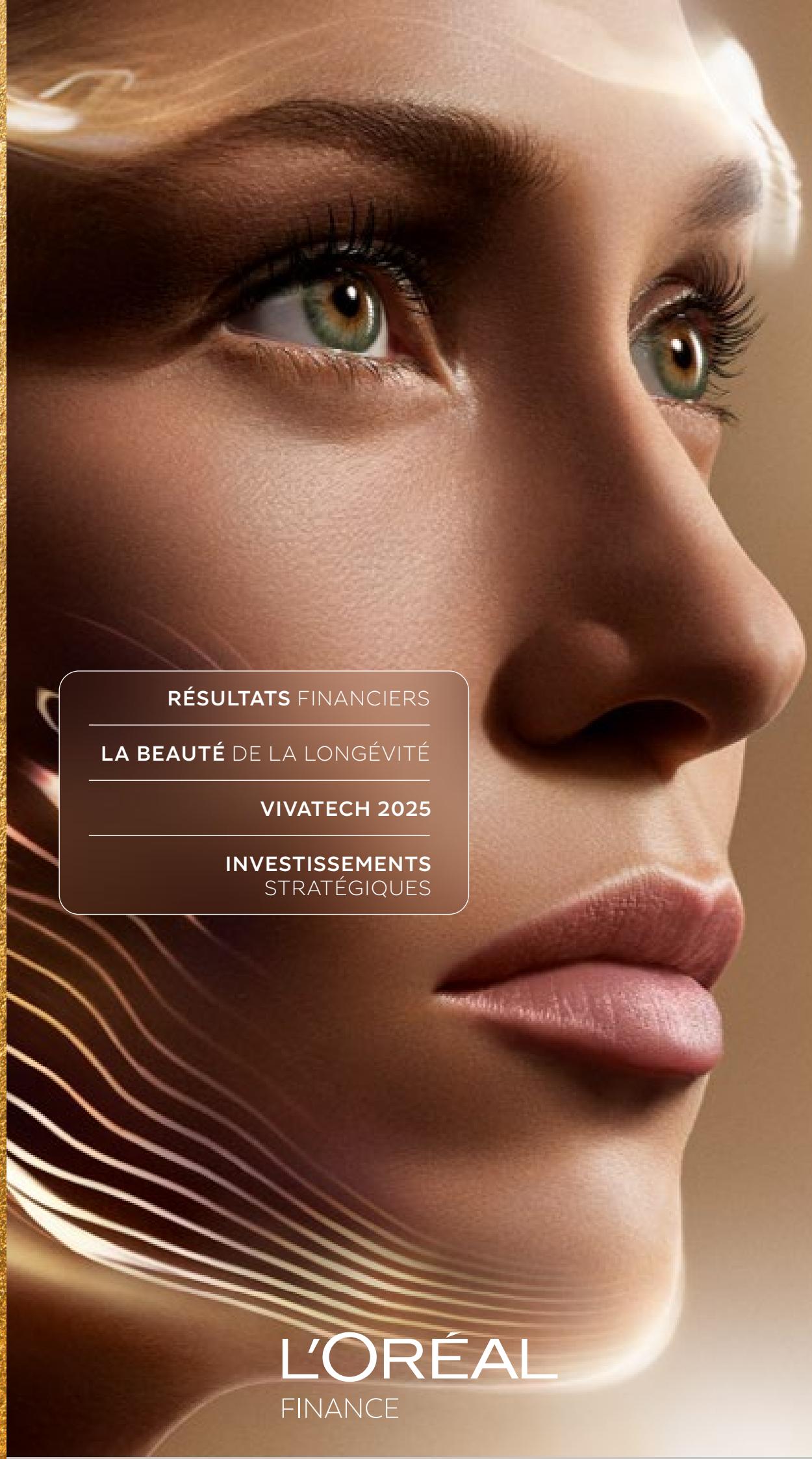


LA LETTRE AUX ACTIONNAIRES

N°90
AUTOMNE/
HIVER
2025



RÉSULTATS FINANCIERS

LA BEAUTÉ DE LA LONGÉVITÉ

VIVATECH 2025

INVESTISSEMENTS
STRATÉGIQUES

L'ORÉAL
FINANCE



“ Ce partenariat avec Kering renforcera encore notre position de numéro un mondial de la beauté de luxe. ”

