

# COMMUNIQUÉ

Clichy, le 17 avril 2025 à 18h

## L'ORÉAL

### Chiffre d'affaires du 1<sup>er</sup> trimestre 2025

#### SOLIDE DANS LA TEMPÊTE

#### CROISSANCE DE + 3,5 % À DONNÉES COMPARABLES

- **Chiffre d'affaires : 11,73 milliards d'euros**, + 4,4 % à données publiées, + 3,5 % à données comparables<sup>1</sup>.
- La croissance des ventes bénéficie du phasage lié à la transformation IT de 2024 et de 2025 représentant un **effet net positif de 100 millions d'euros**.
- Le Groupe **surperforme légèrement le marché mondial de la beauté**.
- **Croissance dans toutes les Divisions**, avec L'Oréal Luxe en tête.
- Les **parfums** et le **soin capillaire** restent les catégories les plus dynamiques.
- Par Zone, les **marchés émergents** enregistrent la plus forte progression, en particulier la Zone SAPMENA-SSA<sup>2</sup> ; l'**Europe** continue d'afficher une croissance robuste.
- L'Oréal est la seule entreprise au monde à avoir obtenu pour la neuvième année consécutive la note **triple 'A' du CDP**. Le Groupe a aussi été reconnu comme l'une des entreprises les plus éthiques au monde par **Ethisphere** pour la 16<sup>ème</sup> fois.

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

« Dans un environnement opérationnel particulièrement difficile et volatil, L'Oréal démarre l'année avec une croissance conforme à nos prévisions. Il y a eu de bonnes et de moins bonnes surprises : les États-Unis sont plus difficiles que prévu, tandis que la Chine est légèrement meilleure qu'anticipé. L'Europe est, une fois de plus, notre premier contributeur à la croissance et les marchés émergents restent dynamiques.

Notre « stimulus beauté » connaît des débuts prometteurs grâce à des innovations comme Gloss Absolu de Kérastase, P-Tiox de SkinCeuticals, Make Me Blush d'Yves Saint Laurent ou Elsève Growth Booster de L'Oréal Paris. Son impact ira grandissant à mesure que nous déploierons ces innovations dans de nouveaux marchés et que nous continuerons à lancer plus de nouveautés.

Dans le contexte actuel, nos priorités sont de dynamiser la croissance et de gérer notre compte de résultats afin de compenser l'impact des hausses des droits de douane – en capitalisant sur notre marge brute déjà très saine. Nous continuerons, bien sûr, d'investir en moyens moteurs derrière nos 37 marques internationales afin de renforcer notre leadership mondial.

Par conséquent, je suis confiant que nous continuerons de surperformer le marché mondial de la beauté – qui devrait progresser malgré les tensions économiques et géopolitiques actuelles – et de réaliser une nouvelle année de croissance du chiffre d'affaires et des résultats. Nous prévoyons une accélération progressive de la croissance. »

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

<sup>2</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).

## CHIFFRE D'AFFAIRES DU 1ER TRIMESTRE 2025

Sur les trois premiers mois, **le chiffre d'affaires s'élève à 11,73 milliards d'euros**, en hausse de + 4,4 % en publié.

**À données comparables**, c'est-à-dire à structure et taux de change identiques, le chiffre d'affaires croît de + 3,5 %.

L'**effet net de changement de structure** est de + 0,5 %.

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

A fin mars 2025, **les effets monétaires** ont eu un impact positif de + 0,4 %. En extrapolant les cours de change au 31 mars 2025, c'est-à-dire avec 1 € = 1,0809 \$ jusqu'au 31 décembre, l'impact des effets monétaires s'établirait à environ - 0,7 % sur le chiffre d'affaires de l'ensemble de l'année 2025.

