

Résultats 2014

13 Février 2015

Jean-Paul AGON
Président-Directeur Général

L'ORÉAL



Une performance
très solide

2 - 13 Février 2015

L'ORÉAL

Une performance
très solide



Le 4^{ème} trimestre a été le meilleur de l'année

Progression significative de la rentabilité et
résultat net en forte augmentation

Une année d'importantes transformations
stratégiques

4^{ème} trimestre | le meilleur de l'année

VENTES CONSOLIDÉES
MONDIALES*

À données
comparables

+4,9%

À données
publiées

+8,5%

Une performance
très solide



Le 4^{ème} trimestre a été
le meilleur de l'année

**Progression significative de
la rentabilité et résultat net en forte
augmentation**

Une année d'importantes transformations
stratégiques

Une performance
très solide



Le 4^{ème} trimestre a été
le meilleur de l'année

Progression significative de la rentabilité
et résultat net en forte augmentation

**Une année d'importantes transformations
stratégiques**



Le marché de la Beauté

7 - 13 Février 2015

L'ORÉAL

Marché mondial de la beauté* | 2014



≈ +3,5%*

Marché mondial de la beauté*

2014

Luxe | **+5%**

Grande
Diffusion | **+3,5%**

Porte-
à-porte | **+2%**

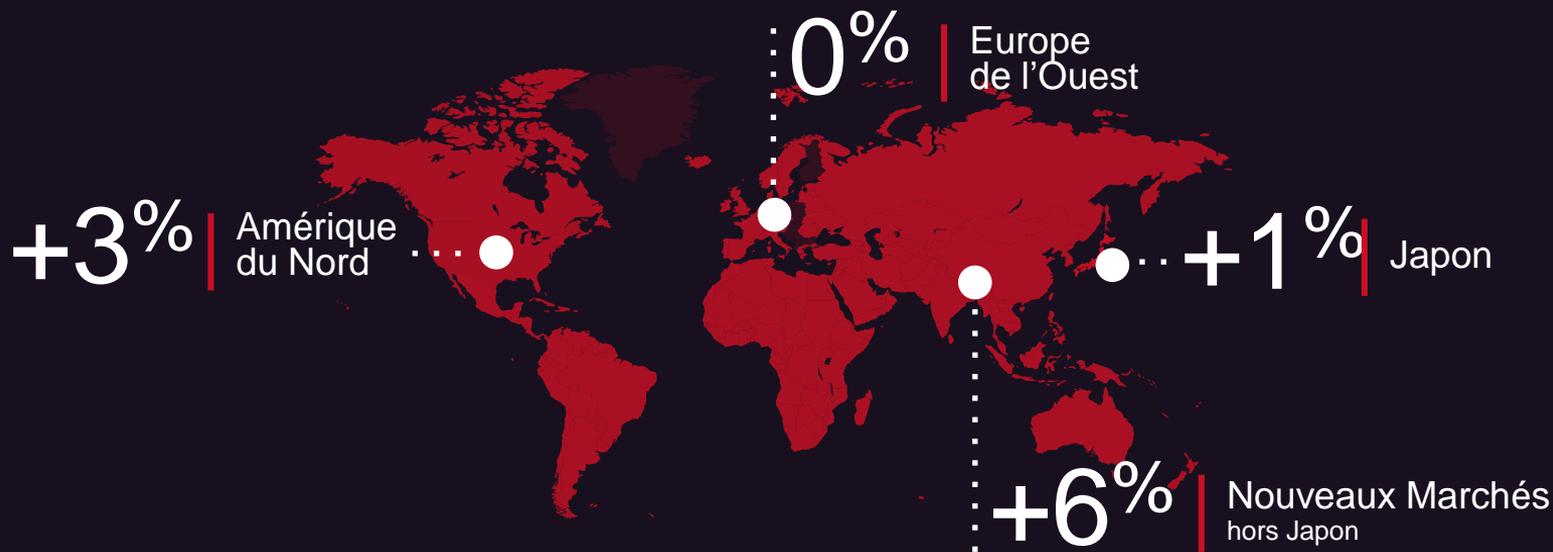
Dermo-
Cosmétique | **+5%**

Salons
de coiffure | **+1%**

E-commerce | **+18%**

Marché mondial de la beauté*

2014



10 - 13 Février 2015

L'ORÉAL

*Hors rasoirs, savons et dentifrices 2014
estimations provisoires
Source : estimations L'Oréal. Croissance
à changes constants

Marché mondial de la beauté*

2014



11 - 13 Février 2015

L'ORÉAL

*Hors rasoirs, savons et dentifrices 2014
estimations provisoires
Source : estimations L'Oréal. Croissance
à changes constants



2

Nouvelle **année**
de **progrès**

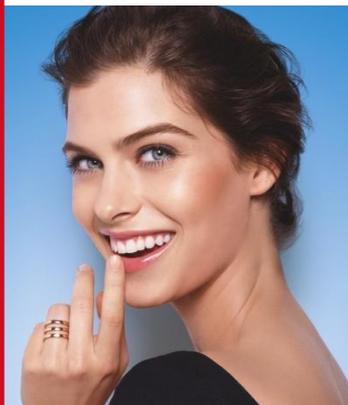
12 - 13 Février 2015

L'ORÉAL

Gains de parts de marché

dans 3 divisions sur 4

+8,7%*



Cosmétique
Active

+7,1%*



L'Oréal
Luxe

+2,6%*



Produits
Professionnels

+1,6%*



Produits
Grand Public

*Chiffre d'affaires 2014, évolution à données comparables

Inneov est mise en équivalence en application de la norme IFRS 11 au 1^{er} janvier 2014. Les données de l'année précédente ont été retraitées pour tenir compte de ces éléments.



