

## CHIFFRE D'AFFAIRES AU 30 SEPTEMBRE 2021

**CHIFFRE D'AFFAIRES EN HAUSSE DE + 18,0 %<sup>1</sup>  
À FIN SEPTEMBRE**

### DYNAMIQUE DE CROISSANCE RENFORCÉE

- **Chiffre d'affaires : 23,19 milliards d'euros**
  - + 18,0 % à données comparables<sup>1</sup>
  - + 18,8 % à taux de change constants
  - + 15,3 % à données publiées
- **Accélération de la croissance sur deux ans : + 14,9 % en comparable au troisième trimestre par rapport à 2019**
- **Croissance équilibrée : Amérique du Nord à + 23,1 %<sup>1</sup>, Asie du Nord à + 22,6 %<sup>1</sup>**
- **Force de l'e-commerce, en hausse de + 29,7 %<sup>2</sup>**

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

*« Le chiffre d'affaires du Groupe est en hausse de + 9,3 % en comparable sur deux ans, par rapport aux neuf premiers mois de l'année 2019, avec une accélération remarquable au troisième trimestre. Toutes les Divisions ont accéléré leur croissance sur deux ans trimestre après trimestre. »*

*« Selon l'évolution du contexte sanitaire, les derniers mois ont été marqués dans de nombreux pays par le retour enthousiaste et en sécurité des équipes dans les bureaux. Notre agilité, la pertinence de nos choix stratégiques et la force d'investissement dans nos marques ont permis à L'Oréal de continuer de surperformer significativement un marché de la beauté qui revient progressivement à ses niveaux d'avant crise. »*

*Toutes les Zones et toutes les Divisions sont en progression et contribuent au bon équilibre de la croissance du Groupe. A noter : la confirmation du redressement aux États-Unis et la poursuite d'un très fort rythme de croissance sur deux ans en Chine continentale, en dépit de quelques turbulences au cours de l'été. Nous avons maintenu un plan deancements de produits offensif, et nos performances témoignent de l'attractivité de nos marques ainsi que de l'appétit des consommateurs pour nos innovations de pointe. Alors que les ventes en magasin ont repris, le e-commerce progresse toujours à un rythme soutenu et représente 26,6 % du chiffre d'affaires. »*

*Fidèle à notre double ambition d'excellence économique et sociétale, nous sommes fiers que L'Oréal USA ait atteint la neutralité carbone<sup>3</sup> dans l'ensemble de ses 25 sites. De plus, le Groupe a été reconnu comme entreprise Global Compact LEAD par les Nations Unies pour la 7<sup>ème</sup> année consécutive, et classé dans la « Change the World List » 2021 de Fortune. »*

*Depuis le début de la pandémie, L'Oréal n'a cessé de se renforcer et se trouve idéalement positionné pour continuer de croître à son rythme d'avant crise. Nous sommes plus que jamais confiants dans la dynamique de croissance. Dans un contexte encore incertain, notre performance au troisième trimestre nous conforte dans notre ambition de surperformer le marché et réaliser une année de croissance du chiffre d'affaires et des résultats. »*

<sup>1</sup> À données comparables : à structure et taux de change identiques.

<sup>2</sup> Chiffre d'affaires sur nos sites en propre + estimation du chiffre d'affaires réalisé par nos marques correspondant aux ventes sur les sites e-commerce de nos distributeurs (donnée non audité). À données comparables.

<sup>3</sup> Pour les émissions des scopes 1 & 2.

## Évolution du chiffre d'affaires au 30 septembre 2021

À données comparables, c'est-à-dire à structure et taux de change identiques, la croissance du chiffre d'affaires du groupe L'Oréal ressort à + 18,0 %.

L'effet net de changement de structure est de + 0,8 %.

La croissance à taux de change constants ressort à + 18,8 %.

Les effets monétaires ont eu un impact négatif de - 3,5 %. En extrapolant les cours de change du 30 septembre 2021, c'est-à-dire avec 1 € = 1,158 \$, jusqu'au 31 décembre, l'impact des effets monétaires s'établirait à environ - 1,9 % sur le chiffre d'affaires de l'ensemble de l'année 2021.

