EssilorLuxottica

RÉSULTATS T2/S1 2025

Solide croissance du chiffre d'affaires à 7,3 % au T2 et au S1
Nouvelle accélération sur les lunettes avec IA

- **Croissance du chiffre d'affaires du Groupe à 7,3 % au T2 et au S1 (à taux de change constants[1])**
- **L'Amérique du Nord accélère sur le segment PS, le segment DTC maintient un rythme de croissance solide**
- **La région EMEA confirme sa bonne performance sur les segments PS et DTC, c'est la meilleure région pour le Groupe**
- **Hausse de plus de 200 % des ventes de Ray-Ban Meta avec IA au S1**
- **Annonce des lunettes IA Oakley Meta, lancement réussi de l'édition 50e anniversaire**
- **Les lunettes Nuance Audio sont déjà disponibles dans 10 000 points de vente en Amérique du Nord et en Europe**
- **Marge opérationnelle ajustée[2] stable à 18,3 % au S1 (à taux de change constants[1])**
- **Solide génération de cash-flow libre[5] à 951 millions d'euros**
- **Nouvelle étape dans la trajectoire med-tech avec l'acquisition des cliniques Optegra**

Paris, France (28 juillet 2025 – 18h00) – Le Conseil d'administration d'EssilorLuxottica, qui s'est réuni le 28 juillet 2025, a arrêté les comptes consolidés résumés du premier semestre 2025, clôturés au 30 juin 2025. Ces comptes ont fait l'objet d'un examen limité par les commissaires aux comptes.

Francesco Milleri, Président-Directeur Général, et Paul du Saillant, Directeur Général Délégué d'EssilorLuxottica ont commenté : *« Nous publions un premier semestre solide, avec une croissance du chiffre d'affaires et un dynamisme de toutes les régions et activités, en ligne avec nos objectifs de croissance, dans un contexte très fluctuant.*
Menant la transformation de l'industrie, nous faisons des lunettes la prochaine plateforme digitale, capable d'intégrer de l'IA, des technologies sensorielles et des données de santé, pour permettre à chacun d'exprimer tout son potentiel. Le succès de Ray-Ban Meta, le lancement de Oakley Meta avec IA et l'enthousiasme pour les lunettes Nuance Audio sont des atouts majeurs dans ce nouvel espace d'opportunités.
Nous progressons dans notre trajectoire med-tech, notamment en intégrant Optegra, pour transformer l'expérience patient et proposer l'approche la plus personnalisée et évolutive. Notre offre couvrira l'ensemble de la santé visuelle, des diagnostics avancés aux traitements ophtalmiques, tout en ouvrant des opportunités dans la détection précoce de pathologies systémiques.
L'innovation reste au cœur de nos activités. Le renforcement de notre position sur la gestion de la myopie avec Stellest 2.0, le 50e anniversaire d'Oakley, le lancement de Varilux Physio Extensee incluant l'IA et de l'audacieuse collection Puffer de Ray-Ban sont autant d'atouts qui nous permettent d'aborder la seconde moitié de l'année avec confiance.
En ligne avec nos ambitions de long terme, nous contribuons à façonner le monde de demain et sommes reconnaissants à nos plus de 200 000 collègues passionnés et talentueux qui contribuent à donner vie à notre vision. »

Faits marquants du 2e trimestre et du 1er semestre

Données clés du compte de résultat ajusté[2]

En millions d'euros	S1 2025 Ajusté[2]	S1 2024 Ajusté[2]	À taux de change constants [1]	À taux de change courants
Chiffre d'affaires	14 024	13 290	+7,3 %	+5,5 %
Marge brute	8 896	8 541	+6,1 %	+4,2 %
En % du chiffre d'affaires		*64,3 %*	*63,5 %*	*63,4 %*
Résultat opérationnel	2 532	2 431	+7,1 %	+4,1 %
En % du chiffre d'affaires		*18,3 %*	*18,3 %*	*18,1 %*
Résultat net part du groupe	1 799	1 746	+6,1 %	+3,1 %
En % du chiffre d'affaires		*13,1 %*	*13,0 %*	*12,8 %*

Données clés du compte de résultat

En millions d'euros	S1 2025	S1 2024	À taux de change courants
Chiffre d'affaires	14 024	13 290	+5,5 %
Marge brute	8 842	8 529	+3,7 %
Résultat opérationnel	2 003	1 943	+3,1 %
Résultat net part du groupe	1 387	1 365	+1,6 %
Résultat net par action de base (En euros)	3,04	3,02	
Résultat net par action dilué (En euros)	3,00	2,98	

Chiffre d'affaires du Groupe par activité et par zone géographique

En millions d'euros	S1 2025	S1 2024	À taux de change constants[1]	À taux de change courants
Professional Solutions	6 565	6 414	+4,2 %	+2,4 %
Direct to Consumer	7 459	6 876	+10,2 %	+8,5 %
CHIFFRE D'AFFAIRES	**14 024**	**13 290**	**+7,3 %**	**+5,5 %**

En millions d'euros	T2 2025	T2 2024	À taux de change constants [1]	À taux de change courants
Professional Solutions	3 329	3 334	+3,9 %	-0,1 %
Direct to Consumer	3 846	3 621	+10,4 %	+6,2 %
CHIFFRE D'AFFAIRES	**7 175**	**6 955**	**+7,3 %**	**+3,2 %**

En millions d'euros	S1 2025	S1 2024	À taux de change constants[1]	À taux de change courants
Amérique du Nord	6 184	5 973	+4,9 %	+3,5 %
EMEA	5 404	4 969	+9,5 %	+8,8 %
Asie-Pacifique	1 702	1 589	+9,0 %	+7,1 %
Amérique latine	735	759	+8,7 %	-3,1 %
CHIFFRE D'AFFAIRES	**14 024**	**13 290**	**+7,3 %**	**+5,5 %**

En millions d'euros	T2 2025	T2 2024	À taux de change constants[1]	À taux de change courants
Amérique du Nord	3 104	3 098	+5,5 %	+0,2 %
EMEA	2 856	2 648	+9,1 %	+7,9 %
Asie-Pacifique	849	821	+7,8 %	+3,5 %
Amérique latine	366	387	+8,2 %	-5,6 %
CHIFFRE D'AFFAIRES	**7 175**	**6 955**	**+7,3 %**	**+3,2 %**

Au deuxième trimestre de l'année, EssilorLuxottica a enregistré une croissance solide de son chiffre d'affaires, maintenant exactement le même rythme au T2 qu'au T1, soit +7,3 % à taux de change constants[1] (+3,2 % en termes courants, essentiellement dû à la dévaluation du dollar américain, à 7 175 millions d'euros), établissant donc la croissance du S1 à +7,3 %, le segment Direct to Consumer devançant toujours le segment Professional Solutions. Equilibré et diversifié, le mix de revenus du Groupe a continué de soutenir la performance du chiffre d'affaires, avec une contribution additionnelle des acquisitions (en particulier de Supreme et Heidelberg Engineering, consolidées au 1er octobre 2024). Concernant les marges opérationnelles du premier semestre 2025, le Groupe a réussi à confirmer le niveau de l'année dernière, avec un résultat opérationnel ajusté[2] à 18,3 % du chiffre d'affaires à taux de change constants[1], malgré les vents contraires liés aux nouveaux droits de douane aux États-Unis.

Les lunettes avec IA ont gagné en popularité au cours du premier semestre, Ray-Ban Meta ayant plus que triplé son chiffre d'affaires par rapport à 2024. Oakley Meta a été annoncé en juin et la collection HSTN équipée de verres Oakley Prizm sera disponible plus tard cet été. Les lunettes Nuance Audio ont été lancées en février aux États-Unis et en Italie, puis déployées dans quatre autres pays d'Europe (France, Royaume-Uni et Allemagne, et Espagne en juillet). Elles sont aujourd'hui disponibles dans environ 10 000 points de vente dans ces six pays, via les canaux de vente en gros et de détail. Cette solution est efficace pour pallier les déficiences auditives légères à modérées dans différents environnements sonores. Les retours des porteurs sont très positifs et prometteurs pour le déploiement des ventes de cette nouvelle catégorie si innovante. Outre les wearables, le cœur de métier de la santé visuelle, qui représente toujours la plus grande part de l'activité du Groupe, a confirmé sa solide trajectoire de croissance, bénéficiant de sa grande diversité de solutions et sa richesse en innovations.

Sur le plan du chiffre d'affaires par géographie au deuxième trimestre, toutes les régions ont une fois de plus contribué de manière significative à la croissance du Groupe, l'apport des acquisitions étant plus important dans le segment Direct to Consumer en Asie et aux États-Unis. L'Amérique du Nord progresse de 5,5 % à taux de change constants[1], avec une accélération du segment Professional Solutions sur l'ensemble de la période et une belle croissance des ventes à magasins comparables[3] sur un an, avec la contribution additionnelle des ventes en magasin et en ligne de Supreme. La région EMEA a été la région la plus performante du Groupe, avec une croissance de 9,1 % à taux de change constants[1], tirée à la fois

par les segments Professional Solutions et Direct to Consumer, avec respectivement une croissance à un chiffre élevé et une croissance à deux chiffres. L'Asie-Pacifique progresse de 7,8 % à taux de change constants[1], ralentissant légèrement en Chine dans le segment Professional Solutions. L'Amérique latine progresse quant à elle de 8,2 % à taux de change constants[1], confirmant le bon rythme du premier trimestre sur les deux segments.

En termes de segments opérationnels, au deuxième trimestre, Professional Solutions a progressé de 3,9 % à taux de change constants[1] (stables en termes courants) et Direct to Consumer de 10,4 % (en hausse de 6,2 % en termes courants). Les ventes à magasins comparables[3] ont progressé de près de 7 %, avec une belle croissance de l'optique et du solaire. Le e-commerce a bondi d'un quart, en incluant Supreme, ou a réalisé une croissance à un chiffre élevé, en excluant Supreme, grâce à la solide performance de Ray-Ban.com et SunglassHut.com.

Sur les six premiers mois de l'année, le chiffre d'affaires du Groupe s'élève à 14 024 millions d'euros en hausse de 7,3 % à taux de change constants[1] (+5,5 % d'une année sur l'autre), avec une belle croissance dans toutes les régions et un segment Direct to Consumer supérieur à Professional Solutions.

La marge brute ajustée[2] s'est élevée à 8 896 millions d'euros au S1 2025, atteignant 63,4 % du chiffre d'affaires, soit 90 points de base de moins qu'au S1 2024 (ou -80 points de base à taux de change constants[1]), en raison de l'impact des droits de douane aux États-Unis et de la hausse du poids du chiffre d'affaires des wearables, partiellement contrebalancés par la contribution positive du prix-mix.

Le résultat opérationnel ajusté[2] a atteint 2 532 millions d'euros sur le semestre, représentant 18,1 % du chiffre d'affaires, contre 18,3 % au S1 2024, avec une dilution de la marge de 20 points de base. À taux de change constants[1], la marge s'est maintenue à 18,3 % du chiffre d'affaires, malgré les vents contraires liés aux droits de douane américains, grâce à une maîtrise efficace des frais généraux (en hausse de seulement 1 % à taux de change constants[1]).

Le résultat net ajusté[2] du Groupe s'est élevé à 1 799 millions d'euros sur le semestre, représentant 12,8 % du chiffre d'affaires, contre 13,1 % en 2024, soit une dilution de la marge de 30 points de base (ou -10 points de base à taux de change constants[1] à 13,0 % du chiffre d'affaires), reflétant également une légère hausse du taux d'impôt.

Le résultat d'exploitation IFRS et le bénéfice net du Groupe publiés dans les comptes consolidés semestriels se sont élevés respectivement à 2 003 millions d'euros et 1 387 millions d'euros sur le semestre.

Le cash-flow libre[5] s'est élevé à 951 millions d'euros sur le semestre.