*Chiffre d'affaires cosmétique 2014, évolution à données comparables

Inneov est mise en équivalence en application de la norme IFRS 11 au 1^{er} janvier 2014. Les données de l'année précédente ont été retraitées pour tenir compte de ces éléments.

14 - 13 Février 2015

L'ORÉAL

Europe de l'Ouest

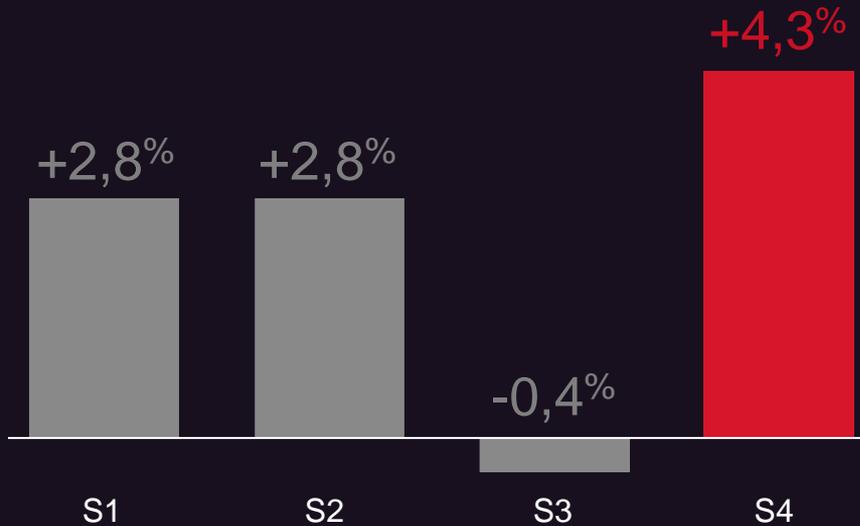
+2,4%*

*Chiffre d'affaires cosmétique 2014, évolution à données comparables

Inneov est mise en équivalence en application de la norme IFRS 11 au 1^{er} janvier 2014. Les données de l'année précédente ont été retraitées pour tenir compte de ces éléments.

Europe de l'Ouest | ...au dernier trimestre

accélération notable ... trimestre

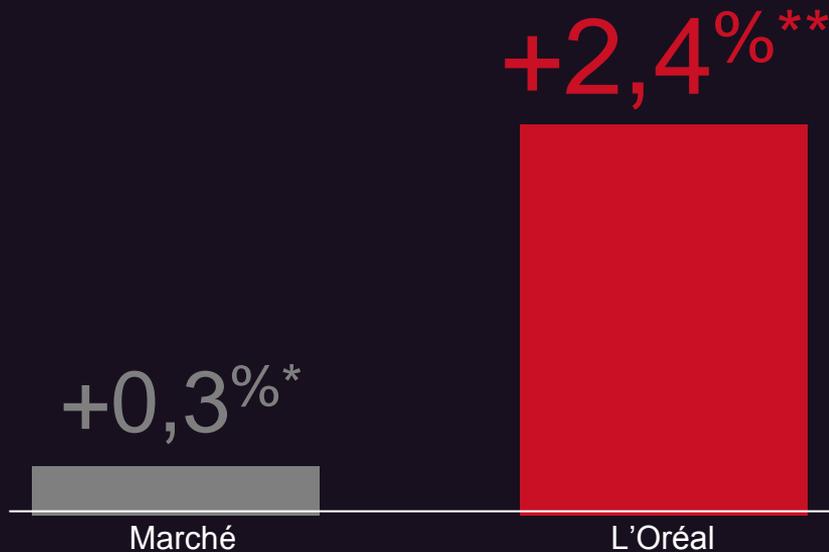


+2,4%*

*Chiffre d'affaires cosmétique 2014, évolution à données comparables

Inneov est mise en équivalence en application de la norme IFRS 11 au 1^{er} janvier 2014. Les données de l'année précédente ont été retraitées pour tenir compte de ces éléments.

Europe de l'Ouest



Forte
surperformance

*Hors rasoirs, savons et dentifrices 2014
estimations provisoires

Source : estimations L'Oréal. Croissance à changes constants

17 - 13 Février 2015

L'ORÉAL

**Chiffre d'affaires cosmétique 2014, évolution à données comparables

Inneov est mise en équivalence en application de la norme IFRS 11 au 1^{er} janvier 2014. Les données de l'année précédente ont été retraitées pour tenir compte de ces éléments.

