



L'Assemblée Générale de L'Oréal s'est tenue le 17 avril 2014 au Palais des Congrès de Paris.

L'Assemblée Générale 2014 de L'Oréal a réuni plus de 1 700 actionnaires. Année après année, cette forte participation traduit l'intérêt et le souhait des actionnaires de L'Oréal d'être de véritables parties prenantes dans la vie du groupe.

Le Nouveau L'Oréal

■ Jean-Paul Agon, Président-Directeur Général, a commenté les performances et les progrès réalisés par L'Oréal en 2013. Il a également rappelé l'importance pour le groupe de se transformer pour s'adapter à un monde en profonde mutation, afin de garantir demain le *leadership* et le succès de L'Oréal.

Christian Mulliez, Vice-Président Directeur Général Administration et Finances, a résumé aux actionnaires l'opération stratégique annoncée conjointement avec Nestlé le 11 février 2014.

Le marché stratégique des voyageurs

■ Barbara Lavernos, Directeur Général *Travel Retail* L'Oréal, a partagé avec les actionnaires les enjeux et les perspectives du marché des voyageurs. Le groupe affiche de grandes ambitions dans ce circuit de distribution particulièrement dynamique.

Un dividende en hausse

■ La fixation du dividende à 2,50 € par action, en augmentation de + 8,7%, a été largement approuvée par les actionnaires. Cette hausse continue du dividende depuis de nombreuses années témoigne de l'attachement de L'Oréal à conduire une politique dynamique vis-à-vis de ses actionnaires.

Les actionnaires détenant leurs actions au nominatif depuis plus de deux ans bénéficient d'un dividende majoré de 10%⁽¹⁾, soit 2,75 €.

Un taux de participation élevé

■ Plus de 13 000 actionnaires étaient présents ou représentés, soit 79,92% des actions composant le capital de la société et ayant le droit de vote. Signe d'une confiance partagée dans l'avenir de la société, toutes les résolutions soumises à leur vote ont été adoptées à une très large majorité.

(1) Pour les actionnaires continûment inscrits au nominatif depuis deux ans au minimum, dans la limite de 0,5% du capital pour un même actionnaire.



Extraits du Message de Jean-Paul Agon 02

Marché cosmétique : Le marché des voyageurs 04

Questions / Réponses : Les actionnaires ont la parole.... 06

L'Oréal et vous : Proximité avec nos actionnaires 08



Extraits du Message

JEAN-PAUL AGON

Président-Directeur Général de L'Oréal

BILAN 2013

“ 2013 a été une nouvelle belle année pour L'Oréal. ”

■ “L'Oréal a de nouveau réalisé une croissance supérieure au marché et renforcé ses positions dans toutes les Divisions et dans toutes les régions.”

■ “2013 a été également une belle année de progression forte et qualitative de la rentabilité, confirmant une nouvelle fois l'efficacité du modèle économique de L'Oréal, fortement créateur de valeur.”

CONTINUITÉ STRATÉGIQUE

“ Ce succès est avant tout le résultat d'une grande continuité stratégique. ”

■ **“Continuité dans notre métier.** L'Oréal s'est toujours consacré à un seul métier : la beauté.”

■ **“Continuité dans notre pari sur la recherche, l'innovation et la qualité.** Nous avons continué à développer notre force d'innovation en faisant à nouveau progresser notre budget Recherche. La cosmétique est un marché d'offre où le *leadership* se construit avant tout sur l'attractivité et la supériorité qualitative des produits.”

■ **“Continuité dans le développement de notre portefeuille de marques.** Plus que jamais, il est le plus varié, le plus riche, et le plus puissant de l'industrie. En 2013, de nouvelles acquisitions sont encore venues l'enrichir, certaines d'entre elles à vocation mondiale, d'autres à vocation locale ou régionale qui renforcent notre couverture géographique.”

■ **“Continuité dans la priorité donnée aux hommes et aux femmes et à notre culture d'entreprise.** Comme l'affirmait notre fondateur, Eugène Schueller, « *Une entreprise, ce n'est pas des murs et des machines mais des hommes, des hommes, des hommes.* » Nous pensons qu'il est temps d'universaliser notre performance sociale – L'Oréal a toujours été en France une société très en avance – et c'est le sens du projet *Share & Care* que nous lançons cette année” (voir encadré ci-contre).

