

L'ORÉAL
FINANCE

la lettre
AUX ACTIONNAIRES

N° 75-PRINTEMPS 2020

ACTUALITÉS / p. 3

*QUAND LA TECH
TRANSFORME LE MARCHÉ
DE LA BEAUTÉ / p. 4*

*LES COULISSES
DE LA BEAUTÉ / p. 6*

*Retrouvez le cours de Bourse et la
rentabilité totale pour l'actionnaire / p. 8*



L'ORÉAL

Le mot du Président



JEAN-PAUL AGON

Président-Directeur Général de L'Oréal

« Dans un contexte marqué par l'expansion de la pandémie du Covid-19 qui a d'abord débuté en Chine puis s'est propagée dans le reste du monde, la priorité de L'Oréal est, avant tout, d'assurer la protection de ses collaborateurs. Le Groupe a aussi mis en place un grand nombre de mesures de solidarité pour ses clients et partenaires, et apporte son soutien auprès des autorités sanitaires.

Ce premier trimestre 2020 est caractérisé par un recul du marché cosmétique, d'environ - 8 %. Dans ce contexte difficile, L'Oréal a réussi à surperformer le marché avec une évolution du chiffre d'affaires à - 4,8 % à données comparables⁽¹⁾. Les performances par Division sont contrastées. Les Divisions L'Oréal Luxe et Produits Professionnels sont les plus impactées, du fait de la fermeture des parfumeries, grands magasins et salons de coiffure dans de nombreux pays. La Division des Produits Grand Public est, quant à elle, en recul plus modéré notamment grâce au maintien de l'activité dans la grande distribution. Enfin, la Division Cosmétique Active est toujours en progression à deux chiffres, avec un circuit de la pharmacie toujours ouvert, et un portefeuille de marques adapté à une demande forte de produits liés à la santé.

Toutes les Zones géographiques ont subi progressivement l'impact des fermetures de points de vente et la mise en place

des mesures de confinement : d'abord en Chine dès janvier, puis dans le reste du monde, particulièrement en Europe de l'Ouest à partir du début du mois de mars, et en Amérique du Nord fin mars. Quant au *Travel Retail*⁽²⁾, il est marqué par la forte restriction mondiale des déplacements.

À noter que la Chine montre d'ores et déjà une reprise encourageante de la consommation de produits de beauté.

Le e-commerce, incontournable moteur de croissance du Groupe, progresse de + 52,6 %, et représente maintenant presque 20 % du chiffre d'affaires⁽³⁾. La crise actuelle est un accélérateur puissant de la transformation digitale sur laquelle le Groupe est particulièrement bien positionné grâce à sa force en e-commerce et son expertise en termes de médias, contenus et services digitaux qui enrichissent l'expérience des consommateurs. Dans un environnement qui évolue quotidiennement, il est incontestable que les mesures de confinement continueront d'avoir un impact significatif sur la consommation des produits de soin et de beauté et par conséquent sur nos affaires au deuxième trimestre. Mais, comme le montre l'exemple de la Chine, cette situation ne remet pas en cause l'appétence des consommateurs pour la beauté qui reste intacte. Le marché devrait enregistrer un redémarrage marqué dès que les mesures de fermeture des points de vente seront levées.

Ainsi, les fondamentaux de L'Oréal restent, plus que jamais, pertinents. D'abord, notre force repose sur notre business model équilibré, avec une présence dans tous les circuits de distribution et dans toutes les catégories. Ensuite, le Groupe a déjà mis en place des mesures très rigoureuses en matière de discipline opérationnelle : gel des effectifs au niveau mondial, gel des voyages, réduction des dépenses non indispensables, révision approfondie des moyens-moteurs et des investissements. Par ailleurs, L'Oréal aborde cette période avec un bilan robuste, un niveau élevé de fonds propres et une trésorerie nette positive, ainsi que des lignes de crédit disponibles conséquentes. Enfin, ce sont le talent et l'engagement exceptionnels des équipes de L'Oréal partout dans le monde, ainsi que l'agilité de son organisation, qui permettent à l'entreprise de s'adapter, pays par pays, à l'évolution permanente de la situation.

Nous sommes ainsi confiants dans notre capacité à traverser cette période de crise dans les meilleures conditions possibles et à réaccélérer dans chacune des Zones géographiques dès que les conditions le permettront. »

(1) À données comparables : à structure et taux de change identiques. (2) Marché des voyageurs. (3) Chiffre d'affaires 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).

