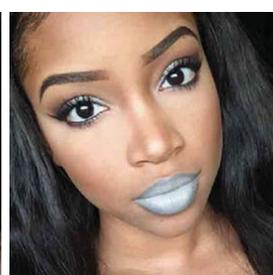
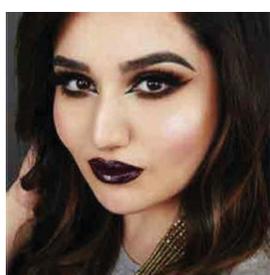




**ASSEMBLÉE  
GÉNÉRALE  
JEAN-PAUL  
AGON  
PRÉSIDENT-DIRECTEUR GÉNÉRAL**

20 AVRIL 2016





PERFORMANCE

---

SOLIDE



## MARCHÉ MONDIAL DE LA BEAUTÉ

---

**+3,9** %\*

\*Hors savons, dentifrices et rasoirs. estimations provisoires  
2015 Source : estimations L'Oréal. Croissance à changes  
constants

CHIFFRE D'AFFAIRES CONSOLIDÉ  
2015

---

+12,1%

**CHIFFRE D'AFFAIRES  
CONSOLIDÉ 2015**

**+12,1%\***

**EFFET  
DE CHANGE**

**+7,2%**

**CROISSANCE À TAUX DE  
CHANGE CONSTANTS**

**+4,9%**

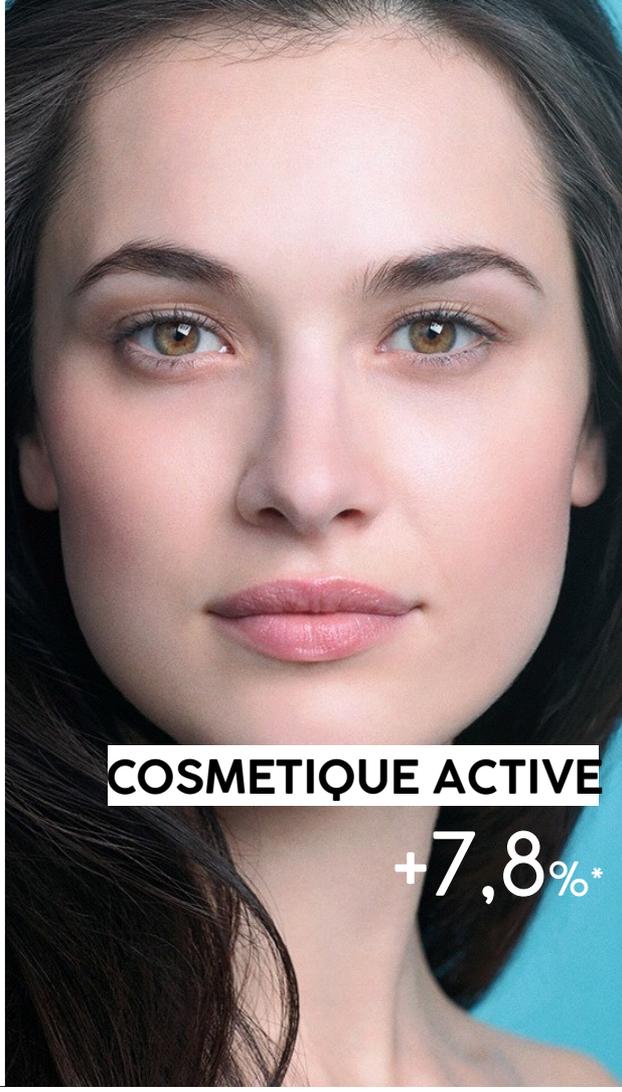
\*Croissance à données publiées



**L'ORÉAL LUXE**

**+6,1%\***

\*Chiffre d'affaires 2015, évolution à données comparables



**COSMETIQUE ACTIVE**

**+7,8%\***



**PRODUITS  
PROFESSIONNELS**

**+3,4%\***



L'ORÉAL LUXE

---

+6,1%\*

MARCHÉ

---

+5,7%\*\*

\*Chiffre d'affaires 2015, évolution à données comparables

\*\*Hors savons, dentifrices et rasoirs. estimations provisoires 2015 Source : estimations L'Oréal. Croissance à changes constants



LANCÔME  
PARIS



TRÈS BONNE ANNÉE

YVES SAINT LAURENT

+18%\*

\*Chiffre d'affaires 2015, évolution à données comparables



URBAN DECAY  
ud  
BEAUTY WITH AN EDGE

URBAN DECAY



URBAN DECAY

VENTES 2012 - 2015

---

x3





A group of people in formal attire are standing on a balcony or terrace at night. The scene is filled with a dense shower of falling confetti or glitter, creating a magical atmosphere. In the background, the Eiffel Tower is visible against a dark night sky, with city lights and trees also visible. The people are dressed in elegant evening wear, including dresses and a vest. The overall mood is celebratory and glamorous.

N°1 EN EUROPE

Ne rien manquer

Mes privilèges

Bienvenue B. - Mon compte

Mon panier

0 produit

Ma BEAUTÉ LUXE

LES BOX

Le concept | Parfum · Maquillage · Soin · Homme

Rechercher

Votre prénom est

Vous êtes  et vous avez  ans.

Quels types de produits souhaitez-vous dans votre box?



SOINS DE LA PEAU



MAQUILLAGE



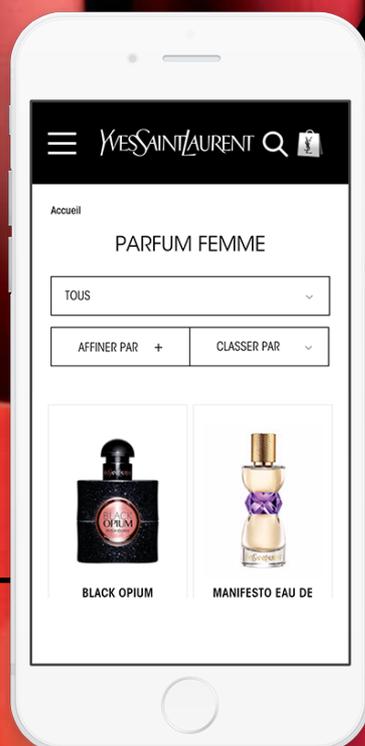
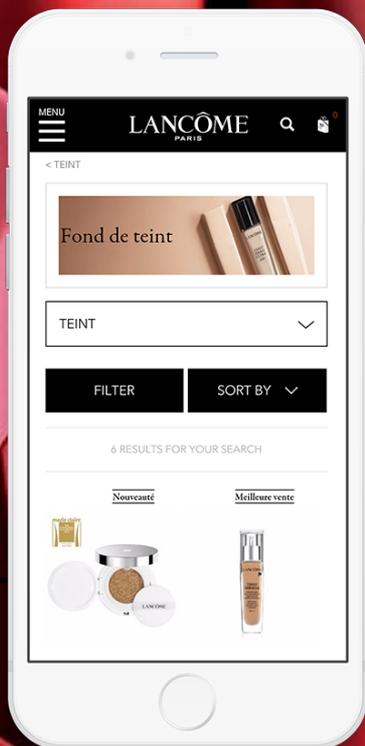
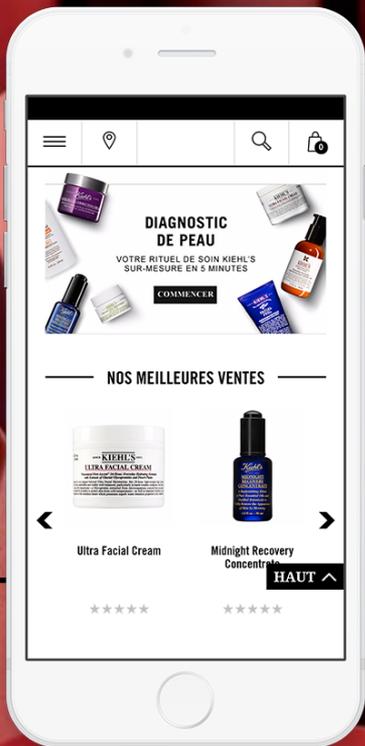
PARFUM

ÉTAPE PRÉCÉDENTE

ÉTAPE SUIVANTE



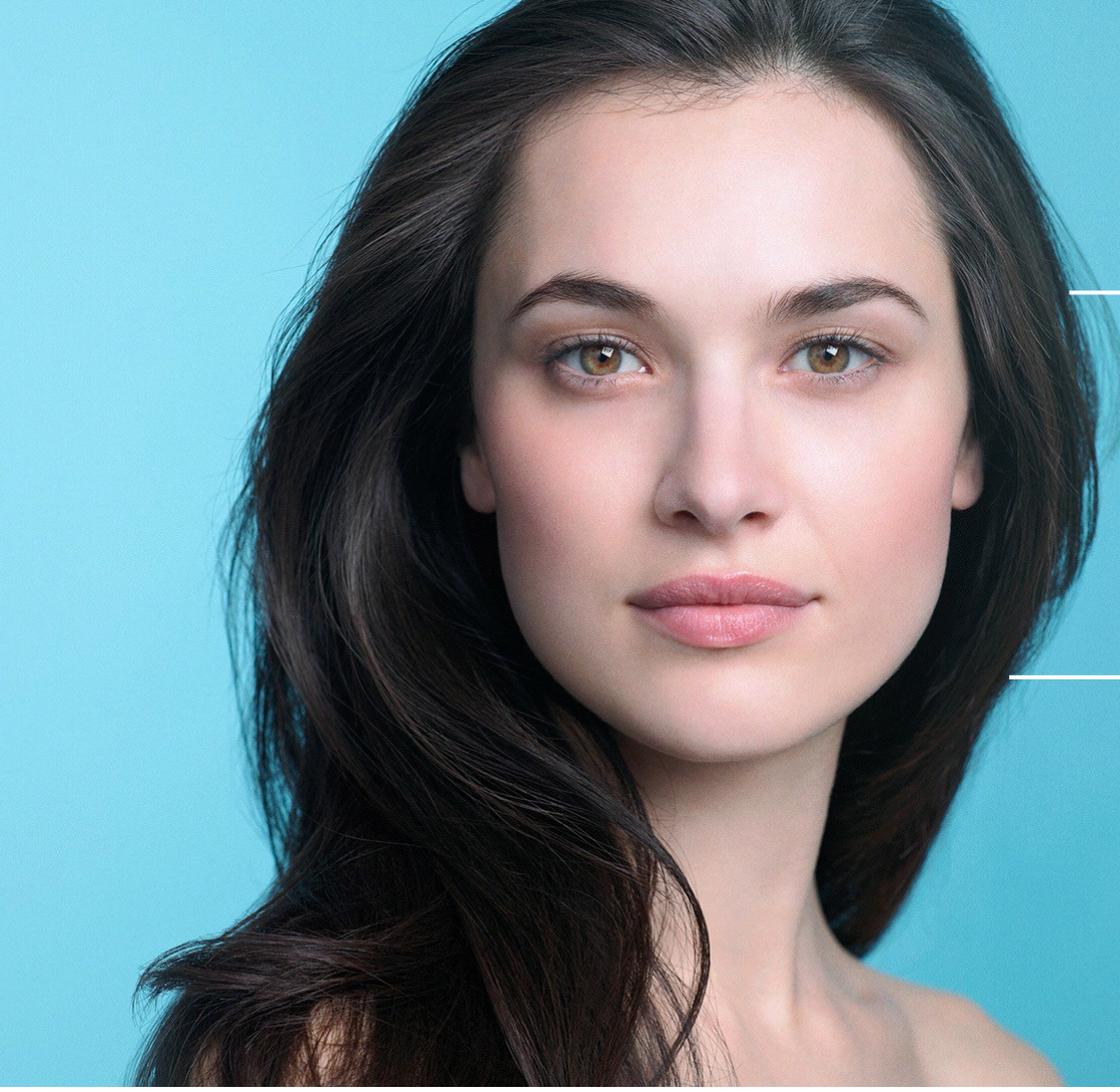
VOTRE BOX 0-5



E-COMMERCE

≈ 8%

DU CHIFFRE  
D'AFFAIRES



COSMÉTIQUE ACTIVE

---

+7,8%\*

MARCHÉ

---

+5,3%\*\*

\*Chiffre d'affaires 2015, évolution à données comparables

\*\*Hors savons, dentifrices et rasoirs, estimations provisoires 2015  
Source : estimations L'Oréal. Croissance à changes constants



