

N°83
HIVER 2022/
2023

LA LETTRE AUX ACTIONNAIRES

L'Oréal Professionnel
Kérastase
Redken
Matrix
Pureology
Pulp Riot
L'Oréal Paris
Garnier
Maybelline New York
NYX Professional Makeup
Stylenanda
Essie
Mixa
Dark and Lovely
Lancôme
Yves Saint Laurent
Giorgio Armani
Kiehl's
Helena Rubinstein
Biotherm
Shu Uemura
IT Cosmetics
Ralph Lauren
Urban Decay
Mugler
Valentino
Viktor&Rolf
Azzar
Prada
Diesel

L'ORÉAL

104



PERFORMANCE &
ACTUALITÉS

INVESTIR DAY :
À LA RENCONTRE
DES INVESTISSEURS

NICOLAS HIERONIMUS
RÉPOND AUX QUESTIONS
DES ACTIONNAIRES SUR
BOURSORAMA

L'ORÉAL
FINANCE



“
La robustesse du modèle de L'Oréal, alliée à son agilité et à l'engagement de ses équipes, lui permet à nouveau de surperformer significativement le marché.”

NICOLAS HIERONIMUS

Directeur Général de L'Oréal

Chers actionnaires,
 Le 20 octobre dernier, votre Groupe a publié son chiffre d'affaires au 30 septembre 2022. Dans un contexte plus volatil que jamais marqué par les contraintes sanitaires en Chine et l'inflation dans le monde occidental, L'Oréal réalise un troisième trimestre très solide, poursuivant un rythme de croissance soutenu par rapport à 2019. Bénéficiant de sa stratégie de rééquilibrage, notamment géographique, le Groupe affiche à fin septembre 2022 une croissance forte de + 20,5 % en publié, avec un impact positif important des effets de change, et de + 12,0 % en comparable.

Le marché mondial de la beauté reste dynamique et l'appétit des consommateurs pour les produits de beauté est intact. La robustesse du modèle de L'Oréal, alliée à son agilité et à l'engagement de ses équipes à travers le monde, lui permet à nouveau de surperformer significativement le marché et renforcer sa position de numéro 1 mondial de la beauté.

Les chiffres démontrent le bon rééquilibrage de l'empreinte géographique du Groupe. Toutes les Zones sont en progression, y compris l'Asie du Nord malgré des turbulences dans l'écosystème chinois. Les autres Zones réalisent une croissance à deux chiffres, avec une très forte progression dans les marchés émergents (SAPMENA-SSA⁽¹⁾, Amérique latine) et une performance remarquable en Europe. La croissance est également équilibrée par Division, chacune surperformant son marché. La Division des Produits Grand Public poursuit

son accélération depuis le début de l'année et nos trois Divisions sélectives enregistrent une croissance à deux chiffres sur neuf mois. La performance de L'Oréal Luxe est temporairement impactée au troisième trimestre par plusieurs facteurs ponctuels (confinements à répétition en Chine continentale et à Hainan, facturations du *Travel Retail* anticipées au deuxième trimestre). Néanmoins, la Division a réaccélééré en septembre et a atteint au troisième trimestre des parts de marché record en Chine continentale.

Le Groupe récolte les fruits de sa stratégie de valorisation qu'il a déployée dès le début de cette année, et dont les effets accélèrent en particulier en Europe et en Amérique du Nord.

Fidèles à notre double ambition d'excellence économique et sociétale, nous sommes fiers d'avoir obtenu la distinction « Platine » d'EcoVadis, qui classe L'Oréal dans le top 1 % mondial des entreprises les plus performantes sur le plan environnemental et social. Les efforts de L'Oréal ont également été à nouveau reconnus par Refinitiv dans son top 100 des entreprises les plus diverses et inclusives au monde.

En dépit des incertitudes actuelles, nous restons confiants quant aux perspectives du marché mondial de la beauté, qui confirme à nouveau sa résilience, confiants dans notre force d'innovation, et confiants dans notre capacité à surperformer le marché pour réaliser une nouvelle année de croissance du chiffre d'affaires et des résultats en 2022.

