



L'ORÉAL

RÉSULTATS ANNUELS 2019

Jean-Paul AGON
PRÉSIDENT DIRECTEUR GÉNÉRAL

7 février 2020

L'ORÉAL

MEILLEURE CROISSANCE

en 12 ans

+8%
COMPARABLE

1

Un marché de la beauté

TRÈS DYNAMIQUE



L'ORÉAL



MARCHÉ MONDIAL DE LA BEAUTÉ
+5,0% / +5,5%

PROFONDES ÉVOLUTIONS ÉCONOMIQUES, DÉMOGRAPHIQUES ET SOCIOLOGIQUES



Classes moyennes & aisées



Vieillesse de la population

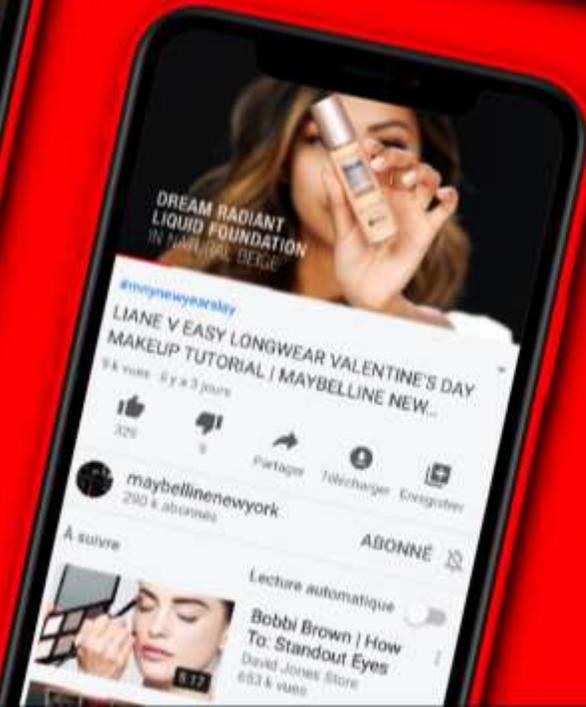
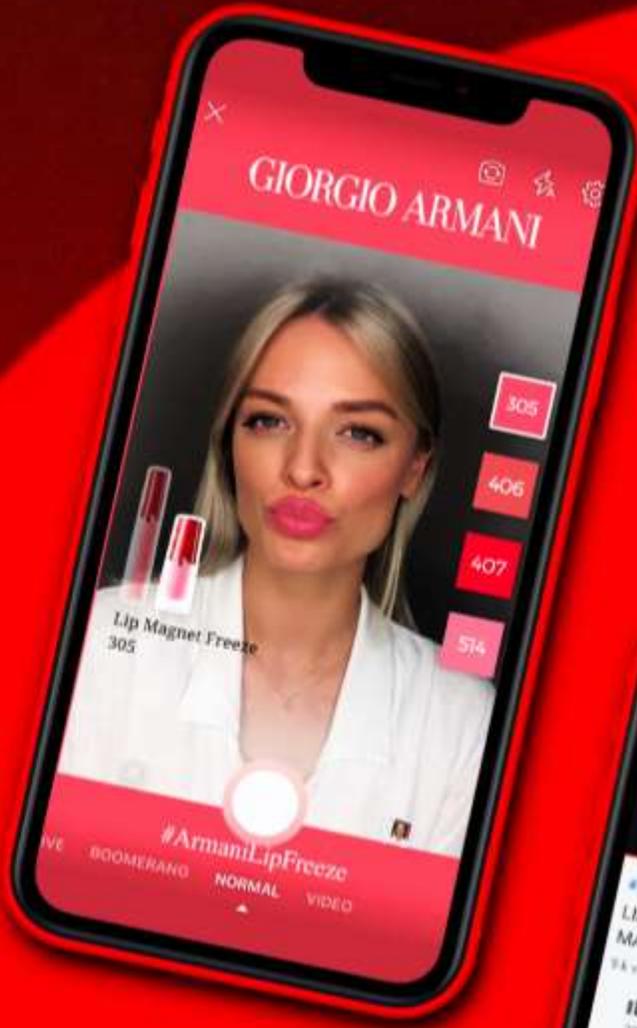


Consommation masculine

1

RÉVOLUTION DIGITALE dans la beauté

La beauté est visuelle et sociale



2

DÉPASSER

la distribution traditionnelle



L'ORÉAL

3

Appétit de beauté
**DES NOUVELLES
GÉNÉRATIONS**



L'ORÉAL

4

FORTE PREMIUMISATION du marché

L'ORÉAL



Un marché très
POLARISÉ

L'ORÉAL

MARCHÉ MONDIAL DE LA BEAUTÉ

par secteur

≈ +10%

SÉLECTIF

≈ +7%

DERMOCOSMÉTIQUE

≈ +4%

GRANDE DIFFUSION

≈ +2,5%

PROFESSIONNEL

MARCHÉ MONDIAL DE LA BEAUTÉ

par circuit

≈ +27%

E-COMMERCE

≈ +22%

TRAVEL RETAIL

MARCHÉ MONDIAL DE LA BEAUTÉ

par zone géographique

≈ +2,5%

AMÉRIQUE DU NORD

≈ +1%

EUROPE DE L'OUEST

≈ +8%

NOUVEAUX MARCHÉS

≈ +9%

ASIE PACIFIQUE

≈ +4%

AMÉRIQUE LATINE

≈ +5%

EUROPE DE L'EST

≈ +2%

AFRIQUE
MOYEN-ORIENT

MARCHÉ MONDIAL DE LA BEAUTÉ

par catégorie

≈ +8%

SOIN DE LA PEAU

≈ +4%

MAQUILLAGE

≈ +4%

PARFUMS

≈ +3%

CAPILLAIRE



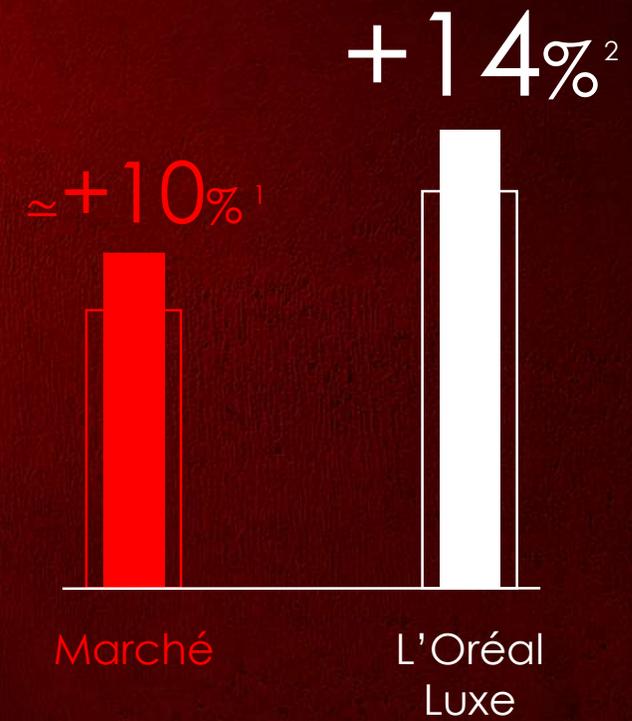
2

NOTRE STRATÉGIE
de concentration et de
surperformance sur les moteurs
de croissance les plus rapides
A PORTÉ SES FRUITS

L'ORÉAL

MOTEUR DE CROISSANCE (1)

LUXE



¹Source : Estimations 2019 L'Oréal. Hors rasoirs, savons et dentifrices. Hors effets monétaires.

