



L'ORÉAL

THE POWER
OF BEAUTY

Investir Day le 3 octobre 2019

Christophe BABULE
Directeur Général- Administration et Finances

LE POUVOIR
DE LA BEAUTÉ

INDICATEURS CLÉS 2018

VENTES
26,9 MILLIARDS D'€

MARGE
OPÉRATIONNELLE
18,3 %

FLUX DE TRÉSORERIE
NET²
3,9 MILLIARDS D'€

1er ACTEUR
DU MARCHÉ
DANS LE MONDE

BÉNÉFICE NET¹
4 MILLIARDS d'€

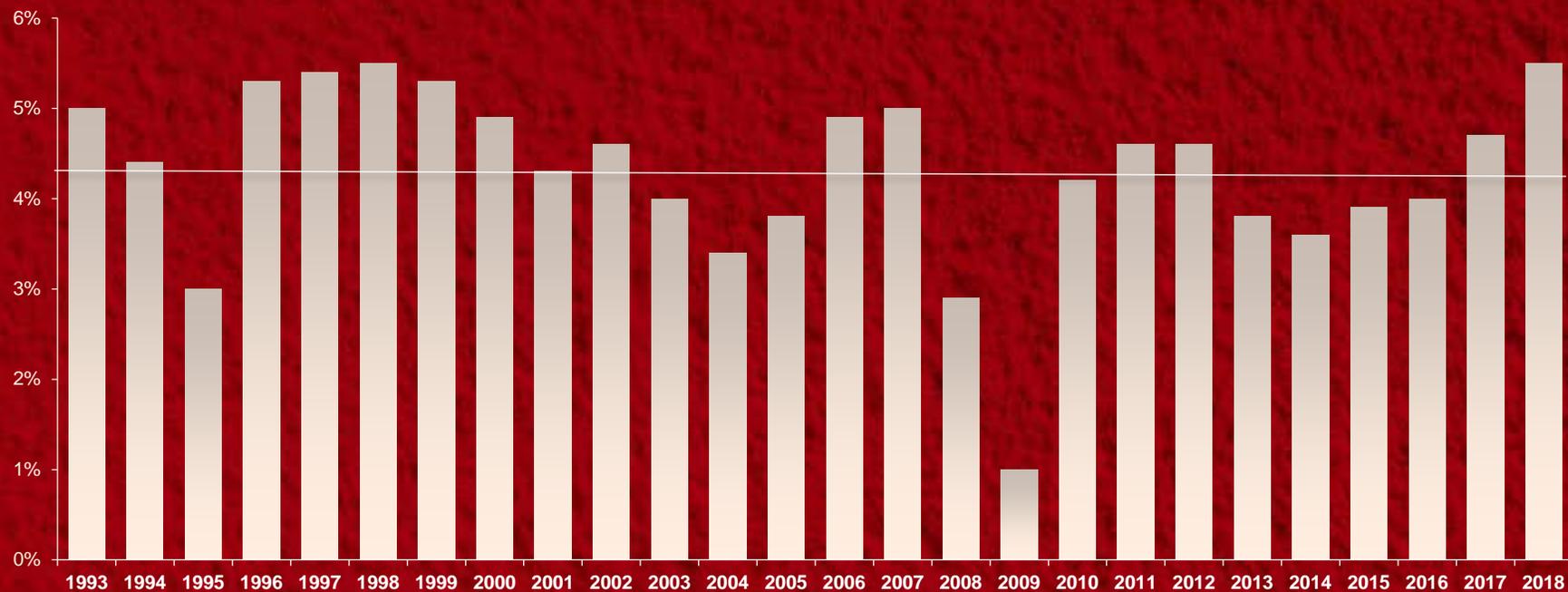
BÉNÉFICE PAR ACTION³
7,08 €

CAPITALISATION BOURSIÈRE⁴
141 MILLIARDS D'€

¹Bénéfice net, hors éléments non-récurrents, après intérêts minoritaires. ²Flux de trésorerie net = flux de trésorerie brut + variations du besoin en fonds de roulement – dépenses d'investissement en capitaux.

³Bénéfice dilué par action, basé sur le bénéfice net, hors éléments non-récurrents, après intérêts minoritaires. ⁴Sur la base du cours de clôture du 2 septembre 2019 de 251,20 €.

LA PUISSANCE D'UN MARCHÉ DYNAMIQUE



≈ +**5,5** %¹
S1 2019

¹Estimations L'Oréal pour le marché mondial des cosmétiques, hors rasoirs, savons et dentifrices.

Estimations provisoires pour le 1er semestre 2019, à taux de change constants.



PREMIER
SEMESTRE

L'ORÉAL SURPERFORME LE MARCHÉ DES COSMÉTIQUES

S1 2019

≈+5,5 %¹

MARCHÉ
DES COSMÉTIQUES

+7,3 %²

L'ORÉAL

¹Estimations L'Oréal pour le marché mondial des cosmétiques, hors rasoirs, savons et dentifrices.

Estimations provisoires pour le 1er semestre 2019, à taux de change constants.

²Croissance du chiffre d'affaires au S1 2019, à périmètre et taux de change comparables

L'ORÉAL

VENTES
CONSOLIDÉES
DU GROUPE

+7,3%¹

BÉNÉFICE
OPÉRATIONNEL

+12,1%

MARGE
OPÉRATIONNELLE

19,5%

UN PREMIER SEMESTRE FORT

+7,2%

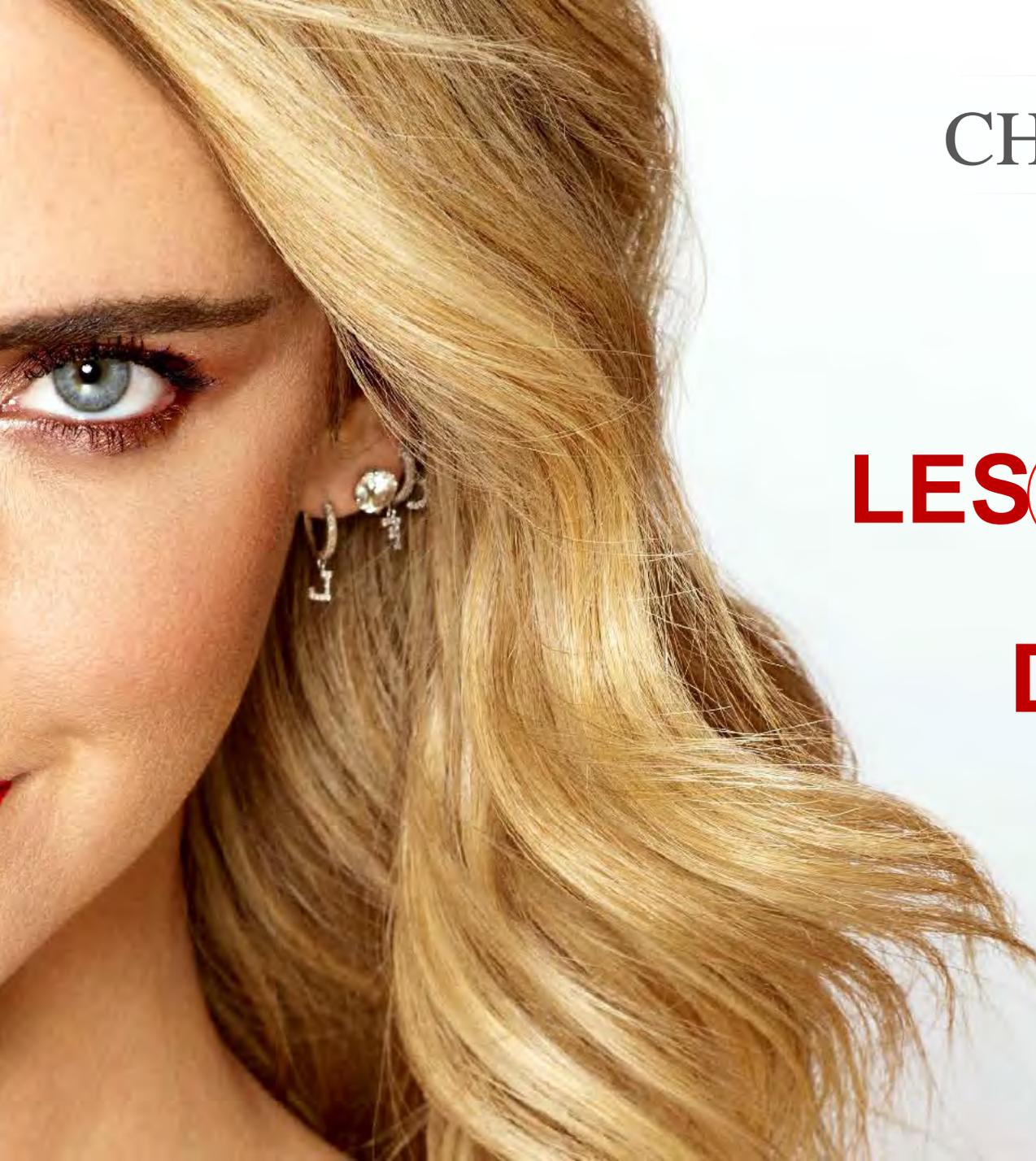
BÉNÉFICE PAR ACTION²

+23,2%

FLUX DE TRÉSORERIE
NET

¹Croissance du chiffre d'affaires au S1 2019, à périmètre et taux de change comparables

