

FATTURATO DEL PRIMO TRIMESTRE 2026

Fatturato in crescita del 10,8% nel primo trimestre Terzo trimestre consecutivo di crescita a doppia cifra

- **Fatturato del primo trimestre a 7.127 milioni di Euro, in crescita del 10,8% a cambi costanti¹ e del 4,1% a cambi correnti**
- **Professional Solutions e Direct to Consumer in crescita entrambi a doppia cifra**
- **Il business tradizionale cresce mid-single digit**
- **Il Nord America cresce del 12,5% e l'EMEA del 9,5%, trainate dal successo degli AI glasses e dell'eccellente performance del marchio Ray-Ban**
- **La Cina accelera, con una crescita low teen, grazie alle soluzioni per la gestione della miopia e alla dinamica positiva del business retail**
- **Il portafoglio di soluzioni per la gestione della miopia cresce del 26%, con la Cina, principale mercato, in aumento del 18%**
- **I nuovi stili Optics degli AI glasses Ray-Ban partono con ottimi risultati**
- **L'investimento in Top Charoen rafforza la presenza retail in Thailandia, mercato ad alto potenziale, con l'integrazione di circa 2.000 negozi e una rete complessiva del Gruppo che raggiunge quasi 20.000 punti vendita nel mondo**

Parigi, Francia (22 aprile 2026 – ore 18:00) – EssilorLuxottica annuncia che i ricavi consolidati del primo trimestre 2026 sono stati pari a 7.127 milioni di Euro, con un aumento del 10,8% a cambi costanti¹ rispetto al primo trimestre del 2025 (+4,1% a cambi correnti).

Francesco Milleri, Presidente e Amministratore Delegato, e Paul du Saillant, Vice Amministratore Delegato di EssilorLuxottica, hanno commentato: *“Il terzo trimestre consecutivo di crescita a doppia cifra conferma, ancora una volta, la forza e la rilevanza della nostra visione e la capacità di tradurre le strategie in risultati concreti. La crescita si è mantenuta robusta in tutte le aree geografiche e in tutti i business, grazie alla solidità delle nostre attività nel vision care e nell'eyewear, e alla nostra pipeline di innovazione.*

Questa dinamica ha trovato piena espressione negli eventi SWITCH che abbiamo ospitato a Orlando e Monte Carlo, con la partecipazione di migliaia di partner e clienti da tutto il mondo, per raccontare il nostro percorso di trasformazione e un portafoglio di soluzioni in grado di migliorare concretamente la vita delle persone. Abbiamo mantenuto una solida traiettoria di crescita della nostra piattaforma di tecnologie per la gestione della miopia e importanti risultati nei wearables, con il successo della nuova linea Optics di Ray Ban Meta. Al tempo stesso, abbiamo continuato ad ampliare la nostra presenza in Thailandia con l'investimento in Top Charoen e nei suoi 2.000 negozi, con l'obiettivo di portare l'eccellenza del nostro ecosistema per la cura della vista e la salute degli occhi a milioni di persone nel paese.

Dobbiamo questi risultati alla determinazione con cui realizziamo la nostra strategia, sempre più orientata al med-tech e alla scienza, e all'impegno e alla resilienza delle nostre persone in tutto il mondo. In un contesto incerto, proseguiamo il nostro percorso con chiarezza e fiducia, continuando a costruire il futuro in cui crediamo.”

Salvo diversa indicazione, i commenti nelle pagine seguenti si intendono basati sulla performance di fatturato a cambi costanti¹ rispetto al 2025.

Highlights

L'anno è iniziato con una crescita a doppia cifra, con il fatturato in aumento del 10,8% (+4,1% a cambi correnti). I segmenti Professional Solutions e Direct to Consumer hanno contribuito in egual misura alla performance. Il Nord America ha registrato una crescita a doppia cifra, mentre tutte le altre aree geografiche hanno riportato una crescita high-single digit.