²Chiffre d'affaires 2019, évolution à données comparables.

PORTEFEUILLE UNIQUE DE MARQUES ICONIQUES

L'ORÉAL

LUXE



LANCÔME
PARIS



YVES SAINT LAURENT
BEAUTÉ



ARMANI



VALENTINO



BIOThERM



Kiehl's
SINCE 1851



URBAN DECAY



HR
BEAUTÉ COSMÉTICS



IT COSMETICS™



shu uemura



YVES SAI



Atelier Cologne
Maison de Parfum
PARIS



clarisonic



RALPH LAUREN
FRAGRANCES



cacharel



VIKTOR & ROLF



DIESEL

L'ORÉAL

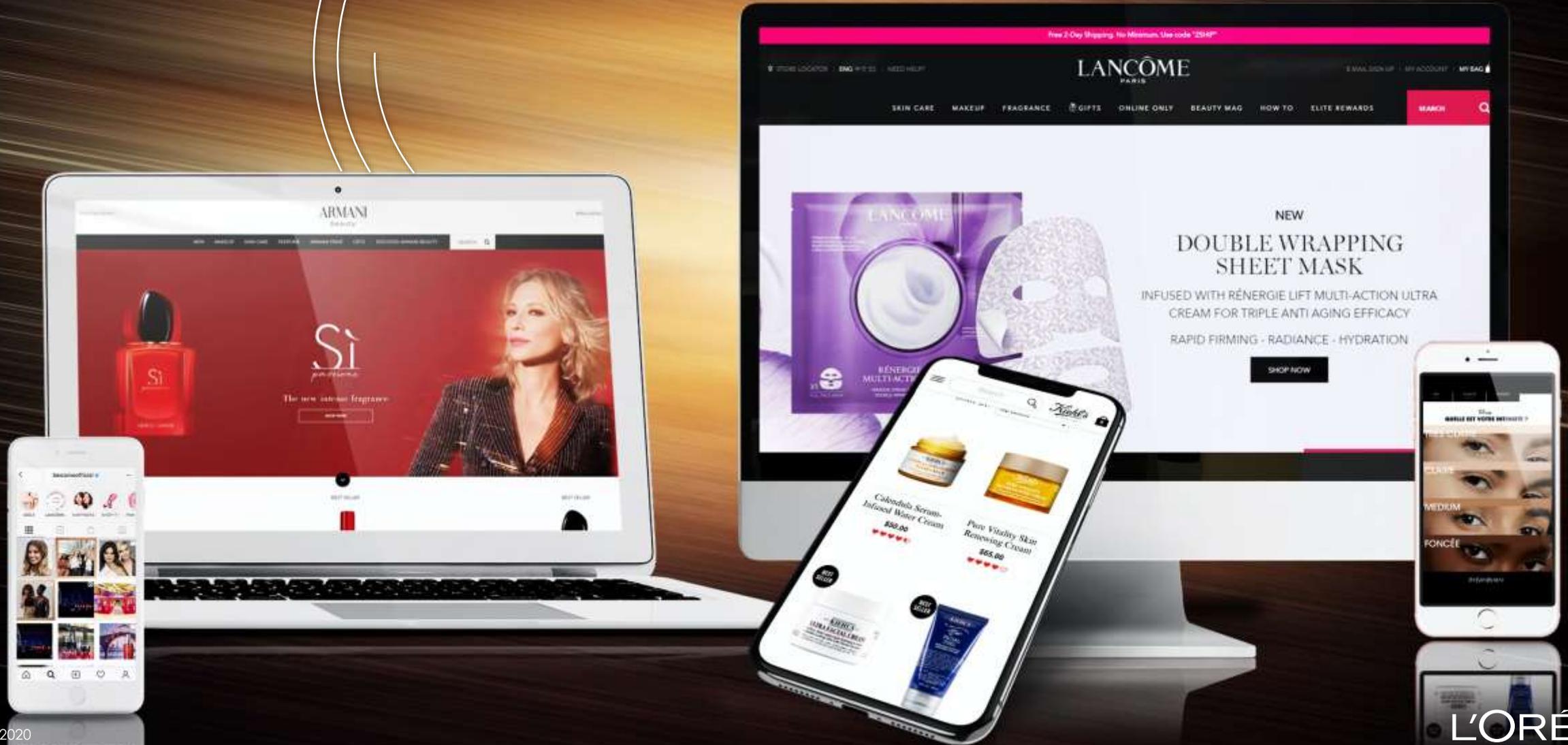
MOTEUR DE CROISSANCE (1) LUXE

GRANDES INNOVATIONS



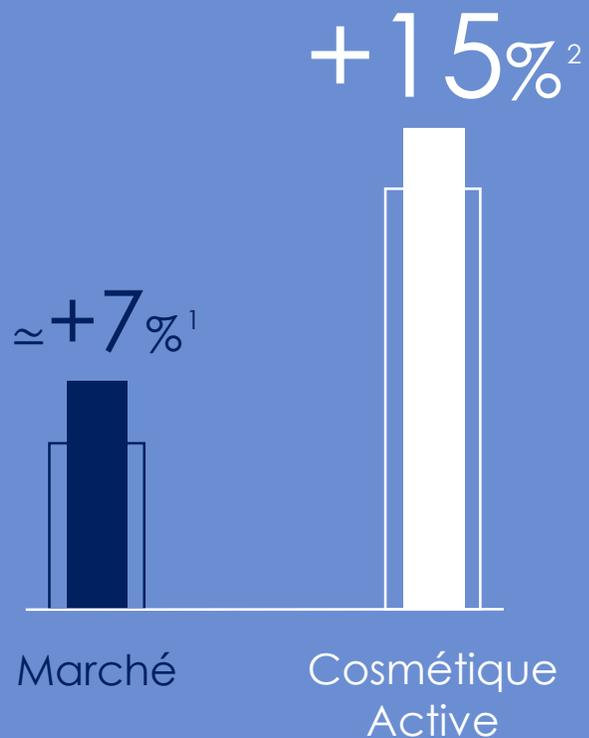
MOTEUR DE CROISSANCE (1) LUXE

LE DIGITAL AU COEUR du modèle marketing



MOTEUR DE CROISSANCE (2)

DERMOCOSMÉTIQUE



¹Source : Estimations 2019 L'Oréal. Hors rasoirs, savons et dentifrices. Hors effets monétaires.

