



RÉSULTATS 2017

● 9 FÉVRIER 2018

Jean-Paul AGON

Président-Directeur Général

L'ORÉAL





9 février 2018

L'ORÉAL



9 février 2018

L'ORÉAL

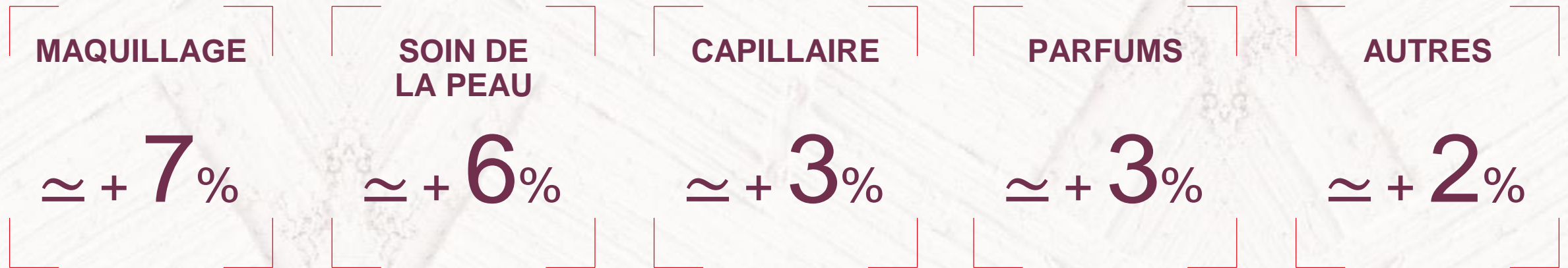
**I. UNE BELLE ANNÉE
POUR LE MARCHÉ
DE LA BEAUTÉ
ET POUR L'ORÉAL**



+ 4/+5%*

**1. UNE BELLE ANNÉE
POUR LE MARCHÉ
DE LA BEAUTÉ**

MARCHÉ MONDIAL DE LA BEAUTÉ* PAR CATÉGORIE



MARCHÉ MONDIAL DE LA BEAUTÉ* PAR SECTEUR

SÉLECTIF

+8,5/+9,5%

GRANDE
DIFFUSION

+3/+4%

DERMO-
COSMÉTIQUE

+4,5/+5,5%

PROFESSIONNEL

+1/+2%

E-COMMERCE

≈ +24%

MARCHÉ DE LA BEAUTÉ* PAR ZONE GÉOGRAPHIQUE

AMÉRIQUE
DU NORD

+3/+4%

EUROPE
DE L'OUEST

+1/+2%

NOUVEAUX
MARCHÉS

+6/+7%

MARCHÉ DE LA BEAUTÉ* PAR ZONE GÉOGRAPHIQUE (NOUVEAUX MARCHÉS)

ASIE,
PACIFIQUE

+7 / +8%

AMÉRIQUE
LATINE

+5 / +6%

EUROPE
DE L'EST

+4 / +5%

AFRIQUE,
MOYEN-ORIENT

-1 / 0%

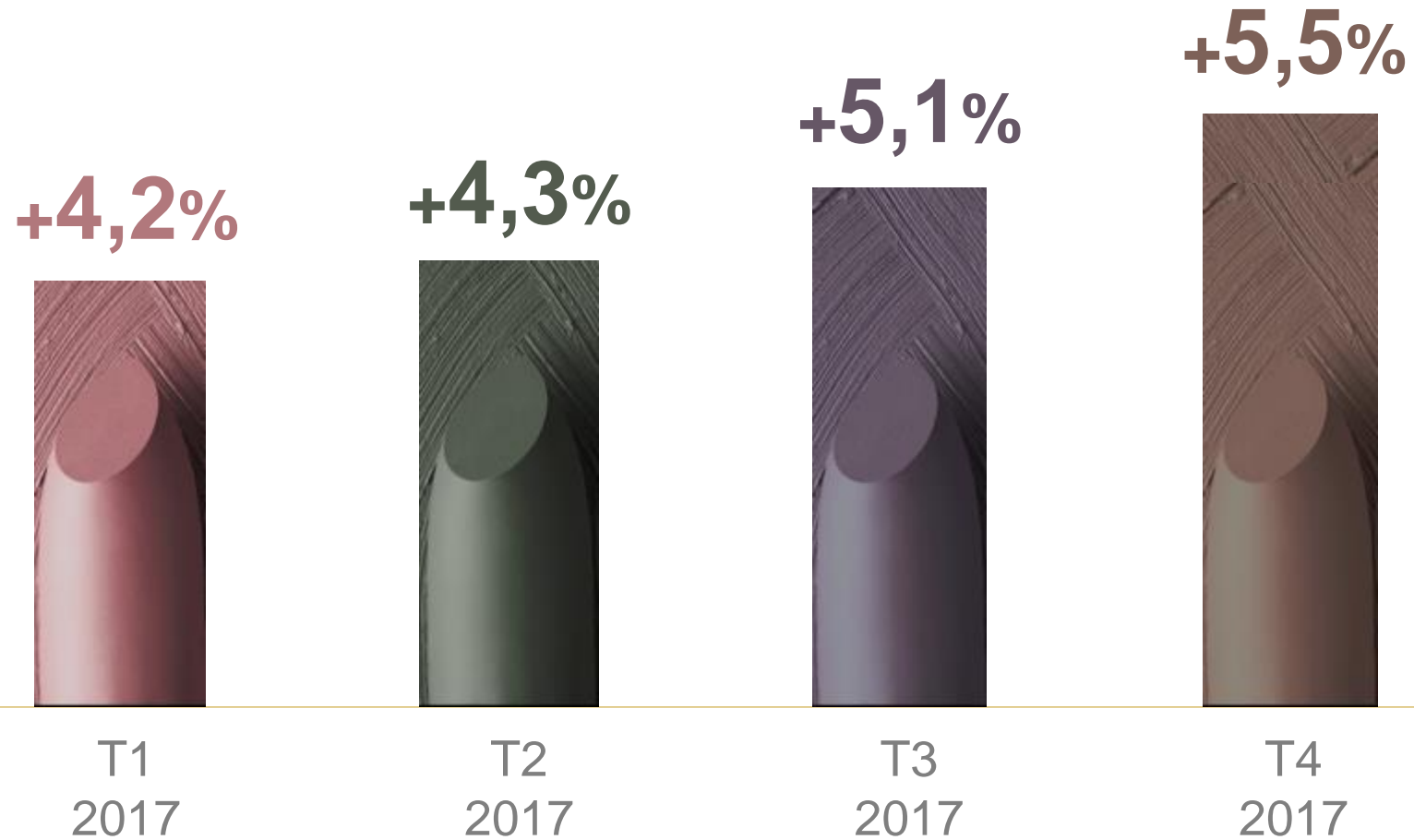


UNE BELLE ANNÉE
POUR LE
DÉVELOPPEMENT
DE L'ORÉAL

2.

