

Chiffre d'affaires en croissance de +9,0 % au T3, +7,2 % à taux de change constants

- Chiffre d'affaires du Groupe en hausse de +9,0 %, à 7 486 millions d'euros au T3, +7,2 % à taux de change constants¹, après une croissance à deux chiffres l'an dernier
- Chiffre d'affaires du Groupe en hausse de +6,8 %, à 22 304 millions d'euros sur les neuf premiers mois de l'année, +8,9 % à taux de change constants¹
- Segment Direct to Consumer en hausse de +10,6 %¹ au T3, ventes à magasins comparables³ à +6,8 %
- Segment Professional Solutions en hausse de +3,4 %¹, après une croissance à deux chiffres l'an dernier
- Toutes les régions ont contribué à la croissance du Groupe, avec une progression à deux chiffres¹ pour Direct to Consumer dans la région EMEA et pour l'Asie-Pacifique
- Les activités traditionnelles (Eyecare & Medtech) ont progressé à un rythme supérieur à +6 %¹, tant au T3 que sur les neuf premiers mois
- Le portefeuille des solutions de gestion de la myopie a progressé de +24 %¹ au T3 comme sur les neuf premiers mois
- Les *wearables* (Lunettes IA et Nuance Audio) affichent une croissance de +20 %¹ de leur chiffre d'affaires au T3
- Nuance Audio Plus lancé mi-septembre, avec une efficacité produit et une expérience utilisateur renforcées

Paris, France (20 octobre 2026 – 18h00) – EssilorLuxottica a annoncé aujourd'hui que le chiffre d'affaires consolidé du troisième trimestre 2026 a atteint 7 486 millions d'euros, soit une augmentation de +7,2 % à taux de change constants¹ par rapport au troisième trimestre 2025 (+9,0 % à taux de change courants).

Francesco Milleri, Président-Directeur Général, et Paul du Saillant, Directeur Général Délégué d'EssilorLuxottica ont commenté : « Trimestre après trimestre, le Groupe continue de démontrer la puissance de son modèle unique. Notre chiffre d'affaires affiche une croissance de 9 % au troisième trimestre, portée par toutes nos régions, dont la zone Asie-Pacifique qui se distingue avec une croissance à deux chiffres. Nos activités liées à la santé visuelle, aux lunettes et à la medtech restent un moteur de croissance solide, avec une hausse de plus de 6 % tant sur le trimestre que sur les neuf premiers mois de l'année. Par ailleurs, le chiffre d'affaires des wearables a enregistré une croissance de 20 %, confirmant la forte dynamique de cette catégorie émergente, sur laquelle nous conservons notre position de leader.

Notre portefeuille de solutions de gestion de la myopie a poursuivi sa solide trajectoire de croissance, à 24 % sur le trimestre, comme depuis le début de l'année. À l'approche des fêtes de fin d'année, le lancement de nouvelles lunettes IA et le déploiement de Nuance Audio Plus viennent renforcer notre portefeuille de wearables, offrant aux utilisateurs de nouvelles façons d'interagir avec le monde qui les entoure. La reconnaissance de nos verres Stellest parmi les "Meilleures inventions de l'année" par TIME souligne l'impact de notre innovation face à l'un des défis de santé les plus cruciaux de notre époque, contribuant à améliorer la vie de millions d'enfants à travers le monde.

Ces résultats illustrent la passion, le talent et l'engagement de nos collègues, partout dans le monde. Leur capacité à renforcer les activités qui nous définissent aujourd'hui, tout en accélérant dans les domaines scientifiques et les solutions cliniques et chirurgicales, constitue la singularité d'EssilorLuxottica et nous rend confiants dans l'avenir. »

* * *

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 2025.

Faits marquants

Au troisième trimestre, le chiffre d'affaires du Groupe a progressé de +9,0 %, soit +7,2 % à taux de change constants¹. La performance du chiffre d'affaires a été soutenue par la croissance régulière des activités traditionnelles “Eyecare & Medtech” – qui regroupent l'ensemble des activités du Groupe hors *wearables* (lunettes IA et lunettes avec assistant d'écoute) – dont le rythme de croissance à taux de change constants¹ par rapport à l'année dernière a dépassé +6 %, tant au troisième trimestre que sur les neuf premiers mois de l'année. Le réseau de magasins physiques et le portefeuille des solutions de gestion de la myopie sont restés parmi les principaux moteurs de croissance du Groupe, auxquels se sont ajoutés les *wearables*.

