

Ventas al 30 de septiembre de 2023

L'ORÉAL MANTIENE SU RUMBO OTRO TRIMESTRE DE CRECIMIENTO DE DOS DÍGITOS¹

- **Ventas: 30.57 mil millones de euros**, +12.6 % en términos comparables¹, +14.0 % a tipos de cambio constantes, y +9.4 % en términos declarados.
- **Ventas del tercer trimestre: +11.1 % en términos comparables¹**. Performance superior constante del mercado mundial de la belleza.
- **Crecimiento continuo tanto en volumen como en valor.**
- **Crecimiento en todas las divisiones** con un performance muy sólido de las Divisiones de Belleza Dermatológica y Productos de Consumo de L'Oréal.
- **Crecimiento de dos dígitos en todas las regiones**, excepto el norte de Asia, donde el sólido performance superior del mercado en China continental y Japón se vio compensado por el restablecimiento del Travel Retail. Performance particularmente impresionante en Europa y los mercados emergentes.
- **Crecimiento muy equilibrado de dos dígitos en canales en línea y fuera de línea.**
- **Finalización de la adquisición de Aēsop** el 30 de agosto.
- Creación del **Fondo de emergencia climática de L'Oréal de €15 millones** para ayudar a las comunidades vulnerables a prepararse y recuperarse de los desastres climáticos.
- **Medalla de platino de EcoVadis** por su performance medioambiental y social con una puntuación de 83/100, lo que coloca a L'Oréal entre el 1 % de las empresas con mejor performance del mundo.

Al comentar las cifras, Nicolas Hieronimus, Director ejecutivo de L'Oréal, dijo:

“Estoy muy orgulloso del performance de nuestros equipos en los primeros nueve meses. El mercado de la belleza sigue siendo excepcionalmente dinámico y L'Oréal continúa superando y reforzando su liderazgo mundial.

A pesar de la recuperación más lenta de lo previsto del mercado de la belleza en China continental y del restablecimiento del Travel Retail asiático, L'Oréal mantuvo su ritmo de dos dígitos¹. Lo hicimos gracias a nuestra amplia presencia regional, nuestra exitosa cartera de innovación y nuestra agilidad para asignar rápidamente inversiones a las áreas donde vemos el mayor crecimiento.

En un contexto de continua incertidumbre económica y geopolítica, seguimos confiando en nuestra capacidad para seguir superando al mercado y lograr en 2023 otro año de crecimiento en ventas y ganancias. Somos optimistas sobre las perspectivas del mercado de la belleza y seguimos siendo ambiciosos para el futuro”.

¹En términos comparables: basados en una estructura comparable y tipos de cambio idénticos.

VENTAS A 30 DE SEPTIEMBRE DE 2023

Comparable, es decir, con base en un perímetro de consolidación comparable y tipos de cambio constantes, las ventas del grupo L'Oréal crecieron +12.6 %

El impacto neto de los cambios en el ámbito de consolidación fue de +1.4 %.

A tipos de cambio constantes, el crecimiento fue de +14.0 %.

Fluctuaciones monetarias tuvo un impacto negativo del -4.6 %. Si los tipos de cambio al 30 de septiembre de 2023, es decir, €1 = \$1.058, se extrapolan hasta el 31 de diciembre, el impacto de las fluctuaciones monetarias en las ventas se situaría en torno a -4.7 % para todo el año 2023.

Con base en las cifras reportadas, las ventas del Grupo al 30 de septiembre de 2023 ascendían a 30.57 millones de euros, lo que supone un aumento del +9.4 %.