L'ORÉAL

ACCÉLÉRATION DE LA CROISSANCE*



RENFORCEMENT DE NOS POSITIONS

DANS DES CATÉGORIES STRATÉGIQUES

DANS DES CIRCUITS STRATÉGIQUES

DANS DES RÉGIONS STRATÉGIQUES



L'ORÉAL

SUPERFORMANCE DANS LES DEUX CATÉGORIES LES PLUS IMPORTANTES

MAQUILLAGE



SOIN DE LA PEAU



NOUVEAUX MARCHÉS

>10

mds d'euros
chiffre d'affaires

+8,9%*

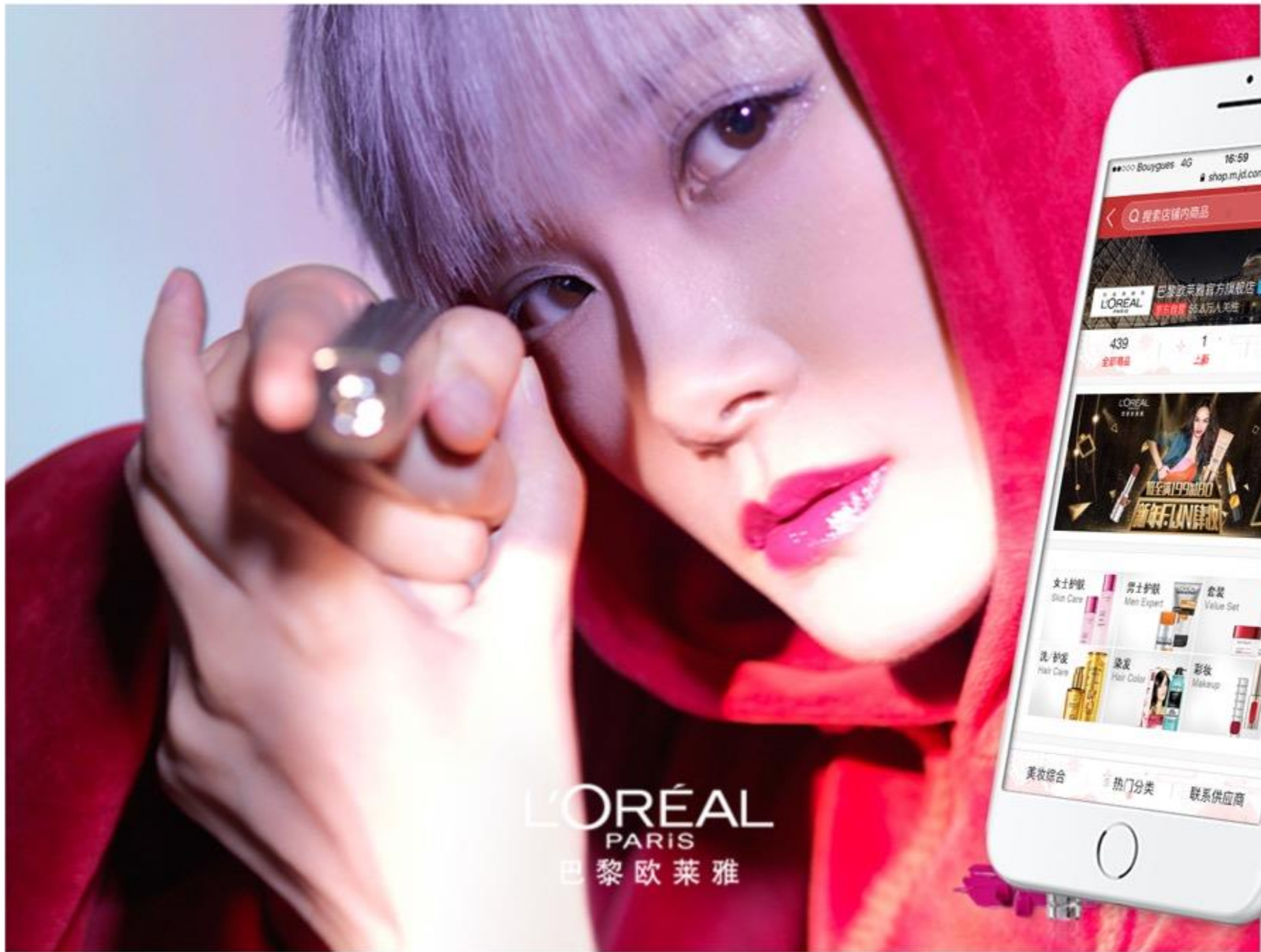


+12%*

Asie,
Pacifique



Chine
+13%*



L'ORÉAL
PARIS
巴黎欧莱雅



L'ORÉAL

Declaring Happiness

宣言幸福

by
LANCÔME
PARIS

Declaring
Happiness
宣言幸福
by
LANCÔME

Declarin
Happiness
by
LANCÔME

Declaring
Happiness
宣言幸福
by
LANCÔME

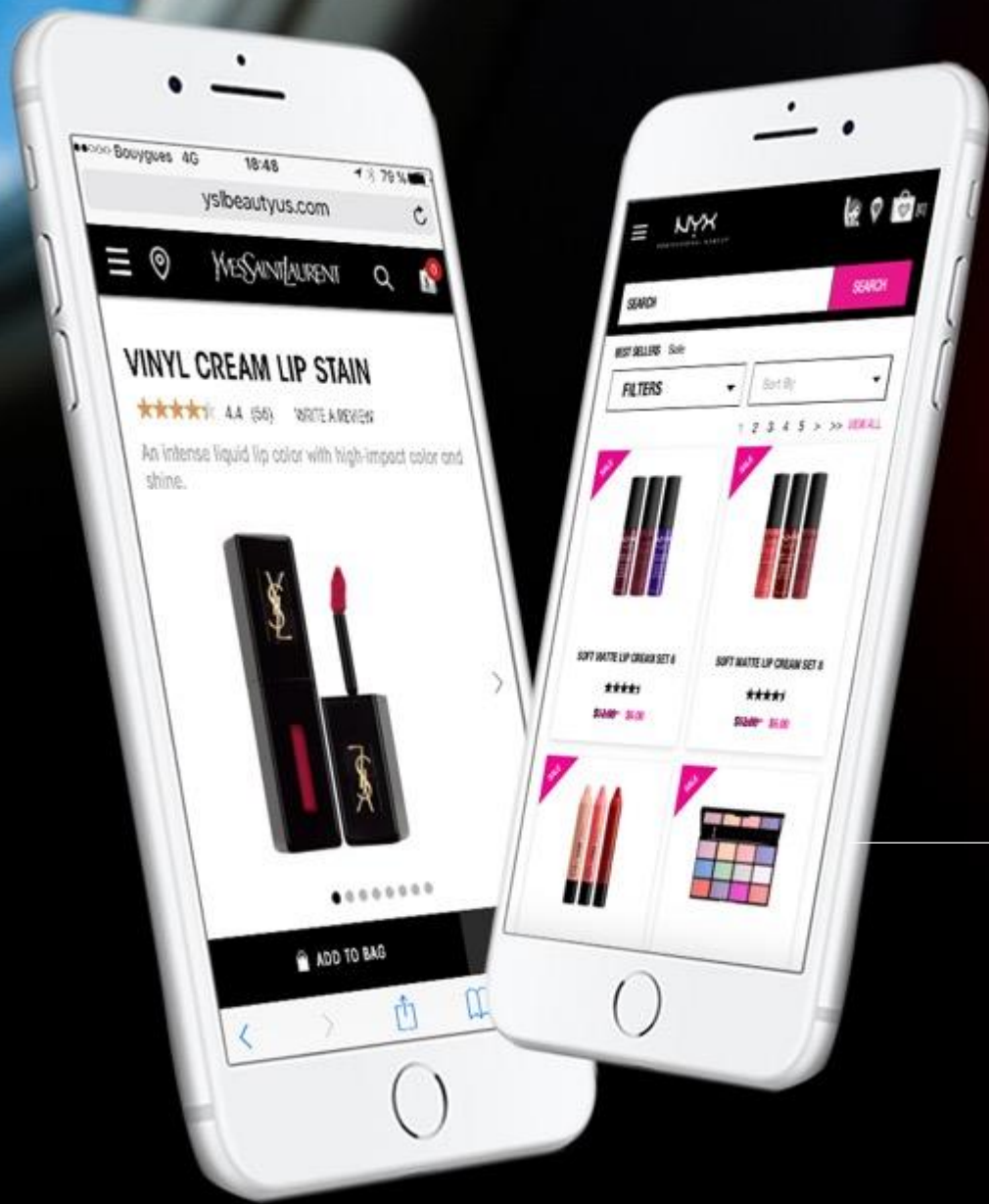
CHINE
+13%*

HONG-KONG
+14%*

+12%*
THAÏLANDE

ASIE,
PACIFIQUE

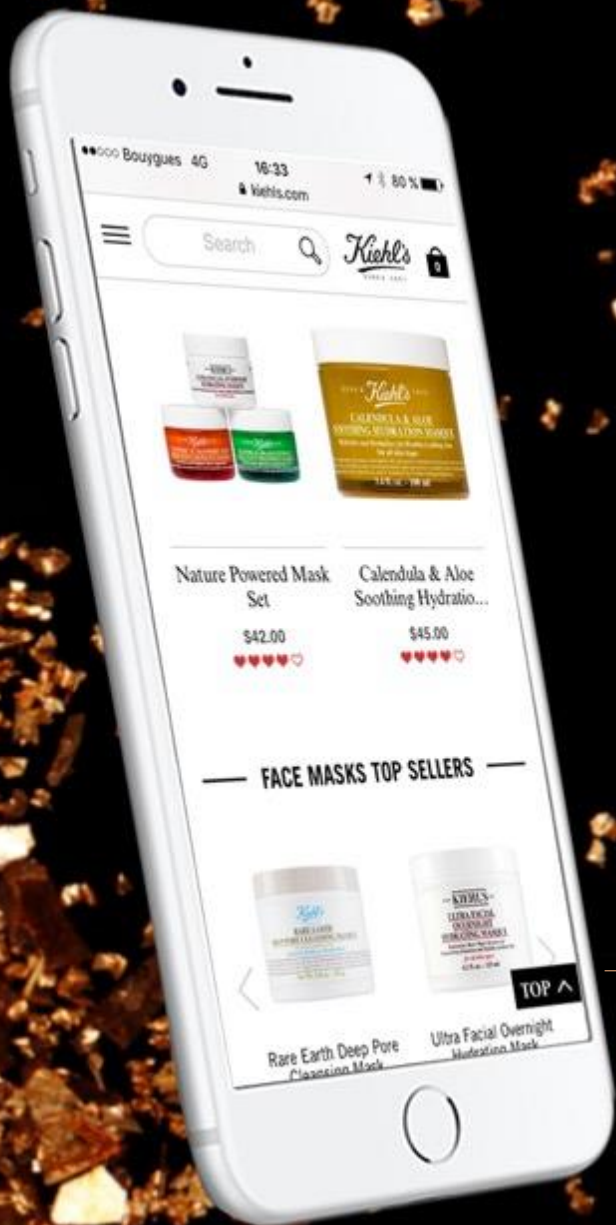
+12%*



2 MOTEURS DE CROISSANCE STRATÉGIQUES

