

Fatturato del terzo trimestre e dei nove mesi 2025

Fatturato in crescita dell'11,7% nel terzo trimestre

Il Gruppo registra la miglior performance trimestrale di sempre

- Fatturato del terzo trimestre a +11,7% a cambi costanti¹, +8,8% nei nove mesi
- Wearable in forte crescita, con un portafoglio in espansione supportato da una solida pipeline di innovazione di prodotto
- I business vista e sole in crescita del 5% a perimetro e cambi costanti¹
- Nord America ed EMEA in crescita a doppia cifra in entrambi i segmenti, Professional Solutions e Direct to Consumer
- Le lenti Stellest, supportate da solidi risultati clinici, hanno ottenuto l'autorizzazione 'De Novo' dall'FDA e sono disponibili sul mercato statunitense da ottobre
- Annunciata ieri l'acquisizione di RetinAI. L'acquisizione di Optegra è stata completata il 1° ottobre, con contestuale inclusione nel perimetro di consolidamento

Parigi, Francia (16 ottobre 2025 – ore 18:00) – EssilorLuxottica annuncia che i ricavi consolidati del terzo trimestre 2025 sono stati pari a 6.867 milioni di Euro, con una crescita anno su anno dell'11,7% a cambi costanti¹ (+6,7% a cambi correnti).

Francesco Milleri, Presidente e Amministratore Delegato, e Paul du Saillant, Vice Amministratore Delegato di EssilorLuxottica, hanno commentato: *"Con il miglior trimestre dalla creazione del Gruppo a oggi, celebriamo un traguardo che conferma la forza della nostra visione e il talento di un management giovane e brillante, capace di ottenere risultati eccellenti ovunque nel mondo e in qualsiasi contesto di mercato. Il contributo straordinario di EMEA e Nord America, assieme all'enorme successo dei wearable e alla performance solida dei segmenti vista e sole, raccontano di una visione chiara, di una guida determinata e dell'eccellenza nel tradurre la strategia in risultati concreti.*

Lo scorso settembre abbiamo presentato il nostro portafoglio di AI Glasses più innovativo di sempre. Con le nuove generazioni di Ray-Ban Meta e Oakley Meta e con Meta Ray-Ban Display, continuiamo a ridefinire i confini dell'innovazione wearable e del potenziale umano. Al tempo stesso, acceleriamo nel med-tech, rafforzando la nostra leadership nella gestione della miopia con le lenti Stellest, che con l'autorizzazione dell'FDA hanno creato una nuova categoria di prodotto. Con le cliniche oftalmiche di Optegra e con RetinAI ora parte del nostro Gruppo, stiamo creando una piattaforma unica in cui convergono percorsi completi per la cura della vista potenziati dall'IA e trattamenti terapeutici per migliorare l'esperienza di cura di milioni di pazienti nel mondo.

Entriamo nel quarto trimestre con slancio e un'ambizione chiara: guidare una trasformazione profonda per disegnare orizzonti e possibilità nuove all'intersezione tra innovazione, scienza e potenziale umano".

* * *

Salvo diversa indicazione, i commenti nelle pagine seguenti si intendono basati sulla performance di fatturato a cambi costanti¹ rispetto al 2024.

Highlight

Forte accelerazione del fatturato nel terzo trimestre, con tutte le aree geografiche e i segmenti in crescita. I business vista e sole hanno registrato un ritmo di crescita sostenuto (+5%) a perimetro e cambi costanti¹, grazie a prodotti innovativi e a un’ottima esecuzione della strategia. La crescita esponenziale dei wearable ha spinto ulteriormente la performance della top line. Grazie ad acquisizioni strategiche, il Gruppo rafforza la propria traiettoria di crescita in ambito med-tech.

Fatturato del terzo trimestre per segmento

Milioni di Euro	Q3 2025	Q3 2024	A cambi costanti ¹	A cambi correnti
Professional Solutions	3.223	3.017	+11,9%	+6,8%
Direct to Consumer	3.644	3.420	+11,6%	+6,5%
FATTURATO TOTALE	6.867	6.437	+11,7%	+6,7%

Professional Solutions

Il segmento Professional Solutions ha registrato ricavi pari a 3.223 milioni di Euro, in crescita dell'11,9% rispetto al terzo trimestre 2024 (+6,8% a cambi correnti).