²Chiffre d'affaires 2019, évolution à données comparables.



MOTEUR DE CROISSANCE (2) DERMOCOSMÉTIQUE

Des consommateurs
en quête de soins
de la peau qui allient
**SANTÉ, SÉCURITÉ
ET QUALITÉ**

L'ORÉAL

MOTEUR DE CROISSANCE (2) DERMOCOSMÉTIQUE

MARQUES
DE CONFIANCE

RECOMMANDÉES PAR
DES PROFESSIONNELS
DE SANTÉ

EXCELLENCE
EN POINTS DE VENTE

E-COMMERCE
ET DIGITAL

LA ROCHE POSAY
LABORATOIRE DERMATOLOGIQUE

VICHY
LABORATOIRES

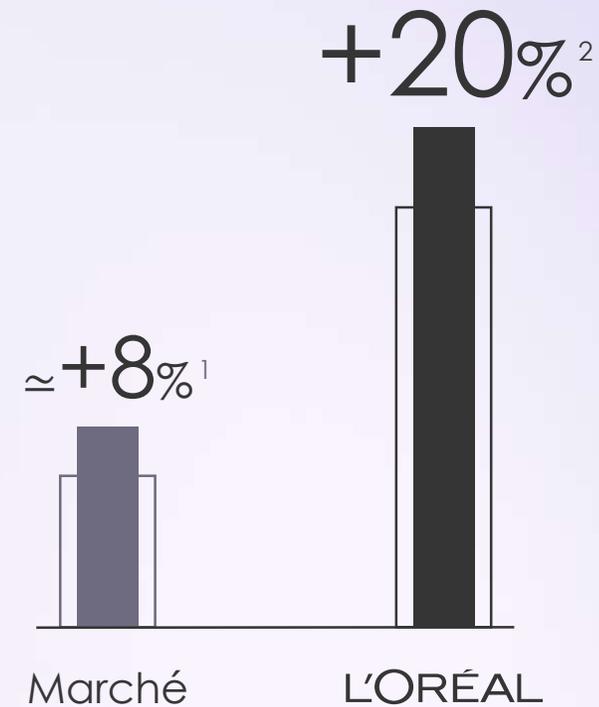
CeraVe
DEVELOPED WITH DERMATOLOGISTS

SKINCEUTICALS



MOTEUR DE CROISSANCE (3)

SOIN DE LA PEAU



¹Source : Estimations 2019 L'Oréal. Hors rasoirs, savons et dentifrices. Hors effets monétaires.

²Chiffre d'affaires 2019, évolution à données comparables.

MOTEUR DE CROISSANCE (3) SOIN DE LA PEAU

N°1 EN RECHERCHE

L'ORÉAL

MOTEUR DE CROISSANCE (3) SOIN DE LA PEAU

LA PUISSANCE DE L'INNOVATION



L'ORÉAL

MOTEUR DE CROISSANCE (3) SOIN DE LA PEAU

1^{ère} CATÉGORIE

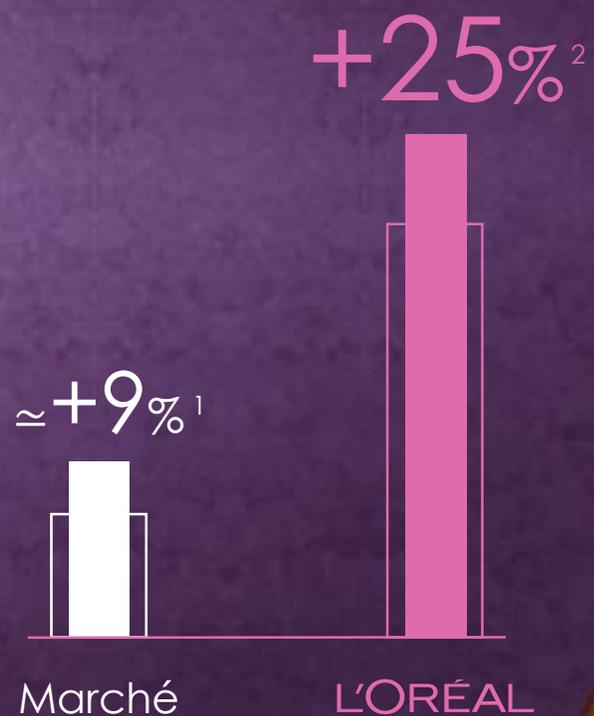
IMMENSE POTENTIEL

de développement

L'ORÉAL

MOTEUR DE CROISSANCE (4)

ASIE PACIFIQUE



¹Source : Estimations 2019 L'Oréal. Hors rasoirs, savons et dentifrices. Hors effets monétaires.