NICOLAS HIERONIMUS
Directeur Général, L'Oréal

Chers actionnaires,
Le 21 octobre, votre Groupe a publié son chiffre d'affaires des neuf premiers mois de l'année pour la période se terminant le 30 septembre 2025. Dans un contexte économique et politique en constante évolution, le Groupe a enregistré une croissance de son chiffre d'affaires de +3,4% à données comparables, conformément aux prévisions.

Toutes les Zones géographiques ont progressé. Les États-Unis et la Chine continentale, nos deux plus grands marchés, ont poursuivi leur reprise, tandis que l'Europe est restée robuste. Le dynamisme continu des marchés SAPMENA et SSA a plus que compensé la faiblesse en Amérique latine. Notre croissance à deux chiffres en e-commerce est nettement supérieure au marché.

La croissance a accéléré dans toutes les Divisions, grâce à notre plan de stimulus beauté. Par catégorie, les parfums et le soin du cheveu ont affiché les deux meilleures performances, et nos innovations en maquillage commencent à porter leurs fruits.

Nous avons annoncé une **alliance stratégique dans le domaine de la beauté et du bien-être de luxe avec Kering**. Cet accord couvre l'acquisition de la Maison Creed et la signature de licences exclusives d'une durée de 50 ans pour la création, le développement et la distribution de produits parfum et beauté pour Bottega Veneta, Balenciaga et Gucci⁽¹⁾.

Nous continuons à gérer notre compte de résultat de manière à atténuer l'impact des hausses de droits de douane, tandis que l'empreinte mondiale de notre production, la solidité de notre marge brute et nos investissements continus dans nos marques nous permettent de conserver une longueur d'avance sur nos concurrents. Je suis convaincu que nous continuerons de surperformer le marché mondial de la beauté et que nous réaliserons une nouvelle année de croissance du chiffre d'affaires et une augmentation de notre profitabilité.

L'ORÉAL NOMMÉ ENTREPRISE LA PLUS INNOVANTE D'EUROPE

L'Oréal a récemment été désigné entreprise la plus innovante d'Europe selon un classement de 300 entreprises évaluées par le magazine Fortune en partenariat avec la plateforme Statista. Dans ce tout premier classement couvrant plusieurs pays et secteurs d'activité, L'Oréal figure à la première place et devance ainsi des marques mondiales de la haute technologie, de la santé, des télécommunications, de l'automobile, et bien d'autres. L'Oréal est notamment le seul groupe de beauté « pure player » présent dans ce classement et l'une des deux seules entreprises françaises dans le top 10. L'évaluation des entreprises s'est basée sur trois piliers fondamentaux : l'innovation de produit, l'innovation de processus et la culture de l'innovation.



CHIFFRE D'AFFAIRES AU 30 SEPTEMBRE

32,8

Mds €

+3,4%

à données comparables

Croissance dans toutes les Divisions

Croissance à deux chiffres
en e-commerce

(1) Démarrant après l'expiration de la licence actuelle avec Coty.

SUR MESURE POUR VOUS

Entre visites de sites exclusifs, conférences inspirantes, documentation pédagogique et programmes sur mesure, l'équipe des Relations Actionnaires Individuels de L'Oréal œuvre continuellement à renforcer les liens avec ses actionnaires.

VISITE AU **DOMAINE DE LA ROSE LANCÔME À GRASSE**

En juillet dernier, les actionnaires de L'Oréal ont vécu une expérience immersive unique au Domaine de la Rose de Lancôme à Grasse, berceau mondial de la parfumerie. Ils ont pu découvrir un terroir d'exception et explorer le parcours secret de la rose, avant de visiter la Maison de la Rose, un laboratoire emblématique et éco-conçu dédié à l'innovation en parfumerie.