CHIFFRE D'AFFAIRES AU 30 SEPTEMBRE 2022

27,94

Mds €

+ 20,5 %

à données
publiées

+ 12,0 %

à données
comparables⁽²⁾

Toutes les **Divisions**
et toutes les **Zones**
géographiques
sont en **croissance**

Plus d'informations sur loreal-finance.com

(1) SAPMENA - SSA : South Asia Pacific, Middle East, North Africa, Sub-Saharan Africa (Asie du Sud, Pacifique, Moyen-Orient, Afrique du Nord et Afrique Subsaharienne).

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



ACQUISITION DE SKINBETTER SCIENCE

En octobre, L'Oréal a finalisé l'acquisition de Skinbetter Science, marque américaine de soin de la peau à la pointe de la recherche dermatologique. Ses produits innovants sont distribués par des professionnels de santé aux États-Unis, à travers un réseau composé des meilleurs dermatologues, chirurgiens plastiques et médecins esthétiques.

L'ORÉAL DISTINGUÉ POUR SA PERFORMANCE ENVIRONNEMENTALE ET SOCIALE



L'Oréal a obtenu la distinction « Platine » d'EcoVadis, avec un score de 83/100, pour sa performance environnementale et sociale. Grâce à cette récompense, L'Oréal se place désormais dans le top 1% mondial des entreprises (parmi plus de 100 000 évaluées) qui performent le mieux dans ces domaines. Le Groupe a notamment amélioré son score sur l'éthique, les achats responsables et les droits humains.

L'ORÉAL BOOST : UN NOUVEAU PROGRAMME MONDIAL EN FAVEUR DE L'EMPLOI DES JEUNES

Un an après le lancement de son programme L'Oréal pour la Jeunesse, dont l'objectif est d'offrir 25 000 opportunités de travail chaque année, le Groupe poursuit son action en soutien de la réussite des générations futures. Le nouveau programme L'Oréal BOOST proposera chaque année à 20 000 étudiants l'accès à une sélection de cours à la demande et en ligne fournis par Coursera, le leader de l'apprentissage en ligne à destination des étudiants et des entreprises. Il s'agit de contribuer à ouvrir davantage l'accès à des diplômes prestigieux aux jeunes issus de milieux défavorisés ou sous-représentés.



TOP 100 COMPANY 2022
Diversity and Inclusion Index

DIVERSITÉ ET INCLUSION : L'ORÉAL RECONNU PAR REFINITIV

Le 29 septembre dernier, L'Oréal s'est classé en 14^e position de l'indice Diversité & Inclusion 2022 de Refinitiv, qui établit la liste des 100 entreprises les plus diverses et inclusives au monde parmi les 12 000 sociétés internationales évaluées à travers 24 critères variés.

L'ORÉAL DANS LE TOP 5 DES ENTREPRISES LES PLUS ATTRACTIVES AU MONDE



L'Oréal figure à nouveau cette année dans le top 5 du classement mondial Universum des entreprises préférées des étudiants en écoles de commerce. Le Groupe détient aussi la première place des entreprises européennes du classement.



LE SITE L'ORÉAL FINANCE RÉCOMPENSÉ

À l'occasion de la 21^e édition des Investor Awards, organisés par Boursorama, L'Oréal a été à nouveau désigné comme l'entreprise du CAC 40 dotée du meilleur site web. Cette distinction, établie sur la base d'une étude Opinion Way menée auprès d'environ 35 000 participants issus des communautés Boursorama, F2iC et EDHEC, récompense pour la deuxième année consécutive l'écosystème digital de communication financière de L'Oréal.

Explorez le site
L'Oréal Finance en

scannant ce QR code





“
 Nous avons bâti
 le portefeuille
 de marques le
 plus varié et le
 plus puissant
 de l'industrie
 cosmétique
 mondiale.”