DIGITAL

TRAVEL RETAIL



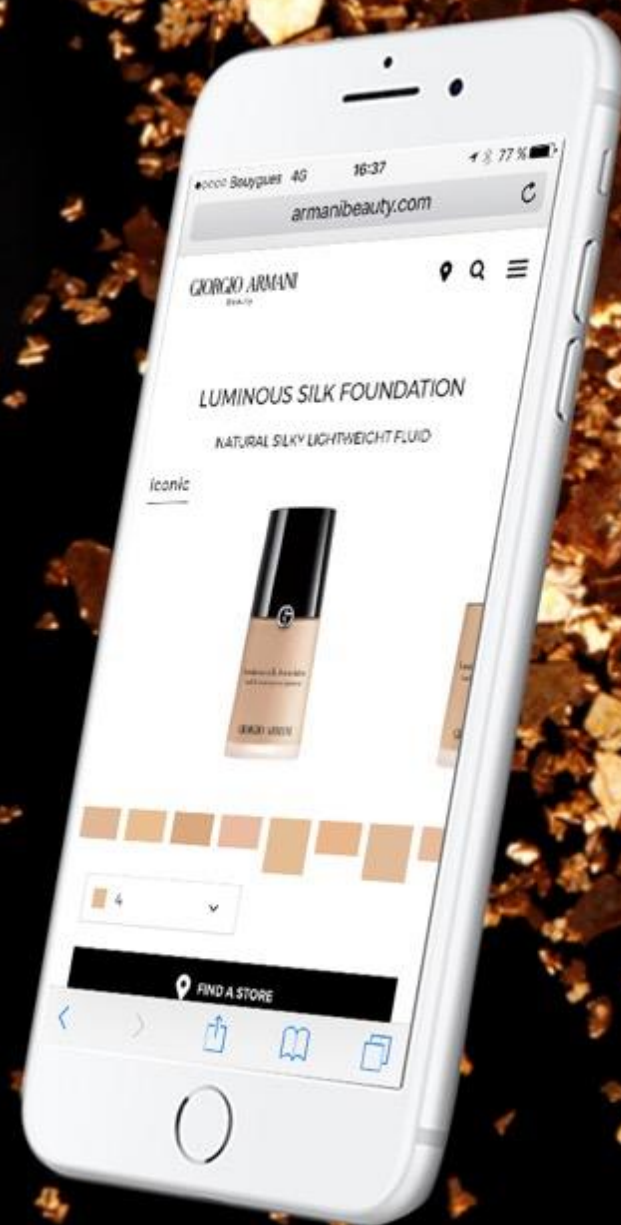
+ 34%*

CROISSANCE DU
CHIFFRE D'AFFAIRES

E-commerce

VENTES EN LIGNE

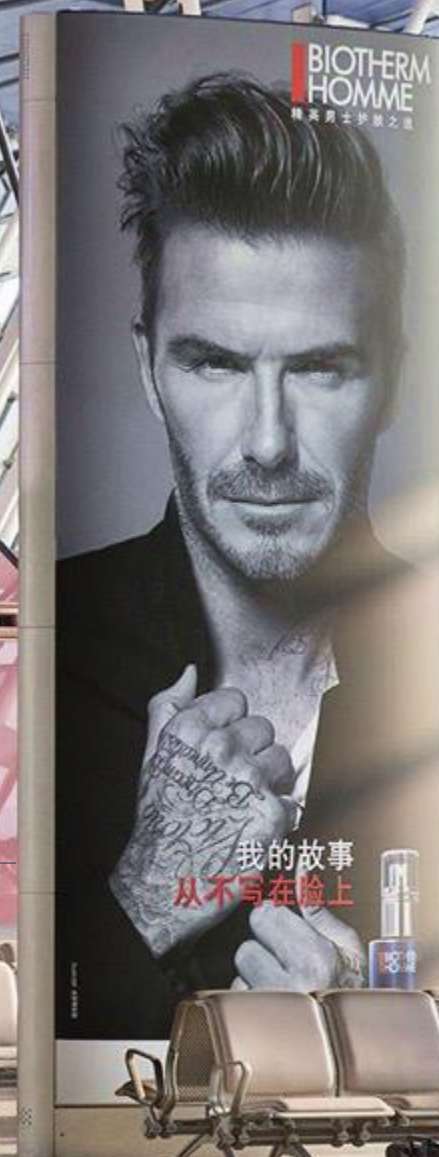
2,1 mds €*
*Chiffre d'affaires 2017 sur nos sites en propre + estimation du chiffre d'affaires réalisé par nos marques correspondant aux ventes sur les sites e-commerce de nos distributeurs (donnée non audité) ; évolution à données comparables.



+19%*

CROISSANCE DU
CHIFFRE D'AFFAIRES

Travel Retail





**DES RÉSULTATS
DE QUALITÉ**

DES RÉSULTATS DE QUALITÉ

**MARGE
D'EXPLOITATION**

18%

CASH-FLOW NET*
en million d'euros

+19,6%



DES RÉSULTATS DE QUALITÉ

DIVIDENDE
en euros

+7,6%

3,30



2016

3,55*



2017

**UN MODÈLE DE
DÉVELOPPEMENT
SOLIDE, ÉQUILIBRÉ ET
CRÉATEUR DE VALEUR**