Le Groupe a clôturé le premier semestre avec 2,79 milliards d'euros de trésorerie et liquidités et un endettement financier net[6] de 11,26 milliards d'euros (inclus 3,47 milliards d'euros de dettes liées aux contrats de location) contre un endettement financier net[6] de 9,76 milliards d'euros à fin juin 2024.

Nombre de magasins au 30 juin 2025

	Amérique du Nord	EMEA	Asie-Pacifique	Amérique latine	Magasins du Groupe	Franchisés & Autres	Total
Sunglass Hut	1 564	561	307	443	2 875	237	3 112
LensCrafters	1 012		78		1 090	9	1 099
Vision Express		852			852	117	969
Apollo		674			674	219	893
Target Optical	580				580		580
MasVisión		53		475	528		528
Pearle		509			509	208	717
Générale d'Optique		393			393	281	674
OPSM			376		376	21	397
GMO				344	344		344
GrandVision		266		53	319	44	363
GrandOptical		313			313	58	371
Atasun Optik		306			306	36	342
Oakley	183	11	78	26	298	69	367
Ray-Ban	45	67	121	48	281		281
Synoptik		247			247		247
Salmoiraghi & Viganò		244			244	25	269
Luxoptica		230			230		230
Mujosh			177		177	285	462
Bolon			122		122	250	372
Pearle Vision	108				108	448	556
MultiÓpticas		104			104	110	214
Aojo			89		89	109	198
Óticas Carol				25	25	1 402	1 427
Supreme	6	4	8		18		18
Autres	306	1 205	235	715	2 461	118	2 579
Total EssilorLuxottica	**3 804**	**6 039**	**1 591**	**2 129**	**13 563**	**4 046**	**17 609**

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 constants[1] (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 ajusté[2] 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/1217-2090-41873/en

Prochains événements destinés aux investisseurs

Résultats:

- 16 octobre 2025 : Chiffre d'affaires T3 2025

Conférences destinées aux investisseurs:

- 10 septembre 2025: KeplerCheuvreux Autumn Conference à Paris
- 16 septembre 2025: BNP Paribas Exane « IR Day » Conference à Milan
- 23 septembre 2025: BNP Paribas Exane ESG Conference à Paris
- 13 novembre 2025: J.P. Morgan Luxury Goods Conference à Paris
- 18 novembre 2025: Jefferies Healthcare Conference à Londres
- 20 novembre 2025: Bank of America Consumer and Retail Conference 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. 1er janvier). Le chiffre d'affaires comparable a été préparé à titre illustratif dans le seul but de fournir des informations comparables.

5 Cash-flow libre : *Flux de trésorerie provenant des activités opérationnelles*, moins la somme des *Acquisitions d'immobilisations corporelles et incorporelles* et *des Remboursements du principal des dettes de loyers* conformément au tableau IFRS des flux de trésorerie consolidés.

6 Endettement financier net : *somme des Dettes financières courantes et non-courantes, Dettes de loyer courantes et non-courantes*, moins les *Investissements court-terme*, la *Trésorerie et équivalents de trésorerie* et les *Instruments dérivés sur les dettes financières (couverture de juste valeur)* comme présentés dans les états financiers consolidés IFRS.

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 soumis 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
Head of Investor Relations
ir@essilorluxottica.com

Marco Catalani
Head of Corporate Communications
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. Essilor Luxottica 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.

Rapport d'activité semestriel 2025

Table des matières

Faits marquants 2
Chiffre d'affaires consolidé 6
Compte de résultat et Indicateurs Alternatifs de Performance 10
Bilan, endettement financier net, flux de trésorerie et autres mesures « non-GAAP » 14
Acquisitions et partenariats 18
Mission et développement durable 19
Facteurs de risques 21
Événements postérieurs à la clôture 21
Perspectives 21
Notes 22
Annexe - Extraits des États financiers semestriels consolidés résumés 23
- Compte de résultat consolidé 23
- État de la situation financière consolidée 24
- Tableau des flux de trésorerie consolidés 25

Les totaux des tableaux présentés dans ce document 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.

Faits marquants

Acquisition de la start-up française Pulse Audition centrée sur l'IA

Le 2 janvier 2025, EssilorLuxottica a annoncé l'acquisition de Pulse Audition, une start-up française proposant des solutions de réduction du bruit et de rehaussement de la voix basées sur des algorithmes intégrant l'IA, permettant aux personnes malentendantes de mieux entendre les propos de leurs interlocuteurs, en particulier dans des environnements bruyants.

Grâce aux technologies propriétaires de Pulse Audition et à son expertise en matière de développement de logiciels d'IA embarquée et de traitement du signal audio, EssilorLuxottica disposera de dispositifs et de logiciels qui viendront compléter et améliorer la qualité de ses produits et solutions sur le long terme et pourra s'appuyer sur une équipe de haut niveau. Cette nouvelle étape dans l'approche lancée en 2023 avec l'acquisition de Nuance Hearing est parfaitement alignée avec la stratégie du Groupe dans le domaine des solutions auditives.

EssilorLuxottica obtient l'autorisation de la FDA et les certifications européennes pour les lunettes Nuance Audio qui sont désormais disponibles aux États-Unis et en Europe

Le 3 février 2025, EssilorLuxottica a annoncé avoir reçu l'autorisation de la Food and Drug Administration américaine (FDA) pour la commercialisation sans ordonnance de ses lunettes Nuance Audio aux États-Unis. Le Groupe a également obtenu le marquage CE conformément au Règlement européen sur les dispositifs médicaux, ainsi que la certification ISO de Système de Management de la Qualité dédiée aux aides auditives, ce qui permet de lancer Nuance Audio en Europe.

Nuance Audio ouvre la voie à une nouvelle catégorie disruptive dans le domaine de la med-tech : son logiciel est le premier à être certifié par la FDA, aux États-Unis, en tant que Software as a Medical Device (SaMD), avec des préréglages permettant une utilisation optimale des lunettes. Ce produit intègre parfaitement une technologie auditive révolutionnaire, à oreille ouverte, dans une paire de lunettes intelligentes et élégantes. Après des décennies d'obstacles à l'adoption, allant de l'inconfort à la visibilité des aides auditives traditionnelles, les consommateurs pourront enfin bien voir et mieux entendre grâce à un seul produit, à la fois esthétique et très fonctionnel.

Nuance Audio est disponible à l'achat aux États-Unis, en Italie, en France, au Royaume-Uni et en Allemagne.

Dans le cadre de son modèle ouvert, EssilorLuxottica s'appuie sur son vaste réseau de magasins en propre, ainsi que sur les canaux traditionnels de distribution des aides auditives et sur les opticiens indépendants afin de rendre cette technologie accessible aux consommateurs partout où cela est possible.

EssilorLuxottica acquiert la start-up canadienne med-tech Cellview

Poursuivant son engagement à élever les standards de l'industrie et à améliorer la qualité des solutions de santé visuelle, EssilorLuxottica a annoncé, le 11 février 2025, l'acquisition de Cellview Imaging Inc, une start-up canadienne spécialisée dans le diagnostic innovant fondé sur l'imagerie rétinienne. Grâce aux technologies détenues en propre par Cellview, le Groupe élargit son portefeuille de solutions et d'instruments d'optique ophtalmique, poursuivant son parcours dans le domaine de la med-tech.

Basée à Toronto, Cellview conçoit et fabrique des instruments innovants et très performants de diagnostic par imagerie grâce à une solide expertise R&D interne. Déjà distribuées en Amérique du Nord, les solutions de Cellview permettent aux professionnels de la vue de diagnostiquer les pathologies rétiniennes grâce à la caméra rétinienne ultra-grand champ capable de capturer des images nettement plus grandes que la plupart des technologies existantes. L'offre de produits de Cellview a été approuvée par la FDA et a obtenu le marquage CE. Elle cible un large marché – des consultations en points de vente aux cliniques d'ophtalmologie – et est prête à être distribuée dans différentes régions, en commençant par l'Europe.

L'actionnariat salarié d'EssilorLuxottica atteint un investissement record

Le 2 avril 2025, EssilorLuxottica a annoncé que le programme d'actionnariat international SuperBoost 2025 et le PEE français ont tous deux atteint des niveaux records d'investissement en 2024. Le Groupe compte 97 000 actionnaires internes dans 85 pays, contre 83 500 en 2024.

EssilorLuxottica a lancé cette année une nouvelle formule de son programme Boost annuel. Les salariés pouvaient opter pour trois possibilités d'investissement supplémentaires, s'ajoutant aux options avec abondement déjà offertes. Ce dispositif renforcé vise à permettre une participation plus large et un engagement plus important des salariés, associés à la croissance du Groupe.

Valoptec Association a aussi connu une expansion avec aujourd'hui près de 37 000 membres (salariés, retraités et anciens salariés). Cette croissance souligne le rôle clé de Valoptec association, qui porte les valeurs d'EssilorLuxottica et prend part à sa gouvernance.

Renouvellement de la collaboration mondiale exclusive entre la marque RF et Oliver Peoples pour des collections de lunettes

Le 3 avril 2025, EssilorLuxottica et Roger Federer ont annoncé le renouvellement de leur accord de collaboration exclusif portant sur la conception, la fabrication et la distribution mondiale de lunettes sous les marques Roger Federer ("RF") et Oliver Peoples. Ce partenariat, à la croisée du luxe et de la performance, est étendu jusqu'au 31 décembre 2027, prolongeant ainsi le succès des premières collections.

Ce qui a commencé comme un dialogue inspiré et créatif entre Federer et Oliver Peoples a rapidement abouti à des collections de lunettes trouvant un fort écho auprès des consommateurs du monde entier. Le renouvellement de cet accord témoigne de l'engagement commun des deux marques en faveur de l'innovation, d'un savoir-faire artisanal et d'un style intemporel, et ouvre la voie à des réalisations encore plus importantes.

Résultats à six ans de l'essai clinique sur les verres Essilor Stellest

Le 14 avril 2025, EssilorLuxottica a dévoilé de nouvelles données cliniques sur six ans lors du congrès 2025 China Optometry & Ophthalmology Conference (COOC), renforçant l'efficacité à long terme des verres Essilor Stellest dans le contrôle de la progression de la myopie et de l'allongement axial de l'œil chez les enfants et les jeunes adultes. Les résultats soulignent l'impact significatif et durable des verres Essilor Stellest dans la maîtrise de la progression de la myopie, apportant des informations précieuses sur les stratégies à adopter pour faire face à l'épidémie mondiale de myopie.

Les résultats ont été présentés pour la première fois lors d'une session satellite dédiée au COOC 2025 par la professeure Jinhua Bao de l'hôpital ophtalmologique de l'Université médicale de Wenzhou (Chine), investigatrice principale de l'essai clinique. L'étude a débuté en 2018 avec des enfants âgés de 8 à 13 ans. Après avoir terminé la phase initiale de cinq ans, les participants ont continué à porter les verres Essilor Stellest pendant deux années supplémentaires afin d'évaluer l'impact à long terme sur la progression de la myopie. Au moment du suivi à six ans, les participants étaient âgés de 14 à 19 ans. Les résultats sur six ans ont montré que les verres Essilor Stellest avaient ralenti la progression de la myopie de 1,95 dioptrie (57 %) et l'allongement axial de 0,81 mm (52 %)[1] en moyenne, par rapport à un modèle de groupe témoin[2] extrapolé avec verres unifocaux à partir des données des deux premières années de l'étude clinique. Ces résultats démontrent l'efficacité continue des verres Essilor Stellest, avec des effets maintenus jusqu'à l'âge de 19 ans.

Ray-Ban | Meta monte en puissance avec une technologie plus intelligente, une expansion internationale et une campagne avec nouveaux ambassadeurs

Le 23 avril 2025, EssilorLuxottica et Meta Platforms, Inc. ont annoncé l'accélération du déploiement international de Ray-Ban Meta AI en combinant avancées en intelligence artificielle et déploiement stratégique sur trois nouveaux marchés : le Mexique, l'Inde et les Émirats Arabes Unis (EAU). Cette expansion s'inscrit dans la vision de Ray-Ban Meta de réinventer l'avenir de la technologie nomade à l'échelle mondiale.