Ventas por división y región

	Tercer trimestre 2023			Nueve meses 2023		
	€m	Crecimiento		€m	Crecimiento	
		Comparable	Declarado		Comparable	Declarado
Por división						
Productos profesionales	1,109.8	+8.7 %	+1.4 %	3,423.5	+8.0 %	+5.1 %
Productos de consumo	3,771.2	+13.4 %	+6.3 %	11,458.3	+14.5 %	+10.8 %
Luxe	3,496.4	+3.2 %	-3.2 %	10,784.9	+6.1 %	+2.9 %
Belleza dermatológica ²	1,625.7	+28.1 %	+23.1 %	4,910.5	+28.7 %	+27.3 %
Total del grupo	10,003.1	+11.1 %	+4.5 %	30,577.2	+12.6 %	+9.4 %
Por región						
Europa	3,249.5	+16.2 %	+12.9 %	9,740.5	+17.6 %	+15.3 %
América del norte	2,978.6	+11.8 %	+5.5 %	8,311.0	+12.6 %	+11.2 %
Asia del Norte	2,045.4	-4.8 %	-15.1 %	7,697.9	+1.3 %	-4.1 %
SAPMENA-SSA ³	885.4	+23.7 %	+12.4 %	2,533.3	+23.6 %	+15.6 %
América Latina	844.1	+25.4 %	+24.9 %	2,294.5	+24.4 %	+27.4 %
Total del grupo	10,003.1	+11.1 %	+4.5 %	30,577.2	+12.6 %	+9.4 %

² Anteriormente conocida como División de Cosmética Activa.

³ SAPMENA-SSA: Sur de Asia Pacífico, Medio Oriente, Norte de África, África subsahariana.

Resumen por división

PRODUCTOS PROFESIONALES

En los primeros nueve meses, la División de Productos Profesionales registró un crecimiento del +8.0 % en términos comparables y del +5.1 % en términos declarados.

La División logró una aceleración constante en el crecimiento comparable trimestre tras trimestre y continuó superando al mercado de la belleza profesional, con un crecimiento notable en China continental, India y Estados Unidos. El apetito de los consumidores por el cuidado del cabello de primera calidad y la sofisticación de las rutinas persiste; en línea con esta tendencia, *Kérastase* ha seguido creciendo con fuerza.

En un mercado dinámico del cuidado del cabello, la División mantuvo su fuerte crecimiento, impulsada por su gama de marca única y sus exitosas innovaciones, en particular la renovación de la icónica gama *Nutritive* de *Kérastase* y el prometedor inicio de *Absolut Repair Molecular* de *L'Oréal Professionnel*. En el color de cabello, el performance estuvo respaldado por pilares clave *Inoa* de *L'Oréal Professionnel* y *Shades EQ* de *Redken*.

La División continuó con éxito su estrategia omnicanal y creció en todos sus canales de distribución: en salones, en su red SalonCentric (Norteamérica), en comercio electrónico y en el canal selectivo.

Como líder del sector, la División siguió apoyando a sus peluqueros asociados en la transición ecológica a través de su programa "Peluqueros para el futuro".

PRODUCTOS DE CONSUMO

La División de Productos de Consumo logró sus mejores nueve meses registrados, con un crecimiento del +14.5 % en términos comparables y un +10.8 % en términos declarados.

La División superó a un mercado masivo dinámico y logró una progresión equilibrada entre los canales en línea y fuera de línea, así como entre valor y volumen.

Por regiones, los principales contribuyentes al crecimiento fueron Europa, donde el impulso siguió siendo espectacular, así como los mercados emergentes con performances particularmente sólidos en México, Brasil e India.

Las innovaciones disruptivas y valorizadoras, junto con activaciones ganadoras, impulsaron un crecimiento de dos dígitos en todas las principales marcas y categorías. El maquillaje se vio impulsado por nuevos lanzamientos como *Falsies Surreal Mascara* de *Maybelline New York*, *Infallible Matte Resistance lipstick* de *L'Oréal Paris*, y *Fat Oil gloss* de *NYX Professional Makeup*, que también se benefició de su gran colaboración con la película de Barbie. Los productos de cuidado de la piel se beneficiaron del fuerte impulso continuo de *Garnier*, un exitoso canal de innovación en *L'Oréal Paris*, incluido *Clínica Revitalift* y *Glycolic Bright*, así como una buena temporada de rayos UV. En cabello, la División superó de manera significativa al mercado gracias a su estrategia de premiumización, materializada en los exitosos lanzamientos de *Elvive Bond Repair* en el cuidado del cabello y *Garnier Good* en color de cabello.

LUXE

En los primeros nueve meses, L'Oréal Luxe logró un crecimiento de +6.1 % en términos comparables y de +2.9 % en términos declarados.

