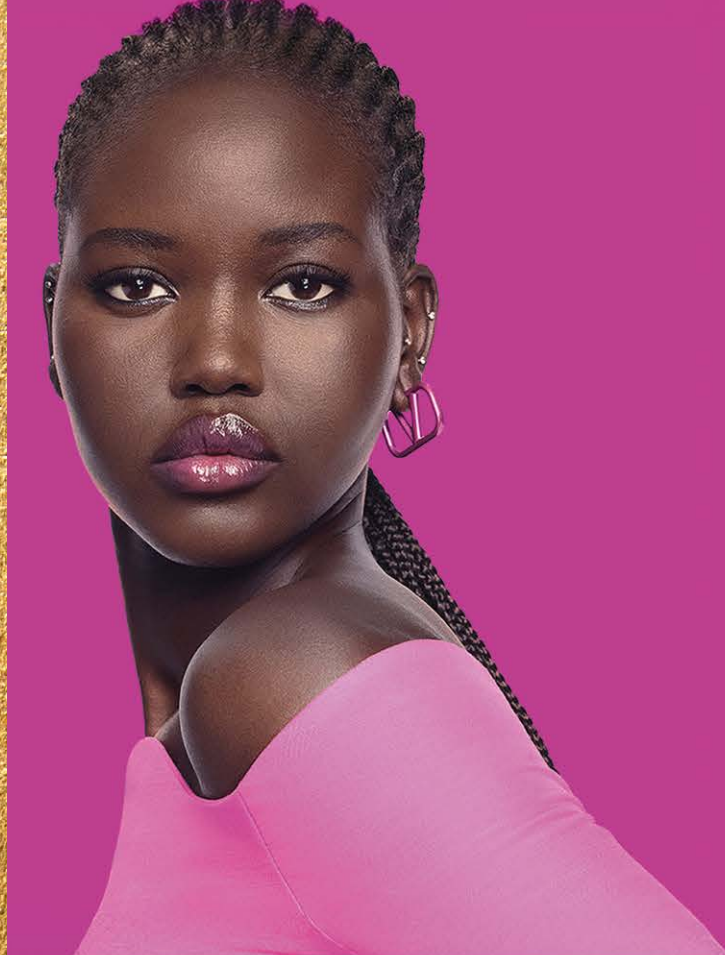
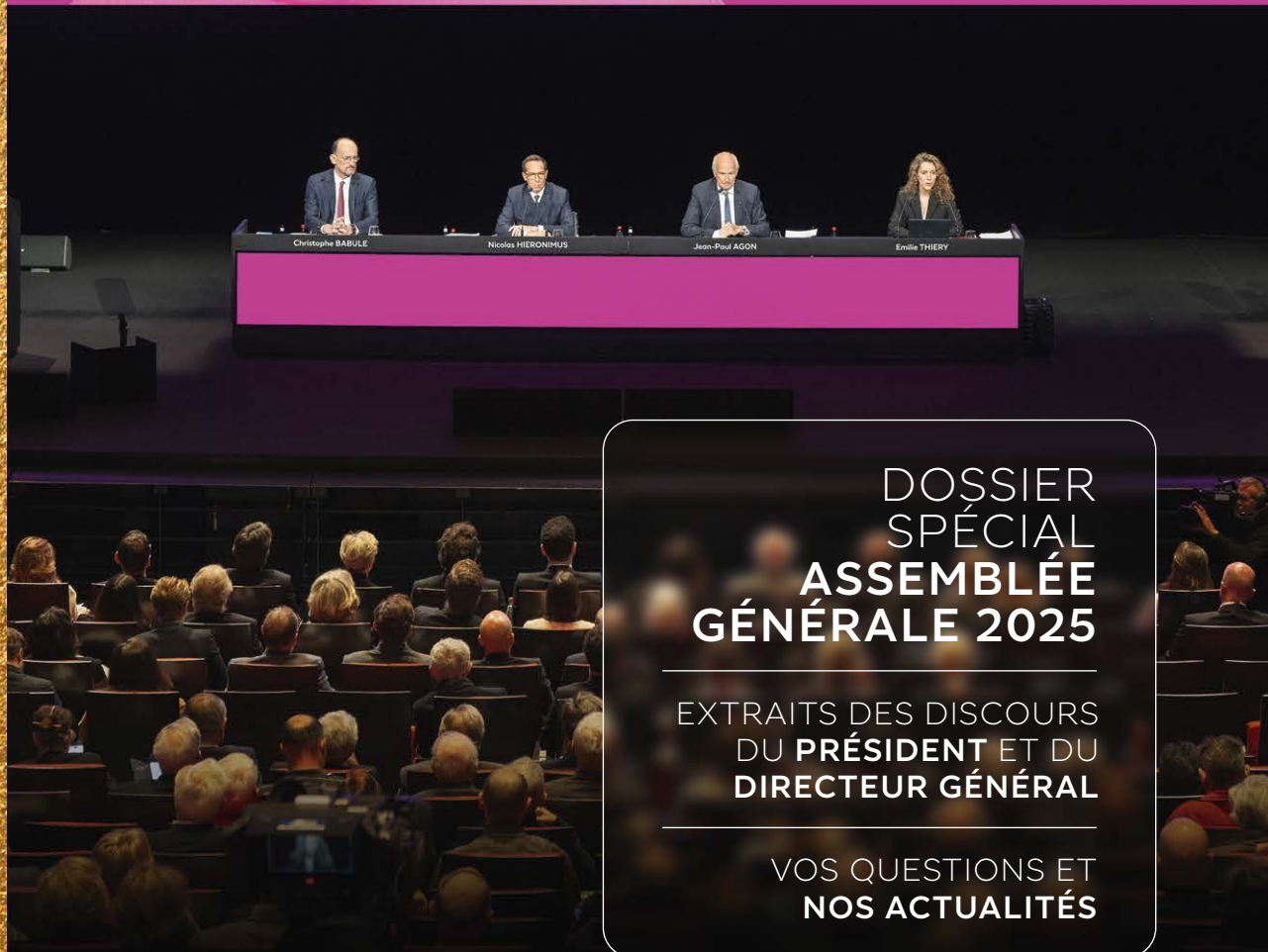