LA ROCHE-POSAY  
LABORATOIRE DERMATOLOGIQUE

+15%\*

\*Chiffre d'affaires 2015, évolution à données comparables

# CHANGER LA VIE DES PEAUX SENSIBLES







DERMA+CENTER

## PRODUITS PROFESSIONNELS

---

+3,4%\*

MARCHÉ

---

+1,7%\*\*

\*Chiffre d'affaires 2015, évolution à données comparables  
\*\*Hors savons, dentifrices et rasoirs. Estimations provisoires 2015  
Source : estimations L'Oréal. Croissance à changes constants



SOIN DU CHEVEU



COLORATION

L'ORÉAL  
PARIS

SHU UEMURA  
ART OF HAIR

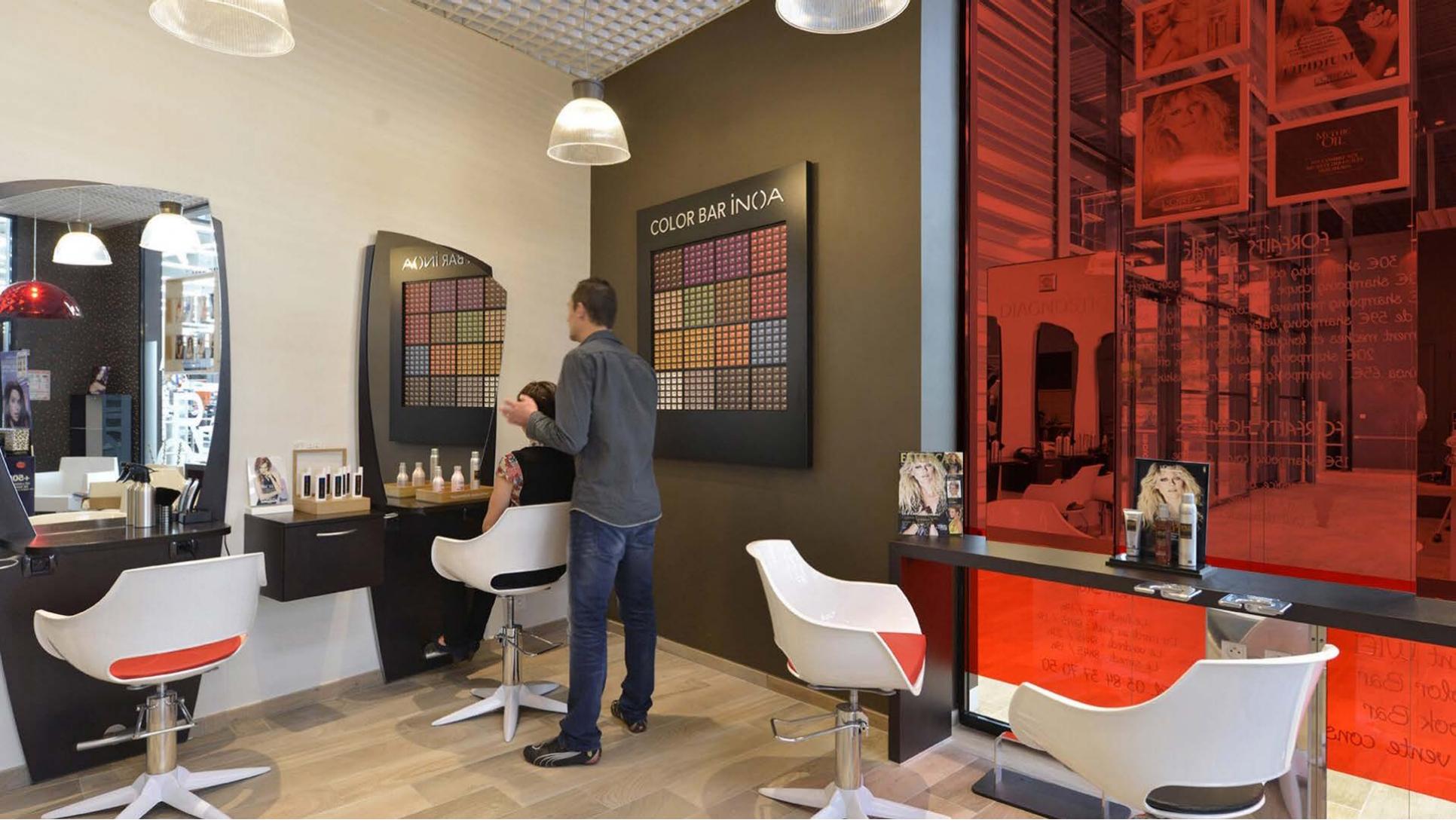
JEAN MARC JOUBERT

COLO

PAR L'ORÉAL  
PARIS

SHU UEMURA  
ART OF HAIR







L'ORÉAL  
PARIS



CARITA  
PARIS

PROGRESSIF  
LIFT FERMETÉ

SÉRUM  
JEUNESSE ORIGINELLE  
GENES OF YOUTH  
SERUM

CARITA  
PARIS



DECLÉOR

AROMESSENCE  
NÉROLI

Sérum-huile hydratant  
Hydrating oil serum

100% NATURAL



PRODUITS GRAND PUBLIC

---

+2,5%\*

MARCHÉ

---

+4,0%\*\*

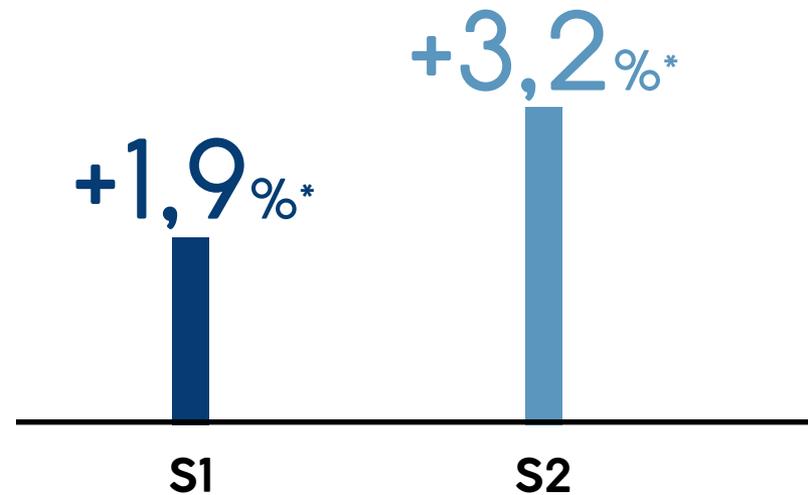
\*Chiffre d'affaires 2015, évolution à données comparables

\*\*Hors savons, dentifrices et rasoirs. Estimations provisoires 2015 Source : estimations L'Oréal.  
Croissance à changes constants



## PRODUITS GRAND PUBLIC

ACCÉLÉRATION AU 2<sup>nd</sup> TRIMESTRE





NYX

PROFESSIONAL MAKEUP

L'OREAL

GARNIER  
Ultra  
DOUX

GARNIER

MAYBELLINE



RÉNOVATION

DE L'IMAGE  
DES  
MARQUES

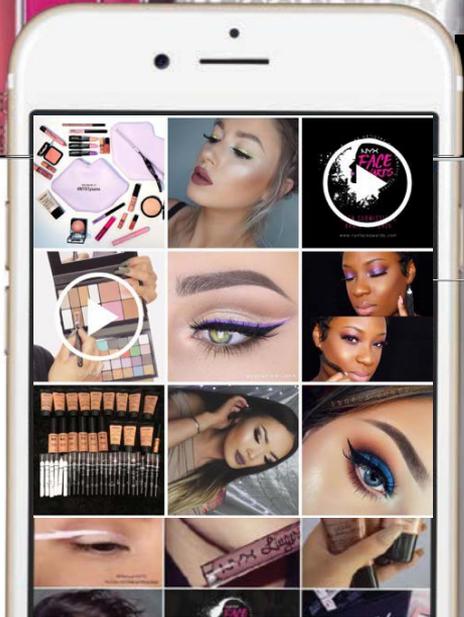
L'ORÉAL  
PARIS

MAYBELLINE  
NEW YORK

GARNIER

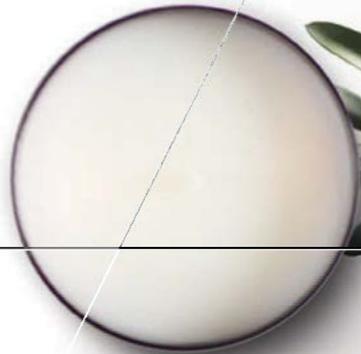


# INNOVATION DIGITALISATION





SAISIR LES OPPORTUNITÉS



NEW  
**GARNIER**  
**Ultimate Blends**  
SHAMPOO  
*The sleek restorer*  
with coconut & cocoa butter  
Super-sleek smoothness  
Dry, FRIZZY HAIR  
NO PARABENS

NUEVO  
**GARNIER**  
**Original Remedies**  
CHAMPÚ NUTRICIÓN EXTREMA  
CON ACEITE DE OLIVA VIRGEN Y CON VIRTUDES EXCEPCIONALES  
**OLIVA MÍTICA**  
Sin Parabenos  
EXTRACTO NATURAL  
Nourrit intensément sans apesmazar  
CABELLO RESECO, SENSIBILIZADO

NOUVEAU  
**GARNIER**  
**Ultra DOUX**  
*Le shampooing merveilleux*  
huiles d'argan et camélia  
Nourrit, sublime, révèle la brillance  
CHEVEUX  
Sans Paraben  
EXTRAITS NATURELS