**PRIORITÉ À LA CROISSANCE
DU CHIFFRE D'AFFAIRES**

+

**DISCIPLINE
OPÉRATIONNELLE**



RENFORCEMENT DE NOTRE LEADERSHIP DIGITAL

FORMATION DES ÉQUIPES

ENGAGEMENT CONSOMMATEUR

AUGMENTATION DES VENTES EN LIGNE

AMÉLIORATION DU ROI



L'ORÉAL

PIONNIER DES RELATIONS AVEC LES MEILLEURS PARTENAIRES TECH ET START-UP



STATION F



FOUNDERS
FACTORY



À LA POINTE DE LA BEAUTÉ 4.0

9 février 2018

L'ORÉAL

**PROXIMITÉ AVEC LES
CONSOmmATEURS**



**INNOVATION
OPÉRATION
COMMUNICATION**



**EXCELLENTE
PERFORMANCE
DANS LES DOMAINES
EXTRA-FINANCIERS**



N°1



NEWSWEEK GREEN
RANKING 2017

vigeo eiris




L'ORÉAL

L'ORÉAL
N°1 SUR 3 000
ENTREPRISES



L'ORÉAL



**UNE
ANNÉE
CLÉ**

9 février 2018

L'ORÉAL

**TOUTE CONFIANCE
DANS NOTRE
MODÈLE DE
DÉVELOPPEMENT
UNIQUE**

II.