N°89
PRINTEMPS
ÉTÉ
2025

LA LETTRE AUX
ACTIONNAIRES



**ASSEMBLÉE
GÉNÉRALE
2025**
L'ORÉAL



DOSSIER
SPÉCIAL
**ASSEMBLÉE
GÉNÉRALE 2025**

EXTRAITS DES DISCOURS
DU PRÉSIDENT ET DU
DIRECTEUR GÉNÉRAL

VOS QUESTIONS ET
NOS ACTUALITÉS

L'ORÉAL
FINANCE



“Le modèle d'affaires de L'Oréal est résilient. Il est le secret de la création de valeur qui profite à toutes et à tous.”

JEAN-PAUL AGON,
Président du Conseil d'Administration de L'Oréal

« Mesdames et Messieurs, Chers actionnaires,

Votre Société maintient fermement le cap sur l'avenir avec la volonté constante d'innover, la force et la détermination qui sont inscrites dans son ADN. Nous ne cédon pas à l'incertitude du monde. Au contraire, nous réaffirmons notre ambition et nos engagements.

Votre Société a consolidé sa position de N° 1 mondial de la beauté et affiché des résultats en nette progression en 2024. Le modèle d'affaires de L'Oréal est résilient. Il est le secret de la création de valeur qui profite à toutes et à tous.

La qualité des résultats nous permet de vous proposer un dividende par action de 7€, en augmentation de + 6,1%. Le taux de distribution a atteint un record à 55,3%. En 2024, plus de 120 000 nouveaux actionnaires individuels ont investi dans L'Oréal. Les actionnaires du Groupe de longue date connaissent bien la qualité du titre sur le long terme. Au cours des 15 dernières années, la rentabilité totale s'est établie à plus de 12% par an et le capital investi a été multiplié par cinq. En tant que Président, je suis fier de constater l'attractivité constante du Groupe et vous remercie de cette confiance.

Notre engagement est de nourrir une relation toujours plus forte avec nos actionnaires. L'équipe des Relations Actionnaires Individuels a mis au point une gamme de contenus pédagogiques pensés et conçus pour vous. Elle a également lancé les « Rendez-Vous Extraordinaires » qui donnent aux actionnaires individuels l'opportunité d'assister à des événements exclusifs. Plus de partage, plus de proximité, plus de confiance : c'est la promesse que nous vous renouvelons année après année.

Cette année encore, la contribution de nos 90 000 L'Oréaliens a été exemplaire. Ils sont un modèle d'agilité, d'endurance et d'audace. Ensemble, ils forment la plus belle équipe du monde de la beauté. Je tiens à les remercier et à les féliciter chaleureusement. Leur engagement au service de L'Oréal est total. Et notre confiance en eux l'est tout autant. C'est pourquoi nous avons décidé d'annualiser le plan d'actionnariat salarié, en France comme à l'étranger. C'est une juste manière de partager le fruit de leur forte implication, d'aligner leurs intérêts sur les vôtres et de les associer à l'avenir de votre Société.

Nos équipes préparent le L'Oréal du futur, tout en donnant corps à l'entreprise citoyenne et responsable que nous voulons continuer d'être. L'Oréal est 100% mobilisé face aux défis communs de l'humanité – le climat, l'équité ou bien encore le respect de la différence.

