



L'ORÉAL

RÉSULTATS ANNUELS  
2019  
DIVISIONS

—  
Nicolas HIERONIMUS

7 février 2020



# L'ORÉAL

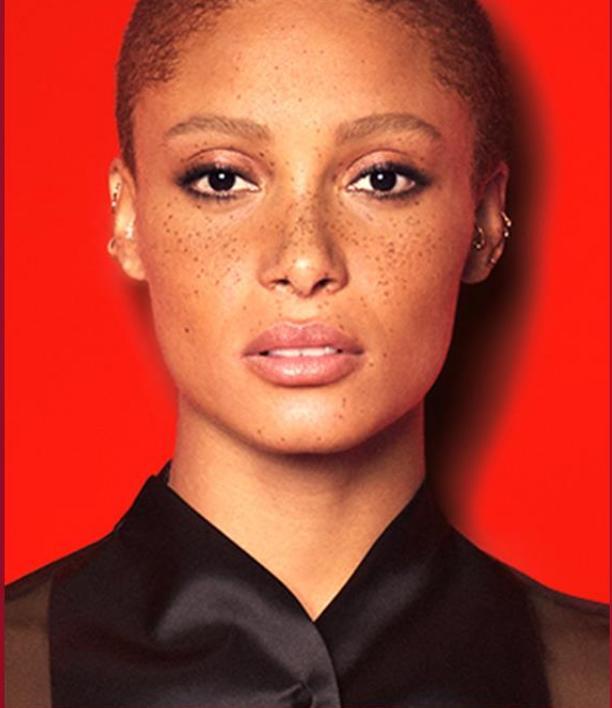
2019

+8,0%

MARCHÉ DE LA BEAUTÉ

~ +5,0/5,5%

\*Croissance du C.A. 2019 à données comparables. Source : Estimations 2019 L'Oréal.  
Hors savons, rasoirs et dentifrices. À taux de changes constants.



L'ORÉAL  
LUXE

+13,8%



L'ORÉAL  
Cosmétique Active

+15,5%



L'ORÉAL  
Produits Grand Public

+3,3%



L'ORÉAL  
Produits Professionnels

+3,2%

MARCHÉ

~ +10%

~ +7%

~ +4%

~ +2,5%

\* Croissance du C.A. 2019 à données comparables. Source : Estimations 2019 L'Oréal. Hors savons, rasoirs et dentifrices. À taux de changes constants.