7 RAISONS DU SUCCÈS



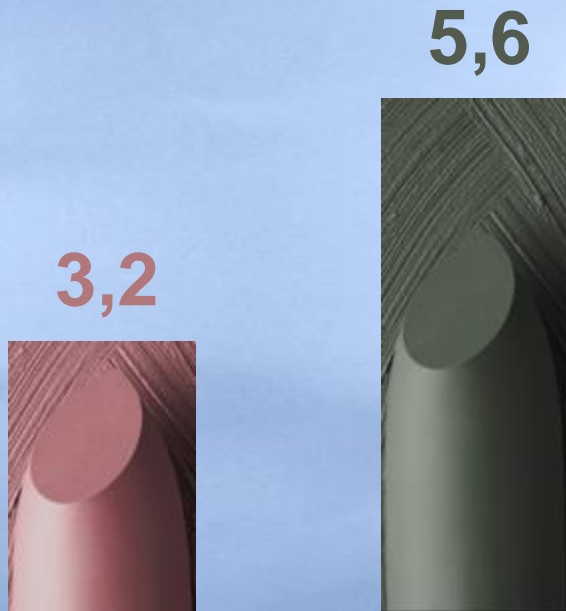
**UN MARCHÉ
DE LA BEAUTÉ
QUI VA CONTINUER
À CROÎTRE**

1.

CLASSES MOYENNES & SUPÉRIEURES

+2,4 Mds

DE PERSONNES



2015

2030

NOMBRE DE PERSONNES
APPARTENANT AUX CLASSES
MOYENNES ET SUPÉRIEURES

CLASSES SUPÉRIEURES

x2

AUGMENTATION DES
DÉPENSES DES
CONSOmmATEURS
ENTRE 2015 ET 2030



L'ORÉAL

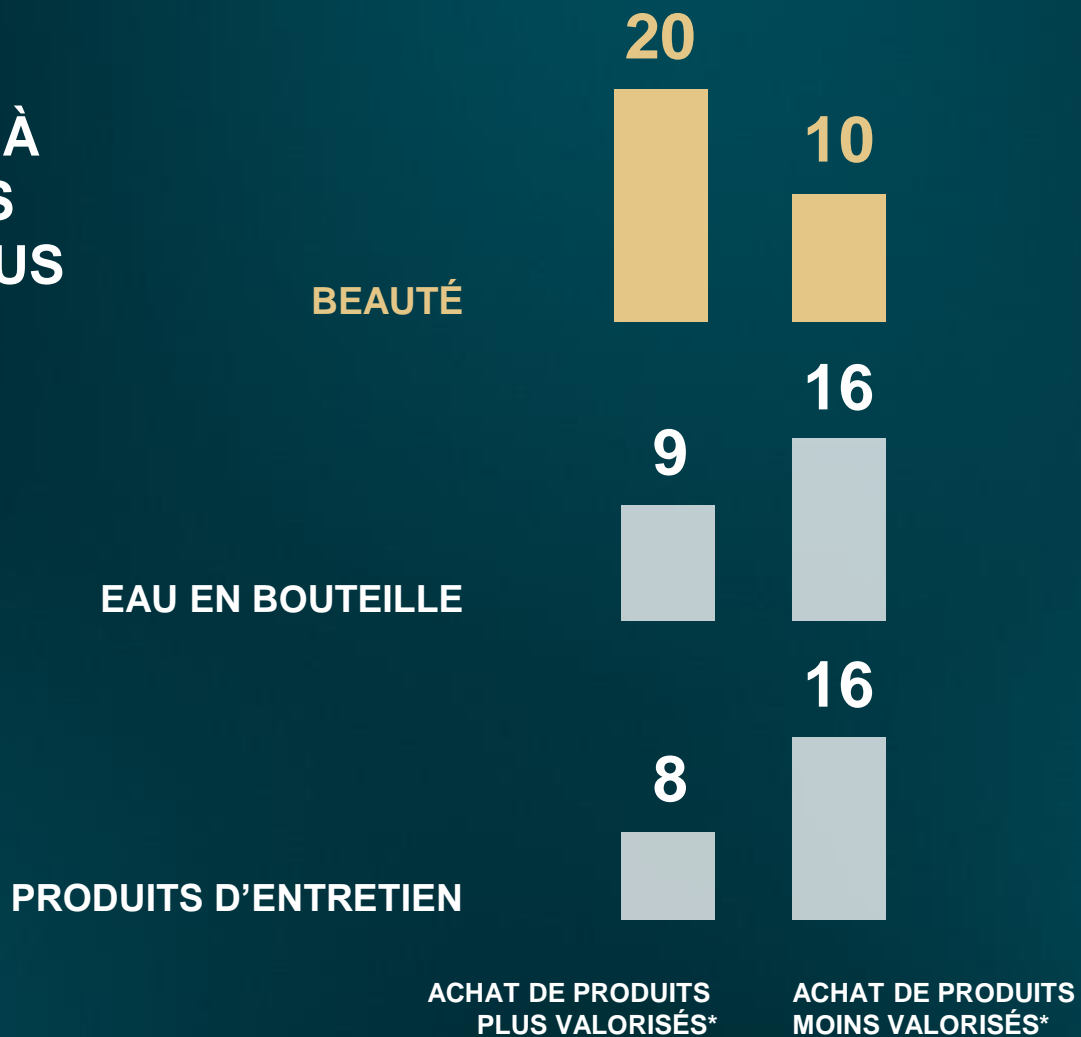


**DES PRODUITS
INSPIRANTS,
SURPRENANTS**



MONTÉE EN GAMME

PLUS FORTE
PROPENSION À
ACHETER DES
PRODUITS PLUS
VALORISÉS



L'ORÉAL

CHAMPION DE LA BEAUTÉ PRÉMIUM

**INTÉRÊT
CROISSANT
POUR
LA BEAUTÉ
ET LE SOUCI
DE SOI**



L'ORÉAL

A photograph of two women in a city setting. The woman on the left is a white woman with light skin and blue eyes, wearing a black leather jacket. She is holding a purple smartphone. The woman on the right is a Black woman with dark skin and hair, wearing a black top. She is smiling and looking at the phone. The background is a blurred city street with buildings and a sign that says 'HOTEL'.