L'Oréal poursuivra sa stratégie de double excellence. L'Oréal façonnera encore et toujours le futur de la beauté.

Votre Société est unie par une vision et des fondamentaux intangibles : l'ambition d'une croissance durable et responsable, l'exigence, l'innovation scientifique et technologique, la qualité, la culture humaniste, et le sens du devoir.

L'avenir s'écrit maintenant.

Au nom du Groupe, je suis heureux et fier de l'écrire avec vous. »

Cette Assemblée a été marquée par l'hommage rendu à Françoise Bettencourt Meyers, administratrice de L'Oréal pendant 28 ans.

En voici quelques extraits :

« Votre contribution a été déterminante au succès économique de L'Oréal durant ces près de trois décennies. Vous avez accompagné le développement de l'entreprise, lui donnant l'ambition et les moyens de grandir et prospérer dans la continuité.

Vous avez également été la garante de l'Esprit L'Oréal. Votre préoccupation première – et celle de Jean-Pierre Meyers à vos côtés – a toujours été le bien-être et l'épanouissement des collaborateurs de la Maison. Vous avez encouragé l'actionnariat salarié, le partage de la réussite du Groupe avec celles et ceux qui en sont les artisans, alignant ainsi leurs intérêts avec ceux de l'ensemble des actionnaires.

Vous avez su transmettre à vos deux fils ce feu sacré qui vous anime. Cette continuité remarquable est un atout inestimable pour le Groupe. La grandeur de L'Oréal est le crédo de votre famille depuis 116 ans. Il est le vôtre depuis toujours. Je sais qu'il continuera de vous animer car vous ne quittez pas L'Oréal, mais son Conseil d'Administration.

Au nom des membres du Conseil, de tous les actionnaires de L'Oréal et de tous les L'Oréaliens, je tiens à vous témoigner de notre profond respect, de notre sincère admiration et à vous remercier chaleureusement pour votre immense contribution. »



“Le potentiel de recrutement de nouveaux consommateurs est immense, et L'Oréal est idéalement positionné.”

NICOLAS HIERONIMUS,
Directeur Général de L'Oréal



Retrouvez l'intégralité de l'Assemblée Générale en vidéo en

scannant ce QR code



« Mesdames et Messieurs, Chers actionnaires,

En 2024, L'Oréal a une fois encore renforcé sa position de N° 1 mondial de la beauté. L'année écoulée a été marquée par la gestion des multiples crises « en temps réel » avec beaucoup d'agilité, et en parallèle, par la préparation du futur à travers l'accélération de la transformation de votre Groupe. Nous avons enregistré une solide croissance du chiffre d'affaires de +5,1% en comparable, supérieure à celle du marché de la beauté à +4,5%. **Nous avons surperformé le marché dans quatre de nos cinq Zones géographiques, avec une forte accélération dans les marchés émergents,** qui ont contribué à hauteur de 36% à la croissance du Groupe.

Ainsi, notre marge d'exploitation a atteint un nouveau record à 20%, alors que nous avons continué d'investir massivement dans nos marques pour alimenter notre croissance à long terme. C'est la force de la spirale vertueuse du compte d'exploitation de L'Oréal.

Dans un contexte de volatilité permanente, **L'Oréal continue de garder le cap, résilient dans la tempête, avec les résultats solides de notre premier trimestre 2025.**

Nous sommes convaincus que le marché de la beauté continuera sa croissance à un rythme d'environ +4 à 5% en moyenne dans les années à venir.

Aujourd'hui, plus que jamais, **nous accélérons la transformation de L'Oréal autour de trois axes stratégiques :** l'agilité et la résilience de notre organisation ; l'excellence scientifique et technologique ; la transformation durable de nos activités.

Nous dédions plus de 1,3 milliard d'euros par an à la Recherche. Grâce à notre maîtrise de l'intelligence artificielle, nous pouvons désormais mieux tirer parti de nos 16 000 téraoctets de données pour repousser les limites de la créativité, démultiplier l'impact de nos publicités et renforcer la capacité d'innovation de nos chercheurs et de l'ensemble de nos collaborateurs.

Notre programme L'Oréal pour le Futur reflète **notre conviction que la performance économique et la responsabilité environnementale et sociétale sont indissociables.** Alors que nous sommes à mi-parcours de

ce programme, nous sommes heureux de partager avec vous une feuille de route ajustée pour 2030. Nous allons intensifier nos efforts au cours des cinq prochaines années pour atteindre nos 15 objectifs du programme L'Oréal pour le Futur, tout en restant transparents sur les moyens que nous pouvons mobiliser.

