

L'ORÉAL
FINANCE

la lettre
AUX ACTIONNAIRES

N° 70-ÉTÉ 2018

ÉDITION SPÉCIALE
ASSEMBLÉE GÉNÉRALE 2018

EXTRAIT
DES INTERVENTIONS/p. 2

FAITS MARQUANTS/p. 5

*Retrouvez les questions des actionnaires
lors de l'Assemblée Générale et les dates
des prochains rendez-vous / p. 6 à 8*


Retrouvez
les temps forts en vidéo sur
loreal-finance.com

L'ORÉAL

L'ORÉAL



Interventions

JEAN-PAUL AGON

Président-Directeur Général de L'Oréal

EXTRAITS

Retrouvez l'intégralité
de l'intervention sur
loreal-finance.com

“ ÊTRE UN LEADER À LA FOIS
ÉCONOMIQUE ET SOCIÉTAL :
VOILÀ NOTRE OBJECTIF. ”

2017 a été une nouvelle belle année pour L'Oréal.

Le marché mondial de la beauté a accéléré. Nous estimons sa croissance entre + 4 et + 5 %. Sur ce marché dynamique, votre Groupe a lui-même accéléré sa **croissance au cours de l'année, avec une progression de + 5,5 %⁽¹⁾** au quatrième trimestre.

Nous avons renforcé nos positions dans les circuits, catégories et régions du monde stratégiques pour l'avenir.

En termes de circuits, **le luxe et Cosmétique Active** ont été particulièrement à l'honneur.

L'Oréal Luxe a connu une année exceptionnelle.

La Division a réalisé sa meilleure croissance depuis 2000, et surperformé son marché pour la septième année consécutive, et ce, grâce à la force et à la complémentarité de son portefeuille de marques emblématiques, à ses lancements innovants, et à sa capacité à utiliser les opportunités nouvelles qu'offre le digital.

La Division Cosmétique Active surperforme, elle aussi, le marché

depuis sept ans et a passé le cap des deux milliards d'euros de chiffre d'affaires. Une très bonne performance qui s'explique par une tendance de fond : la recherche d'un soin de la peau qui inspire confiance, en lien avec la santé, le bien-être, l'authenticité et la naturalité. Autres raisons de notre performance : des marques fortes, notamment La Roche-Posay ; et l'acquisition de la marque américaine CeraVe.

La performance globale de la Division des Produits Grand Public a été plutôt décevante, même si la croissance s'est améliorée progressivement au cours de l'année, notamment dans les Nouveaux Marchés. Nous avons identifié plusieurs leviers sur lesquels nous travaillons pour accélérer sa croissance cette année.

Enfin, en ce qui concerne la Division des Produits Professionnels : sur un marché difficile, que nous nous employons à redynamiser, sa croissance s'est redressée

en fin d'année. 2017 a été une année de redéfinition de la stratégie pour accélérer dans les mois et les années à venir.

Nous avons par ailleurs renforcé nos positions sur deux moteurs de croissance très stratégiques pour le futur : d'une part **le e-commerce**, où nos ventes ont progressé de + 34 %⁽²⁾ et dépassent désormais deux milliards d'euros, ce qui représente l'équivalent du troisième pays du Groupe ; d'autre part **le circuit des voyageurs, le Travel Retail**, un circuit dynamique et extrêmement porteur. L'Oréal fête ses 40 ans de présence sur ce circuit en renforçant sa position de leader.