LA SOCIAL
BEAUTY
RENFORCE
L'IMPORTANCE
DU SOIN DE SOI



ESTIME DE SOI

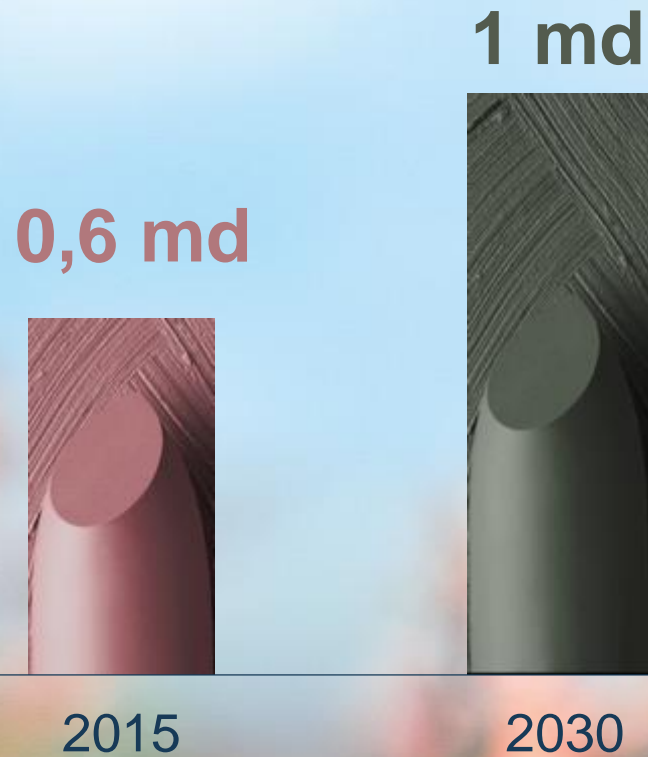
CONFIANCE EN SOI

RELATIONS SOCIALES



**HAUSSE DE LA CONSOMMATION
LIÉE À DES TENDANCES
SOCIOLOGIQUES ET
DÉMOGRAPHIQUES CLÉS**

LE NOMBRE DE SÉNIORS DEVRAIT PRESQUE DOUBLER, POUR ATTEINDRE 1 MD EN 2030*



L'URBANISATION CRÉE DE NOUVEAUX BESOINS ET DE NOUVEAUX DÉSIRES

POPULATION URBAINE

5 mds*

D'ICI 2030



2. PURE PLAYER DE LA BEAUTÉ



**CONNAISSANCE
FINE DES