Fortes performances en | Europe du Nord

+4,4%*

Royaume-Uni

+6,0%*

Allemagne

Redressement en | Europe du Sud



*Chiffre d'affaires cosmétique 2014, évolution à données comparables

Inneov est mise en équivalence en application de la norme IFRS 11 au 1^{er} janvier 2014. Les données de l'année précédente ont été retraitées pour tenir compte de ces éléments.



Marché stratégique



Opportunités
de gains de
parts de marché



Baisse
de l'euro



Baisse des prix
du pétrole

Reprise de la
Consommation ?

+1,1%*

Amérique
du Nord



*Chiffre d'affaires cosmétique 2014, évolution à données comparables

Inneov est mise en équivalence en application de la norme IFRS 11 au 1^{er} janvier 2014. Les données de l'année précédente ont été retraitées pour tenir compte de ces éléments.

Amérique du Nord |





Confiance dans une reprise de la croissance en Amérique du Nord

25 - 13 Février 2015

L'ORÉAL

Nouveaux Marchés |



+6,9%*

*Chiffre d'affaires cosmétique 2014, évolution à données comparables

Inneov est mise en équivalence en application de la norme IFRS 11 au 1^{er} janvier 2014. Les données de l'année précédente ont été retraitées pour tenir compte de ces éléments.

Nouveaux Marchés | Renforcement de nos positions



Marché **+5,3%*** | L'Oréal **+6,9%****

*Hors rasoirs, savons et dentifrices 2014
estimations provisoires
Source : estimations L'Oréal. Croissance
à changes constants

27 - 13 Février 2015

L'ORÉAL

**Chiffre d'affaires cosmétique 2014, évolution à données
comparables

Inneov est mise en équivalence en application de la norme IFRS
11 au 1^{er} janvier 2014. Les données de l'année précédente ont
été retraitées pour tenir compte de ces éléments.

Croissance significative | dans les Nouveaux Marchés



*Chiffre d'affaires cosmétique 2014, évolution à données comparables

Inneov est mise en équivalence en application de la norme IFRS 11 au 1^{er} janvier 2014. Les données de l'année précédente ont été retraitées pour tenir compte de ces éléments.



29 - 13 Février 2015

L'ORÉAL

Évolution de la distribution

Grands
magasins

Cosmetics
stores

Personal
care stores

E-commerce



Adapter
notre stratégie à
ce marché en évolution
très rapide



一瓶双效
发根净爽 + 发丝水润

全新
卓效透明质酸

72h
持久水润保湿

洗发护发，发丝润，我有双喜妙法！
发根

L'ORÉAL
HAIRCARE / PARIS
欧莱雅洗护

美宝莲
MAYBELLINE

暗沉闪一边
轻唇色
天天好气色!

全新美宝莲
好气色轻唇膏
健康食品级色彩

好气色
口红

NEW YORK

火山岩
清痘平衡露
PURE & MATTE

火山矿物精华
控油保湿
抗痘到底

矿物天然护肤能量
击碎多余油脂
高效控油
减少痘害

L'ORÉAL
MEN EXPERT
欧莱雅男士

即刻 持久 说白就白
瓷白娃娃肌 亮出来

全新
WHITE PERFECT
MIRACLE
欧莱雅瓷白霜

你值得拥有
L'ORÉAL
PARIS



Rapide expansion en
e-commerce

10%

des ventes en
e-commerce



Confiance
dans **l'accélération de**
notre **croissance**



EYES OF YOUTH
SEE LIFE THROUGH YOUNGER-LOOKING EYES

NEW
DROPS OF YOUTH™
EYE CONCENTRATE

THE BODY SHOP.

THE COOL SKIN TREAT
NEW ULTIMATE SKIN-QUENCHING SORBET

VITAMIN E
AQUA BOOST SORBET

THE BODY SHOP.

DON'T JUST HIDE IT FIGHT IT
ANTI-IMPERFECTION BB CREAM WITH PURIFYING TEA TREE

NEW
BB CREAM + TEA TREE

THE BODY SHOP.

THE RITUAL OF GOLDEN RADIANCE
PRECIOUS WILD ARGAN OIL

NEW

THE BODY SHOP.

SPICE THINGS UP
NO FLOWERS - JUST A BOLD BLEND OF MUSK AND SPICE

NEW
RED MUSK
EAU DE PARFUM

THE BODY SHOP.

NAIL HAPPINESS!
IN 24 FEEL-GOOD SHADES

NEW

THE BODY SHOP.