# FACTEURS CLÉS DE PERFORMANCE



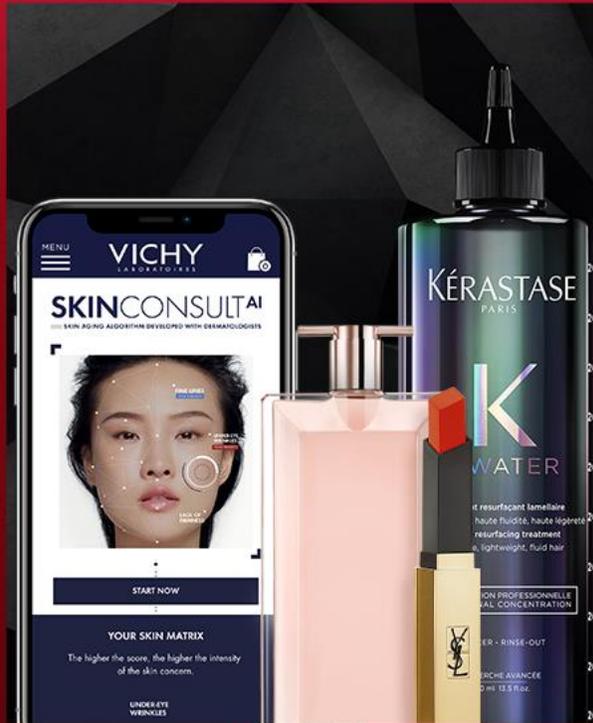
1

LA PUISSANCE  
DE NOTRE PORTEFEUILLE  
DE MARQUES



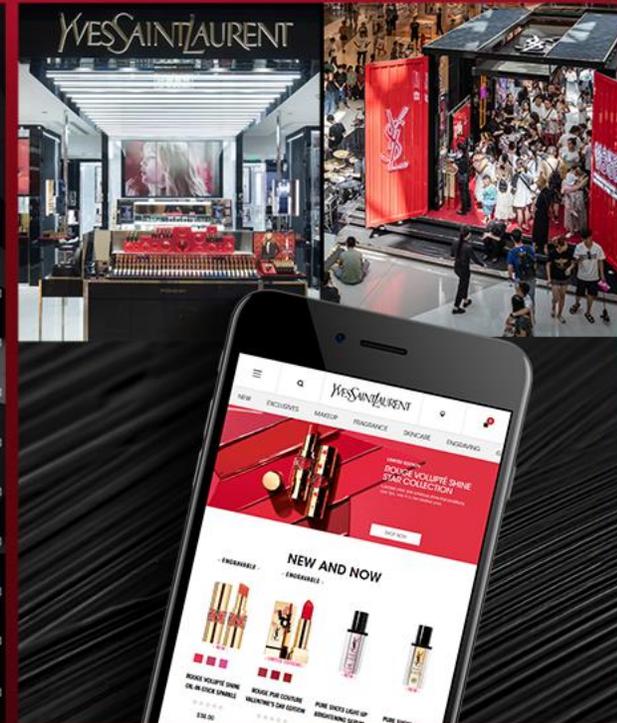
2

L'ACCÉLÉRATION  
DU SOIN DE LA PEAU



3

L'INNOVATION  
PRODUITS & SERVICES



4

LA STRATÉGIE  
O + O

1

NOS  
GRANDES MARQUES  
*deviennent plus grandes*

+9,1%

L'ORÉAL  
PARIS

LANCÔME  
PARIS

GARNIER

YVES SAINT LAURENT

MAYBELLINE  
NEW YORK

ARMANI

Kiehl's  
SINCE 1851

L'ORÉAL  
PROFESSIONNEL  
PARIS

LA ROCHE-POSAY  
LABORATOIRE DERMATOLOGIQUE

  
**LA ROCHE-POSAY**  
LABORATOIRE DERMATOLOGIQUE



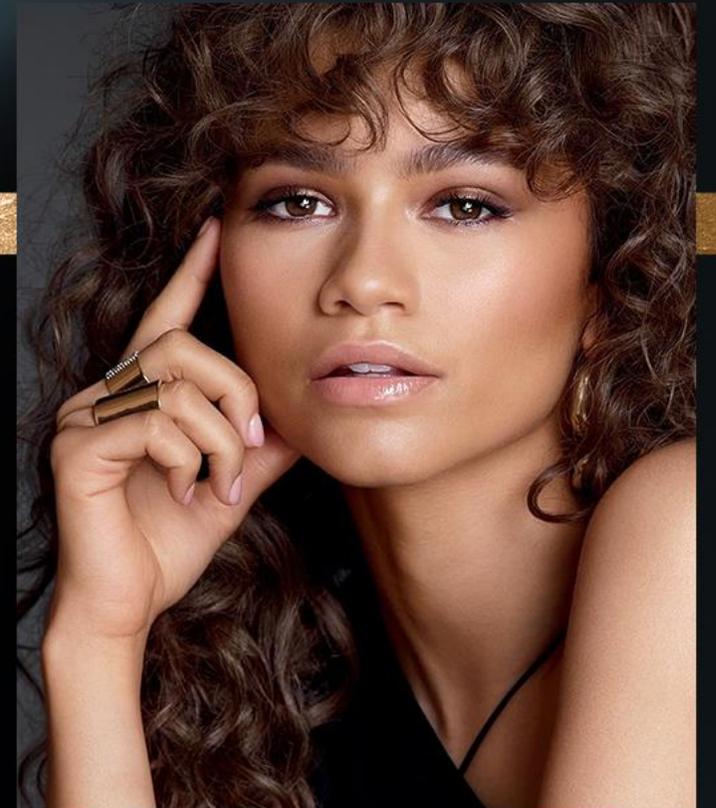
**9** ÈME MARQUE  
MILLIARDAIRE

**L'ORÉAL**  
PARIS



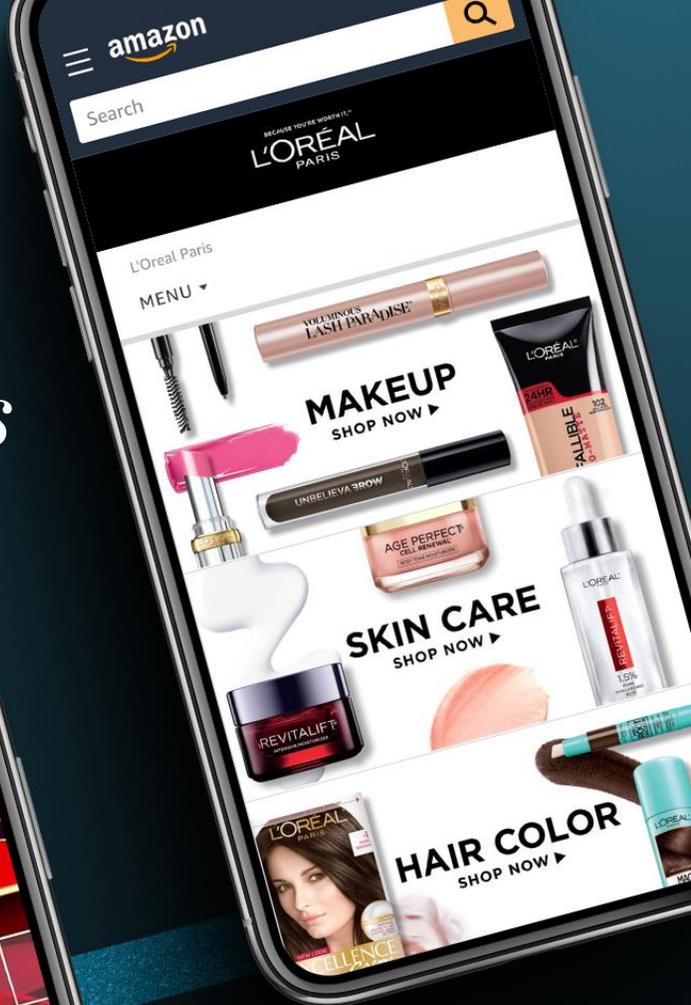
**1** ÈRE MARQUE DE **BEAUTÉ**  
AU MONDE