Chiffre d'affaires au 31 mars 2020

7,22
Mds €

-4,8 %
à données
comparables⁽¹⁾

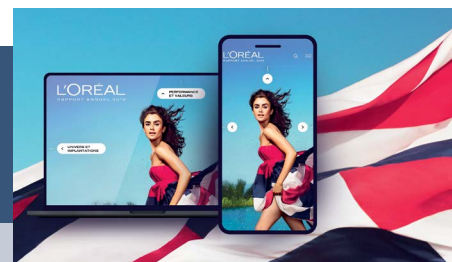
-4,3 %
à données
publiées

3A du CDP⁽²⁾ pour la quatrième année consécutive, pour la réduction d'émissions carbone, la gestion de l'eau et la protection des forêts dans la chaîne d'approvisionnement.

L'Oréal reconnu comme l'une des **Sociétés les Plus Éthiques au Monde** en 2020 par l'Institut Ethisphere. C'est la onzième fois que le Groupe obtient cette reconnaissance.

(1) À données comparables : à structure et taux de change identiques.

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



Pour en savoir plus sur la performance du Groupe en 2019, consultez le Rapport Annuel, sur www.lorealrapportannuel2019.com

Avec la propagation du virus Covid-19, la priorité absolue de L'Oréal est de protéger la santé de ses collaborateurs à travers le monde. Le Groupe a également mis en place des mesures d'aide et de solidarité afin de soutenir les acteurs qui se battent en première ligne pour limiter la propagation du coronavirus et ceux particulièrement exposés et fragiles face à la crise économique engendrée par l'épidémie. Aperçu de quelques actions phares du Groupe à travers le monde.



En termes de mesures sanitaires, l'ensemble des usines de L'Oréal partout dans le monde disposant d'un local adapté à la manipulation de l'alcool et d'inflammables (28 usines sur 39) sont aujourd'hui mobilisées pour la production de gel hydro-alcoolique, en Europe, aux États-Unis, en Amérique latine, en Asie et en Afrique. Au total, environ 2 400 tonnes de gel, soit plus de 14 millions d'unités de gels seront données aux personnels soignants jusqu'à fin mai 2020.

En **Europe**, la marque La Roche-Posay équipe en gel hydro-alcoolique les hôpitaux, EHPAD et principales pharmacies partenaires. La marque Garnier propose et distribue gracieusement à l'ensemble de ses clients européens de la distribution alimentaire plusieurs millions d'unités de gel hydro-alcoolique, afin que leurs employés, qui demeurent en activité pour répondre aux besoins fondamentaux des consommateurs, puissent se protéger en appliquant les mesures barrières préconisées.

En **France**, L'Oréal maintient la totalité des emplois et ne recourra pas au chômage partiel jusqu'à fin juin. Le Groupe s'est également engagé à ne procéder à aucun report de charges sociales ou fiscales durant cette période. Par ailleurs, L'Oréal a mobilisé et mis à la disposition des autorités françaises ses infrastructures opérationnelles en France et en **Chine**

pour commander du matériel médical en grande quantité, dont plusieurs centaines de respirateurs et dizaines de millions de masques, qui seront acheminés en France selon les instructions du gouvernement. Enfin, la Fondation L'Oréal a décidé de faire un don d'un million d'euros à des associations engagées dans la lutte contre la précarité, dont certaines sont des partenaires de ses programmes.

La Fondation L'Oréal va également soutenir Emergency et Banco Alimentare, en **Italie**.

