

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Clichy, le 21 octobre 2025 à 18h00

L'ORÉAL Chiffre d'affaires au 30 septembre 2025

ACCÉLÉRATION CONTINUE DE LA CROISSANCE À DONNÉES COMPARABLES¹

PROGRESSION DANS TOUTES LES DIVISIONS

- **Chiffre d'affaires : 32,80 milliards d'euros**, + 3,4 % à données comparables² (+ 3,7 % ajusté¹), + 1,2 % à données publiées.
- **Croissance dans toutes les Divisions**. La dynamique accélère entre les six et les neuf premiers mois.
- Croissance dans toutes les Zones géographiques, soutenue par la reprise continue en **Amérique du Nord** et en **Chine continentale**.
- Poursuite de la forte dynamique en **soin du cheveu** et en **parfum** ; le **maquillage** s'améliore progressivement.
- Croissance **en volume et en valeur** avec une forte contribution du mix.
- **Croissance à deux chiffres en e-commerce**, nettement supérieure au marché.
- Annonce d'un **partenariat stratégique de long terme dans la beauté et le bien-être de luxe** entre Kering et L'Oréal.
- Le magazine TIME a inclus **trois innovations de L'Oréal** – Air Light Pro, Lancôme Rénergie Nano-Resurfacer et Melasyll – dans son classement **The Best Inventions of 2025**.

Commentant ces chiffres, Nicolas Hieronimus, Directeur Général de L'Oréal, a déclaré :

« Comme anticipé, la croissance à données comparables a continué d'accélérer trimestre après trimestre pour atteindre + 4,9 % au troisième trimestre¹.

Toutes les Zones géographiques ont progressé : la reprise de nos deux plus grands marchés – les États-Unis et la Chine continentale – s'est poursuivie. Dans un marché solide, l'Europe est restée robuste, et le dynamisme continu en SAPMENA-SSA a plus que compensé la faiblesse en Amérique latine.

La croissance a accéléré dans toutes les Divisions, le poids des nouveaux lancements ayant encore augmenté au troisième trimestre grâce à notre plan de stimulus beauté.

Le marché mondial de la beauté reste dynamique, avec une amélioration progressive dans le luxe. Notre force en e-commerce nous permet de surperformer ce qui est aujourd'hui le circuit le plus dynamique.

Nous venons d'annoncer une alliance stratégique avec Kering, l'un des groupes de luxe les plus créatifs et visionnaires au monde. Je me réjouis de ce partenariat : l'acquisition de Creed fera de nous l'un des principaux acteurs des parfums de niche ; et je perçois un très fort potentiel de croissance pour les licences de beauté et de parfums Gucci, Bottega Veneta et Balenciaga, des marques de couture exceptionnelles. Ce partenariat renforcera encore notre position de numéro un mondial de la beauté de luxe.

Nous attaquons le dernier trimestre de l'année confiants dans notre capacité à continuer de surperformer le marché mondial de la beauté et à réaliser une nouvelle année de croissance du chiffre d'affaires et une progression de notre rentabilité. »

¹ Ajusté pour le phasage lié à la transformation informatique de 2024 et 2025.

² À données comparables : à structure et taux de change identiques.

www.loreal-finance.com



CHIFFRE D'AFFAIRES AU 30 SEPTEMBRE 2025

Sur les neuf premiers mois, **le chiffre d'affaires s'élève à 32,80 milliards d'euros**, en hausse de + 1,2 % en publié.

À données comparables, c'est-à-dire à structure et taux de change identiques, le chiffre d'affaires progresse de + 3,4 %.

L'effet net de changement de structure est de + 0,6 %.

La croissance à taux de change constants ressort à + 4,0 %.

À fin septembre 2025, les **effets monétaires** ont eu un impact négatif de – 2,8 %. En extrapolant les cours de change au 30 septembre 2025, c'est-à-dire avec 1 € = 1,1730 \$ jusqu'au 31 décembre, l'impact des effets monétaires s'établirait à environ – 3,8 % sur le chiffre d'affaires de l'ensemble de l'année 2025.