4^{ème} trimestre
+6%*





Diversité



Nature

Résultats
Immédiats



Éthique







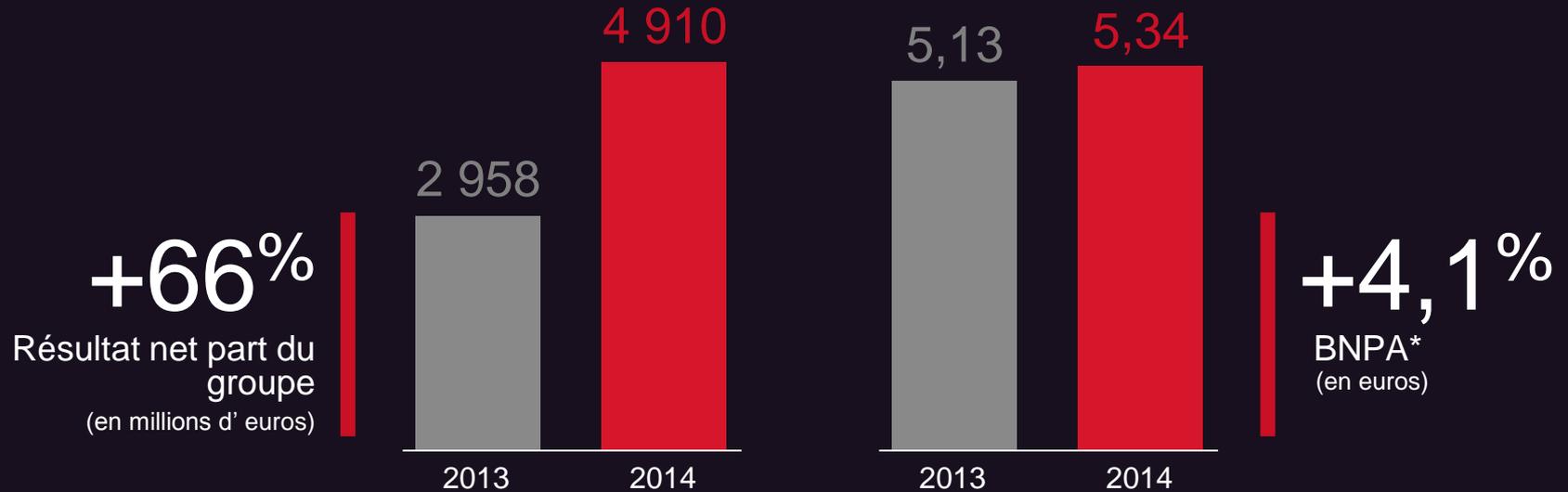
3

Résultats financiers
solides

Résultats financiers | solides



Résultats financiers | solides



Résultats financiers | solides





4

Une année de
grands **progrès et**
transformations

Une année de grands progrès
et transformations



Développement externe stratégique

Transformation digitale

Responsabilité sociale d'entreprise

Un portefeuille unique | de marques complémentaires

Produits Professionnels

Produits Grand Public

L'Oréal Luxe

Cosmétique Active



L'ORÉAL
PROFESSIONNEL
PARIS

CARITA
PARIS

KÉRASTASE
PARIS

DECLÉOR
PARIS

Parce que vous le valez bien.

L'ORÉAL
PARIS

GARNIER

LANCÔME
PARIS

BIOTHERM

cacharel

YVES SAINT LAURENT

ROGER & GALLET
PARIS

VICHY
LABORATOIRES

LA ROCHE-POSAY
LABORATOIRE DERMATOLOGIQUE



REDKEN
5TH AVENUE NYC

MATRIX
LABORATOIRES

essie

MAYBELLINE
NEW YORK

essie

GIORGIO ARMANI

VIKTOR & ROLF

DIESEL

SKINCEUTICALS
ADVANCED PROFESSIONAL SKINCARE



SOFTSHEEN | CARSON
LABORATORIES

Kiehl's
SINCE 1851

URBAN DECAY

RALPH LAUREN
FRAGRANCES

clarisonic



MG

shu uemura

YUE-SAI



Niely*



Nice & Lovely

*Acquisition en cours de finalisation.

