

L'ORÉAL
FINANCE

la lettre
AUX ACTIONNAIRES

N° 79 - AUTOMNE 2021

ACTUALITÉS / p. 3

*LANCEMENT
INTERNATIONAL
DE LA RAISON D'ÊTRE
DE L'ORÉAL / p. 4-5*

*L'ORÉAL AU PREMIER
E-SALON DE
BOURSORAMA / p. 6-7*

Retrouvez le cours de Bourse / p. 8



Le mot du Directeur Général



“ NOTRE PERFORMANCE REMARQUABLE ILLUSTRE LA PERTINENCE ET LE BON ÉQUILIBRE DE NOTRE MODÈLE MULTI-FACETTES EN TERMES DE PRÉSENCE GÉOGRAPHIQUE, DE MARQUES ET DE CATÉGORIES. ”

NICOLAS HIERONIMUS
Directeur Général de L'Oréal

« Dans un contexte sanitaire toujours incertain, le marché de la beauté reprend progressivement des couleurs et enregistre une croissance à deux chiffres au premier semestre 2021. Grâce à la détermination et l'engagement continu de nos équipes, que je tiens à saluer, L'Oréal surperforme très largement le marché, avec un deuxième trimestre exceptionnel. **À fin juin, le Groupe affiche une très forte progression et retrouve son rythme de croissance d'avant-Covid : le chiffre d'affaires est en hausse de + 6,6 % à données comparables par rapport au premier semestre 2019, avec une accélération de + 8,4 % au deuxième trimestre par rapport à 2019.**

L'Oréal a gagné des parts de marché dans toutes les Divisions et les Zones géographiques, redéfinies autour de bassins de consommation plus homogènes, sont toutes en croissance à deux chiffres. Cette performance remarquable illustre la pertinence et le bon équilibre de notre

modèle multi-facettes en termes de présence géographique, de marques et de catégories.

Notre excellence digitale a permis aux marques de recruter, fidéliser et renforcer le lien avec nos consommateurs et nos parties prenantes. **Le e-commerce poursuit sa progression, à un rythme plus modéré en raison de la réouverture des réseaux de distribution physique, et représente 27,3 % du chiffre d'affaires.**

Les résultats du premier semestre, en forte augmentation, sont de grande qualité. Ils témoignent de la spirale vertueuse L'Oréalienne : l'amélioration importante de la marge brute, alliée à un bon contrôle des coûts, nous a permis d'investir significativement dans le développement de nos marques, et de faire progresser une nouvelle fois la rentabilité.

Dans le même temps, l'engagement sociétal et environnemental reste

une priorité. En juin, nous avons lancé la toute première campagne mondiale signée « L'Oréal Groupe » autour de notre raison d'être (cf. pages 4 et 5) et dévoilé « L'Oréal For Youth », programme mondial destiné à favoriser l'emploi des jeunes.

L'Oréal s'est encore renforcé en ce début d'année et se trouve bien positionné pour continuer sur son rythme de croissance d'avant-crise, en tirant parti des nouvelles technologies, de la gestion des données et de l'intelligence artificielle pour devenir champion de la *Beauty Tech*⁽¹⁾. Au second semestre, nous allons poursuivre notre plan offensif de lancements de produits tout en investissant dans les moyens moteurs adaptés pour alimenter la croissance future et la désirabilité de nos marques. Nous restons plus que jamais confiants dans notre capacité à surperformer le marché et à réaliser une année de croissance du chiffre d'affaires et des résultats. »

Chiffre d'affaires au 30 juin 2021

15,19
Mds €

+ 20,7 %
à données comparables⁽²⁾

+ 16,2 %
à données publiées

+ 29,2 %
croissance du e-commerce⁽³⁾

Plus d'informations sur loreal-finance.com

(1) Nouvelles technologies au service de l'industrie cosmétique. (2) À données comparables : à structure et taux de change identiques.

(3) Chiffre d'affaires 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 audité).



Vianney Derville,
Président Zone Europe

L'Oréal crée une nouvelle Zone Europe

À la suite du départ à la retraite d'Alexandre Popoff, Directeur Général de la Zone Europe de l'Est, L'Oréal a créé une Zone Europe, dirigée par Vianney Derville, précédemment Directeur Général de la Zone Europe de l'Ouest. Sous sa direction, les deux Zones Europe de l'Ouest et Europe de l'Est sont réunies en une seule Zone afin de mettre en place des conditions optimales

de croissance pérenne. Il s'agit de la dernière étape de la réorganisation des Zones du Groupe.