Chiffre d'affaires par Division et par Zone Géographique

	3 ^e trimestre 2025			Au 30 septembre 2025		
	M€	Croissance à données		M€	Croissance à données	
		Comparables	Publiées		Comparables	Publiées
<u>Par Division</u>						
Produits Professionnels	1 233,0	+ 9,3 %	+ 6,1 %	3 779,6	+ 7,4 %	+ 5,3 %
Produits Grand Public	3 763,4	+ 3,8 %	+ 0,4 %	12 176,4	+ 3,1 %	+ 0,9 %
Luxe	3 719,7	+ 2,5 %	- 1,5 %	11 377,6	+ 2,2 %	+ 0,2 %
Beauté Dermatologique	1 617,6	+ 5,1 %	+ 1,1 %	5 473,4	+ 3,7 %	+ 1,5 %
Total Groupe	10 333,7	+ 4,2 %	+ 0,5 %	32 807,0	+ 3,4 %	+ 1,2 %
<u>Par Zone géographique</u>						
Europe	3 572,9	+ 4,1 %	+ 4,6 %	11 107,4	+ 3,6 %	+ 3,8 %
Amérique du Nord	2 972,4	+ 1,4 %	- 4,3 %	8 796,5	+ 1,8 %	- 1,2 %
Asie du Nord	1 953,2	+ 4,7 %	- 0,1 %	7 345,9	+ 0,5 %	- 1,1 %
SAPMENA-SSA ³	1 010,2	+ 12,2 %	+ 5,7 %	3 068,4	+ 11,0 %	+ 8,1 %
Amérique latine	825,0	+ 4,4 %	- 3,0 %	2 488,8	+ 8,2 %	- 1,6 %
Total Groupe	10 333,7	+ 4,2 %	+ 0,5 %	32 807,0	+ 3,4 %	+ 1,2 %

³ SAPMENA-SSA : South Asia Pacific, Middle East, North Africa, Sub-Saharan Africa (Asie du Sud, Pacifique, Moyen-Orient, Afrique du Nord et Afrique Subsaharienne).

Synthèse par Division

PRODUITS PROFESSIONNELS

La Division des Produits Professionnels enregistre une croissance de + 7,4 % à données comparables et de + 5,3 % à données publiées.

La Division continue de surperformer le marché et progresse dans toutes les Zones géographiques, avec une dynamique particulièrement remarquable en Europe, ainsi que dans les marchés émergents (Brésil, Mexique, GCC⁴ et Inde).

Cette performance est portée par une forte accélération en e-commerce et en distribution sélective, ainsi que par la volonté de la Division de redynamiser le marché des salons grâce à des services personnalisés.

Sur un marché du soin du cheveu premium qui reste très dynamique, la Division continue de surperformer, tirée par toutes ses marques phares : *Kérastase* enregistre une nouvelle performance exceptionnelle, dynamisée par le lancement réussi de *Gloss Absolu*. En coloration, où la croissance du marché est négative, la Division continue d'innover, avec notamment *Matrix Super Sync* et le relancement réussi de *Majirel* par *L'Oréal Professionnel*.

En septembre, L'Oréal a finalisé l'acquisition de *Color Wow*, l'une des marques de soins capillaires professionnels les plus innovantes et dynamiques au monde, afin de renforcer sa position dans les catégories du soin du cheveu et du styling premium.

PRODUITS GRAND PUBLIC

La Division Produits Grand Public enregistre une croissance de + 3,1 % à données comparables et de + 0,9 % à données publiées.

La croissance au troisième trimestre accélère par rapport au premier semestre. Sur les neuf premiers mois, le volume, le prix et le mix contribuent positivement.

A souligner en particulier l'amélioration en Amérique du Nord, où la Division surperforme largement le marché, notamment en maquillage et en soin du cheveu, dynamisée par la puissance de ses innovations et par sa nouvelle organisation commerciale. Les marchés émergents restent les principaux moteurs de croissance avec des performances notables au Brésil, au Mexique, en Inde, en Thaïlande et dans les pays du GCC⁴. En Europe, la croissance reste solide.

