



ESSILORLUXOTTICA
LE ROI DES LUNETTES S'OFFRE
UNE CHAÎNE DE CLINIQUES
OPHTALMOLOGIQUES PAGE 22

EssilorLuxottica rachète une chaîne de cliniques ophtalmologiques

Le leader mondial de l'optique poursuit sa diversification dans les technologies médicales.

Danièle Guinot

EssilorLuxottica accélère sa diversification dans l'ophtalmologie. Le numéro un mondial de l'optique, né du mariage entre le français Essilor, champion des verres, et l'italien Luxottica, leader des montures, vient d'entrer en négociations pour racheter le groupe britannique de cliniques ophtalmologiques Optegra au fonds d'investissement MidEuropa. Le montant de l'opération, qui devrait être finalisée d'ici à la fin de l'année, n'a pas été révélé.

Au fil des ans, EssilorLuxottica se transforme en empire technologique, plus seulement spécialisé dans la fabrication de verres et des montures. L'ophtalmologie est désormais l'un des piliers de sa stratégie de croissance dans le domaine des technologies médicales (Medtech). Un axe de développement important pour le groupe franco-italien. « Nous sommes un groupe intégré et disruptif unique qui devient un acteur medtech », se félicitait récemment Paul du Saillant, le directeur général délégué d'EssilorLuxottica (Ray-Ban, Oakley, Persol, Vogue Eyewear, Arnette, Varilux...).

Avec ses marques Optegra, Lexum et Iris, Optegra dispose d'un réseau de plus de 70 cliniques ophtalmologiques et centres de diagnostic dans cinq pays européens : Royaume-Uni, République tchèque, Pologne, Slovaquie, et Pays-Bas. Il y propose à la fois « des soins ophtalmiques essentiels et des interventions de correction visuelle, intégrant notamment l'intelligence artificielle dans les étapes pré- et post-opératoires », précise EssilorLuxottica. L'offre comprend la chirurgie de la cataracte, le traitement de la dégénérescence maculaire liée à l'âge et du glaucome, le remplacement du cristallin ainsi que la chirurgie réfractive au laser. « Optegra et ses cliniciens expérimentés vont faire bénéficier notre groupe de nouvelles approches médicales, nous permettant de répondre aux besoins des patients avec les technologies et solutions visuelles les plus avancées », commentent le PDG d'EssilorLuxottica, Francesco Milleri, et Paul du Saillant.

Lunettes auditives

Depuis quelques années, le géant franco-italien de l'optique (près de 25 % de

part de marché au niveau mondial) multiplie les acquisitions pour grossir dans le domaine des technologies médicales. En février, il a mis la main sur Cellview Imaging, la start-up canadienne spécialisée dans le diagnostic précoce des pathologies rétinienne. Et en 2024, il a avalé la société allemande Heidelberg Engineering, spécialiste des diagnostics optiques (glaucomes, DMLA...) à destination des ophtalmologistes et des praticiens hospitaliers; la medtech italienne Espansione, proposant un appareil capable de redonner de la souplesse aux yeux secs, ou encore Pulse Audition, spécialiste du traitement par IA du signal sonore.

Les lunettes d'EssilorLuxottica portent déjà la marque de l'innovation technologique. Récemment, il a lancé aux États-Unis ses premières lunettes équipées d'une aide auditive. Elles devraient bientôt arriver en Europe, d'abord en Italie. Baptisées, Nuance Audio, ces lunettes sont un concentré de technologie, et d'intelligence artificielle et s'adressent aux personnes souffrant d'un déficit auditif léger à modéré, peu enclines à s'équiper d'un



appareil, souvent jugé inesthétique. Le marché est considérable, car 1,25 milliard de personnes sont potentiellement concernées par un tel déficit auditif. À plus long terme, EssilorLuxottica pourrait aller plus loin, en mettant au point des modèles de lunettes auditives, répondant à de plus grands problèmes de santé.

Le groupe aux 18 000 magasins et aux 300 000 détaillants, s'est par ailleurs associé à Meta (Facebook) dès 2021 pour proposer des lunettes connectées. La première version n'avait pas fait d'étincelles. En revanche, la deuxième

mouture, la Ray-Ban Meta, s'est écoulée à plus de deux millions d'exemplaires depuis son lancement, en octobre 2023. Reliées à une application de son smartphone, elles permettent de répondre à un appel, d'envoyer ou de lire un SMS, d'écouter de la musique, de prendre une photo, voire de recourir à l'intelligence artificielle. Mais ce marché devient très concurrentiel : Google s'apprête à lancer ses propres lunettes connectées avec assistant IA intégré.

EssilorLuxottica réalise encore près de 75 % de son chiffre d'affaires (26,5 milliards d'euros en 2024) avec

des lunettes correctrices (à lui seul, Ray-Ban pèse 12 % des ventes). Mais l'empreinte technologique du groupe aux 150 marques devrait être nettement plus forte dans les années à venir. EssilorLuxottica vise une capacité de production de 10 millions de paires par an d'ici à 2026 pour Ray-Ban Meta et Nuançe Audio. ■



Le site EssilorLuxottica de Wissous, près de Paris, le 12 mai.

CHRISTOPHE PETIT TESSON / VIA REUTERS