

## VENTAS AL 30 DE SEPTIEMBRE DE 2021

**LAS VENTAS AUMENTARON UN +18.0 %<sup>1</sup>  
PARA FINALES DE SEPTIEMBRE**

### DINÁMICA DE CRECIMIENTO FORTALECIDA

- **Ventas: 23.19 mil millones de euros**
  - +18.0 % comparable<sup>2</sup>
  - +18.8 % en tipos de cambio constantes
  - +15.3 % según las cifras reportadas
- **Aceleración del crecimiento en dos años: +14.9 % comparable en el tercer trimestre en comparación con el 2019**
- **Crecimiento equilibrado: Norteamérica en +23.1 %<sup>1</sup>, Norte de Asia en +22.6 %<sup>1</sup>**
- **Comercio electrónico poderoso, aumentó +29.7 %<sup>2</sup>**

Al comentar sobre las cifras, el Sr. Nicolas Hieronimus, Director general de L'Oréal, dijo:

*"Las ventas del grupo aumentaron un +9.3 % comparable durante dos años en comparación con los primeros nueve meses del 2019 con una aceleración notable en el tercer trimestre. Todas las divisiones aumentaron su crecimiento durante dos años, trimestre tras trimestre.*

*A medida que la situación de salud pública ha ido evolucionando, nuestros empleados han regresado a las oficinas en muchos países de forma segura y con entusiasmo durante los últimos meses. Como resultado de nuestra agilidad, de nuestras decisiones estratégicas pertinentes y de una fuerte inversión en nuestras marcas, L'Oréal continúa superando de forma significativa un mercado de productos de belleza que está regresando gradualmente a los niveles previos a la crisis.*

*Todas las zonas y divisiones están creciendo y contribuyendo al crecimiento bien equilibrado del grupo. Se confirmó la recuperación en EE. UU. y China continental ha mantenido un fuerte crecimiento trimestral durante dos años a pesar de unas cuantas dificultades en el verano. Hemos mantenido una estrategia de lanzamiento de productos a la ofensiva y nuestro desempeño es evidencia de la conveniencia de nuestras marcas y de la demanda por parte de los consumidores de innovaciones de vanguardia. Mientras que las ventas en las tiendas se han recuperado, el comercio electrónico continúa creciendo rápidamente y representa el 26.6 % de las ventas.*

*Fieles a nuestra meta doble de excelencia económica y corporativa, nos enorgullece que L'Oréal USA haya logrado la neutralidad de carbono<sup>3</sup> en sus 25 sitios. Así mismo, el grupo fue reconocido como una compañía Global Compact LEAD de las Naciones Unidas por séptimo año consecutivo y clasificada en la lista de Change the World de Fortune para el 2021.*

*Desde el inicio de la pandemia, L'Oréal ha ganado fuerza constantemente y está en una posición ideal para continuar creciendo al mismo ritmo anterior a la crisis. Tenemos más confianza que nunca en este impulso de crecimiento. En un ambiente que continúa siendo incierto, nuestro desempeño en el tercer trimestre fortalece nuestra ambición de superar al mercado y lograr un año de crecimiento tanto en ventas como en ganancias."*

<sup>1</sup> Comparable: con base en estructuras comparables y tipos de cambio idénticos

<sup>2</sup> Ventas que se alcanzaron en los sitios web de nuestras marcas + ventas estimadas que alcanzaron nuestras marcas correspondientes a ventas a través de los sitios web de nuestros vendedores minoristas (datos no auditados).

<sup>3</sup> Para emisiones de alcance 1 y 2.

## Ventas hasta el 30 de septiembre de 2021

**Comparable**, es decir, con base en un ámbito de consolidación comparable y tipos de cambio constantes, las ventas del grupo L'Oréal crecieron +18.0 %.

**El impacto neto de los cambios en el ámbito de consolidación** ascendió a +0.8 %.

**El crecimiento a tipos de cambio constantes** fue +18.8 %.

**Las fluctuaciones monetarias** tuvieron un impacto negativo de -3.5 %. Al extrapolar los tipos de cambio al 30 de septiembre de 2021, es decir con 1€ = \$1.158 hasta el 31 de diciembre, el impacto de las fluctuaciones monetarias en las ventas sería de alrededor de -1.9 % para todo el 2021.

Con base en las cifras reportadas, las ventas del grupo al 30 de septiembre de 2021 ascendieron a 23.19 mil millones de euros, un aumento de +15.3 %.