Fatturato per segmento operativo

Milioni di Euro	Q1 2026	Q1 2025	A cambi costanti ¹	A cambi correnti
Professional Solutions	3.362	3.236	+10,8%	+3,9%
Direct to Consumer	3.764	3.612	+10,7%	+4,2%
FATTURATO TOTALE	7.127	6.848	+10,8%	+4,1%

Professional Solutions

Il segmento Professional Solutions ha registrato ricavi pari a 3.362 milioni di Euro, in aumento del 10,8% rispetto al primo trimestre del 2025 (+3,9% a cambi correnti).

Nord America e Asia-Pacifico sono stati i principali motori di crescita nel trimestre, registrando una crescita a doppia cifra. I ricavi nell'area EMEA sono aumentati mid-single digit, mentre l'America Latina ha registrato una crescita high-single digit. Nel business delle montature, Ray-Ban e Oakley sono stati i marchi che hanno registrato le migliori performance, trainati dalla categoria degli AI glasses. Nelle lenti, l'innovazione è stata il principale motore della performance, trainata dalle soluzioni per la gestione della miopia.

Direct to Consumer

Il segmento Direct to Consumer ha registrato ricavi per 3.764 milioni di Euro, in crescita del 10,7% rispetto al primo trimestre del 2025 (+4,2% a cambi correnti).

Le vendite di negozi comparabili³ sono cresciute del 7% nel periodo. La performance è stata trainata dal Nord America, che ha registrato una crescita a doppia cifra, così come da EMEA e America Latina, entrambe in aumento mid-single digit. Sia i banner vista sia quelli sole hanno contribuito ai risultati, con le vendite di negozi comparabili³ dei banner sole in crescita mid-teen. La domanda di AI glasses ha continuato a trainare le vendite sia nel canale fisico sia nell'e-commerce. Le cliniche oftalmiche Optegra e Signifeye sono state consolidate rispettivamente da ottobre 2025 e febbraio 2026.

Fatturato per area geografica

Milioni di Euro	Q1 2026	Q1 2025	A cambi costanti ¹	A cambi correnti
Nord America	3.125	3.079	+12,5%	+1,5%
EMEA	2.738	2.548	+9,5%	+7,5%
Asia-Pacifico	874	852	+9,8%	+2,6%
America Latina	389	369	+6,7%	+5,4%
FATTURATO TOTALE	7.127	6.848	+10,8%	+4,1%

Nord America

Il Nord America ha registrato ricavi pari a 3.125 milioni di Euro, in crescita del 12,5% rispetto al primo trimestre del 2025 (+1,5% a cambi correnti), con entrambi i segmenti Professional Solutions e Direct to Consumer in crescita a doppia cifra.

Il segmento Professional Solutions ha conseguito una crescita mid-teen nel trimestre, trainata principalmente dagli ottici indipendenti aderenti ai programmi di partnership e dai key account. Nel business delle montature, Ray-Ban ha dato un forte impulso alla crescita, con l'aumento esponenziale degli AI glasses e una buona performance anche nel business tradizionale, con una crescita a doppia cifra sia nel sole sia nel vista. Nelle lenti, i marchi Varilux, Eyezen, Shamir e Nikon hanno registrato tutti un trend positivo. Stellest, in fase di lancio negli Stati Uniti, è attualmente disponibile in circa seimila punti vendita, con un buon avvio e solide prospettive di crescita nel resto dell'anno.

Il segmento Direct to Consumer ha registrato una performance solida, con un aumento di poco più del 10% delle vendite di negozi comparabili³. I banner vista sono cresciuti high-single digit, nonostante una base di confronto impegnativa rispetto all'anno scorso, ancora una volta grazie a una buona capacità di esecuzione della strategia. I banner sole e sport hanno sovraperformato in modo significativo, con il contributo positivo anche dei negozi Supreme. Sunglass Hut è cresciuto a doppia cifra, nonostante condizioni meteorologiche sfavorevoli, sostenuto dalla solida performance di Ray-Ban sia negli AI glasses sia nelle montature tradizionali. L'e-commerce è cresciuto a high-single digit nel periodo.

EMEA

L'EMEA ha registrato ricavi pari a 2.738 milioni di Euro, in crescita del 9,5% rispetto al primo trimestre del 2025 (+7,5% a cambi correnti), con Professional Solutions in crescita mid-single digit e Direct to Consumer in crescita a doppia cifra.