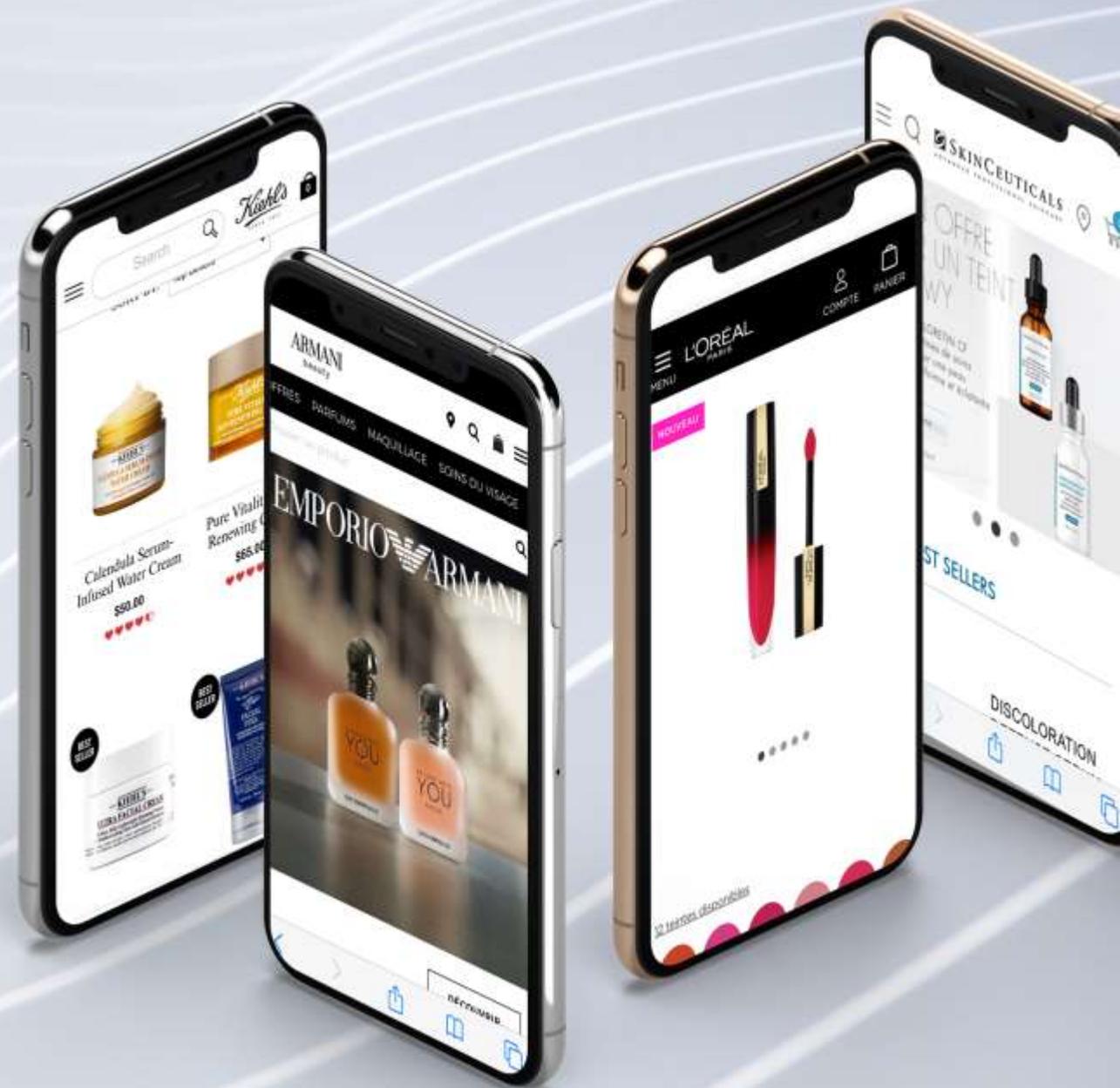
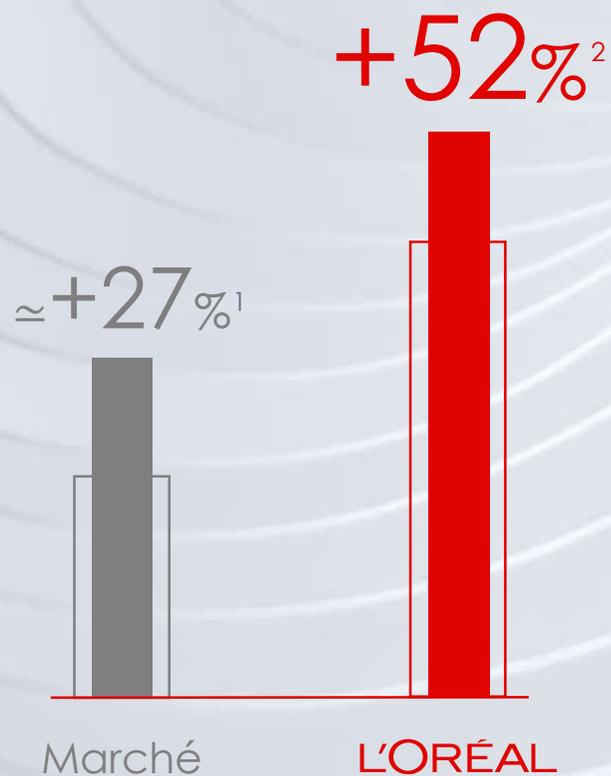
²Chiffre d'affaires 2019, évolution à données comparables.

MOTEUR DE CROISSANCE (3) ASIE PACIFIQUE



MOTEUR DE CROISSANCE (5)

E-COMMERCE



¹Source : Estimations 2019 L'Oréal. Hors rasoirs, savons et dentifrices. Hors effets monétaires.

²Chiffre d'affaires 2019, évolution à données comparables. Chiffre d'affaires sur nos sites en propre et estimation du chiffre d'affaires réalisé par nos marques correspondant aux ventes sur les sites e-commerce de nos distributeurs (donnée non audité).

MOTEUR DE CROISSANCE (6)

TRAVEL RETAIL

+25%

THE GO

North Concourse
Gates 100-140

WE ARE THE FUTURE
THE WORLD IS OURS
DREAM BIG
STAND STRONG
I CAN, WE WILL
WE ARE IDOLLES

WE ARE THE FUTURE
THE WORLD IS OURS
DREAM BIG
STAND STRONG
I CAN, WE WILL
WE ARE IDOLLES

L'ORÉAL



Portefeuille de marques
pour tous les besoins



Leadership historique

L'Oréal a significativement
SURPERFORMÉ
le marché

+5,0% / +5,5%¹

Marché de la beauté

+8%²
L'ORÉAL

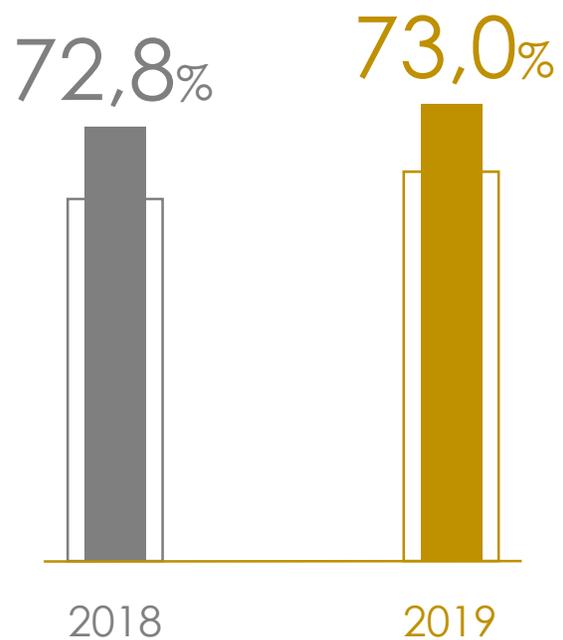


¹Source : Estimations 2019 L'Oréal. Hors rasoirs, savons et dentifrices. Hors effets monétaires.

²Chiffre d'affaires 2019, évolution à données comparables.