Le soin du cheveu reste la catégorie la plus dynamique, soutenue par le déploiement mondial de *Glycolic Gloss* de *L'Oréal Paris* et de *Fructis Curl Method* de *Garnier*. Le maquillage accélère fortement et surperforme le marché dans la plupart des pays, grâce à un puissant plan d'innovations, incluant le mascara *Colossal Bubble* de *Maybelline*, *Faux Brow* de *L'Oréal Paris* et *Smushy Lip Balm* de *NYX Professional Makeup*. La coloration demeure résiliente, grâce au succès continu de *Color Sensation*, l'offre accessible de *Garnier*. Le soin de la peau est tiré par les lancements de *Revitalift Eye Bag Instant Eraser* de *L'Oréal Paris* et par la forte dynamique de *Garnier* dans les marchés émergents.

Les quatre marques mondiales progressent, *NYX Professional Makeup* et *L'Oréal Paris* en tête. *Mixa* croît de plus de + 20 % et poursuit son déploiement réussi en Europe. *3CE*, la première marque coréenne de maquillage au monde, continue avec succès son expansion en Asie du Sud-Est. La marque coréenne de soin de la peau *Dr.G*, récemment acquise, réalise également une bonne performance.

⁴ GCC : (Gulf Cooperation Council) : Conseil de Coopération du Golfe.

LUXE

L'Oréal Luxe enregistre une croissance de + 2,2 % à données comparables et de + 0,2 % à données publiées.

La croissance s'élève à + 3,2 %, corrigée de l'impact de la transformation IT de l'année dernière en Amérique du Nord, ce qui implique une accélération avec une croissance de plus de 5 % au troisième trimestre.

Dans un marché qui s'améliore progressivement, la Division surperforme dans toutes les Zones géographiques. Les marchés développés affichent une croissance proche de 5%¹ ; les marchés émergents restent très dynamiques, conservant leur rythme de croissance à deux chiffres. En Asie du Nord, le rythme accélère nettement grâce au marché sélectif en Chine continentale qui montre des signes de rebond encourageants.

Par catégorie, L'Oréal Luxe continue de renforcer son leadership dans les parfums. Cette performance est portée par des piliers tels que *Born in Roma Donna* et *Uomo* de *Valentino*, *Libre* et *MYSLF* d'*Yves Saint Laurent* ainsi qu'*Emporio Armani*, et est confirmée par le début très prometteur des deux lancements les plus récents – le parfum masculin *Paradigme* de *Prada* et le parfum féminin *Miutine* de *MiuMiu* – ainsi que par les résultats remarquables de la collection des parfums *Aesop*.

Le maquillage continue d'être tiré par le succès des marques *Couture*, notamment *Yves Saint Laurent* et *Prada*. La franchise *Idôle* de *Lancôme* affiche également une solide performance, reflétant le succès de ses récentes initiatives.

La marque de soin de la peau britannique *Medik8*, qui a rejoint la Division Luxe en septembre, maintient une forte croissance à deux chiffres.

BEAUTÉ DERMATOLOGIQUE

La Division Beauté Dermatologique enregistre une croissance de + 3,7 % à données comparables et de + 1,5 % à données publiées.

La croissance au troisième trimestre accélère par rapport au premier semestre, tirée par la forte dynamique du circuit *online* et l'impact des récentes innovations. En *sell-out*, la Division continue de surperformer un marché de la dermo-cosmétique qui reste robuste mais décélère : il est impacté par un ralentissement de la dynamique aux États-Unis et une saison des soins solaires plus faible que l'année dernière.

La Roche-Posay surperforme significativement le marché, portée par des piliers comme *Cicaplast* ainsi que par le succès continu de la technologie anti-pigmentation, *Melasy*.

SkinCeuticals réalise une croissance à deux chiffres, avec la contribution de toutes les Zones géographiques. La marque est devenue numéro un de la dermo-cosmétique en Chine, soutenue par le succès continu de *P-Tiox* ainsi que par *HA Intensifier*.

CeraVe continue de surperformer le marché dans les pays émergents et en Chine continentale, où sa croissance est particulièrement forte. Aux États-Unis, son premier marché, *CeraVe* ré-accelère progressivement, portée par le soin du cheveu et les dernières innovations dans la catégorie clé du soin de la peau.

Vichy est boosté par la croissance exceptionnelle de *Dercos*, devenue la première franchise de la marque, et par le succès de l'innovation anti-âge *Collagen16*.