### Ventas por división y zona geográfica

	3.º trimestre del 2021			Al 30 de septiembre de 2021		
	€m	Crecimiento		€m	Crecimiento	
		Comparable	Reportado		Comparable	Reportado
<b>Por división</b>						
Productos profesionales	945.6	+10.3 %	+9.7 %	2,724.3	+28.7 %	+23.6 %
Productos de consumo	2,979.5	+3.2 %	+4.1 %	8,942.9	+5.2 %	+2.6 %
L'Oréal Luxe	3,120.1	+20.7 %	+21.1 %	8,592.2	+25.4 %	+23.5 %
Cosmética Activa	951.3	+28.4 %	+29.0 %	2,933.7	+34.5 %	+31.0 %
<b>Total del grupo</b>	<b>7,996.6</b>	<b>+13.1 %</b>	<b>+13.6 %</b>	<b>23,193.1</b>	<b>+18.0 %</b>	<b>+15.3 %</b>
<b>Por zona geográfica</b>						
Europa	2,567.9	+7.5 %	+8.3 %	7,425.0	+10.3 %	+10.4 %
Norteamérica	2,210.9	+22.9 %	+19.2 %	5,976.6	+23.1 %	+15.8 %
Norte de Asia	2,165.9	+13.2 %	+17.3 %	6,836.7	+22.6 %	+21.3 %
SAPMENA – SSA <sup>4</sup>	556.8	+3.2 %	-0.1 %	1,650.7	+13.6 %	+8.4 %
Latinoamérica	495.1	+15.7 %	+21.3 %	1,304.1	+25.8 %	+22.2 %
<b>Total del grupo</b>	<b>7,996.6</b>	<b>+13.1 %</b>	<b>+13.6 %</b>	<b>23,193.1</b>	<b>+18.0 %</b>	<b>+15.3 %</b>

<sup>4</sup> SAPMENA-SSA: Sur de Asia Pacífico, Medio Oriente, Norte de África y África Subsahariana

## Resumen por división

### PRODUCTOS PROFESIONALES

**Al final de septiembre, la división de productos profesionales registró un fuerte crecimiento con +28.7 % comparable y +23.6 % reportado.**

La división continuó fortaleciendo su liderazgo en la industria y aceleró su crecimiento durante dos años con un aumento de +22.5 % en comparación con el tercer trimestre del 2019. Esta dinámica está impulsada por tres tendencias de mercado: la digitalización de los salones de belleza, el desarrollo de estilistas independientes y la explosión del comercio electrónico. Al ganar nuevos salones y ofrecer innovaciones que son más inclusivas que nunca, la división continuó con su tendencia de crecimiento en todas las zonas geográficas y tuvo un desempeño récord en los Estados Unidos, impulsado por el poder del canal de distribución de SalonCentric.

El cuidado del cabello, la categoría número uno en términos de crecimiento, estuvo liderada por el fuerte desempeño de *Kérastase* con el éxito de innovaciones como *Curl Manifesto* y *Genesis*, y el exitoso lanzamiento de *Metal Detox* de *L'Oréal Professionnel Paris* y *Acidic Bonding Concentrate* de *Redken*. En coloración capilar, *Shades EQ* de *Redken* y *Dialight* de *L'Oréal Professionnel Paris* registraron un fuerte desempeño.

Como socio de mucho tiempo de los estilistas, L'Oréal está dispuesto a involucrar a toda la industria en la transición ecológica para 2030 y está lanzando su programa de sustentabilidad dentro del salón, "*Hairstylists for the future by L'Oréal*" con tres prioridades: reducir el consumo de agua, el manejo de residuos y utilizar energías renovables.

### PRODUCTOS DE CONSUMO

**Al final de septiembre la división de productos de consumo aumentó un +5.2 % comparable y +2.6 % reportado.**

La división superó al mercado global y en el tercer trimestre excedió su nivel de desempeño del 2019 comparable. El comercio electrónico continúa su fuerte impulso de crecimiento.

