

L'ORÉAL
FINANCE

La lettre

AUX ACTIONNAIRES

N° 69-PRINTEMPS 2018

PERFORMANCE / p. 3

ACTUALITÉS / p. 4

*CHINE : LA BEAUTÉ
DANS L'EMPIRE DU
MILIEU* / p. 6

*Retrouvez le cours de Bourse
et vos rendez-vous actionnaires / p. 8*



L'ORÉAL

Le mot du Président

JEAN-PAUL AGON
Président-Directeur Général



“
LA BEAUTÉ
NE S’EST JAMAIS
AUSSI BIEN PORTÉE.”

Alors que les envies de beauté se multiplient dans le monde, ce secteur ne s’est jamais aussi bien porté. La croissance du marché a accéléré en 2017, stimulée par des évolutions démographiques et sociologiques extrêmement favorables. Dans ce marché dynamique, **L’Oréal a réalisé une nouvelle belle année** en termes de chiffre d’affaires et de résultats. **La marge d’exploitation a atteint un record, à 18 %**. L’année a été marquée par une forte augmentation du résultat net – en progression de + 15,3 % –, ainsi que du dividende proposé à l’Assemblée Générale⁽¹⁾. Le Groupe a ainsi, une fois de plus, montré la puissance de son modèle de développement solide, équilibré et créateur de valeur. Au total, 2017 a été une année de progrès importants pour L’Oréal, dans une époque charnière.

Nous abordons 2018 et les années à venir avec une grande confiance dans notre modèle de développement unique et original, parfaitement adapté à ce nouveau monde de la beauté qui s’annonce plein d’opportunités.

Et cela pour sept raisons majeures, qui assureront notre succès demain.

Premièrement, **le marché de la beauté va continuer à croître dans les années à venir**. D’une part, grâce à l’apparition de nouvelles classes moyennes et supérieures fortement consommatrices de produits de beauté, et notamment de produits plus valorisés. Et d’autre part, sous l’effet de grandes tendances comme l’urbanisation ou le vieillissement de la population, qui font apparaître de nouveaux besoins.

Deuxièmement, **L’Oréal est un pure player de la beauté** – rien que la beauté, mais toutes les beautés –, et notre expertise unique, acquise depuis 109 ans, nous permet de comprendre de manière extrêmement fine les envies et les aspirations des consommateurs à travers le monde.

Troisièmement, **nos fondamentaux**, qui ont fait notre succès et feront celui de demain : l’obsession de l’innovation et du « supra » de qualité, plus que jamais clé dans un monde de *ratings* et *reviews*⁽²⁾ : notre priorité stratégique constamment renouvelée à la Recherche & Innovation sera déterminante ; la puissance des marques, plus fondamentale que jamais, dans un monde d’hyperchoix pour les consommateurs : la richesse de nos marques complémentaires, dont huit déjà sont milliardaires, fait et fera la différence ; les produits stars, puissants, dans un monde d’algorithmes.

Quatrième raison : **notre leadership digital**, dans un monde où les évolutions technologiques seront essentielles.

Cinquième raison, **notre présence dans tous les circuits, toutes les catégories et toutes les régions du monde** nous permet de détecter plus vite les nouvelles tendances de consommation et de nous adapter en temps réel aux évolutions du marché.

Sixième raison : l’excellence reconnue de **notre engagement environnemental et sociétal**.

Enfin, dernière raison, dans un monde où l’agilité est devenue déterminante, **notre organisation décentralisée, notre culture entrepreneuriale et la grande qualité de nos équipes** dans les pays et sur le terrain.

Pour toutes ces raisons, nous sommes plus que jamais **optimistes, confiants et déterminés**. Prêts à saisir toutes les opportunités d’un marché de la beauté éclatant de promesses.

(1) Dividende proposé à l’Assemblée Générale du 17 avril 2018. (2) Notes et commentaires sur Internet.