48 - 13 Février 2015

L'ORÉAL



Opportunité de croissance dans les services de beauté professionnelle



49 - 13 Février 2015

L'ORÉAL

Renforcer notre présence et notre potentiel dans les marchés stratégiques

MG



Niely*



NYX
PROFESSIONAL MAKEUP





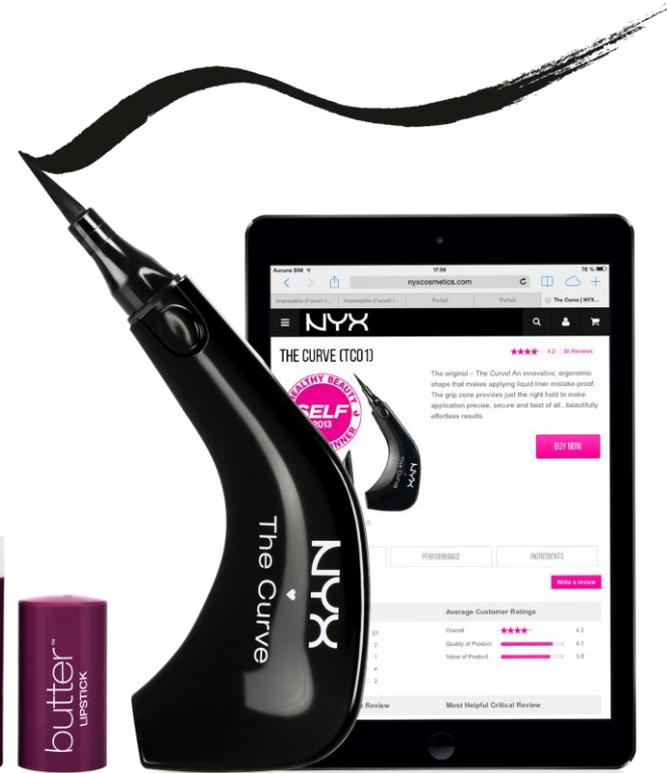
Soin de la peau en Chine et en Asie





NYX
PROFESSIONAL MAKEUP

Maquillage en Amérique
et dans le monde



Renforcer notre
expertise au service de

la **beauté** pour une clientèle
multiculturelle

Carol's Daughter



Une année de grands progrès
et transformations



Développement externe stratégique

Transformation digitale

Responsabilité sociale d'entreprise



Lubomira Rochet

Chief Digital Officer

Membre du Comité Exécutif



Le digital transforme
la relation entre les marques
et les consommateurs



Maximiser
cette
opportunité
majeure

Être le leader de la "beauté digitale"





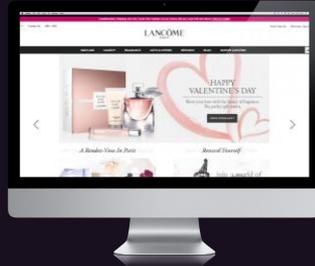
USA: 5 marques de L'Oréal dans le top 10