**LANCÔME**  
PARIS

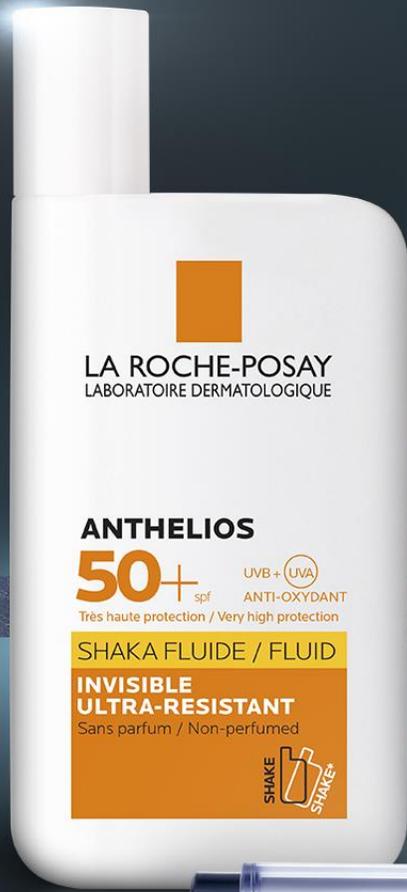


**1** ÈRE MARQUE DE **BEAUTÉ**  
DE LUXE AU MONDE

# LES GRANDES MARQUES TOUJOURS *plus agiles*



*Des produits*  
**STAR**



# *Bâtir* L'AVENIR

2018



2019

VALENTINO

2020

AZZARO  
MUGLER

2021

PRADA



# OPTIMISATION *du portefeuille*





# RÉPONDRE AUX NOUVELLES ATTENTES DES consommateurs



BIOThERM

WATERLOVER  
SUN MILK  
VISAGE & CORPS / FACE & BODY

ECO-LABELLED  
SUNCARE  
100% RECYCLED  
PLASTIC BOTTLE



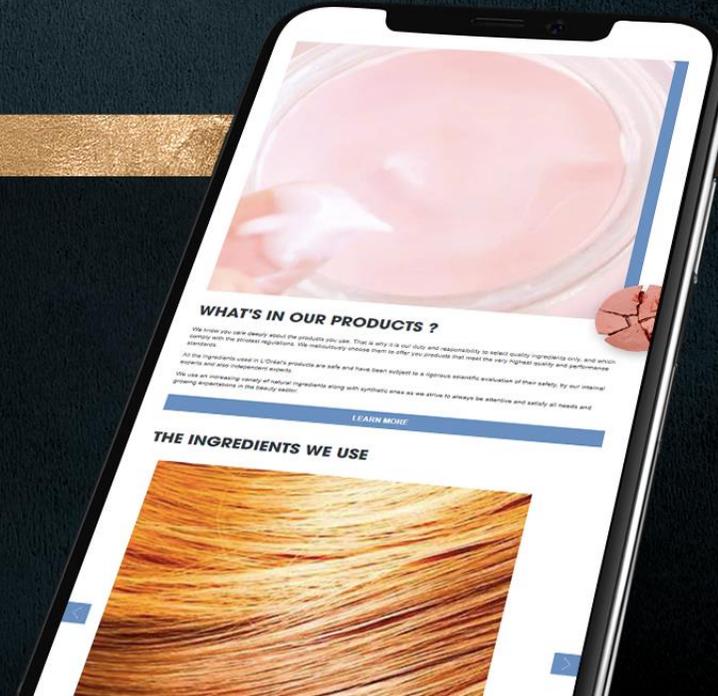
SOLAIRE  
ÉCO-LABELLISÉ  
FLACON 100%  
PLASTIQUE RECYCLÉ



50  
SPF

HAUTE / HIGH  
PROTECTION  
UVA LONG-UVB  
RÉSISTANT À L'EAU  
WATER RESISTANT

e 200 ml 6.76 FL. OZ



## WHAT'S IN OUR PRODUCTS ?

We never stop learning about the products you use. That is why it is our duty and responsibility to select quality ingredients only, and which comply with the strictest regulations. We meticulously choose them to offer you products that meet the very highest quality and performance standards.

All the ingredients used in L'Oréal's products are safe and have been subject to a rigorous scientific evaluation of their safety, by our internal experts and independent experts.

We use an increasing variety of natural ingredients along with synthetic ones as we strive to always be attentive and satisfy all needs and growing expectations in the beauty sector.