Performance

2017 RÉSULTATS ANNUELS



Chiffre d'affaires au 31 décembre 2017

26,02 Mds€

+ 4,8%
à données comparables⁽¹⁾

+ 2,0%
à taux de change constants

+ 0,7%
à données publiées⁽²⁾

Poids du digital
dans le chiffre d'affaires⁽⁵⁾

2,1 Mds€
de chiffres d'affaires
en e-commerce

8,0%
du chiffre d'affaires
consolidé en e-commerce

+ 33,6%
croissance en 2017
du chiffre d'affaires
en e-commerce
à données comparables⁽¹⁾

**Résultat
d'exploitation**

4,68 Mds€

**Marge
d'exploitation
record 18%**

**Bénéfice net
par action⁽³⁾**

+ 3,0%

**Chiffre d'affaires dans les
Nouveaux Marchés**

+ de 10 Mds€

Dividende⁽⁴⁾
3,55 euros, en progression de
+ 7,6%

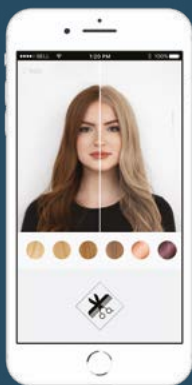
(1) Croissance du chiffre d'affaires à données comparables : à structure et taux de change identiques. (2) Sur l'année 2016 complète, le chiffre d'affaires Groupe publié intégrait le chiffre d'affaires de The Body Shop à hauteur de 920,8 millions d'euros. (3) Résultat net dilué par action, hors éléments non récurrents part du groupe des activités poursuivies. (4) Proposé à l'Assemblée Générale du 17 avril 2018. (5) Chiffre d'affaires sur les sites en propre et estimation du chiffre d'affaires réalisé par les marques correspondant aux ventes sur les sites de e-commerce des distributeurs (donnée non audité)



Pour en savoir plus
sur les résultats du Groupe,
consultez le Rapport Annuel 2017,
sur [www.loreal-finance.com/fr/
rapport-annuel-2017](http://www.loreal-finance.com/fr/rapport-annuel-2017)

Actualités

L'Oréal acquiert ModiFace et poursuit son avancée dans la Beauty Tech



L'Oréal annonce l'acquisition de **ModiFace**, société canadienne de renommée mondiale, leader dans les domaines de la réalité augmentée et de l'intelligence artificielle appliquées à la beauté. Cette acquisition s'inscrit dans la stratégie d'accélération digitale du groupe L'Oréal, dont l'un des objectifs est de doter ses 34 marques internationales des technologies les plus innovantes en matière de services et d'expérience beauté. Fondée par **Parham Aarabi** à Toronto en 2007, ModiFace a développé des **technologies**

de pointe d'essai virtuel 3D de maquillage, coloration et diagnostic de peau en utilisant des savoir-faire propriétaires de «tracking» du visage et de rendu couleur. Ces applications sont aujourd'hui utilisées par la plupart des grands acteurs de la beauté. ModiFace emploie près de 70 ingénieurs, chercheurs et scientifiques, qui ont publié plus de 200 articles scientifiques et déposé une trentaine de brevets. ModiFace fera partie de la «*Digital Services Factory*» de L'Oréal, un réseau dédié à la conception et au développement de nouveaux services digitaux pour les marques du Groupe. ModiFace travaillera en étroite collaboration avec la Recherche avancée du Groupe, bénéficiant ainsi d'une connaissance inégalée et centenaire des métiers de la beauté. ModiFace restera à Toronto, à proximité de l'université avec laquelle la société est engagée dans de nombreux partenariats de recherche.



L'Oréal poursuit son engagement dans la sensibilisation à la protection solaire avec La Roche-Posay UV Sense, le premier capteur électronique d'UV portable sans batterie

L'Oréal, qui a développé son premier produit de protection solaire en 1935, poursuit son engagement en matière de protection solaire **avec le lancement de UV Sense, le premier capteur électronique d'UV portable sans batterie**, lors du *Consumer Electronics Show* de 2018.

L'Oréal s'est depuis longtemps consacré à la protection solaire à travers la recherche et la création de produits innovants, mais aussi le financement de recherches importantes pour prévenir certains cancers de la peau, comme avec l'association *Melanoma Research Alliance* et des campagnes d'éducation destinées au grand public. En 2016, La Roche-Posay, a lancé le tout premier capteur cutané flexible, My UV Patch, pour mesurer l'exposition aux rayons UV.

Pour encourager les consommateurs à modifier encore leurs comportements en matière de protection solaire, **le nouveau UV Sense est plus petit, peut être porté plus longtemps et permet de transmettre des données en temps réel**. Ce dispositif portable est conçu pour être porté sur l'ongle du pouce, qui reçoit une quantité optimale d'UV.