Il Nord America e l'EMEA sono stati i principali motori di crescita del trimestre, entrambi con performance a doppia cifra, mentre l'Asia-Pacifico e l'America Latina sono cresciuti mid-single digit. Tra i marchi eyewear, Ray-Ban si è confermato il più performante, grazie alla categoria degli AI Glasses. Le soluzioni innovative, e in particolare quelle dedicate alla gestione della miopia, hanno trainato i risultati della categoria lenti.

Direct to Consumer

Il segmento Direct to Consumer ha registrato ricavi pari a 3.644 milioni di Euro, in crescita dell'11,6% rispetto al terzo trimestre 2024 (+6,5% a cambi correnti).

Il segmento è in forte crescita grazie alla buona sinergia tra negozi fisici ed e-commerce. Le vendite di negozi comparabili³ sono aumentate di oltre il 7%, in accelerazione rispetto al trimestre precedente, trainate dall’ottima performance dei punti vendita in Nord America e nell’area EMEA, in crescita sia nel business vista sia nel sole. L’interesse dei consumatori per gli AI Glasses resta solido, ulteriormente sostenuto dal lancio di tre nuovi modelli innovativi. Gli AI Glasses hanno inoltre trainato la crescita dell’e-commerce, cresciuto a doppia cifra. Il consolidamento di Supreme ha inoltre fornito ulteriore slancio alle vendite del segmento.

Fatturato del terzo trimestre per area geografica

Milioni di Euro	Q3 2025	Q3 2024	A cambi costanti ¹	A cambi correnti
Nord America	2.996	2.854	+12,1%	+5,0%
EMEA	2.694	2.433	+12,7%	+10,7%
Asia-Pacifico	822	794	+10,5%	+3,5%
America Latina	355	356	+5,2%	-0,4%
FATTURA TOTALE	6.867	6.437	+11,7%	+6,7%

Nord America

Il Nord America ha registrato ricavi pari a 2.996 milioni di Euro, in crescita del 12,1% rispetto al terzo trimestre del 2024 (+5,0% a cambi correnti), in forte accelerazione rispetto ai due trimestri precedenti dell'anno, grazie alla performance sia di Professional Solutions sia di Direct to Consumer.

Professional Solutions è cresciuto a doppia cifra, con i key account che hanno confermato performance solide in tutte le categorie di prodotto e gli ottici indipendenti in continua crescita. Sul fronte delle lenti, Shamir e Nikon sono i principali driver della crescita dei volumi della categoria. Stellest sarà disponibile per i professionisti della cura della vista negli Stati Uniti a partire dal quarto trimestre di quest'anno, dopo aver di recente ottenuto l'autorizzazione 'De Novo' da parte dell'FDA. Con riferimento all'eyewear, gli AI Glasses hanno registrato una solida traiettoria di crescita, con l'ulteriore contributo di Oakley Meta HSTN ai risultati del trimestre. Tra i brand in licenza, Miu Miu si conferma ancora una volta come il marchio più desiderato.

Il segmento Direct to Consumer prosegue l'andamento fortemente positivo, grazie al contributo sia dei negozi fisici sia dell'e-commerce, oltre all'impatto del consolidamento di Supreme (effettivo dal 1° ottobre 2024). Le vendite di negozi comparabili³ sono aumentate di circa il 7%. LensCrafters continua a crescere in modo significativo, sia in termini di ricavi sia di volumi, grazie all'aumento degli esami oculistici effettuati in negozio e a migliori tassi di conversione. Sunglass Hut ha beneficiato dell'aumento del traffico nei negozi internazionali e in quelli locali. Inoltre, la categoria degli AI Glasses si conferma driver chiave per la crescita del banner, con l'arrivo da settembre dei nuovi Ray-Ban Meta Gen 2, Oakley Meta HSTN e Meta Ray-Ban Display. L'e-commerce è cresciuto in modo significativo grazie al successo dagli AI Glasses, con Ray-Ban.com, Oakley.com e SunglassHut.com in netta accelerazione.

EMEA

L'area EMEA ha registrato ricavi per 2.694 milioni di Euro, in crescita del 12,7% rispetto al terzo trimestre del 2024 (+10,7% a cambi correnti). Con entrambi i segmenti in crescita a doppia cifra, l'area ha chiuso il miglior trimestre dell'anno.