En el tercer trimestre, la División creció a doble dígito en todas las regiones, excepto Travel Retail Asia, que se ve afectada por el cambio de política con respecto a daigous. En China continental, L'Oréal Luxe continuó superando de manera significativa a un mercado que ha tardado más en recuperarse de lo esperado inicialmente y en ganar participación. La categoría de fragancias volvió a ser la protagonista destacada, impulsada por el éxito continuo de *Paradoxe* de Prada y *Born In Roma* de *Valentino* así como pilares mundiales como *Libre* de *Yves Saint Laurent* y *La Vie Est Belle* de *Lancome*. La recién lanzada fragancia masculina *MYSLF* de *Yves Saint Laurent* ha tenido un comienzo muy fuerte. En el cuidado de la piel, *Helena Rubinstein* mantuvo su performance estelar y nuevos lanzamientos como *Clarifique Double Essence* y *Rénergie H.P.N. 300-Peptide Cream* de *Lancome* tuvo un buen comienzo. El maquillaje experimentó una sólida recuperación en todas las regiones excepto Travel Retail Asia, impulsada por empresas como *Yves Saint Laurent* y el recién lanzado *Prada Beauty*.

Las marcas adquiridas más recientemente desempeñaron su papel como motores de crecimiento, ofreciendo un performance sobresaliente, en particular *Prada*, *Mugler* y *Takami*. *Aēsop* se unió al portafolio de marcas de L'Oréal Luxe el 30 de agosto.

BELLEZA DERMATOLÓGICA⁴

L'Oréal Dermatological Beauty registró un crecimiento sobresaliente de +28.7 % en términos comparables y +27.3 % en términos declarados.

La División mantuvo su fuerte impulso y siguió superando a un mercado dermocosmético muy dinámico, impulsado por su gama de marcas altamente complementarias y su liderazgo de larga data en prescripción médica.

Registró un crecimiento impresionante en todas las regiones, notablemente bien equilibrado entre mercados emergentes y maduros. En China continental, la División superó de forma significativa a un mercado que se mantuvo resistente.

La *Roche Posay*, el principal contribuyente al crecimiento, mantuvo su fuerte tendencia de crecimiento, impulsada por *Effaclar*, *Cicaplast* y *UVMune 400*. *Cerave* logró un alto crecimiento de dos dígitos tanto en América del Norte como en el resto del mundo. *Skinbetter Science* continuó su exitosa trayectoria en Estados Unidos. *Vichy* acelerado, impulsado por la franquicia de cuidado del cabello *Dercos*.

Las ventas del tercer trimestre incluyen los €57 millones restantes del beneficio de seguro tras el desastre natural que ha afectado gravemente las operaciones en la planta de Vichy desde el año pasado.

Resumen por región

EUROPA

Europa registró un crecimiento excepcional de +17.6 % en términos comparables y +15.3 % en términos declarados.

Desde principios de año, L'Oréal ha superado significativamente a un mercado de belleza que se ha mantenido boyante. Su espectacular crecimiento tuvo una base amplia en todos los países, con un impulso particularmente fuerte en los grupos Alemania-Austria-Suiza y España-Portugal, el Reino Unido, los países nórdicos y Europa del Este.

Todas las divisiones registraron un fuerte crecimiento. En la División de Productos de Consumo, el impulso fue notable para todas las grandes marcas y todas las categorías. L'Oréal Dermatological Beauty continuó logrando un crecimiento espectacular, superando de manera significativa a su mercado, impulsado por *La Roche Posay* y *CeraVe*. L'Oréal Luxe siguió avanzando por delante del mercado de fragancias, el segmento más grande en el mercado selectivo de belleza europeo. El crecimiento de la División de Productos Profesionales superó el mercado en el segmento estratégico premium de cuidado del cabello.

L'Oréal superó al mercado en la mayoría de las categorías, con un performance particularmente notable en cuidado de la piel y fragancias.

Todos los canales de distribución contribuyeron, incluido el comercio electrónico.

AMÉRICA DEL NORTE

En los primeros nueve meses, el crecimiento en América del Norte ascendió a +12.6 % en términos comparables y +11.2 % en términos declarados.

El crecimiento fue generalizado en todas las divisiones, impulsado por una exitosa y valorizadora línea de innovación.