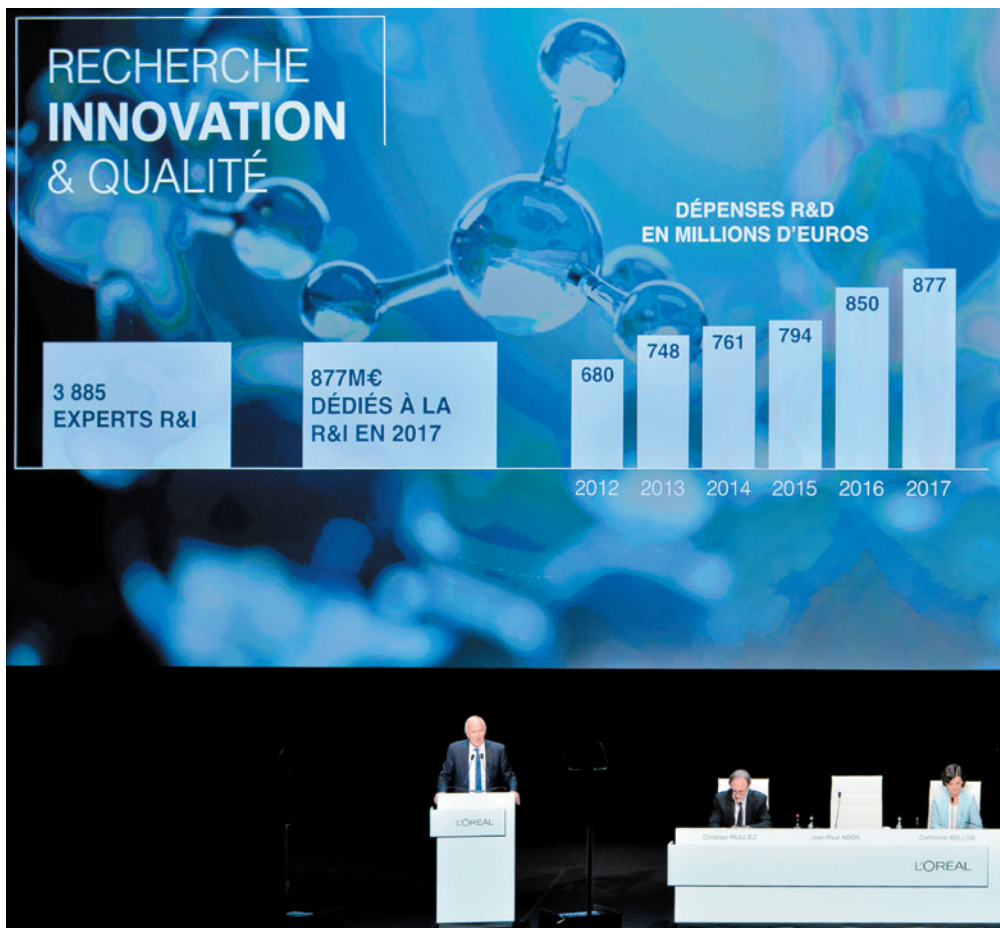
En ce qui concerne, enfin, notre performance par région, le Groupe a nettement surperformé dans les Nouveaux Marchés, où nous avons franchi le cap des 10 milliards d'euros de chiffre d'affaires, en particulier grâce au dynamisme de la zone Asie Pacifique.

Pour compléter ce tour d'horizon, j'ajouterais que L'Oréal a également délivré de très bons résultats financiers, démontrant ainsi, une nouvelle fois, **la puissance de son modèle de développement, solide, équilibré et créateur de valeur.**

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** qui vous est proposé. Vous le savez, ce dividende est majoré avec une prime de fidélité de + 10 % si vous détenez vos titres au nominatif depuis plus de deux ans. Il passe ainsi de 3,55 à 3,90 euros par action.

Et vous êtes nombreux à avoir fait le choix de vous inscrire au nominatif, puisque la barre des 35 000 inscrits a été franchie fin 2017. C'est une preuve de confiance, d'accompagnement sur le long terme, et je vous en remercie. Cela nous permet également de dialoguer avec vous de manière toujours plus proche et personnalisée. **C'est votre fidélité et votre soutien engagé qui rendent possibles la continuité stratégique de notre entreprise, sa pérennité et son succès.** Et, par conséquence directe, la belle rentabilité qu'offre l'action L'Oréal.

Notre mission va au-delà de la réussite économique. Nos performances ont été largement reconnues. **L'Oréal arrive en tête du classement mondial Newsweek 2017 Global 500 Green Ranking.** Et le CDP, l'ONG⁽³⁾ de référence en matière de performance environnementale, nous a attribué pour la deuxième année consécutive trois « A », la note la plus élevée, pour nos actions en matière de lutte contre le changement climatique, de gestion de l'eau et de lutte contre la déforestation. Autre grande source de fierté, car, là aussi, c'est un combat de longue date : L'Oréal a été classée par Equileap au **premier rang mondial en matière d'égalité hommes-femmes**, parmi plus de 3 000 entreprises, tous secteurs confondus.



Être un leader à la fois économique et sociétal : voilà notre objectif. Ce qui correspond aux attentes de la société vis-à-vis des entreprises. Notre ambition en termes de responsabilité nous permet d'avoir un impact positif sur l'environnement et la société, et d'inscrire notre succès dans la durée.