NEU  
**GARNIER**  
**Wahre Schätze**  
*Der Seidigkeits-Verleiher*  
Vanillemilch & Papaya  
Fühbare Geschmeidigkeit bis in die Spitzen  
NORMALES HAAR  
Ohne Paraben  
NATÜRLICHE ERZIE



MAYBELLINE  
NEW YORK



NYX

PROFESSIONAL MAKEUP

LOS ANGELES



-0,9%\*

\*Chiffre d'affaires 2015, évolution à données comparables





SKIN

MEN

MAKE-UP

CHRISTMAS

THRILLERS

SCENT

BLACK MUSK

FESTIVE

# THE BODY SHOP.

centrum

24 MAGISKA DAGAR.  
TILL JUL

MED VÅR LYRIGA ÄVENTYRALÄSNING



**AMÉRIQUE  
DU NORD**

**+3,5%\***

**EUROPE  
DE L'OUEST**

**+2,3%\***

**NOUVEAUX  
MARCHÉS**

**+6,0%\***



\*Chiffre d'affaires divisions cosmétiques 2015, évolution à données comparables

# EUROPE DE L'OUEST

L'ORÉAL	MARCHÉ
+2,3%*	+1,3%**

\*Chiffre d'affaires divisions cosmétiques 2015, évolution à données comparables  
\*\*Hors savons, dentifrices et rasoirs. Estimations provisoires 2015  
Source : estimations L'Oréal. Croissance à changes constants



# EUROPE DU NORD

ROYAUME-UNI

+5,6%\*

ALLEMAGNE

+3,1%\*



# EUROPE DU SUD

ESPAGNE

+3,6%\*

PORTUGAL

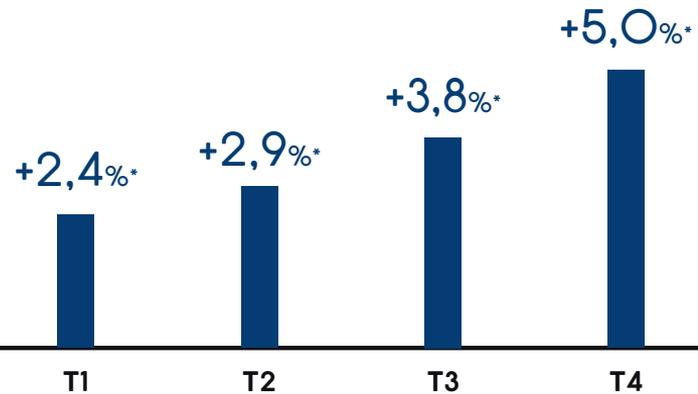
+3,9%\*

GRÈCE

+4,9%\*



# AMÉRIQUE DU NORD



\*Chiffre d'affaires divisions cosmétiques 2015, évolution à données comparables



2016 TOSHIBA

Eng Inno

TOSHIBA

Eng Inno



START FRESH WITH DUNKIN'



SONY

SONY

MAYBELLINE NEW YORK

MAKE IT HAPPEN

Try new things?  
I do it every day.

Now, bold color goes effortlessly sexy. Experience the blurred lip.

NEW  
**COLOR blur**  
MATTE PENCIL

Draw a line of color around your lips.

Smudge outward.

How do you #COLORBLUR

MAYBELLINE  
**COLOR blur**

©2016 Maybelline



BROADWAY

US POLICE

VORNADO



A black and white composite image. In the upper left, a man with a full beard and intense gaze looks towards the right. In the lower left, a woman with long hair and bangs smiles broadly. The background is dark.

# DYNAMISME ACCRU



# NOUVEAUX MARCHÉS

**AMÉRIQUE  
LATINE**

**+4,6%\***

**EUROPE  
DE L'EST**

**+9,8%\***

**ASIE,  
PACIFIQUE**

**+4,7%\***

**AFRIQUE,  
MOYEN-ORIENT**

**+12,1%\***



\*Chiffre d'affaires divisions cosmétiques 2015, évolution à données comparables

# CHINE



法国葡萄籽的抗氧化力  
肌肤水润Q弹 污染暗沉OUT

全新  
HYDRAFRESH  
ANTIOX MASK-IN LOTION  
清润·葡萄籽膜力水  
泡沫洁面乳·多重防晒隔离霜

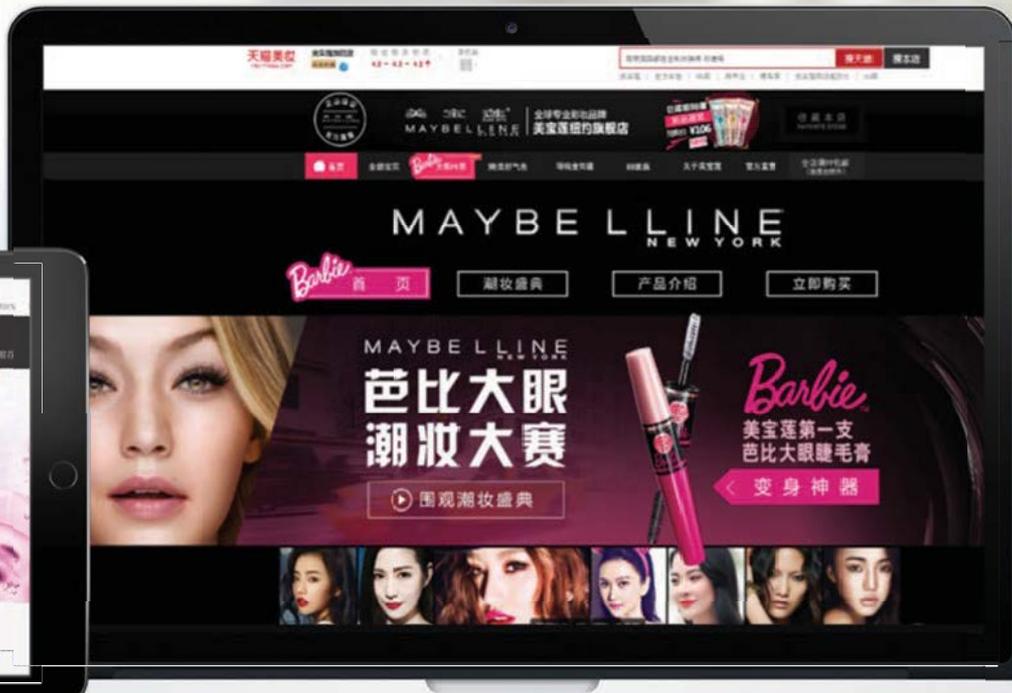
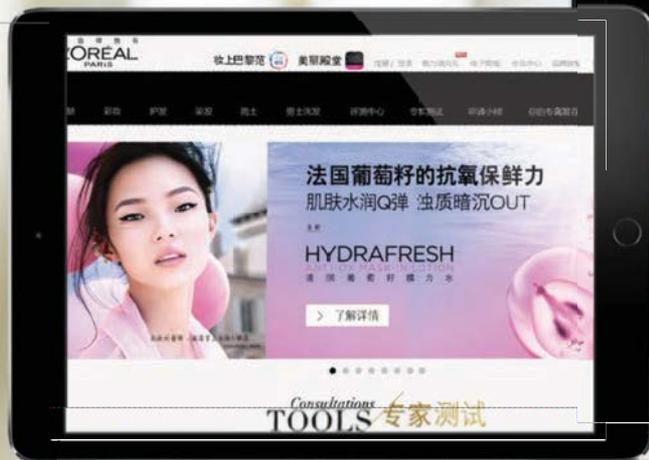
你值得拥有  
L'ORÉAL  
PARIS

肌肤好新鲜，就像享上了水润保湿膜！  
巴黎欧莱雅化妆品有限公司 敬启

“肌肤保湿系列”包含全套系列产品  
L'ORÉAL PARIS 巴黎欧莱雅化妆品有限公司 敬启



PLUS DE  
**20%**  
DES VENTES  
EN E-COMMERCE\*



# AMÉRIQUE LATINE

---

**+4,6%\***

\*Chiffre d'affaires divisions cosmétiques 2015, évolution à données comparables



# AMÉRIQUE LATINE

COLOMBIE

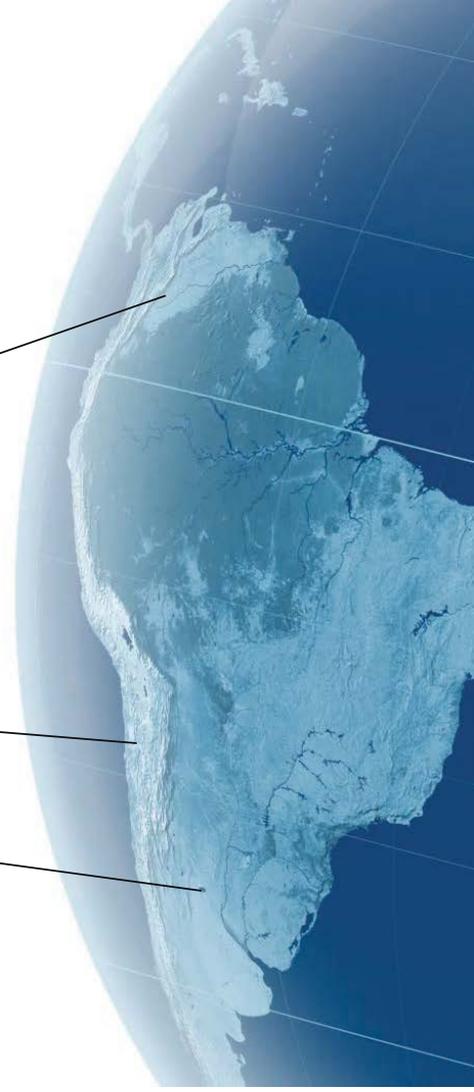
+11,6%\*

CHILI

+10,2%\*

ARGENTINE

+17%\*



# EUROPE DE L'EST

---

+9,8%\*

\*Chiffre d'affaires divisions cosmétiques 2015, évolution à données comparables



# EUROPE DE L'EST

RUSSIE

+17,9%\*

TURQUIE

+19,7%\*

•Chiffre d'affaires divisions cosmétiques 2015, évolution à données comparables



# AFRIQUE, MOYEN-ORIENT

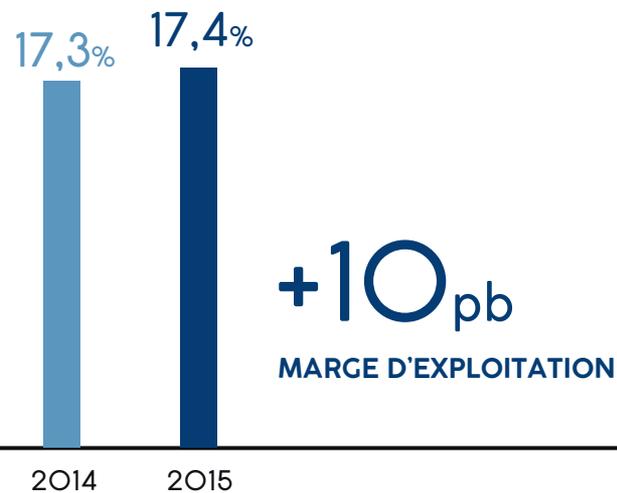
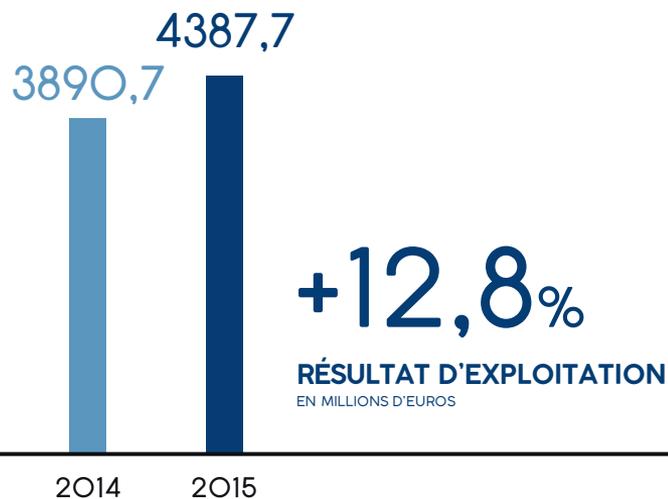
---