El cuidado del cabello impulsó el crecimiento gracias al éxito mundial de *Elsève*, que se basa en innovaciones clave como *Wonder Water Dream Lengths*, el exitoso lanzamiento de *Hidra Hialuronico* en Latinoamérica y la fuerte aceleración en China continental. La categoría de maquillaje continuó recuperándose gracias a la tendencia al alza de *NYX Professional Makeup* y de *Maybelline New York*, que se beneficiaron de una serie excepcional de lanzamientos que incluyeron la máscara de pestañas *Sky High* y los labiales *Shine Loud*. Finalmente, el cuidado de la piel facial creció particularmente gracias a *L'Oréal Paris* con el éxito mundial de la franquicia *Revitalift*, el exitoso lanzamiento de *Bright Reveal* en China continental y de *UV Defender* en los países emergentes, así como de *Garnier* con su suero *Fast Bright Booster* en países emergentes y de *Micellar Cleansing Water with Vitamin C* en los Estados Unidos. La coloración capilar en casa tuvo un decline con la reapertura de los salones; no obstante, tuvo un buen desempeño durante un periodo de dos años.

### L'ORÉAL LUXE

**L'Oréal Luxe registró un fuerte crecimiento al final de septiembre: +25.4 % comparable y +23.5 % en cifras reportadas.**

Con un aumento durante dos años de +13.3 %, en comparación con el tercer trimestre del 2019, la división superó de forma significativa un mercado ya dinámico. Tuvo un crecimiento muy fuerte en Norteamérica y también consolidó su liderazgo en el norte de Asia impulsado por China continental y las ventas a viajeros. Con la reapertura física de los outlets alrededor de todo el mundo, L'Oréal Luxe aceleró sus ventas tanto en línea como fuera de ella y demostró la fuerza de su modelo de distribución selectivo.

Gracias a un plan de lanzamiento sólido, L'Oréal Luxe continuó ganando cuota de mercado en sus tres categorías. En fragancias, el crecimiento estuvo impulsado por el éxito de *Yves Saint Laurent*, *Maison Margiela* y *Valentino*, así como los muy prometedores lanzamientos de *Alien Goddess* de *Mugler*, *Ralph's Club* de *Ralph Lauren* y *Luna Rossa Ocean* de *Prada*. El cuidado de la piel se benefició de las buenas ventas de *Yves Saint Laurent Pure Shots* y *Helena Rubinstein*, *Shu Uemura* y *Takami* en Asia, así como del excepcional crecimiento mundial de *Absolue* de *Lancôme*. Finalmente, la división fortaleció su posición en la categoría de maquillaje, impulsado por la solidez de *Lancôme* y el éxito confirmado de *Shu Uemura* en Asia.

## COSMÉTICA ACTIVA

**Al final de septiembre, la división de Cosmética Activa continuó creciendo fuertemente con +34.5 % comparable y +31.0 % en cifras reportadas.**

La división mantuvo su fuerte impulso en el tercer trimestre, aumentando el crecimiento ya elevado del año pasado. Su portafolio de marcas dermatológicas es más relevante que nunca para abordar las aspiraciones de los clientes en términos de salud y de eficacia, las cuales se fortalecieron durante la pandemia. Las ventas crecieron en todas las zonas geográficas. Impulsada por su dominio de lo digital, la división mantuvo un crecimiento muy fuerte en el comercio electrónico.

La marca *CeraVe* continuó con su excelente avance. El desempeño de *Skinceuticals* estuvo impulsado por la revolucionaria innovación de *Silymarin CF*. *Vichy* continuó su crecimiento mientras que *La Roche-Posay* mantuvo su fuerte impulso gracias al excelente desempeño de *Effaclar* y *Cicaplast*, mientras que, al mismo tiempo, fortalece su posición en el sector dermatológico con el lanzamiento de dos productos bajo el estatus de dispositivos médicos: *Lipikar Eczema Med* y *Anthélios KA SPF 100*.

## Resumen por zona geográfica

### EUROPA

Al final de septiembre, la zona tuvo +10.3 % comparable y +10.4 % en cifras reportadas.

En el tercer trimestre, el mercado europeo de belleza regresó a niveles cercanos anteriores a la pandemia con un rebalanceo de las ventas en línea y fuera de ella. Varios países europeos tuvieron una recuperación en las categorías de maquillaje y de fragancias. En esta zona, L'Oréal continuó ganando cuota de mercado en la mayoría de los países, de forma más notable, en el Reino Unido y en Alemania, así como en el comercio electrónico.

L'Oréal Luxe de nuevo superó al mercado en la categoría de fragancias. La división de productos de consumo contribuyó de forma significativa a la recuperación de la categoría de maquillaje y continuó fortaleciendo sus posiciones, en particular a través de *Maybelline*, *NYX Professional Makeup* y *Essie*. La división de Cosmética Activa creció considerablemente más rápido que el mercado de dermocosméticos gracias al fuerte desempeño de *La Roche-Posay* y *CeraVe*. Finalmente, el crecimiento de la división de productos profesionales estuvo respaldada por el despliegue de su estrategia de digitalización en estrecha colaboración con sus clientes.