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

En M€	Chiffre d'affaires trimestriel		Évolution à données	
	1 <sup>er</sup> trimestre 2024	1 <sup>er</sup> trimestre 2025	Comparables	Publiées
<b>Par Division</b>				
Produits Professionnels	1 243,3	1 277,2	+ 1,6 %	+ 2,7 %
Produits Grand Public	4 172,8	4 278,7	+ 2,3 %	+ 2,5 %
Luxe	3 813,0	4 092,8	+ 5,8 %	+ 7,3 %
Beauté Dermatologique	2 015,9	2 086,1	+ 2,7 %	+ 3,5 %
<b>Total Groupe</b>	<b>11 245,0</b>	<b>11 734,7</b>	<b>+ 3,5 %</b>	<b>+ 4,4 %</b>
<b>Par Zone géographique</b>				
Europe	3 733,2	3 914,8	+ 4,3 %	+ 4,9 %
Amérique du Nord	3 015,0	2 972,6	- 3,8 %	- 1,4 %
Asie du Nord	2 722,7	2 952,5	+ 6,9 %	+ 8,4 %
SAPMENA-SSA <sup>2</sup>	961,5	1 079,0	+ 10,4 %	+ 12,2 %
Amérique latine	812,6	815,8	+ 7,9 %	+ 0,4 %
<b>Total Groupe</b>	<b>11 245,0</b>	<b>11 734,7</b>	<b>+ 3,5 %</b>	<b>+ 4,4 %</b>

## Synthèse par Division

### PRODUITS PROFESSIONNELS

**La Division des Produits Professionnels progresse de + 1,6 % à données comparables et de + 2,7 % à données publiées.**

Sans l'impact du phasage lié à la transformation IT en Amérique du Nord l'an dernier, la croissance aurait été supérieure de plus de 400 points de base.

La Division poursuit son impressionnant succès dans le soin du cheveu premium, stimulé par sa stratégie omnicanale et la priorité donnée à la redynamisation du marché des salons, aujourd'hui atone.

La Division continue de surperformer dans un marché du soin capillaire premium qui reste dynamique. Le rythme de croissance est solide pour toutes les grandes marques, notamment *Kérastase* et *L'Oréal Professionnel*. Cette performance est boostée par les *blockbusters* comme *Genesis* de *Kérastase*, *Metal Detox* de *L'Oréal Professionnel* et *Acidic Bonding Concentrate* de *Redken* ainsi que par de nouveaux lancements – *Gloss Absolu* de *Kérastase*, par exemple, connaît des débuts prometteurs. En coloration, où la croissance du marché reste lente, la Division continue d'innover avec le lancement de *Matrix SuperSync*. *AirLight Pro* poursuit son déploiement réussi en France et aux États-Unis.

La Division surperforme le marché de la beauté professionnelle dans toutes les Zones géographiques avec des résultats particulièrement remarquables en Europe (notamment dans les clusters Allemagne-Autriche-Suisse et Espagne-Portugal), en Chine continentale et dans les marchés émergents, où les ventes en GCC<sup>3</sup> et au Brésil progressent à deux chiffres.

### PRODUITS GRAND PUBLIC

**La Division des Produits Grand Public enregistre une croissance de + 2,3 % à données comparables et de + 2,5 % à données publiées.**

La Division poursuit sa stratégie de démocratisation et de premiumisation : les volumes, le prix et le mix contribuent tous à la croissance.

Les Produits Grand Public continuent de gagner en soin du cheveu, boostés par le succès de *L'Oréal Paris Glycolic Gloss* et le lancement de *Growth Booster ; Fructis* de *Garnier* accélère avec le lancement de *Sleek & Stay*. La croissance en coloration est portée par le déploiement de *Good* et *Color Sensation* de *Garnier*. Le soin de la peau bénéficie des lancements de *Garnier Pimple Patch* et du sérum *L'Oréal Paris Revitalift Laser Tri-peptides*. Afin de stimuler le marché du maquillage qui reste morose, notamment aux États-Unis, la Division a lancé un plan d'innovation particulièrement robuste avec notamment le mascara *Big Deal* et le gloss *Plump Ambition* de *L'Oréal Paris*, *NYX Face Glue* ainsi que le rouge à lèvres liquide *Teddy Tint* et la mousse à sourcils *Super Fluff* de *Maybelline New York*.