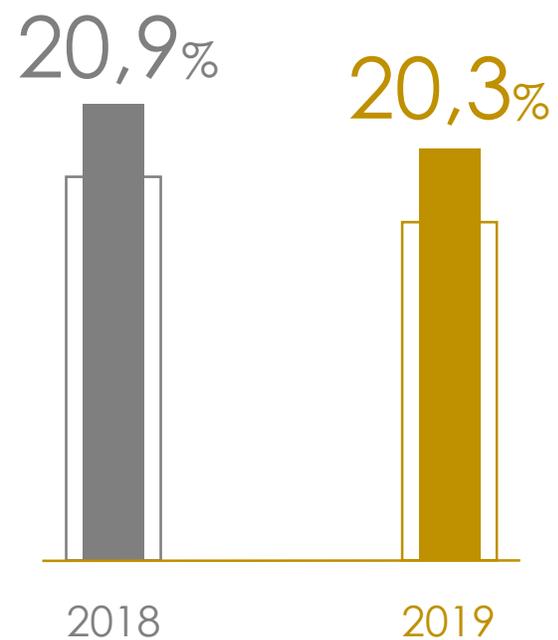
AMÉLIORATION DE LA MARGE BRUTE

(% CA)



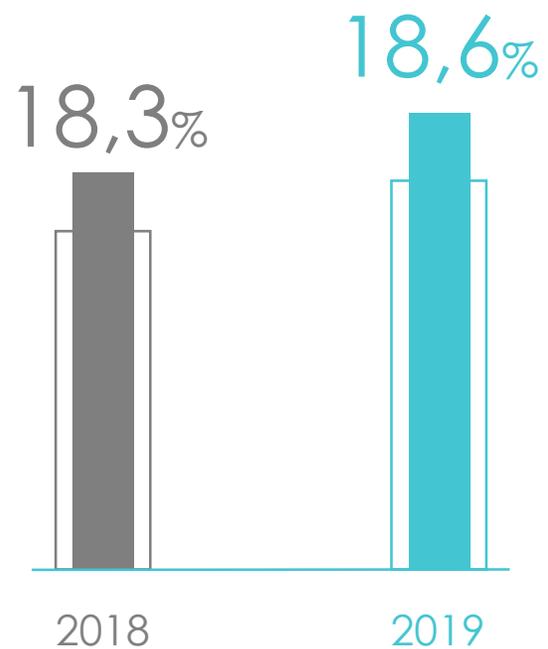
RÉDUCTION DES FRAIS COMMERCIAUX ET ADMINISTRATIFS

(% CA)



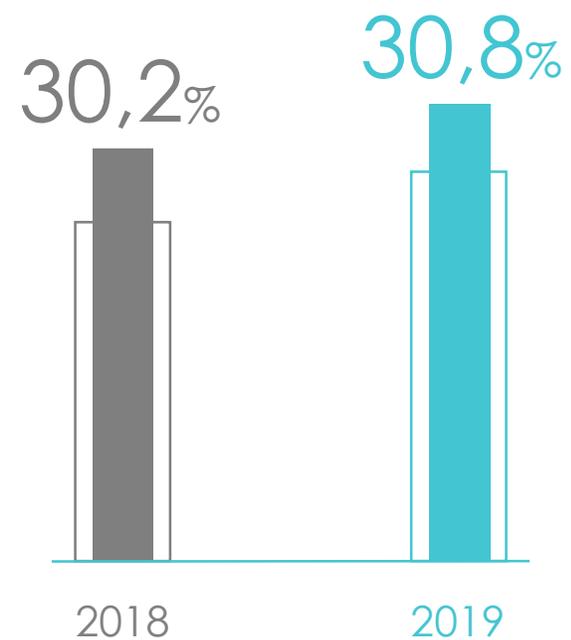
RÉSULTAT D'EXPLOITATION

(% CA)



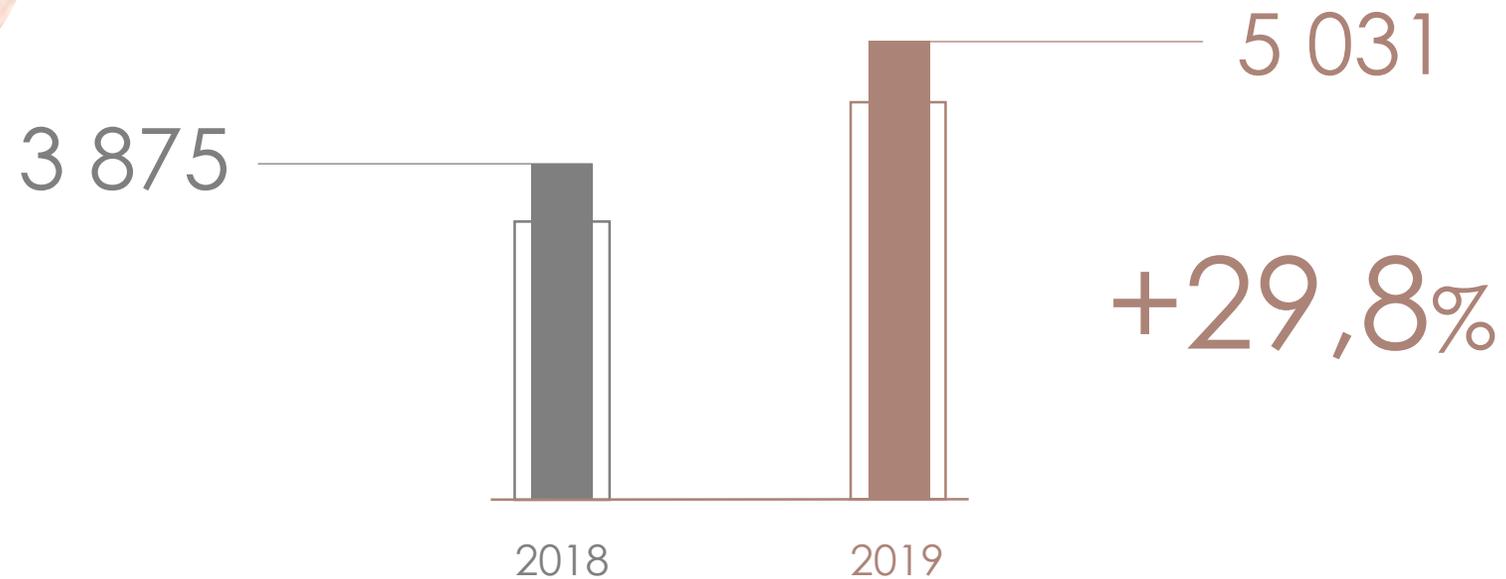
FRAIS PUBLI-PROMOTIONNELS

(% CA)



