

## Chiffre d'affaires du 1<sup>er</sup> trimestre 2022

**RYTHME DE CROISSANCE SOUTENU À + 13,5 %<sup>1</sup>  
DANS UN CONTEXTE INSTABLE**

**TRÈS FORTE CROISSANCE EN PUBLIÉ : + 19,0 %**

- **Chiffre d'affaires : 9,06 milliards d'euros**
  - + 13,5 % à données comparables<sup>1</sup>
  - + 13,9 % à taux de change constants
  - + 19,0 % à données publiées
- **Surperformance significative par rapport au marché**
- **Croissance équilibrée par Division et par Zone géographique**
- **Retour en force des ventes en magasin à + 15,5 %<sup>1</sup>**

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

« Dans un contexte marqué par l'invasion de l'Ukraine et le renforcement des mesures sanitaires en Chine, L'Oréal réalise un très bon premier trimestre, avec un chiffre d'affaires en forte croissance de + 13,5 % à données comparables et + 19,0 % en publié.

Au premier trimestre, le marché mondial de la beauté a poursuivi sa dynamique de croissance et l'inflation n'a pas eu à ce jour d'impact sur le comportement d'achat des consommateurs. En poursuivant sa stratégie de premiumisation et d'innovation, L'Oréal a continué de progresser plus rapidement que le marché de la beauté dans toutes les Zones et toutes les Divisions, avec une belle augmentation à la fois en volume et en valeur. Nos trois Divisions sélectives enregistrent une croissance à deux chiffres, et notre Division des Produits Grand Public, bien que pénalisée par des difficultés d'approvisionnement, a de nouveau surperformé son marché. Nous tirons parti de notre stratégie omnicanale, avec un retour en force des ventes en magasin tandis que l'e-commerce<sup>2</sup> continue de progresser et représente 25,8 % du chiffre d'affaires.

Notre croissance est équilibrée géographiquement, avec la poursuite d'une belle dynamique en Amérique du Nord, une progression à deux chiffres en Chine continentale, et une accélération dans les pays émergents ainsi qu'en Europe, marquée par de nombreux confinements au début de l'année 2021.

Dans ce moment difficile lié à l'invasion de l'Ukraine, je tiens à exprimer notre soutien à l'ensemble de nos collaborateurs ukrainiens, dont la protection reste notre priorité absolue.

Grâce à la mobilisation continue de nos équipes à travers le monde, nous allons poursuivre notre stratégie d'innovation de pointe et d'investissement en moyens moteurs derrière nos marques, pour renforcer leur désirabilité.

Avec toute la prudence imposée par un contexte volatil et incertain, nous restons optimistes quant aux perspectives du marché de la beauté, et confiants dans notre capacité à surperformer le marché pour réaliser, en 2022, une nouvelle 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 et avec les sociétés de commerce en ligne + estimation du chiffre d'affaires réalisé par nos marques correspondant aux ventes sur les sites e-commerce de nos distributeurs (donnée non audité).

## ÉVOLUTION DU CHIFFRE D'AFFAIRES DU 1<sup>er</sup> TRIMESTRE 2022

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 + 13,5 %.

L'effet net de changement de structure est de + 0,4 %.

La croissance à taux de change constants ressort à + 13,9 %.

Les effets monétaires ont eu un impact de + 5,1 %. En extrapolant les cours de change du 31 mars 2022, c'est-à-dire avec 1 € = 1,109 \$ jusqu'au 31 décembre, l'impact des effets monétaires s'établirait à environ + 4,4 % sur le chiffre d'affaires de l'ensemble de l'année 2022.

À données publiées, le chiffre d'affaires du Groupe au 31 mars 2022 atteint 9,06 milliards d'euros, soit une croissance de + 19,0 %.