L'eccellente performance del segmento Professional Solutions è frutto di un'esecuzione della strategia ben coordinata a livello geografico, per categoria e per canale. Il business lenti ha dimostrato chiaramente come l'innovazione possa tradursi in un driver concreto di crescita, registrando una solida performance. In particolare, Varilux Physio Extensee, Nikon Z e Transitions Gen S hanno trainato i risultati delle rispettive categorie, mentre Stellest ha continuato il suo slancio. Con riferimento all'eyewear, Ray-Ban e Oakley sono cresciuti rapidamente soprattutto grazie alla spinta degli AI Glasses, mentre Miu Miu e Chanel sono stati i marchi più performanti tra le licenze. Nuance Audio continua a guadagnare terreno.

Nel segmento Direct to Consumer, le vendite di negozi comparabili³ sono cresciute high-single digit, con il business vista e il sole che hanno registrato performance egualmente positive. Nel business vista, le nuove iniziative strategiche lanciate di recente continuano a produrre ottimi risultati anche in questo trimestre. L'aumento degli esami della vista e il price-

mix favorevole sono stati supportati anche dal successo del programma di abbonamento che copre oltre 2 milioni di clienti in 19 paesi, per occhiali da vista e lenti a contatto. Prosegue il rollout di Nuance Audio con quattro nuovi paesi pronti al lancio nei prossimi mesi (Svezia, Danimarca, Svizzera e Portogallo). Sunglass Hut ha chiuso un altro trimestre di solida crescita, grazie anche alla performance di Ray-Ban Meta e al lancio della nuova generazione di AI Glasses.

Asia-Pacifico

L'Asia-Pacifico ha registrato un fatturato di 822 milioni di Euro, in crescita del 10,5% rispetto al terzo trimestre del 2024 (+3,5% a cambi correnti), con un'accelerazione del business in Cina e il contributo addizionale di Supreme.

Nel segmento Professional Solutions, la Cina ha registrato una solida performance delle soluzioni per la gestione della miopia, in crescita di circa il 20%, in particolare con le lenti DOT di Nikon e Kodak. Con il lancio, a luglio, di Stellest 2.0 e delle montature Stellest, il marchio conferma la propria leadership nella gestione della miopia. Sul fronte delle montature, Oakley è cresciuto notevolmente attirando l'interesse di nuovi clienti, mentre le montature di lusso dei brand in licenza hanno registrato una crescita a doppia cifra. L'area del Sud-est asiatico e la Corea del Sud hanno chiuso in forte accelerazione, con una crescita a doppia cifra.

Il segmento Direct to Consumer ha registrato una solida crescita organica, con le vendite di negozi comparabili³ in aumento con una crescita complessiva low-single digit e il contributo addizionale di Supreme. In Australia, OPSM ha mantenuto un ritmo di crescita leggermente positivo, supportato dal programma di abbonamento in crescita sia tra i clienti attuali sia tra i nuovi aderenti. In alcuni negozi pilota sono state introdotte, con riscontri peraltro incoraggianti, le tecnologie Espansione per il trattamento dell'occhio secco. Sunglass Hut ha chiuso con una performance pressoché stabile nell'area, sostenuta dalla crescente popolarità degli AI Glasses a seguito del lancio delle nuove funzionalità IA.

America Latina

L'America Latina ha registrato ricavi pari a 355 milioni di Euro, in crescita del 5,2% rispetto al terzo trimestre 2024 (-0,4% a cambi correnti), con un ritmo meno sostenuto rispetto ai due trimestri precedenti.

I ricavi di Professional Solutions sono rimasti stabili nei due mercati principali, Brasile e Messico, mentre sono cresciuti nel resto dell'area. In Brasile il business lenti ha registrato una performance leggermente positiva, trainato dai clienti indipendenti e dai key account, grazie in particolare al contributo di innovazioni come Varilux, con il business delle montature che è rimasto sostanzialmente stabile. Il programma di franchising di Óticas Carol ha registrato una flessione nel periodo, dovuta principalmente alla tempistica di lancio delle nuove collezioni eyewear, dopo due trimestri positivi sostenuti da interventi migliorativi in negozio e nell'assortimento prodotti. L'Argentina continua a crescere fortemente, in un contesto generalmente inflazionistico, seguita dalla Colombia con un buon ritmo di crescita.

Direct to Consumer ha rallentato low-single digit nelle vendite di negozi comparabili³, in particolare per l'andamento meno sostenuto del business vista, soprattutto in Messico, Perù e Argentina.