CONFÉRENCE CULTURELLE : « L'ORÉAL, 115 ANS D'HISTOIRE À TRAVERS LA COULEUR : LE NOIR ET LE BLANC »



Dans le cadre de cette nouvelle série de conférences sur la beauté à travers l'histoire, consacrée cette année à l'exploration chromatique, les actionnaires de L'Oréal ont eu l'occasion de retrouver l'historienne de l'art Stéphanie Bernardin lors d'une conférence en octobre dédiée au duo intemporel que forment le noir et le blanc. En abordant leur utilisation symbolique dans l'art, l'histoire et les cosmétiques, Stéphanie Bernardin a permis aux actionnaires d'approfondir leur connaissance de la culture L'Oréal à travers le prisme fascinant de la couleur.

UN MESSAGE SPÉCIAL DE NOTRE PRÉSIDENT

Dans cette vidéo, Jean-Paul Agon, Président du Conseil d'Administration de L'Oréal, adresse ses remerciements à l'ensemble des actionnaires de L'Oréal.



Pour regarder la vidéo

[Cliquez ici](#)



RÉUNIONS RÉGIONALES EN FRANCE

L'équipe relations des actionnaires individuels organise régulièrement des réunions dédiées en France pour rencontrer les actionnaires en personne et présenter le Groupe aux futurs investisseurs. En septembre, au côté d'Engie, l'équipe est venue à la rencontre de ses actionnaires à Toulouse et a accueilli près de 200 participants. Puis en octobre, c'est à Nantes, au côté d'Air Liquide, que l'équipe a pu rencontrer près de 250 participants.

Ces réunions permettent aux actionnaires de dialoguer directement avec l'équipe et de poser des questions sur les performances financières, environnementales et sociales du Groupe.

JOURNÉES DU PATRIMOINE : IMMERSION AU CŒUR DES INNOVATIONS DE L'ORÉAL

Le temps des Journées du Patrimoine, les actionnaires ont eu la possibilité de plonger au cœur des activités du Groupe, à commencer par une visite du centre de recherche L'Oréal EPISKIN à Lyon, où ils ont été invités à découvrir les coulisses de ses travaux sur la reconstruction cutanée.

À Paris, ils ont pu explorer le siège historique de L'Oréal, rebaptisé *Le Visionnaire - Espace François Dalle*, situé au 14 rue Royale, un laboratoire de créativité entièrement dédié à la beauté. Ce lieu emblématique, où sont nés la coiffure moderne et les premiers produits phares de L'Oréal, est aujourd'hui un espace de partage et d'apprentissage.

INFORMATION ET FORMATION DES INVESTISSEURS

En octobre, L'Oréal a remporté pour la troisième année consécutive le Prix de la Pédagogie lors de l'édition 2025 des Investor Awards de Boursorama. Ce prix récompense le leadership du Groupe et sa contribution auprès des investisseurs en matière de pédagogie.

Le rapport annuel 2024 du groupe L'Oréal a remporté l'Or – la plus haute distinction – lors de deux Grand Prix du secteur : le Grand prix Stratégies de la beauté, dans la catégorie « Digital », et le Grand Prix Stratégies de la communication éditoriale, dans la catégorie « Publications, Sociétés Cotées ».

LA LONGÉVITÉ : UN MARCHÉ À FORT POTENTIEL, SOURCE D'INNOVATIONS EXCEPTIONNELLES

L'espérance de vie humaine a augmenté de 30 ans au cours du siècle dernier et, d'ici 2040, 1,5 milliard de personnes seront âgées de plus de 60 ans⁽²⁾. Cette évolution profonde de notre durée de vie aura un impact considérable, y compris sur notre perception de l'âge et du vieillissement.

Quant au marché mondial dit « des produits anti-âge » (soins de la peau, compléments alimentaires et autres produits), celui-ci présente un potentiel considérable. Leader mondial de la beauté et, fort de 116 ans de recherche scientifique, L'Oréal souhaite contribuer à cette nouvelle ère de vies plus longues, plus saines et plus épanouissantes.