### NORTEAMÉRICA

Al final de septiembre, la zona registró un fuerte crecimiento: +23.1 % comparable y +15.8 % en cifras reportadas. Con el aumento en las tasas de vacunación y la reducción en las restricciones de salud pública, el mercado de belleza registró una dinámica de crecimiento sólida.

En los Estados Unidos, L'Oréal superó al mercado. El cuidado de la piel y las fragancias excedieron por mucho los resultados del 2019, mientras que el cuidado del cabello y el maquillaje continuaron mejorando. Las ventas en las tiendas tuvieron un retorno al crecimiento y el comercio electrónico se duplicó con creces en comparación con el 2019.

La división de productos de consumo ganó cuota de mercado, en particular en la categoría de maquillaje gracias al éxito continuo de las innovaciones de máscara para pestañas *Sky High* de *Maybelline New York* y la base de maquillaje en polvo *Infallible* de *L'Oréal Paris*.

L'Oréal Luxe superó al mercado; su reorganización le ha permitido rebalancear los factores clave para el negocio invertidos en los canales de venta en línea y en tiendas. La división mejoró en sus resultados de 2019 gracias a los éxitos en la categoría de fragancias con lanzamientos prometedores antes de las fiestas. La división de productos profesionales dio un salto significativo en comparación con el 2019 impulsado por SalonCentric y su exitosa transición de un modelo de ventas minorista a un modelo omnicanal completo. Finalmente, la división Cosmética Activa continuó acelerando impulsada por el éxito renovado de *CeraVe*, *La Roche-Posay* y *Skinceuticals*. La división duplicó sus ventas en dos años en esta región.

Antes de la Climate Week NYC 2021, L'Oréal USA anunció que había alcanzado la neutralidad de carbono para las emisiones de alcance 1 y 2 para todos sus 25 sitios en doce estados, incluidas sus instalaciones de fabricación y distribución, sitios administrativos y sitios de investigación e innovación.

## NORTE DE ASIA

Al final de septiembre, la zona registró un fuerte crecimiento de +22.6 % comparable y de +21.3 % en cifras reportadas. Con una situación de salud pública aún desafiante, L'Oréal superó de nuevo al mercado en el tercer trimestre gracias a la fuerza de su modelo omnicanal.

Japón y Corea del Sur se enfrentaron a un resurgimiento mayor de la Covid-19, lo que tuvo un efecto adverso en las ventas en tiendas mientras que las ventas en línea aumentaron significativamente.

En China continental, el mercado se ralentizó como resultado de las restricciones de salud pública que llevaron al cierre físico de los outlets durante el verano así como las restricciones en los viajes, en particular a Hainan. Sin embargo, L'Oréal China continuó registrando un crecimiento de dos dígitos y aumentó de forma significativa su liderazgo en el tercer trimestre con un crecimiento dinámico en todas las categorías, en especial en el cuidado del cabello y de la piel y con una buena recuperación de la categoría de maquillaje selectivo. Durante dos años, L'Oréal China mantuvo una muy elevada tasa de crecimiento con ventas en el tercer trimestre de +42.8 % en comparación con el 2019.

En la zona, L'Oréal Luxe continuó superando al mercado con un crecimiento de dos dígitos impulsado por el éxito de *Lancôme* y *Helena Rubinstein* y el fuerte regreso de marcas de alta costura como *Yves Saint Laurent*. En el tercer trimestre, *Valentino* abrió tiendas principales en Hong Kong y Shanghai. *L'Oréal Paris* y *StyleNanda 3CE* siguieron liderando el crecimiento en la división de productos de consumo mientras que *Kérastase* fue la fuerza detrás de la división de productos profesionales. La división de Cosmética Activa ganó cuota de mercado gracias al excelente desempeño de *Skinceuticals* y *La Roche-Posay*.

## SAPMENA – SSA<sup>5</sup>

Al final de septiembre, la zona SAPMENA – SSA creció +13.6 % comparable y +8.4 % con base en las cifras reportadas.