En EE. UU., la División de Productos de Consumo continuó avanzando con fuerza y todas las categorías contribuyeron; la categoría de maquillaje se mantuvo dinámica, liderada por innovaciones en todas las marcas clave.

L'Oréal Luxe siguió superando al mercado de fragancias, impulsado por marcas de alta costura como *Valentino* e *Yves Saint Laurent* con el recientemente lanzamiento de *MYSLF*. En maquillaje, *Yves Saint Laurent* y *Armani* generaron un fuerte crecimiento, impulsado por las innovaciones. El comercio electrónico se aceleró aún más.

La División de Productos Profesionales superó al mercado, especialmente en el cuidado del cabello; marcas centradas en el comercio minorista como *Kérastase* y *Pureología* siguieron prosperando, al igual que *L'Oréal Professional* y *Redken*. Los canales selectivos y de comercio electrónico impulsaron el performance.

L'Oréal Dermatological Beauty mantuvo su impresionante crecimiento y continuó superando al mercado gracias al éxito continuo de *CeraVe*, *La Roche Posay* y *Skinbetter Science*, todos los cuales lograron un crecimiento de dos dígitos, con *La Roche Posay* la marca de más rápido crecimiento de la División.

⁴Anteriormente conocida como División de Cosmética Activa.

NORTE DE ASIA

El norte de Asia creció +1.3 % en términos comparables y disminuyó -4.1 % en términos declarados.

El norte de Asia siguió viéndose afectado por el restablecimiento del Travel Retail tras el cambio de política con respecto a daigous. A pesar de la débil recuperación en China continental, donde el mercado de la belleza es en general estable, L'Oréal mantuvo su ritmo, creciendo a +7.7 % en términos comparables y ganando una importante participación de mercado en todas las divisiones; el crecimiento fue dinámico en todas las categorías. La reanudación de la actividad turística en la Región Administrativa Especial de Hong Kong impulsó el dinamismo. En Japón, L'Oréal superó de forma significativa a un mercado dinámico, impulsado por los Productos de Consumo y L'Oréal Luxe.

Los productos profesionales avanzaron con fuerza, impulsados por el éxito del cuidado del cabello de primera calidad, en particular *Kérastase*, al igual que L'Oréal Dermatological Beauty, gracias a su anclaje médico, con contribuciones de crecimiento particularmente fuertes de *Skinceutical* así como *La Roche Posay* y *CeraVe*. La División de Productos de Consumo mantuvo su ritmo gracias a fuertes innovaciones de L'Oréal París en el cuidado de la piel y el cabello y *3CE Stylenanda* en maquillaje. L'Oréal Luxe siguió superando de manera significativa al mercado, particularmente en el cuidado de la piel premium, gracias al notable éxito de *Helena Rubinstein* y *Takami*. Marcas de alta costura como *Yves Saint Laurent* y el recientemente lanzado *Prada Beauty* también contribuyeron.

Tanto los canales en línea como fuera de línea contribuyeron al crecimiento en la región.

SAPMENA-SSA⁵

SAPMENA-SSA logró un crecimiento sobresaliente de +23.6 % en términos comparables y +15.6 % en términos declarados.

En SAPMENA, L'Oréal continuó creciendo en dos dígitos, impulsado tanto por el volumen como en el valor.

Todas las categorías y divisiones contribuyeron: el cuidado de la piel fue el principal contribuyente al crecimiento, impulsado por la División de Productos de Consumo y L'Oréal Dermatological Beauty con *CeraVe* liderando el camino; el maquillaje se recuperó a niveles prepandémicos; las fragancias registraron un fuerte crecimiento en todas las marcas y países. Todos los países de la región registraron un crecimiento comparable de dos dígitos: el grupo Australia-Nueva Zelanda, así como India y Tailandia fueron los tres principales contribuyentes.

África Subsahariana (ASS) experimentó un crecimiento notable, generalizado en todos los países. Por categorías, cuidado de la piel y maquillaje lograron un crecimiento espectacular.

AMÉRICA LATINA

América Latina logró un crecimiento sobresaliente del +24.4 % en términos comparables y +27.4 % en términos declarados.