Source: L2 Digital IQ Index: Beauty

L'ORÉAL
PARIS



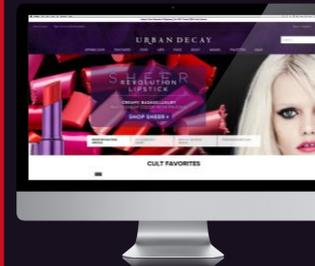
LANCÔME
PARIS



MAYBELLINE
NEW YORK



UD
URBAN DECAY



Kiehl's
SINCE 1851



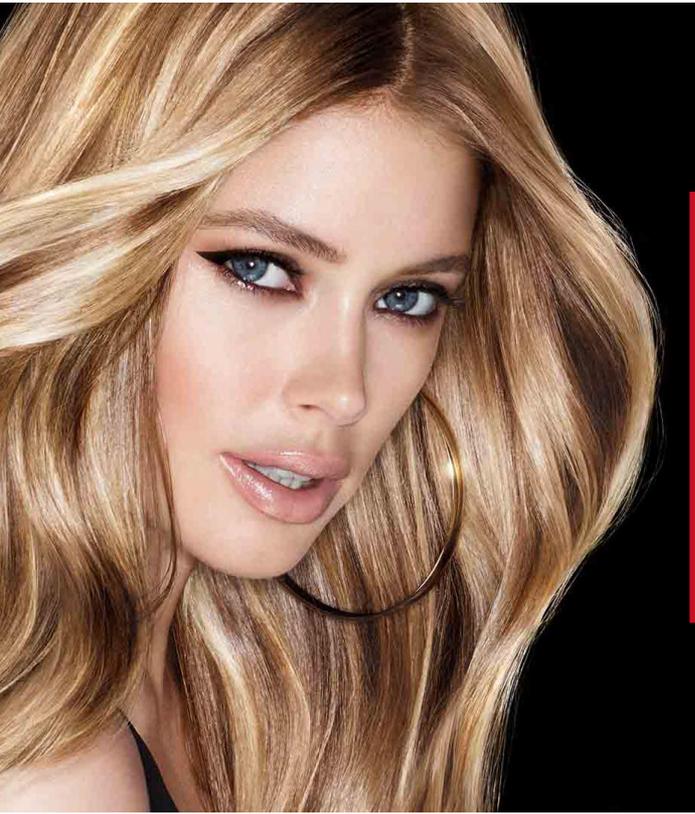
Renforcer | le succès du groupe



Organisation décentralisée

Esprit entrepreneurial

Approche multi-marques /
multi-circuits



Une année de grands progrès
et transformations

Acquisitions stratégiques

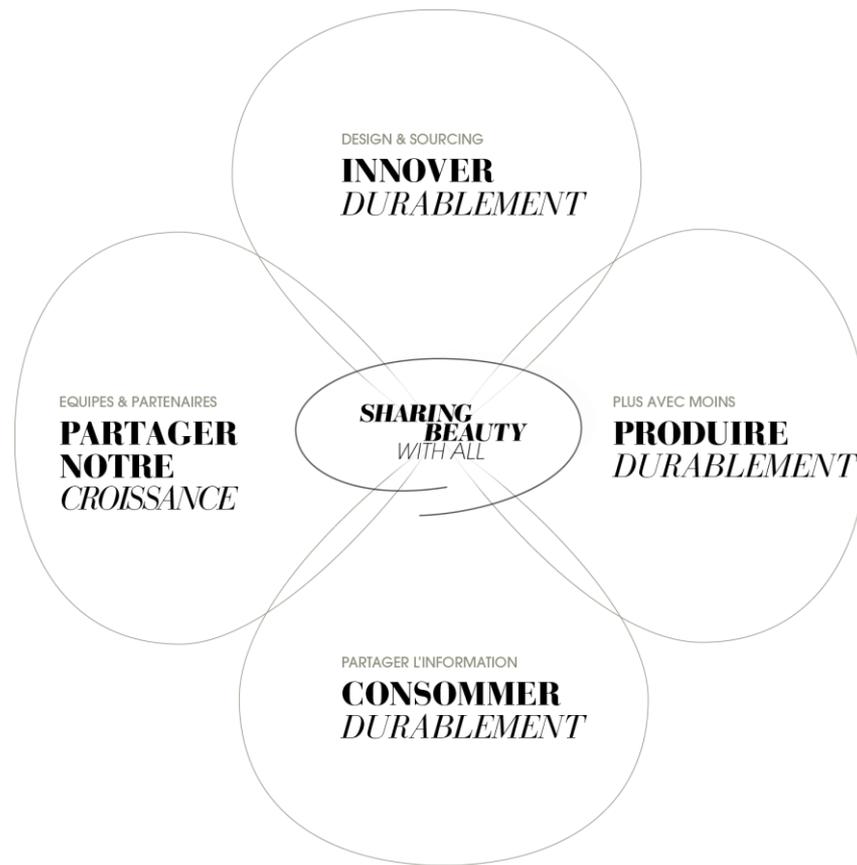
Transformation digitale

Responsabilité sociale d'entreprise



**SHARING
BEAUTY**
WITH ALL

SHARING BEAUTY WITH ALL





Protect · Care · Balance · Enjoy

2014 une année
de **progrès** et de
développement



2014 une année
de progrès et de
développement

Grands lancements

Gains de parts de marché et
conquêtes

Acquisitions stratégiques