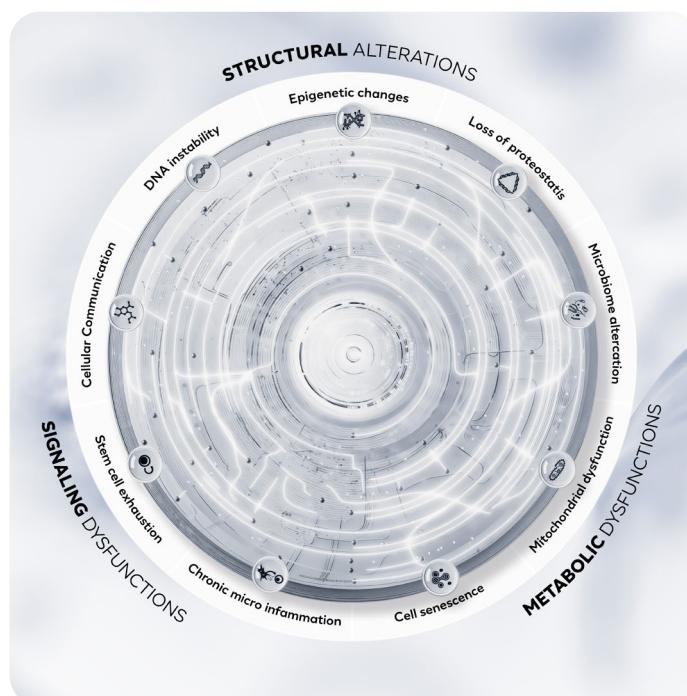
Grâce aux dernières technologies et avancées scientifiques, associées à notre expertise de la peau et à notre leadership en matière de *Beauty Tech*, L'Oréal redéfinit la beauté en ciblant les causes profondes du vieillissement biologique et en prolongeant la durée de vie cellulaire de la peau. **L'Oréal Longevity Integrative Science™** explore les effets de l'activité cellulaire, de la communication et de l'inflammation sur le vieillissement cutané, et cible les causes profondes du vieillissement biologique.

Fort des nouvelles connaissances ainsi acquises, le Groupe développe une gamme **L'Oréal Longevity Integrative Solutions**, comprenant des diagnostics de pointe, des produits formulés avec de nouveaux actifs, des compléments alimentaires et des protocoles beauté avancés. Ce progrès ouvre de nouvelles frontières scientifiques qui placent la beauté au cœur du bien-être, comme une puissante expression de la vitalité, et ce, tout au long de la vie.



ÉVÉNEMENT INAUGURAL AU VISIONNAIRE

En juin, L'Oréal a organisé son événement inaugural « **La Beauté de la Longévité** », au Visionnaire à Paris. L'événement a réuni d'éminents chercheurs et universitaires et des startups de premier plan pour aborder les dernières avancées dans le domaine de la longévité humaine ainsi que leurs applications potentielles dans le secteur de la beauté. Au programme, keynotes d'experts, tables rondes et installations artistiques, explorant notre fascination pour la longévité sous un angle à la fois culturel et scientifique.



La roue révolutionnaire de longévité pour la beauté de L'Oréal traduit les mécanismes de vieillissement de la peau.



“ Nous envisageons un avenir où beauté et longévité sont intimement liées, la santé de la peau étant primordiale pour vivre pleinement ses années et vieillir en beauté. ”

BARBARA LAVERNOS

Directrice Générale Adjointe, en charge de la Recherche, de l'Innovation et de la Technologie de L'Oréal

VIVA TECHNOLOGY 2025 : LES NOUVELLES FRONTIÈRES DE LA BEAUTÉ



Lors de Viva Technology 2025 à Paris, L'Oréal a réaffirmé son leadership en matière de *Beauty Tech* en dévoilant une série d'innovations et de partenariats visant à rendre la beauté plus personnalisée et durable, augmentée par l'intelligence artificielle (IA).