Je suis également très heureux d'annoncer le lancement d'un accélérateur de développement durable. Nous allons lancer un appel mondial pour collaborer avec des *startups* susceptibles d'apporter des innovations dans les domaines du climat, de l'eau, de la circularité, des emballages alternatifs ou encore des ingrédients, que nous soutiendrons à hauteur de 100 millions d'euros sur cinq ans.

Nous partons à la conquête de trois nouveaux espaces qui sont autant d'horizons de croissance : l'espace géographique grâce aux nouveaux marchés relais ; l'espace des groupes de consommateurs au fort potentiel de consommation de beauté, comme la Génération Z, les personnes de plus de 60 ans et les hommes ; et, enfin, l'espace des nouvelles technologies, qui dessinent de nouveaux territoires adjacents au marché traditionnel de la beauté, comme la longévité, les appareils de beauté connectés et le marché de l'esthétique.

Le potentiel de recrutement de nouveaux consommateurs est immense, et L'Oréal est idéalement positionné. Grâce à notre portefeuille inégalé de 37 marques internationales, nous couvrons toutes les catégories, à tous les niveaux de prix et dans tous les circuits de distribution.

C'est donc avec confiance et ambition que nous entamons ce nouveau chapitre de l'Aventure L'Oréal, résolu à créer de la valeur financière et extra-financière sur le temps long.

Et parce que l'Aventure L'Oréal est avant tout une aventure humaine, je tiens à remercier chaleureusement au nom de l'ensemble des collaborateurs de L'Oréal, Madame Françoise Bettencourt Meyers qui a su insuffler à une génération entière de L'Oréaliens l'esprit pionnier et familial qui anime notre maison.

Je suis déterminé à faire perdurer cet héritage et à conduire L'Oréal vers de nouveaux horizons de croissance pour **créer la beauté qui fait avancer le monde. »**

L'EXPANSION GÉOGRAPHIQUE AU CŒUR DE L'AVENTURE L'ORÉAL

À l'occasion de l'Assemblée Générale, Fabrice Megarbane, Directeur Général Développement des marchés, a présenté la stratégie pour les nouveaux marchés, relais de croissance pour L'Oréal.

« Notre nouvelle ambition de conquête de nouveaux consommateurs dans les régions émergentes s'inscrit dans un contexte de transformation démographique majeure. Nous estimons que 45 % de nos 4,2 milliards de consommateurs potentiels vivent aujourd'hui dans ces régions.

Notre plan d'action pour les marchés émergents s'appuie sur trois leviers : le lancement de nouvelles marques ; la maîtrise des nouveaux circuits du commerce en ligne pour capitaliser sur l'explosion du digital ; la pertinence de l'innovation produit et des modes d'engagement avec les consommateurs locaux.

Pour mener à bien notre expansion et garantir la proximité avec nos consommateurs, nous avons établi une empreinte opérationnelle et de recherche optimale, avec 36 usines de production et six pôles régionaux de Recherche & Innovation.

Nous avons une stratégie claire pour accélérer notre expansion géographique dans les années à venir, et recruter de nouveaux consommateurs partout dans le monde. »



FABRICE MEGARBANE,
Directeur Général Développement des marchés



Internationalisation de nos marques

Le lancement de CeraVe en Inde, porté par l'efficacité supérieure de nos produits, le modèle de la prescription médicale et la maîtrise des réseaux sociaux, nous a permis d'atteindre, pour cette première année de déploiement, plus de 7 000 pharmacies en 2024.

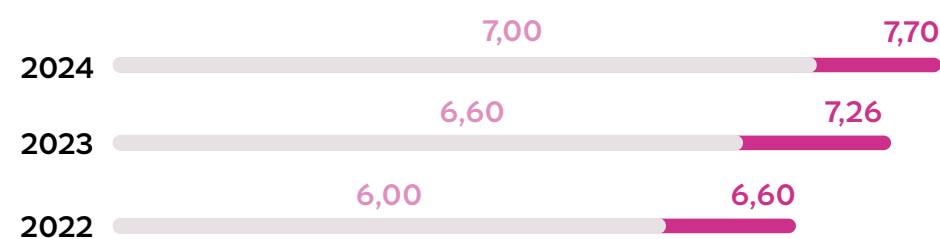


Innovation locale

En nous appuyant sur notre centre de Recherche & Innovation de Rio de Janeiro, nous avons pu développer une nouvelle formule adaptée aux besoins spécifiques des peaux brésiliennes avec le soin hydratant Garnier Vitamina C Toque Seco.

UNE POLITIQUE DYNAMIQUE ENVERS LES ACTIONNAIRES

DIVIDENDE PAR ACTION (EN EUROS)



Dividende majoré de +10% pour les actions continûment inscrites au nominatif depuis deux années calendaires au minimum, dans la limite de 0,5% du capital pour un même actionnaire.