À données publiées, le chiffre d'affaires du Groupe, au 30 septembre 2021, atteint 23,19 milliards d'euros, en croissance de + 15,3 %.

### Chiffre d'affaires par Division et Zone géographique

	3 <sup>e</sup> trimestre 2021			Au 30 septembre 2021		
	M€	Croissance à données		M€	Croissance à données	
		Comparables	Publiées		Comparables	Publiées
<b>Par Division</b>						
Produits Professionnels	945,6	+ 10,3 %	+ 9,7 %	2 724,3	+ 28,7 %	+ 23,6 %
Produits Grand Public	2 979,5	+ 3,2 %	+ 4,1 %	8 942,9	+ 5,2 %	+ 2,6 %
L'Oréal Luxe	3 120,1	+ 20,7 %	+ 21,1 %	8 592,2	+ 25,4 %	+ 23,5 %
Cosmétique Active	951,3	+ 28,4 %	+ 29,0 %	2 933,7	+ 34,5 %	+ 31,0 %
<b>Total Groupe</b>	<b>7 996,6</b>	<b>+ 13,1 %</b>	<b>+ 13,6 %</b>	<b>23 193,1</b>	<b>+ 18,0 %</b>	<b>+ 15,3 %</b>
<b>Par Zone géographique</b>						
Europe	2 567,9	+ 7,5 %	+ 8,3 %	7 425,0	+ 10,3 %	+ 10,4 %
Amérique du Nord	2 210,9	+ 22,9 %	+ 19,2 %	5 976,6	+ 23,1 %	+ 15,8 %
Asie du Nord	2 165,9	+ 13,2 %	+ 17,3 %	6 836,7	+ 22,6 %	+ 21,3 %
SAPMENA – SSA <sup>4</sup>	556,8	+ 3,2 %	- 0,1 %	1 650,7	+ 13,6 %	+ 8,4 %
Amérique latine	495,1	+ 15,7 %	+ 21,3 %	1 304,1	+ 25,8 %	+ 22,2 %
<b>Total Groupe</b>	<b>7 996,6</b>	<b>+ 13,1 %</b>	<b>+ 13,6 %</b>	<b>23 193,1</b>	<b>+ 18,0 %</b>	<b>+ 15,3 %</b>

<sup>4</sup> 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

**À fin septembre, la Division des Produits Professionnels progresse fortement, à + 28,7 % à données comparables et + 23,6 % à données publiées.**

La Division renforce à nouveau son leadership au sein de l'industrie et accélère sa croissance sur deux ans, avec une hausse de + 22,5 % par rapport au troisième trimestre 2019. Sa dynamique est portée par les trois tendances du marché : la digitalisation des salons, le développement des coiffeurs indépendants et l'explosion du e-commerce. En partant à la conquête de nouveaux salons et en proposant des innovations plus inclusives que jamais, la Division poursuit sa croissance dans l'ensemble des Zones géographiques, avec une performance record aux États-Unis alimentée par la puissance du réseau de distribution SalonCentric.

Premier contributeur à la croissance, le soin du cheveu est porté par la performance de la marque *Kérastase* avec le succès des innovations *Curl Manifesto* et *Genesis*, par les lancements réussis de *Metal Detox* de *L'Oréal Professionnel Paris* et d'*Acidic Bonding Concentrate* de *Redken*. En coloration, *Shades EQ* de *Redken* et *Dialight* de *L'Oréal Professionnel Paris* réalisent de solides performances.

Partenaire historique des coiffeurs, L'Oréal souhaite engager d'ici à 2030 l'ensemble de la profession dans la transition écologique et lance son programme de développement durable en salon « *Hairstylists for the Future by L'Oréal* » avec trois priorités : la réduction de la consommation d'eau, la valorisation des déchets et le recours aux énergies renouvelables.

### PRODUITS GRAND PUBLIC

**À fin septembre, la Division des Produits Grand Public est en hausse de + 5,2 % à données comparables et de + 2,6 % à données publiées.**

La Division surperforme le marché mondial et retrouve au troisième trimestre un niveau supérieur à celui de 2019, en comparable. Le e-commerce poursuit sa forte dynamique.