²Bénéfice dilué par action, hors éléments non-récurrents, part du groupe



CHOIX STRATÉGIQUE N°1

**GAGNER SUR
LES 6 PLUS PUISSANTS
MOTEURS
DE CROISSANCE**

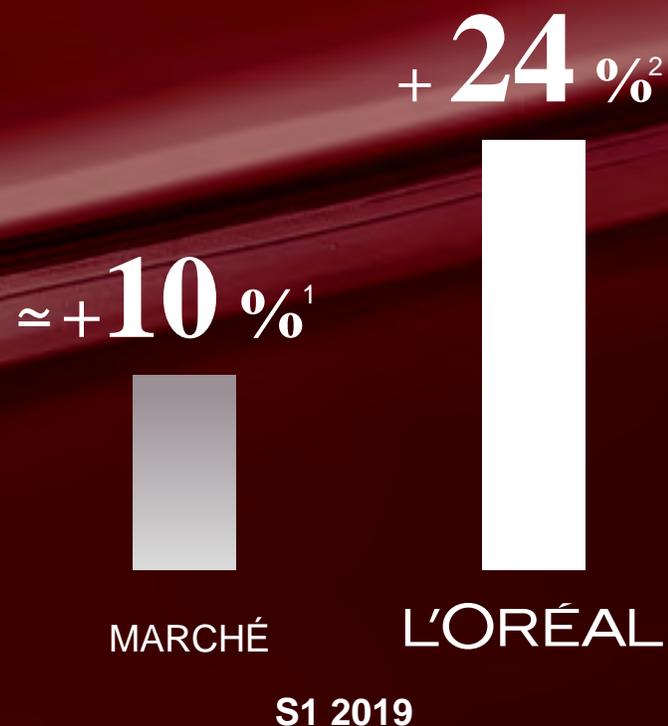
**POUR SURPERFORMER
LE MARCHÉ**

L'ORÉAL

MOTEUR DE CROISSANCE **1** ASIE-PACIFIQUE

RÉGION ASIE – PACIFIQUE

UN FORT POTENTIEL DANS TOUTE LA RÉGION

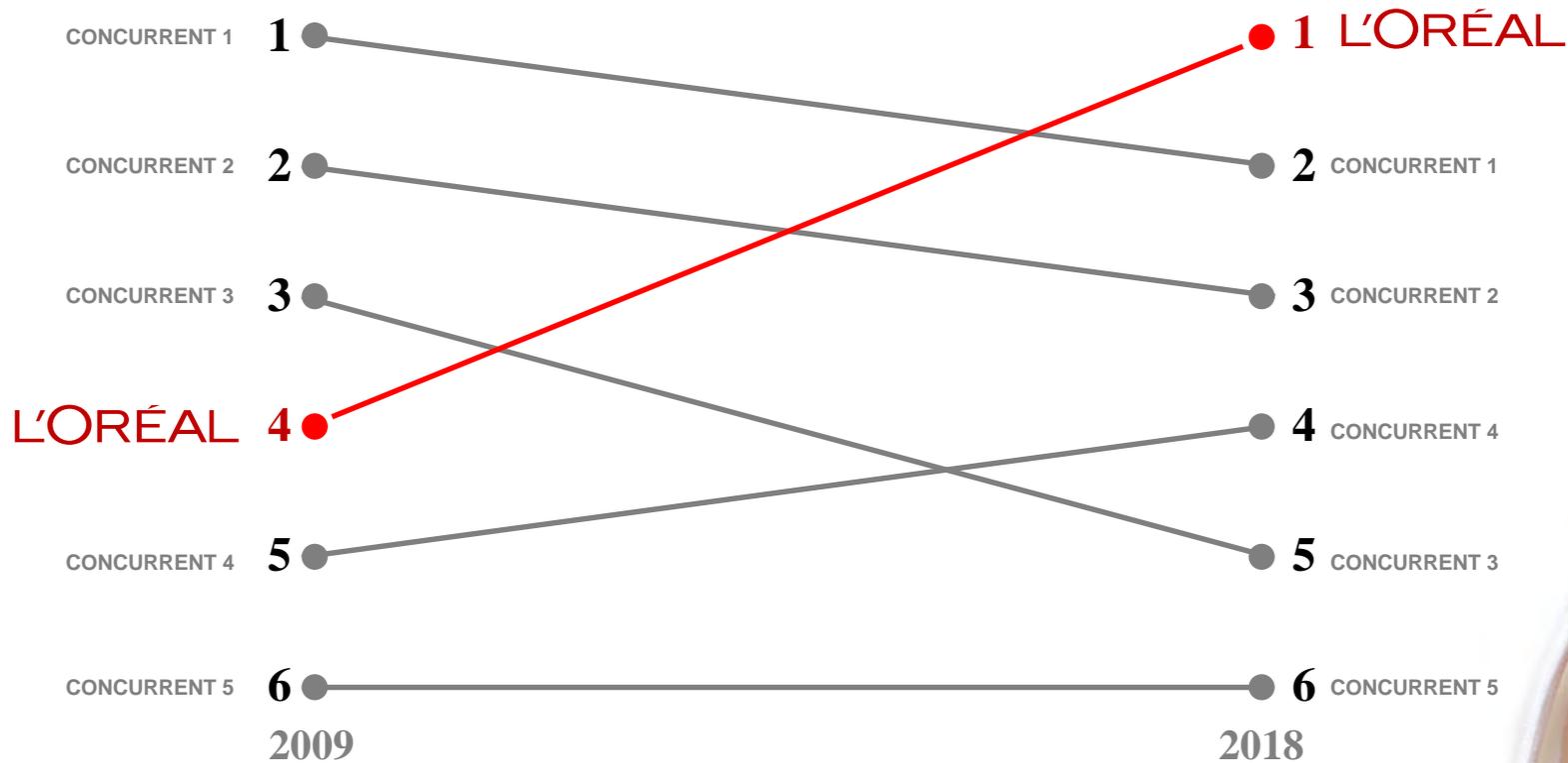


¹Estimations provisoires L'Oréal S1 2019, hors rasoirs, savons et dentifrices, à taux de change constants ²Croissance du chiffre d'affaires au S1 2019, à périmètre et change comparables

MOTEUR DE CROISSANCE 1 ASIE-PACIFIQUE

L'ORÉAL

MEILLEURS RÉSULTATS POUR L'ASIE



Source : Euromonitor 2018, hors rasoirs, savons et dentifrices, 14 pays de la zone APAC