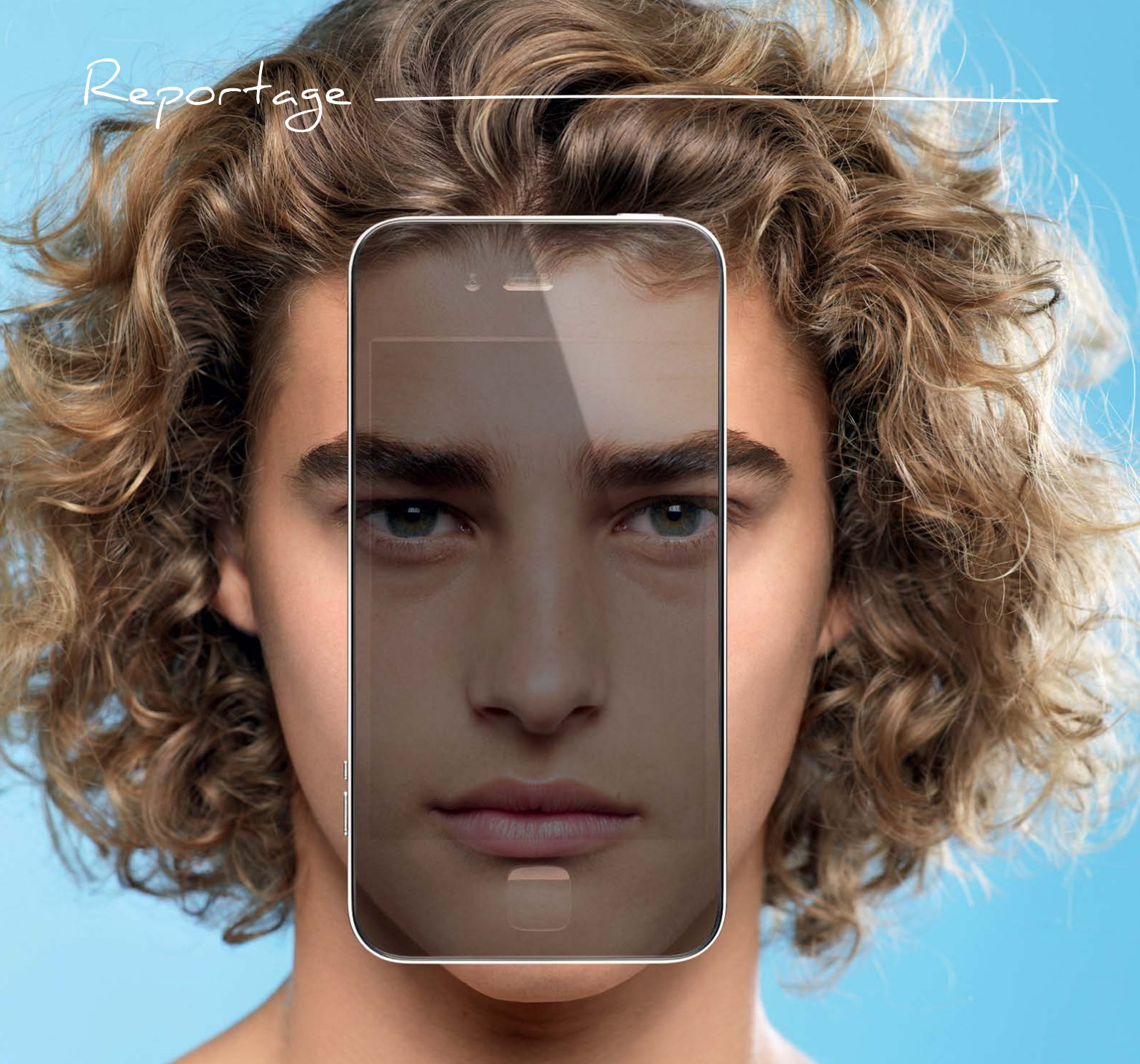
Aux **États-Unis**, le Groupe a réalisé un don de produits d'hygiène et de soins personnels d'une valeur de plus d'un million de dollars ainsi qu'un don de 250 000 dollars à des organisations non-lucratives afin de fournir un soutien d'urgence à travers l'Amérique aux familles en situation d'insécurité financière et alimentaire.

Au **Canada**, le Groupe a également réalisé un don d'une valeur totale de 200 000 dollars canadiens, à la fois en argent et en produits d'hygiène.

En **Chine**, L'Oréal a fait un don de 5 millions de yuan à la Croix-Rouge chinoise afin d'acheter des fournitures médicales de première nécessité.

Enfin, des mesures économiques et citoyennes s'appliquent partout dans le monde, où L'Oréal a choisi d'aider ses petits clients professionnels et petites parfumeries en différant leurs créances compte tenu des difficultés de trésorerie qu'ils peuvent rencontrer, jusqu'à leur reprise d'activité. Pour les fournisseurs les plus exposés, L'Oréal a raccourci les délais de paiement.