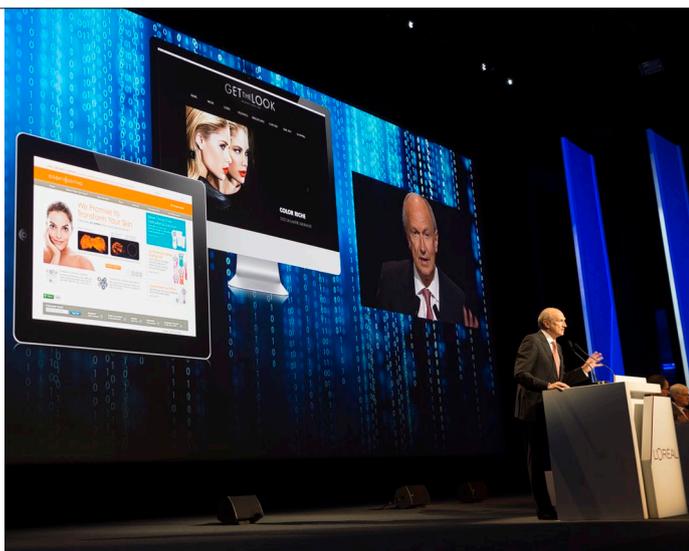
■ **“Continuité enfin dans notre démarche éthique** qui est l'un des socles essentiels de notre entreprise. Covalence nous place au 1^{er} rang mondial de l'industrie cosmétique et des produits de luxe. Et l'Institut Ethisphere nous a distingué pour la 5^e fois consécutive comme l'une des « sociétés les plus éthiques au monde ».”

LE PROGRAMME MONDIAL *SHARE & CARE*



Le programme *Share & Care* permettra de donner accès à tous les collaborateurs à un niveau de couverture santé et de protection sociale parmi les meilleures pratiques en œuvre dans les pays où L'Oréal est présent.

DÉCOUVRIR LE FILM
PRÉSENTÉ À L'ASSEMBLÉE GÉNÉRALE
magazine.loreal-finance.com



LE NOUVEAU L'ORÉAL

“ En 2013, nous avons continué la transformation de l'entreprise et avons apporté de nouvelles pierres à la construction de ce Nouveau L'Oréal. ”

■ **“Nous avons d'abord fait évoluer notre organisation** pour la rendre plus agile, plus efficace. Nous avons ainsi regroupé sous un même *leadership* les divisions sélectives et organisé le marché mondial en huit grandes régions stratégiques homogènes.”

■ **“Nous avons repensé nos modèles marketing** pour profiter à plein des opportunités extraordinaires que nous offre le digital. Je suis convaincu que la maîtrise du digital définira les marques et entreprises iconiques des années à venir.”

■ **“Nous avons créé le programme de responsabilité sociétale et environnementale *Sharing Beauty With All*⁽¹⁾.** C'est un nouveau modèle de développement qui va transformer en profondeur notre manière de concevoir, produire et commercialiser nos produits. Ce sera l'axe stratégique porteur de notre performance citoyenne, indispensable à la pérennité de notre performance économique et financière.”

■ **“Dernière transformation importante début 2014, celle de notre structure du capital.** L'opération stratégique avec Nestlé constitue une étape très importante et positive pour L'Oréal, ses actionnaires et ses collaborateurs” (voir encadré ci-contre).

GOUVERNANCE

“ C'est en nous appuyant sur une gouvernance que nous souhaitons exemplaire et sur une relation de proximité avec nos actionnaires fidèles que nous voulons garantir le succès pérenne de L'Oréal. ”

■ “La qualité de la gouvernance permet au groupe de s'inscrire dans cette continuité stratégique qui va assurer le succès de L'Oréal dans la durée. Ce succès est aussi rendu possible par la très grande fidélité de nos actionnaires, et en particulier celle de nos actionnaires individuels. Nous sommes bien conscients que votre confiance est une condition essentielle pour mener efficacement une stratégie de long terme.”