L'ORÉAL

MOTEUR DE CROISSANCE **1** ASIE-PACIFIQUE

ZONE #1

LEADER
AU FORT POTENTIEL

8,7 %¹

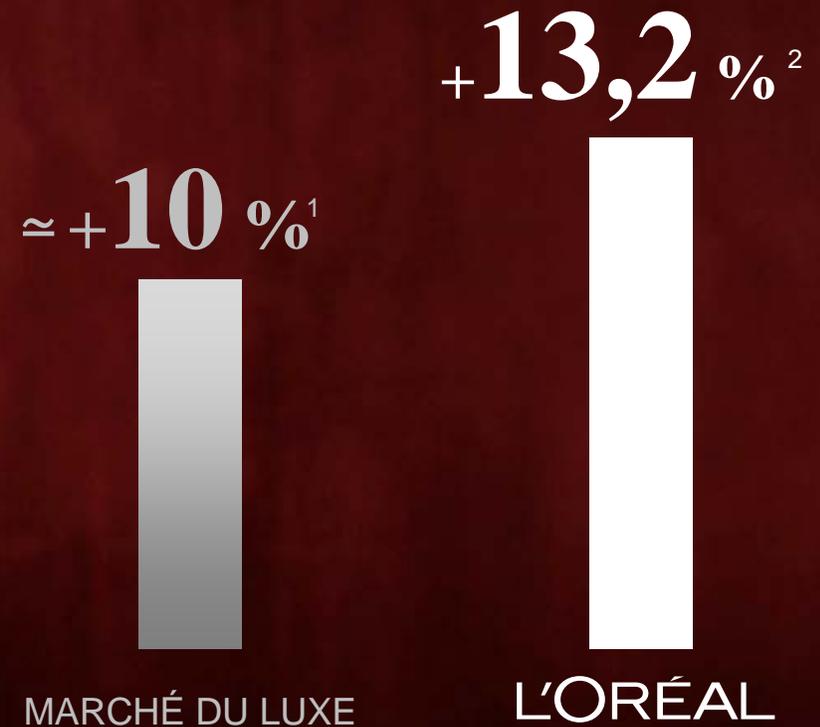
DE PART
DE MARCHÉ

¹Estimations provisoires L'Oréal S1 2019, hors rasoirs, savons et dentifrices

L'ORÉAL

MOTEUR DE CROISSANCE **2** L'ORÉAL LUXE

L'ORÉAL LUXE



S1 2019

¹ Estimations provisoires L'Oréal S1 2019, hors rasoirs, savons et dentifrices, à taux de change constants ² Croissance du chiffre d'affaires au S1 2019, à périmètre et taux de change comparables

L'ORÉAL

DE GRANDES MARQUES LEADER

LANCÔME
PARIS

YVES SAINT LAURENT

+16%¹
CROISSANCE COMBINÉE

GIORGIO ARMANI

Kiehl's
SINCE 1851

LE SOIN DE LA PEAU



+ 18 %²

≈ + 8 %¹

MARCHÉ L'ORÉAL
S1 2019

¹Estimations provisoires L'Oréal S1 2019, hors rasoirs, savons et dentifrices, à taux de change constants

²Croissance du chiffre d'affaires au S1 2019, à périmètre et taux de change comparables



+21%¹
CROISSANCE
DU CHIFFRE
D'AFFAIRES
S1 2019

VENTES x3,5
DEPUIS 2009

¹Croissance du chiffre d'affaires au S1 2019, à périmètre et change comparables

LEADER
DU MARCHÉ¹

UN FORT POTENTIEL
POUR TOUTES LES DIVISIONS

20,0 %



L'ORÉAL

19,2 %



CONCURRENT
1

10,6 %



CONCURRENT
2

6,9 %



CONCURRENT
3

6,5 %



CONCURRENT
4



PRODUITS GRAND PUBLIC



PRODUITS
PROFESSIONNELS



COSMÉTIQUE ACTIVE



L'ORÉAL LUXE

¹Source : Generation 2018

LE MARCHÉ DES VOYAGEURS

UN MARCHÉ EN PLEINE EXPLOSION

3,7 Md

DE PASSAGERS EN 2018¹

5 %

DU MARCHÉ DES
COSMÉTIQUES²

+11 %

TMVA 2008 -2018³

DES PARTS DE MARCHÉ
EN CROISSANCE
DANS TOUTES LES ZONES

≈ +7%¹



MARCHÉ
DERMOCOSMÉTIQUE

+13,6%²



L'ORÉAL

S1 2019

L'ORÉAL

¹Estimations provisoires L'Oréal S1 2019, hors rasoirs, savons et dentifrices, à taux de change constants

²Croissance du chiffre d'affaires au S1 2019, à périmètre et change comparable

MOTEUR DE CROISSANCE **5** *DERMOCOSMÉTIQUE*

LA DERMOCOSMÉTIQUE

SÉCURITÉ

SANTÉ

AUTHENTICITÉ

NATUREL

BIEN-ÊTRE



L'ORÉAL

MOTEUR DE CROISSANCE **6** E-COMMERCE

LE E-COMMERCE

UN PUISSANT
ACCÉLÉRATEUR
DE CROISSANCE



L'ORÉAL

MOTEUR DE CROISSANCE **6** E-COMMERCE

+48,5 %²

≈ +25 %¹

13,2 %²

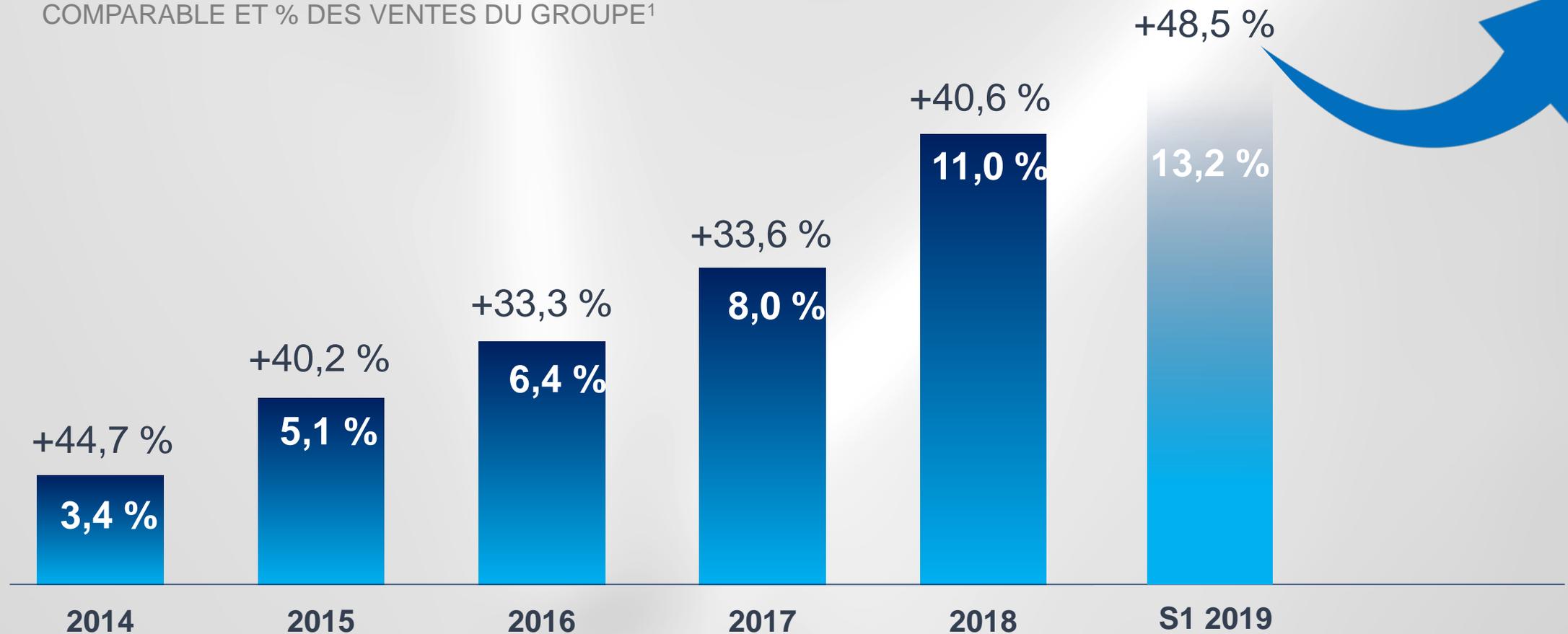
DU CHIFFRE
D'AFFAIRES

MARCHÉ L'ORÉAL
S1 2019

¹Estimations provisoires L'Oréal S1 2019, hors rasoirs, savons et dentifrices, à taux de change constants ²Croissance du chiffre d'affaires au S1 2019, à périmètre comparable Ventes réalisées sur les sites web propres de nos marques et ventes estimées de nos marques correspondant aux transactions effectuées via les sites web de distributeurs (donnée non audité)