Chiffre d'affaires du troisième trimestre par activité

En millions d'euros	T3 2026	T3 2025	À taux de change constants ¹	À taux de change courants
Professional Solutions	3 393	3 223	+3,4 %	+5,3 %
Direct to Consumer	4 093	3 644	+10,6 %	+12,3 %
CHIFFRE D'AFFAIRES	7 486	6 867	+7,2 %	+9,0 %

Professional Solutions

Le segment Professional Solutions a enregistré un chiffre d'affaires de 3 393 millions d'euros, en hausse de +3,4 % à taux de change constants¹ par rapport au troisième trimestre 2025 (+5,3 % à taux de change courants).

L'Asie-Pacifique a été le principal moteur de croissance du trimestre, affichant une croissance à deux chiffres. L'Amérique latine a enregistré une croissance de l'ordre de +5 %, tandis que l'Amérique du Nord a progressé dans le bas de la fourchette à un chiffre et que la région EMEA n'a été que légèrement positive. Les activités traditionnelles ont enregistré une performance positive, soutenue à la fois par les volumes et le prix-mix. Dans les verres, l'innovation a continué de porter la performance de la catégorie, en particulier dans la gestion de la myopie, avec les solutions utilisant la technologie DOT sous les marques Nikon et Kodak. Dans les montures traditionnelles, Ray-Ban et Oakley ont progressé, tant en volume qu'en valeur, tandis que les marques de luxe sous licence se sont redressées par rapport au trimestre précédent. Les *wearables* ont enregistré une croissance de l'ordre de +5 % sur la période, malgré une base de comparaison de plus en plus exigeante.

Direct to Consumer

Le segment Direct to Consumer a enregistré un chiffre d'affaires de 4 093 millions d'euros, en hausse de +10,6 % à taux de change constants¹ par rapport au troisième trimestre 2025 (+12,3 % à taux de change courants).

En termes de croissance du chiffre d'affaires, les activités traditionnelles ont maintenu un rythme de croissance à un chiffre élevé, tandis que la demande des consommateurs pour les *wearables* a apporté une contribution supplémentaire à la performance des magasins physiques. Les ventes à magasins comparables³ ont progressé de +6,8 %, portées par la région EMEA et l'Amérique latine, qui ont toutes deux enregistré une croissance à un chiffre élevé, ainsi que par l'Amérique du Nord. Les enseignes d'optique comme les enseignes solaires ont contribué positivement à la performance globale. Le e-commerce a été légèrement positif sur la période, sa part restant stable à 7 % du chiffre d'affaires total du Groupe.

Chiffre d'affaires du troisième trimestre par zone géographique

En millions d'euros	T3 2026	T3 2025	À taux de change constants ¹	À taux de change courants
Amérique du Nord	3 201	2 996	+4,7 %	+6,8 %
EMEA	2 890	2 694	+7,5 %	+7,3 %
Asie-Pacifique	979	822	+15,7 %	+19,1 %
Amérique latine	415	355	+7,1 %	+17,0 %
CHIFFRE D'AFFAIRES	7 486	6 867	+7,2 %	+9,0 %

Amérique du Nord

L'Amérique du Nord a enregistré un chiffre d'affaires de 3 201 millions d'euros, en hausse de +4,7 % à taux de change constants¹ par rapport au troisième trimestre 2025 (+6,8 % à taux de change courants), la croissance à un chiffre élevé du segment Direct to Consumer portant la performance trimestrielle de la région.

Le segment Professional Solutions a enregistré une croissance du chiffre d'affaires dans le bas de la fourchette à un chiffre. En termes de canaux de distribution, les grands comptes ont accéléré pour atteindre une croissance à un chiffre élevé, portée par l'activité des montures traditionnelles. Les indépendants ont continué de bénéficier de la performance positive des membres des alliances et des programmes de partenariat. Du côté des verres, Stellest a poursuivi sa montée en puissance dans le cadre de son déploiement aux États-Unis, atteignant un réseau de distribution total d'environ 12 000 points de vente, le verre Stellest étant le tout premier verre optique à l'efficacité cliniquement prouvée pour ralentir la progression de la myopie chez les enfants à avoir reçu une autorisation de mise sur le marché de la FDA. L'activité des montures traditionnelles a contribué positivement, les marques de luxe sous licence maintenant une tendance favorable, avec Chanel, Miu Miu et Prada parmi les marques les plus performantes. Les *wearables* ont enregistré une croissance à un chiffre élevé au cours du trimestre, malgré une base de comparaison de plus en plus exigeante.