Pour célébrer cette nouvelle étape, Ray-Ban Meta a lancé une campagne mondiale mettant en vedette le couple emblématique Barbara Palvin et Dylan Sprouse. Le duo incarne avec style et élégance la nouvelle monture Skyler dans un coloris inédit : Gris Craie Brillant équipée de verres Transitions® Saphir, qui s'adaptent parfaitement aux variations de lumière, s'assombrissant à l'extérieur, et retrouvant leur clarté à l'intérieur. Une paire de lunettes aux performances augmentées grâce à l'IA, pensée pour vous accompagner dans tous les moments du quotidien.

Le lancement a marqué une nouvelle étape pour Ray-Ban Meta AI, accessibles dans un plus grand nombre de pays et de langues. Grâce à la traduction instantanée, à la vidéo en direct pilotée par l'IA et à des fonctionnalités de collaboration en temps réel, l'expérience Ray-Ban Meta devient encore plus fluide, intuitive et universelle. Les utilisateurs peuvent aussi envoyer et recevoir des messages sur Instagram en mode mains libres, et accéder à un plus large éventail d'applications musicales, dans plusieurs pays, dont les États-Unis et le Canada.

---

[1] EssilorLuxottica. Efficacité du contrôle de la myopie avec des verres de lunettes dotés de microlentilles hautement asphériques : résultats d'une étude de suivi sur 6 ans. 2025. Données internes.

[2] Comparé à la progression sur 60 mois du groupe témoin extrapolé (diminution annuelle moyenne prévue de l'équivalent sphérique [SER] de 9,7 %, basée sur les données du groupe témoin initial de 2 ans, Smotherman C, et al. IOVS 2023;64:ARVO E-Abstract 811) & Comparé à la progression sur 60 mois du groupe témoin extrapolé (diminution annuelle moyenne prévue de la longueur axiale [AL] de 15 %, basée sur les données du groupe témoin initial de 2 ans, Shamp W, et al. IOVS 2022;63:ARVO E-Abstract A0111).

[3] Bloque 100% des rayons UVA & UVB, s'assombrit à l'extérieur et filtre jusqu'à 32% de la lumière bleu-violet à l'intérieur et jusqu'à 85% à l'extérieur. La lumière bleu-violet est mesurée entre 400 et 455nm (ISO TR 20772:2018).

Distribution du dividende

L'Assemblée Générale des actionnaires d'EssilorLuxottica qui s'est tenue le 30 avril 2025 a approuvé la distribution d'un dividende de 3,95 euros par action ordinaire au titre de l'exercice 2024.

L'Assemblée Générale a décidé de donner aux actionnaires la possibilité de recevoir ce dividende final en actions nouvellement émises au prix de 222,02 euros par action. Ce prix correspond à 90 % de la moyenne des premiers cours cotés de l'action EssilorLuxottica sur le marché réglementé d'Euronext Paris, lors des 20 séances de Bourse précédant le jour de l'Assemblée Générale, diminuée du montant net du dividende à distribuer au titre de l'exercice clos le 31 décembre 2024, le tout arrondi au centime d'euro supérieur.

La période d'option pour le paiement du dividende en actions nouvellement émises a été ouverte du 9 mai au 30 mai 2025 inclus. À l'issue de cette période, 316 917 525 options ont été exercées en faveur du paiement du dividende en actions. Ainsi, le 5 juin 2025, 5 638 328 nouvelles actions ont été émises, livrées et admises sur le marché Euronext Paris. Ces nouvelles actions confèrent les mêmes droits que les actions existantes et portent droit à dividendes, conférant ainsi le droit à toute distribution mise en paiement à compter de la date d'émission.

Le montant total du dividende distribué en numéraire aux actionnaires qui n'ont pas exercé l'option s'élève à 547 millions d'euros et a également été versé le 5 juin 2025.

Le Président Emmanuel Macron inaugure le Laboratoire d'Excellence d'EssilorLuxottica, un site à l'image d'un Groupe disruptif et engagé

Le 12 mai 2025, le Laboratoire d'Excellence d'EssilorLuxottica ("Labex") situé dans la région du Grand Paris (Wissous-91), a été inauguré par le Président de la République française, Emmanuel Macron. Fer de lance de l'expertise du Groupe, ce site industriel vise à développer la production en France de verres ophtalmiques de prescription réalisés sur mesure. Il combine des savoir-faire med-tech très avancés avec un engagement fort en termes de développement durable, concrétisant la capacité d'EssilorLuxottica à repousser les limites de l'innovation.

EssilorLuxottica va acquérir les cliniques Optegra

Le 30 mai 2025, EssilorLuxottica et MidEuropa ont annoncé avoir conclu un accord prévoyant l'acquisition d'Optegra par EssilorLuxottica. Optegra est une plateforme d'ophtalmologie intégrée, en forte croissance et opérant sur cinq marchés européens clés : le Royaume-Uni, la République Tchèque, la Pologne, la Slovaquie, et les Pays-Bas.

Cette acquisition représente une étape importante dans la stratégie med-tech d'EssilorLuxottica, dont l'offre s'étend désormais bien au-delà des montures et des verres pour inclure des technologies innovantes basées sur l'IA, des dispositifs connectés, des instruments médicaux et des solutions de santé visuelle reconnues scientifiquement, permettant d'améliorer la vie de millions de personnes.

Avec les enseignes Optegra, Lexum et Iris, le groupe Optegra opère un large réseau de plus de 70 cliniques ophtalmologiques et centres de diagnostic à travers l'Europe. Il propose des traitements ophtalmiques essentiels ainsi que des procédures électives de correction visuelle, s'appuyant notamment sur l'IA, couvrant les phases pré- et post- opératoires. Son offre inclut la chirurgie de la cataracte, les traitements de la dégénérescence maculaire liée à l'âge et du glaucome, le remplacement du cristallin et la chirurgie laser des yeux. Ces services s'adressent à la fois aux patients dont les soins sont couverts par une couverture santé publique et ceux ne bénéficiant pas d'une prise en charge. Depuis 2007, la renommée de ses chirurgiens et équipes médicales dédiées a établi un solide leadership clinique et une réputation de confiance en termes de qualité des soins. La plateforme Optegra s'intègre parfaitement à la démarche d'extension du portefeuille med-tech d'EssilorLuxottica.

La transaction devrait être finalisée d'ici fin 2025 sous réserve des approbations réglementaires et des autres conditions usuelles**.**

Succès du placement d'une émission obligataire d'un montant d'1 milliard d'euros

Le 3 juin 2025, EssilorLuxottica a réalisé avec succès le placement d'une émission obligataire d'un montant total d'un milliard d'euros avec une date de maturité en janvier 2030, assortie d'un coupon de 2,625 % soit un rendement de 2,76 %.

Le livre d'ordres a atteint presque plus de 2,5 milliards d'euros, attirant des investisseurs institutionnels de premier rang et démontrant une confiance élevée dans le modèle économique et le profil de crédit d'EssilorLuxottica.

Le règlement-livraison est intervenu le 10 juin 2025 avec une admission des Obligations à la cote sur Euronext Paris.

Acquisition des chaines de magasins A-Look, Seen et OWL en Malaisie

Le 5 juin 2025, EssilorLuxottica a annoncé la signature d'un accord en vue d'acquérir l'une des principales chaines d'optique en Malaisie, qui opère 90 magasins sous les bannières A-Look, Seen et OWL.

Le Groupe A-Look a été créé en 2003 avec un premier magasin ouvert par Dato Terry Ngeow à Kuala Lumpur. Aujourd'hui, les points de vente A-Look, Seen et OWL couvrent la Malaisie Occidentale (Péninsulaire) ainsi que la Malaisie Orientale.

Avec l'acquisition de ces chaines omnicanales et multimarques renommées, EssilorLuxottica vise à compléter son empreinte en Malaisie, où le Groupe est présent de longue date au travers de ses activités de vente aux professionnels de la vue et de vente directe aux consommateurs. Cette initiative reflète son engagement à poursuivre la transformation de l'industrie, en améliorant le niveau de santé visuelle et en accélérant la digitalisation du marché ainsi que l'expérience consommateur en magasin.

Cet accord a été finalisé le 1er juillet 2025.

Lancement d'Oakley Meta

Le 20 juin 2025, EssilorLuxottica et Meta Platforms ont annoncé 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 performances – 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, offre 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 peuvent 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 peuvent 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.

Environnement macroéconomique

Comparé à l'année précédente, l'environnement macroéconomique de la période a été marqué par la forte volatilité sur les droits de douanes américains depuis l'annonce du 2 avril 2025 de nouvelles taxes d'importation réciproques. Dans ce contexte mouvant, le Groupe a mis en œuvre des mesures visant à atténuer les impacts économiques de ces droits de douane, en s'appuyant principalement sur la diversification géographique de ses sites de production et en appliquant des ajustements tarifaires ciblés.

Chiffre d'affaires consolidé

Chiffre d'affaires par segment d'activité

EssilorLuxottica est un acteur verticalement intégré dont la stratégie de *go-to-market* est basée sur deux canaux de distribution.

Les segments d'activité du Groupe sont :

- le segment des solutions professionnelles ou **Professional Solutions (PS)**, qui regroupe l'activité de vente en gros du Groupe, c'est-à-dire les produits et les services que le Groupe fournit à tous les professionnels de la santé visuelle (distributeurs, chaines d'optique, opticiens indépendants, plateformes tierces d'e-commerce, etc.) ; et
- le segment de la vente directe aux consommateurs ou **Direct to Consumer (DTC)**, qui regroupe les activités de vente de détail du Groupe, à savoir les produits et les services que le Groupe vend directement au consommateur final, que ce soit par le biais de son réseau de magasins traditionnels ou de ses canaux de distribution en ligne (e-commerce).

En millions d'euros	S1 2025	S1 2024	Variation à taux de change constants[1]	Variation à taux de change courants
Professional Solutions	6 565	6 414	4,2 %	2,4 %
Direct to Consumer	7 459	6 876	10,2 %	8,5 %
CHIFFRE D'AFFAIRES	**14 024**	**13 290**	**7,3 %**	**5,5 %**

En millions d'euros	T2 2025	T2 2024	Variation à taux de change constants[1]	Variation à taux de change courants
Professional Solutions	3 329	3 334	3,9 %	-0,1 %
Direct to Consumer	3 846	3 621	10,4 %	6,2 %
CHIFFRE D'AFFAIRES	**7 175**	**6 955**	**7,3 %**	**3,2 %**

Chiffre d'affaires du deuxième trimestre par activité

Professional Solutions

Le chiffre d'affaires du segment Professional Solutions s'élève à 3 329 millions d'euros, en hausse de 3,9 % à taux de change constants[1] par rapport au deuxième trimestre 2024 (-0,1 % à taux de change courants).

La région EMEA et l'Amérique latine ont continué d'être les moteurs de la hausse, affichant une croissance à un chiffre élevé, suivies de l'Amérique du Nord et de l'Asie-Pacifique, toutes deux en hausse à un chiffre bas. Ray-Ban, et ses lunettes connectées ainsi que Miu Miu, se sont une nouvelle fois assuré les premières places des marques de montures les plus appréciées. La croissance des verres a été tirée par les offres de contrôle de la myopie, avec une montée en puissance rapide de Nikon DOT.

Direct to Consumer

Le chiffre d'affaires du segment Direct to Consumer s'établit à 3 846 millions d'euros, en hausse de 10,4 % à taux de change constants[1] par rapport au deuxième trimestre 2024 (+6,2 % à taux de change courants).

La croissance du segment Direct to Consumer a été soutenue par la performance dynamique des magasins physiques, du e-commerce et de la contribution de Supreme. Les ventes à magasins comparables[3] ont augmenté de près de 7 %, avec les enseignes d'optique et de la catégorie solaire toutes deux sur une dynamique positive. Ray-Ban Meta est resté fortement ancré dans les esprits, laissant une empreinte marquante sur la réussite de ce trimestre. Le produit a été déployé dans de nouveaux pays depuis mai.