En un mercado de belleza muy dinámico, L'Oréal mostró un fuerte impulso a medida que la amplitud de la cartera de marcas y el éxito de las recientes innovaciones permitieron al Grupo responder a la base de consumidores altamente diversa de la región. El crecimiento estuvo bien equilibrado entre volumen y valor. Todos los países reportaron un crecimiento de ventas de dos dígitos, México y Brasil fueron los dos principales contribuyentes.

Por divisiones, los principales contribuyentes al crecimiento fueron Productos de consumo, donde las tres marcas principales se mantuvieron muy dinámicas, y L'Oréal Dermatological Beauty, impulsada por una mayor aceleración de *La Roche Posay* y *CeraVe*. El impulso fue amplio en todas las categorías y el cuidado de la piel fue particularmente dinámico.

La estrategia de activación omnicanal consistente y equilibrada generó un fuerte crecimiento tanto en los canales en línea como fuera de línea.

⁵ SAPMENA – SSA: Sur de Asia Pacífico, Medio Oriente, Norte de África, África subsahariana.

EVENTOS IMPORTANTES DURANTE EL PERIODO 7/1/23 AL 30/9/23

ESTRATEGIA

- El 30 de agosto, L'Oréal anunció la **finalización de la adquisición de Aēsop**, una marca que complementa en gran medida la gama de Luxe y ofrece un importante potencial de crecimiento, especialmente en China y Travel Retail.
- En agosto, **el Museo del Louvre y Lancome unieron fuerzas** para una colaboración sin precedentes. Inspirándose en nueve obras maestras de la escultura, *Lancome* imaginó una nueva colección de cuidado de la piel y maquillaje, con la firma de *Lancome x Louvre*. La campaña de lanzamiento se filmó en el Louvre con varios embajadores de la marca.

ADMINISTRACIÓN

- El 14 de septiembre, L'Oréal anunció **varios movimientos importantes dentro de su Comité Ejecutivo** que entrarán en vigor a partir del primer trimestre de 2024. Fabrice MEGARBANE será nombrado director de crecimiento global; sucederá a Frédéric ROZÉ, que ha anunciado su intención de jubilarse a principios del próximo año; supervisará la aceleración del crecimiento y liderará proyectos de transformación en las cinco regiones. Vincent BOINAY sucederá a Fabrice MEGARBANE como presidente del norte de Asia y director ejecutivo de L'Oréal China; dada la creciente complejidad del mercado chino, Laurence MA, actualmente Gerente General de L'Oréal Luxe China, será designado para el puesto recién creado de Director Ejecutivo Adjunto a Cargo de Divisiones, L'Oréal China. Emmanuel GOULIN sucederá a Vincent BOINAY como presidente de Travel Retail y se unirá al Comité Ejecutivo de L'Oréal.

INVESTIGACIÓN, TECNOLOGÍA DE BELLEZA Y DIGITAL

- El 28 de septiembre se inauguró **Le Visionnaire – Espace François Dalle**. Está ubicado en 14 rue Royale en el centro de París, el sitio de la sede original de L'Oréal (y el lugar de nacimiento del negocio profesional). El espacio de 4,200 metros cuadrados está dedicado a transmitir cultura corporativa, creatividad e inspiración, y a inventar el futuro de la belleza.
- El 22 de septiembre, L'Oréal El fondo de capital riesgo, BOLD (“Oportunidades de negocio para el desarrollo de L'Oréal”), anunció una **Inversión minoritaria en empresa biotecnológica china SHINEHIGH INNOVATION**, para establecer una asociación a largo plazo para el desarrollo conjunto de soluciones de belleza innovadoras y sustentables.

PERFORMANCE MEDIOAMBIENTAL, SOCIAL Y DE GOBERNANZA

- En septiembre, el Grupo anunció **la creación del fondo de emergencia climática de L'Oréal de €15 millones** para ayudar a las comunidades vulnerables a prepararse y recuperarse de los desastres climáticos a través de asociaciones con organizaciones de ayuda locales y ONG internacionales. El nuevo fondo se basa en el compromiso de larga data de L'Oréal para abordar los crecientes desafíos humanitarios y ambientales, elevando su compromiso total a más de €200 millones.
- En septiembre, L'Oréal recibió el premio **medalla de platino de EcoVadis** por su performance medioambiental y social, con una puntuación de 83/100. Esto coloca a L'Oréal entre el 1 % de las empresas con mejor performance del mundo (de 100,000 evaluadas).
- En agosto, L'Oréal ocupó el tercer lugar en la clasificación de **“Las 25 empresas más diversas e inclusivas”** de Refinitiv. Los componentes del Índice de Diversidad e Inclusión incluyen las empresas más diversas e inclusivas.