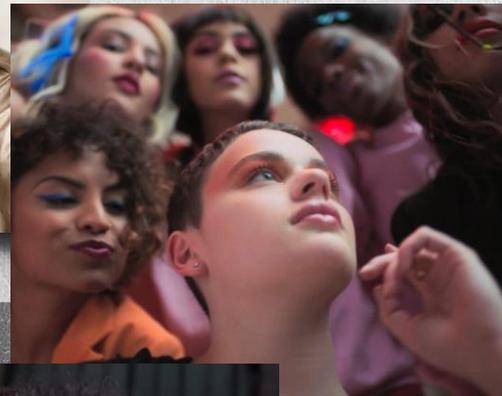
LEARN MORE

## THE INGREDIENTS WE USE



NOUVELLES  
**ATTENTES** DES  
*consommateurs*

L'INCLUSION



NOUVELLES  
**ATTENTES** DES  
*consommateurs*

LE DÉVELOPPEMENT  
DURABLE



LANCÔME  
PARIS



NOUVELLES  
**ATTENTES** DES  
*consommateurs*

L'ENGAGEMENT  
SOCIÉTAL

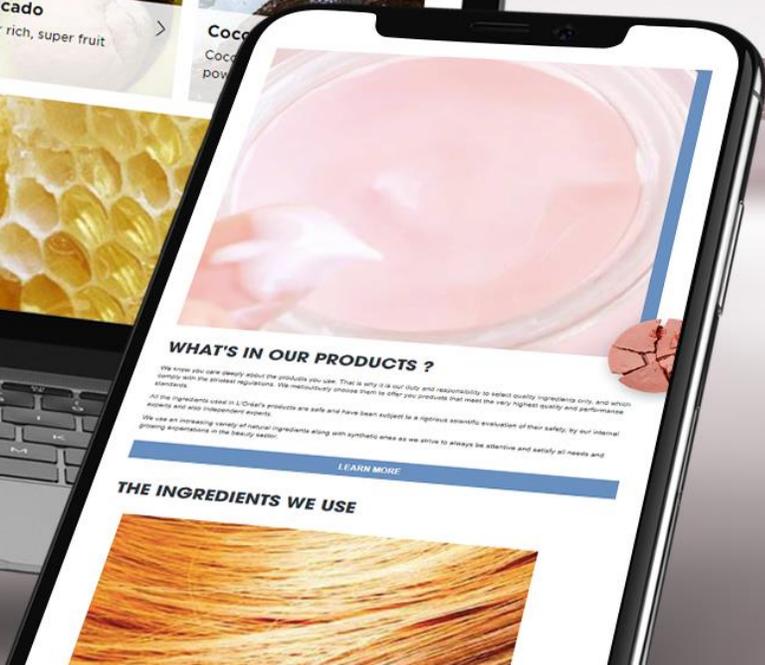
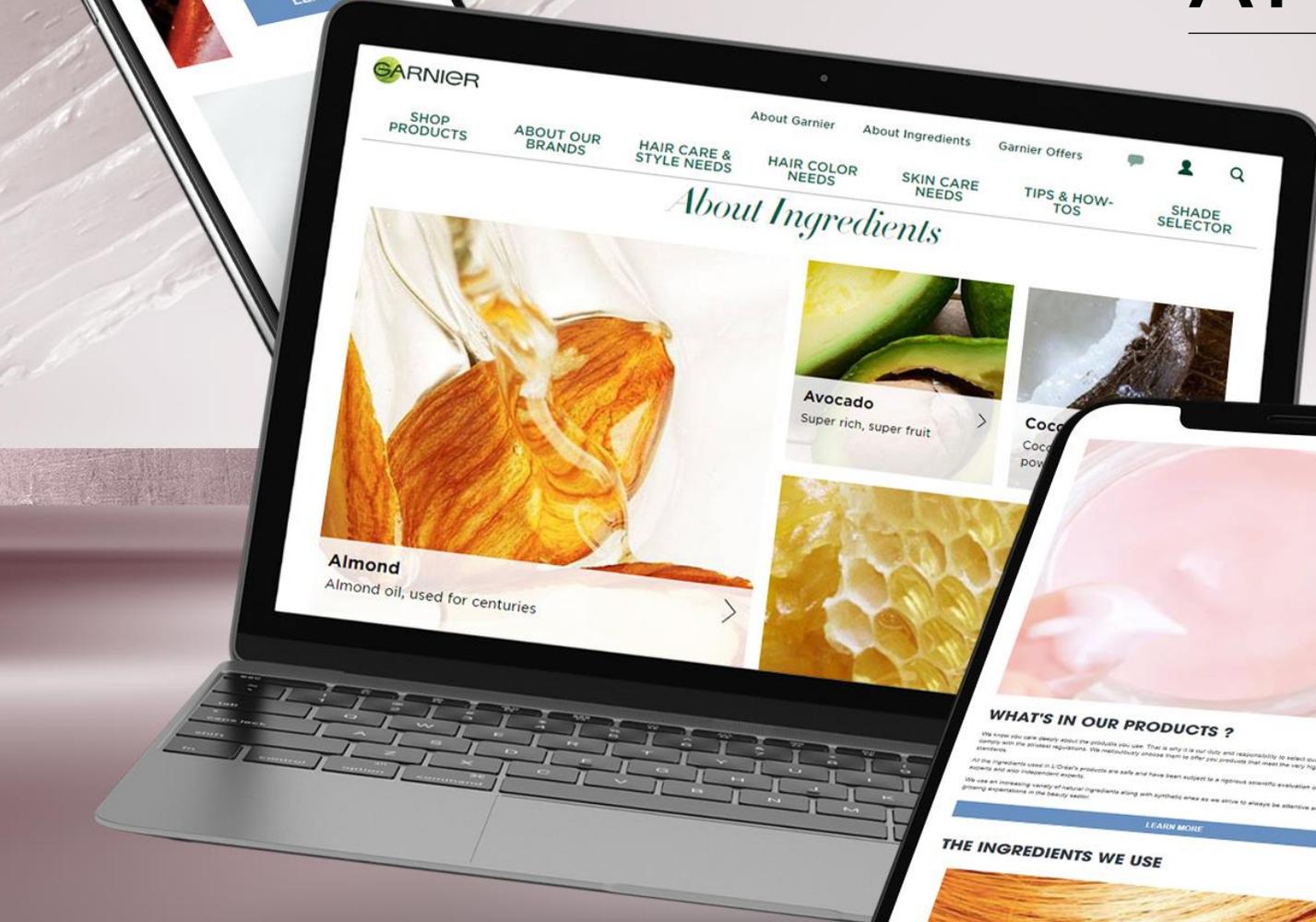
L'ORÉAL  
PARIS

**78%**  
of women  
have experienced  
sexual harassment  
in public spaces.

**STANDUP**  
against street harassment

In partnership with  
L'ORÉAL PARIS **hollaback!**

Get your training program  
at [standup.lorealparis.com](http://standup.lorealparis.com)