Parmi les quatre marques mondiales, *L'Oréal Paris*, *Garnier* et *NYX Professional Makeup* sont particulièrement dynamiques. Parmi les plus petites, *Mixa* continue de progresser fortement et la marque de maquillage coréenne *3CE by Stylenanda* continue son expansion en Asie du Sud-Est. Fin mars, *L'Oréal* a finalisé l'acquisition de la marque coréenne de dermo-cosmétique grand public *Dr.G*.

Les marchés émergents sont, une fois de plus, les principaux moteurs de croissance, avec des performances particulièrement notables au Brésil, en Inde et en Thaïlande. La dynamique est solide en Europe et la Division réalise une performance légèrement en dessous d'un marché stable en Chine. La croissance ralentit en Amérique du Nord, en grande partie en raison de la faiblesse persistante de la catégorie maquillage.

<sup>3</sup> GCC: (Gulf Cooperation Council) : Conseil de Coopération du Golfe.

## LUXE

**L'Oréal Luxe progresse de + 5,8 % à données comparables et de + 7,3 % à données publiées.**

Cette croissance bénéficie d'un effet de phasage positif de 300 points de base, lié à l'implémentation de nouveaux systèmes informatiques en Chine continentale.

Par Zone géographique, la dynamique est particulièrement forte en Europe et dans les marchés émergents, et solide en Amérique du Nord où la Division renforce encore son *leadership*. L'Asie du Nord retrouve une dynamique ; en Chine continentale, où le marché est seulement légèrement négatif, la Division continue de surperformer.

Toutes les catégories contribuent à la croissance, reflétant la force du portefeuille de marques complémentaires de *L'Oréal Luxe*.

En parfum, la Division enregistre une croissance à deux chiffres, surperformant le marché avec des progressions spectaculaires à la fois sur le segment féminin et masculin – notamment *Libre* et *MYSLF* d'*Yves Saint Laurent*, *Born in Roma* de *Valentino*, *Paradoxe* de *Prada*, *Idôle* de *Lancôme*, *Emporio* d'*Armani*, et *Wanted* d'*Azzaro*.

La croissance du maquillage reste solide, tirée par les progressions à deux chiffres des marques *Couture*, notamment *Yves Saint Laurent*, *Valentino* et *Prada*. Les nouveaux lancements comme *Make Me Blush* et *The Inks* par *Yves Saint Laurent* connaissent des débuts prometteurs.

En soin de la peau, l'un des faits marquants est le lancement révolutionnaire de *Lancôme Absolue Longevity Cream*, la première crème au PDRN de la marque qui aide à maintenir l'énergie cellulaire.

## BEAUTÉ DERMATOLOGIQUE

**La Division de la Beauté Dermatologique progresse de + 2,7 % à données comparables et de + 3,5 % à données publiées.**

Les écoulements de la Division continuent de surperformer le marché mondial de la dermo-cosmétique. Comme prévu, les ventes sont impactées par une base de comparaison particulièrement difficile, après le phasage des produits de protection solaire l'an dernier.

*La Roche-Posay* reste le premier contributeur à la croissance, dynamisée par le succès de ses piliers comme *Cicaplast* et de franchises plus récentes comme *Mela B3*. *Anthelios UVMune 400 anti-taches*, qui a été lancé récemment, est désormais renforcé par la molécule principale de cette dernière.

Parmi les marques liées à l'esthétique, la croissance de *SkinCeuticals* continue de s'accélérer grâce à l'expansion de *P-Tiox*, qui est actuellement lancé en Chine.

*CeraVe* poursuit son expansion dans de nouveaux territoires – que ce soit sa conquête continue dans les marchés émergents ou son entrée réussie sur le marché antipelliculaire. Aux États-Unis, où elle reste le leader du marché, la marque est confrontée à une base de comparaison élevée et à la pression concurrentielle.

Tandis que l'Amérique du Nord reste difficile, le chiffre d'affaires progresse à deux chiffres en Asie du Nord et en SAPMENA. Malgré une base de comparaison particulièrement élevée, la Division progresse dans la plupart des marchés en Europe.