Nous sommes très fiers également d'être reconnus pour notre chiffre d'affaires sur le premier trimestre, qui confirme cet optimisme, puisqu'elle s'établit à + 6,8 %⁽¹⁾, la meilleure croissance depuis huit ans. Ce premier trimestre augure bien d'une belle année, pour laquelle **nous sommes confiants en notre capacité, une nouvelle fois, de surperformer le marché**, et de réaliser une croissance comparable significative de notre chiffre d'affaires, ainsi qu'une progression de notre rentabilité.

Nous venons d'ailleurs de publier la croissance de notre chiffre d'affaires sur le premier trimestre, qui confirme cet optimisme, puisqu'elle s'établit à + 6,8 %⁽¹⁾, la meilleure croissance depuis huit ans. Ce premier trimestre augure bien d'une belle année, pour laquelle **nous sommes confiants en notre capacité, une nouvelle fois, de surperformer le marché**, et de réaliser une croissance comparable significative de notre chiffre d'affaires, ainsi qu'une progression de notre rentabilité.

(1) À données comparables : à structure et taux de change identiques.
 (2) Chiffre d'affaires sur les sites en propre et estimation du chiffre d'affaires réalisé par les marques correspondant aux ventes sur les sites e-commerce des distributeurs (donnée non audité).
 À données comparables : à structure et taux de change identiques.
 (3) Organisation non gouvernementale.

STÉPHANE RINDERKNECH
Directeur Général de L'Oréal Chine

“ NOTRE PORTEFEUILLE
COMPTE PLUS DE VINGT
MARQUES IMPLANTÉES
EN CHINE. ”

EXTRAIT

Retrouvez l'intégralité
de l'intervention sur
loreal-finance.com

La Chine est le pays des superlatifs. Le plus peuplé de la planète. 1,4 milliard d'habitants. 200 villes de plus d'un million d'habitants. 200 millions de nouveaux urbains depuis dix ans. **Mais la Chine, c'est aussi l'histoire de l'essor spectaculaire de la classe moyenne grâce à l'élévation des revenus.** Elle rassemble aujourd'hui 560 millions de personnes, soit près de deux fois la population des États-Unis. Parallèlement, on assiste à une **véritable révolution des consommateurs.** Et ce, à deux niveaux : révolution de leurs mentalités et de leurs aspirations d'un côté ; révolution de leurs comportements et de leurs modes de consommation de l'autre.

L'Oréal a su tirer le meilleur de ces grandes transformations et s'imposer comme un groupe leader de la beauté en Chine, avec plus de 8 000 collaborateurs et deux usines qui ne fabriquent que pour les marchés chinois et asiatiques.

Comment expliquer notre succès sur le marché chinois ? Nous nous sommes appuyés sur quatre forces majeures, pleinement en phase avec les évolutions de la société chinoise, et qui vont continuer à assurer notre réussite future.

Premièrement, un portefeuille de grandes marques qui séduit les consommatrices. Les Chinois sont extrêmement sensibles aux marques, synonymes de qualité, de sécurité et de créativité. Notre portefeuille compte plus de vingt marques implantées en Chine, sélectives ou « premium », médicales ou expertes, authentiques et à l'héritage fort. Elles s'adressent aussi bien aux femmes qu'aux hommes, avec des produits dans toutes les catégories, à tous niveaux de prix.

Le deuxième grand atout de L'Oréal Chine, c'est une recherche de pointe concentrée sur les besoins spécifiques des femmes et des hommes chinois. Notre connaissance des peaux chinoises est tellement précise que les chercheurs de L'Oréal ont été les premiers à être capables de reconstruire des modèles de peau chinoise.

Aujourd'hui, environ 70 % des produits vendus en Chine sont spécifiquement adaptés, en coordination avec la Direction de la Recherche en France, au sein du centre de recherche de Pudong, près de Shanghai, qui compte plus de 400 experts de la beauté.

Troisième grande force : une capacité à s'adapter rapidement aux évolutions fulgurantes de la distribution.