Le segment Direct to Consumer a enregistré une solide croissance à un chiffre élevé, soutenue par les magasins physiques. Dans l'ensemble, les ventes à magasins comparables³ ont progressé de plus de +5 %. Dans l'optique, les ventes à magasins comparables³ ont enregistré une croissance de l'ordre de 5 %, portée par LensCrafters et Target Optical. Chez LensCrafters, les volumes et le prix-mix ont tous deux été positifs, reflétant une exécution toujours efficace malgré une base de comparaison exigeante en juillet et en août. Le programme d'abonnement récemment lancé est désormais disponible dans plus de 900 magasins LensCrafters et bénéficie d'une bonne dynamique. Chez Target Optical, la performance a été soutenue par une hausse du nombre d'examen de la vue et par une évolution favorable du prix-mix. Sunglass Hut a enregistré une croissance à un chiffre élevé des ventes à magasins comparables³, en accélération par rapport au deuxième trimestre, soutenue par la poursuite des tendances positives dans les lunettes de soleil traditionnelles et par une contribution supplémentaire des lunettes IA.

EMEA

La région EMEA a enregistré un chiffre d'affaires de 2 890 millions d'euros, en hausse de +7,5 % à taux de change constants¹ par rapport au troisième trimestre 2025 (+7,3 % à taux de change courants), la croissance à deux chiffres du segment Direct to Consumer portant la performance de la région.



Le segment Professional Solutions a été légèrement positif au cours du trimestre, reflétant également l'impact de la situation géopolitique au Moyen-Orient. Parmi les principaux pays, l'Italie, l'Espagne et la Turquie ont enregistré les meilleures performances. L'Allemagne et la France se sont redressées par rapport au trimestre précédent, tandis que les résultats au Royaume-Uni sont le reflet d'une base de comparaison exigeante pour les *wearables*. Les activités traditionnelles ont enregistré une croissance de l'ordre de 5 %, soutenue par un prix-mix positif dans les principales catégories de produits. La catégorie des verres a poursuivi sa progression, Stellest, Eyezen, Varilux et Transitions confirmant leur rôle de principaux moteurs de croissance. Dans les montures traditionnelles, Ray-Ban et Oakley ont enregistré une croissance à deux chiffres, tandis que les marques sous licence se sont redressées par rapport au deuxième trimestre, portées par Chanel et Prada. Les *wearables* ont reculé par rapport au troisième trimestre 2025, en raison d'une base de comparaison exigeante.

Le segment Direct to Consumer a maintenu une croissance à deux chiffres, pleinement en ligne avec le rythme enregistré au premier semestre. La performance a été soutenue par les ventes à magasins comparables³, qui ont continué d'afficher une croissance à un chiffre élevé, ainsi que par la consolidation des cliniques ophtalmologiques d'Optegra et de Signifeye. Dans la catégorie optique, les ventes à magasins comparables³ ont enregistré une croissance à un chiffre élevé, conforme au rythme du deuxième trimestre, tous les pays ayant contribué positivement. Les volumes, tout comme le prix-mix, ont soutenu la performance, cette dernière continuant de bénéficier de la stratégie de montée en gamme des verres. Le programme d'abonnement a poursuivi son expansion, atteignant environ 2,9 millions de membres dans 19 pays et couvrant à la fois les lunettes de prescription et les lentilles de contact. Dans la catégorie solaire, les ventes à magasins comparables³ ont continué d'enregistrer une croissance à deux chiffres, le Royaume-Uni, la France, l'Espagne, l'Italie et la Turquie se distinguant comme les pays les plus performants, tandis que le Moyen-Orient est resté affecté par les tensions géopolitiques.

Asie-Pacifique

L'Asie-Pacifique a enregistré un chiffre d'affaires de 979 millions d'euros, en hausse de +15,7 % à taux de change constants¹ par rapport au troisième trimestre 2025 (+19,1 % à taux de change courants), les segments Professional Solutions et Direct to Consumer affichant tous deux une croissance à deux chiffres.

Le segment Professional Solutions a enregistré une croissance saine et généralisée dans les principaux pays, la Grande Chine, l'Inde, le Japon, la Corée du Sud et l'Australie progressant tous à un rythme à deux chiffres. En Chine, la performance a une nouvelle fois été soutenue par les verres, en particulier par le portefeuille des solutions de gestion de la myopie, avec une forte contribution des verres Nikon et Kodak DOT. Au cours du trimestre, les résultats intermédiaires d'une étude clinique randomisée à double insu, actuellement menée en Chine pour évaluer les effets de Stellest 2.0 chez les enfants myopes, ont été dévoilés : après six mois, Stellest 2.0 a obtenu des résultats comparables à ceux précédemment observés après 12 mois avec les verres Stellest de première génération, indiquant une réponse potentiellement accélérée au traitement. L'Inde a encore accéléré sa trajectoire de croissance à deux chiffres, les verres comme les montures contribuant positivement, les lunettes IA apportant un soutien supplémentaire.