Le chiffre d'affaires en Chine continentale et dans les marchés émergents progresse à deux chiffres. En Amérique du Nord, où le marché reste difficile, la Division surperforme en *sell-out*. En Europe, la Beauté Dermatologique a été affectée par le phasage des soins solaires de l'année dernière.

Synthèse par Zone géographique

EUROPE

Le chiffre d'affaires en Europe progresse de + 3,6 % à données comparables et de + 3,8 % à données publiées.

Dans un marché qui reste robuste, L'Oréal maintient le cap avec une solide progression dans les clusters Espagne-Portugal et Allemagne-Autriche-Suisse, ainsi qu'en Italie. Le Groupe continue de surperformer le marché sur le circuit *online*, qui reste très dynamique. Les Produits Professionnels progressent fortement, portés par la croissance soutenue du soin du cheveu premium, impactant favorablement toutes ses marques clés, notamment Kérastase et Redken.

La Division Luxe surperforme le marché, tirée par ses marques Couture. A noter, le succès continu d'Yves Saint Laurent et de Valentino, ainsi que l'excellent lancement de Paradigme de Prada. Après le succès de Paradoxe, cela confirme le positionnement de la marque en tant qu'acteur clé des parfums, le segment le plus important de la beauté sélective en Europe.

Les Produits Grand Public progressent, portés par le soin du cheveu et le maquillage, catégorie où L'Oréal croît bien au-delà du marché – tout comme en soin du corps, où Mixa poursuit son déploiement européen. La progression est soutenue par d'importants lancements, notamment Elvive Glycolic Gloss en soin du cheveu et L'Oréal Paris Revitalift Eye Bag Instant Eraser en soin du visage.

En Beauté Dermatologique, le *sell-in* est affecté par la poursuite du déstockage des produits solaires, tandis que le momentum est solide en *sell-out*. La Roche-Posay renforce encore son leadership ; SkinCeuticals reste dynamique grâce au succès continu de P-Tiox et au lancement prometteur de l'A.G.E Interrupter Ultra Serum.

AMÉRIQUE DU NORD

Le chiffre d'affaires en Amérique du Nord progresse de + 1,8 % à données comparables et de - 1,2 % à données publiées.

Ajustée de l'impact de la transformation IT de l'an dernier, la croissance s'établit à + 3,1 %, en accélération par rapport au premier semestre ; les conditions de marché s'améliorent progressivement et les innovations récentes commencent à porter leurs fruits.

En Produits Professionnels, la progression est soutenue par le dynamisme continu du soin du cheveu premium : Kérastase réalise une croissance à deux chiffres grâce au succès de ses gammes de soins existantes et aux lancements réussis, notamment Gloss Absolu. L'acquisition de Color Wow a été finalisée début septembre.

En Produits Grand Public, la croissance accélère progressivement avec des gains de parts de marché significatifs au troisième trimestre. Le maquillage s'améliore fortement, porté par L'Oréal Paris – grâce à des innovations comme Faux Brow et au succès de produits phares comme le spray fixateur Infaillible – et la vigueur continue de NYX Professional Makeup. Le soin du cheveu reste la catégorie la plus dynamique, tirée notamment par les marques L'Oréal Paris Elvive et Ever.

En Luxe, les parfums sont particulièrement dynamiques et continuent de surperformer le marché. Cette performance est portée par de nouveaux lancements comme Paradigme de Prada, Miutine de Miu Miu et MYSLF Absolu d'Yves Saint Laurent, ainsi que par le succès continu de Born in Roma Extradose de Valentino.

En Beauté Dermatologique, SkinCeuticals est la marque qui connaît la plus forte croissance grâce à P-Tiox ainsi qu'à une forte dynamique en D2C. CeraVe continue de croître, tiré par le soin du cheveu ; à noter que le soin de la peau continue de s'améliorer en *sell-out*.

ASIE DU NORD

Le chiffre d'affaires en Asie du Nord progresse de + 0,5 % à données comparables et de - 1,1 % à données publiées.

La croissance redevient positive pour la première fois depuis deux ans et L'Oréal surperforme le marché.