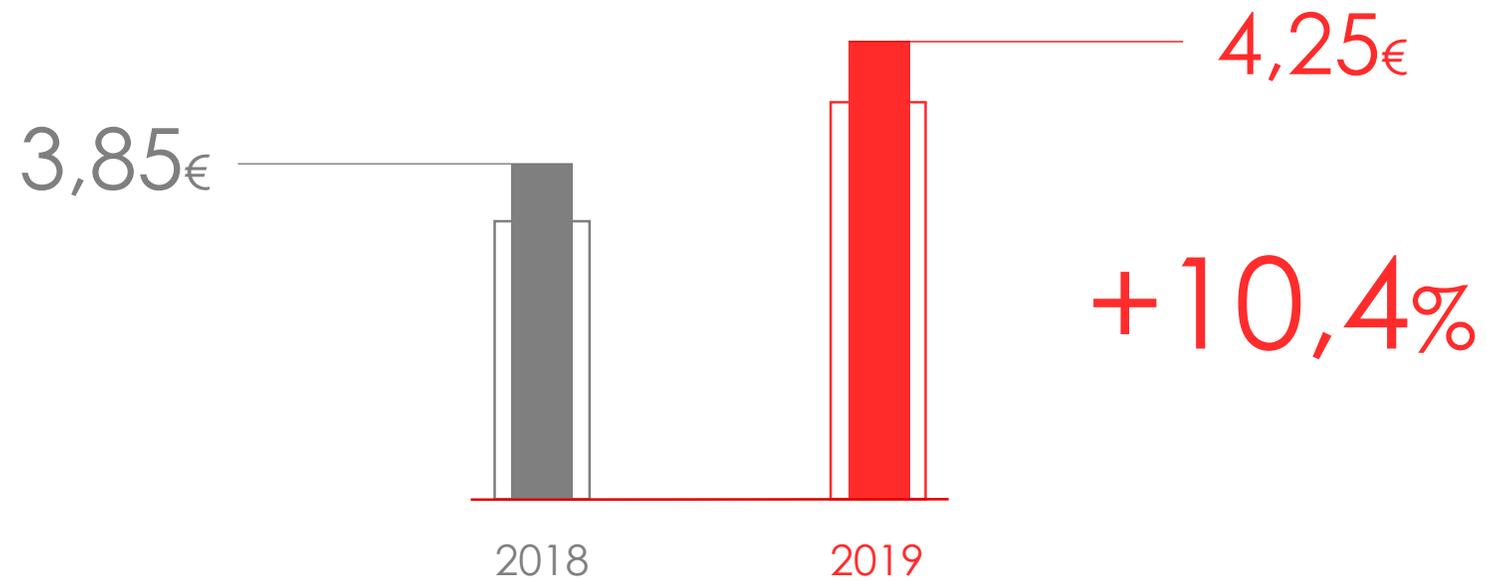
CASH-FLOW OPÉRATIONNEL

(EN MILLIONS D'EUROS)



Cash-flow opérationnel = Marge brute d'autofinancement - usage interne du besoin en fonds de roulement - investissements

DIVIDENDE PAR ACTION



3

NOUS RENFORÇONS
nos principaux atouts
pour préparer le futur



L'ORÉAL

01

À l'avant-garde des technologies
QUI RÉVOLUTIONNENT LA BEAUTÉ



GREEN SCIENCES



EXPOSOME



MICROBIOME

LA PLUS GRANDE FORCE DE RECHERCHE AU MONDE

dédiée à la beauté

4 100
EXPERTS R&I

1 Md€
DÉPENSES R&D

02

Optimisation de notre PORTEFEUILLE UNIQUE DE MARQUES

PRODUITS PROFESSIONNELS



PRODUITS GRAND PUBLIC



L'ORÉAL LUXE



COSMÉTIQUE ACTIVE



9 MARQUES MILLIARDAIRES

L'ORÉAL
PARIS

by GARNIER,
Naturally!

MAYBELLINE
NEW YORK

L'ORÉAL
PROFESSIONNEL
PARIS

LANCÔME
PARIS

YVES SAINT LAURENT

ARMANI

Kiehl's
SINCE 1851

LA ROCHE POSAY
LABORATOIRE DERMATOLOGIQUE

L'ORÉAL

COSMÉTIQUE
ACTIVE



DECLÉOR
PARIS
AROMESSENCE
NÉROLI BIGARADE
SÉRUM-HUILES ESSENTIELLES
ESSENTIAL OILS-SERUM
100% NATUREL/NATURAL

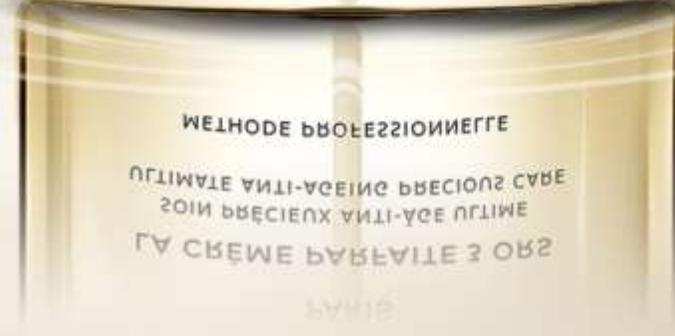


CARITA
PARIS

LA CRÈME PARFAITE 3 ORS
SOIN PRÉCIEUX ANTI-ÂGE ULTIME
ULTIMATE ANTI-AGEING PRECIOUS CARE

METHODE PROFESSIONNELLE

L'ORÉAL
LUXE



METHODE PROFESSIONNELLE
ULTIMATE ANTI-AGEING PRECIOUS CARE
SOIN PRÉCIEUX ANTI-ÂGE ULTIME
LA CRÈME PARFAITE 3 ORS

L'ORÉAL

L'ORÉAL LUXE
2 NOUVELLES MARQUES

AZZARO



MUGLER



L'ORÉAL



PARFAITE COMPLÉMENTARITÉ DE LA LICENCE PRADA AVEC NOTRE PORTEFEUILLE DE MARQUES

L'ORÉAL
LUXE



LANCÔME
PARIS



YVES SAINT LAURENT
BEAUTÉ



ARMANI



VALENTINO



BIOThERM



Kiehl's
SINCE 1851



URBAN DECAY



HR
BEAUTÉ BIOMIMÉTIQUE



IT COSMETICS™



shu uemura



YVES SAI



Atelier Cologne
Maison de Parfum
PARIS



clarisonic



RALPH LAUREN
FRAGRANCES



cacharel



VIKTOR & ROLF



DIESEL

PRADA

L'ORÉAL

03

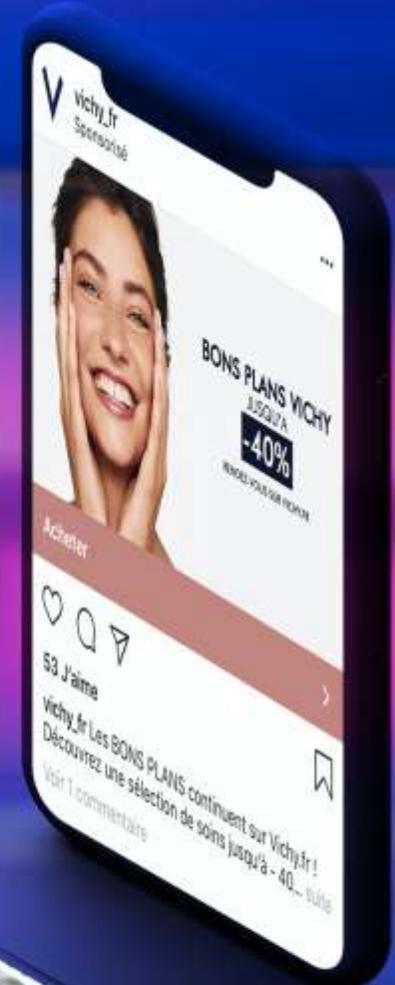
MAÎTRISE DU NOUVEAU MODÈLE MARKETING pour accentuer notre avance en digital