En particulier, la montée en puissance du digital : la Chine est déjà le premier marché mondial pour les acheteurs en ligne de produits de beauté. Mais il n'y a pas que le digital qui évolue à vitesse accélérée. Toute la distribution est en mutation incessante en Chine, avec notamment, les boutiques en propre dans des centres commerciaux qui sont en pleine explosion. Aujourd'hui, nous avons environ 180 boutiques. Toutes utilisent le digital pour des expériences toujours plus inédites et immersives. Nous combinons ainsi le meilleur des deux mondes, la distribution physique et le digital.

Enfin, dernier atout pour saisir les innombrables opportunités du pays et bâtir une croissance durable : ce sont nos engagements « *Sharing Beauty With All* ». Dans un pays où la pollution est une problématique extrêmement préoccupante et l'une des grandes priorités du gouvernement chinois, notre Groupe a été moteur dans la mise en place de politiques de réduction de notre empreinte environnementale. Notre usine de Yichang a été la première usine du Groupe en Asie Pacifique à atteindre la neutralité carbone dès 2015.

La Chine est une grande puissance dont les évolutions rapides sont à couper le souffle. Plus que jamais, elle est en marche vers un très bel avenir, dont le Groupe L'Oréal ne peut que profiter en sachant « saisir ce qui commence », grâce à l'esprit entrepreneurial de ses équipes.

TOUTES LES RÉSOLUTIONS

SOUMISES AU VOTE ONT ÉTÉ ADOPTÉES.

Approbation des comptes sociaux de l'année **99,8 %**

Approbation des comptes consolidés de l'année **99,7 %**

Affectation du bénéfice de l'exercice 2017 et fixation du dividende **99,7 %**

Nomination de Monsieur Axel Dumas en qualité d'administrateur **99,8 %**

Nomination de Monsieur Patrice Caine en qualité d'administrateur **99,2 %**

Renouvellement du mandat d'administrateur de Monsieur Jean-Paul Agon **91,8 %**

Renouvellement du mandat d'administrateur de Madame Belén Garijo **98,6 %**

Fixation du montant annuel des jetons de présence alloués aux membres du Conseil d'Administration **99,6 %**

Approbation de l'application des dispositions du contrat de travail de Monsieur Agon correspondant à des engagements de retraite à prestations définies pour la période de l'exercice de son mandat social renouvelé **98,8 %**

Approbation des principes et critères de détermination, de répartition et d'attribution des éléments composant la rémunération totale et les avantages de toute nature attribuables aux dirigeants mandataires sociaux **96,5 %**

Approbation des éléments fixes et variables composant la rémunération totale et les avantages de toute nature, versés ou attribués au titre de l'exercice 2017 à Monsieur Jean-Paul Agon en raison de son mandat de Président-Directeur Général **95,7 %**

Autorisation de rachat par la Société de ses propres actions **99,3 %**

Autorisation donnée au Conseil d'Administration de réduire le capital par annulation des actions acquises par la Société dans le cadre des articles L. 225-209 et L. 225-208 du Code de commerce **99,8 %**

Délégation de compétence accordée au Conseil d'Administration en vue d'augmenter le capital pour rémunérer des apports en nature de titres de capital ou de valeurs mobilières donnant accès au capital de sociétés tierces **99,4 %**

Autorisation donnée au Conseil d'Administration de procéder à l'attribution gratuite aux salariés et mandataires sociaux d'actions existantes et/ou à émettre emportant renonciation des actionnaires à leur droit préférentiel de souscription **91,6 %**

Délégation de compétence accordée au Conseil d'Administration en vue de permettre une augmentation de capital réservée aux salariés avec suppression du droit préférentiel de souscription des actionnaires **99,6 %**

Délégation de compétence accordée au Conseil d'Administration en vue de permettre la réalisation d'une augmentation de capital réservée au profit de catégories de bénéficiaires constituées de salariés de filiales étrangères avec suppression du droit préférentiel de souscription des actionnaires, dans le cadre d'une opération d'actionariat des salariés **99,6 %**

Modification des dispositions statutaires relatives aux déclarations de franchissements de seuils **79,6 %**

Pouvoirs pour formalités **99,9 %**

+ 7,6 %

Augmentation du dividende à 3,55 € par action, soit 3,90 € pour les actions au nominatif ⁽¹⁾

(1) Pour les actions inscrites continûment au nominatif depuis au moins deux ans.

NOMINATION DE DEUX NOUVEAUX ADMINISTRATEURS

Monsieur Axel Dumas est gérant de Hermès International depuis juin 2013.