**+12,1%\***

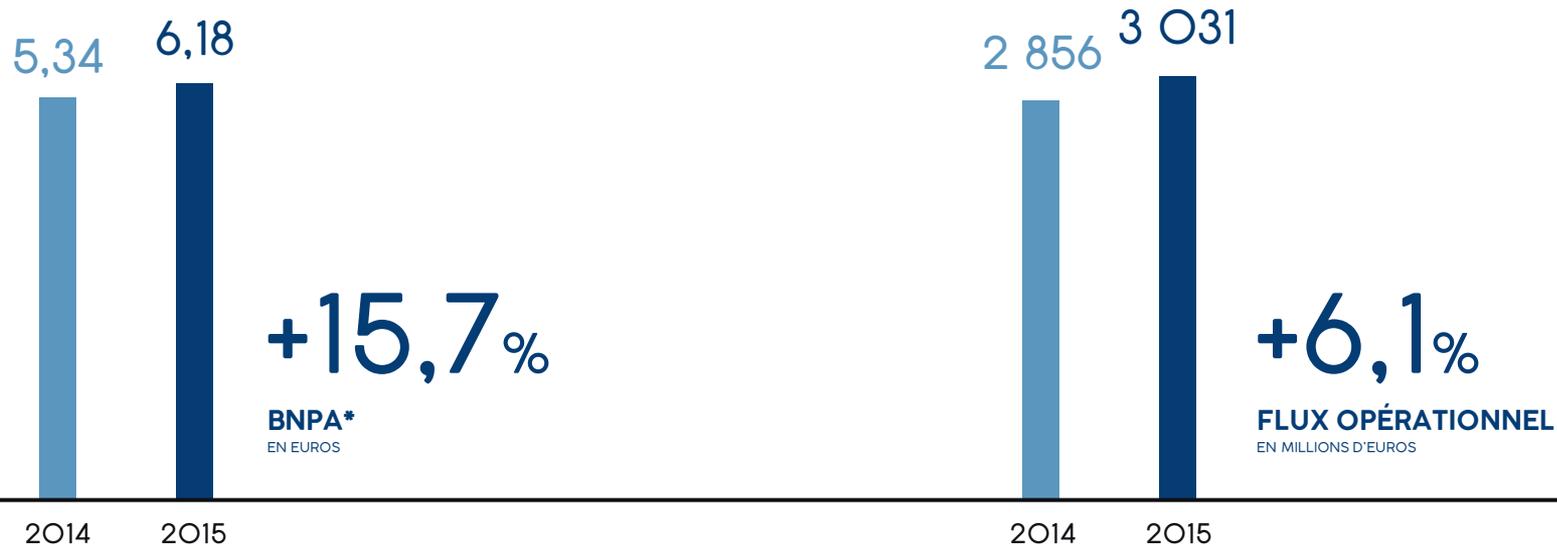


\*Chiffre d'affaires divisions cosmétiques 2015, évolution à données comparables

# PERFORMANCES SOLIDES



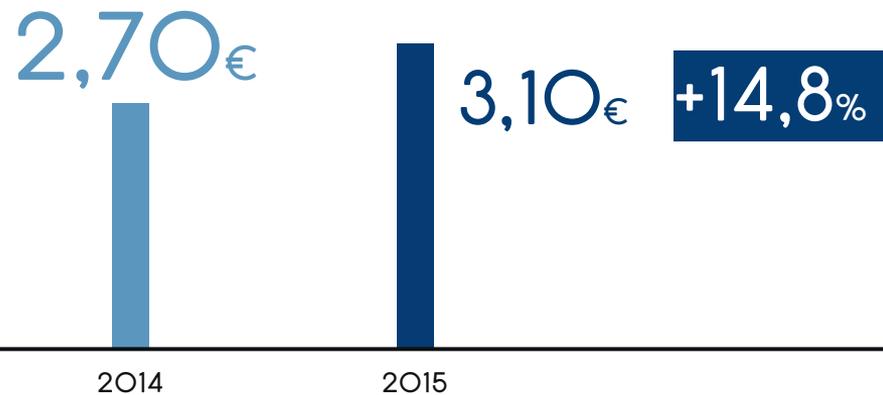
# PERFORMANCES SOLIDES



\*Bénéfice net par action. Part du groupe dilué, hors éléments non-récurrents des activités poursuivies

# PERFORMANCES SOLIDES

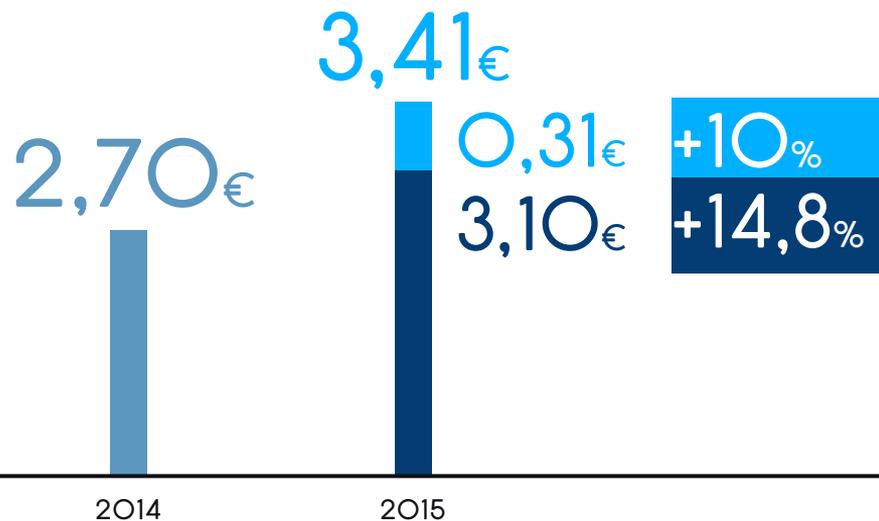
## DIVIDENDE PAR ACTION\*



\*Dividende proposé à l'assemblée des actionnaires du 20 avril 2016

# PERFORMANCES SOLIDES

## DIVIDENDE PAR ACTION\*

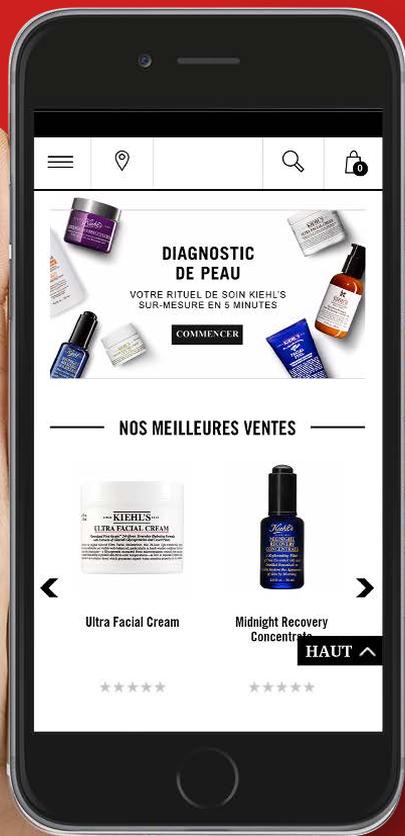


\*Dividende proposé à l'assemblée des actionnaires du 20 avril 2016

NOUVEAU L'ORÉAL

ATION TRANSFORMATION TRANSFORMATION TRA





VENTES E-COMMERCE

1,3 MILLIARD €\*

+38%\*\*

Chiffre d'affaires 2015 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-auditée) ; à données comparables

\*\* Evolution à données comparables

25%

DE NOS DÉPENSES MÉDIAS  
INVESTIES EN DIGITAL



A woman with dark hair and a white shirt is being made up by a makeup artist in a vanity room. The room features a large mirror with circular lights around it. An inset image shows a close-up of the woman's eyes, which are closed. The text "RELATION PERSONNALISÉE" is overlaid on the bottom left of the image.

**RELATION PERSONNALISÉE**

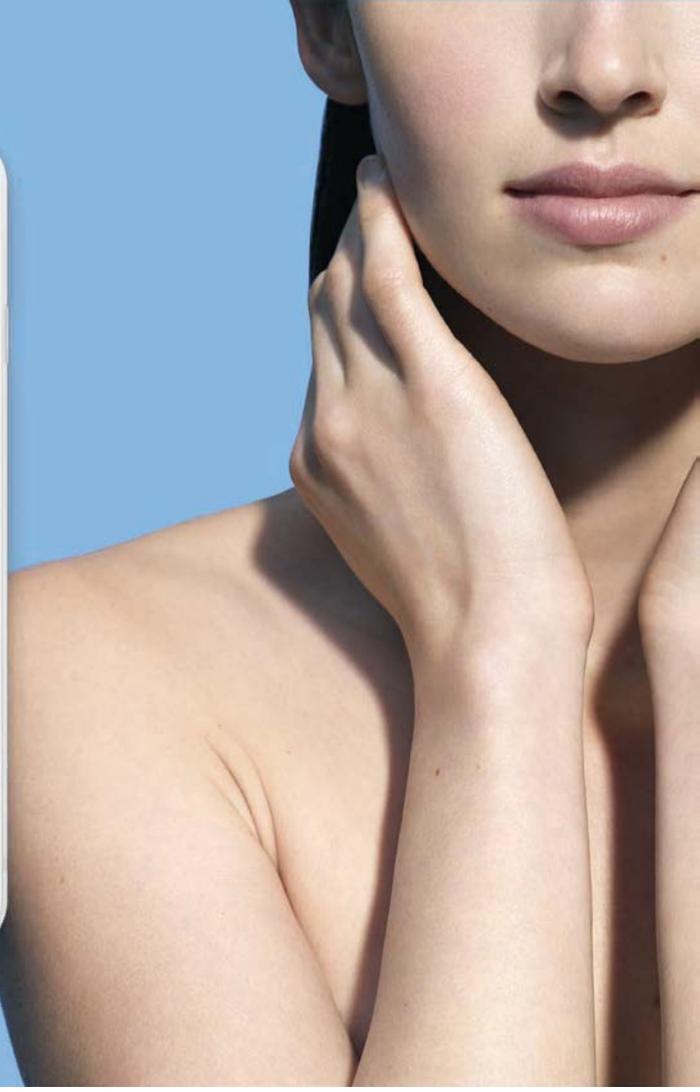
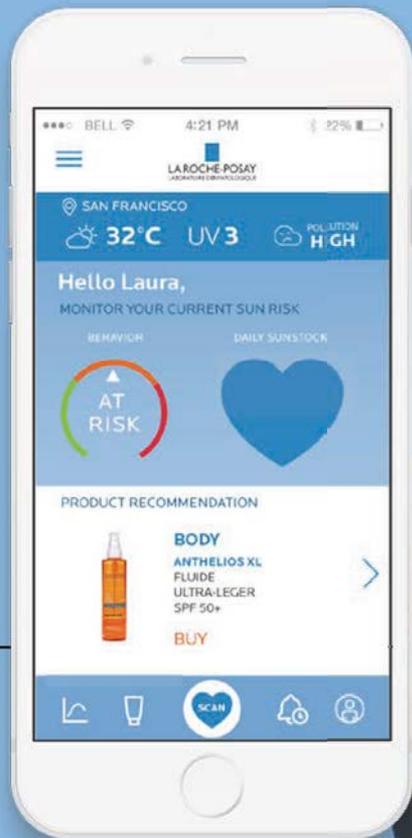