RÉVOLUTIONNER LA BEAUTÉ GRÂCE À L'IA

L'Oréal et **NVIDIA** ont annoncé un partenariat stratégique : L'Oréal et son écosystème de partenaires s'appuieront sur la plateforme NVIDIA AI Enterprise pour stimuler la créativité, améliorer l'engagement client et optimiser le développement produit. L'Oréal pourra développer ses capacités de production de 3D grâce à la plateforme NVIDIA AI Enterprise, pour une plus grande créativité, un meilleur contrôle qualité et une mise à l'échelle accélérée.



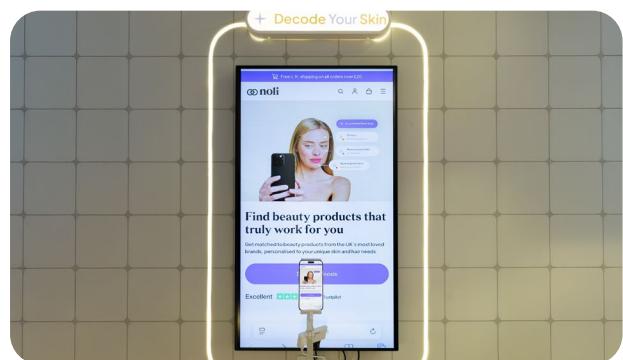
LA BEAUTÉ MASCULINE MISE EN LUMIÈRE

L'Oréal Brandstorm est le plus grand concours international d'innovation ouvert à la jeunesse. Le thème proposé cette année, « MEN. BEAUTY & CARE. GAME ON! », a été pensé en partenariat avec la Division Produits Grand Public de L'Oréal. L'équipe chilienne a remporté le prix cette année, pour son innovation « RegrowMen » : une innovation conçue pour redonner confiance aux hommes, un cheveu à la fois.



LES DERNIÈRES NOUVEAUTÉS DE L'ORÉAL **BEAUTY TECH**

Cell BioPrint de **Lancôme** est un appareil compact qui propose en seulement cinq minutes, une analyse personnalisée de la peau. L'agriculture verticale en « BioPods » par **Interstellar Lab** permet de cultiver des ingrédients d'origine végétale de manière plus durable, grâce à des cultures superposées verticalement qui consomment moins d'eau et d'énergie. **Osmobloom™** est une technologie capable de capturer les molécules odorantes d'une fleur tout en les laissant intactes, permettant ainsi de développer des parfums uniques de manière durable. **Noli.com**, une plateforme soutenue par L'Oréal, utilise une IA puissante pour recommander des produits de beauté adaptés à chaque besoin.



“Nourrie par la créativité humaine, la technologie devient un véritable catalyseur d'inspiration, offrant aux individus un puissant moyen d'expression pour soi et pour les marques.”

ASMITA DUBEY
Directrice Générale Digital et Marketing de L'Oréal

ACQUISITIONS ET INVESTISSEMENTS STRATÉGIQUES



KERING ET LA MAISON CREED

Kering et L'Oréal ont annoncé la conclusion d'un partenariat stratégique de long terme dans la beauté et le bien-être de luxe. Cet accord couvre l'acquisition de la Maison Creed par L'Oréal, la signature des licences de beauté et de fragrances de maisons emblématiques de Kering (Balenciaga, Bottega Veneta et Gucci), et une coentreprise exclusive visant à explorer des opportunités de développement dans le domaine du bien-être et de la longévité.

COLOR WOW

L'Oréal a finalisé l'acquisition de Color Wow, une marque qui propose des soins du cheveu haut de gamme à des prix accessibles. Basée au Royaume-Uni et aux États-Unis, Color Wow a su séduire une clientèle internationale de coiffeurs et de consommateurs. La marque intègre la Division Produits Professionnels du Groupe.



MEDIK8

L'Oréal a pris une participation majoritaire au capital de Medik8, une marque britannique de soins de la peau qui délivrent des résultats cliniquement prouvés, sans ordonnance. Medik8 rejoindra la Division Luxe de L'Oréal pour renforcer son portefeuille dans les soins de la peau haut de gamme.