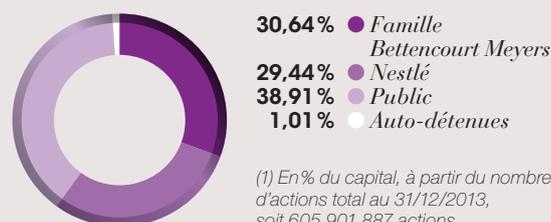
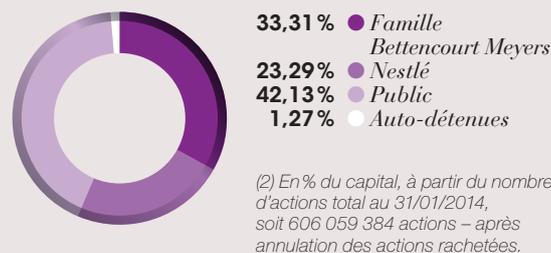
(1) Partager la beauté avec tous.

OPÉRATION STRATÉGIQUE
ENTRE NESTLÉ ET L'ORÉAL

“ Le 11 février 2014, L'Oréal a annoncé conjointement avec Nestlé une opération importante. Il s'agit du rachat par L'Oréal de 6 milliards d'euros d'actions L'Oréal détenues par Nestlé. Ce rachat sera rémunéré par la cession à Nestlé de la participation de 50 % détenue par L'Oréal dans GALDERMA et le paiement par L'Oréal à Nestlé d'une soulte en numéraire d'un montant de 3,4 milliards d'euros. Les impacts financiers de cette opération sont positifs pour L'Oréal et ses actionnaires. Les actions L'Oréal ainsi rachetées seront annulées dès leur rachat, et le bénéfice net par action se trouvera majoré de 5 % en année pleine. Cette opération entraîne une évolution de l'actionariat, le public verra notamment sa part augmenter de 38 % à 42 % . ”

CHRISTIAN MULLIEZ

Vice-Président
Directeur Général Administration et Finances

UNE NOUVELLE STRUCTURE
ACTIONNAIRIALEAVANT L'OPÉRATION, AU 31/12/2013⁽¹⁾APRÈS L'OPÉRATION⁽²⁾

LIRE LE COMMUNIQUÉ

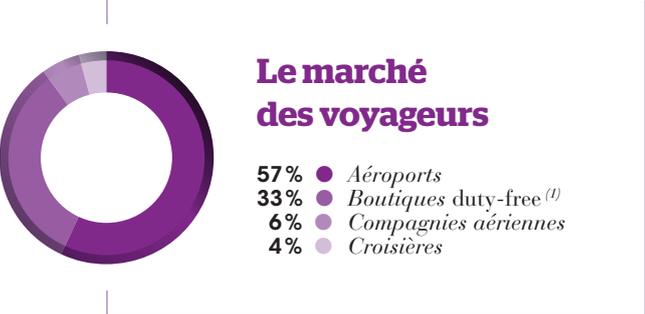
www.loreal-finance.com

MARCHÉ COSMÉTIQUE
Le marché des voyageurs

Le sixième CONTINENT DE L'ORÉAL



Le travel retail, marché des voyageurs, est un secteur porteur et stratégique qui s'apparente pour L'Oréal à un sixième continent avec son économie, ses flux et ses habitants. Barbara Lavernos, Directeur Général Travel Retail L'Oréal, a partagé avec les actionnaires les enjeux et les perspectives de ce circuit de distribution.



■ “Le marché du *travel retail* est le commerce réalisé dans tous les magasins situés en zone *duty-free*⁽¹⁾ ou dans les zones dédiées aux voyageurs, avec plus de 50 % dans les aéroports. Un tiers du marché est réalisé dans des magasins situés sur des territoires *duty-free*⁽¹⁾ ou des zones franches – essentiellement en Asie et en Amérique Latine (voir graphique ci-contre). La beauté est historiquement la première catégorie de ce circuit pesant pour 30 % du total et elle continue d’afficher une très forte croissance⁽²⁾. Sur le marché de la beauté en *travel retail*, L’Oréal est le *leader* historique⁽²⁾. C’est un lieu de contact privilégié avec une clientèle hautement qualifiée qui contribue, auprès des voyageurs du monde entier, à maximiser l’exposition de nos marques, à fidéliser nos consommateurs mais également à en recruter de nouveaux.”



