

# COMMUNIQUÉ DE PRESSE

## L'ORÉAL

### L'ORÉAL MET LA SCIENCE, LA TECHNOLOGIE ET LA CRÉATIVITÉ AU SERVICE DES NOUVELLES FRONTIÈRES DE LA BEAUTÉ AU SALON VIVA TECHNOLOGY 2025

L'ORÉAL LONGEVITY INTEGRATIVE SCIENCE™, L'AGRICULTURE VERTICALE D'INTERSTELLAR LAB ET L'HYPER LOOK STUDIO DE YVES SAINT LAURENT BEAUTY FIGURENT PARMIS LES INNOVATIONS PRÉSENTÉES

**Paris, le 5 juin 2025** - [L'Oréal](#) présentera ses innovations beauté les plus avancées, augmentées par la technologie, à l'occasion du salon Viva Technology, qui se tiendra à Paris du 11 au 13 juin 2025, marquant ainsi sa neuvième participation au plus grand rendez-vous technologique d'Europe. L'Oréal donnera à voir l'avenir de la beauté avec des expériences de beauté toujours plus personnalisées, inclusives et durables. L'événement mettra en lumière les dernières nouveautés du Groupe disponibles sur le marché, ainsi qu'un aperçu exclusif des prochains lancements. Parmi elles, L'Oréal Longevity Integrative Science™, qui cible les causes profondes du vieillissement biologique ; l'agriculture verticale, pour cultiver des ingrédients d'origine végétale grâce à l'IA ; Hyper Look Studio de Yves Saint Laurent Beauty, pour recréer les looks tendance de maquillage ; et Beauty Genius de L'Oréal Paris, doté de l'IA agentique et de l'intégration de WhatsApp, pour renforcer les liens avec les consommateurs.

« En tant que leader de la Beauty Tech, nous repoussons les frontières de la beauté en collaborant avec un écosystème unique de partenaires externes qui, aux côtés de nos experts L'Oréal, donnent vie à des produits et expériences qui répondent aux rêves de beauté inassouvis de nos consommateurs, » **explique Barbara Lavernos, Directrice Générale Adjointe en charge de la Recherche, de l'Innovation et de la Technologie de L'Oréal Groupe.** « Pour cette édition 2025, le salon VivaTech sera pour L'Oréal l'occasion de montrer une créativité plus audacieuse que jamais, avec des innovations adaptées aux enjeux sociétaux d'avenir comme la longévité ou le développement d'ingrédients durables et de services innovants qui, tous, ouvrent une nouvelle ère de beauté augmentée par la technologie. »

« La technologie est présente dans presque tous les aspects de la vie quotidienne de nos consommateurs », **ajoute Asmita Dubey, Directrice Générale Digital et Marketing de L'Oréal Groupe.** « Les technologies transformatrices, telles que l'IA, l'IA générique et l'IA agentique redéfinissent les attentes et le parcours des consommateurs de produits de beauté ; c'est pourquoi nous restons particulièrement déterminés à offrir aux consommateurs des solutions novatrices, à la fois créatives et technologiques. »

Lors du salon VivaTech 2025, L'Oréal démontrera l'efficacité de son écosystème d'Open Innovation, basé d'une part sur la performance collective des équipes internes de recherche, d'innovation, de numérique et de technologie de L'Oréal, et d'autre part sur la force disruptive d'une nouvelle génération de géants et de start-ups dans les domaines de la biotechnologie, du numérique, de la technologie et de la science. Cet écosystème a permis de développer des nouveautés présentées pour la première fois à VivaTech, ainsi que des solutions déjà accessibles aux consommateurs et aux professionnels du secteur :