L'HISTOIRE NE FAIT QUE COMMENCER

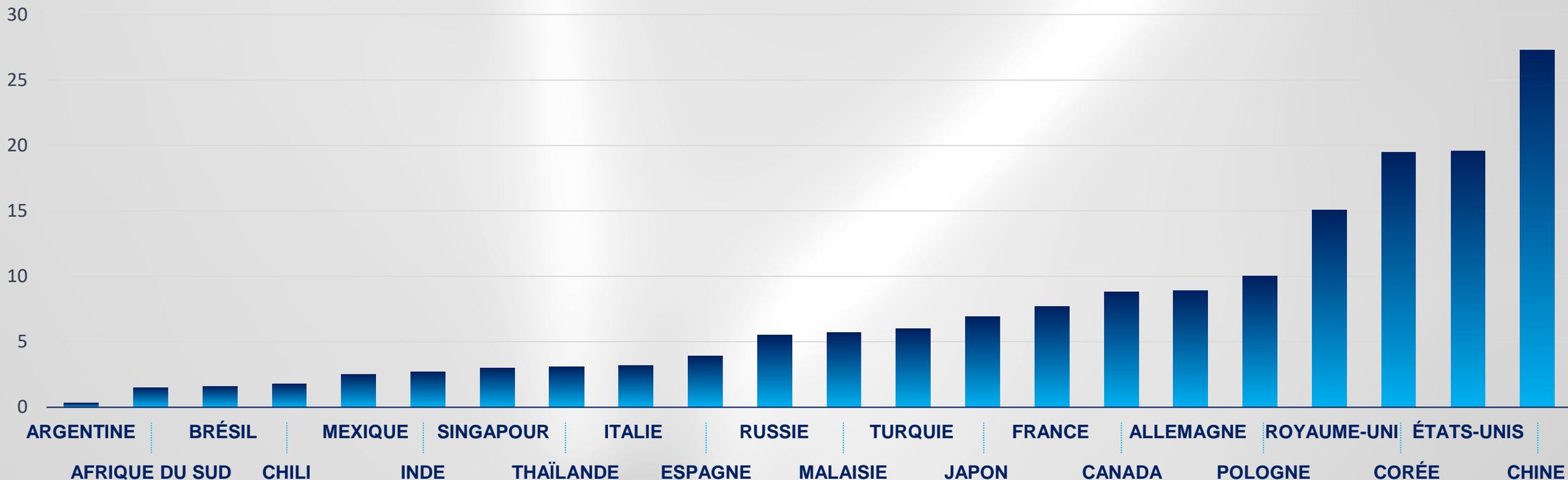
CROISSANCE DES VENTES E-COMMERCE À PÉRIMÈTRE COMPARABLE ET % DES VENTES DU GROUPE¹



¹Ventes réalisées sur les sites web propres de nos marques et ventes estimées de nos marques correspondant aux transactions effectuées via les sites web de distributeurs (donnée non auditée)

ENCORE UN POTENTIEL DE PENETRATION

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



MOTEUR DE CROISSANCE **6** *E-COMMERCE*

**UN IMPACT QUI S'ÉTEND BIEN AU-DELÀ
DE LA DISTRIBUTION TRADITIONNELLE**

L'ORÉAL

CHOIX STRATÉGIQUE N°2

**RENFORCER NOS
⑥ PILIERS**

**POUR MAXIMISER LA CROISSANCE
ET PÉRENNISER
NOTRE LEADERSHIP À LONG TERME**

L'ORÉAL

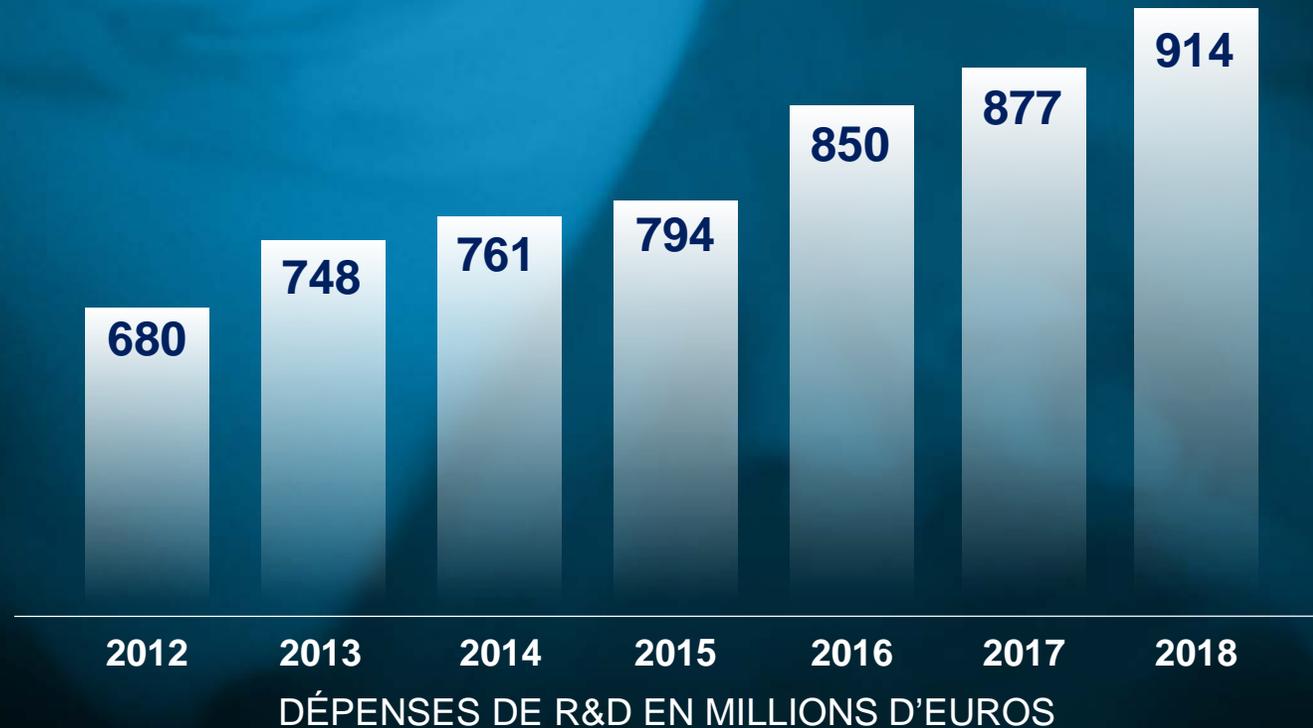
PILIER 1 RECHERCHE ET INNOVATION

LE POUVOIR DE L'INNOVATION

L'ORÉAL

PILIER 1 *RECHERCHE ET INNOVATION*

UNE STRATÉGIE FONDÉE SUR LA RECHERCHE ET L'INNOVATION



UNE FOI ABSOLUE DANS LA QUALITÉ

L'ORÉAL

PILIER 1 RECHERCHE ET INNOVATION

LA DYNAMIQUE DES INNOVATIONS



L'ORÉAL

PILIER 1 RECHERCHE ET INNOVATION

INNOVER AU-DELÀ DU PRODUIT

DES PRODUITS
AUX PERFORMANCES
SUPÉRIEURES

+

UNE EXPÉRIENCE BEAUTÉ
SUPÉRIEURE

L'ORÉAL

PILIER ② *NOS GRANDES MARQUES*

L'ORÉAL
PARIS

**LA PUISSANCE
DES GRANDES
MARQUES**

L'ORÉAL
PARIS

L'ORÉAL
PARIS

L'ORÉAL
PARIS

L'ORÉAL
PARIS

L'ORÉAL
PARIS

L'ORÉAL

PILIER (2) NOS GRANDES MARQUES

DE GRANDES MARQUES LEADER

+8%¹

LES 8 PLUS GRANDES MARQUES

L'ORÉAL
PARIS

by GARNIER,
Naturally!