Chiffre d'affaires du premier semestre par activité

Professional Solutions

Au premier semestre 2025, la division Professional Solutions a réalisé un chiffre d'affaires de 6 565 millions d'euros, en hausse de 4,2 % à taux de change constants [1] par rapport à 2024 (+2,4 % à taux de change courants).

Cette performance satisfaisante a été soutenue par la région EMEA et l'Amérique latine en croissance à un chiffre élevé, tandis que l'Amérique du Nord et l'Asie-Pacifique ont clôturé le semestre avec une croissance à un chiffre bas. Miu Miu s'est distinguée comme la plus performante des marques sous licence, et Ray-Ban, portée par ses lunettes connectées, s'est classée en tête des marques maison. La catégorie des verres a continué de connaître une forte croissance dans les offres de contrôle de la myopie.

Direct to Consumer

Au premier semestre 2025, le segment Direct to Consumer a affiché un chiffre d'affaires de 7 459 millions d'euros, en hausse de 10,2 % à taux de change constants[1] par rapport à 2024 (+8,5 % à taux de change courants).

Les ventes à magasins comparables[3] ont affiché une croissance à un chiffre élevé, grâce aux enseignes d'optique et de la catégorie solaire, avec ces dernières qui ont également bénéficié d'une base de comparaison moins exigeante en 2024. Toutes les régions ont contribué à cette solide performance, en particulier la région EMEA et l'Amérique latine. Ray-Ban.com, renforcée par ses marques de lunettes avec IA, s'est une nouvelle fois imposée comme le principal moteur du e-commerce. Supreme, consolidé depuis octobre 2024, a apporté une contribution supplémentaire aux résultats.

Chiffre d'affaires par zone géographique

Les zones géographiques correspondent à l'**Amérique du Nord**, **EMEA** (c'est-à-dire l'Europe, dont la Turquie et la Russie, ainsi que le Moyen-Orient et l'Afrique), l'**Asie-Pacifique** et l'**Amérique latine**.

En millions d'euros	S1 2025	S1 2024	Variation à taux de change constants[1]	Variation à taux de change courants
Amérique du Nord	6 184	5 973	4,9 %	3,5 %
EMEA	5 404	4 969	9,5 %	8,8 %
Asie-Pacifique	1 702	1 589	9,0 %	7,1 %
Amérique latine	735	759	8,7 %	-3,1 %
CHIFFRE D'AFFAIRES TOTAL	**14 024**	**13 290**	**7,3 %**	**5,5 %**

En millions d'euros	T2 2025	T2 2024	Variation à taux de change constants[1]	Variation à taux de change courants
Amérique du Nord	3 104	3 098	5,5 %	0,2 %
EMEA	2 856	2 648	9,1 %	7,9 %
Asie-Pacifique	849	821	7,8 %	3,5 %
Amérique latine	366	387	8,2 %	-5,6 %
CHIFFRE D'AFFAIRES TOTAL	**7 175**	**6 955**	**7,3 %**	**3,2 %**

Chiffre d'affaires du deuxième trimestre par zone géographique

Amérique du Nord

L'Amérique du Nord affiche un chiffre d'affaires de 3 104 millions d'euros, en hausse de 5,5 % à taux de change constants[1] par rapport au deuxième trimestre 2024 (+0,2 % à taux de change courants), avec une performance positive dans les deux segments.

La division Professional Solutions a connu une croissance à un chiffre bas. Le canal des indépendants membres des alliances et des programmes de partenariat (comme EL 360) se renforcent davantage et les grands comptes confirment la tendance positive du trimestre précédent. Shamir a poursuivi sa trajectoire, devenant une source de croissance solide dans la catégorie des verres. Le secteur des montures a bénéficié de l'engouement durable pour Ray-Ban Meta, ainsi que d'une solide performance des montures de correction. Les lunettes de soleil ont continué à subir une pression dans le réseau des grands magasins. Miu Miu, Burberry et Jimmy Choo figuraient parmi les marques les plus en vogue du moment.

La bonne performance du segment Direct to Consumer s'est maintenue tout au long du deuxième trimestre, soutenue par la croissance du commerce physique et du e-commerce, associée à la consolidation de Supreme. Les ventes à magasins comparables[3] ont augmenté de l'ordre de 5 %. LensCrafters a maintenu une dynamique positive grâce à la une demande soutenue des consommateurs assurés ainsi qu'à un rebond de la demande des consommateurs non assurés. La trajectoire de Sunglass Hut s'est avérée tout aussi convaincante, alimentée par la demande soutenue pour Ray-Ban Meta, reflété par les performances remarquables de Ray-Ban.com, couronné une fois de plus comme le site web le plus performant. Nuance Audio a continué à susciter un vif intérêt parmi les consommateurs, les premiers retours des utilisateurs initiaux étant favorables.

EMEA

Le chiffre d'affaires de la région EMEA s'établit à 2 856 millions d'euros, en hausse de 9,1 % à taux de change constants[1] par rapport au deuxième trimestre 2024 (7,9 % à taux de change courants), la région apportant la contribution la plus importante à la croissance globale du Groupe sur la période. Les segments Professional Solutions et Direct to Consumer présentent respectivement une croissance à un chiffre élevé et une croissance à deux chiffres.

Toutes les catégories de produits ont contribué positivement à la bonne performance du segment Professional Solutions. La trajectoire de croissance de Ray-Ban Meta a continué d'être solide, soutenue par une pénétration plus élevée et une distribution élargie. L'innovation a alimenté l'activité des verres au cours de la période avec une hausse à deux chiffres de Stellest, Transitions Gen S qui continue de susciter l'enthousiasme des clients et Varilux Physio extensee maintenant déployé dans la région. Les lunettes de soleil ont représenté un moteur de croissance clé au cours de la période, Miu Miu et Chanel confirmant leur position parmi les marques sous licence les plus performantes. La distribution de Nuance Audio s'est développée avec succès au cours du trimestre, avec près de deux mille emplacements proposant désormais le produit.

Dans le segment Direct to Consumer, les ventes à magasins comparables[3] pour l'activité optique ont affiché une croissance à un chiffre élevé, avec la montée en gamme de la catégorie des verres progressifs et le programme d'abonnement « Vision as a Service » couvrant plus de 1,3 million de clients optiques à la fin du trimestre. Parmi les principaux pays, le Royaume-Uni et l'Italie ont continué de progresser, la France a accéléré par rapport au premier trimestre, tandis que l'Allemagne a légèrement ralenti. Après un lancement réussi en Italie en février, Nuance Audio a été introduit en France, au Royaume-Uni et en Allemagne au cours du deuxième trimestre, ainsi qu'en Espagne en juillet, continuant à recevoir d'excellents retours de la part des utilisateurs. S'appuyant sur plus de trois années consécutives de forte croissance, les enseignes solaires ont connu une croissance à deux chiffres au cours du trimestre, stimulées par Ray-Ban Meta, tous les pays contribuant également à cette solide performance.

Asie-Pacifique

L'Asie-Pacifique affiche un chiffre d'affaires de 849 millions d'euros, en hausse de 7,8 % à taux de change constants[1] par rapport au deuxième trimestre 2024 (+3,5 % à taux de change courants), porté par une performance sous-jacente positive et un effet positif additionnel de Supreme.

Dans le segment Professional Solutions, la Grande Chine présente une croissance à un chiffre élevé, qui a continué d'être soutenue par la catégorie des offres de contrôle de la myopie. Nikon s'est révélé comme l'un des principaux contributeurs dans le domaine des verres, enregistrant une croissance sur l'ensemble de sa gamme : des verres unifocaux aux verres progressifs, en passant par ceux dédiés au contrôle de la myopie DOT. Le lancement de Gen S, disponible depuis mars, a continué de stimuler la croissance de Transitions. Miu Miu s'est avérée être la marque de licence la plus attrayante pour les montures, tandis qu'Oakley a enregistré une croissance à un chiffre élevé dans la région. Parmi les autres pays de la région, l'Inde s'est démarquée, stimulée par le lancement de Ray-Ban Meta en mai.

Dans le segment Direct to Consumer, en Australie, la performance d'OPSM a ralenti en raison d'une base de comparaison élevée au deuxième trimestre de l'année dernière, tandis que les ventes à magasin comparables[3] de Sunglass Hut ont pris de l'ampleur grâce à l'engouement pour Ray-Ban Meta. Les magasins de détail Oakley de la région ont prospéré, enregistrant une croissance des ventes à magasin comparables[3] de 10 %.

Amérique latine

L'Amérique latine a réalisé un chiffre d'affaires de 366 millions d'euros, en hausse de 8,2 % à taux de change constants[1] par rapport au deuxième trimestre 2024 (-5,6 % à taux de change courants), les deux segments et tous les pays contribuant à ce bon résultat.

Le segment Professional Solutions a bénéficié de la croissance du Brésil et du Mexique, les deux principaux pays de la région. La performance au Brésil a été tirée par les verres avec Transitions, Varilux et Crizal figurant parmi les marques les plus performantes, tandis qu'Oakley et Miu Miu se sont démarquées dans la catégorie des montures. Le programme de franchise Óticas Carol a continué de progresser, avec l'amélioration des services en magasin et de l'assortiment de produits, ce qui a entraîné une solide augmentation des revenus. La performance du Mexique est devenue positive au cours du trimestre, accélérant avec la catégorie des montures couplée au lancement réussi de Ray-Ban Meta dans le pays. L'Argentine a contribué aux résultats globaux, grâce aux volumes pour les montures et à l'étoffement de la gamme de verres avec le lancement de Transitions Gen S et de Varilux XR.

Dans le segment Direct to Consumer, les ventes à magasins comparables[3] ont affiché une croissance à un chiffre élevé au cours du trimestre. Les enseignes d'optique ont confirmé un bon rythme de croissance, soutenues par le prix-mix, avec une gamme de produits enrichie qui a soutenu les résultats au Mexique et au Chili. Sunglass Hut a connu une croissance à deux chiffres dans la région, accélérant grâce à l'excellente performance des emplacements internationaux au Mexique et au Chili ainsi qu'à l'introduction des lunettes connectées sur le marché mexicain.

Chiffre d’affaires du premier semestre par zone géographique

Amérique du Nord

Au premier semestre 2025, l'Amérique du Nord a réalisé un chiffre d'affaires de 6 184 millions d'euros, en hausse de 4,9 % par rapport à 2024 à taux de change constants[1] (+3,5 % à taux de change courants).

Le segment Professional Solutions a clôturé le semestre avec une croissance à un chiffre bas, les ventes de verres ayant progressivement rattrapé leur retard au deuxième trimestre dans le canal des indépendants, les grands comptes restant solides tout au long de la période et moteur principal de l'activité de vente en gros. Dans le segment Direct to Consumer, les enseignes du solaire et de l’optique ont affiché des performances solides, aidées par l'essor de Ray-Ban Meta. Les lunettes connectées ont également stimulé les ventes e-commerce dans la région, faisant de Ray-Ban.com le site le plus performant. Nuance Audio, disponible sur le marché depuis février, a suscité un intérêt prometteur. La consolidation de Supreme a également soutenu les résultats.

EMEA

Au premier semestre 2025, la région EMEA affiche un chiffre d'affaires de 5 404 millions d'euros, en hausse de 9,5 % par rapport à 2024 à taux de change constants[1] (+8,8 % à taux de change courants).

La croissance encourageante dans la région a été tirée par l'activité du segment Direct to Consumer, en plein essor, ainsi que par la solide activité du segment Professional Solutions. Tous les pays ont affiché des résultats positifs. Dans le segment Professional Solutions, toutes les principales catégories de produits ont bien contribué à la performance de la division, notamment les lunettes de soleil et les lunettes connectées. L'activité Direct to Consumer a été soutenue par la croissance des ventes à magasins comparables[3] au travers des enseignes dans les segments optique et solaire grâce à la qualité de l’exécution. Nuance Audio a également contribué à la croissance alimentée par le déploiement continu dans les principaux pays.