Sa nomination pour quatre ans au Conseil d'Administration a été approuvée par l'Assemblée Générale.

L'expérience internationale et la connaissance de l'univers du luxe de Monsieur Axel Dumas seront précieuses et enrichissantes pour le Conseil.



Monsieur Patrice Caine est Président-Directeur Général du Groupe Thales. Sa nomination pour quatre ans au Conseil d'Administration a été approuvée. Monsieur Patrice Caine apportera au Conseil de L'Oréal sa vision stratégique, son expertise industrielle unique, ainsi que son expérience et sa connaissance dans les nouvelles technologies et dans la cybersécurité.

Questions / réponses



LES ACTIONNAIRES PRENNENT LA PAROLE

Cette année encore, les échanges ont été riches entre L'Oréal et ses actionnaires.

Quel est l'engagement de L'Oréal contre le réchauffement climatique et sur l'initiative « Science Based Target »⁽¹⁾ ?

« Science Based Target » a été lancée par des ONG pour mettre en œuvre les objectifs de l'accord de Paris sur le climat (COP 21). Et, au niveau mondial, 317 entreprises ont signé cet engagement. Dans le cadre de cette initiative, les objectifs que nous nous sommes fixés sont très ambitieux. Nos engagements ont été validés en décembre 2017. Une communication dédiée sera mise en œuvre prochainement.

Le rapport d'avancement « *Sharing Beauty With All* »⁽²⁾ 2017, qui rend compte de notre engagement en matière de développement durable, a été publié et annonce nos principaux objectifs, comme la réduction de 25 % en valeur absolue de l'ensemble de nos émissions de gaz à effet de serre, c'est-à-dire celles qui sont directement émises par L'Oréal comme celles générées de manière indirecte. Dès 2025, l'engagement que tous nos sites devront atteindre la neutralité carbone. Et d'ici à 2025, l'engagement que 100 % de nos emballages plastiques seront rechargeables, réutilisables, recyclables ou compostables. Une mesure qui aura un effet direct sur l'utilisation d'énergies fossiles et sur l'économie circulaire.

Vous avez dit avoir deux moteurs de croissance qui tournent à plein régime : le e-commerce et le *Travel Retail*⁽³⁾. Qu'attendez-vous de ces deux moteurs cette année ?

Concernant le e-commerce et *Travel Retail*, ce sont deux réacteurs formidables. Nous avons d'ailleurs été pionniers sur ces deux circuits.

Le e-commerce représente déjà plus de 2 milliards d'euros et progresse de l'ordre de 33 % par an. En Chine, cette année, il va représenter près de 40 % du chiffre d'affaires des Produits Grand Public. Et au niveau total des divisions de la Chine, il représente plus de 20 %.

C'est un circuit très dynamique en termes de croissance et complémentaire des achats réalisés dans les magasins. Le *Travel Retail*, par ailleurs, est aussi en forte croissance, entre 15 et 20 %, grâce au trafic aérien qui augmente chaque année, notamment avec les touristes d'Asie.



Le groupe L'Oréal, pour marquer sa différence en matière de handicap, envisage-t-il Marie Bochet comme égérie de sa marque ?

Je suis très heureux de vous répondre par l'affirmative. J'ai récemment rencontré Marie Bochet lors d'une émission TV où elle était également invitée. La marque L'Oréal Paris est actuellement en discussion avec elle. C'est une jeune femme extraordinaire et une magnifique porte-parole pour la marque L'Oréal Paris et « Nous le valons bien ». Les valeurs de la marque L'Oréal Paris ne concernent pas uniquement la beauté. Ce sont aussi des valeurs personnelles, le courage, le dépassement... Marie Bochet les incarne parfaitement.

Je m'interroge sur l'impact des variations des cours de change sur les résultats de la société. Quand on voit des cours de change qui évoluent fortement, on s'interroge pour savoir si l'entreprise subit directement l'impact de ces cours de change ou si vous avez mis en place des opérations de couverture qui permettent de décaler l'effet dans le temps ?

Votre question est très pertinente. Notre chiffre d'affaires est réalisé à 75 % dans des monnaies autres que l'euro. La couverture des changes est donc essentielle. Il y a deux types d'effets de change : d'une part, les effets de conversion lorsque nous convertissons les résultats de nos filiales en euros pour obtenir nos comptes consolidés. Ces effets là ne sont pas couverts. D'autre part, les effets de change sur les transactions, qui sont systématiquement couverts, depuis plusieurs dizaines d'années, afin de sécuriser l'exploitation de nos entités.