#### Les nouvelles frontières de la longévité

- **NOUVEAUTÉ L'Oréal Longevity Integrative Science™** s'appuie sur les avancées technologiques et notre expertise centenaire de la peau pour cibler les causes profondes du vieillissement biologique et prolonger la durée de vie des cellules de la peau. La Roue de la Longévité de L'Oréal décrypte le vieillissement biologique cutané et dévoile le secret des neuf facteurs distinctifs et interconnectés de son vieillissement grâce à sa plateforme d'IA propriétaire le Longevity AI Cloud™. Pour une approche proactive et préventive du vieillissement biologique de la peau.
- **NOUVEAUTÉ Créé en collaboration avec NanoEntek, Lancôme Cell BioPrint** est une révolution dans le domaine de la connaissance de la peau des consommateurs, qui s'appuie sur notre science de la longévité. Cet outil de diagnostic biologique, de type « laboratoire sur puce », permet aux consommateurs de comprendre le processus de vieillissement de leur peau et de connaître les solutions de soins qui peuvent inverser l'âge biologique de leur peau.
- Le **RÉNERGIE NANO-RESURFACER 400 BOOSTER de Lancôme** est un appareil de soin dernière génération inspiré du micro-needling professionnel. Conçu pour stimuler l'absorption topique dans la couche cornée et pour resurfer la peau en douceur, il amplifie la performance de Rénergie H.C.F. Triple Serum sur trois dimensions de la peau : les rides et ridules, les taches pigmentaires et la texture de la peau, pour des résultats à l'efficacité clinique. Doté d'une technologie exclusive de NANO-RESURFACING, l'appareil est composé de 484 nano-picots ultra-précis pour créer des micro-voies invisibles à la surface de la peau.

## Les nouvelles frontières de l'innovation durable

- **NOUVEAUTÉ** La technologie d'agriculture verticale « BioPod » d'Interstellar Lab permet de cultiver des ingrédients d'origine végétale en les superposant verticalement et en les contrôlant grâce à l'intelligence artificielle. Elle permet d'optimiser la consommation d'eau et d'énergie tout en garantissant la production d'un matériel végétal de grande qualité pour des ingrédients cosmétiques hautement performants.
- **NOUVEAUTÉ** Le procédé **Osmobloom™** est une technologie révolutionnaire de capture de l'air qui permet de développer des parfums uniques. Fruit d'un partenariat exclusif avec **Cosmo International Fragrances**, un laboratoire d'ingrédients de premier plan, Osmobloom™ permet de capturer les molécules odorantes d'une fleur tout en les laissant intactes, y compris pour les fleurs dont le parfum était auparavant impossible à extraire naturellement. Osmobloom™ est à l'origine de la senteur de tubéreuse du parfum « Private Talk » de la collection Anatomy of Dreams de Valentino Beauty.
- **L'Oréal Professionnel AirLight Pro, développé en partenariat avec Zuvi**, est un sèche-cheveux révolutionnaire, conçu pour les professionnels de la beauté et les consommateurs. AirLight Pro combine l'air, la chaleur et, pour la première fois, la lumière infrarouge qui cible directement les molécules d'eau, accélérant son processus d'évaporation. Il permet un séchage jusqu'à 21 % plus rapide, tout en garantissant une hydratation jusqu'à 55 % supérieure pour des cheveux plus brillants et plus lisses, et une consommation d'énergie jusqu'à 19 % inférieure<sup>1</sup>.