CHRISTOPHE BABULE,
 Directeur Général Administration
 et Finances de L'Oréal



Retrouvez la rediffusion de
 l'intervention de Christophe
 Babule à Investir Day en

scannant ce QR code



INVESTIR DAY : À LA RENCONTRE DES INVESTISSEURS

Partenaire officiel d'Investir Day, L'Oréal a participé activement au salon dédié aux investisseurs individuels qui s'est tenu en novembre au Carrousel du Louvre. Plongez au cœur des échanges de la journée et des témoignages d'experts du Groupe qui ont animé l'événement.

Trois questions à Christophe Babule à l'occasion d'Investir Day :

Quelles sont les perspectives du marché de la beauté et les atouts de L'Oréal en particulier ?

L'Oréal est une entreprise unique, sur un marché unique : celui de la beauté - un marché immense et dynamique, porté par une démographie en croissance et par une expansion des classes moyennes en quête de premiumisation⁽¹⁾. Le contexte global invite à la prudence à court terme, mais nous sommes très confiants sur le long terme, du fait de notre force d'innovation, de notre avance dans le digital et de l'appétit de beauté des consommateurs. Les classes moyennes et supérieures continuent de croître et les experts estiment que, d'ici 2030, elles connaîtront une croissance supplémentaire d'un milliard dans le monde.

Malgré l'inflation, l'industrie de la beauté reste dynamique et le marché porteur, avec notamment une forte croissance en parfum et en maquillage, l'assouplissement des mesures sanitaires et le retour de la vie sociale.

Pour conforter sa place de premier groupe cosmétique mondial, L'Oréal se transforme et s'adapte en continu, fort de son organisation stratégiquement centralisée et opérationnellement décentralisée. Notre modèle de croissance équilibré s'appuie sur des moteurs puissants à travers nos quatre Divisions, nos cinq Zones géographiques et les catégories sur lesquelles nous opérons.

Notre capacité à valoriser notre offre par l'innovation, contrôler les



(1) Montée en gamme des produits.

coûts, absorber l'impact de la hausse des prix des matières premières et atténuer les pressions sur la chaîne d'approvisionnement est un véritable atout. Et nous continuons d'investir efficacement dans nos marques, pour renforcer leur désirabilité. Notre Groupe s'est d'abord développé par croissance organique, puis grâce à des acquisitions ciblées, nous avons étoffé notre portefeuille de marques pour répondre à toutes les aspirations de beauté à travers le monde. Nous avons ainsi bâti le portefeuille le plus varié et le plus puissant de l'industrie cosmétique mondiale, avec aujourd'hui 80 marques complémentaires, dont 35 marques internationales; huit d'entre elles dépassent déjà le milliard d'euros.

Comment concilier croissance et responsabilité sociale et environnementale ?

Il ne s'agit plus aujourd'hui de « concilier » mais de changer « de disque dur ». Car l'un ne va pas sans l'autre. On ne peut croire aujourd'hui que si cette croissance est responsable et durable, sous peine de disparaître à terme. Cette approche touche absolument toute la vie de l'entreprise : de la façon dont nous gérons les approvisionnements et dont nous produisons, à notre contribution à restaurer des écosystèmes naturels endommagés, en passant par le partage de la valeur et le soutien à des communautés fragilisées. Nos engagements sont mesurés et audités, et reconnus par les experts indépendants externes tels que le CDP⁽²⁾, S&P Global Ratings, ou encore UN Global Compact LEAD. Et nous prenons évidemment notre part dans l'effort de sobriété énergétique de - 10%. Notre programme L'Oréal pour le Futur va plus loin, pour développer notre activité dans les limites des ressources planétaires et conjuguer valeur financière avec valeur environnementale et sociale.

Quelle est la place de l'actionnariat individuel chez L'Oréal ?

La stabilité actionnariale est l'un des atouts de L'Oréal. 208 000 actionnaires individuels sont au cœur de l'actionnariat de L'Oréal, ce qui représente 4,62 % du capital à fin 2021. Nous avons mis en place une politique dynamique envers nos actionnaires, en versant un dividende régulier et en proposant un dividende majoré de + 10 % pour nos actionnaires au nominatif fidèles depuis deux ans⁽³⁾.