Asie-Pacifique

Au premier semestre 2025, l'Asie-Pacifique affiche un chiffre d'affaires de 1 702 millions d'euros, en hausse de 9,0 % par rapport à 2024 à taux de change constants[1] (+7,1 % à taux de change courants).

Une bonne performance a été enregistrée dans les pays de la région. La division Professional Solutions en Grande Chine s'appuie à la fois sur les verres, qui sont en progression grâce aux offres de contrôle de la myopie ainsi que sur les marques de luxe et les montures Oakley. L'Inde et l'Asie du Sud-Est ont également contribué à la croissance du segment. La bonne performance du segment Direct to Consumer a été soutenue par des ventes à magasins comparables[3] positives dans tous les pays, dont OPSM en Australie qui enregistre une croissance à un chiffre bas. Les magasins Oakley ont bénéficié d’une fidélité solide de leur clientèle locale. Supreme a également contribué à la croissance de la région.

Amérique latine

Au premier semestre 2025, l'Amérique latine a réalisé un chiffre d'affaires de 735 millions d'euros, en hausse de 8,7 % par rapport à 2024 à taux de change constants[1] (-3,1 % à taux de change courants).

La bonne performance de la région résulte de tendances positives dans tous les pays. Le Brésil a enregistré une croissance solide, portée par les deux segments. Dans le secteur Direct to Consumer, les enseignes d’optique ont connu une bonne croissance au Mexique et au Chili tandis que Sunglass Hut a pris de l'ampleur du côté du solaire dans le secteur de la vente de détail.

Compte de résultat et Indicateurs Alternatifs de Performance

Compte de résultat consolidé condensé d'EssilorLuxottica

En millions d'euros	S1 2025	S1 2024	Variation
Chiffre d'affaires	14 024	13 290	5,5 %
Coût des ventes	(5 182)	(4 761)	8,8 %
MARGE BRUTE	**8 842**	**8 529**	**3,7 %**
En % du chiffre d'affaires	*63,1 %*	*64,2 %*	
Charges opérationnelles	**(6 840)**	**(6 586)**	**3,9 %**
RÉSULTAT OPÉRATIONNEL	**2 003**	**1 943**	**3,1 %**
En % du chiffre d'affaires	*14,3 %*	*14,6 %*	
RÉSULTAT AVANT IMPÔT	**1 916**	**1 861**	**2,9 %**
En % du chiffre d'affaires	*13,7 %*	*14,0 %*	
Impôts sur le résultat	(463)	(428)	8,0 %
Taux effectif d'impôt	*24,1 %*	*23,0 %*	
RÉSULTAT NET	**1 453**	**1 433**	**1,4 %**
RÉSULTAT NET PART DU GROUPE	**1 387**	**1 365**	**1,6 %**

Le tableau ci-dessus présente les performances des activités d'EssilorLuxottica aux premiers semestres 2025 et 2024.

- Le *Chiffre d'affaires* a augmenté de 5,5 % par rapport au premier semestre 2024, à taux de change courants ; la performance du *Chiffre d'affaires* du Groupe sur le semestre est commentée, par activité ainsi que par zone géographique, dans la section précédente *Chiffre d'affaires consolidé*.
- Le *Coût des ventes* affiche une hausse de 8,8 %, à taux de change courants, par rapport au premier semestre 2024, entraînant une diminution du taux de *Marge brute* (63,1 % contre 64,2 % pour le premier semestre 2024). Les principaux facteurs de cette tendance sont liés à l'instauration de droits de douane réciproques par l'administration américaine, principalement à partir du deuxième trimestre 2025, ainsi qu'à une part plus importante de ventes de lunettes connectées, compensés en partie par un effet prix-mix favorable.
- Les *Charges opérationnelles* sont toujours significativement impactées par les amortissements résultant de la comptabilisation des actifs corporels et incorporels suite à l'allocation du prix d'acquisition liée au rapprochement entre Essilor et Luxottica et à l'acquisition de GrandVision (environ 455 millions d'euros au premier semestre 2025 contre environ 485 millions d'euros comptabilisés sur la même période l'année dernière). La performance du premier semestre 2025 (une hausse des charges opérationnelles de 3,9 % à taux de change courants) provient principalement des investissements commerciaux réalisés par le Groupe afin de développer la catégorie de produit des solutions auditives, compensés toutefois par une gestion efficace des *Frais généraux et administratifs*. Le *Résultat opérationnel* représente 14,3 % du chiffre d'affaires, soit une baisse de 30 points de base par rapport au premier semestre 2024.
- Le *Résultat net* est en légère augmentation par rapport au premier semestre 2024 (1 453 millions d'euros contre 1 433 millions d'euros pour le premier semestre 2024) en raison d'une progression du résultat opérationnel compensée par une hausse des charges d'impôts sur le résultat.

Les Indicateurs Alternatifs de Performance (IAP) d'EssilorLuxottica

Indicateurs ajustés

Dans ce document, la Direction présente certains indicateurs de performance qui ne sont pas prévus par les normes IFRS (*International Financial Reporting Standards*) émises par l'*International Accounting Standards Board* (IASB, Bureau international des normes comptables) et approuvées par l'Union européenne. Ces agrégats ne sont pas destinés à être utilisés isolément ou à remplacer les agrégats figurant dans les états financiers semestriels consolidés résumés d'EssilorLuxottica établis conformément aux normes IFRS. En effet, ces agrégats doivent être utilisés et analysés conjointement aux états financiers semestriels consolidés résumés d'EssilorLuxottica pour une meilleure compréhension des performances opérationnelles du Groupe. Ces agrégats ne sont pas définis par les normes IFRS et les investisseurs sont invités à examiner avec attention leurs définitions.

Le rapprochement entre Essilor et Luxottica (« Rapprochement EL »), l'acquisition de GrandVision (« Acquisition GV »), les autres acquisitions stratégiques et significatives ainsi que les événements inhabituels, occasionnels ou sans rapport avec les activités normales ont un impact significatif sur les résultats consolidés. Par conséquent, certains agrégats ont été ajustés (« indicateurs ajustés »), dans le but de fournir des informations supplémentaires en base comparable par rapport aux exercices précédents, de refléter les performances économiques réelles d'EssilorLuxottica et de permettre leur suivi et leur comparabilité avec ceux de ses concurrents. En particulier, la Direction a ajusté les indicateurs suivants : le *Coût des ventes*, la *Marge brute*, les *Charges opérationnelles*, le *Résultat opérationnel*, le *Résultat avant impôt* et le *Résultat net*. Ces mesures ajustées sont rapprochées de leurs mesures les plus comparables présentées dans les états financiers semestriels consolidés résumés pour la période de six mois close le 30 juin 2025.

En continuité avec les périodes précédentes, pour le premier semestre 2025 les indicateurs ajustés ne tiennent pas compte : (i) des impacts supplémentaires liés à l'allocation du prix d'acquisition relatif aux acquisitions stratégiques et significatives réalisées par le Groupe (*Ajustements liés à l'allocation du prix d'acquisition*) ; et (ii) des autres ajustements relatifs aux transactions inhabituelles, occasionnelles, ou sans rapport avec les activités normales, l'impact de ces événements pouvant altérer la compréhension de la performance du Groupe (*Autres ajustements « non-GAAP »*).

En millions d'euros	S1 2025	Ajustements liés à l'allocation du prix d'acquisition	Autres ajustements « non-GAAP »	S1 2025 Ajusté[2]
Chiffre d'affaires	14 024	-	-	14 024
Coût des ventes	(5 182)	4	49	(5 128)
MARGE BRUTE	**8 842**	**4**	**49**	**8 896**
En % du chiffre d'affaires	*63,1 %*			*63,4 %*
Charges opérationnelles	(6 840)	416	59	(6 364)
RÉSULTAT OPÉRATIONNEL	**2 003**	**420**	**109**	**2 532**
En % du chiffre d'affaires	*14,3 %*			*18,1 %*
Coût de l'endettement financier net et autres*	(87)	0	-	(86)
RÉSULTAT AVANT IMPÔT	**1 916**	**421**	**109**	**2 445**
En % du chiffre d'affaires	*13,7 %*			*17,4 %*
Impôts sur le résultat	(463)	(85)	(22)	(570)
RÉSULTAT NET	**1 453**	**336**	**87**	**1 875**
RÉSULTAT NET PART DU GROUPE	**1 387**	**328**	**84**	**1 799**

* *Incluant les* Autres produits/(charges) financiers *et la* Quote-part *dans le résultat net des sociétés mises en équivalence.*

Les Autres ajustements « non-GAAP » les plus significatifs sur le premier semestre 2025 sont relatifs à :

- des projets de restructuration et réorganisations (pour près de 18 millions d'euros en *Charges opérationnelles*) relatifs à plusieurs initiatives à travers le Groupe dans différents pays et activités, principalement relatifs au marché nord-américain ainsi qu'aux opérations industrielles ;
- au coût du plan international d'actionnariat salarié (SuperBoost) pour près de 71 millions d'euros. Ce plan n'ayant pas été proposé l'année dernière aux salariés, ce montant significatif affecte la comparabilité de la performance financière. Le coût SuperBoost est principalement reconnu en *Coût des ventes ;*
- des *Impôts sur le résultat* ajustés à hauteur de (22) millions d'euros en raison des impacts fiscaux induits par l'ensemble des ajustements décrits ci-dessus.

Compte de résultat consolidé ajusté[2]

En millions d'euros	S1 2025 Ajusté[2]	S1 2024 Ajusté[2]	Variation à taux de change constants[1]	Variation à taux de change courants
Chiffre d'affaires	14 024	13 290	7,3 %	5,5 %
Coût des ventes	(5 128)	(4 749)	9,5 %	8,0 %
MARGE BRUTE	**8 896**	**8 541**	**6,1 %**	**4,2 %**
En % du chiffre d'affaires	*63,4 %*	*64,3 %*		
Frais de recherche et développement	(199)	(177)	13,3 %	12,8 %
Frais de commercialisation	(4 143)	(3 933)	7,0 %	5,3 %
Redevances	(132)	(130)	4,2 %	1,9 %
Frais de publicité et de marketing	(842)	(817)	4,5 %	3,1 %
Frais généraux et administratifs	(1 054)	(1 052)	1,2 %	0,2 %
Autres produits/(charges) opérationnels	7	(2)	>100 %	>100 %
Total des charges opérationnelles	**(6 364)**	**(6 109)**	**5,6 %**	**4,2 %**
RÉSULTAT OPÉRATIONNEL	**2 532**	**2 431**	**7,1 %**	**4,1 %**
En % du chiffre d'affaires	*18,1 %*	*18,3 %*		
Coût de l'endettement financier net et autres*	(86)	(83)	9,0 %	4,5 %
RÉSULTAT AVANT IMPÔT	**2 445**	**2 349**	**7,1 %**	**4,1 %**
En % du chiffre d'affaires	*17,4 %*	*17,7 %*		
Impôts sur le résultat	(570)	(528)		
Taux effectif d'impôt	*23,3 %*	*22,5 %*		
RÉSULTAT NET	**1 875**	**1 820**	**6,0 %**	**3,0 %**
RÉSULTAT NET PART DU GROUPE	**1 799**	**1 746**	**6,1 %**	**3,1 %**

* *Incluant les Autres produits / (charges) financiers et la Quote-part dans le résultat net des sociétés mises en équivalence.*

Le ***Chiffre d'affaires*** du premier semestre s'est élevé à 14 024 millions d'euros, en hausse de 7,3 % à taux de change constants[1] (+5,5 % à taux de change courants).

***Marge brute ajustée*[2]: +6,1 % à taux de change constants[1] (+4,2 % à taux de change courants)**

La *Marge brute* ajustée[2] s'est élevée à 8 896 millions d'euros au premier semestre 2025, représentant 63,4 % du chiffre d'affaires. Les principaux facteurs de dilution du taux de Marge brute sont liés aux nouveaux droits de douane mis en place par l'administration américaine ainsi qu'à une part plus importante des ventes provenant de produits *wearables*, compensés en partie par l'effet favorable du prix-mix.