Fatturato dei nove mesi per segmento

Milioni di Euro	9M 2025	9M 2024	A cambi costanti ¹	A cambi correnti
Professional Solutions	9.788	9.430	+6,6%	+3,8%
Direct to Consumer	11.103	10.297	+10,7%	+7,8%
FATTURATO TOTALE	20.891	19.727	+8,8%	+5,9%

Fatturato dei nove mesi per regione

Milioni di Euro	9M 2025	9M 2024	A cambi costanti ¹	A cambi correnti
Nord America	9.180	8.827	+7,2%	+4,0%
EMEA	8.098	7.402	+10,5%	+9,4%
Asia-Pacifico	2.523	2.383	+9,5%	+5,9%
America Latina	1.090	1.115	+7,6%	-2,3%
FATTURATO TOTALE	20.891	19.727	+8,8%	+5,9%

Nei primi nove mesi del 2025 i ricavi sono stati pari a 20.891 milioni di Euro, in crescita dell'8,8% rispetto allo stesso periodo del 2024 (+5,9% a cambi correnti), con performance in crescita in tutti i canali e le aree geografiche.

Il segmento Professional Solutions è cresciuto del 6,6% rispetto ai primi nove mesi del 2024 (+3,8% a cambi correnti), anche grazie alla forte accelerazione degli AI Glasses nel terzo trimestre. Direct to Consumer è cresciuto del 10,7% (+7,8% a cambi correnti), trainato sia dai negozi fisici, che mantengono lo stesso ritmo di crescita nelle insegne vista e sole, sia dall'e-commerce, grazie al contributo degli AI Glasses, con un ulteriore impulso da parte di Supreme.

Nei primi nove mesi dell'anno, la solida crescita è stata trainata dall'area EMEA, in crescita del 10,5% (+9,4% a cambi correnti), con ottimi risultati su tutti i canali grazie a un'ottima esecuzione della strategia. Il mercato più grande, il Nord America, ha accelerato nel terzo trimestre, trainato dalla buona performance dei business vista e sole e dalla crescente popolarità degli AI Glasses, chiudendo i primi nove mesi in rialzo del 7,2% (+4,0% a tassi di cambio correnti). L'Asia-Pacifico è cresciuta del 9,5% (+5,9% a cambi correnti), grazie al portafoglio di soluzioni per la gestione della miopia. L'America Latina ha registrato un aumento del 7,6% (-2,3% a cambi correnti), con una performance positiva in tutti i paesi.

Store Count

	Al 30 settembre 2025	Al 31 dicembre 2024
Nord America	3.808	3.835
EMEA	6.051	5.972
Asia-Pacifico	1.675	1.598
America Latina	2.127	2.132
Totale store corporate	13.661	13.537
Franchising & Altri	4.031	4.101
TOTALE STORE COUNT	17.692	17.638

Outlook di lungo periodo

La Società conferma il proprio obiettivo di crescita del fatturato annuo mid-single digit dal 2022 al 2026 a cambi costanti¹ (sulla base dei ricavi *pro forma*⁴ del 2021), con un obiettivo compreso tra 27 e 28 miliardi di Euro, e prevede di raggiungere un utile operativo adjusted² compreso tra il 19 e il 20% del fatturato entro la fine di tale periodo.

Conference call

Oggi alle 18:30 CEST si terrà una conference call in inglese.

Sarà possibile seguire la call in diretta o riascoltarla successivamente al seguente link:

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

Prossimi eventi per gli investitori

- 13 novembre 2025: J.P. Morgan Luxury Goods Conference a Parigi
- 18 novembre 2025: Jefferies Healthcare Conference a Londra
- 19-20 novembre 2025: 24° Morgan Stanley Asia-Pacific Summit a Singapore
- 20 novembre 2025: Bank of America Consumer and Retail Conference a Parigi



Note

I totali delle tabelle si basano su cifre non arrotondate; pertanto, potrebbero sussistere discrepanze tra questi totali e la somma delle singole cifre arrotondate.

1 Dati a cambi costanti: i dati a cambi costanti sono stati calcolati utilizzando i tassi di cambio medi in vigore per il corrispondente periodo dell'anno precedente.

2 Adjusted (misure o dati): rettifiche dai costi o dai proventi relativi alla combinazione tra Essilor e Luxottica (la "Combinazione EssilorLuxottica"), all'acquisizione di GrandVision (l'"Acquisizione GrandVision"), alle acquisizioni strategiche e materiali e ad altre operazioni inusuali, non frequenti o non correlate al normale svolgimento dell'attività in quanto l'impatto dei suddetti eventi potrebbe influire sulla comprensione delle prestazioni del Gruppo. La descrizione delle altre operazioni inusuali, non frequenti o estranee al normale svolgimento del business è fornita nell'informativa semestrale e di fine anno (nel paragrafo dedicato *Misure Adjusted*).