Nous comptons également 1,6 % d'actionnaires salariés. Afin de continuer d'associer étroitement les salariés de L'Oréal, tant en France qu'à l'étranger, au développement du Groupe, nous avons lancé en mai 2022 notre troisième plan d'actionnariat salarié, déployé dans plus de 60 pays. Le succès de cette opération démontre le fort engagement de nos collaborateurs dans le monde entier, leur attachement aux valeurs de L'Oréal et la confiance qu'ils portent dans la performance et les perspectives de notre Groupe.

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

(3) Pour les actions continûment inscrites au nominatif depuis deux années calendaires minimum au 31/12/2022, dans la limite de 0,5% du capital pour un même actionnaire.

Témoignages d'experts



“ BOLD contribue à relier L'Oréal à un écosystème mondial de *start-ups* et à lui donner un accès précoce aux marques et technologies innovantes pour créer la beauté qui fait avancer le monde. Notre ambition : plus qu'un simple apport financier, nous voulons créer un cercle vertueux avec nos *start-ups*. ”

Muriel Atias,

Directrice des Investissements, *BOLD Business Opportunities for L'Oréal Development*



“ Depuis 2018, notre accélérateur *Beauty Tech Atelier*, implanté sur le campus Station F (Paris), a accompagné 67 *start-ups* au profil international basées dans 14 pays, dont 60 % ont été cofondées par des femmes et 30 % offrent des solutions à impact positif. ”

Sanda Mosanu,

Directrice *Open Innovation* Digitale



“ La donnée est au cœur de l'ambition de L'Oréal d'être le champion de la *Beauty Tech*. Nous mobilisons notre patrimoine de données inégalé, nous enrichissons ces données, nous les faisons circuler à la fois pour créer des produits et services personnalisés pour nos consommateurs, mais aussi pour doter nos collaborateurs d'outils d'aide à la décision performants. ”

Stéphane Lannuzel,

Directeur du Programme *Beauty Tech*

Savez-vous que votre Lettre aux Actionnaires existe également en version digitale ?

Vous pouvez la consulter en scannant ce QR code ou en vous rendant sur le site L'Oréal Finance, rubrique Actionnaires. **Aidez-nous à réduire la consommation de papier en passant à la version 100 % digitale !** Pour vous abonner à la version digitale et ne plus recevoir de version imprimée, c'est très simple : envoyez-nous un e-mail avec vos coordonnées complètes à info@loreal-finance.com



NICOLAS HIERONIMUS RÉPOND AUX QUESTIONS DES ACTIONNAIRES SUR BOURSORAMA

“
Ce qui nous
donne beaucoup
d’optimisme et de
confiance pour
l’avenir, c’est que
le marché de la
beauté est en
croissance
permanente.
La beauté est un
besoin essentiel
de l’humanité.”

NICOLAS HIERONIMUS,
Directeur Général de L’Oréal



Retrouvez le replay intégral
du webinaire en

scannant ce QR code



Le 21 septembre, le Directeur Général de L’Oréal était l’invité de Laurent Grassin, Directeur Médias de Boursorama. À l’occasion de ce rendez-vous avec les actionnaires, Nicolas Hieronimus a notamment rappelé la stratégie de L’Oréal, et sa double excellence - performance économique, exemplarité environnementale, sociale et sociétale. Retrouvez les extraits de cet échange.

Comment définissez-vous aujourd’hui l’identité de L’Oréal ?

L’Oréal est le n°1 mondial de la beauté avec plus de 7 milliards de produits vendus par an et 32 milliards d’euros de chiffre d’affaires⁽¹⁾, ce qui représente 14 % du marché mondial de la beauté. Notre particularité est d’avoir un seul métier, nous ne faisons que de la beauté mais toute la beauté, fidèles à notre raison d’être : Créer la beauté qui fait avancer le monde. L’Oréal a été créé il y a plus de 110 ans par Eugène Schueller, un chimiste et un entrepreneur. Sa conviction constante, devenue le principal moteur de la croissance de L’Oréal, est la supériorité produit nourrie par la Recherche & Innovation, grâce à nos 4 000 chercheurs dans le monde et un budget dédié d’un milliard d’euros par an.