La Chine continentale affiche une légère croissance et croît plus vite que le marché qui est en légère progression. La dynamique continue de s'améliorer trimestre après trimestre¹ : la progression au troisième trimestre s'établit à une croissance autour de 5%. Cette performance est tirée par une reprise du Luxe - reflétant l'amélioration du marché sélectif - ainsi que par un plan d'innovations bien rempli. Ce dernier comprend *Lancôme Absolue Longevity*, *Helena Rubinstein Re-Plasty50* ainsi que *YSL Vinyl Ink*. La croissance reste soutenue tant en Beauté Dermatologique qu'en Produits Professionnels. Au Japon, le chiffre d'affaires bénéficie du tourisme international. En Corée, toutes les Divisions contribuent à la croissance – tout comme la marque de soin de la peau locale récemment acquise *Dr.G*. La dynamique du Travel Retail s'améliore progressivement.

En Asie du Nord, les Produits Professionnels enregistrent une croissance supérieure à 5% - surperformant un marché en faible croissance - dynamisés par la vigueur continue de *Kérastase* et du e-commerce. Les Produits Grand Public sous-performent un marché globalement stable. La croissance du Luxe redevient positive au troisième trimestre, tirée par l'amélioration du marché sélectif et l'impact du stimulus beauté. La Beauté Dermatologique réalise une croissance à deux chiffres, portée par ses marques dermo-cosmétiques phares, en particulier *SkinCeuticals*.

SAPMENA-SSA³

Le chiffre d'affaires en SAPMENA-SSA progresse de + 11,0 % à données comparables et de + 8,1 % à données publiées.

En SAPMENA, la croissance est équilibrée avec la contribution de toutes les Divisions et catégories. Elle est tirée par le mix et le volume, conformément à la stratégie de la Zone de conquête de nouveaux consommateurs.

La croissance est particulièrement dynamique en Beauté Dermatologique, menée par *La Roche-Posay* et *CeraVe*, ainsi qu'en Produits Professionnels, portée par *Kérastase*. La performance du Luxe est tirée par les marques Couture et celle des Produits Grand Public par *L'Oréal Paris*.

Par catégorie, le soin du cheveu, le maquillage et les parfums affichent une croissance à deux chiffres. Le soin du cheveu est en tête avec de solides performances à la fois dans les circuits professionnel et grand public – ce dernier étant soutenu par les lancements réussis d'*Elsève*. Le rebond du maquillage se poursuit, dynamisé par les innovations et l'expansion réussie de *3CE* dans la Zone. Les parfums progressent fortement, portés par les marques Couture.

Par pays, le Vietnam, les pays du GCC⁴, la Thaïlande, l'Inde et le cluster Australie-Nouvelle-Zélande réalisent les plus fortes progressions.

Dans toute la Zone, le circuit *online* maintient sa dynamique en tant que principal moteur de croissance, notamment en Inde, en Asie du Sud-Est et dans les pays du GCC⁴.

L'Afrique subsaharienne (SSA) réalise une forte croissance, portée à la fois par le volume et le mix. La croissance est équilibrée entre toutes les Divisions, les Produits Grand Public et la Beauté Dermatologique étant les principaux contributeurs. Par catégorie, le soin de la peau, le soin du cheveu et le maquillage enregistrent tous une croissance à deux chiffres, tirée par *L'Oréal Paris*, *CeraVe* et *La Roche-Posay*. Par marché, l'Afrique du Sud reste le principal contributeur à la croissance et continue de surperformer son marché.

AMÉRIQUE LATINE

Le chiffre d'affaires en Amérique latine progresse de + 8,2 % à données comparables et de - 1,6 % à données publiées.

La croissance est portée par une contribution positive en valeur et en volume.

Toutes les Divisions progressent. Les Produits Professionnels et le Luxe continuent de réaliser une croissance exceptionnelle, tirée respectivement par leurs solides plans d'innovations en soin du cheveu premium et en parfums. Les Produits Grand Public restent le principal contributeur à la croissance avec une forte progression sur l'ensemble des marques clés ; dans la catégorie très importante du soin du cheveu, l'innovation *Elsève Dream Sleek* connaît un excellent début, renforçant la position de numéro un d'*Elsève* au Brésil.

Par pays, la performance est généralisée ; le Brésil et le Mexique sont les deux premiers contributeurs de la Zone et les cinquième et sixième contributeurs au niveau du Groupe.