INVESTISSEMENT : GALDERMA

Réaffirmant ses ambitions de participer au marché en forte croissance de l'esthétique, L'Oréal a annoncé en décembre l'acquisition de 10 % supplémentaires de Galderma Group AG auprès d'un consortium mené par EQT. La transaction porte la participation de L'Oréal au capital de Galderma à 20 %. Dans le cadre de l'augmentation de cette participation, le conseil d'administration de Galderma examinera la nomination de deux candidats administrateurs non indépendants représentant L'Oréal, en remplacement des membres du consortium mené par EQT, à compter de l'Assemblée Générale Annuelle de 2026.



PROGRÈS SOCIAL ET ENVIRONNEMENTAL



27^e PRIX INTERNATIONAL L'ORÉAL-UNESCO POUR LES FEMMES ET LA SCIENCE

Cette année le prix a récompensé cinq nouvelles lauréates pour leurs contributions pionnières à l'environnement, aux communications de données, aux énergies vertes et à la physique.

Par ailleurs, le programme « Pour les Filles et la Science » a vocation à s'étendre à d'autres régions du monde afin de lutter contre l'exclusion systémique des femmes du monde de la science et d'encourager davantage de jeunes filles à s'orienter vers des carrières scientifiques.

ACCÉLÉRER L'INNOVATION AU SERVICE DU DÉVELOPPEMENT DURABLE

En partenariat avec le Cambridge Institute for Sustainability Leadership (CISL), le Groupe a lancé un **programme d'accélération d'innovation durable** doté de 100 millions d'euros sur cinq ans, destiné à identifier, tester et déployer à grande échelle des technologies de rupture qui permettront de répondre aux défis et besoins critiques sur le plan environnemental et sociétal.



WORLD REFILL DAY

La campagne **#JoinTheRefill Movement** a été conçue pour inviter les consommateurs à adopter la recharge comme nouveau geste beauté, contribuant ainsi à un avenir plus durable. Lancée en juin à l'occasion du World Refill Day et diffusée dans 50 pays, elle est la première campagne mondiale multi-marque, multi-catégorie et multi-canal du Groupe.

POINTS DE VUE



INTERVIEW DU DIRECTEUR GÉNÉRAL : NICOLAS HIERONIMUS X NICOLAS CHÉRON

Nicolas Chéron, « finfluenceur » (influenceur financier) et stratège boursier, s'est récemment entretenu avec Nicolas Hieronimus, Directeur Général de L'Oréal, pour une interview exclusive.

L'interview offre une vision à 360° de L'Oréal et de ses Divisions Luxe, Grand Public, Produits Professionnels et Beauté Dermatologique. Nicolas Hieronimus dévoile également sa vision ambitieuse pour l'avenir, notamment en matière d'intelligence artificielle.



Pour regarder la vidéo

[Cliquez ici](#)

BOURSOLIVE : ENTRETIEN AVEC VIANNEY DERVILLE, PRÉSIDENT DE LA ZONE EUROPE CHEZ L'ORÉAL

Au cours d'un entretien approfondi diffusé le 23 juin dans le cadre de la cinquième édition du e-salon Boursolive, Vianney Derville, président de la zone Europe chez L'Oréal, a évoqué la présence du Groupe en Europe : ses atouts, ses défis et le rôle essentiel de l'Europe dans la stratégie de L'Oréal.

La beauté au cœur de l'excellence européenne

Le secteur de la beauté représente un véritable pôle d'excellence européen, et l'Europe demeure un marché clé pour L'Oréal, qui contribue à hauteur d'un tiers (33%) au chiffre d'affaires du Groupe en 2024.

L'innovation permanente au cœur de notre modèle

Si la Recherche & Innovation de L'Oréal est présente dans le monde entier, la recherche de pointe est entièrement basée en France. Le Groupe dépose chaque année environ 500 à 700 brevets, principalement en Europe. L'Oréal a été classé entreprise la plus innovante d'Europe par le magazine *Fortune*.

Profondément engagé pour une beauté responsable

Le développement durable et le progrès social sont intégrés à la stratégie européenne de L'Oréal. En Europe, tous les sites opérés par L'Oréal utilisent 100 % d'énergie renouvelable, et l'accent est mis fortement sur la promotion des produits rechargeables.