L’Oréal compte 35 marques internationales, réparties entre quatre Divisions, et son activité se développe dans tous les circuits de distribution, à tous les niveaux de prix et dans quatre grandes catégories : le soin de la peau, le soin du cheveu et la coloration, le maquillage et les parfums, une catégorie en plein boom dont nous sommes le leader mondial⁽²⁾.

C’est une entreprise en transformation permanente, devenue *digital-first* : le digital est à la fois un moyen de parler à nos consommateurs, mais aussi de distribuer nos produits ; 27 % de notre chiffre d’affaires est ainsi réalisé en e-commerce. Une autre transformation importante est celle du développement durable : notre réussite financière nous permet d’investir au service de nos engagements sociaux et environnementaux. La dernière transformation en cours est celle de la *Beauty Tech*, la beauté dont les performances sont amplifiées par la technologie. L’Oréal est une entreprise dont je parle avec passion, car j’y suis depuis 35 ans, et je l’ai vue se transformer en permanence, tout en restant fidèle à ses valeurs et à son métier ; c’est ce qui fait son succès aujourd’hui.

Comment fait-on pour rester leader dans un marché aussi concurrentiel ?

La concurrence nous stimule ! Ce qui nous donne beaucoup d’optimisme et de confiance pour l’avenir, c’est que le marché de la beauté est en croissance permanente. La beauté est un besoin essentiel de l’humanité. L’Oréal se donne pour objectif de surperformer le marché, grâce à la qualité de nos équipes, dont le niveau d’engagement est extraordinaire, et grâce à l’innovation. Notre portefeuille de marques complémentaires nous permet de répondre à toutes les attentes de beauté. L’équilibre de notre empreinte géographique est une grande force. L’investissement dans la recherche et les nouvelles technologies, comme l’intelligence artificielle, nous permet de rester à l’avant-garde. Enfin, la vision stratégique et la stabilité de notre actionnariat – avec la famille fondatrice comme actionnaire principal, un autre grand actionnaire de référence, et plus de 200 000 actionnaires individuels fidèles - nous donnent la capacité de nous adapter en permanence et de garder le cap sur le long terme.

(1) 32,28 milliards d’euros en 2021.

(2) Parfums de prestige et /ou haut de gamme, à l’exclusion du marché des voyageurs. Source Euromonitor 2020.



Le virage du numérique s'est encore accéléré depuis la pandémie. Comment L'Oréal a-t-il accompagné, voire devancé, ce changement ?

Chez L'Oréal, l'une de nos célèbres devises est « savoir saisir ce qui commence ». Mon prédécesseur, Jean-Paul Agon, avait déclaré 2010 « année du digital » chez L'Oréal. Nous avons recruté des experts et formé des milliers de collaborateurs à l'e-commerce, à Internet, etc. L'agilité est l'une de nos grandes forces. Nous avons acheté en 2018 la *start-up* canadienne ModiFace, qui a développé de la réalité augmentée permettant d'essayer virtuellement différentes teintes de rouge à lèvres et de maquillage avec son smartphone, une technologie que nous avons déployée sur toutes nos marques. Depuis l'année dernière, cette technologie permet également de réaliser des diagnostics de peau et des recommandations personnalisées sur les produits. La beauté se dirige vers de plus en plus de personnalisation et des produits sur mesure. La prochaine étape du développement digital de L'Oréal sera peut-être le métavers.

Comment voyez-vous évoluer l'activité de L'Oréal dans un contexte mondial de plus en plus compliqué ?

Dans le contexte actuel, c'est mon rôle et celui des équipes d'être vigilants et d'anticiper différents scénarios. Nous avons démontré pendant la crise de la COVID-19 notre capacité à nous adapter très vite. Sur le moyen et le long terme, nous restons confiants dans les perspectives du marché mondial

de la beauté, qui est en croissance de 4% à 5% par an en moyenne (mis à part en 2019, la seule année où il a été négatif). L'appétit des consommateurs pour la beauté reste intact; la théorie du *lipstick effect*, « l'effet rouge à lèvres », montre que même dans les périodes difficiles, la consommation de produits cosmétiques tels que le rouge à lèvres reste importante, car il s'agit d'un produit de plaisir, accessible, qui permet de se sentir bien dans sa peau. C'est également ce que l'on voit en ce moment avec les parfums. Les pays émergents représentent aussi un formidable réservoir de croissance. L'essayage virtuel et l'e-commerce nous permettent de séduire de nouveaux consommateurs.

