

# L'ORÉAL

## L'Oréal Travel Retail lance

### Les catégories dermo-cosmétique et soins capillaires professionnels

**Cannes, le 29 octobre 2014** – La division Travel Retail de L'Oréal annonce le lancement des marques **Vichy**, **La Roche-Posay** et **Kérastase** dans les lieux emblématiques du Travel Retail avant la fin 2014 en Asie et début 2015 dans la zone Amériques.

Le Travel Retail, qui correspond à la vente de produits dans le circuit de distribution des lieux de voyage (aéroports, compagnies aériennes, ferries, croisières, boutiques hors taxes, etc.), satisfait aux besoins de plus de 2,4 milliards de voyageurs internationaux chaque année. La beauté est la première catégorie du Travel Retail et L'Oréal en est le leader historique.

Les marques Vichy et La Roche-Posay seront vendues dans les Dermacenters, des « shop-in-shop » dédiés à la dermo-cosmétique, qui offriront des diagnostics personnalisés et un conseil permanent et professionnellement qualifié. Leaders sur le marché de la dermo-cosmétique, les marques Vichy et La Roche-Posay proposent des produits recommandés par des professionnels de santé pour les besoins spécifiques de la peau.

Le lancement de Kérastase, première marque mondiale spécialisée dans les soins capillaires professionnels de luxe, ajoutera également une nouvelle catégorie au Travel Retail. Une approche personnalisée de la vente au détail et des consultations professionnelles sur le cheveu et le cuir chevelu seront proposées dans des espaces Kérastase Hair Studios.

Sur le marché du Travel Retail, L'Oréal est le seul groupe à proposer une gamme aussi diverse et complète de produits et de services de beauté. Selon **Nicolas Hieronimus**, Président des Divisions Sélectives : « *En répondant aux aspirations de beauté des consommateurs, quels que soient leurs nationalités, leurs rituels de beauté ou leur pouvoir d'achat, L'Oréal Travel Retail joue un rôle stratégique dans la conquête de nouveaux consommateurs qui poursuivront leur expérience avec nos marques dans leur pays. Le lancement de Vichy, La Roche-Posay et Kérastase dans le Travel Retail témoigne de notre confiance en l'immense potentiel de ce circuit. Désormais, toutes les grandes marques du Groupe auront la possibilité de se développer sur ce "sixième continent" ».*

Depuis les années 1960, L'Oréal fait figure de pionnière sur le marché du Travel Retail avec L'Oréal Luxe, qui est aujourd'hui le numéro un mondial du secteur. Ces 10 dernières années, la Division des Produits Grand Public s'est aussi forgé une solide place grâce à L'Oréal Paris, première marque mondiale sur le marché de la beauté, et grâce à The Body Shop lancée il y a quelques années.

En 2013, le marché mondial du Travel Retail (tous secteurs compris) était estimé à 60 milliards de dollars américains. La valeur de ce marché devrait doubler d'ici 2025 pour atteindre la somme de 120 milliards de dollars américains. La Division Travel Retail de L'Oréal est le leader de la catégorie beauté avec une part de marché de 21,3 % en 2013 (Source : Panel Generation).

#### **À propos de L'Oréal**

*Depuis plus de 105 ans, L'Oréal est dédié au métier de la beauté. Avec un portefeuille unique de 28 marques internationales, diverses et complémentaires, le Groupe a réalisé en 2013 un chiffre d'affaires consolidé de 23 milliards d'euros et compte 77 500 collaborateurs dans le monde. Leader mondial de la beauté, L'Oréal est présent dans tous les circuits de distribution : le marché de la grande consommation, les grands magasins, les pharmacies et drugstores, les salons de coiffure, le travel retail et les boutiques de marque.*

*L'Oréal s'appuie sur l'excellence de sa Recherche et Innovation et ses 4 000 chercheurs pour répondre à toutes les aspirations de beauté dans le monde et l'objectif du Groupe de séduire un milliard de nouveaux consommateurs dans les années à venir. A travers son programme « Sharing beauty with all » L'Oréal a pris des engagements ambitieux en matière de développement durable tout au long de sa chaîne de valeur, à horizon 2020. [www.loreal.com](http://www.loreal.com)*

### **À propos de Vichy et La Roche-Posay**

*Depuis sa création par un médecin en 1931, Vichy est la marque historique spécialisée dans la santé et la beauté de la peau. Résolument universelle, la marque s'est donnée pour mission d'aider chaque femme à atteindre son idéal de peau. Numéro un de la dermo-cosmétique dans le monde, Vichy propose des rituels de soin de la peau adaptés et personnalisés grâce à un diagnostic individuel qui tient compte de l'âge, de l'origine ethnique, de l'environnement, des habitudes et de la situation personnelle de chaque femme. Vichy propose des soins qui allient efficacité visible, plaisir des textures et tolérance optimale pour tous les types de peau, même les plus sensibles.*

*Recommandée par 25 000 dermatologues à travers le monde, La Roche-Posay élabore des produits de soin formulés à l'eau thermale de La Roche-Posay et testés sur des peaux allergiques, atopiques ou réactives, garantissant ainsi une haute tolérance et sécurité. La marque, qui s'est donnée pour mission de changer la vie des peaux sensibles et qui jouit de plus de quarante ans d'expérience, est devenue une référence dans le développement de produits à haute tolérance et efficacité, dédiés aux peaux sensibles, ainsi que dans le développement de produits d'accompagnement des traitements dermatologiques.*

### **À propos de Kérastase**

*Présente dans les plus grands salons de coiffure du monde, Kérastase est la marque numéro un des soins capillaires professionnels de luxe au niveau mondial. Parce que les femmes attendent de leur coiffeur des soins d'une qualité sans cesse supérieure, Kérastase propose aux professionnels un éventail de rituels de soins de luxe adaptés à leurs besoins. Cinquante ans après sa création, la stratégie d'innovation originale de cette marque reste le secret de sa réussite. Avant toute chose, cette innovation est le fruit des découvertes réalisées par L'Oréal dans la recherche de pointe, avec des molécules comme la stemoxydine qui régénère le cheveu. L'innovation implique également la formation des coiffeurs, qui jouent un rôle crucial dans les rituels de beauté.*

## **Contacts médias**

**Clémence Fugain** / [clemence.fugain@loreal.com](mailto:clemence.fugain@loreal.com) / tél. : 33 1 47 56 83 06

**Clémence Martin-Johner** / [clemence.martin-johner@loreal.com](mailto:clemence.martin-johner@loreal.com) / tél. : 33 1 49 64 62 61