QUAND LA *TECH* TRANSFORME LE MARCHÉ DE LA BEAUTÉ

Avec les nouvelles technologies, le marché de la beauté connaît une véritable révolution, notamment dans le domaine des services. Des avancées qui font une véritable différence pour les consommateurs.

EXTRAIT
DU RAPPORT
ANNUEL 2019
DE L'ORÉAL

Retrouvez plus de contenu sur
www.lorealrapportannuel2019.com



Réinventer l'expérience beauté

Comment être sûre de choisir la bonne nuance de rouge à lèvres lorsque l'on achète en ligne ? C'est une question que les consommatrices de maquillage ne se posent plus grâce à ModiFace, *start-up* intégrée à L'Oréal en 2018, qui utilise la réalité augmentée pour l'essayage des produits de beauté et la simulation de coloration des cheveux. La collaboration avec Facebook permet aux utilisateurs du réseau social dans le monde entier de tester virtuellement les marques cosmétiques phares du Groupe. Les utilisateurs d'Amazon peuvent également depuis peu essayer virtuellement des produits de maquillage, quelle que soit leur marque, en prenant une vidéo ou un selfie avec la caméra de leur smartphone.

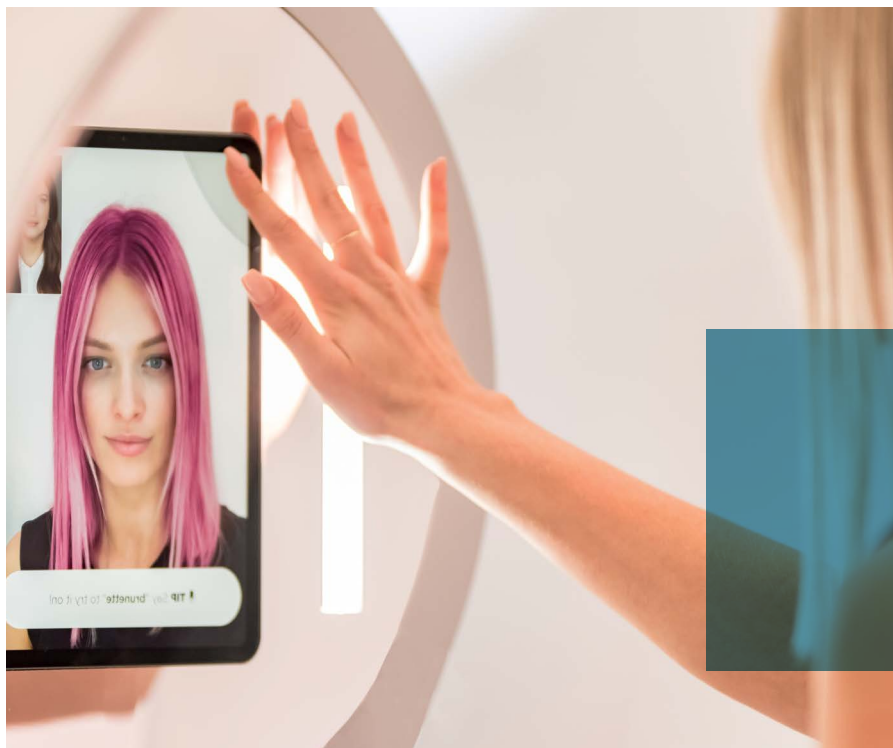
Les avancées technologiques se font également remarquer dans le domaine du « diagnostic » de peau personnalisé. Un algorithme d'intelligence artificielle développé par ModiFace, associé à *deep learning*⁽¹⁾ et à l'expertise des laboratoires de soin de la peau de L'Oréal, permet une évaluation précise des signes du vieillissement cutané à partir d'un selfie ainsi que des recommandations de routines et de produits sur mesure.

Innovation ouverte et partenariats

Convaincu que le brassage dynamique d'idées externes et internes peut transformer la façon dont les consommateurs interagissent avec la beauté, L'Oréal poursuit les initiatives pour renforcer sa stratégie d'innovation ouverte. Celle-ci est un vecteur d'identification de nouvelles *start-ups* qui pourront venir compléter les collaborations existantes avec Founders Factory, Partech International Ventures et Station F. L'ambition est de continuer à combiner les expertises dans le but de créer les prochaines générations de produits de beauté, d'outils et de services numériques innovants.