Dans le segment Direct to Consumer, les ventes à magasins comparables³ ont enregistré une croissance dans le bas de la fourchette à un chiffre. La consolidation de Top Charoen, le plus grand réseau de distribution optique de Thaïlande, qui compte près de 2 000 magasins dans le pays, a apporté une contribution supplémentaire aux résultats trimestriels. OPSM en Australie et en Nouvelle-Zélande a enregistré une croissance dans le bas de la fourchette à un chiffre des ventes à magasins comparables³, portée par la stratégie de montée en gamme des verres, Varilux se distinguant comme le principal contributeur. Les magasins Ray-Ban et Oakley ont contribué positivement aux résultats tant en Chine continentale qu'au Japon, tandis que Spectacle Hut a poursuivi son expansion à un rythme à deux chiffres. L'activité solaire a enregistré une

croissance de l'ordre de 5 % à taux de change constants¹ dans la région, soutenue par la poursuite de la montée en puissance des lunettes IA.

Amérique latine

L'Amérique latine a enregistré un chiffre d'affaires de 415 millions d'euros, en hausse de +7,1 % à taux de change constants¹ par rapport au troisième trimestre 2025 (+17 % à taux de change courants), la croissance à deux chiffres du segment Direct to Consumer portant la performance de la région.

Le segment Professional Solutions s'est amélioré par rapport au trimestre précédent. Le Brésil a enregistré une croissance dans le bas de la fourchette à un chiffre, soutenue par une contribution positive des montures, Ray-Ban affichant des tendances favorables tant dans les montures traditionnelles que dans les lunettes IA. Parmi les autres principaux pays, le Mexique a légèrement accéléré et enregistré une croissance de l'ordre de 5 %, soutenue par une bonne performance des verres et des lunettes IA, tandis que les montures traditionnelles sont restées en retrait. La Colombie a continué d'afficher une croissance solide, la catégorie des verres progressant à un rythme à deux chiffres et les lunettes IA apportant une contribution supplémentaire.

Dans le segment Direct to Consumer, le Mexique, le Brésil et le Pérou ont été les principaux moteurs de croissance du chiffre d'affaires. Les ventes à magasins comparables³ dans la région ont maintenu une croissance à un chiffre élevé, avec une contribution tant des enseignes d'optique que des enseignes solaires. La performance de l'optique a bénéficié de la stratégie de montée en gamme des verres, portée par les enseignes au Mexique et dans les pays andins. La demande pour les lunettes IA a apporté une contribution supplémentaire aux résultats de la région, leur distribution couvrant désormais le Mexique, le Brésil, le Pérou, la Colombie et le Chili.

Chiffre d'affaires sur neuf mois par activité

En millions d'euros	9M 2026	9M 2025	À taux de change constants ¹	À taux de change courants
Professional Solutions	10 210	9 788	+6,3 %	+4,3 %
Direct to Consumer	12 095	11 103	+11,1 %	+8,9 %
CHIFFRE D'AFFAIRES	22 304	20 891	+8,9 %	+6,8 %

Sur les neuf premiers mois de 2026, le segment Professional Solutions a enregistré une croissance de +6,3 % par rapport à la même période de 2025, soutenue par la performance solide des activités traditionnelles et par l'innovation dans les verres, en particulier dans les solutions de gestion de la myopie. Les *wearables* ont également apporté une contribution positive, malgré une base de comparaison de plus en plus exigeante au troisième trimestre. Le segment Direct to Consumer a progressé de +11,1 %, soutenu par de solides ventes à magasins comparables³ dans les enseignes d'optique comme dans les enseignes solaires, par une demande soutenue pour les *wearables* ainsi que par la contribution de la consolidation d'Optegra, de Signifeye et de Top Charoen.