MAYBELLINE
NEW YORK

L'ORÉAL
PROFESSIONNEL
PARIS

LANCÔME
PARIS

YVES SAINT LAURENT

GIORGIO ARMANI
beauty

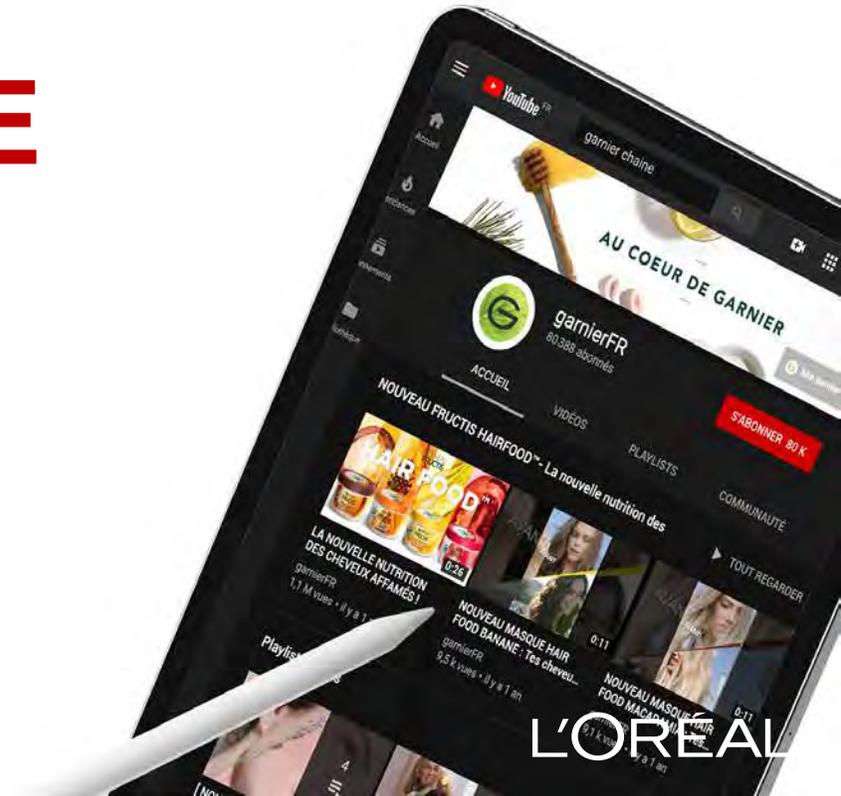
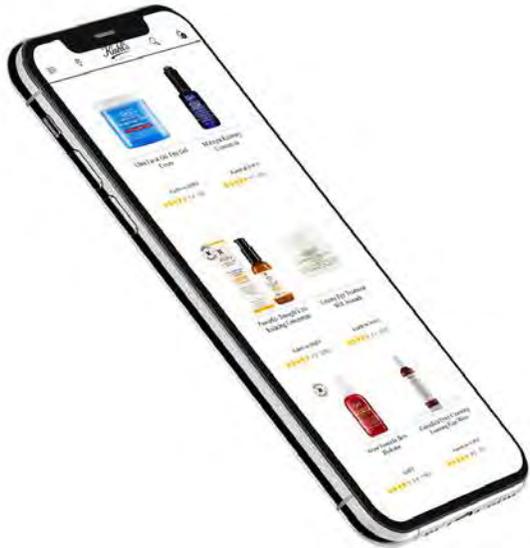
Kiehl's
SINCE 1851

¹Croissance du chiffre d'affaires au 1er semestre 2019, à périmètre et taux de change comparables

PILIER ③ DIGITAL



LE POUVOIR DU NUMÉRIQUE



PILIER ③ DIGITAL



L'ORÉAL

UNE ENTREPRISE « DIGITAL-FIRST »



L'ORÉAL

PILIER ③ DIGITAL

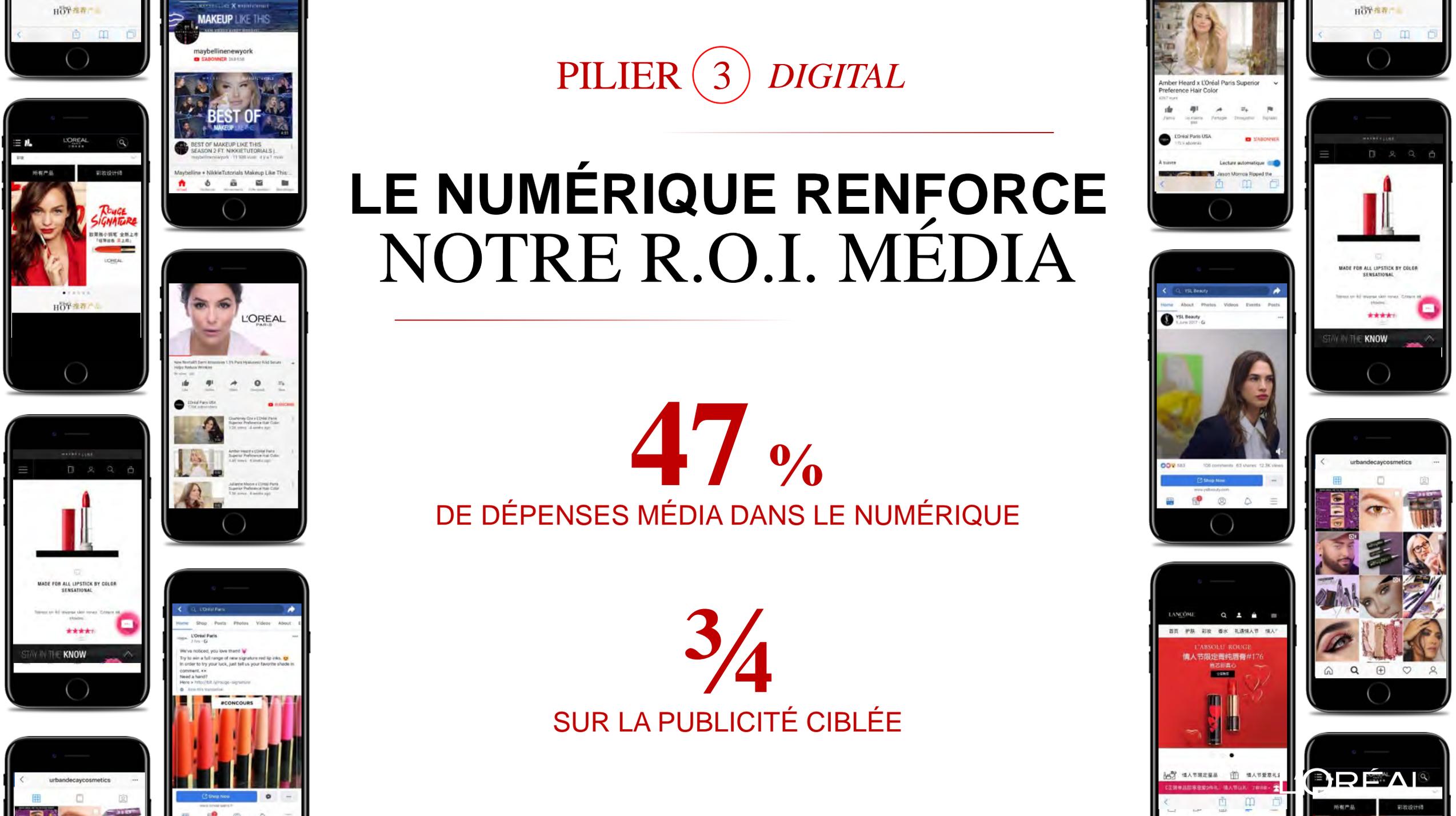
LE NUMÉRIQUE RENFORCE NOTRE R.O.I. MÉDIA