Les partenariats que L'Oréal noue avec ses distributeurs jouent également un rôle important dans la transformation de l'expérience client. Le Groupe met ses technologies à la disposition des distributeurs en *open source*⁽²⁾, restant ainsi « capitaine de catégorie » sur la beauté et un partenaire de choix. En 2019, le Groupe s'est associé à A.S. Watson en Chine pour l'application d'essayage virtuel de maquillage #ColourMe⁽³⁾, avec Google Lens aux États-Unis pour l'essai virtuel de colorations pour cheveux, ou encore avec Boots au Royaume-Uni pour un outil de « diagnostic » de peau proposant des conseils dermatologiques en ligne gratuits.

Autant de partenariats qui permettent d'offrir aux consommateurs une façon unique de découvrir et d'apprécier les produits cosmétiques et de réenchanter l'expérience beauté.



+ 52,6 %⁽⁴⁾

**croissance du chiffre
d'affaires du e-commerce
au 1^{er} trimestre 2020**

(1) Apprentissage profond. (2) En laissant en libre accès le code source de ces technologies. (3) « Colorie-moi ». (4) Chiffre d'affaires 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).

Les coulisses de la beauté

L'ORÉAL DANS LE MONDE

Sur un marché de la beauté toujours très dynamique en 2019, L'Oréal confirme sa position de leader mondial de la beauté avec une présence forte dans ses trois grandes Zones géographiques : Europe de l'Ouest, Amérique du Nord et les Nouveaux Marchés (Asie Pacifique, Amérique latine, Europe de l'Est, Afrique, Moyen-Orient). Les filiales du Groupe à travers le monde continuent de se démarquer, tant sur le plan financier que sur le plan extra-financier. Tour d'horizon de quelques initiatives locales remarquables.



EUROPE DE L'OUEST

Royaume-Uni

La success story

Yves Saint Laurent Beauté

La marque couture a su séduire de nouveaux consommateurs au Royaume-Uni. Portée par le succès de Black Opium, qui se classe dans le Top 5 des parfums féminins⁽¹⁾, et le lancement réussi de la fragrance Libre, Yves Saint Laurent reste l'une des 10 premières marques de beauté⁽¹⁾ du marché britannique. Elle réalise également une belle performance dans le domaine du maquillage des lèvres, où elle se place en troisième position sur le marché⁽²⁾, notamment grâce au succès du rouge à lèvres Rouge Pur Couture The Slim.

AMÉRIQUE DU NORD

Canada

L'éthique, c'est tous les jours !

Quel est le rôle du réseau d'ambassadeurs éthiques au sein de L'Oréal Canada ? En premier lieu, d'encourager les collaborateurs à s'exprimer sur les questions éthiques, afin que celles-ci ne restent pas sans réponse. Et de proposer des interlocuteurs de proximité, auxquels chacun peut se référer facilement pour bénéficier d'une écoute active. Ce réseau d'ambassadeurs est aussi le moyen de s'assurer que le dialogue sur l'éthique est ouvert, au quotidien.

Pour en savoir plus, découvrez la vidéo de **Nadia Petrolito**, Correspondante Éthique de L'Oréal Canada, sur www.lorealrapportannuel2019.com

ASIE PACIFIQUE

Chine

SkinCeuticals, la distribution gagnante

L'engouement des consommateurs pour SkinCeuticals, marque d'accompagnement des procédures esthétiques, explose en Chine, la propulsant au premier rang des marques de la Division Cosmétique Active de L'Oréal dans le pays. À l'origine de ce succès, les innovations proposées par SkinCeuticals pour répondre aux besoins des médecins et des patients ainsi qu'un haut niveau de personnalisation. Autre point fort de la marque : son circuit de distribution, qui prend la forme d'un triangle vertueux : la vente en cabinet médical, en e-commerce via la plateforme chinoise Tmall, ainsi qu'en magasins et *flagships*⁽³⁾.