MARKETING DE PRÉCISION

≈ 50%
DES DÉPENSES MEDIA
EN DIGITAL

≈ 80%
EN PUBLICITÉ
PROGRAMMATIQUE



OPTIMISATION

de la performance en temps réel

Notre cockpit digital permet
d'améliorer fortement notre ROI



EXPÉRIENCE & SERVICES

MODIFACE

PLUS DE
20 MARQUES
70 PAYS



L'ORÉAL



Plus de 30 000
collaborateurs
FORMÉS

De nombreuses
compétences
INTERNALISÉES

L'ORÉAL

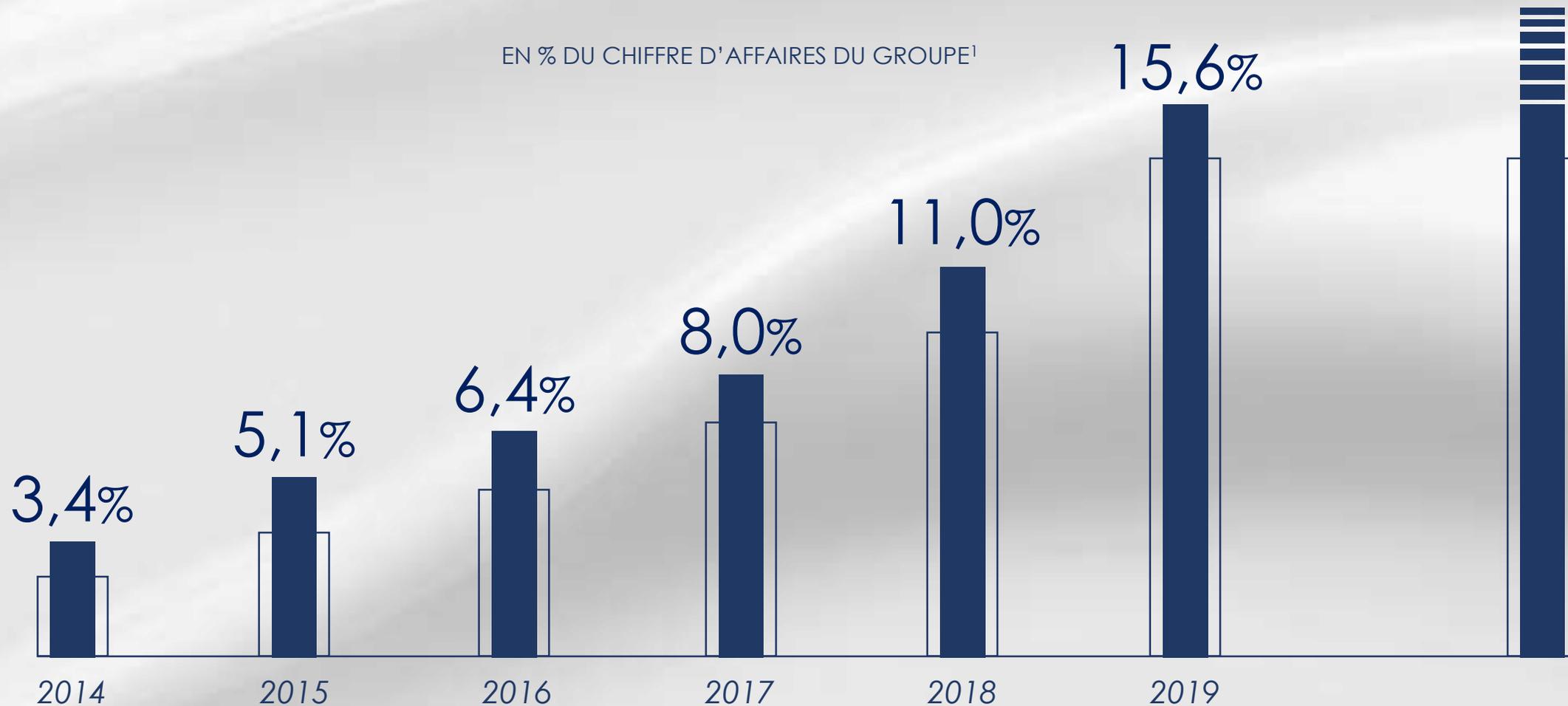
A close-up portrait of a woman's face, looking slightly to the right. The image is overlaid with vibrant, horizontal digital light bands in shades of blue, purple, and pink. On the left side, there are several concentric white circular lines, some of which are partially cut off by the edge of the frame. The overall aesthetic is futuristic and tech-oriented.

Leader du nouveau monde de
LA BEAUTY TECH

L'ORÉAL

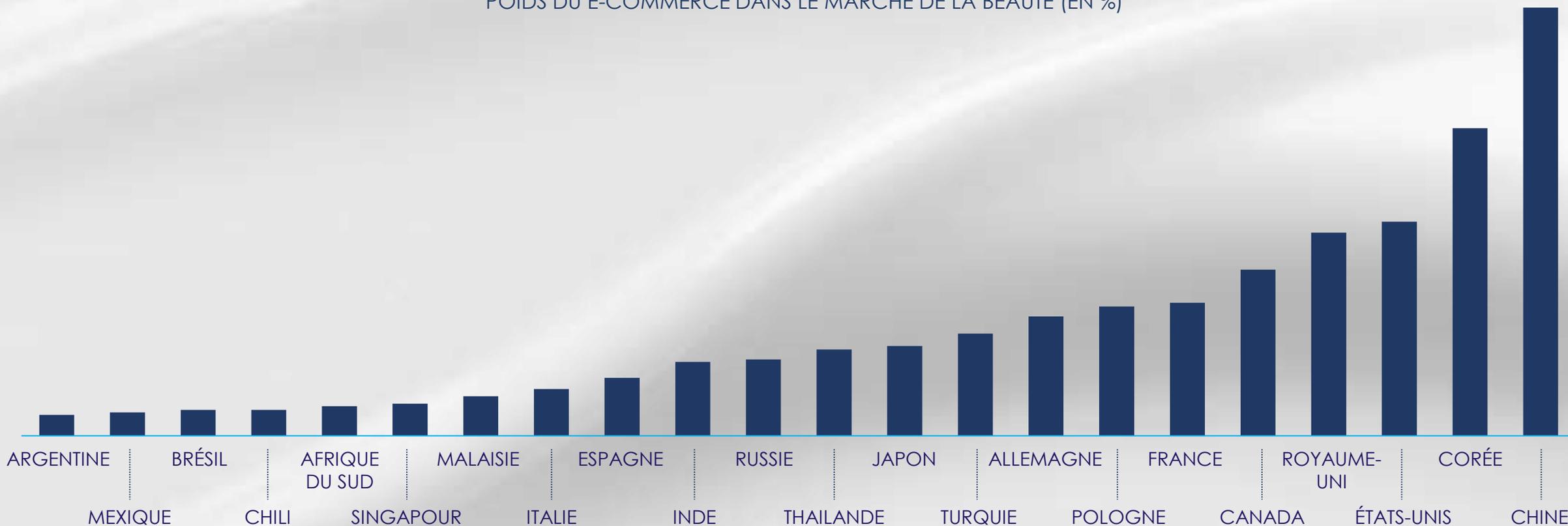
Maîtrise du NOUVEAU MODÈLE DE E-COMMERCE