## Les nouvelles frontières des services de beauté

- **NOUVEAUTÉ** En partenariat avec Meta, **Beauty Genius de L'Oréal Paris**, un assistant personnel de beauté accessible 24 heures sur 24 et 7 jours sur 7 grâce à l'IA agentique, sera prochainement disponible sur WhatsApp. Ensemble, Meta et L'Oréal Paris redéfinissent la façon dont les consommateurs découvrent, comprennent et se connectent à la beauté en leur apportant des conseils personnalisés à grande échelle via l'application de messagerie la plus utilisée au monde.
- **NOUVEAUTÉ** La solution **La Roche-Posay Spotscan+Coach** a été développée en collaboration avec des dermatologues. Il s'agit de la première application de coaching dédiée aux peaux à tendance acnéique qui associe une analyse de la peau par IA à des routines personnalisées et à un soutien émotionnel. Grâce à un partenariat avec **Calm**, la principale application de bien-être mental au monde, les utilisateurs de La Roche-Posay Spotscan+Coach auront accès à des méditations guidées, des exercices de respiration, des outils pour le sommeil et des contenus d'experts pour réduire du stress et favoriser le bien-être holistique.
- **NOUVEAUTÉ** **Noli** (« No One Like I »), est le premier site d'e-commerce beauté 100% personnalisé, propulsé par l'intelligence artificielle. Noli, une start-up indépendante basée à Londres et fondée avec le soutien du Groupe L'Oréal, réinvente la manière dont les consommateurs découvrent et achètent des produits de beauté. Noli agit comme un conseiller beauté personnalisé, simplifiant le parcours des utilisateurs grâce à des diagnostics puissants et des outils d'IA développés à partir de plus d'un million de données issues de scans de visages et de l'analyse de milliers de formulations de produits. Ces technologies permettent de décrypter le profil beauté unique de chaque utilisateur et de leur proposer des recommandations de produits adaptées, livrées directement à leur porte. Noli s'appuie sur le leadership inégalé du Groupe L'Oréal en matière de Beauty Tech, son expertise centenaire dans le domaine de la beauté, ainsi que sa connaissance approfondie de la science cosmétique et des attentes des consommateurs.
- **NOUVEAUTÉ** **Agentic Consumer Care** transformera l'avenir des soins de beauté pour les consommateurs. Grâce à l'intelligence artificielle agentique de **Salesforce**, L'Oréal améliore la vie quotidienne de ses experts beauté en les libérant des tâches routinières, et ce, afin d'augmenter l'interaction humaine et non de la remplacer. Notre objectif est d'établir un lien plus profond et plus personnalisé avec un plus grand nombre de consommateurs.

## Les nouvelles frontières de la créativité et de la culture

- **NOUVEAUTÉ** **Hyper Look Studio d'Yves Saint Laurent Beauty** est un espace où convergent les réseaux sociaux et le talent artistique du maquillage d'Yves Saint Laurent Beauty et où son esprit prend vie à travers une technologie de nouvelle génération. Hyper Look Studio d'Yves Saint Laurent Beauty invite les clients à sélectionner un moment beauté tendance à partir d'un flux en temps réel de contenu social, pour une expérience de transformation virtuelle unique en son genre.
- **CreAltech** est le laboratoire de création de contenu beauté de L'Oréal, qui permet à nos équipes de marketing et de contenu d'accroître leur créativité grâce à la puissance de l'IA générative. En combinant un écosystème modulaire de modèles, d'expertise, de technologies et de partenaires - dont **Google, Adobe et OMI** - CreAltech permet aux spécialistes du marketing de générer des milliers d'images, de textes et de vidéos uniques et conformes à la marque pour diverses plateformes et audiences mondiales.

---

<sup>1</sup> Données de performance basées sur des tests instrumentaux de l'AirLight Pro par rapport au sèche-cheveux haut de gamme le plus vendu en Europe.

## 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/>

« 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

+33 (0)1 47 56 70 00

#### Actionnaires individuels

Pascale GUERIN

+33 (0)1 49 64 18 89

[Pascale.guerin@loreal.com](mailto:Pascale.guerin@loreal.com)

#### Analystes financiers et

#### Investisseurs Institutionnels

Eva QUIROGA

+33 (0)7 88 14 22 65

[Eva.quiroga@loreal.com](mailto:Eva.quiroga@loreal.com)

#### Média

Brune DIRICQ

+33 (0)6 63 85 29 87

[Brune.diricq@loreal.com](mailto:Brune.diricq@loreal.com)

Arnaud FRABOUL

+33 (0)6 40 13 62 14

[Arnaud.fraboul@loreal.com](mailto: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](http://www.loreal-finance.com), l'application mobile L'Oréal Finance ou contacter le numéro vert : 0.800.66.66.66 (appel gratuit).

Suivez-nous sur LinkedIn [@L'Oréal](#)

Suivez-nous sur Instagram [@lorealgroupe](#)

[www.loreal.com](http://www.loreal.com)