AMÉRIQUE LATINE

Chili

Favoriser l'emploi des jeunes

Au Chili, plus de 18% des jeunes âgés de 15 à 29 ans (ce chiffre atteignant 38% à Santiago du Chili) ne sont ni étudiants, ni employés, ni stagiaires. Et les jeunes appartenant aux segments les plus pauvres de la population sont particulièrement touchés. Avec la conviction que les entreprises ont un rôle à jouer pour renforcer l'employabilité de ces populations, L'Oréal a lancé l'initiative « *Programa Avanza* », en collaboration avec deux universités. Le concept : permettre à de jeunes talents issus de milieux sociaux défavorisés d'accéder plus facilement au monde du travail grâce à des bourses scolaires, des ateliers et des stages proposés par L'Oréal. À ce jour, 145 jeunes ont été accueillis en stage.

Pour en savoir plus sur cette initiative, retrouvez la vidéo de **Jean-Marie Gourmelen**, Directeur des Relations Humaines, L'Oréal Chili, sur www.lorealrapportannuel2019.com

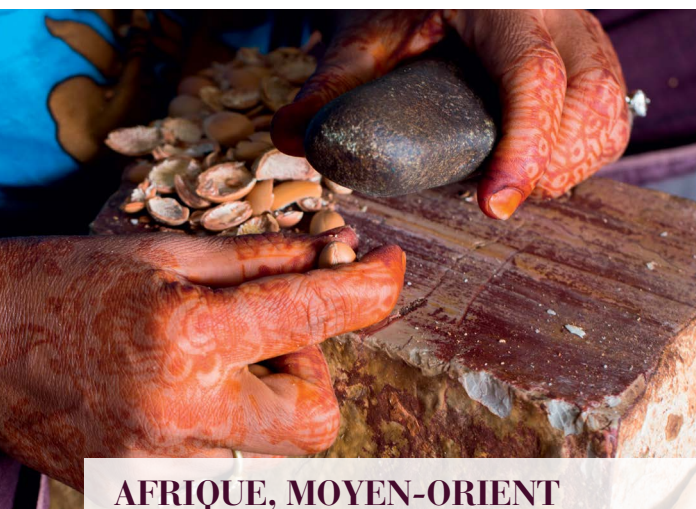
EUROPE DE L'EST

Russie

Le boom du maquillage en ligne

En Russie, le e-commerce devient un véritable facteur de transformation : canal de plus en plus plébiscité pour l'achat de maquillage, il permet de métamorphoser l'accès à cette catégorie de produits. La livraison ne dépasse pas sept jours, même pour les consommatrices installées dans les régions les plus éloignées du vaste territoire russe.

Pour en savoir plus, découvrez la vidéo de **Svetlana Obruchkova**, Directrice Générale de la Division des Produits Grand Public de L'Oréal en Russie, et **Anna Homutkova**, Directrice Maquillage de la Division des Produits Grand Public de L'Oréal en Russie sur www.lorealrapportannuel2019.com



AFRIQUE, MOYEN-ORIENT

Maroc

Soutenir l'argan solidaire et durable

Depuis 2008, L'Oréal achète 100 % de son huile d'argan – anti-âge et hydratant naturel très prisé – au Maroc, auprès d'un réseau de six coopératives solidaires qui comptent 560 femmes berbères. En partenariat avec son fournisseur et avec l'appui de l'ONG⁽⁴⁾ locale Yamana, L'Oréal a initié et cofinancé un programme garantissant aux coopératives des conditions équitables, respectueuses de la biodiversité et permettant de perpétuer ce savoir-faire ancestral.

Ces femmes bénéficient ainsi d'un revenu décent, de services tels que l'éducation, la garde d'enfants, et d'un accès aux soins facilité, renforçant ainsi leur autonomie financière et améliorant leurs conditions de vie.

(1) NPD Royaume-Uni, parfums féminins, 2019. (2) NPD Royaume-Uni, maquillage lèvres, 2019. (3) Magasins phares. (4) Organisation Non Gouvernementale.



DEVENEZ ACTIONNAIRE AU NOMINATIF

et bénéficiez
de la prime de
fidélité de

+ 10 %

QU'EST-CE QUE LE NOMINATIF ?

Les actions au nominatif sont inscrites **à votre nom** dans les registres de la société, 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) Après deux années de détention continue au nominatif, dans la limite de 0,5 % du capital pour un même actionnaire, à la date de clôture de l'exercice écoulé.

AVANT FIN 2020

Vous inscrivez vos actions au nominatif.

2021 / 2022

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

À PARTIR DE 2023

Au titre de l'exercice 2022, vous percevez pour la première fois la prime de fidélité de 10 % pour vos actions détenues continûment au nominatif depuis 2020.