La solida performance del segmento Professional Solutions è stata trainata da tutte le principali categorie di prodotto. Gli AI glasses hanno continuato a supportare i risultati complessivi, con una distribuzione in progressivo ampliamento nell'area e oltre la metà dei punti vendita ancora da coprire. Tra le licenze, Miu Miu è il marchio di maggior successo nel primo trimestre. Nel business delle lenti, sia Varilux sia Transitions hanno registrato una crescita positiva. Inoltre, Stellest ha continuato a guadagnare terreno, registrando una crescita a doppia cifra. Regno Unito, Italia, Turchia e Polonia sono i paesi che hanno registrato le migliori performance di crescita.

Nel segmento Direct to Consumer, le vendite di negozi comparabili³ sono aumentate mid-single digit nell'area, con le insegne vista generalmente allineate alla crescita dell'area, sostenute dall'offerta di lenti ad alto valore aggiunto e dall'aumento degli esami oculistici, grazie anche all'introduzione dei test avanzati in Germania e nel Regno Unito.

Continuano a crescere i programmi di abbonamento, con oltre 2,5 milioni di membri attivi in 19 paesi, sia per occhiali da vista sia per lenti a contatto. Le insegne sole hanno registrato una crescita a doppia cifra nelle vendite di negozi comparabili³, con Spagna, Italia e Turchia tra i migliori paesi nell'area e la performance complessiva ulteriormente trainata dagli AI glasses. Le cliniche Optegra e Signifeye sono state consolidate rispettivamente da ottobre 2025 e febbraio 2026. Nel Regno Unito, la piattaforma oftalmica del Gruppo offre già soluzioni end-to-end.

Asia-Pacifico

L'Asia-Pacifico ha registrato ricavi pari a 874 milioni di Euro, in crescita del 9,8% rispetto al primo trimestre del 2025 (+2,6% a cambi correnti), con il contributo sia del segmento Professional Solutions sia di quello Direct to Consumer.

Nel segmento Professional Solutions, la Cina ha registrato una solida crescita a doppia cifra, in accelerazione rispetto al 2025. A supportare questi risultati, il portafoglio di soluzioni per la gestione della miopia, con il forte contributo delle lenti DOT Nikon e Kodak, e il business delle montature, con Bolon e Miu Miu tra i marchi di maggior successo. L'India ha registrato una significativa crescita a doppia cifra, trainata dal business delle montature, grazie allo straordinario successo degli AI glasses e alla solida performance dei brand di lusso in licenza, oltre alla buona performance nelle lenti. Tra gli altri paesi, Australia, Corea del Sud e Giappone hanno contribuito positivamente ai risultati dell'area.

Nel segmento Direct to Consumer, le vendite di negozi comparabili³ sono cresciute low-single digit. In Australia e Nuova Zelanda, le vendite di negozi comparabili³ di OPSM sono rimaste stabili nel trimestre, sostenute dall'offerta di lenti ad alto valore aggiunto. Nuance Audio ha continuato a guadagnare terreno, dopo il lancio nel quarto trimestre del 2025. Nelle terapie oculari, prosegue la diffusione delle soluzioni per il trattamento dell'occhio secco di Espansione Group nella rete OPSM. Tra gli altri paesi, la Cina continentale ha registrato una crescita a doppia cifra delle vendite di negozi comparabili³, con il contributo positivo sia dei banner sole sia di quelli vista. Nella regione, le insegne sole hanno registrato una crescita mid-single digit, sostenuta dalla solida domanda di AI glasses.

America Latina

L'America Latina ha registrato ricavi pari a 389 milioni di Euro, in crescita del 6,7% rispetto al primo trimestre del 2025 (+5,4% a cambi correnti), sostenuti da risultati positivi sia nel segmento Professional Solutions sia in quello Direct to Consumer.