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

En M€	Chiffre d'affaires trimestriel		Évolution à données	
	1er trimestre 2021	1er trimestre 2022	Comparables	Publiées
<b>Par Division</b>				
Produits Professionnels	848,3	1 041,3	+ 17,6 %	+ 22,7 %
Produits Grand Public	2 973,3	3 302,9	+ 6,9 %	+ 11,1 %
L'Oréal Luxe	2 769,7	3 463,7	+ 17,5 %	+ 25,1 %
Cosmétique Active	1 023,3	1 252,7	+ 18,0 %	+ 22,4 %
<b>Total Groupe</b>	<b>7 614,5</b>	<b>9 060,5</b>	<b>+ 13,5 %</b>	<b>+ 19,0 %</b>
<b>Par Zone géographique</b>				
Europe	2 465,0	2 854,5	+ 16,4 %	+ 15,8 %
Amérique du Nord	1 813,6	2 203,9	+ 12,6 %	+ 21,5 %
Asie du Nord	2 374,4	2 801,8	+ 9,4 %	+ 18,0 %
SAPMENA – SSA <sup>3</sup>	573,8	681,1	+ 15,8 %	+ 18,7 %
Amérique latine	387,8	519,2	+ 22,2 %	+ 33,9 %
<b>Total Groupe</b>	<b>7 614,5</b>	<b>9 060,5</b>	<b>+ 13,5 %</b>	<b>+ 19,0 %</b>

<sup>3</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

**A fin mars, la Division des Produits Professionnels est en forte progression à + 17,6 % à données comparables et + 22,7 % à données publiées.**

La Division poursuit sa forte croissance dans l'ensemble des Zones géographiques, avec des performances remarquables aux États-Unis, en Allemagne, en Inde et en Chine continentale. Elle tire profit de sa stratégie omnicanale avec une accélération de ses ventes en salons, une croissance soutenue du réseau de distribution SalonCentric aux États-Unis ainsi qu'un e-commerce en forte progression.

Le soin du cheveu reste le premier contributeur à la croissance porté par les gammes *Serie Expert* de *L'Oréal Professionnel* et *Prescriptions* de *Redken*. *Kérastase* poursuit sa très forte dynamique avec notamment le succès du lancement de *Chroma Absolu*. La coloration réalise également une belle performance, grâce à la croissance soutenue de *Shades EQ* de *Redken* et d'*Inoa* et *Dialight* de *L'Oréal Professionnel*.

### PRODUITS GRAND PUBLIC

**Au premier trimestre, la Division des Produits Grand Public est en croissance de + 6,9 % à données comparables et de + 11,1 % à données publiées.**

La Division affiche un démarrage très positif en Europe et aux États-Unis, en dépit de difficultés d'approvisionnement. En Amérique latine et SAPMENA – SSA, elle réalise une performance remarquable, contrairement à l'Asie du Nord où la Division est pénalisée par le ralentissement de certains acteurs e-commerce en Chine continentale.

Par circuit, la croissance de la Division est tirée par le retour en force des ventes en magasin physique, tandis que l'e-commerce continue de progresser.

Toutes les grandes marques poursuivent leur croissance grâce à des innovations très performantes et à la stratégie de valorisation mise en place. *L'Oréal Paris* rencontre un fort succès en soin du cheveu, avec les excellents résultats de *Hyaluron Plump*, et en maquillage, avec le sérum *True Match*. La marque continue son accélération dans les marchés émergents, particulièrement en Asie du Sud, avec le lancement de *Glycolic Bright*. *Garnier* est particulièrement dynamique en soin de la peau avec le succès mondial de *Fast Bright* et du sérum *Vitamine C anti-taches*. Les marques *Maybelline New York* et *NYX Professional Makeup* redynamisent la catégorie maquillage avec les lancements très réussis du mascara *Colossal Curl Bounce* et de *Bare With Me Concealer Serum*.

### L'ORÉAL LUXE

**Avec une forte croissance de + 17,5 % à données comparables et de + 25,1 % à données publiées au premier trimestre, L'Oréal Luxe surperforme le marché mondial de la beauté de luxe.**

La croissance est équilibrée par Zone. Fin mars, la Division a atteint une part de marché historique en Asie du Nord ; de plus, elle devance un marché dynamique en Amérique du Nord. L'Oréal Luxe réalise une très forte progression en Europe au premier trimestre.

La Division gagne des parts de marché grâce à la solidité et la complémentarité de son portefeuille de marques. Les marques couture *Yves Saint Laurent*, *Giorgio Armani*, *Prada* et *Valentino* progressent nettement plus vite que leur marché. *Lancôme* conforte son leadership en Chine continentale ainsi que ses positions dans le Top 3 dans le monde occidental.