47 %

DE DÉPENSES MÉDIA DANS LE NUMÉRIQUE

3/4

SUR LA PUBLICITÉ CIBLÉE



PILIER ③ DIGITAL

LE NUMERIQUE RENFORCE L'ENGAGEMENT CLIENT

350 millions

DE NOTES ET D'ÉVALUATIONS

1,3 milliard

DE DATA POINTS CLIENTS¹

4 marques

DANS LE TOP 10 « QI DIGITAL »²

¹Personnalisation de masse du marketing et des interactions client

²Classement 2018 des cosmétiques à l'indice « QI Digital » de Gartner L2

LE NUMÉRIQUE NOUS RELIE À PLUS DE PERSONNES

VISIONNAGES L'ORÉAL

YouTube

1/3

DES VIDÉOS DE BEAUTÉ
VISIONNÉES DANS LE MONDE

1,2 milliard

DE VISITEURS
SUR NOS SITES WEB



L'ORÉAL

PILIER ③ DIGITAL

LE NUMÉRIQUE DONNE NAISSANCE
À D'ÉTONNANTS
NOUVEAUX SERVICES
ET EXPÉRIENCES

MODIFACE

20 marques

65 pays

FINE LINES
YOUR STRENGTH

UNDER-EYE
WRINKLES
YOUR PRIORITY

LACK OF
FIRMNESS

PILIER ③ DIGITAL

L'ORÉAL

LEADER DU NOUVEAU
BEAUTY TECH WORLD

L'ORÉAL

**LA FORCE
DE NOTRE CULTURE
ET DE NOTRE ORGANISATION**

PILIER 4 *CULTURE ET ORGANISATION*

L'ORÉAL

**UN LEADER
AVEC L'ESPRIT
D'UN CHALLENGER**

**UNE GRANDE
ENTREPRISE AVEC
L'ESPRIT D'UNE
START UP**

L'ORÉAL

PILIER 4 *CULTURE ET ORGANISATION*

**UNE APPROCHE
EXCLUSIVE**

VISION
À LONG TERME

PRAGMATISME
À COURT
TERME



L'ORÉAL

**UNE ORGANISATION
UNIQUE EN SON GENRE**

CONCENTRATION
STRATÉGIQUE

DÉCENTRALISATION
OPÉRATIONNELLE

PILIER 4 *CULTURE ET ORGANISATION*

LES VICTOIRES SE GAGNENT
SUR LE TERRAIN

DES ÉQUIPES LOCALES AUTONOMES ET RESPONSABILISÉES

PERTINENCE POUR LE CONSOMMATEUR

ALLOCATION DES RESSOURCES

AGILITÉ ET EXCELLENCE SUR LE TERRAIN

L'ORÉAL

PILIER 5 *EMPREINTE UNIVERSELLE*

**LA PUISSANCE
DE NOTRE EMPREINTE UNIVERSELLE**

L'ORÉAL

PILIER ⑤ EMPREINTE UNIVERSELLE

COUVERTURE OPTIMALE DU MARCHÉ

FLEXIBILITÉ MAXIMALE POUR SAISIR LA CROISSANCE

7 CANAUX DE DISTRIBUTION

SALONS DE
COIFFURE



GRANDE
DISTRIBUTION



GRANDS MAGASINS
PARFUMERIES



PHARMACIES
MÉDI-SPAS



MAGASINS EN
NOM PROPRE



TRAVEL RETAIL



E-COMMERCE



5 CATÉGORIES DE PRODUITS



SOINS
CAPILLAIRES

COLORATIONS

SOINS
DE LA PEAU

PARFUMS

MAQUILLAGE

**TOUS
SEGMENTS
DE PRIX**

**TOUTES
ZONES
GEOGRAPHIQUES**

**TOUS
PROFILS DE
CONSUMMATEURS**

L'ORÉAL

PILIER 6 LEADER DU DÉVELOPPEMENT DURABLE

**LA FORCE
DE NOTRE LEADERSHIP
EN MATIÈRE DE
DÉVELOPPEMENT
DURABLE**

DES RÉSULTATS EXTRA-FINANCIERS EXCEPTIONNELS

INNOVATION DURABLE



79 % DE NOUVEAUX
PRODUITS

ONT UN PROFIL
ENVIRONNEMENTAL OU
SOCIAL AMÉLIORÉ

PRODUCTION DURABLE



-77 %² DE RÉDUCTION DU
CO₂

+38 % D'AUGMENTATION
DE LA PRODUCTION

DÉVELOPPEMENT DURABLE



63 584 PERSONNES

ISSUES DE COMMUNAUTÉS
DÉFAVORISÉES ONT EU
ACCÈS
À UN EMPLOI

¹Produits nouveaux ou issus du réemploi ²Émissions des usines et des centres de distribution depuis 2005

NOTRE PERFORMANCE EST RECONNUE

ENVIRONNEMENT

ÉGALITÉ HOMMES-FEMMES

ÉTHIQUE



L'ORÉAL

#1 EN EUROPE
POUR L'ÉGALITÉ
HOMMES-FEMMES

#1 MONDIAL
POUR L'INDICE DE RÉPUTATION
ETHICALQUOTE 2018



NOUVEAUX ENGAGEMENTS

CHANGEMENT CLIMATIQUE

D'ici 2030, réduire de -25 % en valeur absolue l'intégralité de nos émissions directes et indirectes de gaz à effet de serre, par rapport à 2016 (scope 1,2,3).

D'ici à 2025, l'intégralité de nos sites industriels, administratifs et de recherche devront atteindre la neutralité carbone.

PLASTIQUE



D'ici à 2025, 100 % des emballages plastiques utilisés par le Groupe seront rechargeables, réutilisables, recyclables ou compostables.



CHOIX STRATÉGIQUE N°3

NOTRE BUSINESS MODEL

**GARANT
D'UNE CROISSANCE PÉRENNE
ET FIABLE À LONG TERME**

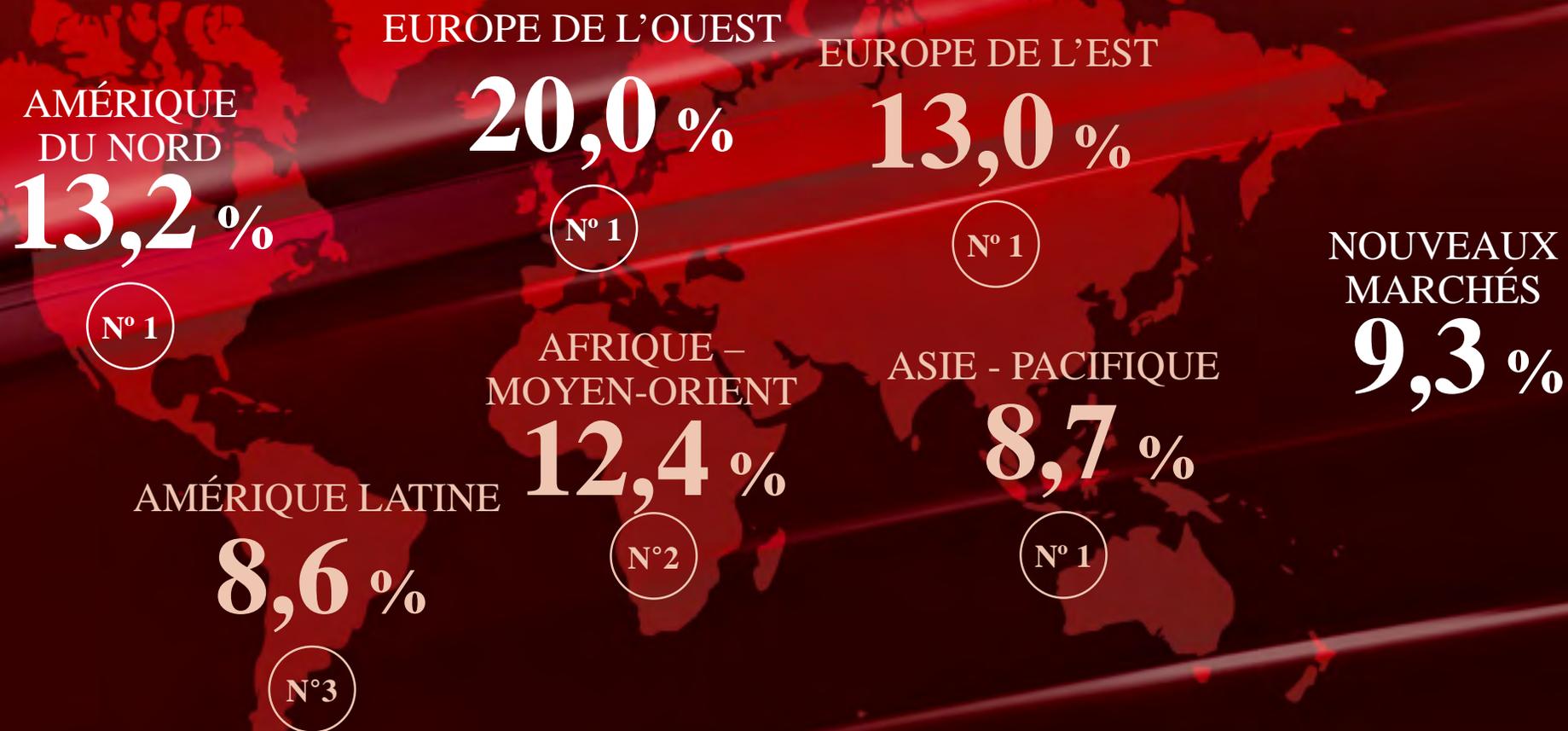
L'ORÉAL



**ENGAGEMENT
À SURPERFORMER
LE MARCHÉ
À LONG TERME**

L'ORÉAL

UN LEADER AU FORT POTENTIEL



¹Estimations L'Oréal hors rasoirs, savons et dentifrices. ²Classement basé sur les chiffres 2018 d'Euromonitor, hors rasoirs, savons et dentifrices. /
Afrique Myen Orient : Dans les pays où L'Oréal est présent