# NOUVELLES **ATTENTES** DES *consommateurs*

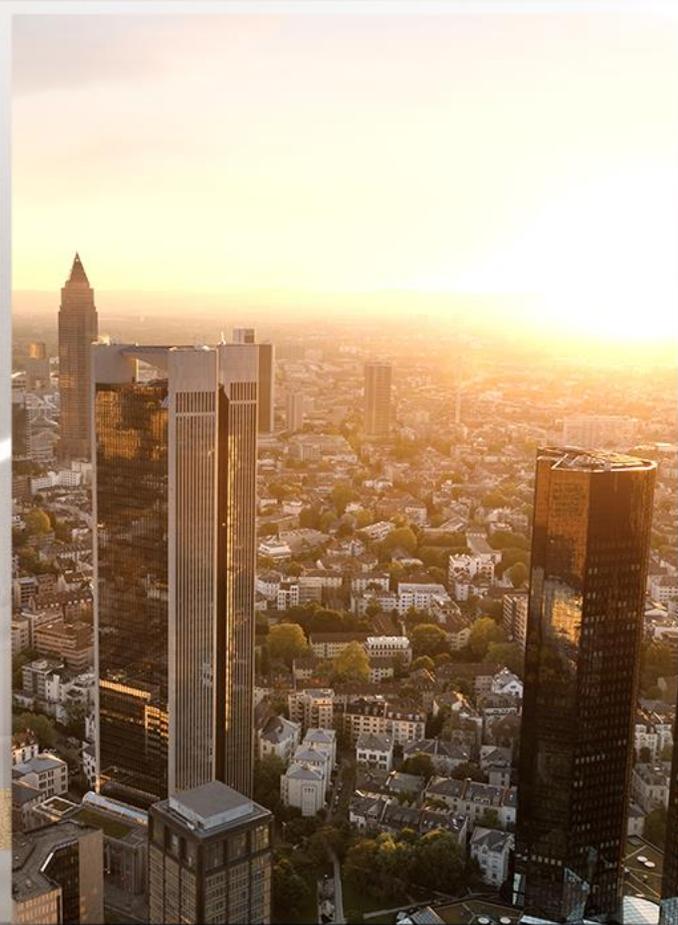
## LA TRANSPARENCE



*L'accélération*  
DU SOIN  
DE LA PEAU

+20%

EXPOSOME



VIEILLISSEMENT  
DE LA POPULATION



ASIE

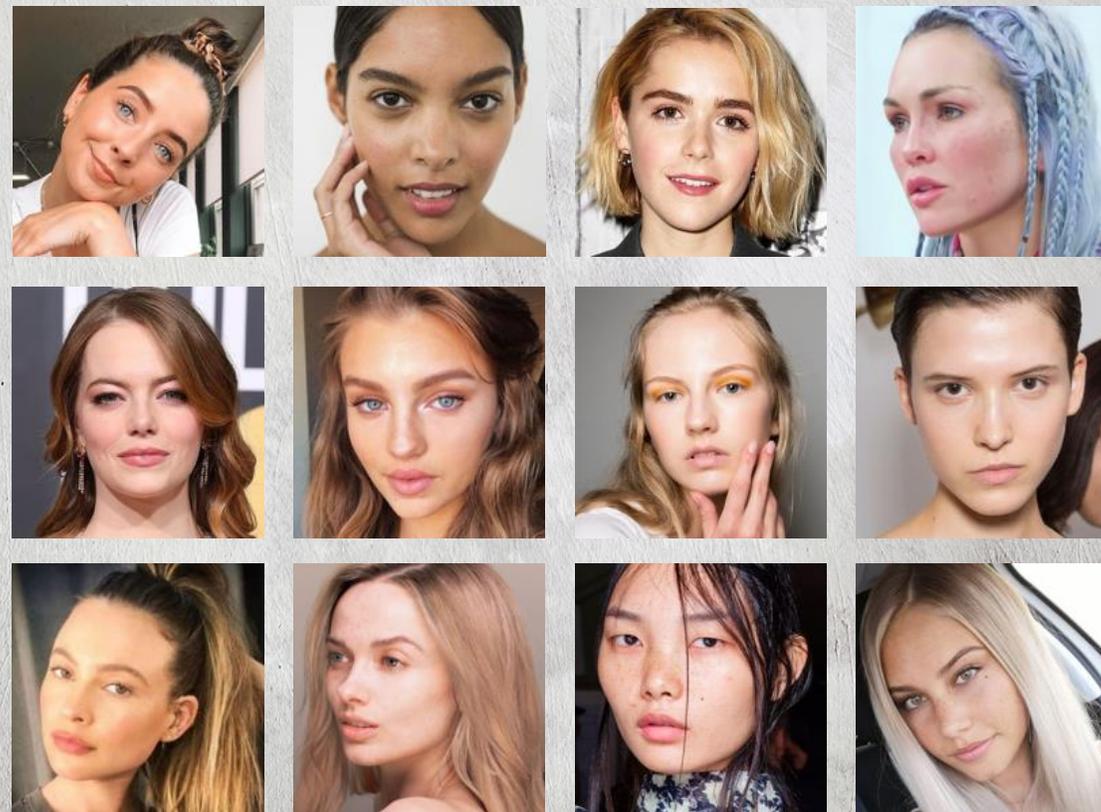




*Ralentissement*  
DU MAQUILLAGE



# MAQUILLAGE NUDE



# Croissance DU MAQUILLAGE

+3%



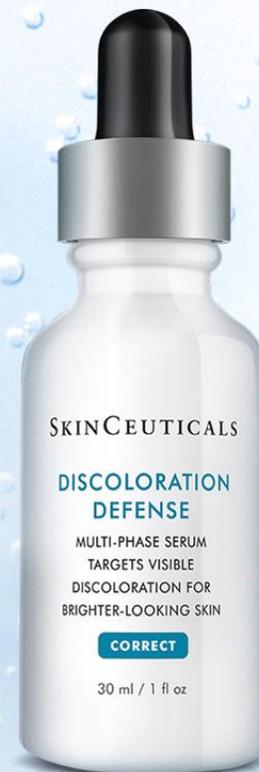
\* Croissance du C.A. 2019 à données comparables.