Le soin capillaire tire la croissance grâce au succès mondial d'*Elsève* qui repose notamment sur ses grandes innovations telles que *Wonder Water Dream Lengths*, sur le lancement réussi d'*Hidra Hialuronico* en Amérique latine et sur sa très forte accélération en Chine continentale. Le maquillage poursuit sa reprise grâce à la forte dynamique de *NYX Professional Makeup* et de *Maybelline New York*, qui profitent d'une série de lancements exceptionnels comme le mascara *Sky High* et les rouges à lèvres *Ultimatte* et *Shine Loud*. Enfin le soin du visage est en croissance notamment grâce à *L'Oréal Paris* – avec le succès mondial de la franchise *Revitalift*, le lancement réussi de *Bright Reveal* en Chine continentale et de *UV Defender* dans les pays émergents – et grâce à *Garnier* avec le *Fast Bright Booster Serum* dans les pays émergents et l'eau micellaire à la Vitamine C aux États-Unis. La coloration à domicile est en retrait avec la réouverture des salons de coiffure, mais elle enregistre néanmoins une bonne performance sur deux ans.

### L'ORÉAL LUXE

**L'Oréal Luxe est en forte hausse à fin septembre : + 25,4 % à données comparables et + 23,5 % à données publiées.**

Avec une progression sur deux ans de + 13,3 % par rapport au troisième trimestre 2019, la Division surperforme nettement un marché toujours dynamique. Elle affiche notamment une très forte progression en Amérique du Nord et consolide également son leadership en Asie du Nord, tirée par la Chine continentale et le Travel Retail. Avec la réouverture des points de vente partout dans le monde, L'Oréal Luxe accélère à la fois ses ventes en ligne et dans les points de vente physique, démontrant la force de son modèle de distribution sélective.

Grâce à un solide plan de lancements, L'Oréal Luxe continue de gagner des parts de marché dans ses trois catégories. En parfum, la croissance est tirée par les succès de *Yves Saint Laurent*, *Maison Margiela* et *Valentino*, et des lancements très prometteurs tels que *Alien Goddess* de *Mugler*, *Ralph's Club* de *Ralph Lauren* et *Luna Rossa Ocean* de *Prada*. La catégorie du soin de la peau profite de la belle performance en Asie de *Pure Shots* de *Yves Saint Laurent* et des marques *Helena Rubinstein*, *Shu Uemura* et *Takami*, ainsi que de la croissance mondiale exceptionnelle d'*Absolue* de *Lancôme*. Enfin en maquillage, la Division renforce sa position, portée par la solidité de la marque *Lancôme* et le succès confirmé de *Shu Uemura* en Asie.

## COSMÉTIQUE ACTIVE

**À fin septembre, la Division Cosmétique Active poursuit sur un rythme de croissance très élevé à + 34,5 % à données comparables et + 31,0 % à données publiées.**

La Division a poursuivi sa forte dynamique au troisième trimestre, sur une base de comparaison déjà élevée l'an dernier. Son portefeuille de marques dermatologiques est plus que jamais pertinent pour répondre aux aspirations des consommateurs en matière de santé et d'efficacité, encore renforcées pendant la pandémie. Les ventes ont progressé dans toutes les Zones géographiques. Forte de son expertise en digital, la Division maintient un rythme très soutenu en e-commerce.

La marque *CeraVe* poursuit son excellente progression. La performance de *Skinceuticals* est tirée par l'innovation révolutionnaire *Silymarin CF*. *Vichy* affiche une croissance continue tandis que *La Roche-Posay* poursuit sa forte dynamique grâce aux formidables performances d'*Effaclar* et *Cicaplast*, tout en renforçant son ancrage dermatologique en lançant deux produits sous statut dispositif médical : *Lipikar Eczema Med* et *Anthélios KA SPF 100*.

## Synthèse par Zone géographique

### EUROPE

À fin septembre, la Zone est en hausse de + 10,3 % à données comparables et + 10,4 % à données publiées. Au troisième trimestre, le marché de la beauté en Europe est revenu à un niveau très proche de celui pré-pandémie avec un rééquilibrage entre ventes en ligne et en points de vente physique. On constate dans plusieurs pays européens un rebond des catégories maquillage et parfums.

L'Oréal continue de gagner des parts de marché dans la plupart des pays de la Zone – notamment au Royaume-Uni et en Allemagne – ainsi qu'en e-commerce.