Transformations internes
stratégiques



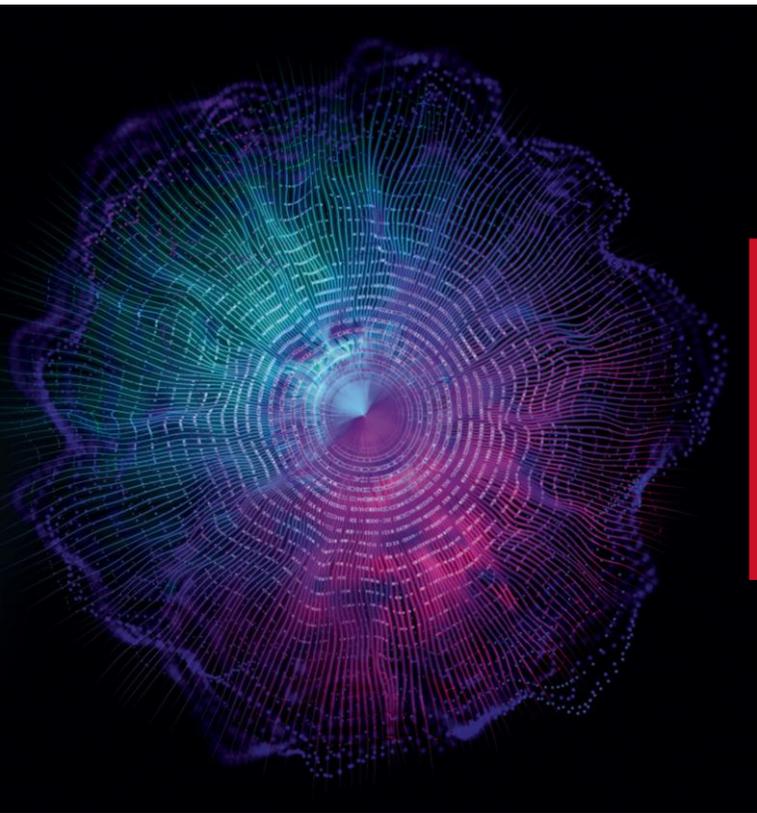
S'adapter à
un monde qui
change vite

Simplification



Simplification

Rapide
Agile
Réactif



“Saisir ce qui
commence”
François Dalle



Un leader
avec un esprit de
challenger



Une grande
société avec un
esprit de start-up



2015:
confiance
et ambition

2015 :
confiance et ambition



Poursuite de la croissance de nos marchés

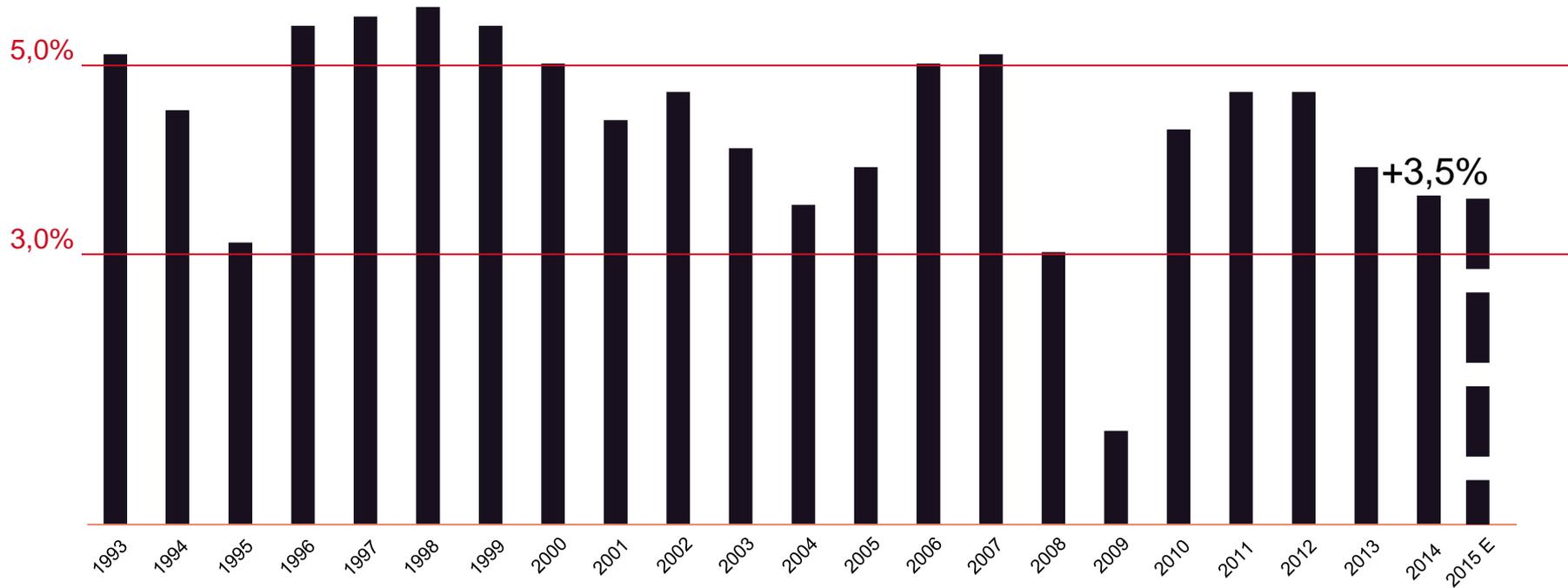
Capacité à surperformer le marché

Impact favorable de l'environnement monétaire

Des équipes très talentueuses et
extrêmement engagées

Poursuite de la croissance du marché cosmétique

Marché cosmétique mondial
1993-2014*



*Hors rasoirs, savons et dentifrices 2014 estimations provisoires
Source : estimations L'Oréal. Croissance à changes constants