En el tercer trimestre, la región SAPMENA tuvo un regreso a los niveles previos a la Covid comparable. Este desempeño reflejó la rápida recuperación en la India con la reapertura física de los outlets y una fuerte dinámica en el Medio Oriente y en el Norte de África. Los países en el Pacífico y el sureste de Asia tuvieron que lidiar con las restricciones debido a nuevas olas de Covid en el tercer trimestre. La aceleración del comercio electrónico en la región compensó el cierre de los outlets físicos. Mientras que la categoría de maquillaje se mantuvo por debajo de los niveles previos a la pandemia, el cuidado del cabello, el cuidado de la piel y las fragancias tuvieron un buen desempeño. El crecimiento en la división de productos profesionales estuvo impulsado por la aceleración del comercio electrónico y la categoría del cuidado del cabello gracias al éxito notable de *Kérastase*. La división de productos de consumo estuvo impulsada por el éxito de los productos que se desarrollaron específicamente para la zona como *Bright Complete* y *Color Naturals* de *Garnier*. L'Oréal Luxe continuó registrando un fuerte crecimiento en fragancias, gracias en particular a *Yves Saint Laurent* y *Armani*. La división de Cosmética Activa registró un crecimiento de dos dígitos.

En el África Subsahariana, la recuperación del mercado fue más moderada debido a que los niveles de vacunación aún son bajos. L'Oréal ganó cuota de mercado impulsada por el desempeño excepcionalmente dinámico de la división de Cosmética Activa.

## LATINOAMÉRICA

Al final de septiembre, la zona registró un fuerte crecimiento: +25.8 % comparable y +22.2 % en cifras reportadas. Después del cierre ocasional de tiendas y las restricciones en los viajes en la primera mitad del año, todos los canales de distribución ahora están completamente abiertos. Con la reducción de las medidas de salud pública, la reanudación de las interacciones sociales y la continuación de los paquetes de estímulo, el mercado de belleza continuó creciendo en casi todos los países y mejoró los niveles de 2019. L'Oréal ganó cuota de mercado en la zona y registró un fuerte crecimiento de dos dígitos en todas las divisiones y los países liderado por Chile, México y Brasil.

Todas las categorías crecieron gracias a la calidad de las innovaciones y el éxito de marcas icónicas, en particular en el cuidado del cabello, de la piel y fragancias. *Elsève* aumentó sus ganancias de cuota de mercado en Brasil, México y Chile gracias al muy exitoso lanzamiento de *Hidra Hialuronico*. Además, *CeraVe* continuó creciendo rápidamente y aumentó más del doble sus ventas en la zona.

<sup>5</sup> SAPMENA – SSA: Sur de Asia Pacífico, Medio Oriente, Norte de África y África Subsahariana

## Eventos importantes durante el periodo del 1/7/21 al 30/9/21 y eventos después del cierre

- El 31 de agosto, L'Oréal ocupó el primer lugar en todas las categorías en los índices Vigéo Eiris. La agencia internacional de calificación no financiera evalúa la gobernanza de las compañías, así como su desempeño social y ambiental y listó a L'Oréal en el índice CAC 40 ESG.
- El 20 de septiembre, por séptimo año consecutivo, L'Oréal fue reconocida como una compañía Global Compact LEAD de las Naciones Unidas por su compromiso continuo con los diez principios del Pacto mundial de la ONU y por poner las metas de desarrollo sostenible de la ONU en el centro de su estrategia de crecimiento.
- El 20 de septiembre, Henkel, L'Oréal, LVMH, Natura &Co y Unilever anunciaron una nueva colaboración global para codesarrollar una evaluación de impacto ambiental y un sistema de calificación para productos cosméticos para toda la industria. Su objetivo es diseñar en conjunto un enfoque que sea independiente de las marcas y que le proporcione a los consumidores información sobre impacto ambiental clara, transparente y comparable con base en una metodología común basada en la ciencia.
- El 27 de septiembre, L'Oréal se unió a la Expo 2020 Dubái como el socio oficial de productos y servicios de belleza para compartir sus iniciativas de sustentabilidad. L'Oréal también es socia de la World Green Economy Summit, organizada por Expo 2020 en el marco de la COP26, que se enfocará en la cooperación global para abordar los retos que enfrenta nuestro planeta, intensificar el desarrollo sostenible e invertir en la economía verde.
- El 27 de septiembre, se anunció que ADL va a honrar a Jean-Paul Agon, presidente del grupo L'Oréal con su prestigioso premio Courage Against Hate en reconocimiento al compromiso de muchos años de L'Oréal para fomentar la diversidad, la equidad y la inclusión dentro de la compañía y respetar los derechos humanos y combatir el antisemitismo en la sociedad. El premio se le otorgará durante la cumbre "Never is Now" el 7 de noviembre.
- El 28 de septiembre, se le concedió a Jean-Paul Agon la ciudadanía de honor de Shanghái, una distinción que se le confiere a los empresarios y expertos que han contribuido más al desarrollo económico y social de la ciudad.
- El 30 de septiembre, L'Oréal recibió el premio Grand Prix por gobernanza corporativa de 2021 que confiere L'Agefi, quien (en sociedad con *CMS Francis Lefebvre*, *EcoVadis* y *Ethics & Boards*) realiza una evaluación independiente de las compañías CAC 40 y SBF 120 para revisar su desempeño de gobernanza corporativa.
- El 6 de octubre, L'Oréal anunció que había tomado el 5.º lugar en la clasificación mundial Universum 2021 de las compañías favoritas de los estudiantes de negocios, avanzando cinco puestos desde el 2020. El grupo es la compañía multinacional de la UE con la calificación más alta en esta prestigiosa clasificación.
- El 13 de octubre, el grupo L'Oréal se clasificó en la lista Change the World 2021 de la revista *Fortune*, que reconoce a las compañías que tienen un impacto social positivo a través de actividades que son parte de su estrategia de negocios principal. *Fortune* identificó a L'Oréal como una compañía que está cambiando al mundo a través de su programa de sustentabilidad, L'Oréal for the Future.