CONSOMMATEURS
ET DES CULTURES**

L'ORÉAL

9 février 2018



**L'ORÉAL,
LE CHAMPION
DE LA BEAUTÉ**

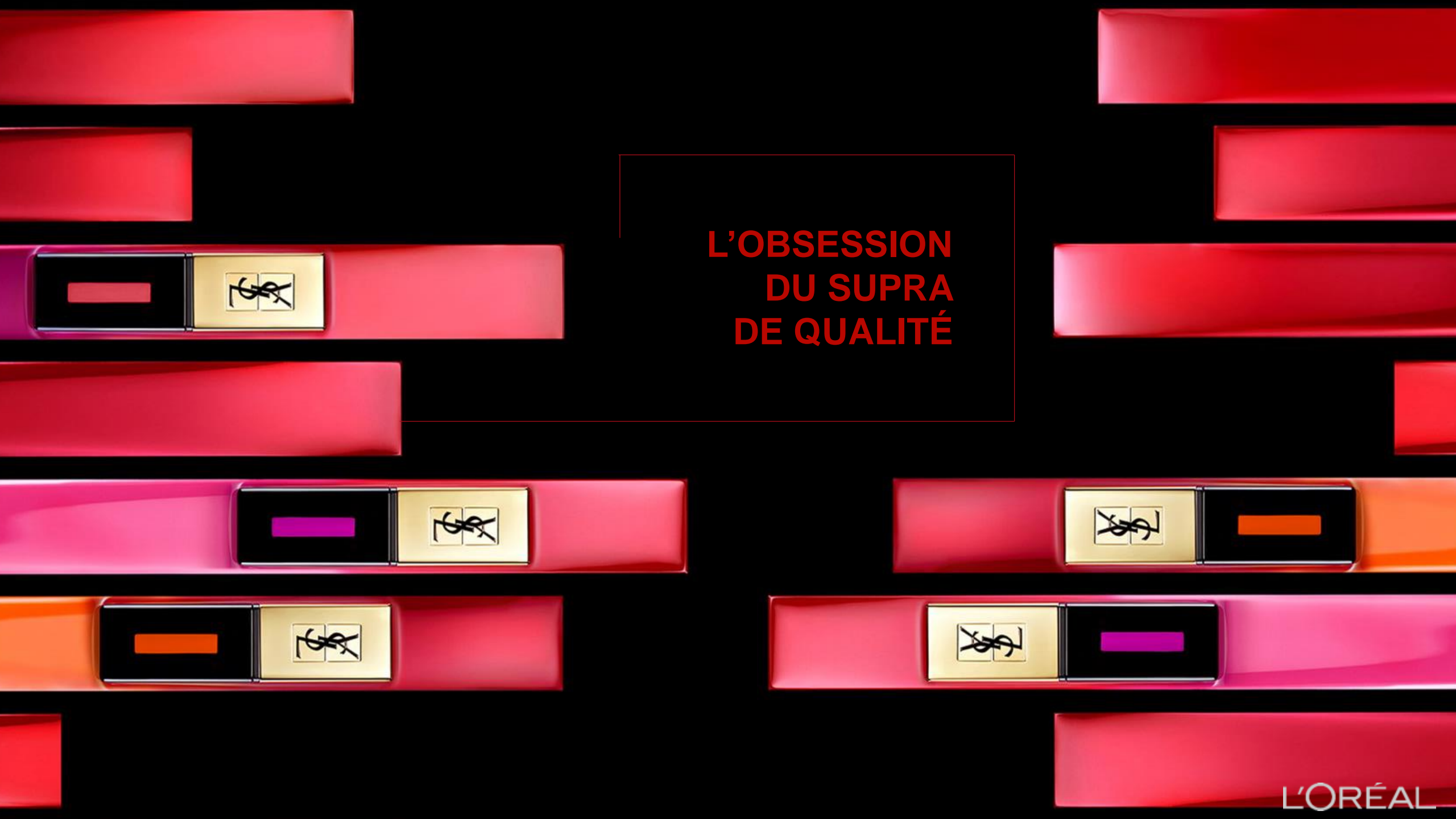
9 février 2018

L'ORÉAL

**LES FONDAMENTAUX
DE L'ORÉAL SONT
PLUS PERTINENTS
QUE JAMAIS**

3.





L'OBSESSION
DU SUPRA
DE QUALITÉ

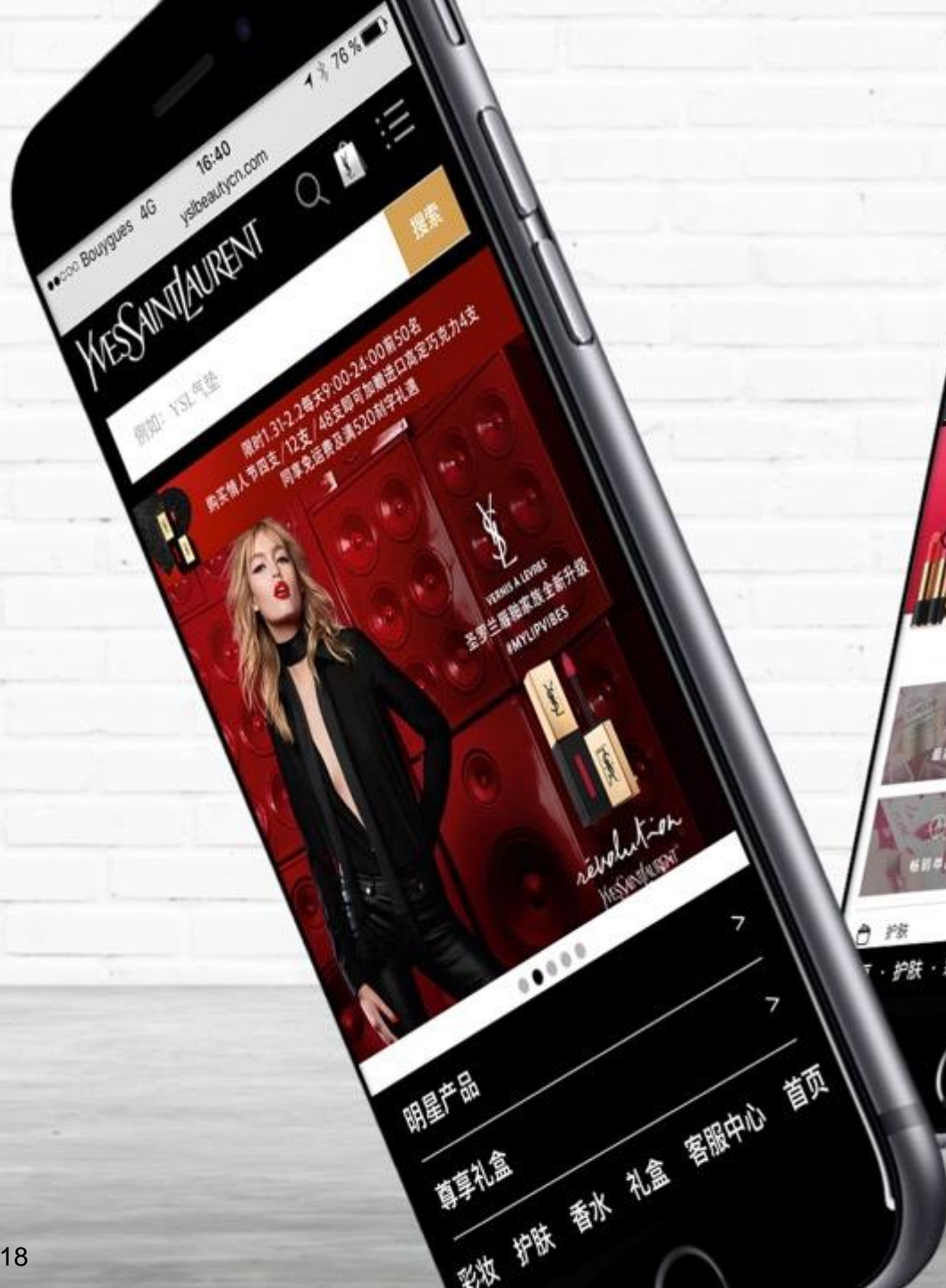
L'ORÉAL



L'ORÉAL
PARIS

LA FORCE
DES MARQUES

L'ORÉAL



**LA FORCE
DES MARQUES**

LES PRODUITS STARS



4.

AVANCE
DIGITALE

HELLO JANE,
WOULD YOU LIKE
TO RELOAD
YOUR PRODUCT ?