MODIFACE





DEVENEZ ACTIONNAIRE AU NOMINATIF

et bénéficiez
de la prime de fidélité
sur votre dividende

+ 10 %

QU'EST-CE QUE LE NOMINATIF ?

Les actions au nominatif sont inscrites **à votre nom propre**, ce qui vous permet de recevoir directement les informations de L'Oréal.

VOTRE FIDÉLITÉ EST RÉCOMPENSÉE

Si vous inscrivez vos actions au nominatif, L'Oréal vous offre **+ 10 %** sur le montant de votre dividende⁽¹⁾.

(1) Dans la limite de 0,5 % du capital pour un même actionnaire, à la date de clôture de l'exercice écoulé.

AVANT FIN 2018

Vous inscrivez vos actions au nominatif.

2019 / 2020

Vous conservez vos actions au nominatif pendant deux années civiles pleines.

À PARTIR DE 2021

Au titre de l'exercice 2020, vous percevez pour la première fois **la prime de fidélité de 10 %** pour vos actions détenues continûment au nominatif depuis 2018.

Vous bénéficiez de la prime de fidélité de 10 % les années suivantes si vous conservez vos actions au nominatif.

**POUR DEVENIR ACTIONNAIRE AU NOMINATIF
consultez l'Espace Actionnaires sur le site
Internet www.loreal-finance.com**

House 99 : une marque pour révolutionner l'art du « grooming »

Né d'un partenariat entre David Beckham et L'Oréal Luxe, ce lancement très attendu offrira aux hommes tous les outils nécessaires **pour explorer leur style et exprimer leur identité en personnalisant leur look.**

Le concept House 99 redéfinit l'art de prendre soin de soi au masculin. Mêlant la culture britannique des barbiers à la créativité du *styling* et des soins de la peau et de la barbe, la gamme propose aux hommes un rituel complet allant jusqu'au tatouage. Cette nouvelle marque de « grooming » a été lancée en février 2018 au Royaume-Uni, en exclusivité chez Harvey Nichols, avant d'être déployée chez d'autres revendeurs britanniques et dans 19 autres pays à partir du 1^{er} mars 2018.



L'Oréal reconnue en matière de performance environnementale en 2017 par le CDP⁽¹⁾ et dans le *Newsweek Green Ranking*

L'Oréal a été reconnue à plusieurs reprises en 2017 pour son leadership en matière de performance environnementale, par des organismes de référence et de renommée internationale. Le dernier classement en date établi par **Newsweek Green Ranking** en partenariat avec Corporate Knights, attribue à L'Oréal un « green score » de 89,90 %, soit le meilleur score parmi 500 entreprises mondiales.

(1) Le CDP est une organisation internationale indépendante qui évalue la performance environnementale des entreprises.

CHINE : LA BEAUTÉ DANS L'EMPIRE DU MILIEU

Lorsque L'Oréal s'établit en Chine il y a vingt ans, le Groupe rêve de mettre un rouge à lèvres dans les mains de chaque Chinoise. Vingt ans plus tard, L'Oréal est à la pointe dans ce pays⁽¹⁾, son deuxième marché. Le Groupe y a développé un portefeuille de 23 marques emblématiques et est numéro 1 dans trois catégories : soins de la peau, soins pour homme et maquillage⁽²⁾. La Chine est également le plus beau succès du Groupe en matière d'accélération digitale, source d'inspiration pour d'autres marchés.

Les Chinois, des voyageurs internationaux

Porté par la hausse des revenus, l'urbanisation rapide, l'amélioration des transports et l'assouplissement des restrictions sur les déplacements, le tourisme émetteur chinois a enregistré une croissance exponentielle au cours des vingt dernières années⁽³⁾. Après une décennie de croissance à deux chiffres des dépenses de tourisme, la Chine conserve son statut de premier pays voyageur au monde⁽⁴⁾.

En 2016, les Chinois ont totalisé 135 millions de voyages à l'étranger, ce qui fait de la Chine continentale **le premier générateur de voyages à l'échelle de l'Asie et du monde**⁽³⁾.

Les acheteurs chinois représentent près de **la moitié du marché mondial du Travel Retail**⁽⁵⁾ pour les parfums et cosmétiques⁽⁶⁾.