Sur un marché du parfum très dynamique, L'Oréal Luxe renforce sa position de leader grâce à de solides 'blockbusters' de prestige, féminins comme masculins, ainsi qu'à des fragrances de collection en plein essor, telles que *Maison Margiela Replica* ou *Armani Privé*. En soin de la peau, la performance de la Division est portée par l'offre ultra-premium *Lancôme Absolue* et *Helena Rubinstein*, et les marques récemment acquises *Takami* et *Youth to the People* se montrent très prometteuses. *Shu Uemura* et *Urban Decay* réalisent une belle performance en maquillage.

## COSMÉTIQUE ACTIVE

**À fin mars, la Division est en forte croissance, à + 18,0 % à données comparables et + 22,4 % à données publiées.**

La Division Cosmétique Active progresse plus rapidement que le marché dermocosmétique mondial et gagne des parts de marché dans chaque Zone géographique. Toutes les Zones sont en croissance à deux chiffres, avec une performance remarquable en Amérique du Nord et en SAPMENA – SSA. Les ventes en ligne poursuivent leur dynamique et le commerce physique enregistre une forte croissance, portée par les circuits professionnels.

Les marques de la Division continuent de s'appuyer sur leur partenariat avec les professionnels de santé. *La Roche-Posay* progresse fortement grâce au succès continu de *Cicaplast* et *Effaclar*, et au lancement d'une innovation de pointe : la protection solaire *UVMune*. Dans la continuité d'une très belle performance l'an dernier, *CeraVe* poursuit sa formidable dynamique dans toutes les Zones. *Vichy* continue de progresser, portée par *Dercos* et la bonne performance des soins solaires.

## Synthèse par Zone géographique

### EUROPE

**La Zone est en croissance de + 16,4 % à données comparables et de + 15,8 % à données publiées.** Le marché européen est dynamique sur ce premier trimestre et retrouve son niveau d'avant Covid, grâce à la forte croissance des parfums et du maquillage. Le circuit des ventes en ligne est ponctuellement en retrait par rapport à une base très élevée au premier trimestre 2021, mais il reste très dynamique sur deux ans. L'Oréal continue de surperformer ce circuit en début d'année.

La croissance du chiffre d'affaires est soutenue dans la plupart des pays, et plus particulièrement au Royaume-Uni, en Espagne et en Italie. La Division des Produits Grand Public poursuit sa croissance avec des gains de parts de marché en maquillage. L'Oréal Luxe tire pleinement parti de sa position de leader en parfums. La Division Cosmétique Active surperforme largement son marché. Enfin, la Division Produits Professionnels poursuit sa dynamique via toutes ses marques phares.

Les activités du Groupe en Ukraine ont été mises à l'arrêt le 24 février, à la suite de l'invasion. En Russie, le Groupe a temporairement fermé l'ensemble de ses boutiques et sites e-commerce en propre, et suspendu ses investissements industriels et média. En application des sanctions européennes et américaines, il a également suspendu temporairement les ventes de tous ses produits à l'exception des produits essentiels du quotidien.

### AMÉRIQUE DU NORD

**La Zone est en progression de + 12,6 % à données comparables et de + 21,5 % à données publiées.**

L'accélération se poursuit malgré la persistance des contraintes qui pèsent sur la chaîne d'approvisionnement. Le plan soutenu d'innovations, l'investissement en moyens moteurs, ainsi que la poursuite de la valorisation dans toutes les Divisions dynamisent la croissance. Par canaux, le e-commerce continue de progresser et les ventes en magasin sont en très fort rebond.

La Division des Produits Grand Public poursuit sa progression, avec le succès d'innovations clés dans toutes les catégories. Elle gagne des parts de marché en maquillage, qui redevient le premier contributeur à la croissance. Le solide portefeuille de marques de parfums continue de nourrir les gains de parts de marché de L'Oréal Luxe. La Division des Produits Professionnels est en progression dans les salons et le circuit de distribution SalonCentric, et connaît une formidable croissance des ventes en ligne. La Division Cosmétique Active est toujours en forte croissance.

## ASIE DU NORD

**Fin mars, la Zone a progressé de + 9,4 % à données comparables et de + 18,0 % à données publiées.**

L'Oréal surperforme le marché de manière significative malgré les difficultés liées à la pandémie de Covid-19. En février, la ville de Hong Kong a connu des perturbations très importantes provoquées par une nouvelle vague épidémique. En mars, plusieurs villes chinoises ont été placées en confinement strict et les voyages soumis à restriction, ce qui a pesé sur le marché.