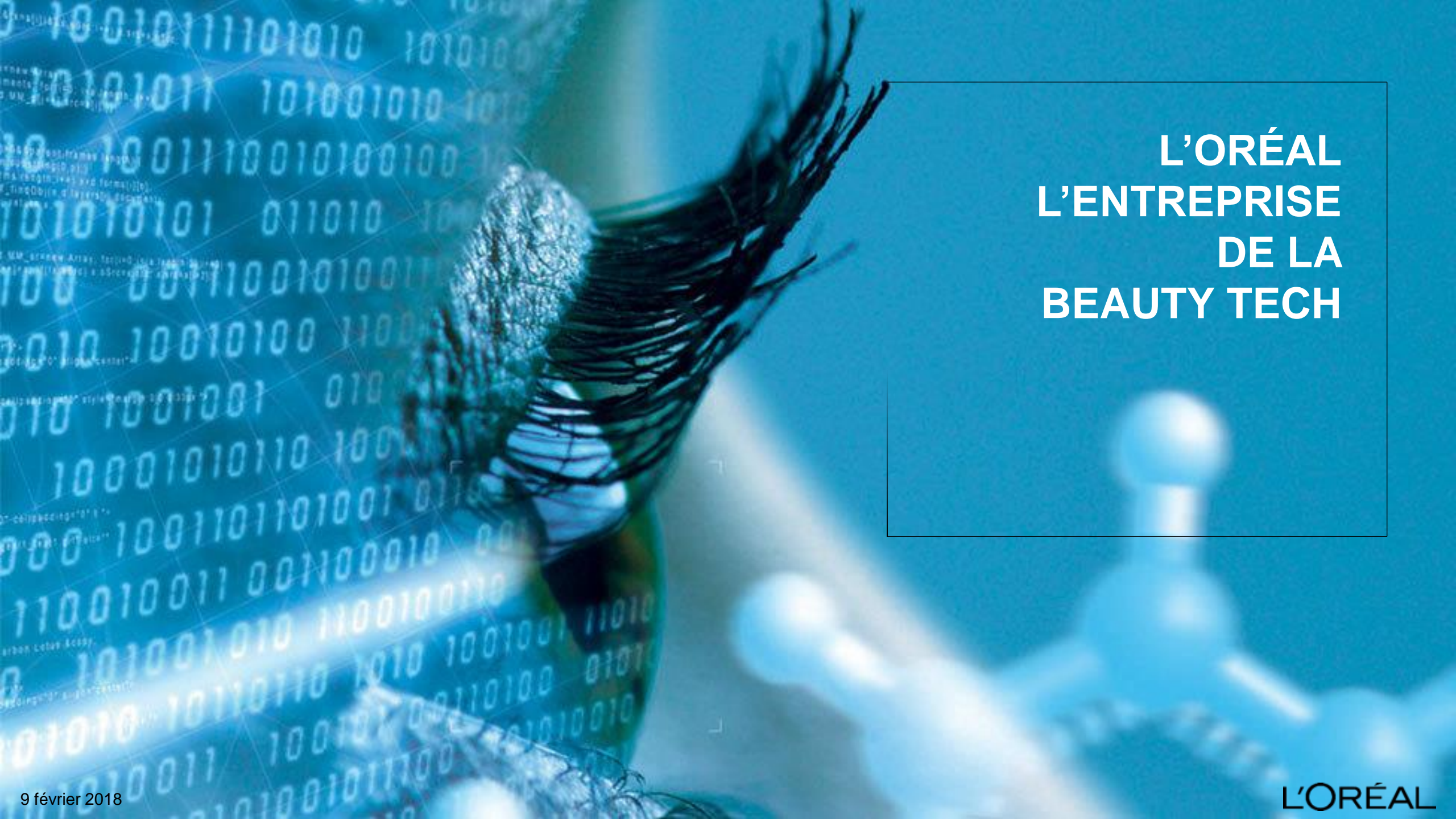


ud BEAUTY
JUNKIES
ADDICTION HAS ITS PERKS.

L'ORÉAL

**INTELLIGENCE ARTIFICIELLE
ROBOTIQUE
RÉALITÉ AUGMENTÉE**





L'ORÉAL L'ENTREPRISE DE LA BEAUTY TECH

L'ORÉAL



**UNE EMPREINTE
MULTIPOLAIRE
UNIQUE**

5.

NOTRE APPROCHE MULTI-DIMENSIONNELLE NOUS OFFRE LA CONNAISSANCE LA PLUS FINE POSSIBLE DE LA RELATION DES FEMMES À LA BEAUTÉ

7 CIRCUITS DE DISTRIBUTION

SALONS



GRANDE DISTRIBUTION



GRANDS MAGASINS PARFUMERIES



PHARMACIES PARAPHARMACIES MÉDISPAS



MAGASINS EXCLUSIFS



TRAVEL RETAIL



E-COMMERCE



5 CATÉGORIES BEAUTÉ



SOIN DU CHEVEU



COLORATION



SOIN DE LA PEAU



PARFUMS



MAQUILLAGE

À TOUS
LES PRIX

DANS
68 PAYS

REPÉRER LES TENDANCES ÉMERGENTES PARTOUT DANS LE MONDE



L'ORÉAL

6.

EXEMPLARITÉ
ENVIRONNEMENTALE
ET SOCIÉTALE





7.

UNE CULTURE,
UNE ORGANISATION
ET DES ÉQUIPES
UNIQUES





**PLUS OPTIMISTES,
CONFIANTS
ET DÉTERMINÉS
QUE JAMAIS**

**CONFIANCE DANS NOTRE CAPACITÉ
À SURPERFORMER LE MARCHÉ**

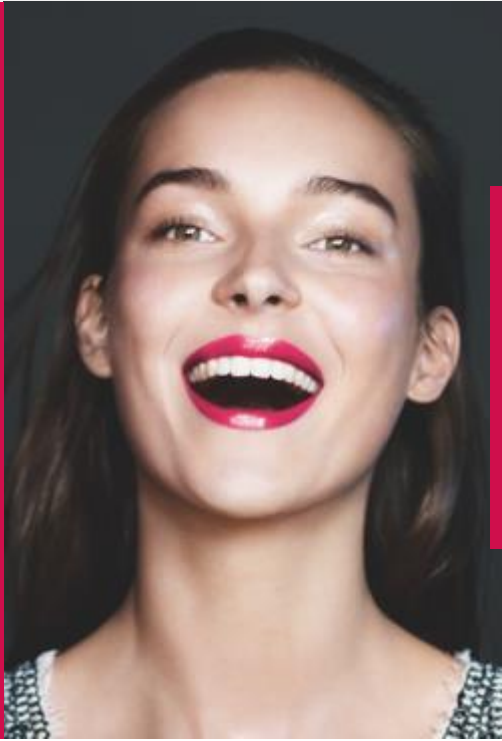
ET

**À RÉALISER UNE CROISSANCE COMPARABLE
SIGNIFICATIVE DU CHIFFRE D'AFFAIRES
ET UNE PROGRESSION DE LA RENTABILITÉ**

THANK YOU

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."