***Charges opérationnelles* ajustées[2]: +5,6 % à taux de change constants[1] (+4,2 % à taux de change courants)**

Les *Charges opérationnelles* ajustées[2] se sont élevées à 6 364 millions d'euros au premier semestre 2025, représentant 45,4 % du chiffre d'affaires (46,0 % au premier semestre 2024).

Les principales variations relatives aux *Charges opérationnelles* portent sur :

- des *Frais de commercialisation* de 4 143 millions d'euros, en augmentation de 7,0 % à taux de change constants[1] par rapport au premier semestre 2024, en raison principalement d'une hausse des charges de personnel ;
- des *Frais de publicité et de marketing* de 842 millions d'euros, en hausse de 4,5 % à taux de change constants[1], notamment en raison des investissements liés au lancement de la nouvelle catégorie des solutions auditives ;
- des *Frais généraux et administratifs* de 1 054 millions d'euros, en hausse de 1,2 % à taux de change constants[1], par rapport à la même période de 2024, en raison d'une gestion efficiente des frais généraux.

***Résultat opérationnel* ajusté[2] : +7,1 % à taux de change constants[1] (+4,1 % à taux de change courants)**

Le Groupe enregistre un *Résultat opérationnel* ajusté[2] de 2 532 millions d'euros, représentant 18,1 % du chiffre d'affaires comparé aux 18,3 % sur la même période en 2024 (18,3 % à taux de change constants[1], soit un montant stable comparé au premier semestre 2024).

Coût de l'endettement financier net*[6] ajusté[2] *et autres

Le *Coût de l'endettement financier net*[6] ajusté[2] est en progression par rapport au premier semestre 2024 en raison d'un effet négatif provenant d'une hausse des taux d'intérêts, en particulier sur les taux applicables aux contrats de location des magasins.

***Impôts sur le résultat* ajusté[2]**

EssilorLuxottica reconnaît pour le premier semestre 2025 une charge d'*Impôts sur le résultat* de 570 millions d'euros représentant un taux d'impôt ajusté[2] de 23,3 %. En année pleine, le taux d'impôt effectif ajusté[2] est attendu globalement similaire à celui de l'année 2024.

***Résultat net part du Groupe* ajusté[2] en hausse de +6,1 % à taux de change constants[1] (+3,1 % à taux de change courants)**

Bilan, endettement financier net, flux de trésorerie et autres mesures « non-GAAP »

État de la situation financière consolidée d'EssilorLuxottica reclassé

L'état reclassé de la situation financière consolidée d'EssilorLuxottica agrège les montants des actifs et des passifs de l'état de la situation financière consolidée conformément aux critères fonctionnels qui considèrent le Groupe classiquement divisé en trois domaines fondamentaux axés sur les investissements, l'exploitation et le financement.

En millions d'euros	30 juin 2025	31 décembre 2024
Goodwill	30 154	31 996
Immobilisations incorporelles	10 025	11 047
Immobilisations corporelles	5 388	5 689
Droits d'utilisation	3 336	3 484
Titres mis en équivalence	85	85
Autres actifs non courants	1 524	1 535
Actifs immobilisés	**50 512**	**53 836**
Besoin en fonds de roulement commercial	**4 272**	**3 756**
Avantages au personnel et provisions	**(861)**	**(939)**
Créances d'impôts/(dettes)	(402)	(243)
Impôts différés actifs/(passifs)	(1 541)	(1 651)
Impôts actifs/(passifs)	**(1 943)**	**(1 895)**
Autres actifs opérationnels courants/(passifs)	**(2 313)**	**(2 791)**
CAPITAL NET INVESTI	**49 668**	**51 967**
CAPITAUX PROPRES	**38 405**	**41 001**
ENDETTEMENT FINANCIER NET	**11 263**	**10 966**

Les *Actifs immobilisés*, d'une valeur de 50 512 millions d'euros ont diminué de 3 324 millions d'euros par rapport au 31 décembre 2024. Les principales catégories d'actifs contribuant à cette diminution sont indiquées ci-dessous :

i. *goodwill* : le *goodwill* a diminué de 1 842 millions d'euros, dont 1 991 millions d'euros dus aux effets des variations des taux de change, compensés partiellement par une augmentation de 148 millions d'euros résultant des regroupements d'entreprises intervenus sur la période.

ii. les *immobilisations incorporelles* : la diminution de 1 022 millions d'euros est principalement liée aux charges d'amortissement de la période pour 634 millions d'euros (significativement impactées par les charges d'amortissement résultant de la reconnaissance d'actifs incorporels suite à l'allocation du prix d'acquisition relatif au Rapprochement EL et à l'Acquisition GV) et par les effets des variations des taux de change pour 533 millions d'euros, compensés partiellement par les nouvelles acquisitions de la période pour 138 millions d'euros, principalement en licences et logiciels.

iii. les *Immobilisations corporelles* et le *Droit d'utilisation* : la baisse globale sur la période est de 449 millions d'euros. Les charges d'amortissement et de dépréciation de la période pour près de 911 millions d'euros et les effets négatifs des variations des taux de change pour 498 millions d'euros ont été partiellement compensés par les nouvelles immobilisations de la période (dépenses en investissements pour près de 435 millions d'euros, ainsi que la comptabilisation de nouveaux droits d'utilisation dans le cadre des contrats de location conclus sur le premier semestre 2025 pour 516 millions d'euros).

Le *Besoin en fonds de roulement commercial* (soit la somme des stocks, des créances clients et des dettes fournisseurs) a augmenté de 516 millions d'euros par rapport au 31 décembre 2024 .en raison d'une part, de la trajectoire de croissance de la division Professional Solutions et, d'autre part, de la saisonnalité de l'activité.

Les *Capitaux propres* ont diminué en raison des distributions de dividendes de la période : 547 millions d'euros versés aux actionnaires d'EssilorLuxottica n'ayant pas opté pour le dividende en actions (voir paragraphe *Faits marquants*) et 75 millions d'euros distribués aux actionnaires minoritaires des filiales du Groupe ainsi que des effets provenant de la conversion des soldes et flux en devises (une baisse de 3 266 millions d'euros des réserves de conversion du Groupe). Cette baisse a été partiellement compensée du résultat net part du Groupe de la période (1 387 millions d'euros).

L'*Endettement financier net*[6] a augmenté de 297 millions d'euros par rapport au 31 décembre 2024, comme illustré dans le paragraphe dédié.

Autres mesures « non-GAAP »

D'autres mesures « non-GAAP » telles que l'Endettement financier net[6], le Cash-flow libre[5], l'EBITDA et le ratio d'Endettement financier net[6] sur EBITDA sont également incluses dans ce document en vue de :

- renforcer la transparence pour les investisseurs ;
- aider les investisseurs à évaluer la performance opérationnelle du Groupe et de sa capacité à refinancer sa dette à mesure qu'elle arrive à échéance et à contracter des dettes supplémentaires pour investir dans de nouvelles opportunités opérationnelles ;
- aider les investisseurs à évaluer le coût de la dette du Groupe ;
- veiller à ce que ces mesures soient pleinement comprises à la lumière de la manière dont le Groupe évalue ses résultats opérationnels et son effet de levier ;
- définir correctement les paramètres utilisés et confirmer leur calcul ; et
- partager simultanément ces mesures avec tous les investisseurs.

Ces autres mesures « non-GAAP » ne sont pas destinées à être utilisées isolément ou à remplacer les agrégats figurant dans les états financiers semestriels consolidés résumés d'EssilorLuxottica établis conformément aux normes IFRS, mais doivent plutôt être utilisées en complément des résultats IFRS afin d'aider le lecteur à mieux comprendre la performance opérationnelle du Groupe. En outre, les investisseurs doivent être conscients que la méthode de calcul de ces mesures « non-GAAP » peut différer de celle employée par d'autres sociétés.

Le tableau suivant présente un rapprochement entre ces mesures « non-GAAP » et les mesures financières IFRS les plus directement comparables.

En millions d'euros	S1 2025	S1 2024
Flux de trésorerie provenant des activités opérationnelles (a)	2 175	2 135
Acquisitions d'immobilisations corporelles et incorporelles (a)	(729)	(700)
Remboursements du principal des dettes de loyers (a)	(495)	(464)
CASH-FLOW LIBRE	**951**	**971**
Résultat opérationnel (b)	2 003	1 943
Amortissements, dépréciations et pertes de valeur (a)	1 556	1 513
EBITDA	**3 559**	**3 456**
ENDETTEMENT FINANCIER NET (c)	**11 263**	**9 758**
ENDETTEMENT FINANCIER NET/EBITDA LTM (d)	**1,7**	**1,5**

(a) Tels que présentés dans le tableau des flux de trésorerie consolidés.

(b) Tel que présenté dans le compte de résultat consolidé.

(c) L'Endettement financier net[6] est présenté dans la Note 15 Dettes financières, incluant les dettes de loyer des Notes aux états financiers semestriels consolidés résumés. Ses composantes sont aussi présentées dans le paragraphe Endettement financier net[6] ci-dessous

(d) EBITDA LTM = 12 mois glissants, 6 648 millions d'euros sur la période de 12 mois close au 30 juin 2025 et 6 309 millions d'euros sur la période de 12 mois close au 30 juin 2024.

Endettement financier net[6]

L'*Endettement financier net[6] hors dettes de loyer* du Groupe a atteint 7 793 millions d'euros au 30 juin 2025, soit une hausse de 474 millions d'euros par rapport au 31 décembre 2024. Au 30 juin 2025, le solde des dettes de loyer est en diminution de 177 millions d'euros comparé à celui à fin 2024.

En millions d'euros	30 juin 2025	31 décembre 2024
Dettes financières non courantes	6 807	7 071
Dettes financières courantes	3 773	2 498
TOTAL PASSIFS	**10 580**	**9 570**
Investissements court terme	-	-
Trésorerie et équivalents de trésorerie	(2 786)	(2 251)
TOTAL ACTIFS	**(2 786)**	**(2 251)**
Instruments dérivés sur les dettes financières (couverture de juste valeur)	-	-
ENDETTEMENT FINANCIER NET hors dettes de loyer	**7 793**	**7 319**
Dettes de loyer (courantes et non courantes)	3 470	3 647
ENDETTEMENT FINANCIER NET	**11 263**	**10 966**

Les dettes financières non courantes ont diminué par rapport au 31 décembre 2024, essentiellement du fait du reclassement en dettes financières courantes d'un Eurobond de 1,25 milliard (valeur nominale) arrivant à échéance en janvier 2026, partiellement compensé par l'émission d'un Eurobond de 1 milliard arrivant à échéance en janvier 2030.

Les dettes financières courantes sont en progression, notamment en raison du reclassement de 1,25 milliard d'euros (valeur nominale) présenté ci-dessus et d'une hausse de l'encours de Commercial Papers, principalement dans le cadre du programme USCP pour 1,68 milliard d'euros (valeur nominale), partiellement compensée par une diminution provenant du remboursement d'un emprunt obligataire pour un montant de 1,5 milliard d'euros (valeur nominale) arrivé à échéance en mai.

Tableau des flux de trésorerie consolidés reclassé

Le tableau des flux de trésorerie consolidés reclassé réconcilie l'EBITDA avec le flux net de trésorerie généré par le Groupe en mettant en évidence le flux de trésorerie provenant de l'exploitation (Cash-flow libre[5]).

En millions d'euros	S1 2025	S1 2024
EBITDA	**3 559**	**3 456**
Dépenses d'investissements	(729)	(700)
Paiement des loyers (hors intérêts) (a)	(495)	(464)
Impôts payés	(331)	(297)
Variation du besoin en fonds de roulement commercial (b) et autres variations	(1 053)	(1 024)
CASH-FLOW LIBRE	**951**	**971**
Dividendes versés	(620)	(1 220)
Acquisitions de filiales, net de la trésorerie acquise	(138)	(70)
Autres variations des capitaux propres	(480)	(111)
Autres variations d'actifs financiers et non financiers	19	(6)
Variation des dettes financières (hors écarts de change)	1 059	(30)
VARIATION DE LA TRÉSORERIE	**790**	**(465)**

(a) Remboursements du principal des dettes de loyers tels que présentés dans le tableau des flux de trésorerie consolidés.
(b) Besoin en fonds de roulement commercial : stocks, créances clients et dettes fournisseurs.