L'essor du luxe

L'Oréal Chine affiche une croissance à deux chiffres aussi solide que durable, notamment pour L'Oréal Luxe, qui a su tirer parti de l'évolution de la consommation. Les consommateurs chinois sont en quête de produits haut de gamme, de services premium et personnalisés et d'expériences à la hauteur de leurs exigences. Le Groupe a consolidé sa position de **numéro 1 sur le marché chinois des cosmétiques de luxe**⁽⁷⁾, grâce à un portefeuille unique de 13 marques complémentaires répondant à la diversité des aspirations des consommateurs. Lancôme a réalisé des performances remarquables, à l'image d'Yves Saint Laurent, succès de l'année dans le pays. À noter également le lancement de la marque française exclusive Atelier Cologne.

Le maquillage est en pleine expansion, sous la double impulsion de marques iconiques comme L'Oréal Paris, Maybelline New York, Yves Saint Laurent (rouges à lèvres) et Giorgio Armani (fonds de teint), et de la montée en puissance de marques comme Yue Sai, dont la notoriété est relayée par les réseaux sociaux et stimulée par le phénomène des *selfies* et des émissions en direct.

731 millions de citoyens du Net⁽⁸⁾, dont 95 % d'utilisateurs de mobiles

Le digital est la colonne vertébrale du commerce en Chine, comme en témoigne le fabuleux succès du *Singles' Day*, journée de consommation effrénée, célébrée le 11 novembre. En 2017, Alibaba a réalisé plus de 25 milliards de dollars de ventes, pulvérisant les records des précédentes éditions du plus grand événement du commerce de détail au monde⁽⁹⁾. L'Oréal développe des marques digitales (les *love brands*) destinées à attirer ces consommateurs et domine le e-commerce, avec des résultats exceptionnels. Un leadership consolidé par le partenariat étroit avec des acteurs numériques tels que Alibaba, JD.com ou VIP. À l'occasion du dernier *Singles' Day*, L'Oréal a multiplié par deux ses ventes par rapport à l'année précédente, pour ses 16 marques présentes en ligne ce jour-là. Stratégies *online* et expériences *offline* (O+O) viennent révolutionner en profondeur le secteur du commerce de détail.

Aide aux communautés locales

Les équipes de L'Oréal en Chine privilégient les projets stratégiques de nature à apporter des solutions de soutien aux personnes défavorisées des communautés locales (femmes, jeunes étudiants, personnes en situation de handicap...). L'initiative en faveur de l'autonomisation des femmes (« *20 years women empowerment* ») en est une parfaite illustration. Pour célébrer ses 20 ans de présence en Chine, le Groupe a annoncé le lancement d'un fonds, le « **L'Oréal China Women Empowerment Fund** », qui a pour vocation de sélectionner et de financer 20 projets nationaux dédiés à l'autonomisation des femmes. Autre initiative menée en coopération avec JingDong, l'un des leaders chinois de la vente en ligne : le programme « **Inclusive Beauty** » destiné à favoriser l'inclusion et l'emploi des personnes en situation de handicap dans le secteur de l'e-commerce. **Charity Sales**, programme philanthropique lancé dans les campus universitaires, vise à apporter un soutien financier et une formation à la pratique commerciale pour les étudiants.

Cet article est issu du Rapport Annuel 2017. Pour découvrir d'autres sujets, consultez le Rapport Annuel 2017 sur www.loral-finance.com/fr/rapport-annuel-2017

- (1) Source : Euromonitor 2016 (Beauté et soin, hors savons, rasoirs et lames, hygiène orale).
- (2) Source : Euromonitor 2016.
- (3) Source : OMT, Organisation mondiale du tourisme.
- (4) Source : estimations internes.
- (5) Marché des voyageurs.
- (6) Source : estimation L'Oréal du marché cosmétique mondial en 2017 en prix nets fabricants. Hors savons, hygiène orale, rasoirs et lames. Hors effets monétaires.
- (7) Source : Beauté Research 2017.
- (8) Source : CNNIC.
- (9) Estimations internes.