## Synthèse par Zone géographique

### EUROPE

**Le chiffre d'affaires en Europe progresse de + 4,3 % à données comparables et de + 4,9 % à données publiées.**

L'Europe réalise une croissance solide, sur une base de comparaison élevée, surperformant un marché qui continue de ralentir, comme anticipé.

La croissance est tirée par les *clusters* Espagne-Portugal et Royaume-Uni-Irlande, l'Italie ainsi que la plupart des pays d'Europe centrale.

L'Oréal renforce son *leadership* dans les catégories parfum, maquillage et soin du cheveu, et continue de gagner des parts de marché en e-commerce, le circuit le plus dynamique.

En Produits Grand Public, les premiers résultats du relancement d'*Elsève* – marque leader du soin capillaire en Europe – sont extrêmement prometteurs, tout comme le démarrage du patch anti-imperfections *Garnier Mixa* poursuit son déploiement réussi.

L'Oréal Luxe surperforme largement son marché, portée par les parfums pour hommes et les lancements réussis en maquillage, notamment *Make Me Blush* d'*Yves Saint Laurent* et le mascara *Lash Idôle Flutter* de *Lancôme*.

La Beauté Dermatologique est confrontée à une base de comparaison particulièrement élevée. *La Roche-Posay* est, une fois de plus, le principal contributeur à la croissance. Le lancement récent de *Vichy Collagen 16* connaît des débuts très encourageants.

La croissance des Produits Professionnels s'accélère, contribuant à l'essor rapide du soin capillaire premium en Europe. *Redken Acidic Bonding Concentrate* confirme son succès ; le lancement de *Kérastase Gloss Absolu* démarre très bien.

### AMÉRIQUE DU NORD

**Le chiffre d'affaires en Amérique du Nord recule de - 3,8 % à données comparables et de - 1,4 % à données publiées.**

Ajustée du phasage de l'année dernière lié à la transformation IT, la croissance s'établit à + 0,5 % en comparable. Dans un marché en ralentissement, cette dernière est tirée par l'expansion des canaux de distribution, la valorisation et l'innovation.

L'Oréal Luxe surperforme le marché, renforçant encore sa position de numéro un en parfum aux États-Unis, tirée par le succès continu de *Born in Roma* de *Valentino* et *Libre* et *MYSLF* d'*Yves Saint Laurent*. En maquillage, les marques *Couture* maintiennent une forte dynamique, portées par *Yves Saint Laurent*.

En Produits Grand Public, le soin capillaire reste la catégorie la plus dynamique, *L'Oréal Paris* et *Garnier* progressant toutes deux plus vite que le marché. Dans un contexte difficile pour le maquillage, la Division surperforme le marché, portée par son solide plan d'innovation, notamment sur le segment des lèvres.

La Beauté Dermatologique est confrontée à la fois à un ralentissement du marché, et à une base de comparaison particulièrement élevée. Dans ce contexte, les marques les plus performantes sont *La Roche-Posay* et *SkinCeuticals*. L'entrée de *CeraVe* dans le soin capillaire connaît des débuts prometteurs et constitue une nouvelle opportunité de croissance.

Les Produits Professionnels surperforment le marché, boostés par le dynamisme continu de la catégorie du soin capillaire premium. *Kérastase* progresse à deux chiffres grâce à sa stratégie omnicanale réussie, au succès continu de ses piliers phares, *Nutritive* et *Genesis*, et à un panier d'innovations bien rempli.

## ASIE DU NORD

**Le chiffre d'affaires en Asie du Nord progresse de + 6,9 % à données comparables et de + 8,4 % à données publiées.**

Cela inclut un effet positif de phasage de 850 points de base, lié à l'implémentation de nouveaux systèmes informatiques en Chine continentale.

En Chine continentale, le marché de la beauté, atone au premier trimestre, se redresse lentement. L'Oréal continue de surperformer le marché en Luxe, Beauté Dermatologique et Produits Professionnels. La Division des Produits Grand Public progresse légèrement moins vite que son marché. Le Groupe surperforme à la fois sur les circuits *offline* et *online*.