Les *Dépenses d'investissements* décaissées s'élèvent à 729 millions d'euros, en légère hausse comparées à la même période de 2024 et représentent un taux stable de 5 % du chiffre d'affaires Groupe.

La ligne *Acquisitions de filiales, net de la trésorerie acquise*, représente les sorties nettes de trésorerie relatives aux regroupements d'entreprises finalisés sur la période, et dans un effet moindre, les compléments de prix et/ou paiements différés portant sur des acquisitions finalisées les années passées.

Les *Dividendes versés* diminuent fortement par rapport à la période comparative de l'année précédente, principalement en raison d'une réduction de la distribution de dividendes en numéraire aux actionnaires d'EssilorLuxottica (en 2025, 70% des actionnaires du groupe ont opté pour recevoir leur dividende en actions nouvellement émises, dit dividende en actions, contre 35% en 2024).

La ligne *Autres variations des capitaux propres* intègre entre autres, les effets des opérations relatives aux participations ne donnant pas le contrôle ainsi que les sorties de trésorerie relatives aux programmes de rachat d'actions (496 millions d'euros pour le premier semestre 2025, tandis qu'aucune action EssilorLuxottica n'a été rachetée au premier semestre 2024) compensés en partie par les encaissements liés aux programmes d'actionnariat salarié.

Les flux reportés dans la ligne *Autres variations d'actifs financiers et non financiers* au premier semestre 2025 comprennent les décaissements issus des prises de participation financières dans des sociétés non consolidées.

Enfin, la ligne *Variation des dettes financières (hors écarts de change)* a été principalement impactée par les mouvements décrits dans le paragraphe *Endettement financier net*[6].

Acquisitions et partenariats

Au cours du premier semestre 2025, EssilorLuxottica a poursuivi sa stratégie de fusions et acquisitions dans certaines activités et zones géographiques. Les principales transactions de l'année sont les suivantes :

- Le 2 janvier 2025, EssilorLuxottica a annoncé l'acquisition de Pulse Audition, une start-up française proposant des solutions de réduction du bruit et de rehaussement de la voix basées sur des algorithmes intégrant l'IA, permettant aux personnes malentendantes de mieux entendre les propos de leurs interlocuteurs, en particulier dans des environnements bruyants.
- Le 1er février 2025, EssilorLuxottica a acquis Cellview Imaging Inc, une start-up canadienne spécialisée dans le diagnostic innovant fondé sur l'imagerie rétinienne. L'offre de produits de Cellview a été approuvée par la FDA et a obtenu le marquage CE et permet aux professionnels de la vue de diagnostiquer les pathologies rétiniennes grâce à la caméra rétinienne ultra-grand champ capable de capturer des images nettement plus grandes que la plupart des technologies existantes.
- Le 30 mai 2025, EssilorLuxottica et MidEuropa ont annoncé avoir conclu un accord prévoyant l'acquisition d'Optegra par EssilorLuxottica. Optegra est une plateforme d'ophtalmologie intégrée, en forte croissance et opérant sur cinq marchés européens clés : le Royaume-Uni, la République Tchèque, la Pologne, la Slovaquie, et les Pays-Bas. Avec les enseignes Optegra, Lexum et Iris, le groupe Optegra opère un large réseau de plus de 70 cliniques ophtalmologiques et centres de diagnostic, et propose des traitements ophtalmiques essentiels ainsi que des procédures électives de correction visuelle, s'appuyant notamment sur l'IA, couvrant les phases pré- et post-opératoires. La transaction devrait être finalisée d'ici fin 2025 sous réserve des approbations réglementaires et des autres conditions usuelles.
- Le 5 juin 2025, EssilorLuxottica a annoncé la signature d'un accord en vue d'acquérir l'une des principales chaines d'optique en Malaisie, qui opère 90 magasins sous les bannières A-Look, Seen et OWL. Cet accord a été finalisé le 1er juillet 2025.

Les autres acquisitions réalisées sur la période portent sur des rachats de participations minoritaires et des prises de participations majoritaires dans des sociétés opérant dans l'industrie de l'optique ophtalmique et la lunetterie.

Mission et développement durable

Actualité de la mission, OneSight EssilorLuxottica Foundation

Le Groupe, par l'intermédiaire de OneSight EssilorLuxottica Foundation, continue de défendre « le Droit de Voir » pour tous, partout dans le monde, pour apporter la santé visuelle aux 2,7 milliards de personnes soufrant d'une mauvaise vision non corrigée, dont 90 % vivent dans des communautés en développement.

Depuis janvier 2025, nos efforts ont permis à 6 millions de personnes de plus de bénéficier d'une paire de lunettes, et de donner un accès durable à la santé visuelle à 87 millions de personnes dans le monde grâce à la création de 2 270 nouveaux points d'optiques ruraux.

Ces efforts ont été soutenus par plus de 2 440 salariés bénévoles à travers le monde.

Depuis 2013, le Groupe et ses partenaires ont équipé plus de 92 millions de personnes d'une paire de lunettes et ont mis en place plus de 35 600 points d'otiques ruraux à l'échelle mondiale.

Début 2025, nous avons franchi une étape importante : plus d'un milliard de personnes dans les régions mal desservies ont désormais un accès permanent à une structure de santé visuelle grâce au réseau de points d'optiques ruraux mis en place avec l'appui de OneSight EssilorLuxottica Foundation.

En Afrique, OneSight EssilorLuxottica Foundation continue d'intensifier ses efforts. En 2024, avec nos partenaires, nous avons équipé 1 million de personnes en Afrique avec des lunettes ; un record pour nos activités liée à notre mission sur le continent pour une seule année. En 2025, nous avons poursuivi sur cette lancée, atteignant ce même cap dès les six premiers mois de l'année.

En tant que partenaire mondial de l'Organisation Mondiale de la Santé (OMS) pour l'initiative SPECS 2030, OneSight EssilorLuxottica Foundation coordonne une action mondiale visant à intégrer les solutions de santé visuelle dans les systèmes de santé primaires.

Depuis le début de l'année 2025, nous avons co-animé, avec l'OMS, des ateliers SPECS 2030, en mobilisant les plus hauts responsables gouvernementaux dans plus de 15 pays en Afrique, en Asie et en Amérique latine.

Nous constatons déjà un engagement croissant des gouvernements à nous rejoindre dans l'action contre la mauvaise vision non corrigée :

- Suite au succès du programme de dépistage scolaire « Vision for All » de OneSight EssilorLuxottica Foundation à Goa, en Inde, qui a conduit à une directive majeure imposant un dépistage visuel annuel pour tous les élèves, le gouvernement de l'Arunachal Pradesh s'est engagé à reproduire ce modèle et à instaurer un dépistage annuel dans ses écoles également.
- S'appuyant sur le succès du programme Asha Kirana, développé par le gouvernement du Karnataka avec OneSight EssilorLuxottica Foundation comme partenaire technique, l'État intensifie désormais ses efforts pour intégrer la santé visuelle dans le système de santé publique. Dans le cadre de cette expansion, le gouvernement a lancé 393 nouveaux centres de vision et s'est engagé à former les 40 000 agents de santé communautaires, assurant ainsi un accès permanent à la santé visuelle pour les 44 millions d'habitants de l'État.
- En Afrique, nous sommes en discussion avec plusieurs gouvernements en vue de présenter et adopter nos modèles d'accès permanent à la santé visuelle comme études de cas à reproduire dans d'autres pays.
- En Italie, en partenariat avec les représentants locaux de l'OMS et du gouvernement, la OneSight EssilorLuxottica Foundation a lancé son Rapport d'Impact Social et son Observatoire de la santé visuelle afin de faire le point sur les progrès réalisés et de réaffirmer un engagement de long terme en faveur de la santé visuelle.

Au sein du Groupe, OneSight EssilorLuxottica Foundation renforce l'engagement autour de notre mission par le biais d'iVolunteer, notre plateforme mondiale de bénévolat, et d'iGive, notre plateforme de dons pour les salariés actuels et anciens d'EssilorLuxottica, leur permettant de rester impliqués dans la cause de la bonne vision et contribuer à un impact durable.

En reconnaissance de ces efforts, EssilorLuxottica a reçu en Inde le Sustainability 100+ Award pour avoir étendu la santé visuelle dans les écoles à grande échelle, ainsi que le YIMN Award en Indonésie pour apporter une bonne vision à la jeunesse qui n'y a pas accès.

Le Groupe reste résolument engagé à apporter des solutions de santé visuelle aux populations les plus vulnérables, et entend poursuivre l'expansion de ses initiatives, établir de nouveaux partenariats et tirer parti des technologies innovantes pour garantir que chacun, où qu'il soit et quelles que soient ses conditions de vie, puisse avoir accès à la bonne vision.

Développement durable, Eyes on the Planet

Chez EssilorLuxottica, prendre soin de notre planète est une responsabilité partagée. A travers son programme Eyes on the Planet, le Groupe s'engage à avoir un impact positif tout au long de la chaine de valeur, en matière de sensibilisation à l'environnement, de bien-être des salariés et de développement socio-économique dans les communautés où il est présent.

L'engagement et les progrès de l'entreprise en matière de développement durable ont été reconnus par S&P Global, qui a sélectionné EssilorLuxottica pour figurer dans le 2025 Sustainability Yearbook. Le Sustainability Yearbook distingue les entreprises de leur secteur pour leur performance en matière de développement durable sur la base de leur score de durabilité 2024 (« Corporate Sustainability Assessment (CSA) »). EssilorLuxottica a également été désigné « Industry mover » dans le secteur « Health Care Equipment & Supplies » après avoir enregistré la plus forte augmentation de score au sein du secteur par rapport à l'année précédente, selon l'évaluation 2024 du CSA publiée par S&P Global.

Au cours du premier semestre de 2025, EssilorLuxottica a réalisé des progrès significatifs dans l'exécution de son programme de développement durable Eyes on the Planet, qui sont rappelés ci-dessous :

- Le Jour de la Terre, le 22 avril, a donné le coup d'envoi de la quatrième Semaine annuelle de Développement Durable d'EssilorLuxottica, avec des cours virtuels en direct sur Leonardo ainsi que des ateliers sur le climat pour inciter à l'action, souligner l'impact des initiatives de développement durable du Groupe et créer de l'engagement autour du thème du Jour de la Terre 2025 « Notre énergie, notre planète » pour les salariés et les clients.

- Poursuivant son engagement pour un avenir plus responsable, EssilorLuxottica a inauguré deux exemples d'innovation durable, le Laboratoire d'Excellence en France et Oasi Barberini en Italie.
  Le nouveau laboratoire de prescription est le premier site industriel français à viser la certification LEED Gold, traduisant le respect de normes strictes en matière d'efficacité énergétique, de gestion de l'eau et de préservation de la biodiversité. Il est entièrement alimenté par des énergies renouvelables ne générant pas d'émission de CO2, et dispose de 3 700 m² de panneaux photovoltaïques qui couvrent 15 % de ses besoins énergétiques. Des initiatives innovantes ont permis de réduire de 64 % la consommation d'énergie par verre et de 55 % la consommation d'eau. Le compactage des copeaux a permis de réduire les déchets de 46 % et plus de 95 % des déchets sont réutilisés. L'environnement de travail privilégie le bien-être des salariés grâce à une meilleure qualité de l'air, un confort acoustique et un éclairage naturel.
  Oasi Barberini à Città Sant'Angelo (Italie) est un exemple innovant de développement durable, d'économie circulaire et de régénération des terres sur 40 hectares de terrains industriels reconvertis. Il dispose d'un parc solaire à grande échelle d'une puissance totale de 20 MW, entièrement construit et géré par EssilorLuxottica et directement connecté à l'usine Barberini du Groupe, afin de maximiser l'autoconsommation de l'énergie produite sur place. De plus, des produits de haute qualité sont cultivées, notamment de l'huile d'olive extra vierge, du miel et de la purée de tomates, pour un usage en interne, conformément à l'initiative du Groupe « Eyes on Food » (qui fait partie du programme Eyes on the Planet).