L'ORÉAL

CROISSANCE DU CHIFFRE D'AFFAIRES

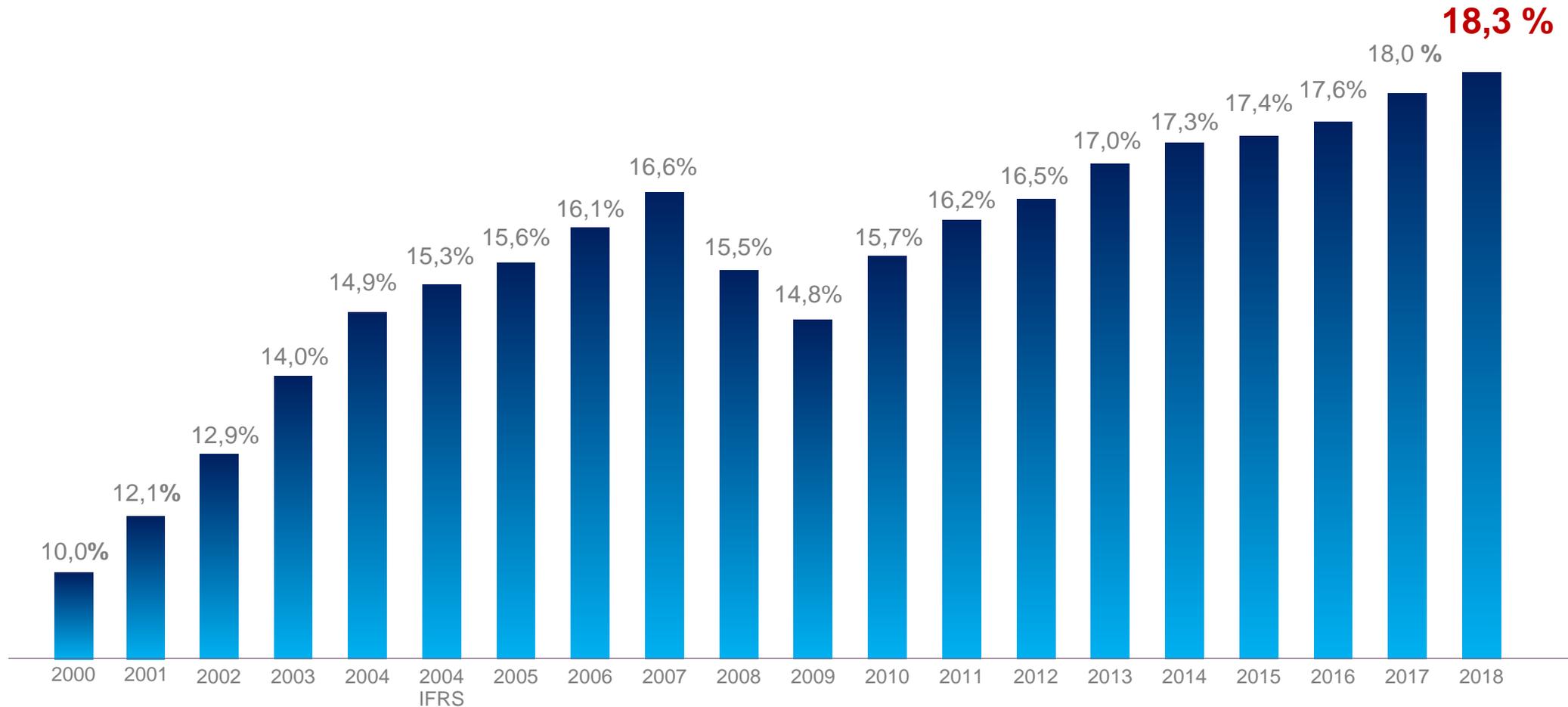
LA MEILLEURE VOIE VERS LA CRÉATION DE VALEUR

**UNE DÉMARCHE ORIENTÉE SUR
LA CROISSANCE DU CHIFFRE D'AFFAIRES**



**UNE DISCIPLINE
OPÉRATIONNELLE**

UNE MARGE OPÉRATIONNELLE EN CROISSANCE RÉGULIÈRE



AUGMENTATION CONTINUE DU BÉNÉFICE¹

BÉNÉFICE NET DEPUIS 1988 EN MILLIONS D'EUROS



¹Bénéfice opérationnel net, hors événements non-récurrents attribuables aux propriétaires de l'entreprise, tenant compte de la consolidation des titres Synthélabo par intégration globale jusqu'à 1998 ; bénéfice net, hors événements non-récurrents attribuables aux propriétaires de l'entreprise, tenant compte de la consolidation des titres Sanofi-Synthélabo par mise en équivalence de 1999 à 2004 ; bénéfice net hors événements non-récurrents attribuables aux propriétaires de l'entreprise, tenant compte des dividendes de Sanofi en 2004 ; IFRS depuis 2005

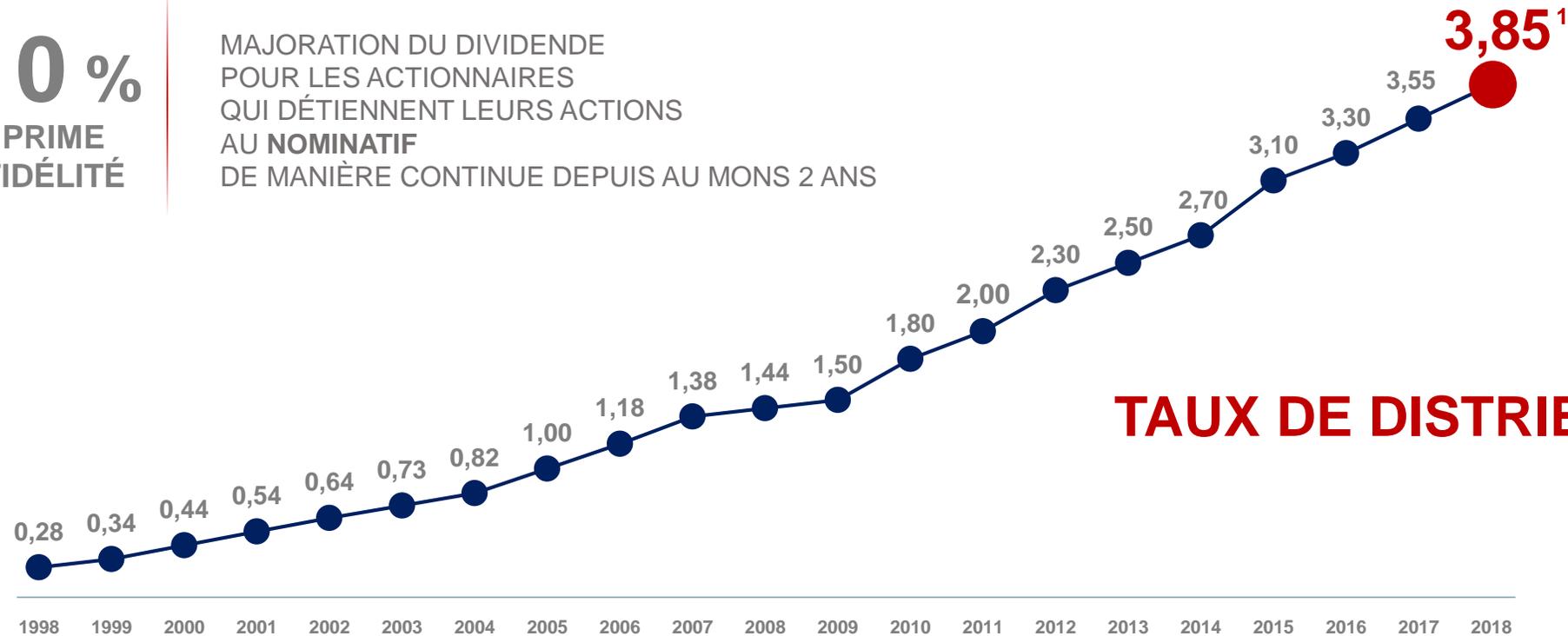
UNE POLITIQUE DYNAMIQUE DE DISTRIBUTION DES DIVIDENDES

DIVIDENDE PAR ACTION DEPUIS 1998 EN EUROS

+8,5 % vs 2018

+10 %
DE PRIME
DE FIDÉLITÉ

MAJORATION DU DIVIDENDE
POUR LES ACTIONNAIRES
QUI DÉTIENNENT LEURS ACTIONS
AU **NOMINATIF**
DE MANIÈRE CONTINUE DEPUIS AU MONS 2 ANS