Pour regarder la vidéo

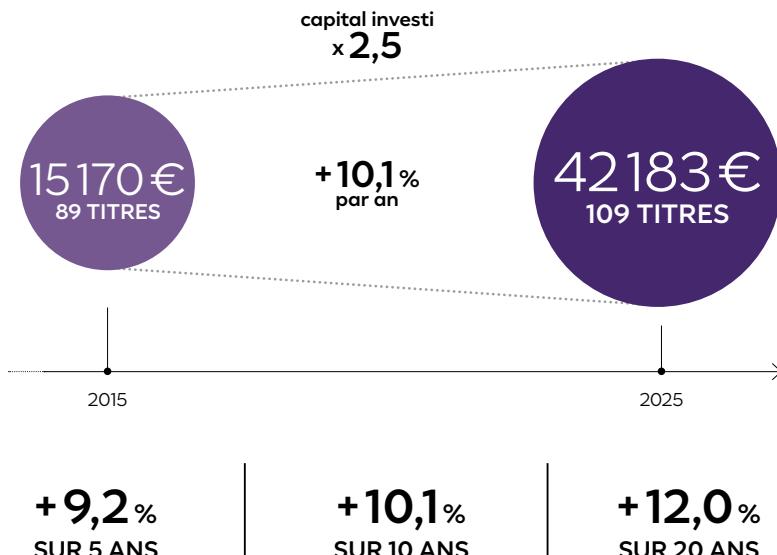
[Cliquez ici](#)

RENTABILITÉ TOTALE POUR L'ACTIONNAIRE⁽⁴⁾

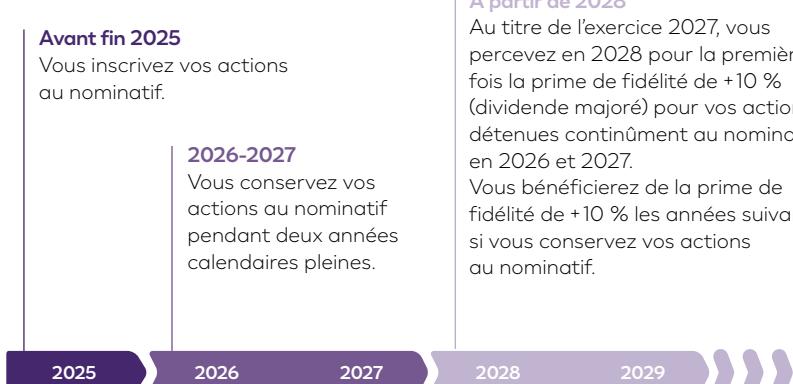
Parmi les différents indicateurs économiques et financiers de mesure de création de valeur, L'Oréal a retenu la rentabilité totale pour l'actionnaire, souvent intitulée *Total Shareholder Return* (TSR). Cet indicateur constitue, en effet, une mesure synthétique qui intègre à la fois la valorisation du 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.



LES AVANTAGES DES ACTIONS AU NOMINATIF : LA PRIME DE FIDÉLITÉ SUR LE DIVIDENDE



(4) Taux de rendement actuariel de l'investissement, en supposant la revente des titres au cours du 30 avril 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 Clichy 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 Clichy 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 : Daniel Sannwald / Lancôme (couverture) - Stéphane de Bourgies / L'Oréal (p.2) - Downtown Agency/L'Oréal Groupe - L'Oréal Groupe - Sixtine (p.3) - L'Oréal Groupe Research & Innovation - Sophia Spring (p.4) - Sixtine - Spiceup Agency (p.5) - Nathaniel Goldberg - L'Oréal Groupe (p.6) - Julien Knaub & Nicolas Gouhier - L'Oréal Groupe (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 : + 33 140 14 80 50

L'AGENDA

12 février 2026 : Résultats annuels 2025 - Communiqué de presse (après Bourse)

13 février 2026 : Réunion d'Information Financière

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 :



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 d'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 Clichy 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).



10-31-3162