L'Oréal Luxe surperforme encore le marché dans la catégorie des parfums. La Division des Produits Grand Public contribue significativement au rebond du maquillage et continue de renforcer ses positions, en particulier par les marques *Maybelline New York*, *NYX Professional Makeup* et *Essie*. La Division Cosmétique Active croît nettement plus vite que le marché dermo-cosmétique grâce au dynamisme de *La Roche-Posay* et de *CeraVe*. Enfin, la croissance de la Division des Produits Professionnels est soutenue par le déploiement de sa stratégie de digitalisation, en partenariat étroit avec ses clients.

### AMÉRIQUE DU NORD

À fin septembre, la Zone est en forte croissance : + 23,1 % à données comparables et + 15,8 % à données publiées. Dans un contexte d'augmentation des taux de vaccination et d'assouplissement des restrictions sanitaires, le marché de la beauté enregistre une bonne dynamique de croissance.

Aux États-Unis, L'Oréal surperforme le marché. Le soin de la peau et les parfums affichent des résultats bien supérieurs à ceux de 2019 tandis que le soin du cheveu et le maquillage continuent de s'améliorer. Les ventes en magasin ont renoué avec la croissance et le e-commerce a plus que doublé par rapport à 2019.

La Division des Produits Grand Public gagne des parts de marché, en particulier dans le maquillage, grâce au succès continu des innovations *Sky High Mascara* de *Maybelline New York* et la poudre *Infaillible* de *L'Oréal Paris*. L'Oréal Luxe surperforme le marché, sa réorganisation ayant permis un rééquilibrage des moyens moteurs investis entre vente en ligne et réseaux de magasins. La Division a retrouvé un niveau supérieur à celui de 2019 grâce au succès de la catégorie des parfums, avec des lancements prometteurs avant les fêtes de fin d'année. La Division des Produits Professionnels enregistre une très belle progression par rapport à 2019, tirée par *SalonCentric* et sa transformation réussie d'un modèle de vente au détail vers un modèle pleinement omnicanal. Enfin, la croissance de la Division Cosmétique Active continue d'accélérer, portée par le succès renouvelé des marques *CeraVe*, *La Roche-Posay* et *Skinceuticals*. En deux ans, la Division a doublé ses ventes dans la Zone.

En amont de la Climate Week NYC 2021, L'Oréal USA a annoncé avoir atteint la neutralité carbone pour les émissions des scopes 1 & 2 pour l'ensemble de ses 25 sites américains, répartis dans 12 États, y compris ses sites de fabrication et de distribution, ses sites administratifs et ses sites de recherche et d'innovation.

## ASIE DU NORD

À fin septembre, la Zone est en forte croissance : + 22,6 % à données comparables et + 21,3 % à données publiées. Dans un contexte sanitaire toujours difficile, L'Oréal a de nouveau surperformé le marché au troisième trimestre grâce à la force de son modèle omnicanal.

Le Japon et la Corée du Sud ont été confrontés à une forte résurgence de Covid-19, ce qui a pesé sur les ventes en magasin tandis que les ventes en ligne ont fortement augmenté.

En Chine continentale, le marché a été ralenti sous l'effet de restrictions sanitaires qui ont conduit à la fermeture de points de vente physique durant l'été et à la limitation des voyages, en particulier vers Hainan. L'Oréal Chine continue néanmoins d'afficher une croissance à deux chiffres et renforce significativement son leadership au cours du trimestre avec une croissance dynamique de toutes les catégories, notamment le soin capillaire et le soin de la peau, et une bonne reprise du maquillage sélectif. Sur deux ans, L'Oréal Chine maintient un rythme de croissance très élevé avec un troisième trimestre à + 42,8 % par rapport à 2019.

Dans la Zone, L'Oréal Luxe continue de surperformer le marché avec une croissance à deux chiffres, portée par le succès de *Lancôme* et *Helena Rubinstein* et le retour en force des marques couture, dont *Yves Saint Laurent*. Au troisième trimestre, *Valentino* a ouvert des magasins phares à Hong Kong et Shanghai. Les marques *L'Oréal Paris* et *Stylenanda 3CE* continuent de tirer la croissance de la Division des Produits Grand Public tandis que *Kérastase* est le moteur de performance de la Division des Produits Professionnels. Quant à la Division Cosmétique Active, elle gagne des parts de marché grâce à l'excellente performance des marques *Skinceuticals* et *La Roche-Posay*.