- En l'honneur de la Journée mondiale de l'océan (8 juin), EssilorLuxottica a introduit un nouvel engagement visant à réduire les emballages en plastique à usage unique, en se concentrant sur les emballages B2C pour les produits envoyés directement au consommateur final, et les emballages B2B pour les matériaux, composants ou produits destinés à être distribués à d'autres fabricants ou intermédiaires. L'objectif fixé est de réduire les emballages en plastique à usage unique de 60 % dans son flux B2C d'ici 2030 et de 30 % dans son flux B2B d'ici 2030, en prenant les volumes de 2023 comme référence. Pour atteindre ses objectifs à l'horizon 2030, le Groupe continuera de privilégier l'élimination des plastiques à usage unique et privilégiera leur remplacement par des options réutilisables, non plastiques ou recyclées.

- Le Groupe a poursuivi son engagement à construire une culture d'entreprise où le respect, l'égalité et l'inclusion sont essentiels afin que chacun puisse être fier d'exprimer son authenticité. Au cours du premier semestre, le processus de sensibilisation a progressé avec des campagnes mondiales diffusées sur la plateforme d'apprentissage Leonardo et à des initiatives locales célébrant la Journée internationale des droits des femmes, le mois de la sensibilisation à la santé mentale et le mois des fiertés. Tous les événements ont donné la parole à des salariés du monde entier qui ont partagé leurs expériences personnelles, soutenant ainsi une culture d'entreprise qui encourage le dialogue ouvert.

- Ces mêmes valeurs de diversité et d'inclusion sont au cœur du Camp d'été de l'entreprise, une expérience internationale unique pour les enfants des collaborateurs, qui en est à sa 10ème édition. Environ 1 830 participants, âgés de 9 à 16 ans, venus de toute l'Europe, participent à un programme riche en activités, organisé de juin à août.

- Poursuivant son engagement à rendre l'art accessible à tous à travers l'initiative Eyes on Art, le Groupe a conçu des interprétations tactiles de chefs-d'œuvre pour le Musée Granet d'Aix-En-Provence, permettant aux visiteurs aveugles ou malvoyants d'explorer les chefs-d'œuvre de Paul Cézanne dans le cadre de l'exposition internationale dédiée au peintre postimpressionniste français. Dans le cadre de sa quatrième année de partenariat avec la Fondation Italia Patria della Bellezza, qui promeut la beauté et le talent de l'Italie sous diverses formes, EssilorLuxottica a décerné le prix « Eyes on Art » à Horti, un parc public urbain de 3,5 hectares et jardin d'art contemporain situé au sein de l'Université de Pavie, en Italie. Pour l'occasion, une vidéo a été produite en interne et diffusée sur les écrans numériques d'EssilorLuxottica dans des lieux emblématiques de Milan et de New York afin de mettre en valeur la beauté naturelle du parc ainsi que ses contributions sociales, culturelles et environnementales.

Facteurs de risques

Les principaux risques auxquels le Groupe est exposé sont détaillés dans la section 2.1 *Facteurs de risque* du Document d'Enregistrement Universel 2024. À la date de publication du présent rapport, cette description demeure pleinement applicable.

Compte tenu de l'environnement macroéconomique actuel, la Direction considère que l'impact des droits de douane supplémentaires à l'importation aux États-Unis, introduits au cours de l'année 2025, constitue un facteur d'instabilité, tel que décrit dans le facteur de risque *Environnement politique et social* présenté dans le Document d'Enregistrement Universel 2024, pour lequel la Direction a mis en œuvre des mesures d'atténuation.

Par ailleurs, les informations relatives aux risques financiers et de marché au 30 juin 2025 sont présentées dans la Note 18 *Instruments financiers et gestion des risque*s des états financiers consolidés semestriels résumés inclus dans le Rapport d'activité semestriel.

Événements postérieurs à la clôture

EssilorLuxottica va acquérir la division de PUcore dédiée au développement, à la fabrication et à la vente de matériaux pour verres optiques

Le 21 juillet 2025, EssilorLuxottica a annoncé la signature d'un accord avec la société sud-coréenne PUcore, pour l'acquisition de tous ses actifs et entités dédiés au développement, à la fabrication et à la vente de monomères utilisés dans la production de verres d'optique ophtalmique hauts-indices.

Les activités acquises par EssilorLuxottica comprennent une unité de R&D, un site de production de matériaux et une équipe commerciale, basés en République de Corée. Dans le cadre de cette transaction, le Groupe acquiert également un portefeuille de propriété intellectuelle en lien avec les formulations des produits et les processus de production.

La transaction devrait être finalisée d'ici fin 2025, sous réserve des approbations réglementaires et des autres conditions usuelles de clôture.

Perspectives

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 constants[1] (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 ajusté[2] de l'ordre de 19 à 20 % du chiffre d'affaires à l'issue de cette période.

Notes

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 aux *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 (c'est-à-dire le 1er janvier). Le chiffre d'affaires comparable a été préparé à titre illustratif dans le seul but de fournir des informations comparables.
5. **Cash-flow libre:** *Flux de trésorerie provenant des activités opérationnelles*, moins la somme des *Acquisitions d'immobilisations corporelles et incorporelles* et des *Remboursements du principal des dettes de loyers* conformément au tableau IFRS des flux de trésorerie consolidés.
6. **Endettement financier net:** somme des *Dettes financières courantes et non courantes*, *Dettes de loyer courantes et non courantes*, moins les *Investissements court-terme*, la *Trésorerie et équivalents de trésorerie* et les *Instruments dérivés sur les dettes financières (couverture de juste valeur)* comme présentés dans les états financiers consolidés IFRS.

Annexe - Extraits des États financiers semestriels consolidés résumés

Compte de résultat consolidé

En millions d'euros	Premier semestre 2025	Premier semestre 2024
Chiffre d'affaires	14 024	13 290
Coût des ventes	(5 182)	(4 761)
MARGE BRUTE	**8 842**	**8 529**
Frais de recherche et développement	(326)	(309)
Frais de commercialisation	(4 413)	(4 202)
Redevances	(132)	(130)
Frais de publicité et de marketing	(891)	(867)
Frais généraux et administratifs	(1 086)	(1 076)
Autres produits/(charges) opérationnels	8	(1)
Total des charges opérationnelles	**(6 840)**	**(6 586)**
RÉSULTAT OPÉRATIONNEL	**2 003**	**1 943**
Coût de l'endettement financier net	(112)	(79)
Autres produits/(charges) financiers	26	(2)
Quote-part dans le résultat net des sociétés mises en équivalence	(1)	(1)
RÉSULTAT AVANT IMPÔT	**1 916**	**1 861**
Impôts sur le résultat	(463)	(428)
RÉSULTAT NET	**1 453**	**1 433**
dont :		
• part du Groupe	1 387	1 365
• part des participations ne donnant pas le contrôle	66	67
Nombre moyen pondéré d'actions en circulation :		
• de base	456 251 977	452 082 248
• dilué	461 971 715	458 604 742
Résultat net, part du Groupe par action (en euros) :		
• de base	3,04	3,02
• dilué	3,00	2,98

État de la situation financière consolidée

Actif

En millions d'euros	30 juin 2025	31 décembre 2024
Goodwill	30 154	31 996
Immobilisations incorporelles	10 025	11 047
Immobilisations corporelles	5 388	5 689
Droit d'utilisation	3 336	3 484
Titres mis en équivalence	85	85
Autres actifs non courants	1 524	1 535
Impôts différés actifs	388	391
TOTAL ACTIFS NON COURANTS	**50 901**	**54 227**
Stocks et en cours	3 355	3 152
Créances clients	3 437	3 261
Créances d'impôt	197	294
Autres actifs courants	1 251	1 078
Trésorerie et équivalents de trésorerie	2 786	2 251
TOTAL ACTIFS COURANTS	**11 027**	**10 036**
TOTAL DE L'ACTIF	**61 928**	**64 264**

Passif

En millions d'euros	30 juin 2025	31 décembre 2024
Capital	83	82
Primes d'émission	24 789	23 539
Actions propres	(486)	(172)
Autres réserves	12 050	14 568
Résultat net part du Groupe	1 387	2 359
CAPITAUX PROPRES PART DU GROUPE	**37 824**	**40 376**
Capitaux propres attribuables aux participations ne donnant pas le contrôle	581	626
TOTAL DES CAPITAUX PROPRES	**38 405**	**41 001**
Dettes financières non courantes	6 807	7 071
Dettes de loyers non courantes	2 566	2 733
Avantages au personnel	434	455
Provisions non courantes	197	214
Autres passifs non courants	202	191
Impôts différés passifs	1 929	2 043
TOTAL PASSIFS NON COURANTS	**12 136**	**12 707**
Dettes financières courantes	3 773	2 498
Dettes de loyers courantes	904	914
Dettes fournisseurs	2 520	2 657
Dettes d'impôt	599	537
Provisions courantes	230	270
Autres passifs courants	3 361	3 679
TOTAL PASSIFS COURANTS	**11 387**	**10 555**
TOTAL DU PASSIF	**61 928**	**64 264**

Tableau des flux de trésorerie consolidés

En millions d'euros	Premier semestre 2025	Premier semestre 2024
RÉSULTAT NET	**1 453**	**1 433**
Amortissements, dépréciations et pertes de valeur	1 556	1 513
Résultat des cessions d'actifs	(2)	2
Charges relatives aux paiements fondés sur des actions	165	71
Impôts sur le résultat	463	428
Résultat financier, net	86	81
Autres éléments sans incidence sur la trésorerie	(6)	14
Dotation (reprise) nette aux provisions	(29)	(40)
Variation du besoin en fonds de roulement commercial	(591)	(456)
Variation des autres créances et dettes opérationnelles	(461)	(500)
Impôts payés, net	(331)	(297)
Frais financiers payés, net	(129)	(113)
FLUX DE TRÉSORERIE PROVENANT DES ACTIVITÉS OPÉRATIONNELLES	**2 175**	**2 135**
Acquisitions d'immobilisations corporelles et incorporelles	(729)	(700)
Cession d'immobilisations corporelles et incorporelles	8	4
Acquisition de filiales, net de la trésorerie acquise	(138)	(70)
Variation des autres actifs non financiers	7	5
Variation des autres actifs financiers	3	(15)
FLUX DE TRÉSORERIE PROVENANT DES ACTIVITÉS D'INVESTISSEMENT	**(849)**	**(776)**
Augmentation de capital	—	2
Cession nette / (acquisition nette) d'actions propres	(420)	26
Dividendes versés :		
• aux actionnaires du Groupe	(547)	(1 163)
• aux détenteurs de participations ne donnant pas le contrôle	(72)	(57)
Opérations relatives aux participations ne donnant pas le contrôle	(60)	(138)
Remboursements du principal des dettes de loyers	(495)	(464)
Émissions d'obligations, de placements privés et d'autres dettes financières à long terme	991	—
Remboursements d'obligations, de placements privés et d'autres dettes financières à long terme	(1 500)	(1 300)
Variations des autres dettes financières (à court et long terme)	1 567	1 270
FLUX DE TRESORERIE PROVENANT DES ACTIVITÉS DE FINANCEMENT	**(536)**	**(1 824)**
VARIATION DE LA TRÉSORERIE ET DES ÉQUIVALENTS DE TRÉSORERIE	**790**	**(465)**
Trésorerie et équivalents de trésorerie au début de l'exercice	2 251	2 558
Incidence des variations des taux de change	(254)	72
TRÉSORERIE ET ÉQUIVALENTS DE TRÉSORERIE À LA CLÔTURE	**2 786**	**2 165**