Barbara Lavernos a présenté aux actionnaires le marché des voyageurs.

Principales destinations des voyageurs-consommateurs



"Paris est la première destination en dehors de l'Asie pour les touristes chinois."

"Les Russes sont très nombreux à voyager en Turquie mais depuis quelques années, c'est au Moyen-Orient ou en Thaïlande qu'ils arrivent dans nos boutiques."



"Les Brésiliens ont pour principales destinations Buenos Aires, Miami ou Lisbonne."

"Les Nigériens adorent Londres."



"Les Émiratis sont parmi nos meilleurs clients en Inde."

"Les Coréens, enfin, voyagent de plus en plus en Asie du Sud-Est."



■ "Le profil du voyageur évolue et passe de l'homme d'affaires occidental aux consommatrices à la pointe de la mode des pays émergents. Les *global shoppers*⁽³⁾ sont des voyageurs-consommateurs qui n'achètent plus uniquement là où ils vivent, ils achètent là où ils se trouvent : sur leur marché d'origine, durant leur voyage, sur leur marché de destination. Chez L'Oréal, nous avons développé une approche sur mesure, une approche personnalisée pour appréhender au mieux ces consommateurs là où ils se trouvent avec des conseillères de beauté qui parlent leur langue et qui leur offrent un service adapté, avec des assortiments de produits spécifiques selon leurs besoins et en fêtant les événements culturels clés selon leur nationalité."

■ "Le nouveau phénomène de ce marché du *travel retail* est la démocratisation du voyage. Ce nouvel afflux de voyageurs va modifier le marché qui passe d'un modèle exclusivement centré sur le luxe à une offre plus diversifiée. Par la puissance et la diversité de son portefeuille unique de marques, L'Oréal est en position d'offrir aux voyageurs du monde entier l'ensemble des produits qu'ils recherchent quel que soit leur rituel de beauté et quel que soit leur pouvoir d'achat."

(1) Zones franchises. (2) Source : Données Generation. (3) Consommateurs mondiaux.

DÉCOUVRIR L'ARTICLE MULTIMÉDIA
TRAVEL RETAIL, LE SIXIÈME CONTINENT DE L'ORÉAL

magazine.loreal-finance.com

FAITS MARQUANTS Assemblée Générale

Toutes les résolutions adoptées à une très large majorité

- Approbation des comptes sociaux (99,74 %) et des comptes consolidés de l'exercice 2013 (99,75 %).
- Affectation du bénéfice de l'exercice 2013 et fixation du dividende à 2,50 € par action (99,74 %).
- Nomination de Mme Belén Garijo en qualité d'administrateur (99,61 %).
- Renouvellement des mandats d'administrateur de M. Jean-Paul Agon (93,49 %) et de M. Xavier Fontanet (98,28 %).
- Fixation du montant annuel des jetons de présence alloués aux membres du Conseil d'Administration (99,69 %).
- Avis consultatif des actionnaires sur les éléments de rémunération due ou attribuée au titre de l'exercice 2013 au Président-Directeur Général (94,22 %).

M. Bernard Kasriel, Président du Comité des Ressources Humaines et des Rémunérations, a présenté la structure de la rémunération du Président-Directeur Général, ainsi que les critères d'évaluation de la partie variable. Vous pouvez consulter tous les détails dans le Document de Référence 2013, Chapitre 2, aux pages 63 à 73.

- Autorisation de rachat par la Société de ses propres actions (97,85 %).
- Approbation du contrat de rachat portant sur l'acquisition par L'Oréal auprès de Nestlé de 48 500 000 actions L'Oréal (99,44 %) et du contrat de cession par L'Oréal à Nestlé de l'intégralité de ses participations dans les sociétés du groupe GALDERMA (99,69 %) dans le cadre de la procédure des conventions réglementées.
- Autorisation donnée au Conseil d'Administration de réduire le capital par annulation d'actions acquises par la Société (99,70 %).
- Modification des statuts pour déterminer les conditions dans lesquelles sont désignés les administrateurs représentant les salariés (99,81 %).