Les catégories les plus dynamiques sont les parfums et le soin du cheveu, suivis par le maquillage.

Le circuit *online* reste un moteur de croissance clé pour la Zone, permettant à L'Oréal de conquérir de nouveaux consommateurs.

FAITS MARQUANTS DEPUIS LA DERNIÈRE PUBLICATION

STRATÉGIE

- Annonce d'un **partenariat stratégique de long terme dans la beauté et le bien-être de luxe entre Kering et L'Oréal**. Cet accord ferme⁵ couvre l'acquisition de la Maison Creed par L'Oréal, la signature des licences de beauté et de fragrances de Maisons emblématiques de Kering, et une coentreprise exclusive visant à explorer des opportunités de développement dans le domaine du bien-être et de la longévité.
- Consolidation de **Color Wow** et **Medik8** depuis septembre.

MANAGEMENT

En septembre, L'Oréal a annoncé plusieurs nominations au sein de son Comité Exécutif. Ces nominations prendront effet le 1er janvier 2026, avec des passations échelonnées à partir du 1er octobre 2025.

- **David Greenberg** est nommé **Président de L'Oréal USA**.
- **Alexis Perakis-Valat** est nommé **Directeur Général de L'Oréal USA et Amérique du Nord**, succédant à David Greenberg.
- **Fabrice Megarbane** est nommé **Directeur Général de la Division des Produits Grand Public**, succédant à Alexis Perakis-Valat.
- **Vianney Derville** est nommé au poste de **Directeur Général Développement des marchés**, succédant à Fabrice Megarbane.
- **Emmanuel Goulin** est nommé **Directeur Général de la Zone Europe**, succédant à Vianney Derville.
- **Eva Yu** est nommée au poste de **Directrice Générale - Travel Retail**, succédant à Emmanuel Goulin, et rejoindra le Comité Exécutif du Groupe.

RECHERCHE, BEAUTY TECH ET DIGITAL

- La R&I de L'Oréal a été reconnue pour son **excellence scientifique** au Congrès 2025 de l'IFSCC, recevant notamment le prix « *Best Applied Research* » pour ses travaux révolutionnaires sur le rôle du profil bactérien du cuir chevelu et de l'ethnicité dans l'apparition des pellicules.
- Le magazine TIME a inclus trois innovations de L'Oréal – *Air Light Pro*, *Lancôme Rénergie Nano-Resurfacier* et *Melasyl* – dans son classement **The Best Inventions of 2025**.

PERFORMANCE ENVIRONNEMENTALE, SOCIALE ET DE GOUVERNANCE

- Pour la 14e année consécutive, L'Oréal a obtenu la classification « **Prime** » dans le **classement ISS ESG Corporate Rating**, qui reconnaît la gestion efficace de ses risques environnementaux, sociaux et de gouvernance (ESG).
- L'Oréal s'est vu attribuer la **note AA par MSCI**, une évaluation qui mesure la gestion par le Groupe des risques et opportunités ESG par rapport à ses pairs, soulignant la performance du Groupe dans l'atténuation des risques environnementaux.
- L'Oréal a reçu un score de **16,6 – Risque Faible dans le classement ESG Risk Rating de Sustainalytics**. Cette évaluation positionne le Groupe en troisième position dans les catégories « Personal Care Products » et « Personal Care & Household Products ».
- Le groupe L'Oréal figure dans le **classement annuel « Change the World »** du magazine Fortune, qui récompense les efforts continus de l'entreprise en matière de recharge et de transformation durable des emballages. Cette distinction souligne l'engagement du groupe L'Oréal à créer des solutions plus circulaires et à établir une nouvelle norme dans le secteur.

AUTRES

- L'Oréal a exprimé sa profonde tristesse **suite au décès de Monsieur Giorgio Armani**, une figure inégalée de la mode et de la culture, qui a bâti l'un des derniers grands empires du luxe indépendant et a été reconnu comme l'un des plus grands créateurs des cent dernières années. Le Groupe a présenté ses plus sincères condoléances à sa famille et à ses amis, et s'est engagé à perpétuer l'héritage de sa marque iconique.