DISCUSSION GÉNÉRALE : VOS QUESTIONS, NOS RÉPONSES

Lors de l'Assemblée Générale, les actionnaires ont eu l'occasion de prendre la parole et de poser leurs questions. Découvrez un résumé de certains thèmes abordés au cours de ces échanges entre L'Oréal et ses actionnaires.

L'Oréal a atteint un niveau de marge record en 2024. Souhaitez-vous poursuivre cette dynamique et quel sera l'impact sur vos investissements en Recherche & Innovation et en marketing ?

2024 a été une nouvelle année d'amélioration de la marge, malgré un contexte compliqué. Dans les bons comme dans les mauvais moments, nous parvenons à faire progresser notre marge de façon régulière et progressive. En 2025, nous avons l'ambition de continuer sur cette lancée tout en maintenant nos investissements dans des domaines clés qui font la force du Groupe aujourd'hui et pour le long terme, notamment en Recherche et Innovation (à hauteur de 3% du chiffre d'affaires) et en moyens publi-promotionnels. La gestion rigoureuse de notre marge brute et de nos frais de fonctionnement reste notre priorité.

Quel sera l'impact des mesures douanières aux États-Unis pour L'Oréal ? Comment l'organisation du Groupe permet de réagir efficacement à ces décisions ?

Cette politique de mesures douanières affecte toutes les entreprises dans le monde entier. L'Oréal se trouve dans une situation plutôt favorable grâce à son empreinte géographique, qui est l'une des plus diversifiées de notre secteur : nous comptons 36 usines à travers le monde, qui produisent au plus près des consommateurs. Nous avons renforcé cette présence locale et réduit notre dépendance à certains marchés. Aux États-Unis, nous comptons plusieurs usines où sont fabriquées un peu plus de 50 % des unités vendues par L'Oréal dans le pays, qui représentent un peu moins de la moitié du chiffre d'affaires réalisé sur ce marché.

L'impact des mesures douanières estimé à date, sur la base du contexte actuel qui est très changeant, représente à peu près 50 points de base pour L'Oréal sur l'année, essentiellement sur le second semestre. Nous avons anticipé ces mesures en prévoyant des stocks, notamment de produits de luxe, en début d'année aux États-Unis. De plus, nous avons la possibilité de continuer d'adapter notre empreinte géographique et de valoriser nos produits et innovations.

Le ralentissement en Chine est-il conjoncturel ou structurel ?

La Chine a été un puissant moteur de croissance pour le Groupe pendant quasiment une décennie. L'Oréal a été une des premières entreprises occidentales à vraiment implanter son activité beauté en Chine, il y a plus de 25 ans. Après le Covid, l'indice de confiance des consommateurs chinois a baissé, mais nous pensons que cela est conjoncturel. Sur les 400 millions de consommateurs qui peuvent acheter nos produits, L'Oréal n'en touche que 100 millions. Il reste encore à faire pour séduire ces consommateurs, y compris dans les villes moyennes ou petites. De plus, la Chine est déterminée à relancer sa consommation en prenant des mesures

adaptées. On ne sait pas exactement combien de temps cela va prendre. On constate également que la population chinoise aime la beauté, le luxe et les produits de qualité ; même s'il y a plus de concurrence locale qu'auparavant, L'Oréal est de très loin le N° 1 sur ce marché. Nous allons donc continuer d'innover pour stimuler l'appétit de beauté de ces consommateurs.



Où en êtes-vous dans la catégorie des produits pour homme ?

Les hommes, et notamment les jeunes générations, font de plus en plus attention à eux et investissent dans leur beauté. C'est très clairement un de nos axes de développement. À part en parfums masculins, où L'Oréal est très fort, nous sommes un peu sous-représentés dans ce segment. Nous sommes très actifs et les choses bougent, comme l'illustre par exemple le lancement réussi d'Elsève Growth Booster, qui favorise la repousse des cheveux. Nous capitalisons également sur de nouvelles marques qui sont par nature unisexes, comme CeraVe, qui sert aux États-Unis 50 % d'hommes et 50 % de femmes, parce que le nom de la marque, le packaging, le parfum, la qualité des textures et la communication font que c'est une marque qui s'adresse aussi bien aux hommes qu'aux femmes. L'Oréal compte donc poursuivre son développement sur le segment masculin.

En matière de concurrence, est-ce que les marques indépendantes ou locales sont des acteurs sérieux ?

Parmi les grands concurrents traditionnels, L'Oréal est le plus résilient et continue de gagner des parts de marché. Face à la concurrence des marques indépendantes – indiennes, indonésiennes, chinoises –, la force de L'Oréal est de combiner économies d'échelle et puissance d'un grand groupe, tout en gardant au niveau local une grande agilité afin de saisir les tendances et proposer des innovations qui répondent aux désirs de beauté des consommateurs. Le marché de la beauté attire beaucoup d'acteurs parce qu'il est en croissance. Mais il n'y a qu'un champion du monde : c'est L'Oréal.