L'Oréal Luxe enregistre d'importants gains de parts de marché, notamment grâce au succès des soins de la peau premium et à une performance spectaculaire du parfum – une catégorie en plein essor dans la Zone. Le rebond du maquillage et la percée dans le soin capillaire premium contribuent à la performance de la Division des Produits Grand Public. Forte de son ancrage scientifique et médical, la Division Cosmétique Active enregistre une belle progression. Les ventes de la Division des Produits Professionnels sont en forte croissance, aussi bien en salons qu'en ligne.

Avec une croissance à deux chiffres en Chine continentale, L'Oréal continue de surperformer le marché de la beauté grâce au succès de ses animations pour le Nouvel An chinois, la Saint Valentin et la Journée de la Femme. Le Groupe confirme sa position de N°1 dans le pays, en gagnant des parts de marché en ligne et hors ligne. A Hainan, L'Oréal surperforme le marché du Travel Retail, toujours très dynamique.

La performance de la Corée du Sud a été portée par la forte dynamique du marché de la beauté, et *Takami*, notre dernière acquisition japonaise, a nourri la croissance des ventes au Japon.

## SAPMENA – SSA <sup>4</sup>

**La Zone a progressé de + 15,8 % à données comparables et de + 18,7 % à données publiées.**

En SAPMENA, avec la réouverture des frontières et l'assouplissement des mesures sanitaires, L'Oréal réalise une performance trimestrielle remarquable, avec un bon démarrage en Asie du Sud-Est et en Asie du Sud et une solide performance en Inde et dans les pays du Golfe. Les ventes en magasin sont en fort rebond, avec dans le même temps une croissance soutenue des ventes en ligne. Pour la Division des Produits Grand Public, la catégorie maquillage a rebondi. L'Oréal Luxe enregistre une accélération de sa croissance en parfums, désormais la première catégorie de la Division dans la région. La croissance de la Division des Produits Professionnels est portée par la réouverture des salons, qui favorise les ventes de soin capillaire et de coloration. La Division Cosmétique Active affiche une forte croissance à deux chiffres dans tous les marchés.

En Afrique subsaharienne (SSA), L'Oréal réalise une performance notable en Afrique du Sud et au Kenya. La Division Cosmétique Active enregistre une croissance exceptionnelle. L'Oréal Luxe affiche une croissance remarquable, portée par le dynamisme continu des parfums féminins et masculins. La Division des Produits Grand Public est portée par la nette reprise du maquillage.

## AMÉRIQUE LATINE

**La Zone enregistre une forte progression de + 22,2 % à données comparables et + 33,9 % à données publiées.** Au premier trimestre 2022, le marché cosmétique poursuit sa croissance dans les principaux pays, avec un rebond particulièrement fort au Mexique par rapport au premier trimestre 2021.

Dans ce contexte, L'Oréal réalise une performance exceptionnelle au Mexique et au Chili, et le Brésil est en forte croissance. La Division des Produits Grand Public renforce significativement ses parts de marché. L'Oréal Luxe et Cosmétique Active réaffirment leur position de N°1. Avec le retour des consommateurs en salons, la Division des Produits Professionnels enregistre également une solide performance. L'Oréal est en forte croissance dans les principales catégories, notamment en soin du cheveu, soin de la peau et parfums, grâce à ses innovations de pointe, le succès de ses produits phares et l'attractivité de ses marques. Les ventes en magasin sont en forte progression et le e-commerce reste très dynamique, grâce à l'accent mis sur la relation digitale avec les consommateurs et les activations en ligne.

<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)