Le chiffre d'affaires progresse au Japon, tiré par l'activité touristique, ainsi qu'en Corée. Les conditions restent difficiles dans le *Travel Retail*, où les ventes continuent de reculer.

En Asie du Nord, la croissance est portée par la Beauté Dermatologique, où toutes les marques progressent fortement, ainsi que par les Produits Professionnels, où Kérastase maintient son rythme impressionnant ; le chiffre d'affaires des deux Divisions est en hausse à deux chiffres. La performance du Luxe est portée par les marques Couture – notamment Yves Saint Laurent, Prada et Maison Margiela – ainsi que par Aesop.

## SAPMENA-SSA<sup>2</sup>

**La Zone SAPMENA-SSA progresse de + 10,4 % à données comparables et de + 12,2 % à données publiées.**

En SAPMENA, la croissance est équilibrée ; toutes les catégories et Divisions y contribuent. Elle est fortement tirée par les volumes, conformément à la stratégie régionale d'acquisition de nouveaux consommateurs, ainsi que par une amélioration du *mix*.

Par Division, le Luxe réalise une forte croissance, porté par Yves Saint Laurent et Armani, tandis que la Beauté Dermatologique est boostée par La Roche-Posay.

Par catégorie, les parfums, le soin du cheveu et le maquillage progressent à deux chiffres. Les parfums sont en expansion sur tous les marchés, tirés par les marques Couture ; le soin du cheveu est dynamique aussi bien dans le circuit grand public que professionnel ; l'accélération du maquillage est soutenue par les lancements récents.

Par marché, les principaux contributeurs sont les *clusters* Australie-Nouvelle-Zélande et GCC<sup>3</sup>, la Thaïlande, l'Inde et le Vietnam.

L'*online* continue d'être un moteur de croissance clé dans toute la Zone, notamment en Asie du Sud-Est, en Inde et en Arabie saoudite.

L'Afrique subsaharienne (SSA) réalise un nouveau trimestre de croissance soutenue et équilibrée, portée à la fois par les volumes et la valeur. Par catégorie, la dynamique est particulièrement forte en soin de la peau et en soin du cheveu. Toutes les Divisions progressent à deux chiffres, tirées par les Produits Professionnels et les Produits Grand Public.

## AMÉRIQUE LATINE

**Le chiffre d'affaires en Amérique latine progresse de + 7,9 % à données comparables et de + 0,4 % à données publiées.**

La dynamique est portée par une contribution bien équilibrée de la valeur et des volumes.

Par pays, le Brésil et le Mexique sont les deux principaux contributeurs à la croissance : le Brésil progresse à deux chiffres tandis que le Mexique est quelque peu freiné par la base de comparaison élevée de l'année dernière et les incertitudes liées aux droits de douane américains.

Par Division, les Produits Professionnels et le Luxe affichent des résultats exceptionnels, tirés par un plan d'innovations très robuste ; les Produits Grand Public continuent d'enregistrer une croissance solide, le Brésil et le Chili étant particulièrement dynamiques ; toutes les marques phares contribuent à cette performance.

Les catégories les plus dynamiques sont le maquillage (avec une croissance à deux chiffres à la fois en Produits Grand Public et en Luxe), les parfums, ainsi que le soin du cheveu, où les Divisions des Produits Professionnels et Produits Grand Public affichent une croissance à deux chiffres.

Alors que le chiffre d'affaires progresse *offline* et *online*, les ventes en ligne sont particulièrement dynamiques, principalement tirées par les *pure players*.

## FAITS MARQUANTS DEPUIS LA DERNIÈRE PUBLICATION

### STRATÉGIE

- En février, L'Oréal a annoncé un partenariat beauté exclusif de long terme avec JACQUEMUS, renforcé d'une prise de participation minoritaire soutenant son développement indépendant.