Le portefeuille de marques de L'Oréal s'agrandit

L'Oréal continue d' étoffer son portefeuille de marques qui est aujourd'hui le plus varié, le plus riche et le plus puissant de l'industrie cosmétique mondiale.

Dernièrement, le Groupe a signé un partenariat beauté exclusif de long terme avec Jacquemus, renforcé d'une prise de participation minoritaire soutenant son développement indépendant. Jacquemus complétera le portfolio de marques emblématiques de L'Oréal Luxe et renforcera le leadership mondial de la Division.

L'Oréal a également pris une participation minoritaire dans la maison de haute parfumerie Amouage. Fondée à Oman en 1983, Amouage a redéfini l'art arabe de la parfumerie, se forgeant une réputation mondiale ; ses créations sont aujourd'hui présentes dans les meilleurs points de vente de produits de luxe au monde.

De plus, L'Oréal a finalisé l'acquisition de Dr.G, la marque coréenne de soin de la peau, qui rejoint la Division des Produits Grand Public pour répondre au succès grandissant de la K-Beauty.



La double excellence de L'Oréal en action

L'Oréal vise à allier performance économique et impact social et environnemental positif.



En mars 2025, 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 afin d'aider les 2,1 milliards de personnes⁽¹⁾ dans le monde qui vivent avec une maladie de peau. Il se concentre sur quatre domaines d'action : la recherche, l'enseignement, la sensibilisation et le partage de solutions.

Dans le cadre de ce programme, le Groupe s'engage dans un partenariat avec la Fondation de soutien à l'Organisation mondiale de la Santé (OMS) afin de soutenir ses efforts dans sa lutte contre les maladies cutanées courantes et celles causées par les maladies tropicales négligées, et afin de contribuer à une meilleure prise de conscience de l'impact des maladies de peau à l'échelle mondiale.

L'Oréal a été distingué à nouveau pour ses engagements environnementaux et sociaux :

- seule entreprise au monde à avoir obtenu un Triple A du CDP⁽²⁾ pour la 9^e année consécutive ;
- médaille de platine EcoVadis : L'Oréal figure dans le top 1% des entreprises les plus performantes sur le plan environnemental et social ;
- classée parmi les cinq meilleures entreprises au monde en matière de diversité et d'inclusion par le FTSE Russell Diversity & Inclusion Index. Top 100 pour la 2^e année consécutive et 1^{re} entreprise française.



Un nouveau rôle au sein du Comité Exécutif en matière d'innovation

Delphine Viguiet-Hovasse est nommée première Directrice Générale Innovation & Prospective de L'Oréal et rejoindra le Comité Exécutif à compter du 1^{er} juillet 2025. Ce nouveau rôle a été créé pour renforcer le leadership du Groupe en matière d'innovation dans un paysage de la beauté dynamique et en rapide évolution.

Delphine supervisera à la fois les équipes Innovation existantes et le Département de Prospective Stratégique afin d'assurer une approche globale et tournée vers l'avenir de l'innovation beauté. Elle rapportera également à Barbara Lavernos, Directrice Générale Adjointe, en charge de la Recherche, de l'Innovation et des Technologies.



Un partenariat entre le Louvre et L'Oréal

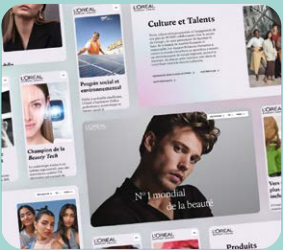
L'Oréal a dévoilé un partenariat inédit avec le plus grand musée du monde : le parcours « De toutes beautés ! », au musée du Louvre, permet de découvrir une sélection de 108 chefs-d'œuvre, retraçant près de 10 000 ans d'histoire. Les visiteurs sont invités à découvrir les rituels, objets et perceptions qui ont fait la pluralité et l'essentialité de la beauté à travers les âges.



À la pointe de l'innovation : la science de la longévité

Au CES⁽³⁾ 2025 de Las Vegas, L'Oréal a dévoilé L'Oréal Cell BioPrint, un appareil compact permettant de réaliser en seulement cinq minutes une analyse personnalisée de la peau. L'Oréal Cell BioPrint s'appuie sur la *Longevity Integrative Science™* de L'Oréal, une approche révolutionnaire qui étudie les liens de corrélation entre les mécanismes du corps humain et l'apparence de la peau. Cette innovation devrait être lancée avec une marque de L'Oréal Groupe en Asie courant 2025.

