



ENTREPRISES

L'Oréal maintient ses ambitions malgré les droits de douane et la surtaxe française

COSMÉTIQUES

Sur le premier semestre le résultat net recule mais la marge opérationnelle progresse.

Virginie Jacoberge-Lavoué

L'Oréal encaisse le choc. Sur les six premiers mois de l'année, le géant des cosmétiques enregistre un chiffre d'affaires global en hausse de 3 % (+1,6 % à données publiées), dépassant les 22 milliards d'euros. Mais il accuse une baisse de 7,8 % de son bénéfice net à 3,37 milliards d'euros, pénalisé par la contribution exceptionnelle sur les bénéfices des grandes entreprises annoncée dans le budget 2025. Hors éléments non récurrents, le résultat net est en hausse de +1 %.

Une lueur d'espoir est que la croissance s'accélère légèrement au cours des trois derniers mois (+3,7 %), par rapport au premier trimestre (2,6 %). « On est satisfait de la performance compte tenu du contexte – qui est quand même assez difficile avec beaucoup d'incertitudes pour les entreprises mais aussi pour les consommateurs – et ambitieux pour accélérer encore sur la deuxième partie d'année », a déclaré à l'AFP le directeur général Nicolas Hieronimus.

Une épine supplémentaire

Pour se groupe qui réalise un quart de son chiffre d'affaires en Amérique du Nord, la hausse de 15 % des droits de douane américains « n'est pas une bonne nouvelle », mais « pour L'Oréal, c'est gérable ». Au cours des six premiers mois de l'année, le chiffre d'affaires outre-Atlantique n'a cependant progressé que de 0,4 % en données publiées (+2 % à structure et taux de change identiques). Outre les droits de douane plus élevés, un billet vert faible est une épine supplémentaire. À fin juin 2025, les effets monétaires ont un impact négatif de l'ordre de -1,9 %. En extrapolant, le groupe concède que « l'impact des effets monétaires pourrait s'établir à environ -3,7 % sur le chiffre d'affaires de l'ensemble de l'année 2025 ».

Marge en progression

« Comme prévu, la croissance à données comparables de L'Oréal a accéléré entre le premier et le deuxième trimestre. Le dynamisme continu des marchés émergents, le léger rebond en Chine continentale et la reprise progressive en Amérique du Nord ont plus que compensé le ralentissement attendu en Europe, validant une fois de plus notre modèle multipolaire », indique Nicolas Hieronimus.

Dans le détail, seuls les marchés émergents enregistrent une croissance à deux chiffres.

Aux Etats-Unis, la reprise enregistrée au cours du dernier trimestre reste à nuancer : la croissance s'y accélère à 8,3 % mais elle est gonflée par le phénomène de surstockage. Il s'agit plutôt d'une hausse de 5 % en comparable sur le second trimestre, et de +2,4 % en données publiées.

Les soins cheveux – de l'activité Produits Professionnels et de la Division des Produits Grand Public – connaissent un vrai engouement. Et, L'Oréal Luxe maintient une croissance dynamique sur place grâce aux parfums, tel le dernier jus d'Yves Saint Laurent.

Même si ces résultats restent ternes, L'Oréal dispose d'un modèle robuste. Toutes ses divisions se distinguent sur le semestre par une rentabilité solide. Sur le premier semestre, la marge d'exploitation du groupe est de 21,1 % contre 20,8 % un an plus tôt. L'Oréal n'a pas rogné sur les investissements en Recherche & Innovation, mais a veillé à une gestion rigoureuse de ses frais promotionnels et de fonctionnement.

Au second semestre, sont attendus d'importants lancements, notamment celui du premier parfum Miu Miu. ■