**LA ROCHE-POSAY**  
LABORATOIRE DERMATOLOGIQUE



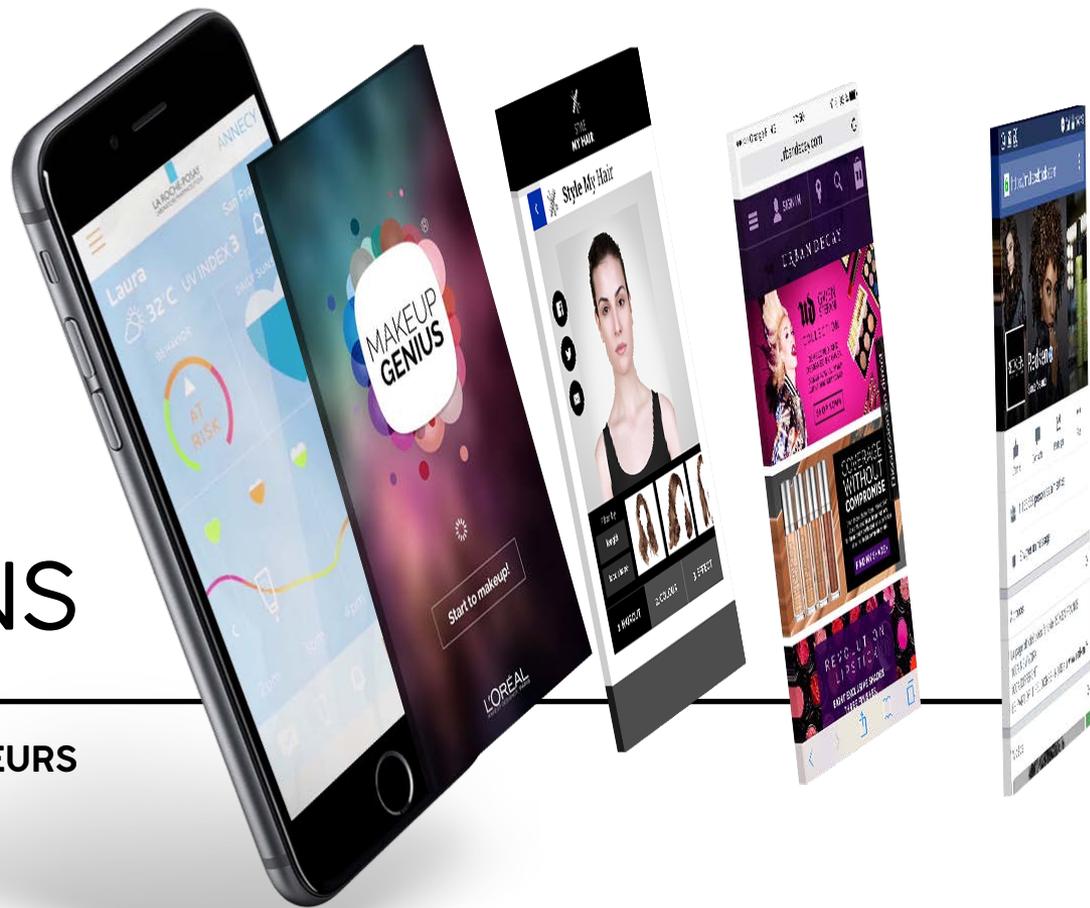


MY  
UV  
PATCH



# INNOVATIONS

AU SERVICE DES CONSOMMATEURS



**DÉVELOPPEMENT DURABLE**





**MEILLEURES PRATIQUES SOCIALES  
POUR 100% DES COLLABORATEURS**



Organisation  
Internationale  
du Travail



We  
Support



**WOMEN'S EMPOWERMENT PRINCIPLES**

EQUALITY MEANS BUSINESS

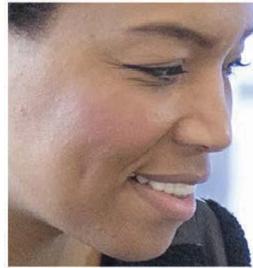
**UN WOMEN** 

**UNITED NATIONS  
GLOBAL COMPACT**

[www.weprinciples.org](http://www.weprinciples.org)



PÉRENNITÉ



ÉTHIQUE



AVANTAGE  
COMPÉTITIF



Máte obávku týkající se etiky?

Zvítejtech si Jean-Paul AGONOM  
o 9:00 nebo o 17:00 hod

Můžete se opírat Laurenta BOURCIBUZI  
Dopis etický podléte do 9. októbra 2015

**NOVINKA!**  
Jean-Paul AGON  
má obávku pro vás!

Abi ná vaše návrhy na to,  
ako nábrneme do roku 2020 spoločne  
dosiahnuť našich cieľov v rámci projektu  
« Driving Beauty With AS v? »

Publiekujte návrhy do 9. októbra 2015

**LOREAL ethics**  
www.lorealparis.com



 Covalence  
EthicalQuote.com

L'ORÉAL

N°2

SOCIÉTÉS MONDIALES,  
TOUTES INDUSTRIES  
CONFONDUES

N°1

CATÉGORIE  
PERSONAL & HOUSEHOLD GOODS



L'ORÉAL

7<sup>ème</sup> ANNÉE

« UNE DES  
SOCIÉTÉS LES PLUS  
ÉTHIQUES AU  
MONDE »



# VUCA

---

VOLATIL

INCERTAIN

COMPLEXE

AMBIGU

# L'ORÉAL

UNE VALEUR SÛRE

---

SOLIDITÉ

VISIBILITÉ

CONTINUITÉ

PÉRENNITÉ



PROJET STRATÉGIQUE

---

CLAIR

NOTRE MISSION

---

LA BEAUTÉ POUR TOUS



A dense grid of human faces, representing a wide range of ethnicities, ages, and genders. The faces are arranged in a grid pattern, with some faces appearing more prominently than others. The overall composition is a mosaic of human diversity.

NOTRE STRATÉGIE  
UNIVERSALISATION





# DES FONDAMENTAUX SOLIDES

---

# UN PORTEFEUILLE DE MARQUES

# QUI RÉPOND À TOUTES LES ASPIRATIONS

	PRODUITS PROFESSIONNELS	PRODUITS GRAND PUBLIC	L'ORÉAL LUXE	COSMÉTIQUE ACTIVE
	L'ORÉAL PARIS KÉRASTASE PARIS CARITA PARIS DECLÉOR PARIS	L'ORÉAL PARIS GARNIER	LANCÔME PARIS BIOThERM cacharel YVES SAINT LAURENT BEAUTÉ	LA ROCHE-POSAY LABORATOIRE DERMATOLOGIQUE VICHY LABORATOIRES ROGER & GALLET PARIS <small>DÉTILLEUR DE BONHEUR DEPUIS 1922</small>
			GIORGIO ARMANI VIKTOR & ROLF DIESEL HR	
	REDKEN THE AVENUE NYC MATRIX essie	MAYBELLINE NEW YORK essie NYX SOFTSHEEN-CARSON	Kiehl's SINCE 1851 RALPH LAUREN FRAGRANCES URBAN DECAY clarisonic	SKINCEUTICALS
		ms	shu uemura YUESAI	
		Nely Cosméticos		
		Nice & Lovely		

The background of the image features a grid of petri dishes, each containing a blue liquid. A hand is visible on the left side, holding one of the dishes. The text is positioned in the upper right quadrant of the image.