QUESTIONS / RÉPONSES

Paroles d'actionnaires

Les actionnaires ONT LA PAROLE



Jean-Paul Agon et Christian Mulliez ont répondu pendant près d'une heure aux questions posées par les actionnaires. Extraits.

RENTABILITÉ

“La marge de L'Oréal Luxe a fait un bond en 2013. Est-ce durable ?”

■ **Jean-Paul Agon** : La marge de L'Oréal Luxe a fait une belle progression en 2013, de 19,3% à 20%. Je dirais que c'est bien et positif pour l'avenir. Nous pensons que c'est nous devrions continuer à progresser en matière de rentabilité grâce au succès de nos marques comme KIEHL'S et URBAN DECAY qui sont très rentables. Et aussi grâce à de grands succès produits, comme le parfum “La vie est belle”, qui apportent une très belle rentabilité. Nous sommes confiants, grâce également au *travel retail* qui vous a été présenté par Barbara Lavernos, Directeur Général *Travel Retail* L'Oréal, et qui est un domaine très profitable.

INNOVATION

“Quelles sont les raisons du succès des BB crèmes de GARNIER ? Est-ce que les produits hybrides vont se généraliser ?”

■ **Jean-Paul Agon** : Les BB crèmes sont des produits que nous avons inventés il y a deux ou

trois ans. Cela a été un très grand succès, car nous avons été les premiers à sentir l'idée et à la mondialiser. C'est un produit qui a un bon rapport qualité-prix et qui permet d'avoir un soin tout-en-un à un prix raisonnable ; cela fait aussi partie de ce que veulent les consommateurs, c'est donc une opportunité pour nous. Il y a effectivement un développement des produits hybrides, des produits qui sont à la frontière entre différentes catégories, par exemple le maquillage et le soin. C'est un axe de développement que nous étudions de très près.

ACQUISITION

“Pouvez-vous nous donner des informations sur les deux acquisitions ROGER&GALLET et CADUM ?”

■ **Jean-Paul Agon** : ROGER&GALLET, que nous avons acquise avec YVES SAINT LAURENT Beauté, est une jolie marque que vous connaissez bien en France, qui est finalement la seule marque de parfumerie et d'hygiène plaisir en pharmacie. Nous essayons de la lancer dans tous les pays d'Europe où il y a des pharmacies, ça marche pas mal du tout et nous sommes donc très confiants.

CADUM, c'est une acquisition que nous avons faite il y a deux ans maintenant. C'est très original parce que c'était la première fois depuis des dizaines d'années qu'on achetait une société en France, pour la France. Nous sommes très contents car cela a permis de renforcer nos positions.

NOMINATIF

“Vous avez mis en place un dividende majoré pour les actionnaires au nominatif, dans un but de fidélisation. Pouvez-vous nous donner les résultats obtenus ?”

■ **Christian Mulliez** : Au moment où nous avons mis en place le programme et notamment le dividende majoré pour les actionnaires inscrits au nominatif, il y avait 1800 actionnaires inscrits au nominatif, quatre ans après il y en a 26000. À l'époque, les 1800 actionnaires détenaient un peu moins de 5 millions d'actions, aujourd'hui les 26000 actionnaires inscrits détiennent plus de 13 millions d'actions. C'est une marque de fidélité extrêmement importante.

**Bénéficiez de la prime de fidélité !
Un dividende majoré de 10 % pour
les actionnaires inscrits au nominatif
depuis plus de deux ans ⁽¹⁾.**

(1) Pour les actionnaires continûment inscrits au nominatif depuis deux ans au minimum, dans la limite de 0,5 % du capital pour un même actionnaire.



L'APPLICATION L'ORÉAL FINANCE, L'ESSENTIEL DE L'ORÉAL FINANCE À PORTÉE DE MAIN !