Comment L'Oréal parvient-il à concilier les objectifs de performance économique et de performance sociale et environnementale ?

Je suis convaincu qu'aujourd'hui, la performance financière et la performance environnementale et sociale sont indissociables. La performance financière nous donne les moyens de nous transformer, d'investir et d'innover pour une beauté plus durable. Nous avons pris des engagements à horizon 2030 dans le cadre de notre programme L'Oréal pour le Futur. Par exemple, 95% des actifs que nous utilisons dans nos produits seront biosourcés, issus de minéraux abondants ou de procédés circulaires d'ici 2030. Et 100% de nos emballages plastiques seront d'origine recyclée ou biosourcée. Nous avons déjà atteint des résultats significatifs : entre 2005 et 2021, nous avons réduit nos émissions de carbone de 87%, alors que nos unités fabriquées ont augmenté de 37%. Tous nos sites aux États-Unis et dans la Zone Asie du Nord sont désormais « neutres en carbone », en avance sur notre objectif 2025. L'Oréal pour le Futur est un véritable projet d'entreprise dans lequel tous nos collaborateurs sont engagés et sont animés, y compris dans la rémunération variable de nos dirigeants, conditionnée à l'atteinte d'objectifs sociaux et environnementaux.

Le Comité Consultatif des Actionnaires Individuels (CCAI) de L'Oréal a pour objectif d'approfondir la relation avec nos actionnaires individuels, de mieux comprendre leurs attentes et d'améliorer la communication qui leur est dédiée. Le 3 octobre dernier s'est tenue au siège de L'Oréal à Clichy (France) la troisième réunion de l'année 2022 du CCAI.

Au programme : la présentation des résultats du premier semestre 2022 et des actualités du Groupe, suivie d'un échange avec Nicolas Hieronimus, Directeur Général de L'Oréal et Christophe Babule, Directeur Général Administration et Finances qui ont répondu aux questions des membres du CCAI, puis une présentation sur l'histoire, la stratégie et les engagements de Lancôme, une marque emblématique du Groupe, par sa Directrice Générale, Françoise Lehmann.

Rejoignez le Comité Consultatif des Actionnaires !

Le CCAI compte aujourd'hui 12 membres qui sont renouvelés par tiers chaque année. Si vous souhaitez rejoindre le CCAI, nous vous invitons à déposer votre candidature, qui sera examinée à l'occasion du prochain renouvellement au premier trimestre 2023.



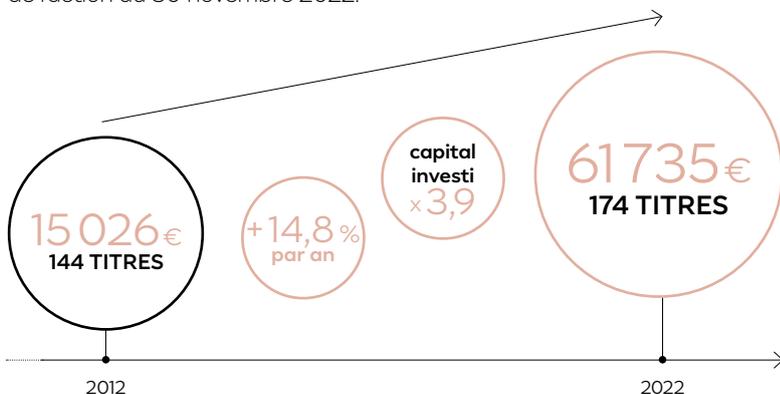
Retrouvez la vidéo du dernier CCAI et/ou déposez votre candidature en

scannant ce QR code



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 constitue, 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 30 novembre 2022.