RECHERCHE, INNOVATION,  
QUALITÉ

---

# UN BUSINESS MODEL SOLIDE ET ÉQUILIBRÉ

---

CHIFFRE D'AFFAIRES

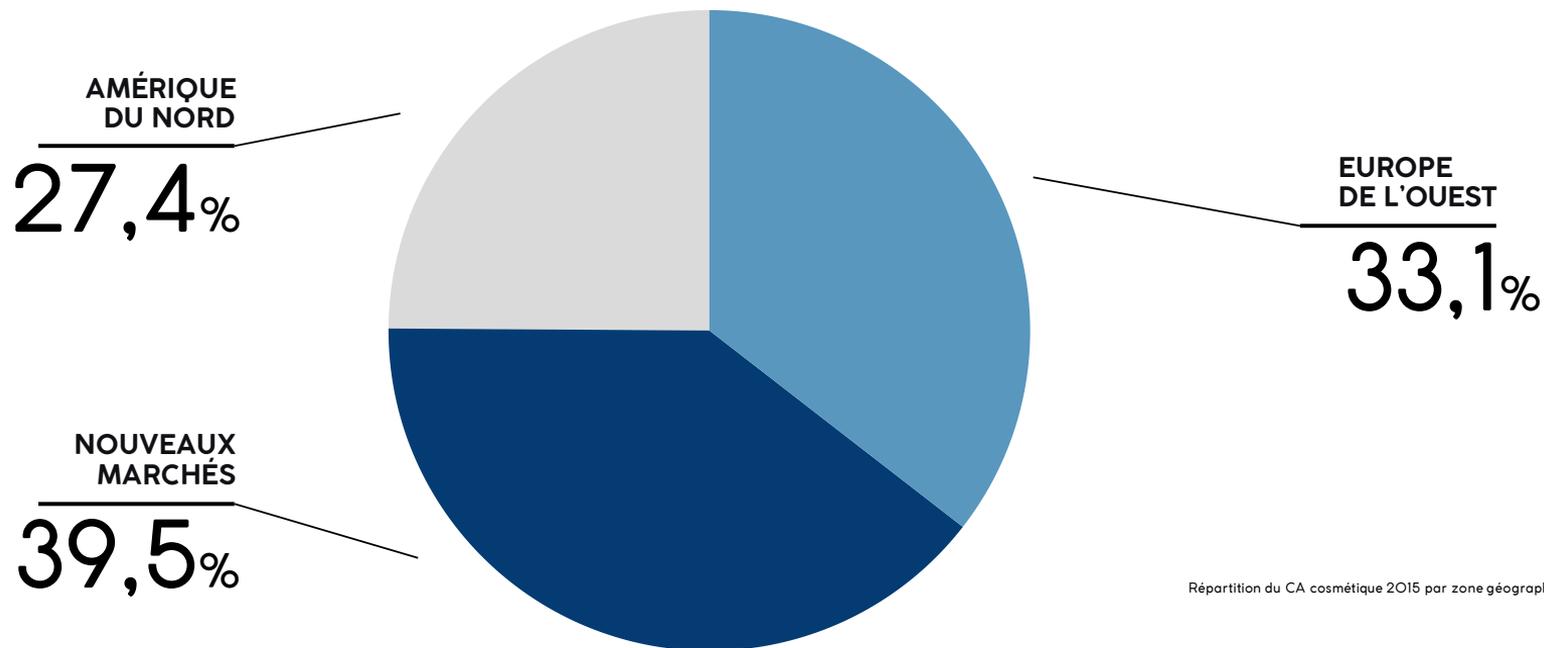
x12 EN  
30  
ANS\*

RÉSULTAT NET

x31 EN  
30  
ANS\*

# PRÉSENCE ÉQUILBRÉE

## DANS TOUTES LES ZONES GÉOGRAPHIQUES



Répartition du CA cosmétique 2015 par zone géographique

# PRÉSENCE ÉQUILBRÉE

TOUS CIRCUITS  
DE DISTRIBUTION

SALONS  
DE COIFFURE



GRANDE DISTRIBUTION



GRANDS MAGASINS &  
PARFUMERIES



PHARMACIES &  
PARAPHARMACIES



MAGASINS EXCLUSIFS



TRAVEL  
RETAIL



E-COMMERCE



SOIN DU  
CHEVEU



COLORATION



SOIN DE LA  
PEAU



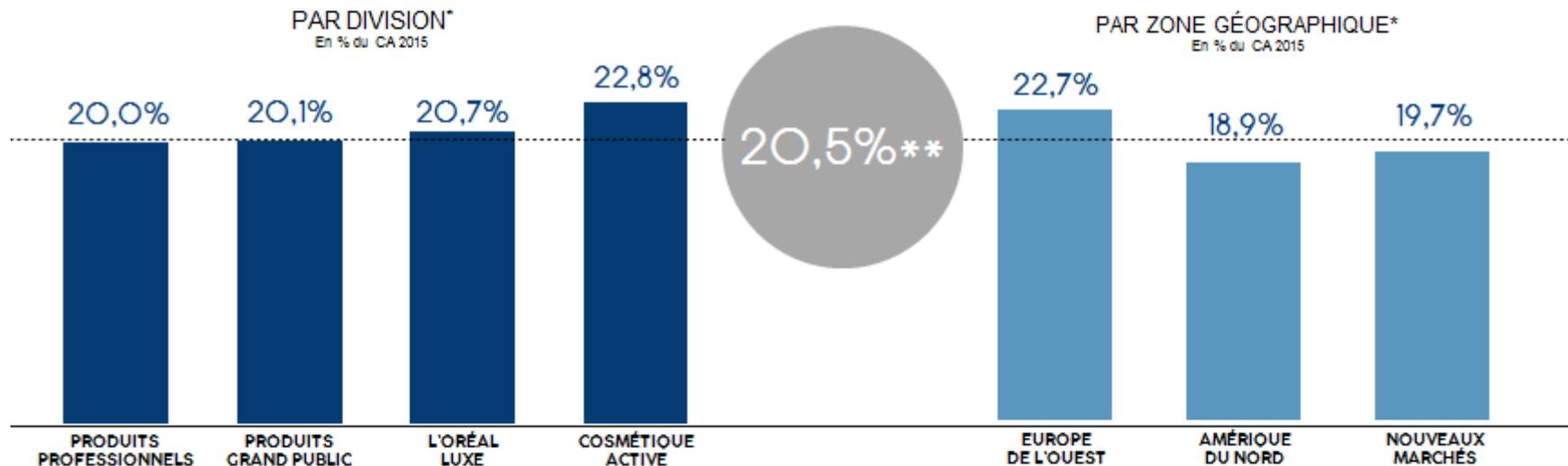
PARFUMS



MAQUILLAGE

TOUTES  
CATEGORIES

# RENTABILITÉ ÉQUILBRÉE



\*Avant frais centraux groupe, recherche fondamentale, stock options, ACAS et divers - en % du CA cosmétique  
\*\*Total divisions cosmétiques

GRANDE

---

AGILITÉ

# DES ACTIONNAIRES FIDÈLES ET ENGAGÉS

---







au tirage au sort  
beautés ci-dessous

Gagnants 11 &





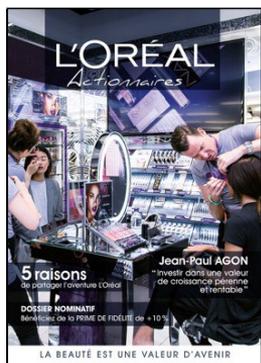
L'ORÉAL  
Carole DELAIRE  
L'Oréal Paris

L'ORÉAL  
Actionnaires

+10%

Jean-Paul AGON  
Investir dans une valeur  
de croissance pluri-annuelle  
en partageant

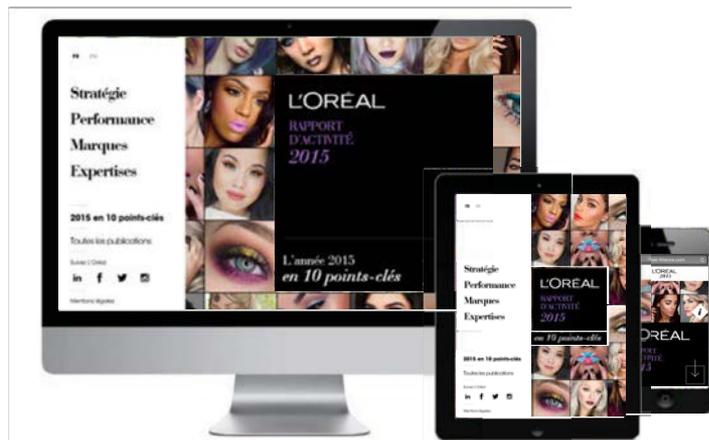
# UNE INFORMATION RICHE ET ACCESSIBLE



GUIDE  
ACTIONNAIRES



LETTRES AUX  
ACTIONNAIRES



ÉDITION DIGITALE  
DU RAPPORT  
D'ACTIVITÉ



APPLICATION  
MOBILE L'ORÉAL  
FINANCE

FR EN

Stratégie  
Performance  
Marques  
Expertises

2015 en 10 points-clés

Toutes les publications

Suivez L'Oréal



Mentions légales

L'ORÉAL

RAPPORT  
D'ACTIVITÉ  
2015

L'année 2015  
en 10 points-clés















# 32,000 ACTIONNAIRES NOMINATIFS











# 10 RÉUNIONS D'ACTIONNAIRES





# MITESSE

Terms of use: this work is licensed under a creative commons attribution (CC BY 3.0). It is attributed to Jeff Mertz and we only cut and cropped some sections of the video. The original version can be found in [mazwai.com](http://mazwai.com)

LOREAL

Christian MULLEZ

Jean-Paul ADON

Catherine BELLON

LOREAL

Seniors,  
multi-ethnique  
et classes moyennes

E-commerce,  
travel/retail,  
spas et boutiques

Multiplication  
des envies de consommation,  
usages et pénétration



L'ORÉAL

Salon Actifortia  
20 novembre 2015  
L'ORÉAL



L'ORÉAL







renseignez votre adresse e-mail  
au tirage au sort  
nouveautés ci-dessous

Gagnants 11 à 50



ICI  
RENSEIGNEZ VOTRE ADRESSE E-MAIL  
POUR PARTICIPER A NOS...  
NOS...



UNE  
GOUVERNANCE  
EXIGEANTE

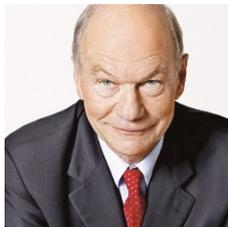
---





## DES PERSONNALITÉS DE TALENT, D'ORIGINES DIVERSES, UNE GRANDE EXPÉRIENCE DES AFFAIRES

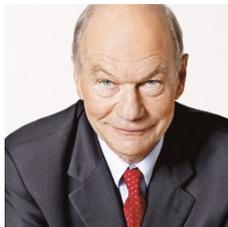
---





## EXPÉRIENCES ET COMPÉTENCES RICHES ET COMPLÉMENTAIRES

---



L'OREAL GRAND PRIX DE LA COMPOSITION DU CONSEIL  
PRIX AGEFI

---



DIALOGUE

---

APPROFONDI

AVEC LA DIRECTION  
GÉNÉRALE



VISION

---

PARTAGÉE

DE LA STRATÉGIE





ENGAGÉS

---

ET VIGILANTS



# SOUCI DE L'INTÉRÊT À LONG TERME

---



PARTICIPATION  
DYNAMIQUE

---

ET ASSIDUE

96%

TAUX  
D'ASSIDUITÉ

---

DYNAMIQUE

---

DE PROGRÈS  
CONSTANT



# 6

---

RÉUNION  
S EN  
2015



**4** COMITÉS  
D'ÉTUDES

**18** RÉUNIONS

---

COMITÉ  
STRATÉGIE ET  
DÉVELOPPEMENT  
DURABLE

COMITÉ  
D'AUDIT

COMITÉ  
DES NOMINATIONS  
ET DE LA  
GOUVERNANCE

COMITÉ  
DES RESSOURCES  
HUMAINES  
ET DES  
RÉMUNÉRATIONS

COMITÉ  
STRATÉGIE ET  
DÉVELOPPEMENT  
DURABLE

---





# COMITÉ D'AUDIT

---



COMITÉ  
DES NOMINATIONS  
ET DE LA  
GOUVERNANCE

---



COMITÉ  
DES NOMINATIONS  
ET DE LA  
GOUVERNANCE

---



# 46%

REPRÉSENTATION  
DES FEMMES AU  
CONSEIL



# 7

## ADMINISTRATEURS INDÉPENDANTS

---



# 2

## ADMINISTRATEURS SALARIÉS



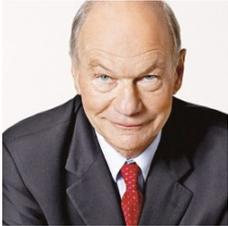
COMITÉ  
DES NOMINATIONS ET  
DE LA  
GOUVERNANCE