Nel segmento Professional Solutions, i ricavi in Brasile sono rimasti sostanzialmente stabili, con i risultati solidi del business delle montature, sostenuti dagli AI glasses e dalle montature vista dei marchi Ray-Ban e Oakley. Il programma in franchising di Óticas Carol ha continuato a rafforzarsi, grazie al miglioramento dell'offerta di servizi in negozio e dell'assortimento di prodotti. Negli altri mercati, il Messico ha registrato una solida crescita a doppia cifra, trainata dagli AI glasses e dalle tecnologie medicali dedicate ai professionisti della cura della vista. In Colombia, il business delle montature ha conseguito risultati eccezionali, sostenuti dagli ottici indipendenti. L'Argentina ha registrato una crescita a doppia cifra nel trimestre.

Sempre nel trimestre, il segmento Direct to Consumer ha registrato una crescita mid-single digit delle vendite dei negozi comparabili³, con il contributo di entrambe le categorie sole e vista, quest'ultima trainata dal successo dell'offerta di lenti ad alto valore aggiunto. Messico, Perù e Brasile hanno continuato a distinguersi come i paesi con le migliori performance. Sia in Messico sia in Brasile, la domanda di AI glasses ha trainato i risultati del trimestre.

Store Count

	Al 31 marzo 2026	Al 31 dicembre 2025
Nord America	3.795	3.814
EMEA	5.999	6.046
Asia-Pacifico	1.697	1.682
America Latina	2.138	2.142
Totale store corporate	13.629	13.684
Franchising & Licensing	4.052	4.066
TOTALE STORE COUNT	17.681	17.750

Outlook di lungo periodo

Radicato nella nostra trasformazione med-tech, questo outlook di lungo periodo riflette il consolidamento della nostra piattaforma medica AI-driven e una nuova fase del percorso che trasformerà il nostro Gruppo in un leader globale nella salute degli occhi avanzata e integrata, con l'ambizione di migliorare il potenziale umano.

Partendo da questo presupposto, in media nei prossimi cinque anni, a cambi costanti¹, il Gruppo prevede di realizzare una solida crescita dei ricavi totali, con una crescita sostanzialmente allineata dell'utile operativo adjusted².

Conference Call

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

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

<https://streamstudio.world-television.com/1217-2090-43269/en>

Prossimi appuntamenti per gli investitori

Risultati finanziari e Assemblea Annuale degli Azionisti:

- 28 aprile 2026: Assemblea Annuale degli Azionisti
- 28 luglio 2026: Fatturato del secondo trimestre e risultati del primo semestre del 2026
- 20 ottobre 2026: Fatturato del terzo trimestre 2026

Appuntamenti per gli investitori:

- 20 maggio 2026: Morgan Stanley Luxury Goods Conference a Parigi
- 21 maggio 2026: HSBC Luxury Goods Conference a Parigi
- 1 giugno 2026: BNPP Exane Luxury Goods Conference a Parigi
- 2 giugno 2026: BNPP Exane CEO Conference a Parigi
- 18 giugno 2026: J.P. Morgan European Healthcare Forum a Londra

Note

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

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

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

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

DISCLAIMER

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

Contatti

Giorgio Iannella

Marco Catalani

Head of Investor Relations

Head of Corporate Communications

E ir@essilorluxottica.com

E media@essilorluxottica.com

EssilorLuxottica

EssilorLuxottica è un leader globale nella progettazione, produzione e distribuzione di soluzioni all'avanguardia per la cura della vista, occhiali e tecnologie medicali. Il Gruppo riunisce tecnologie rivoluzionarie per lenti come Varilux, Stellex e Transitions, marchi iconici come Ray-Ban, Oakley e Supreme, smart eyewear di grande successo come Ray-Ban Meta, Oakley Meta Vanguard e Nuance Audio, brand del lusso in licenza tra i più desiderati e insegne del retail ottico come Sunglass Hut, LensCrafters, Vision Express e Apollo. Con oltre 200.000 dipendenti in 150 paesi, 600 stabilimenti, 300.000 clienti ottici e 18.000 negozi, nel 2025 il Gruppo ha registrato ricavi consolidati di 28,5 miliardi di Euro. EssilorLuxottica è quotata sul mercato Euronext Paris ed è inclusa negli indici Euro Stoxx 50 e CAC 40. ISIN: FR0000121667; Reuters: ESLX.PA; Bloomberg:EL:FP www.essilorluxottica.com