Transitions GEN S, notamment sur les lunettes connectées.

Dans le segment Direct to Consumer, les ventes à magasins comparables³ des catégories optiques et solaires enregistrent une croissance à un chiffre élevé. Dans la catégorie optique, l'élévation du parcours consommateur s'est poursuivie, la téléoptométrie étant désormais disponible dans plus de 20 enseignes et le programme d'abonnement « Vision as a Service » couvrant désormais plus d'un million de clients. L'activité solaire a démarré l'année sur une note positive, venant s'ajouter à trois années consécutives de forte croissance. Les lunettes Nuance Audio, lancées en Italie en février, ont reçu des appréciations encourageantes de la part de leurs utilisateurs.

Asie-Pacifique

La région Asie-Pacifique a enregistré un chiffre d'affaires de 852 millions d'euros, en hausse de +10,4 % par rapport au premier trimestre de 2024 (+11,0 % à taux de change courants), grâce à une solide performance sur les activités principales ainsi qu'à la contribution de Supreme.

Dans le segment Professional Solutions, la croissance en Grande Chine a été ravivée par le maintien d'une performance solide des solutions de gestion de la myopie côté verres et par une reprise de la demande côté montures, en particulier pour Oakley et les marques de luxe. La catégorie de gestion de la myopie a progressé d'environ 30 %, emmenée par Stellest et Nikon DOT. Les dernières innovations ont été présentées au Salon international de l'optique de Shanghai (SIOF), qui a également marqué le lancement de Transitions GEN S dans le pays. Sur les autres principaux marchés que sont l'Inde, l'Asie du Sud-Est et le Japon, la trajectoire a été solide et globalement alignée.

Dans le segment Direct to Consumer, les ventes à magasins comparables³ chez OPSM se sont accélérées grâce à une meilleure conversion des examens de vue et à un effet prix-mix favorable. Les tendances de Sunglass Hut en Australie se sont également révélées fortes avec la contribution de Ray-Ban Meta en plein essor, dotée de l'IA multimodale la plus avancée. Le Japon est resté un point fort, poursuivant sa trajectoire de croissance à deux chiffres en termes de ventes à magasins comparables³.

Amérique latine

L'Amérique latine a enregistré un chiffre d'affaires de 369 millions d'euros, en hausse de +9,2 % par rapport au premier trimestre 2024 (-0,5 % à taux de change courants), réalisant un nouveau trimestre de bonnes performances par rapport au premier trimestre de l'année dernière qui a été le plus performant de son année.

Le segment Professional Solutions a été soutenu par la reprise au Brésil, enregistrant une performance positive à la fois pour les montures et les verres, ces derniers renouant avec la croissance, également stimulée par Transitions GEN S. Óticas Carol a enregistré une croissance régulière alors que le renouvellement du programme de franchises a accéléré son expansion, entraînant une élévation des services proposés en magasin et de l'assortiment de produits. Les verres Transitions ont également joué un rôle de catalyseur en Colombie, où l'activité a continué à afficher de bonnes performances. Dans l'ensemble, au niveau de la région, la marque Oakley a accéléré avec succès et a entamé l'année avec un profil de croissance remarquable.

Le segment Direct to Consumer a commencé l'année avec des ventes à magasins comparables³ solides, soutenues par les enseignes de l'optique et du solaire. Le commerce de détail a de nouveau été stimulé par l'enrichissement du portefeuille



de produits des enseignes anciennement GrandVision. GMO a accéléré et a enregistré une croissance saine sur les trois premiers mois de l'année. Les magasins Sunglass Hut de la région ont connu une croissance régulière.

Nombre de magasins au 31 mars 2025

	Amérique du Nord	EMEA	Asie-Pacifique	Amérique latine	Magasins du Groupe	Franchisés & Autres	Total
Sunglass Hut	1 571	570	307	436	2 884	237	3 121
LensCrafters	1 012		79		1 091	9	1 100
Vision Express		844			844	117	961
Apollo		675			675	220	895
Target Optical	577				577		577
MasVisión		53		475	528	4	532
Pearle		511			511	209	720
Générale d'Optique		393			393	283	676
OPSM			375		375	22	397
GMO				342	342		342
GrandVision		269		53	322	42	364
GrandOptical		312			312	58	370
Atasun Optik		304			304	37	341
Oakley	183	11	79	26	299	69	368
Ray-Ban	43	66	123	48	280		280
Synoptik		247			247		247
Salmoiraghi & Viganò		244			244	23	267
Luxoptica		229			229		229
Mujosh			182		182	286	468
Bolon			117		117	241	358
Pearle Vision	108				108	448	556
MultiÓpticas		104			104	110	214
Aoyo			92		92	114	206
Óticas Carol				25	25	1 403	1 428
Supreme	5	4	8		17		17
Autres	304	1 211	233	719	2 467	123	2 590
Total EssilorLuxottica	3 803	6 047	1 595	2 124	13 569	4 055	17 624

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 forma⁴), 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/1217-2090-41493/en>

Prochains événements destinés aux investisseurs

Publications financières & Assemblée générale annuelle des actionnaires :

- 30 avril 2025 : Assemblée générale annuelle des actionnaires
- 28 juillet 2025 : Chiffre d'affaires T2 2025 et Résultats S1 2025
- 16 octobre 2025 : Chiffre d'affaires T3 2025

Conférences investisseurs :

- 21 mai 2025 : Conférence Morgan Stanley Luxury Goods à Paris
- 22 mai 2025 : Conférence HSBC Luxury Goods à Paris
- 22 mai 2025 : Conférence Unicredit / Kepler Cheuvreux Italian Investment à Milan
- 4 juin 2025 : Conférence BNPP Exane CEO 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. le 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 et 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.