Chiffre d'affaires sur neuf mois par zone géographique

<i>En millions d'euros</i>	9M 2026	9M 2025	À taux de change constants ¹	À taux de change courants
Amérique du Nord	9 575	9 180	+8,2 %	+4,3 %
EMEA	8 676	8 098	+8,3 %	+7,1 %
Asie-Pacifique	2 832	2 523	+14,1 %	+12,2 %
Amérique latine	1 221	1 090	+6,8 %	+12,1 %
CHIFFRE D'AFFAIRES	22 304	20 891	+8,9 %	+6,8 %

La solide croissance observée sur les neuf premiers mois de l'année s'est reflétée sur l'ensemble des régions. L'Asie-Pacifique a enregistré la meilleure performance, avec une croissance de +14,1 % et une progression à deux chiffres des segments Professional Solutions et Direct to Consumer, soutenue par le portefeuille des solutions de gestion de la myopie et par une forte dynamique dans ses principaux pays. La région EMEA a progressé de +8,3 %, portée par le segment Direct to Consumer, grâce à une croissance des ventes à magasins comparables³ et à la stratégie de montée en gamme des verres contribuant à la performance. L'Amérique du Nord a progressé de +8,2 %, portée par les deux segments, avec une forte dynamique dans la santé visuelle et les lunettes, et une demande soutenue pour les *wearables*. L'Amérique latine a enregistré une croissance de +6,8 %, portée par le segment Direct to Consumer et la stratégie de montée en gamme des verres, tandis que le segment Professional Solutions a affiché des tendances positives sur les principaux marchés.

Chiffre d'affaires par catégorie

En millions d'euros	2024	2025					2026			
	12M	T1	T2	T3	T4	12M	T1	T2	T3	9M
Eyecare & Medtech	26 138	6 744	6 977	6 465	6 509	26 695	6 722	7 322	7 000	21 043
Variation à taux de change constants ¹	+4,8 %	+6,2 %	+5,2 %	+7,3 %	+4,1 %	+5,7 %	+6,0 %	+6,4 %	+6,5 %	+6,3 %
Wearables *	370	104	198	402	1 091	1 796	405	370	486	1 261
CHIFFRE D'AFFAIRES	26 508	6 848	7 175	6 867	7 600	28 491	7 127	7 692	7 486	22 304
Variation à taux de change constants ¹	+6,0 %	+7,3 %	+7,3 %	+11,7 %	+18,4 %	+11,2 %	+10,8 %	+8,7 %	+7,2 %	+8,9 %

* Incluant les lunettes IA et Nuance Audio.

Nombre de magasins

	Au 30 septembre 2026	Au 31 décembre 2025
Amérique du Nord	3 923	3 814
EMEA	5 987	6 046
Asie-Pacifique	3 632	1 682
Amérique latine	2 153	2 142
Magasins du Groupe	15 695	13 684
Franchisés et autres	4 014	4 066
NOMBRE TOTAL DE MAGASINS	19 709	17 750

Perspectives à long terme

Ancrées dans notre transformation medtech, ces perspectives à long terme reflètent l'expansion de notre plateforme santé fondée sur l'IA. Elles traduisent une nouvelle étape dans notre trajectoire vers une position de leader mondial de la santé visuelle avancée et intégrée, avec l'ambition d'améliorer la performance humaine.

Dans cet esprit, le Groupe prévoit de réaliser, au cours des cinq prochaines années et à taux de change constants¹, une croissance soutenue de son chiffre d'affaires total et une croissance globalement alignée de son résultat opérationnel ajusté².

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://connectstudio-portal.world-television.com/en/6aa00de0e58a8f1cd052965c>

Prochains événements destinés aux investisseurs

Conférences destinées aux investisseurs :

- 17 novembre 2026 : J.P. Morgan Global Luxury & Brands Conference à Paris
- 18-19 novembre 2026 : Morgan Stanley Asia Pacific Summit à Singapour

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.

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

À 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 solutions medtech. EssilorLuxottica dispose des technologies de verres optiques les plus innovantes, telles que Varilux, Stelless et Transitions, des marques les plus emblématiques telles que Ray-Ban, Oakley et Supreme, des lunettes connectées à succès comme Ray-Ban Meta, Oakley Meta Vanguard et Nuance Audio, des marques de luxe sous licence les plus appréciées et des enseignes de distribution de premier plan telles que Sunglass Hut, LensCrafters, Vision Express et Apollo. Avec 210 000 collaborateurs dans 150 pays, 600 sites industriels, servant 300 000 clients opticiens et opérant près de 20 000 magasins, le Groupe a généré un chiffre d'affaires consolidé de 28,5 milliards d'euros en 2025. EssilorLuxottica est coté sur Euronext Paris et fait partie des indices Euro Stoxx 50 et CAC 40. Codes : ISIN: FR0000121667; Reuters: ESLX.PA; Bloomberg: EL:FP. www.essilorluxottica.com