L'ORÉAL

*Innovations*  
PRODUITS & SERVICES



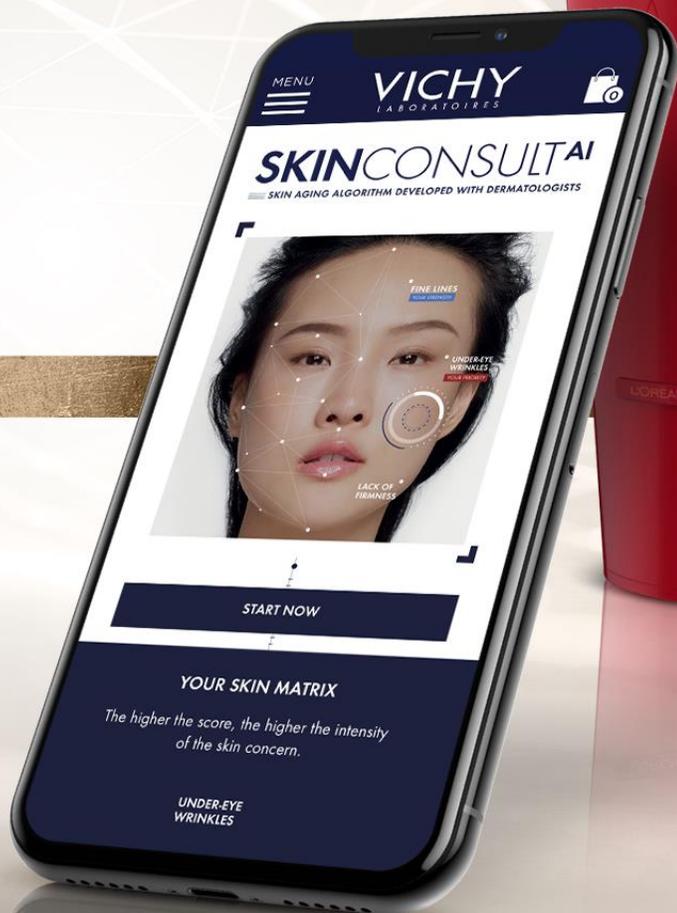
# *Innovations* SCIENTIFIQUES



# *Innovations* NATURELLES



# *Innovations* **TECH**

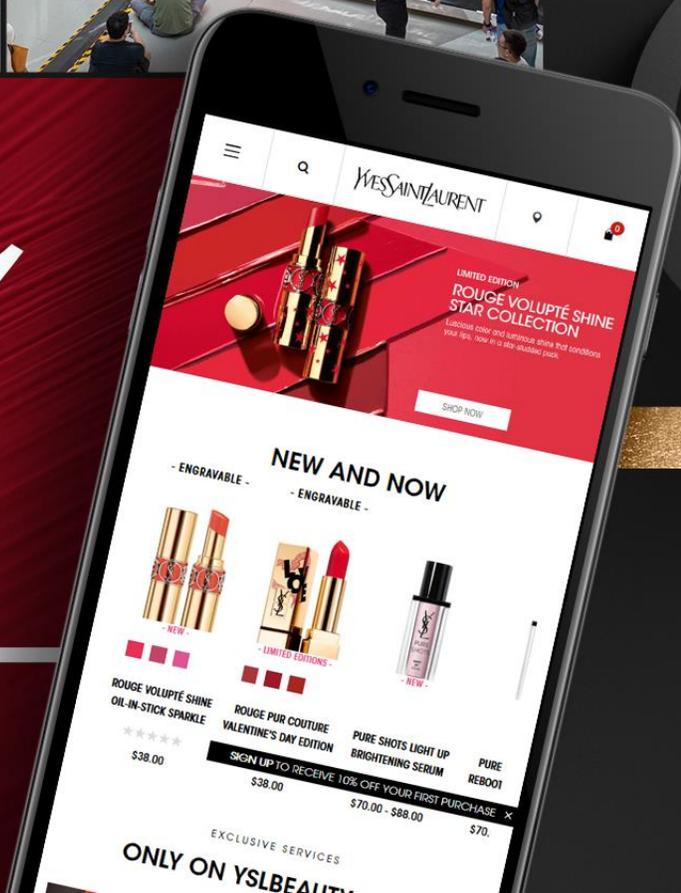
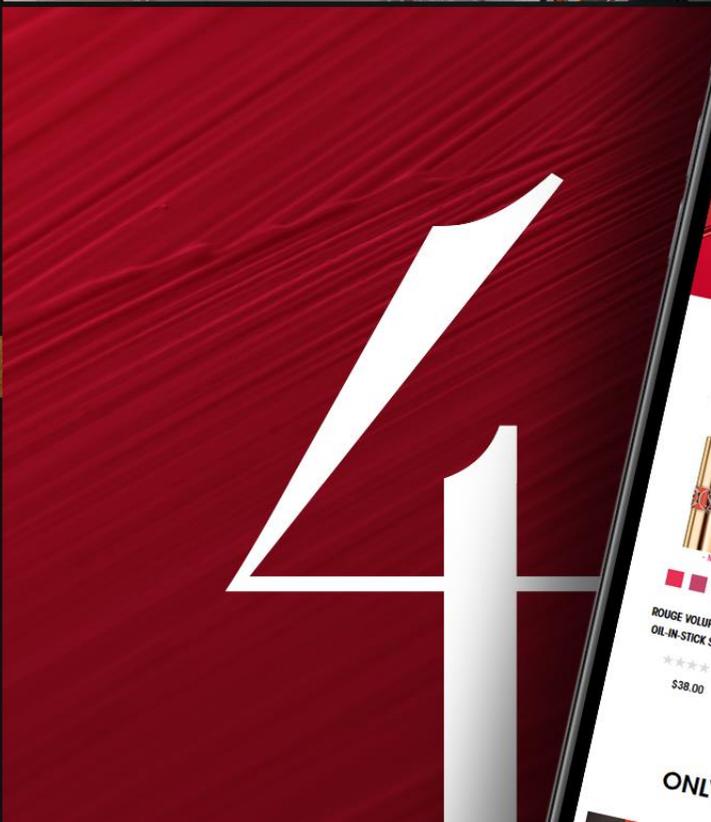