“Este comunicado de prensa no constituye una oferta de venta ni una solicitud de oferta de compra de acciones de L’Oréal. Si deseas obtener información más completa sobre L’Oréal, consulta los documentos públicos registrados en Francia con la Autorité des Marchés Financiers, también disponible en inglés en nuestro sitio de Internet www.loreal-finance.com.

Este comunicado de prensa puede contener algunas declaraciones prospectivas. Aunque la Compañía considera que estas declaraciones se basan en hipótesis razonables en la fecha de publicación de este comunicado, están por su naturaleza sujetas a riesgos e incertidumbres que podrían causar que los resultados reales difieran materialmente de los indicados o proyectados en estas declaraciones.”

Esta versión en español se proporciona únicamente para comodidad de los lectores de habla hispana. En caso de discrepancia, prevalecerá la versión francesa.



Acerca de L’Oréal

Durante más de 110 años, L’Oréal, líder mundial de la belleza, se ha dedicado a una sola cosa: satisfacer las aspiraciones de belleza de los consumidores de todo el mundo. Nuestro propósito, crear la belleza que mueve el mundo, define nuestro enfoque de la belleza como inclusivo, ético, generoso y comprometido con la sustentabilidad social y medioambiental. Con nuestra amplia cartera de 37 marcas internacionales y los ambiciosos compromisos de sustentabilidad de nuestro programa L’Oréal por el Futuro, ofrecemos a todas y cada una de las personas del mundo lo mejor en términos de calidad, eficacia, seguridad, sinceridad y responsabilidad, al tiempo que celebramos la belleza en su infinita pluralidad

Con 87,400 empleados comprometidos, una presencia geográfica equilibrada y ventas en todas las redes de distribución (comercio electrónico, gran consumo, grandes almacenes, farmacias, peluquerías, tiendas de marca y de viaje), en 2022 el Grupo generó ventas que ascendieron a 38.260 millones de euros. Con 20 centros de investigación en 11 países de todo el mundo y un equipo dedicado a la Investigación y la Innovación de más de 4,000 científicos y 5,500 profesionales de la tecnología, L’Oréal se centra en inventar el futuro de la belleza y convertirse en una potencia Beauty Tech.

Más información en <https://www.loreal.com/es/mediaroom>

CONTACTOS DE L’ORÉAL

Estándar	Accionistas individuales y autoridades del mercado	Relaciones con inversionistas	Medios de comunicación
+33 (0) 1 47 56 70 00	Pascale Guerin +33 (0)1 49 64 18 89 pascale.guerin@loreal.com	Françoise Lauvin +33 (0)1 47 56 86 82 francoise.lauvin@loreal.com	Brune Diricq +33 (0)6 63 85 29 87 brune.diricq@loreal.com
		Eva Quiroga +33 (0)7 88 14 22 65 eva.quiroga@loreal.com	Cristina Burke +33 (0)6 75 54 38 15 christine.burke@loreal.com

Para obtener más información, comunícate con tu banco, corredor o institución financiera (código I.S.I.N.: FR0000120321), y consulta tus periódicos habituales, la página web para accionistas e inversores, www.loreal-finance.com o la aplicación L’Oréal Finance; alternativamente llamar al +33 (0)1 40 14 80 50.



Certificado con
wiztrust

Este comunicado de prensa ha sido protegido y autenticado con la tecnología blockchain. Puedes verificar su autenticidad en el sitio web. www.wiztrust.com



APÉNDICE

Apéndice 1: Ventas del grupo L'Oréal 2022/2023 (millones de euros)

	2022	2023
Primer trimestre	9,060.5	10,380.4
Segundo trimestre	9,305.8	10,193.7
Total del primer semestre	18,366.3	20,574.1
Tercer trimestre	9,575.2	10,003.1
Total de nueve meses	27,941.5	30,577.2
Cuarto trimestre	10,319.1	
Total del año completo	38,260.6	