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 la rubrique Actionnaires
sur le site Internet**

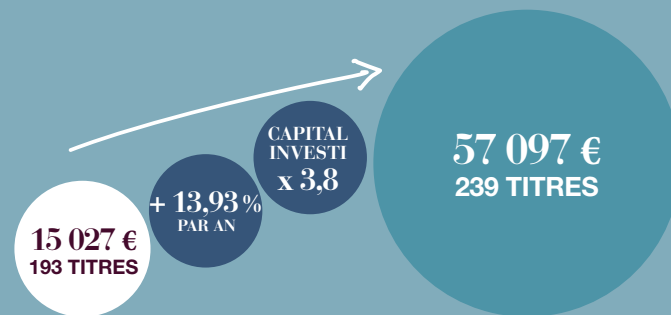
www.loreal-finance.com

L'Oréal et vous

RENTABILITÉ TOTALE POUR L'ACTIONNAIRE⁽¹⁾

Parmi les différents indicateurs économiques et financiers de mesure de création de valeur, L'Oréal a retenu la rentabilité totale pour l'actionnaire, souvent intitulée *Total Shareholder Return* (TSR). Cet indicateur synthétique, en effet, une mesure synthétique qui intègre à la fois la valorisation du titre et les revenus perçus sous forme de dividendes hors impôts sur la plus-value de cession et sur les dividendes, sur la base de la valeur de l'action au 31 mars 2020.

⁽¹⁾ Taux de rendement actuariel de l'investissement, en supposant la revente des titres au cours du 31 mars 2020.



2010 | **HYPOTHÈSE** | **2020**
Rendement total pour l'actionnaire sur dix ans, pour près de 15000€ investis en actions L'Oréal, dividendes réinvestis, hors frais bancaires et fiscalité.

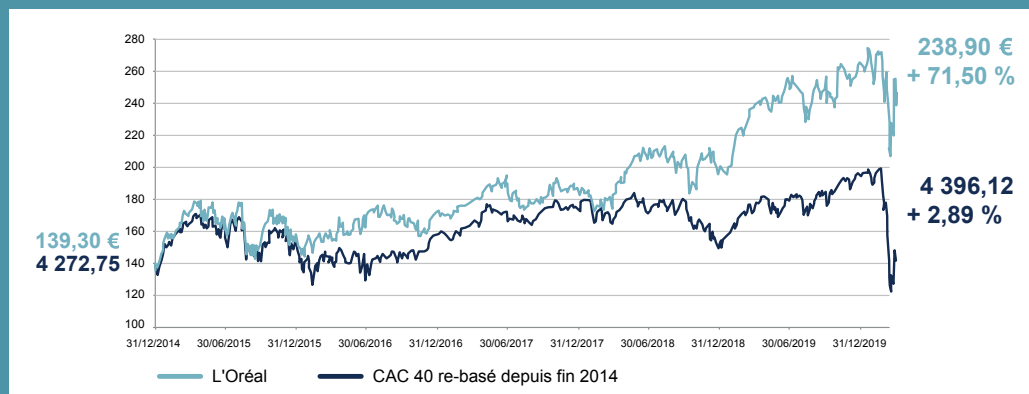
TAUX DE RENDEMENT ACTUARIEL

Sur la base du cours du 31 mars 2020

+ 8,74 % | + 13,93 % | + 8,19 %
sur 5 ans | sur 10 ans | sur 20 ans

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

Cours de Bourse L'Oréal vs CAC 40 de fin 2014 au 31 mars 2020⁽¹⁾



⁽¹⁾ Indice CAC 40 re-basé sur le cours de Bourse de L'Oréal depuis le 31/12/2014 // Source : Thomson Reuters Eikon, cours de Bourse au 31/03/2020.

+ 71,50 %
Variation de l'action
L'Oréal
de fin décembre 2014
au 31 mars 2020

+ 2,89 %
Variation du CAC 40
de fin décembre 2014
au 31 mars 2020

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

DATE CLÉ

30 juin 2020 : Assemblée Générale
Dans le contexte exceptionnel lié à l'épidémie de Covid-19, merci de consulter notre site internet loreal-finance.com pour en connaître les modalités.

COMITÉ CONSULTATIF DES ACTIONNAIRES

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

Si vous souhaitez le rejoindre, 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.