PERSO

YVES SAINT LAURENT

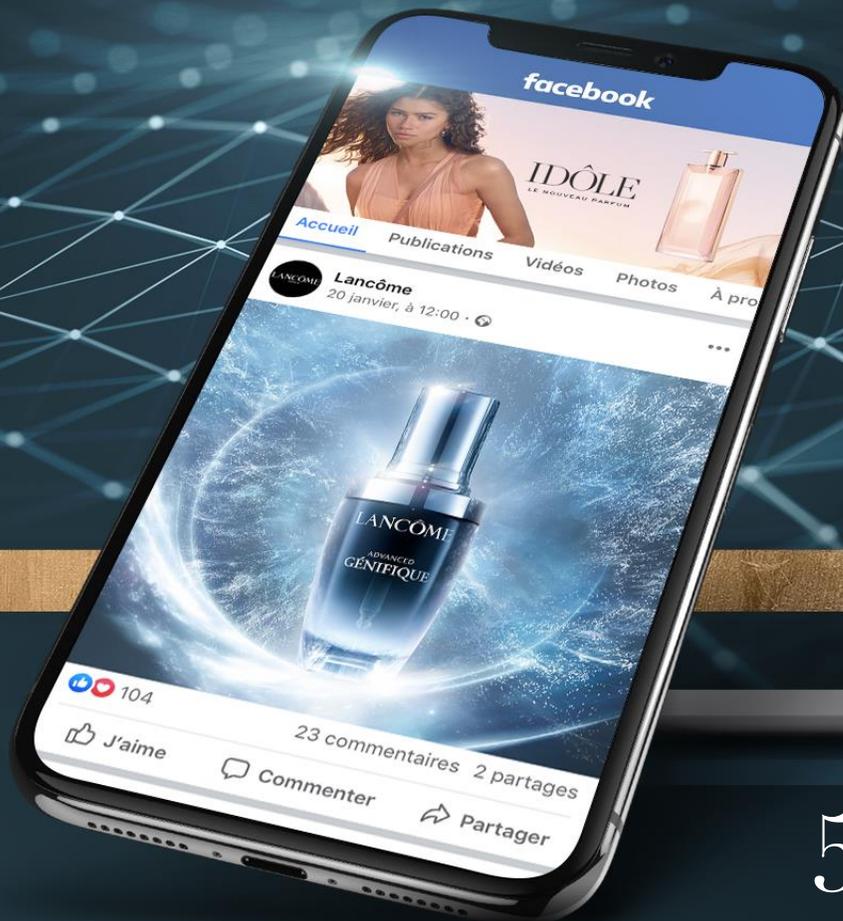


# Stratégie



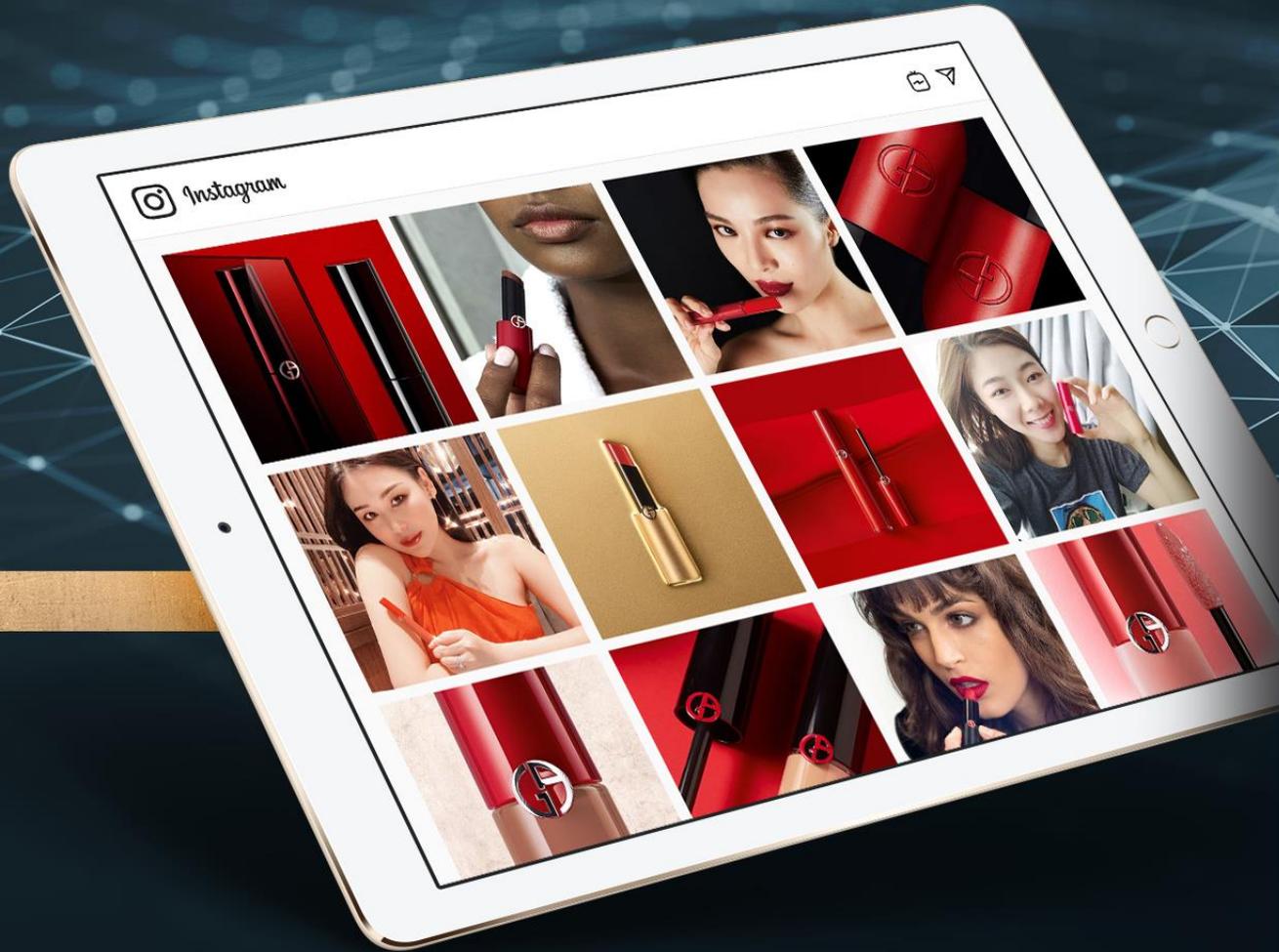
EXCLUSIVE SERVICES  
ONLY ON YSLBEAUTY

# Champion DIGITAL



50% DES DÉPENSES MÉDIA TOTALES

# Engagement & Influence



# Forte croissance DU E-COMMERCE

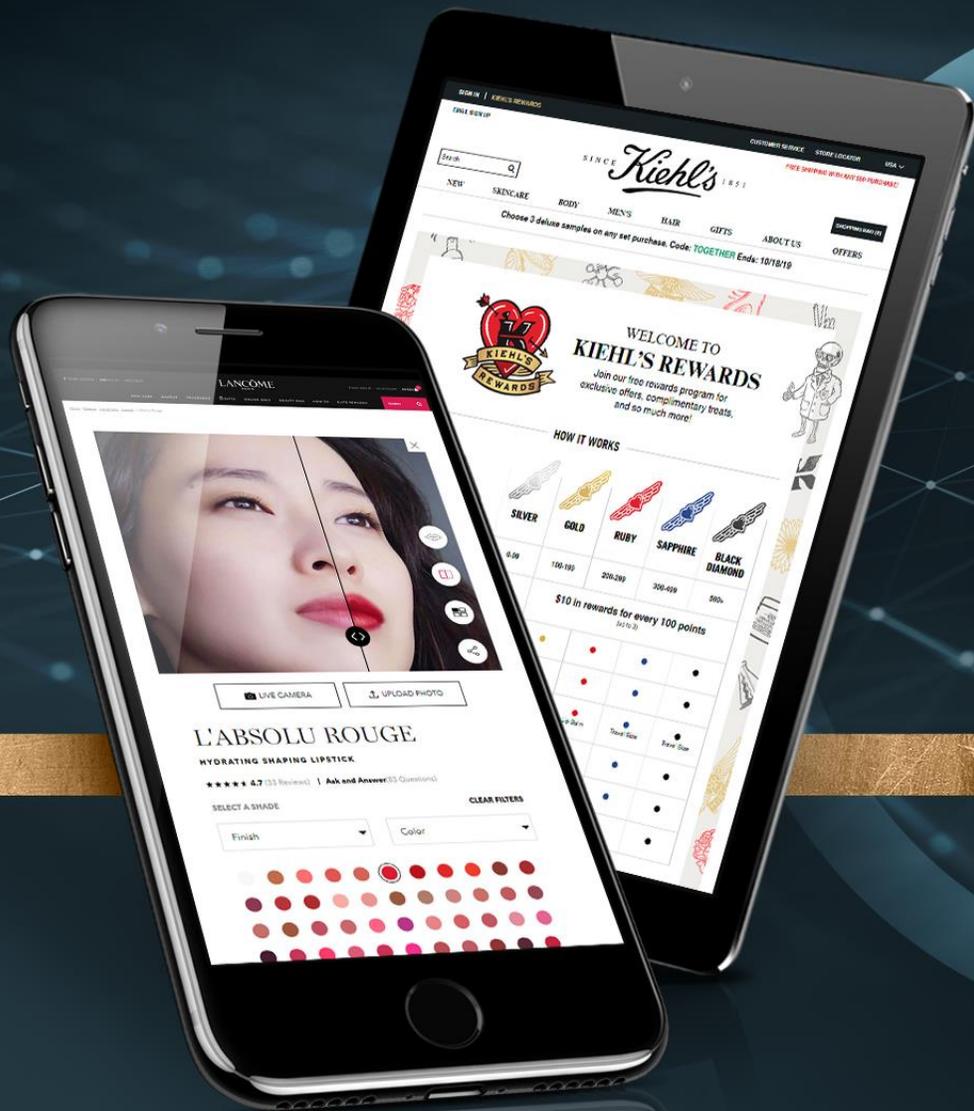
+52%



\* Chiffre d'affaires sur nos sites en propre + estimation du chiffre d'affaires par nos marques correspondant aux ventes réalisées sur les sites de e-commerce de nos distributeurs (données non auditées).

# L'expérience EN BOUTIQUE





UNE  
STRATÉGIE  
+  
AUTOUR DE LA  
DATA



1,3 Milliard  
DE DONNÉES CONSOMMATEURS \*

\* Données Cockpit.



# L'ORÉAL

Avertissement

« 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](http://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. »