2015 :
confiance et ambition



Poursuite de la croissance
de nos marchés

Capacité à surperformer le marché

Impact favorable de l'environnement monétaire

Des équipes très talentueuses et
extrêmement engagées

2015 :
confiance et ambition



Poursuite de la croissance
de nos marchés

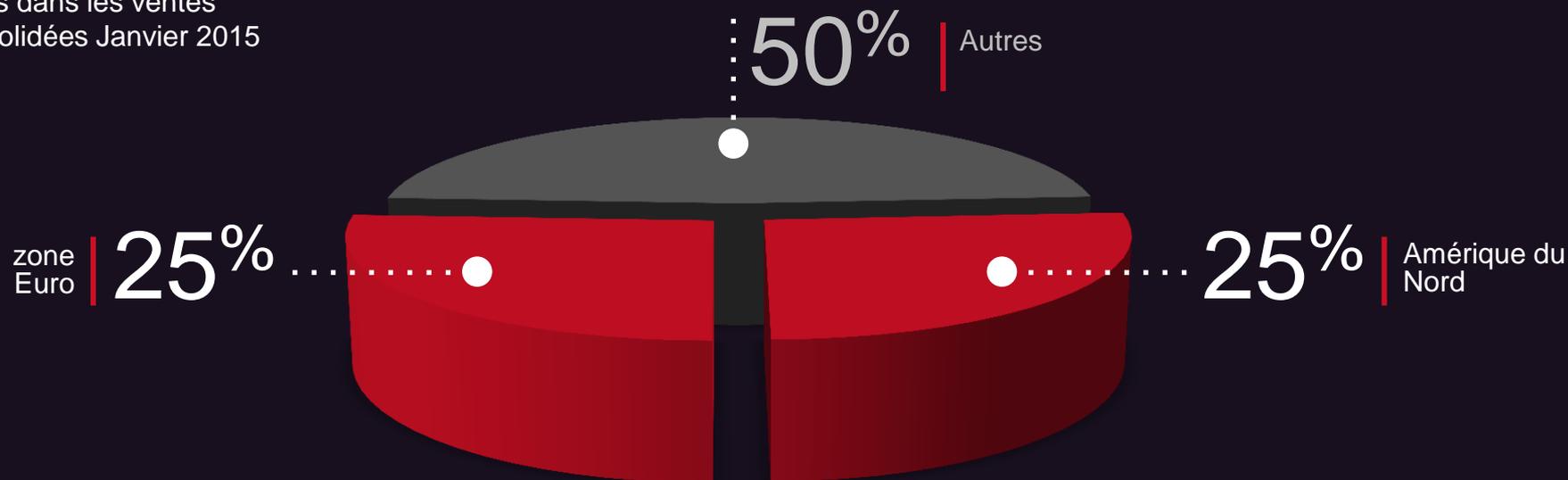
Capacité à surperformer le marché

**Impact favorable de l'environnement
monétaire**

Des équipes très talentueuses et
extrêmement engagées

Impact favorable de l'environnement monétaire

Poids dans les ventes
consolidées Janvier 2015



2015 :
confiance et ambition



Poursuite de la croissance
de nos marchés

Capacité à surperformer le marché

**Impact favorable de l'environnement
monétaire**

Des équipes très talentueuses et
extrêmement engagées

2015 :
confiance et ambition



Poursuite de la croissance
de nos marchés

Capacité à surperformer le marché

Impact favorable de l'environnement monétaire

**Des équipes très talentueuses et
extrêmement engagées**

Meilleur employeur de France |



N°1
L'ORÉAL



Notre Mission:
**la beauté
pour tous**



Notre Stratégie Universalisation

Globalisation dans
le respect des
différences



Notre
Ambition

1 milliard
de nouveaux consommateurs





Poursuivre la conquête du marché
de la beauté

Renforcer nos positions

Augmenter nos parts de marché

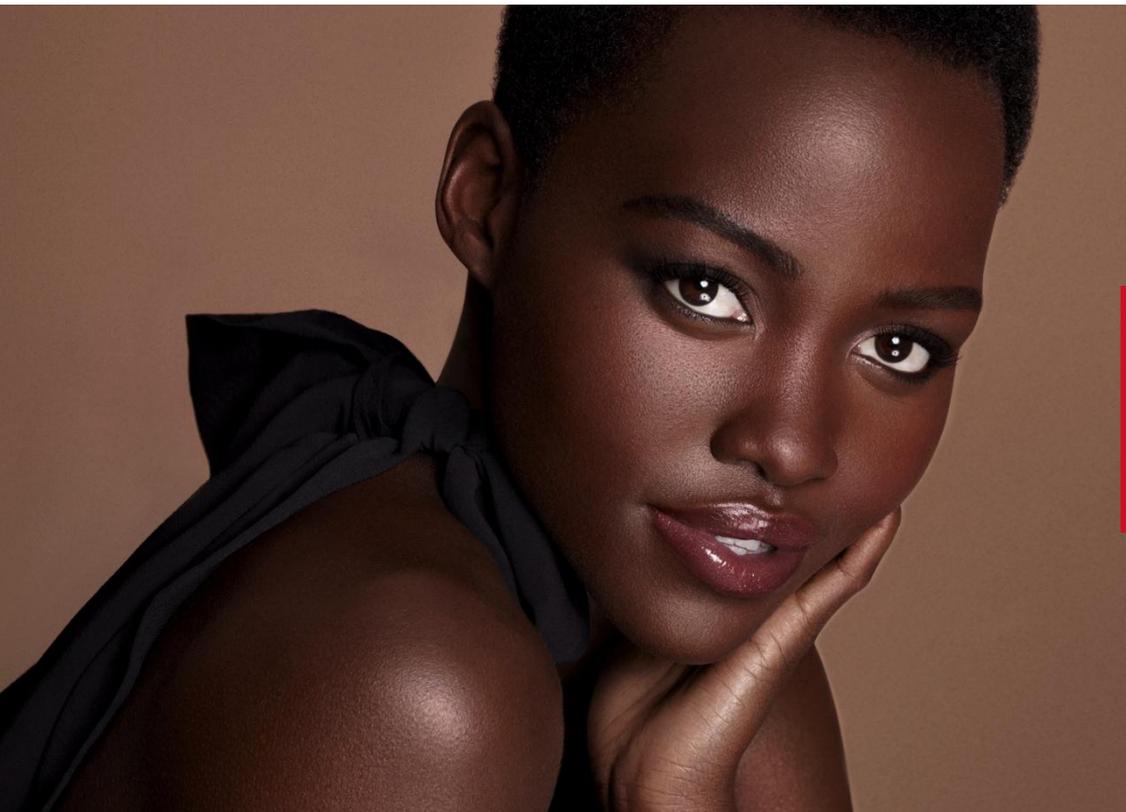


Poursuivre
la grande aventure
L'Oréal



Nouveau L'Oréal
du 21^{ème} siècle

Universel
Digital
Durable



Merci



-----Avertissement / Disclaimer -----

« Ce document ne constitue pas une offre de vente ou la sollicitation d'une offre d'achat de titres 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). Ce document 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. »

"This document does not constitute an offer to sell, or a solicitation of an offer to buy, L'Oréal shares. If you wish to obtain more comprehensive information about L'Oréal, please refer to the public documents registered in France with the Autorité des Marchés Financiers (which are also available in English on our Internet site: www.loreal-finance.com). This document may contain some forward-looking statements. Although the Company considers that these statements are based on reasonable hypotheses at the date of publication of this release, they are by their nature subject to risks and uncertainties which could cause actual results to differ materially from those indicated or projected in these statements."