HYPOTHÈSE

Rendement total pour l'actionnaire sur dix ans, pour près de 15 000 € investis en actions L'Oréal, dividendes réinvestis, hors frais bancaires et fiscalité.

TAUX DE RENDEMENT ACTUARIEL

Sur la base du cours du 30 novembre 2022

+15,3%
SUR 5 ANS

+14,8%
SUR 10 ANS

+10,2%
SUR 20 ANS

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

L'Oréal vs CAC 40 du 30 novembre 2017 au 30 novembre 2022⁽²⁾



Variation du 30 novembre 2017 au 30 novembre 2022

ACTION L'ORÉAL :

+91,00%

CAC 40 :

+25,40%

(1) Taux de rendement actuariel de l'investissement, en supposant la revente des titres au cours du 30 novembre 2022. (2) Indice CAC 40 re-basé sur le cours de Bourse de L'Oréal depuis le 30/11/2017 // Source : Refinitiv, cours de Bourse au 30/11/2022.

Société anonyme au capital de 107 345 775,20 euros - 632 012 100 RCS Paris - Code NAF : 2042 Z - Code ISIN : FR0000120321 - Siège social : 14, rue Royale, 75008 Paris - Siège administratif : 41, rue Martre, 92117 Clichy Cedex - Numéro Vert : 0 800 66 66 66 (appel gratuit). Pour plus d'informations, écrivez à L'Oréal, Direction de la Communication Financière, 41, rue Martre, 92117 Clichy Cedex, consultez le site Internet www.loreal-finance.com, téléchargez l'appli mobile L'Oréal Finance ou contactez-nous par e-mail à relations_actionnaires_individuels@loreal-finance.com. Crédits photos : Alain Buu / L'Oréal (couverture), Stéphane de Bourgies / L'Oréal (p. 2), Skinbetter Science, Julien Millet (p. 3), Julien Mignot - Studio J'adore Paris, Alain Buu / L'Oréal (p. 4), L'Oréal (p. 5), Alain Buu / L'Oréal (p. 7). Réalisation : Makassar. Ce document a été imprimé avec des encres végétales et un vernis acrylique à base d'eau par un imprimeur adhérent de l'association Culture Papier et labélisé Print Ethic et EcoVadis Gold.

UNE ÉQUIPE DISPONIBLE ET À L'ÉCOUTE DES ACTIONNAIRES

PASCAL GUERIN

Directrice des Relations Actionnaires Individuels et Autorités de marché

ANGÉLIQUE FRUCHTENREICH

Responsable des Relations Actionnaires Individuels

relations_actionnaires_individuels@loreal-finance.com

Tél. en France : 0 800 66 66 66

Tél. hors France : +33 1 40 14 80 50

L'AGENDA

9 février 2023 :

résultats annuels 2022 (après Bourse)

21 avril 2023 :

Assemblée Générale au Palais des Congrès de la porte Maillot, Paris

Pour rester informé des autres dates clés, merci de consulter notre site Internet :

loreal-finance.com

L'ACTIONNAIRE CONNECTÉ

Téléchargez l'application mobile L'Oréal Finance⁽³⁾ et suivez l'actualité de votre entreprise en direct.



Pour recevoir la Lettre aux Actionnaires

par e-mail, renseignez votre adresse sur : loreal-finance.com/fr/rester-informé

(3) Disponible gratuitement sur l'App Store et Google Play.

Si vous ne souhaitez pas recevoir d'informations par courrier de la part de la Communication Financière de L'Oréal, il vous suffit de nous en faire part par e-mail : info@loreal-finance.com. Pour exercer vos droits ou pour toute question sur le traitement de vos données, veuillez nous contacter par e-mail à l'adresse : contact@loreal-finance.com. Vous pouvez également contacter notre Délégué à la Protection des Données par e-mail à : dpo@loreal.com. Si vous estimez que vos droits sur vos données personnelles ne sont pas respectés, vous pouvez adresser une réclamation à l'autorité de protection des données de votre pays (en France : la Commission Nationale de l'Informatique et des Libertés).