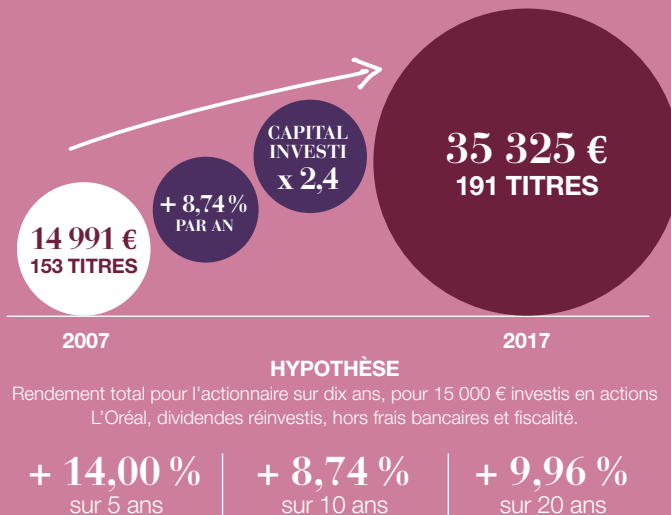


L'Oréal et vous

RENTABILITÉ TOTALE POUR L'ACTIONNAIRE ⁽¹⁾

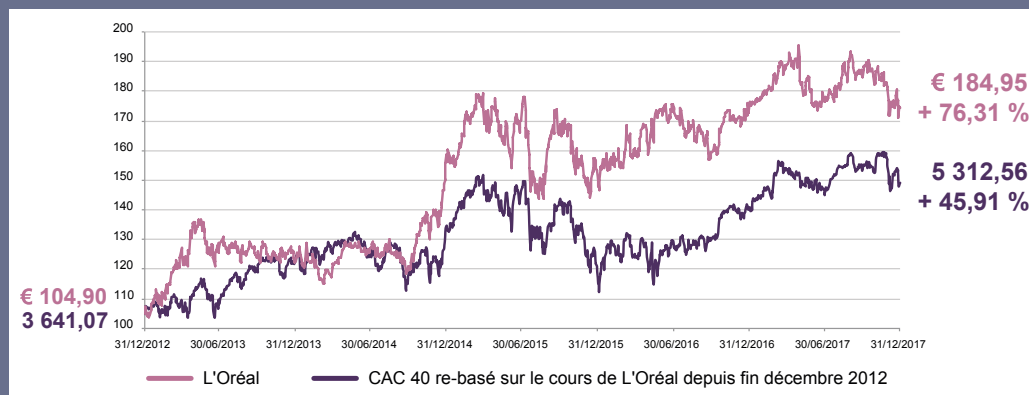
Parmi les différents indicateurs économiques et financiers de mesure de la création de valeur, L'Oréal a préféré retenir la rentabilité totale pour l'actionnaire, souvent intitulée *Total Shareholder Return* (TSR). Cet indicateur constitue en effet une mesure synthétique qui intègre à la fois la valorisation du titre et les revenus perçus sous forme de dividendes hors impôt sur la plus-value de cession et sur les dividendes, sur la base de la valeur de l'action au 31 décembre 2017.

(1) Taux de rendement actuariel de l'investissement, en supposant la revente des titres au cours du 31 décembre 2017.



SUR 5 ANS, L'ACTION L'ORÉAL SURPERFORME LE CAC 40

Cours de Bourse L'Oréal vs CAC 40 de fin 2012 au 31 décembre 2017 ⁽¹⁾



(1) Indice CAC 40 re-basé sur le cours de Bourse de L'Oréal depuis le 31/12/2012 // Source : Thomson Reuters Eikon, cours de Bourse au 31/12/2017.

UNE ÉQUIPE DISPONIBLE ET À L'ÉCOUTE DES ACTIONNAIRES

JEAN RÉGIS CAROF

Directeur des Relations Actionnaires Individuels et Autorités de marché
jcarof@loreal-finance.com
Tél. + 33 1 47 56 83 02

CHRISTIAN MUNICH

Responsable Relations Actionnaires Individuels et Information Réglementée
cmunich@loreal-finance.com
Tél. + 33 1 47 56 72 06

L'AGENDA

17 avril 2018

Assemblée Générale
au Palais des Congrès de Paris

COMITÉ CONSULTATIF DES ACTIONNAIRES

Le Comité Consultatif des Actionnaires Individuels se renouvelle par tiers chaque année.

Si vous souhaitez l'intégrer, nous vous invitons à candidater sur notre site Internet :
loreal-finance.com/fr/comite-consultatif

L'ACTIONNAIRE CONNECTÉ

Téléchargez l'application mobile L'Oréal Finance ⁽¹⁾ et suivez l'actualité de votre entreprise en direct.



Pour recevoir La Lettre aux Actionnaires directement dans votre boîte e-mail, renseignez votre adresse e-mail sur :
loreal-finance.com/fr/rester-informe

(1) Disponible gratuitement sur l'App Store et Google Play.