"El presente comunicado de prensa no constituye una oferta de venta o solicitud de una oferta para comprar acciones de L'Oréal. Si desea más información acerca de L'Oréal, consulte los documentos públicos registrados en Francia con la Autorité des Marchés Financiers, disponible también en inglés en nuestro sitio de internet [www.loreal-finance.com](http://www.loreal-finance.com).

El presente comunicado de prensa puede contener algunas declaraciones a futuro. Aunque la compañía considera que dichas declaraciones se basan en hipótesis razonables en la fecha de publicación del presente comunicado, por su naturaleza, están sujetas a riesgos e incertidumbres que podrían causar que los resultados reales difieran materialmente de aquellos que se indicaron o proyectaron en dichas declaraciones".

Ésta es una traducción libre al español del comunicado de prensa de Resultados anuales del 2020 publicado en idioma francés y se proporciona únicamente para la comodidad de los lectores de habla hispana. En caso de discrepancias, prevalecerá la versión francesa.

## Acerca de L'Oréal México

L'Oréal está presente en México desde hace 59 años. Es el líder del mercado de belleza, con una cartera de 27 marcas organizadas en cuatro divisiones: Productos Profesionales, Cosmética Activa, Productos de Gran Público y L'Oréal Lujo. A nivel internacional, por su volumen de ventas, México se posiciona entre los principales quince mercados del mundo, uno de los dos más importantes de América Latina y uno de los tres más relevantes de todo el continente.

En México, L'Oréal cuenta con dos plantas, ubicadas en el Estado de San Luis Potosí y en Xochimilco, Ciudad de México, un Centro de Distribución en el Estado de México y sus oficinas centrales en Coyoacán, CDMX. En el país fabrica productos para más de 15 marcas de la compañía, exportando a distintos países del mundo.

Cada día, a través de sus marcas, L'Oréal llega decenas de millones de consumidores mexicanos. L'Oréal emplea a más de 4,000 personas, entre equipos directos e indirectos.

Más información en [loreal.mx](http://loreal.mx)

TW: @lorealmexico

FB: @lorealmx

CONTACTO PARA  
PRENSA  
**L'ORÉAL**

**Araceli Beceril**

[araceli.beceril@loreal.com](mailto:araceli.beceril@loreal.com)

**Ludwig Fourlong**

[ludwig.fourlong@loreal.com](mailto:ludwig.fourlong@loreal.com)

 Síguenos en Twitter **@lorealmexico**  
[www.loreal.mx](http://www.loreal.mx)



Síguenos en Facebook **@lorealmexico**

## Apéndice

Ventas del grupo L'Oréal 2020/2021 (millones de €)

	2020	2021
Primer trimestre	7,225.2	7,614.5
Segundo trimestre	5,851.3	7,582.1
<b>Total del primer semestre</b>	<b>13,076.5</b>	<b>15,196.6</b>
Tercer trimestre	7,036.8	7,996.6
<b>Total a los nueve meses</b>	<b>20,113.3</b>	<b>23,193.1</b>
Cuarto trimestre	7,878.8	
<b>Total de todo el año</b>	<b>27,992.1</b>	