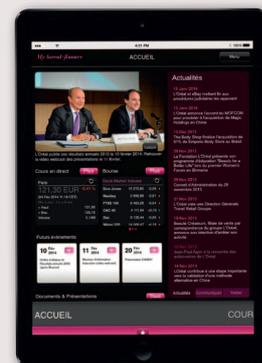


Une animation spéciale “Application L'Oréal Finance” était proposée aux actionnaires afin qu'ils découvrent ses fonctionnalités clés ainsi que les modalités de téléchargement.



L'application L'Oréal Finance, des services pensés pour les actionnaires et investisseurs :

- Cours de l'action et données boursières en temps quasi-réel ;
- Calculateur de performance ;
- Calendrier financier ;
- Présentations et webcasts ;
- Accès direct à l'e-Magazine L'Oréal Finance Mag.

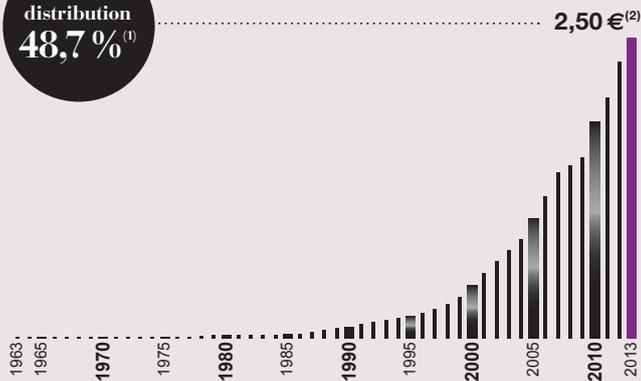


L'ORÉAL ET VOUS

Proximité avec nos actionnaires

UNE CROISSANCE RÉGULIÈRE DU DIVIDENDE (EN €)

Taux de distribution
48,7 %⁽¹⁾



“ La hausse continue du dividende et du taux de distribution traduit notre volonté d’accompagner nos actionnaires dans la durée. ”

JEAN-PAUL AGON
Président-Directeur Général

(1) Taux de distribution sur la base du dividende voté à l’Assemblée Générale du 17 avril 2014.
(2) Dividende voté à l’Assemblée Générale du 17 avril 2014 au titre de l’exercice 2013.

L'ACTION L'ORÉAL versus LE CAC 40

Du 15 mai 2009 au 15 mai 2014.

Sur 5 ans,
l'action L'Oréal
surperforme
le CAC40.

+ 128,97 %

Variation de l'action
L'Oréal depuis le 15 mai 2009

+ 40,26 %

Variation du CAC 40
depuis le 15 mai 2009



VOS PROCHAINES RÉUNIONS D'ACTIONNAIRES

- Annecy** le 25/09
- Lille** le 29/09
- Cannes** le 17/11
- Nantes** le 24/11
- Dijon** le 09/12

<http://www.loreal-finance.com/fr/reunions-actionnaires>

Un 1^{er} trimestre 2014 encourageant et contrasté

5,64 Mds €

DE CHIFFRE D'AFFAIRES

+ 3,5 % À DONNÉES COMPARABLES
- 2,2 % À DONNÉES PUBLIÉES

- POURSUITE DE LA TRÈS BONNE DYNAMIQUE DE L'ORÉAL LUXE ET DE LA DIVISION COSMÉTIQUE ACTIVE
- ACCÉLÉRATION DE LA DIVISION DES PRODUITS PROFESSIONNELS
- DIVISION DES PRODUITS GRAND PUBLIC PÉNALISÉE PAR L'AMÉRIQUE DU NORD
- REPRISE EN EUROPE DE L'OUEST

LIRE LE COMMUNIQUÉ
www.loreal-finance.com



C'est pourquoi je dis toujours que le Murumuru est le nouvel Argan des femmes Brésilienne.

L'essentiel de 2013 en vidéos !

Retrouvez en ligne, sur votre e-Magazine L'Oréal Finance Mag, 10 sujets du Rapport d'Activité 2013 enrichis de paroles de dirigeants, de vidéos et de liens exclusifs.

À DÉCOUVRIR SUR
magazine.loreal-finance.com