## FAITS MARQUANTS DE LA PÉRIODE DU 01/01/22 AU 31/03/22

- Le 9 février 2022, le Conseil d'Administration a annulé, à effet au 10 février 2022, les 22 260 000 actions L'Oréal qui avaient été rachetées auprès de Nestlé, conformément aux décisions du Conseil d'Administration en date du 7 décembre 2021. En conséquence, au 10 février 2022, le **capital de L'Oréal** est composé de 535 412 372 actions représentant autant de droits de vote.
- Le 22 février, L'Oréal a uni ses forces avec une trentaine d'entreprises du secteur de la cosmétique, ainsi que des associations professionnelles, pour lancer le **Consortium EcoBeautyScore**. Il a pour objectif de développer une méthode d'évaluation et un système de notation de l'impact environnemental des produits pour l'ensemble du secteur.
- Le 25 février, **David Greenberg** a été nommé Directeur Général de L'Oréal USA, Président de la Zone Amérique du Nord et membre du Comité Exécutif du Groupe.
- Le 3 mars, pour la cinquième année consécutive, L'Oréal figure parmi les 20 entreprises les plus équitables au monde en matière d'équité des genres dans le **classement mondial d'Equileap** ; le Groupe est également à nouveau N°1 en France. L'étude a examiné 3 895 entreprises, représentant 102 millions d'employés dans le monde, sur l'équité des genres dans 23 pays, sur la base de 19 critères approfondis.
- Le 11 mars, L'Oréal a reçu une **note de crédit émetteur à long terme** de AA de la part de Standard and Poor's et une note d'émetteur de Aa1 de la part de Moody's. Les perspectives attribuées aux notes par les deux agences sont « Stables ». Le 22 mars, L'Oréal a annoncé le lancement avec succès de sa première **émission obligataire** <sup>5</sup>, **dont une tranche assortie d'un cadre de référence RSE**, pour un montant nominal total de 3 milliards d'euros. Cette émission inaugurale a reçu un accueil exceptionnel du marché avec une demande totale de 10,7 milliards d'euros, soit plus de 3,5 fois le volume combiné de l'offre.
- Le 17 mars, le **Document d'Enregistrement Universel 2021** a été déposé à l'Autorité des Marchés Financiers. Il est tenu à la disposition du public dans les conditions prévues par la réglementation en vigueur et peut être consulté sur le site [www.loreal-finance.com](http://www.loreal-finance.com).
- Le 21 mars, à l'occasion de la Journée Mondiale du Parfum, **L'Oréal et EMOTIV**, leader des neurotechnologies, ont annoncé un **partenariat stratégique** en matière de beauté, afin d'aider les consommateurs à faire des choix précis et personnalisés quant à leurs désirs de parfum. Ce partenariat associe un outil de neurotechnologie EMOTIV à des senteurs et algorithmes propriétés de L'Oréal. Créée par le *Tech Incubateur* de L'Oréal, la marque de luxe *Yves Saint Laurent* et une équipe d'experts en matière de fragrance, en collaboration avec EMOTIV, cette expérience unique de conseil en parfumerie relie les réponses neurologiques aux préférences de parfum grâce à un casque multi-capteur basé sur la technologie de l'EEG.

---

<sup>5</sup> NE PAS DIFFUSER, PUBLIER OU DISTRIBUER, DIRECTEMENT OU INDIRECTEMENT, AUX ÉTATS-UNIS, AU CANADA, AU JAPON ET EN AUSTRALIE.

---

« Ce communiqué ne constitue pas une offre de vente ou la sollicitation d'une offre d'achat de titre 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 plus de 110 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, inclusive, éthique, généreuse et responsable. Avec un portefeuille de 35 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 85 400 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, salons de coiffure, travel retail et boutiques de marque), le Groupe a réalisé en 2021 un chiffre d'affaires de 32,28 milliards d'euros. L'Oréal s'appuie sur 20 centres de recherche répartis dans 11 pays, une équipe dédiée à la Recherche & Innovation de plus de 4 000 chercheurs et 3 000 professionnels de la Technologie, 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

	<b>Actionnaires individuels et Autorités de Marché</b>	<b>Relations Investisseurs</b>	<b>Journalistes</b>
Standard +33 (0) 1 47 56 70 00	M. Christian Munich +33 (0)1 47 56 72 06 christian.munich2@loreal.com	Mme Françoise Lauvin +33 (0)1 47 56 86 82 francoise.lauvin@loreal.com	Mme Noëlle Camilleri +33 (0)6 79 92 99 39 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 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

### Chiffre d'affaires du groupe L'Oréal 2021/2022 (en millions d'euros)

	2021	2022
Premier trimestre	7 614,5	9 060,5
Deuxième trimestre	7 582,1	
<b>Total premier semestre</b>	15 196,6	
Troisième trimestre	7 996,6	
<b>Total neuf mois</b>	23 193,1	
Quatrième trimestre	9 094,4	
<b>Total année</b>	32 287,6	