RETROUVEZ NOS PUBLICATIONS



LE RAPPORT ANNUEL DIGITAL

L'Oréal a reçu de multiples récompenses pour son Rapport Annuel⁽⁴⁾. Nous vous invitons à découvrir l'édition 2024, qui s'inscrit dans une démarche numérique responsable. À travers des contenus exclusifs et variés (articles, vidéos, chiffres clés, infographies, et bien plus encore), découvrez les initiatives les plus marquantes de l'année 2024 et la double excellence de L'Oréal.

lorealrapportannuel2024.com

LE DOCUMENT D'ENREGISTREMENT UNIVERSEL (DEU)

L'édition 2024, 100 % accessible, comprend notamment le Rapport Financier Annuel, le Rapport Intégré et le Rapport de durabilité. Le DEU s'attache à présenter le modèle d'affaires équilibré du Groupe, ses orientations stratégiques, ses résultats 2024, sa performance sociale et environnementale, ainsi que les relations avec ses parties prenantes.

loreal-finance.com



PASSEZ À LA LETTRE AUX ACTIONNAIRES EN VERSION DIGITALE

L'Oréal publie deux Lettres aux Actionnaires par an : une édition imprimée à la suite de l'Assemblée Générale et une seconde en version digitale à la fin de l'année.

Pour vous assurer de recevoir la prochaine édition, qui bénéficie de contenus enrichis tels que des vidéos, c'est simple :

- scannez ce QR code avec votre téléphone portable ou rendez-vous sur loreal-finance.com/fr/rester-informe et remplissez le formulaire ;

- envoyez-nous un e-mail avec vos coordonnées complètes à info@loreal-finance.com



(1) The Lancet Global Health Metrics Volume 392, numéro 10159, p. 1789-1858, 10 novembre 2018.
(2) Organisation internationale à but non lucratif qui œuvre pour l'environnement.

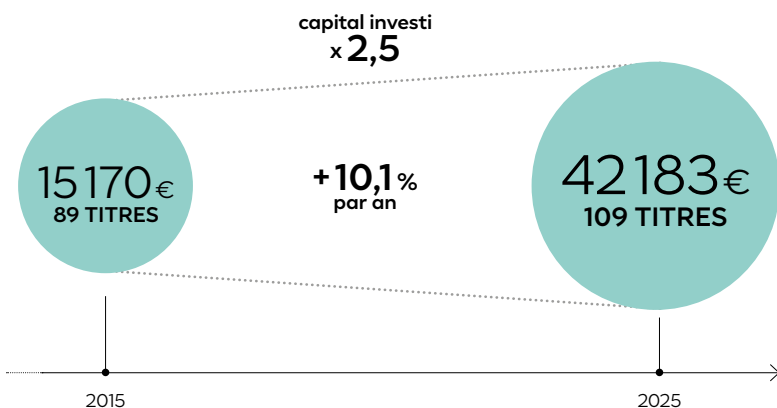
(3) Consumer Electronics Show.
(4) Grand Prix Stratégies du Luxe, Top/Com Grands Prix Corporate Business, Grands Prix de la Communication, Lovie Awards, European Excellence Awards pour les éditions 2023 et 2024.

RENTABILITÉ TOTALE POUR L'ACTIONNAIRE⁽¹⁾

Parmi les différents indicateurs économiques et financiers de mesure de création de valeur, L'Oréal a retenu la rentabilité totale pour l'actionnaire, souvent intitulée *Total Shareholder Return* (TSR). Cet indicateur constitue, en effet, une mesure synthétique qui intègre à la fois la valorisation du titre et les revenus perçus sous forme de dividendes hors impôts sur la plus-value de cession et sur les dividendes, sur la base de la valeur de l'action au 30 avril 2025.

Hypothèse

Rendement total pour l'actionnaire sur 10 ans, pour près de 15 000€ investis en actions L'Oréal, dividendes réinvestis, hors frais bancaires et fiscalité.