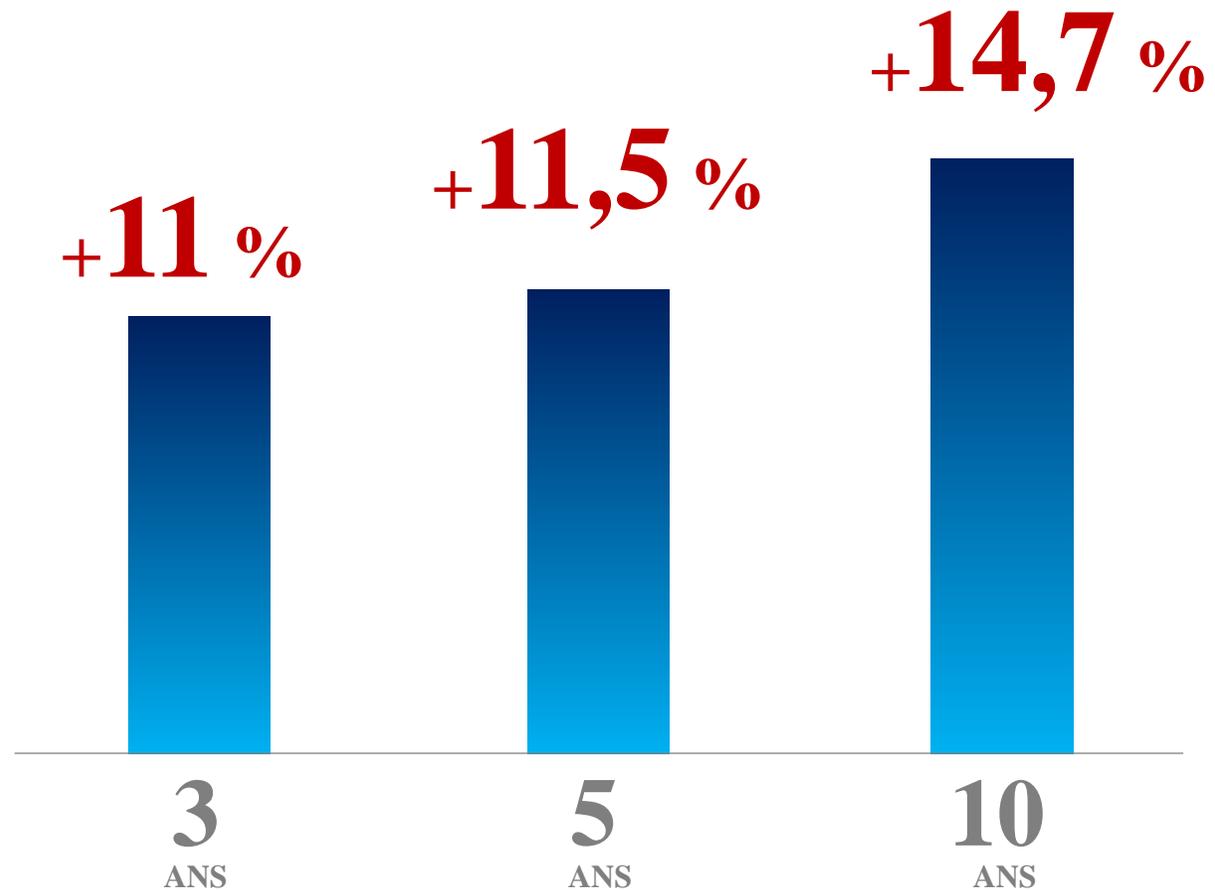
**TAUX DE DISTRIBUTION²:
54,4 %**

¹Approuvé à l'Assemblée générale annuelle du 18 avril 2019.

Dividendes de 2018 versés en 2019 : paiement de la prime de fidélité de 10 %, pour les actions détenues officiellement depuis 2016.

²Basé sur les dividendes approuvés à l'Assemblée générale annuelle du 18 avril 2019.

UN RENDEMENT TOTAL À 2 CHIFFRES POUR L'ACTIONNAIRE¹



¹Tenant compte de la valeur de l'action et des revenus des dividendes reçus. Au 31 décembre 2018

UN BUSINESS MODÈLE CRÉATEUR DE VALEUR

ÉVOLUTION SUR DIX ANS DU PRIX DE L'ACTION



Source : Nasdaq Thomson Reuters Eikon, cours des actions du 31/12/2008 au 03/09/2019

L'ORÉAL

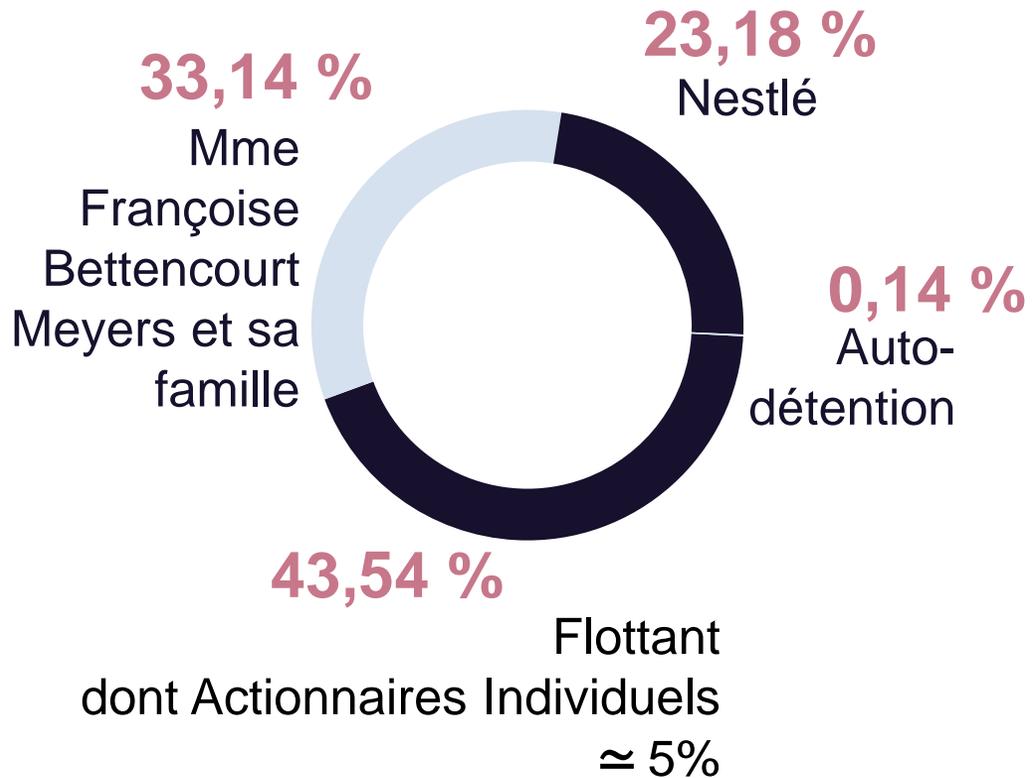


Plus
**OPTIMISTES
CONFIANTS
DÉTERMINÉS**
*que
jamais*

L'ORÉAL

UNE STRUCTURE ACTIONNAIRIALE ET MANAGERIALE SOLIDE¹

Une structure actionnariale solide*



Un management stable : 5 Présidents en 110 ans



* Répartition du capital au 31 décembre 2018

MERCI

L'ORÉAL

Q&A

----- **Disclaimer** -----

"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."

L'ORÉAL