⁵ L'accord est assorti de conditions habituelles en la matière y compris relativement aux autorisations réglementaires. L'accord est également soumis aux obligations de Kering en matière de droit du travail français et comprend le droit pour Kering de céder Kering Beauté à L'Oréal dans le cadre d'une exclusivité accordée à L'Oréal.

« Ce communiqué ne constitue pas une offre de vente ou la sollicitation d'une offre d'achat de titre L'Oréal. Si vous souhaitez obtenir des informations plus complètes concernant L'Oréal, nous vous invitons à vous reporter aux documents publics déposés en France auprès de l'Autorité des Marchés Financiers, également disponibles en version anglaise sur notre site Internet www.loreal-finance.com. »

Ce communiqué peut contenir certaines déclarations de nature prévisionnelle. Bien que la Société estime que ces déclarations reposent sur des hypothèses raisonnables à la date de publication du présent communiqué, elles sont par nature soumises à des risques et incertitudes pouvant donner lieu à un écart entre les chiffres réels et ceux indiqués ou induits dans ces déclarations. »



À propos de L'Oréal

Depuis 115 ans, L'Oréal, leader mondial de la beauté, se consacre à une seule vocation : répondre aux aspirations de beauté des consommateurs dans le monde entier. Notre raison d'être, créer la beauté qui fait avancer le monde, définit notre vision de la beauté, essentielle, inclusive, éthique, généreuse et responsable. Avec un portefeuille de 37 marques internationales et des engagements sociaux et environnementaux ambitieux fixés dans le cadre de notre programme L'Oréal pour le Futur, nous offrons à nos consommateurs partout dans le monde le meilleur de la beauté en matière de qualité, d'efficacité, de sécurité, de sincérité et de responsabilité, tout en célébrant la beauté dans son infinie diversité.

Avec plus de 90 000 collaborateurs engagés, une présence géographique équilibrée et dans tous les canaux de distribution (e-commerce, marché de la grande consommation, grands magasins, pharmacies et parapharmacies, parfumeries, salons de coiffure, travel retail et boutiques de marque), le Groupe a réalisé en 2024 un chiffre d'affaires de 43,48 milliards d'euros. L'Oréal s'appuie sur 21 centres de recherche répartis dans 13 pays, une équipe dédiée à la Recherche & Innovation de plus de 4 000 chercheurs et 8 000 talents dans le Digital pour inventer le futur de la beauté et devenir le champion de la Beauty Tech.

En 2025, le magazine Fortune a nommé L'Oréal Groupe entreprise la plus innovante d'Europe, parmi 300 entreprises, dans un classement couvrant 21 pays et 16 secteurs d'activité en Europe.

Plus d'information sur <https://www.loreal.com/fr/mediaroom/>

CONTACTS L'ORÉAL

Standard

+33 (0)1 47 56 70 00

Relations actionnaires individuels

Pascale Guerin
+33 (0)1 49 64 18 89
pascale.guerin@loreal.com

Relations investisseurs

Eva Quiroga
+33 (0)7 88 14 22 65
eva.quiroga@loreal.com

Médias

Brune Diricq
+33 (0)6 63 85 29 87
brune.diricq@loreal.com

Arnaud Fraboul
+33 (0)6 40 13 62 14
arnaud.fraboul@loreal.com

Pour plus d'informations, veuillez consulter les banques, les sociétés de bourse ou les établissements financiers (Code I.S.I.N. : FR0000120321), ainsi que vos journaux habituels ou le site Internet dédié aux actionnaires et investisseurs, www.loreal-finance.com, l'application mobile L'Oréal Finance ou contacter le numéro vert : 0.800.66.66.66 (appel gratuit).



Ce communiqué est sécurisé et authentifié avec la technologie blockchain.
Vous pouvez vérifier son authenticité sur le site www.wiztrust.com



ANNEXE

Annexe : Chiffre d'affaires de L'Oréal Groupe 2024/2025 (en millions d'euros)

	2024	2025
Premier trimestre	11 245,0	11 734,7
Deuxième trimestre	10 875,8	10 738,6
Total premier semestre	22 120,8	22 473,3
Troisième trimestre	10 284,9	10 333,7
Total neuf mois	32 405,7	32 807,0
Quatrième Trimestre	11 081,1	
Total Année	43 486,8	