Vous adressez-vous particulièrement aux Millennials⁽⁴⁾ ?

Les *Millennials*, ce sont les nouvelles générations. Nous faisons tout pour les intéresser et les cibler. Toutefois, cela ne signifie pas que nous ne nous intéressons uniquement à eux. Nos marques et nos produits accompagnent les femmes et les hommes tout au long de leur vie. Nous avons aussi des égéries comme Jane Fonda, Julia Roberts et Isabella Rossellini. La mission de L'Oréal, c'est la beauté pour tous, la beauté pour toutes les tranches d'âges et tous les désirs de beauté.

(1) Programme initié par le CDP, le Pacte mondial des Nations unies, l'Institut des ressources mondiales (WRI) et l'ONG WWF, qui évalue les engagements des entreprises pour lutter contre le réchauffement climatique.
(2) Partager la beauté avec tous, programme de développement durable de L'Oréal.
(3) Marché des voyageurs.
(4) Génération née entre les années 1980 et 2000.

RÈGLEMENT GÉNÉRAL SUR LA PROTECTION DES DONNÉES (RGPD)

Madame, Monsieur, Cher(ère) Actionnaire,

L'entrée en application récente (25 mai 2018) du règlement général sur la protection des données (RGPD) dans l'ensemble des pays de l'Union européenne nous donne l'occasion de vous rappeler que L'Oréal a pris toutes les dispositions nécessaires à la sécurité de vos coordonnées personnelles.

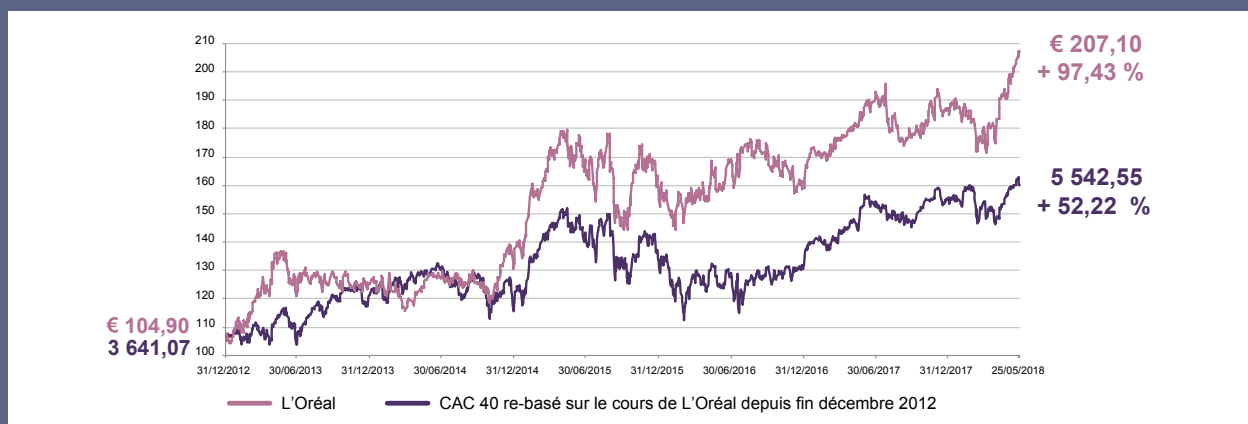
Vos coordonnées sont connues de L'Oréal uniquement en raison de votre qualité d'actionnaire de la société, de votre inscription comme destinataire de nos informations financières ou de la relation professionnelle que vous entretenez avec la Direction de la Communication Financière de la société L'Oréal.

Vous pouvez, à tout moment, demander l'accès ou la rectification de vos coordonnées, ainsi que vous désabonner de nos publications en nous adressant votre demande à l'adresse suivante :

L'Oréal - Direction des relations actionnaires
41, rue Martre, 92117 Clichy - France
contact@loreal-finance.com

COURS DE L'ACTION

de fin 2012 au 25 mai 2018⁽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 25/05/2018



DIALOGUE ET PROXIMITÉ

L'AGENDA DE VOS RÉUNIONS
D'ACTIONNAIRES

LYON - 2 octobre 2018
LILLE - 3 décembre 2018

loreal-finance.com
Rubrique : vos rendez-vous