## SAPMENA – SSA <sup>5</sup>

La Zone SAPMENA – SSA progresse à fin septembre de + 13,6 % à données comparables et + 8,4 % à données publiées.

Au troisième trimestre, la région SAPMENA a retrouvé son niveau d'avant Covid, en comparable. Cette performance reflète une reprise rapide de l'Inde grâce à la réouverture des magasins et une forte dynamique dans les pays du Moyen-Orient et d'Afrique du Nord. Les pays du Pacifique et d'Asie du Sud-Est ont été confrontés aux restrictions liées aux nouvelles vagues de Covid au troisième trimestre. L'accélération du e-commerce dans la région a compensé les fermetures de points de vente. Alors que la catégorie du maquillage reste en-dessous des niveaux pré-pandémie, le soin du cheveu, le soin de la peau et le parfum ont enregistré de bonnes performances. La croissance de la Division des Produits Professionnels est tirée par l'accélération du e-commerce et la catégorie des soins capillaires, grâce au succès notable de *Kérastase*. La Division des Produits Grand Public est portée par le succès de produits spécifiquement développés pour la Zone, tels que *Bright Complete* et *Color Naturals* de *Garnier*. L'Oréal Luxe a continué d'afficher une forte croissance en parfum, notamment grâce à *Yves Saint Laurent* et *Armani*. La Division Cosmétique Active enregistre une croissance à deux chiffres.

En Afrique subsaharienne, la reprise du marché est plus modérée en raison d'une couverture vaccinale encore modeste. L'Oréal gagne des parts de marché, tirée par le dynamisme exceptionnel de la Division Cosmétique Active.

## AMERIQUE LATINE

À fin septembre, la Zone progresse fortement : + 25,8 % à données comparables et + 22,2 % à données publiées. Après la fermeture occasionnelle de magasins et les restrictions de circulation au cours du premier semestre, les différents canaux de distribution sont désormais pleinement ouverts. Dans un contexte d'assouplissement des mesures sanitaires, de reprise des interactions sociales et de stimulation continue, le marché de la beauté continue de croître dans presque tous les pays, retrouvant des niveaux supérieurs à ceux de 2019.

L'Oréal gagne des parts de marchés dans la Zone et affiche une forte croissance à deux chiffres dans toutes les Divisions et tous les pays, avec le Chili, le Mexique et le Brésil en tête. Toutes les catégories sont en croissance, grâce à la qualité des innovations et au succès des marques et produits iconiques, notamment en soin capillaire, soin de la peau et parfum. *Elsève* accélère son gain de parts de marché au Brésil, au Mexique et au Chili, grâce au lancement très réussi d'*Hidra Hialuronico*. Par ailleurs, *CeraVe* poursuit son expansion rapide et a plus que doublé ses ventes dans la Zone.

<sup>5</sup> SAPMENA – SSA : South Asia Pacific, Middle-East, North Africa, Sub-Saharan Africa (Asie du Sud, Pacifique, Moyen-Orient, Afrique du Nord et Afrique subsaharienne)