TAUX DE RENDEMENT ACTUARIEL

Sur la base du cours du 30 avril 2025

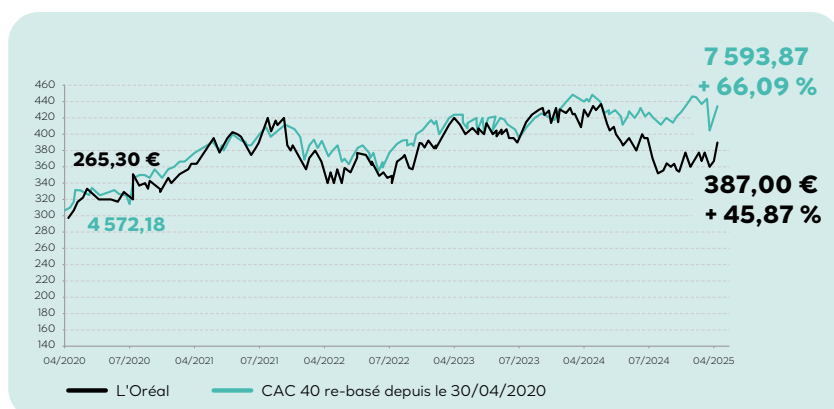
+9,2%
SUR 5 ANS

+10,1%
SUR 10 ANS

+12,0%
SUR 20 ANS

ÉVOLUTION DE L'ACTION L'ORÉAL

L'Oréal vs CAC 40 du 30 avril 2020 au 30 avril 2025⁽²⁾



(1) Taux de rendement actuariel de l'investissement, en supposant la revente des titres au cours du 30/04/25.

(2) Indice CAC 40 re-basé sur le cours de Bourse de L'Oréal depuis le 30/04/2020 // Source : Bloomberg, cours de Bourse au 30/04/2025.

Société anonyme au capital de 106 863 072,80 euros – 632 012 100 RCS Paris – Code NAF : 2042 Z – Code ISIN : FR0000120321 – Siège social : 14, rue Royale, 75008 Paris – Siège administratif : 41, rue Martre, 92117 Cligny Cedex – Numéro Vert : 0 800 66 66 66 (appel gratuit). Pour plus d'informations, écrivez à L'Oréal, Direction de la Communication Financière, 41, rue Martre, 92117 Cligny Cedex, consultez le site Internet www.loreal-finance.com, téléchargez l'appli mobile L'Oréal Finance ou contactez-nous par e-mail à relations_actionnaires_individuels@loreal-finance.com. Crédits photos : Alain Buu / L'Oréal (couverture) – Alain Buu / L'Oréal (p. 2) – Alain Buu / L'Oréal (p. 3) – Alain Buu / L'Oréal – CeraVe India, Garnier (p. 4) – Damon Baker (p. 6) – Dr.G / L'Oréal (p. 6) – L'Oréal Act for Dermatology McCann Agency (p. 6) – Antoine & Charlie / Mame Anta Wade / Vichy (p. 7) – L'Oréal (p. 7). Réalisation : Makassar. Ce document a été imprimé avec des encres végétales et un vernis acrylique à base d'eau par un imprimeur adhérent de l'association Culture Papier et labellisé Print Ethic et EcoVadis Gold.

UNE ÉQUIPE DISPONIBLE ET À L'ÉCOUTE DES ACTIONNAIRES

PASCALE GUÉRIN

Directrice des Relations Actionnaires Individuels

ANGÉLIQUE FRUCHTENREICH

Responsable des Relations Actionnaires Individuels

relations_actionnaires_individuels@loreal-finance.com

Tél. en France : 0 800 66 66 66

Tél. hors France : + 33 1 40 14 80 50

L'AGENDA

29 juillet 2025 : résultats semestriels 2025 (après Bourse)

22 septembre 2025 : réunion d'actionnaires à Toulouse

13 octobre 2025 : réunion d'actionnaires à Nantes

21 octobre 2025 : chiffre d'affaires au 30 septembre 2025 (après Bourse)

Pour rester informé des autres dates clés, merci de consulter notre site Internet : loreal-finance.com

L'ACTIONNAIRE CONNECTÉ

Téléchargez l'application mobile L'Oréal Finance et suivez l'actualité de votre entreprise en direct. Disponible gratuitement sur :

App Store

Google Store



Pour recevoir la Lettre aux Actionnaires par e-mail, renseignez votre adresse sur : loreal-finance.com/fr/rester-informé

Si vous changez de situation ou d'adresse, merci de nous en informer à l'adresse contact@loreal-finance.com

En votre qualité d'ancien ou actuel actionnaire de L'Oréal ou parce que vous y avez souscrit spécifiquement, vous recevez cette information du département Communication Financière de L'Oréal dans son intérêt légitime de vous communiquer des informations financières et sur l'actualité du Groupe, ou des invitations à des rencontres et événements où L'Oréal est présent.

Si vous ne souhaitez pas recevoir cette information, il vous suffit de nous en faire part par e-mail en nous écrivant à contact@loreal-finance.com ou par courrier à l'adresse suivante : L'Oréal – Communication Financière – 41, rue Martre – 92117 Cligny Cedex. Pour exercer vos droits ou pour toute question sur le traitement de vos données personnelles, contactez-nous par e-mail à l'adresse contact@loreal-finance.com. Vous pouvez également contacter notre Délégué à la Protection des Données par e-mail à dpo@loreal.com. Si vous estimez que vos droits sur vos données personnelles ne sont pas respectés, vous pouvez adresser une réclamation à l'autorité de protection des données de votre pays (en France : la Commission nationale de l'informatique et des libertés – CNIL).