3 Vendite di negozi comparabili: riflettono, a fini comparativi, la variazione delle vendite da un periodo all'altro tenendo conto nel periodo più recente soltanto dei negozi già aperti durante il periodo precedente comparabile. Per ciascuna area geografica, il calcolo applica a entrambi i periodi il cambio medio del periodo precedente.

4 Comparabile o pro forma (fatturato): il fatturato comparabile include il contributo dei ricavi di GrandVision a EssilorLuxottica come se la combinazione tra EssilorLuxottica e GrandVision (l'"Acquisizione GV") nonché le cessioni delle attività richieste dalle autorità antitrust nell'ambito dell'Acquisizione GV, fossero avvenute all'inizio dell'esercizio (i.e. 1° gennaio). Il fatturato comparabile è stato predisposto a solo scopo illustrativo con l'obiettivo di fornire informazioni comparabili significative.

DISCLAIMER

Il presente comunicato stampa contiene dichiarazioni previsionali che riflettono le attuali aspettative di EssilorLuxottica su eventi futuri e sulla performance finanziaria e operativa. Le dichiarazioni previsionali si basano sulle assunzioni e aspettative di EssilorLuxottica relative a eventi futuri e trend che hanno influenza sulla futura performance di EssilorLuxottica, tenendo in considerazione tutte le informazioni al momento nella disponibilità di EssilorLuxottica e non costituiscono una garanzia sulla performance futura. Per loro natura, le dichiarazioni previsionali comportano rischi e incertezze in quanto riguardano eventi e dipendono da circostanze che potrebbero verificarsi o meno in futuro, ed EssilorLuxottica non può garantire l'accuratezza e la completezza delle dichiarazioni previsionali. Una moltitudine di fattori rilevanti, non tutti noti a EssilorLuxottica o sotto il controllo di EssilorLuxottica, potrebbero determinare risultati effettivi significativamente diversi rispetto a quelli espressi nelle dichiarazioni previsionali in conseguenza a rischi e incertezze a cui EssilorLuxottica è sottoposta. Ogni dichiarazione previsionale è formulata alla data del presente comunicato stampa ed EssilorLuxottica non si assume alcun obbligo di aggiornare o rivedere pubblicamente le presenti dichiarazioni previsionali, in conseguenza a nuove informazioni o per qualsiasi altro motivo.

Contatti

Giorgio Iannella

Head of Investor Relations

E ir@essilorluxottica.com

Marco Catalani

Head of Corporate Communications

E media@essilorluxottica.com

EssilorLuxottica

EssilorLuxottica è un leader globale nella progettazione, produzione e distribuzione di soluzioni all'avanguardia per la cura della vista, occhiali e tecnologie medicali. La sua Mission è aiutare il mondo a vedere meglio e vivere meglio, rispondendo alle esigenze visive in continua evoluzione, alle aspirazioni di stile e al desiderio di consumatori e pazienti di sentirsi più connessi con il mondo. Tecnologie rivoluzionarie per lenti come Varilux, Stellest e Transitions, marchi iconici come Ray-Ban, Oakley e Supreme, brand del lusso in licenza tra i più desiderati e insegne del retail ottico come Sunglass Hut, LensCrafters, Vision Express e Apollo fanno parte della famiglia EssilorLuxottica. Grazie a importanti investimenti in ricerca e sviluppo, competenze uniche e asset d'eccellenza, il Gruppo è sinonimo di innovazione in diverse categorie, dagli strumenti medicali alle soluzioni per la salute visiva fino agli smart glasses che ridefiniscono il settore e fanno degli occhi una finestra aperta su infinite possibilità. Con oltre 200.000 dipendenti in 150 paesi, 600 stabilimenti, 300.000 clienti ottici e 18.000 negozi, nel 2024 il Gruppo ha registrato ricavi consolidati di 26,5 miliardi di Euro. Grazie a OneSight EssilorLuxottica Foundation, ha garantito accesso alle cure della vista a quasi 1 miliardo di persone nelle comunità svantaggiate. EssilorLuxottica è quotata sul mercato Euronext Paris ed è inclusa negli indici Euro Stoxx 50 e CAC 40. ISIN: FR0000121667; Reuters: ESLX.PA; Bloomberg:EL:FP. <http://www.essilorluxottica.com>