## Faits marquants de la période du 01/07/21 au 30/09/21 et événements postérieurs à la clôture

- Le 31 août, L'Oréal a décroché la première place toutes catégories confondues dans le classement Vigéo Eiris. Cette agence extra-financière internationale évalue la gouvernance ainsi que la performance sociale et environnementale des entreprises et permet à L'Oréal de figurer dans l'Indice CAC 40 ESG.
- Le 20 septembre, L'Oréal a été reconnu, pour la 7<sup>ème</sup> année consécutive, comme entreprise *Global Compact LEAD* par les Nations Unies, pour son engagement continu en faveur des Dix Principes du Pacte mondial des Nations Unies et pour avoir placé les Objectifs de Développement Durable (ODD) des Nations unies au cœur de sa stratégie de croissance.
- Le 20 septembre, Henkel, L'Oréal, LVMH, Natura &Co et Unilever ont annoncé une collaboration mondiale inédite pour codévelopper un système de notation sectoriel de l'impact environnemental des produits de beauté. L'objectif est d'aboutir à un dispositif qui soit commun à l'ensemble des entreprises du secteur de la cosmétique et qui fournisse aux consommateurs des informations claires, transparentes et comparables grâce à une méthodologie scientifique commune.
- Le 27 septembre, L'Oréal a rejoint l'Exposition Universelle 2020 à Dubaï en tant que partenaire Beauté officiel pour y partager ses initiatives en matière de développement durable. L'Oréal est également partenaire du World Green Economy Summit, accueilli par l'Expo 2020 en préfiguration de la COP 26, consacré à la collaboration internationale en matière de lutte contre les défis mondiaux, de renforcement du développement durable et d'investissement dans l'économie verte.
- Le 27 septembre, ADL a annoncé qu'elle décernera à Jean-Paul Agon, Président de L'Oréal, son prestigieux prix « Courage Against Hate » en reconnaissance de l'engagement de longue date de L'Oréal pour promouvoir la diversité, l'équité et l'inclusion au sein de l'entreprise, respecter les droits humains et lutter contre l'antisémitisme dans la société. Le prix sera remis le 7 novembre lors du sommet « Never Is Now ».
- Le 28 septembre, Jean-Paul Agon a été nommé Citoyen d'Honneur de la ville de Shanghai, une distinction attribuée aux entrepreneurs et experts internationaux qui contribuent le plus activement au développement économique et social de la ville.
- Le 30 septembre, L'Oréal a reçu le Grand Prix du Gouvernement d'Entreprise 2021 décerné par L'Agefi, qui évalue de manière indépendante (en partenariat avec *CMS Francis Lefebvre*, *EcoVadis* et *Ethics & Boards*) l'ensemble des entreprises du CAC 40 et du SBF 120 pour mesurer leur exemplarité en matière de Gouvernement d'entreprise.
- Le 6 octobre, L'Oréal a annoncé avoir pris la 5<sup>ème</sup> place du classement mondial Universum 2021 des entreprises préférées des étudiants d'écoles de commerce, gagnant 5 places par rapport à 2020. Le Groupe est la première multinationale de l'Union Européenne à figurer dans le Top 5 de ce prestigieux palmarès.
- Le 13 octobre, le groupe L'Oréal a annoncé figurer dans la liste « Change the World 2021 » du magazine Fortune, qui récompense les entreprises ayant un impact social positif grâce à des actions faisant partie intégrante de leur stratégie commerciale. Fortune a identifié L'Oréal comme une entreprise qui change le monde grâce à son programme de développement durable L'Oréal pour le Futur.

---

« Ce communiqué ne constitue pas une offre de vente ou la sollicitation d'une offre d'achat de titres 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](http://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. »

## **Contacts L'ORÉAL** (standard : 01.47.56.70.00)

### **Actionnaires individuels et Autorités de Marché**

M. Christian MUNICH  
Tél : 01.47.56.72.06  
[christian.munich2@loreal.com](mailto:christian.munich2@loreal.com)

### **Analystes financiers et Investisseurs Institutionnels**

Mme Françoise LAUVIN  
Tél : 01.47.56.86.82  
[francoise.lauvin@loreal.com](mailto:francoise.lauvin@loreal.com)

### **Journalistes**

Mme Noëlle CAMILLERI  
Tél : 06.79.92.99.39  
[noelle.camilleri@loreal.com](mailto:noelle.camilleri@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, le site Internet dédié aux actionnaires et investisseurs, [www.loreal-finance.com](http://www.loreal-finance.com), ou l'application mobile L'Oréal Finance, ou contacter le numéro vert : 0.800.66.66.66 (appel gratuit).

---

## Annexe

Chiffre d'affaires du groupe L'Oréal 2020/2021 (en millions d'euros)

	2020	2021
<b>Premier trimestre</b>	7 225,2	7 614,5
<b>Deuxième trimestre</b>	5 851,3	7 582,1
<b>Total premier semestre</b>	13 076,5	15 196,6
<b>Troisième trimestre</b>	7 036,8	7 996,6
<b>Total neuf mois</b>	20 113,3	23 193,1
<b>Quatrième trimestre</b>	7 878,8	
<b>Total année</b>	27 992,1	

A n n e x e