---



COMITÉ  
DES RESSOURCES  
HUMAINES ET DES  
RÉMUNÉRATIONS

---



UN CONSEIL

---

ET DES COMITÉS  
EXTRÊMEMENT ACTIFS



# GOUVERNANCE EXEMPLAIRE

---

SOURCE DE VALEUR À  
LONG TERME





GRAND PRIX DE L'AG

— 2015 —

# APPROCHE STRATÉGIQUE

---

## ET DYNAMIQUE DE LA GOUVERNANCE



EFFORT

---

DE TRANSPARENCE ET DE  
PÉDAGOGIE



2016

---

CONFIANCE  
ET DÉTERMINATION

---

2016

1<sup>er</sup> TRIMESTRE

---

CHIFFRE D'AFFAIRES CONSOLIDÉ

CROISSANCE  
À DONNÉES  
COMPARABLES

+4,2%

2016

# 1<sup>er</sup> TRIMESTRE

CHIFFRE D'AFFAIRES PAR DIVISION

**PRODUITS  
GRAND PUBLIC**

**+3,9%\***

**L'ORÉAL  
LUXE**

**+5,5%\***

**PRODUITS  
PROFESSIONNEL**

**+2,5%\***

**COSMÉTIQUE  
ACTIVE**

**+4,5%\***

\*Évolution à données comparables

2016

# 1<sup>er</sup> TRIMESTRE

CHIFFRE D'AFFAIRES PAR ZONE GÉOGRAPHIQUE

**AMÉRIQUE  
DU NORD**

**+4,3%\***

**EUROPE DE  
L'OUEST**

**+2,0%\***

**NOUVEAUX  
MARCHÉS**

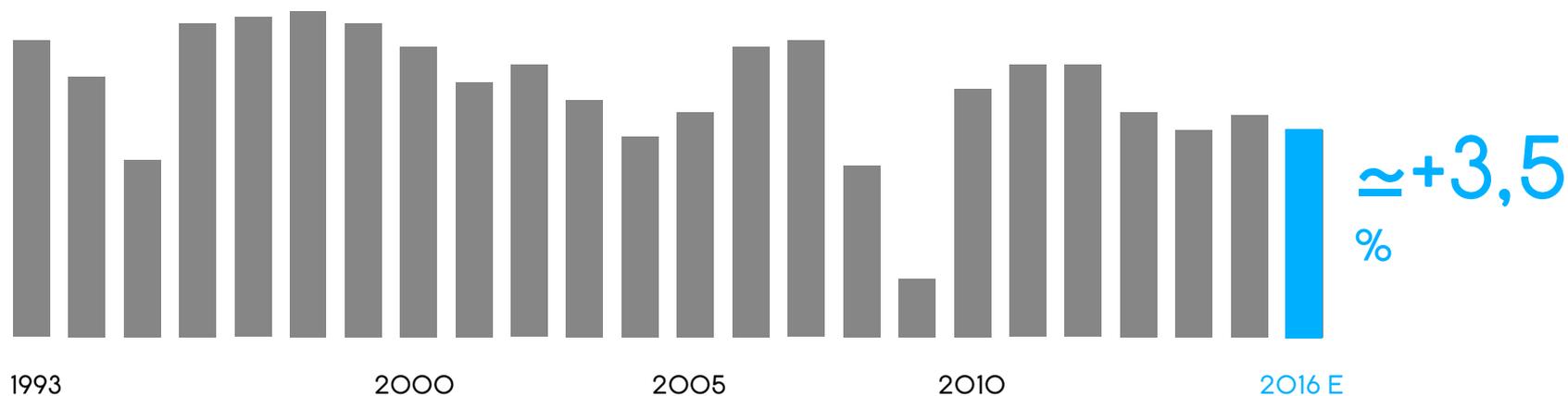
**+6,1%\***



\*Évolution à données comparables

# UN MARCHÉ QUI RESTERA DYNAMIQUE

LE MARCHÉ MONDIAL DE LA BEAUTÉ · 1993-2016\*



\*Hors savons, dentifrices et rasoirs  
Source : estimations L'Oréal. Croissance à changes constants



Surperformer le marché  
dans toutes les divisions  
et toutes les régions

---

Réaliser une nouvelle  
belle année  
de croissance  
du chiffre d'affaires  
et des résultats



RENFORCER

---

NOTRE LEADERSHIP

A close-up portrait of a woman with dark skin, wearing a purple hat and bright purple lipstick. Her hand is visible on the left side of the frame, holding the brim of the hat. The background is dark, and the lighting is dramatic, highlighting her features.