### RECHERCHE

- L'Oréal a ouvert un nouveau centre de Recherche & Innovation aux États-Unis – son plus grand centre R&I hors de France. Plus de 600 scientifiques innovent localement pour inspirer le monde, stimulant les marques américaines emblématiques telles que *Maybelline New York*, *CeraVe* et *Kiehl's*, grâce à une science et une technologie de pointe.

### PERFORMANCE ENVIRONNEMENTALE, SOCIALE ET DE GOUVERNANCE

- L'Oréal a obtenu pour la neuvième fois consécutive la note triple 'A' du CDP, démontrant son leadership et sa transparence en matière de lutte contre le changement climatique, et son action en faveur des forêts et de la sécurité de l'eau.
- L'Oréal a pris la 18<sup>e</sup> place du classement mondial 2025 d'Equileap *Women's equality in the workplace - Top 100 Ranking*, qui évalue 3 547 entreprises cotées en bourse sur 24 marchés développés selon 19 critères.
- Pour la 16<sup>e</sup> fois, L'Oréal a reçu la distinction 2025 des « Entreprises les plus éthiques au monde » (*World's Most Ethical Companies 2025*) décernée par Ethisphere. En 2025, 136 lauréats ont été récompensés, répartis dans 19 pays et 44 secteurs d'activité. Le score de L'Oréal cette année est supérieur à la moyenne des autres lauréats sur l'ensemble des dimensions évaluées.
- En mars, le Groupe a lancé *L'Oréal Act for Dermatology*, un programme de 20 millions d'euros sur cinq ans, mené par sa Division Beauté Dermatologique, et dont l'objectif est de démocratiser l'accès à la santé de la peau pour soutenir les 2,1 milliards de personnes dans le monde qui vivent avec une maladie de peau.

### AUTRES

- L'Oréal figure parmi le Top 50 « All-Stars » du classement annuel des entreprises les plus admirées au monde établi par *Fortune* et *Korn Ferry*, où il se classe premier en France et dans la catégorie Consommation européenne.
- En avril, L'Oréal a confié un mandat à un prestataire de services d'investissement portant sur l'acquisition de ses propres actions, dans le cadre de l'autorisation approuvée par l'Assemblée Générale Mixte du 23 avril 2024, afin de procéder d'ici au 30 juin 2025 à des rachats d'actions L'Oréal pour un montant maximum de 500 millions d'euros et un nombre maximal d'actions à acquérir de 2 millions. Les actions rachetées sont destinées à être annulées.

---

« 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. »

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

## CONTACTS L'ORÉAL

	Relations actionnaires individuels	Relations investisseurs	Médias
Standard +33 (0)1 47 56 70 00	Pascale GUERIN +33 (0)1 49 64 18 89 <a href="mailto:Pascale.querin@loreal.com">Pascale.querin@loreal.com</a>	Eva QUIROGA +33 (0)7 88 14 22 65 <a href="mailto:Eva.quiroga@loreal.com">Eva.quiroga@loreal.com</a>	Brune DIRICQ +33 (0)6 63 85 29 87 <a href="mailto:Brune.diricq@loreal.com">Brune.diricq@loreal.com</a>  Arnaud FRABOUL +33 (0)6 40 13 62 14 <a href="mailto:Arnaud.fraboul@loreal.com">Arnaud.fraboul@loreal.com</a>

Pour plus d'informations, veuillez consulter les banques, les sociétés de bourse ou les établissements financiers (Code I.S.J.N. : FR0000120321), ainsi que vos journaux habituels ou le site Internet dédié aux actionnaires et investisseurs, [www.loreal-finance.com](http://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](http://www.wiztrust.com)

## Annexe

### Annexe : Chiffre d'affaires du groupe L'Oréal 2024/2025 (en millions d'euros)

	2024	2025
Premier trimestre	11 245,0	11 734,7
Deuxième trimestre	10 875,8	
<b>Total premier semestre</b>	<b>22 120,8</b>	
Troisième trimestre	10 284,9	
<b>Total neuf mois</b>	<b>32 405,7</b>	
Quatrième Trimestre	11 081,1	
<b>Total Année</b>	<b>43 486,8</b>	