EN % DU CHIFFRE D'AFFAIRES DU GROUPE¹



De nombreux pays sont AU DÉBUT DE L'AVENTURE DU E-COMMERCE

POIDS DU E-COMMERCE DANS LE MARCHÉ DE LA BEAUTÉ (EN %)

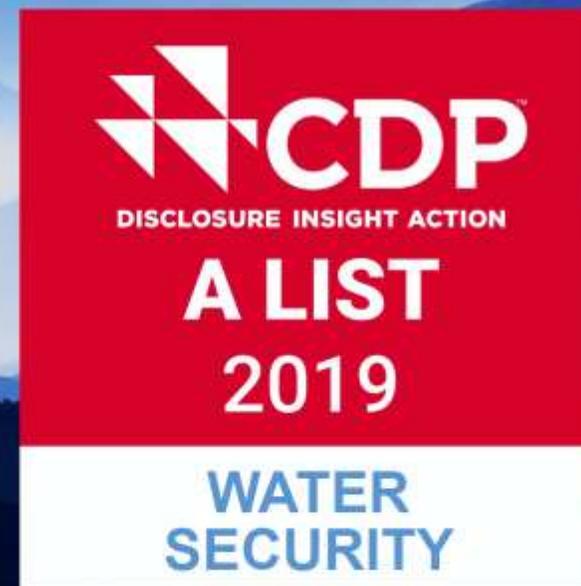


05

Accroître notre avance
EN MATIÈRE DE RESPONSABILITÉ



L'ORÉAL, SEULE ENTREPRISE AVEC 3 « A »
POUR LA 4^{ème} ANNÉE CONSÉCUTIVE



LEADER MONDIAL ÉGALITÉ HOMMES-FEMMES





covalence

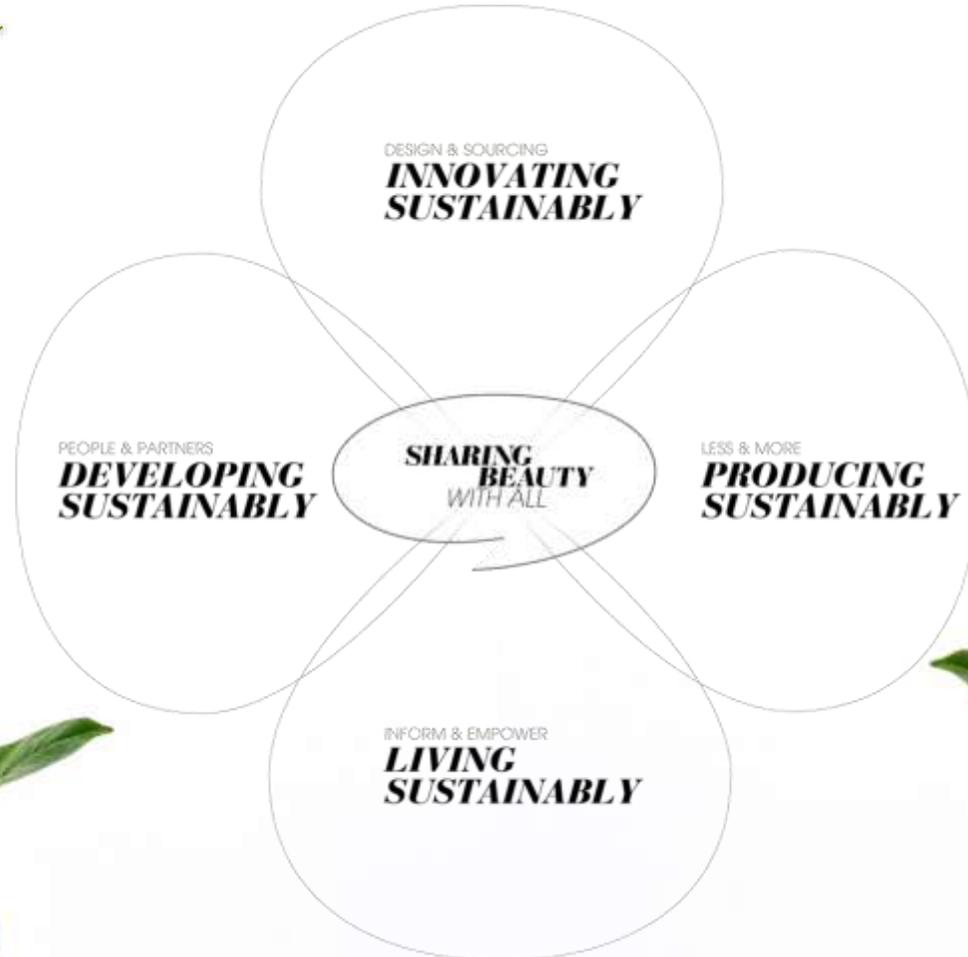
ESG ratings

N°1 DE L'INDICE
MONDIAL DE
RÉPUTATION
ETHICAL QUOTE



NOUVEAUX ENGAGEMENTS 2030

extrêmement ambitieux





Nous débutons
cette nouvelle
année et décennie

4

PLUS FORTS
QUE JAMAIS

L'ORÉAL

Sincère solidarité avec le peuple chinois



Après une période de turbulence
La consommation reprend
PLUS FORT QUE JAMAIS



En considérant que cette épidémie
se déroule comme les précédentes,

Confiance en notre capacité
à surperformer le marché
et

Réaliser une nouvelle année
de croissance du chiffre d'affaires
et des résultats



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."