LEADER

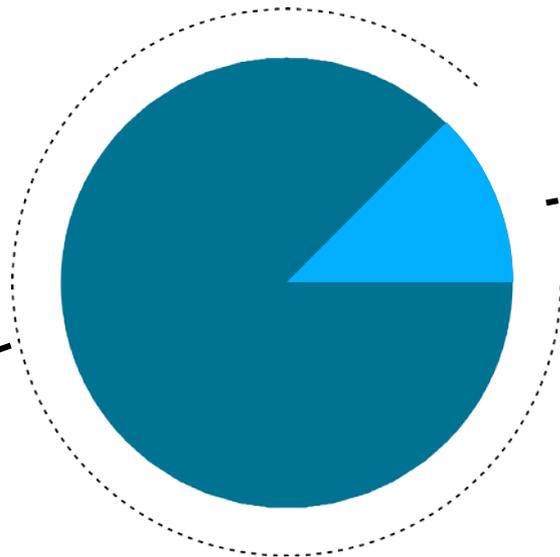
---

DEPUIS PLUS DE  
30 ANS

# ÉNORME POTENTIEL

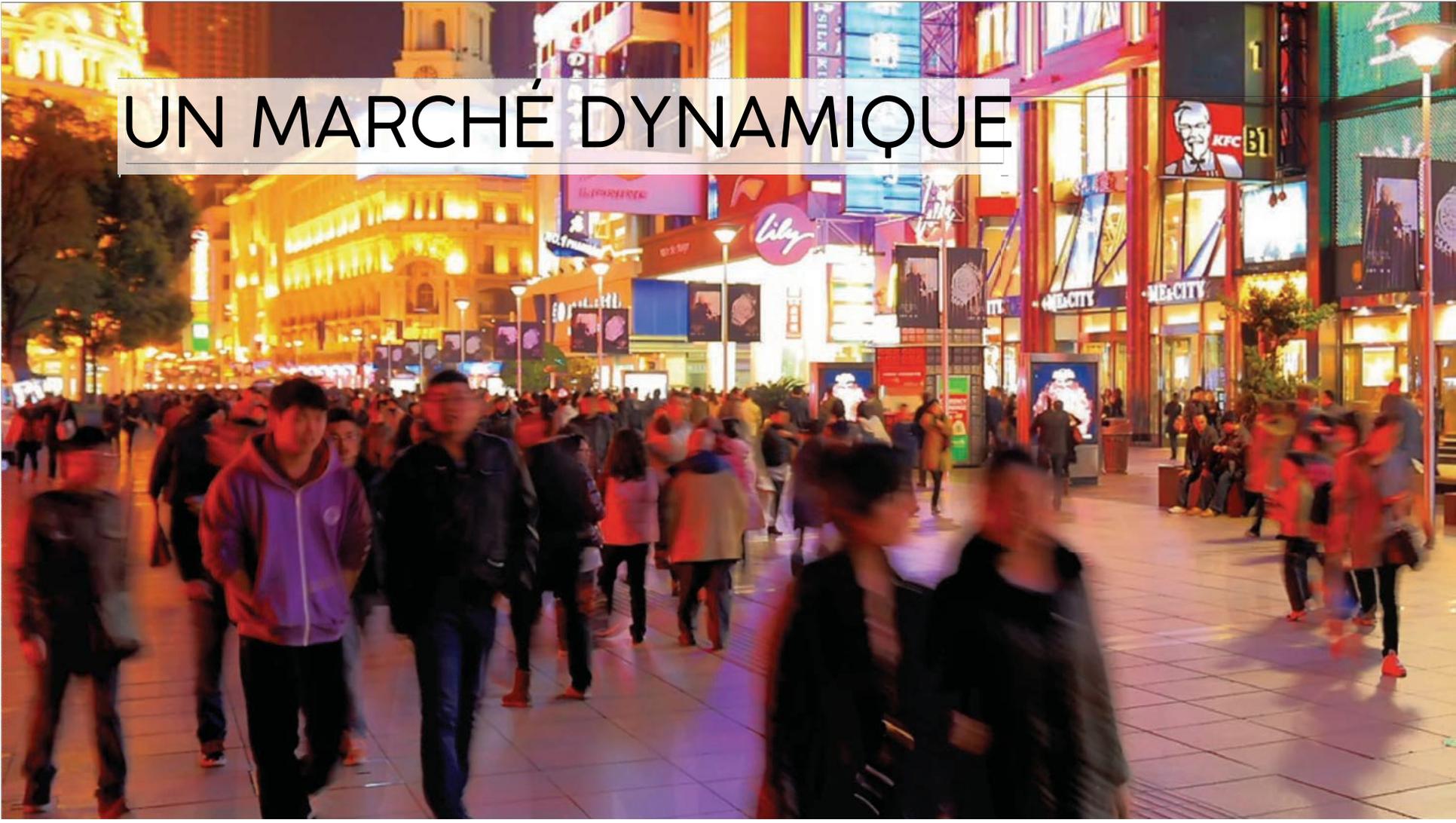
---

87,5%



12,5%

# UN MARCHÉ DYNAMIQUE





# DOUBLEMENT DU MARCHÉ

---





CLASSES MOYENNES

x2

ENTRE 2020 ET 2030



1 MILLIARD

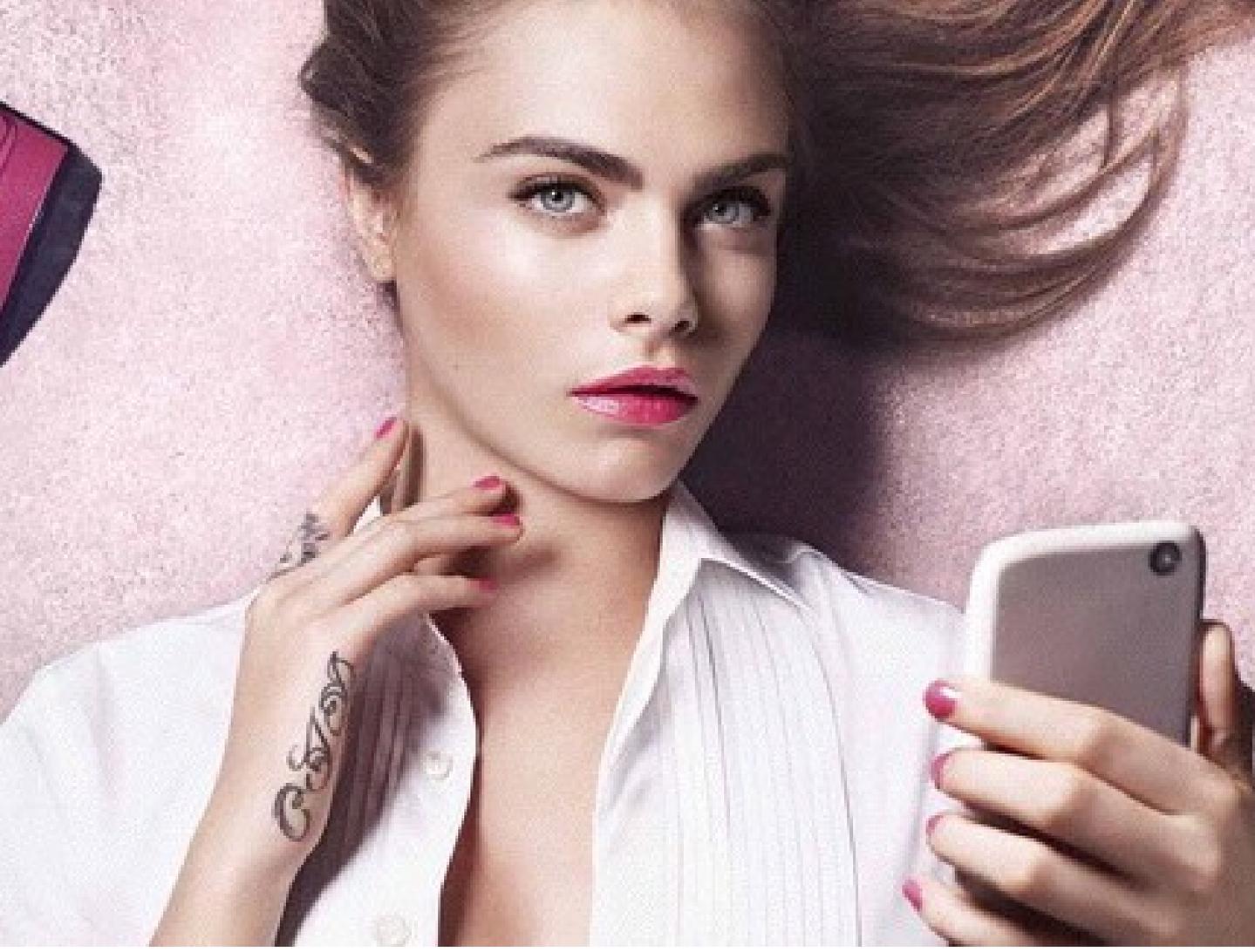
---

EN 2030

PERSONNES DE 65 ANS ET +







# CROISSANCE DU MAQUILLAGE

---



1,7x  
PLUS  
FORTE  
QUE CELLE  
DU MARCHÉ TOTAL  
DE LA BEAUTÉ





LA BEAUTÉ

---

UN MARCHÉ  
D'AVENIR



RENDRE LA VIE

---

PLUS BELLE



100 000 ANS  
DE BEAUTÉ

A close-up photograph of a woman with her eyes closed and a joyful smile, standing under a shower of water. The background is a lush green wall of foliage. The text 'LA BEAUTÉ EST ESSENTIELLE' is overlaid on the right side of the image, with a horizontal line underneath it.

LA BEAUTÉ  
EST ESSENTIELLE

À L'ÊTRE  
HUMAIN



PLAISIR BIEN-  
ÊTRE  
BONHEUR

---



CONFIANCE

---

ÉNERGIE



A close-up photograph of a woman with a shaved head, looking into a mirror. Her hands are resting on her cheeks, and she has a slight smile. The background is softly blurred, showing another person's face in the reflection.

AIDER  
À VIVRE  
MIEUX

FONDATION  
L'ORÉAL



CHANGER  

---

DES VIES



ESPOIR  

---

FORCE



A close-up photograph of a person's face, heavily color-cast with a vibrant pinkish-red hue. The image is partially obscured by a white horizontal line that runs across the right side, separating the text above from the text below. The background is a soft, out-of-focus light color.

ÉTAT  
D'ESPRIT  

---

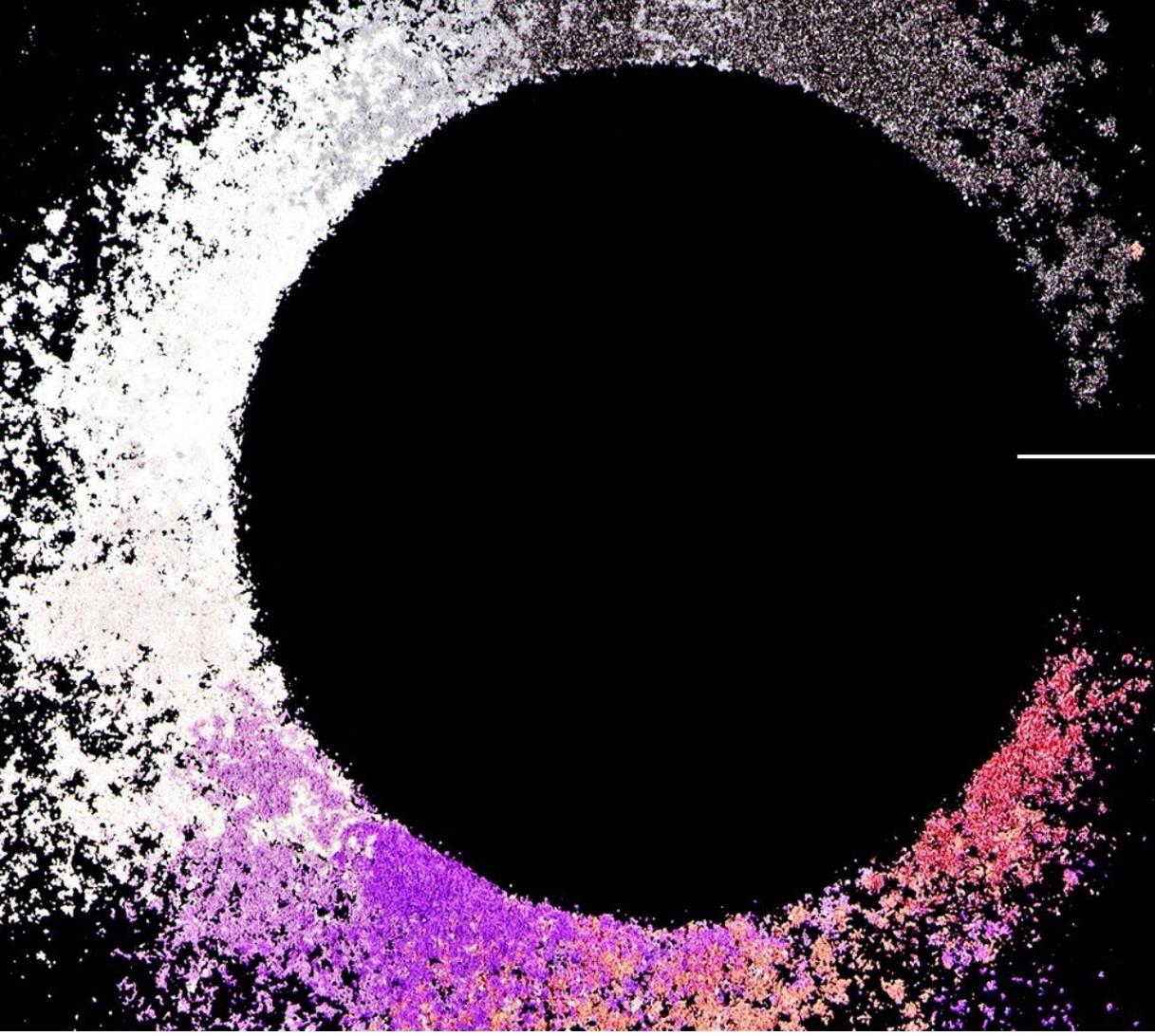
POSITIF



ALLER VERS  

---

LES AUTRES



PASSION

---

POUR  
LA  
BEAUTÉ



PERMETTRE  

---

À LA BEAUTÉ  
DE S'EXPRIMER

S'ESTIMER  
S'AFFIRMER  
S'AIMER

---





HARMONIE

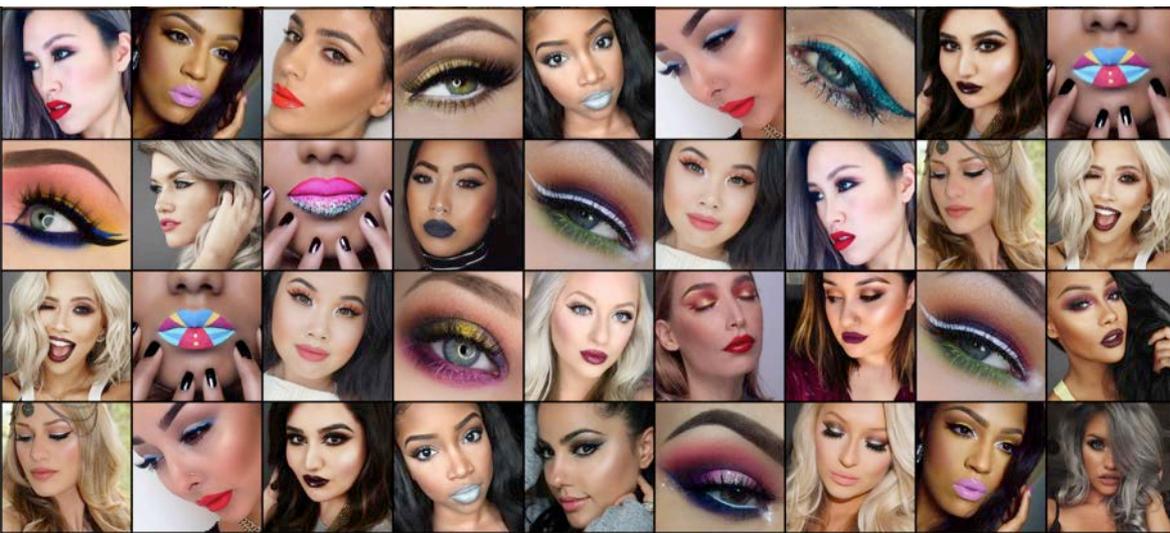
---

AVEC  
SOI-MÊME,  
AVEC  
LES AUTRES



MERCI

---



-----Avertissement / Disclaimer -----

« Ce document ne constitue pas une offre de vente ou la sollicitation d'une offre d'achat de titres L'Oréal. Si vous souhaitez obtenir des informations plus complètes concernant L'Oréal, nous vous invitons à vous reporter aux documents publics déposés en France auprès de l'Autorité des Marchés Financiers (également disponibles en version anglaise sur notre site Internet [www.loreal-finance.com](http://www.loreal-finance.com)). Ce document peut contenir certaines déclarations de nature prévisionnelle. Bien que la Société estime que ces déclarations reposent sur des hypothèses raisonnables à la date de publication du présent communiqué, elles sont par nature soumises à des risques et incertitudes pouvant donner lieu à un écart entre les chiffres réels et ceux indiqués ou induits dans ces déclarations. »

*"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](http://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."*