Vianney Derville a démarré sa carrière chez L'Oréal en 1992 en tant que chef de produit Lascad à la Division Produits Grand Public (DPGP) avant d'être nommé Directeur Général DPGP au Japon, puis Directeur Général de L'Oréal Espagne en 2004. De retour à Paris en 2007, Vianney Derville a occupé de nombreuses fonctions, avant d'être nommé Directeur International des marchés DPGP en 2013. Il s'est ensuite installé aux États-Unis, pour y diriger la DPGP. En 2016, Vianney a été nommé Président de la Zone Europe de l'Ouest et est devenu membre du comité exécutif de L'Oréal, déployant avec succès le modèle opérationnel multi-division, qui a permis au Groupe de gagner d'importantes parts de marché.



L'Oréal récompensé par les Palmes d'or des Jeunes Actionnaires pour sa communication financière

Le 29 juin, lors de la cérémonie de remise des Palmes d'or des Jeunes Actionnaires, créées par l'EDHEC Business School et la Fédération des investisseurs individuels et des clubs d'investissements (F2iC) en France, L'Oréal a reçu la Palme de la Communication qui a été remise à Blanca Juti, Directrice Générale Relations Extérieures et Engagement du Groupe. Ce prix récompense la société la plus attractive aux yeux des jeunes futurs actionnaires et notamment la pertinence de ses outils de communication.



Le premier flacon cosmétique en plastique issu du recyclage enzymatique

En juin dernier, L'Oréal a annoncé la réalisation du premier flacon cosmétique en plastique entièrement recyclé grâce à la technologie enzymatique de Carbios et ambitionne la mise en production courant 2025 des flacons issus de cette innovation de rupture. Biotherm serait ainsi la première marque du Groupe à lancer un produit dans ce flacon du futur.

Fait marquant

CRÉER
LA
BEAUTÉ

QUI
FAIT AVANCER
LE MONDE

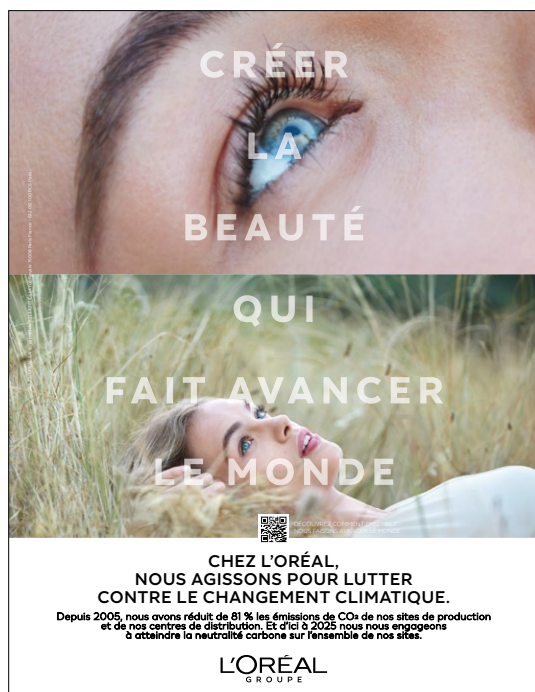


DÉCOUVREZ COMMENT ENSEMBLE
NOUS FAISONS AVANCER LE MONDE

**CHEZ L'ORÉAL,
LA NATURE INSPIRE LE FUTUR DE LA BEAUTÉ.**

59% des ingrédients utilisés dans nos produits sont d'origine végétale. Et d'ici à 2030, 95% des ingrédients de nos formules seront bio-sourcés, issus de minéraux naturellement abondants ou de procédés circulaires.

L'ORÉAL
GROUPE



RAISON D'ÊTRE DE L'ORÉAL : UN LANCEMENT INTERNATIONAL

Au mois de juin, L'Oréal a lancé la toute première campagne mondiale signée « L'Oréal Groupe », pour mettre en évidence aux yeux de ses consommateurs, ses actionnaires et toutes ses parties prenantes les initiatives qui relèvent de sa Raison d'Être : « Créer la beauté qui fait avancer le monde ». Coup de projecteur sur le rôle de cette Raison d'Être, qui agit en catalyseur des engagements et actions entrepris par le Groupe.

La Raison d'Être de L'Oréal en trois notions clés

L'humanisme

Influencé par son héritage français, L'Oréal s'est toujours attaché aux valeurs humanistes et place l'être humain au cœur de toutes ses initiatives. Cette vision profondément humaniste de la beauté inclut chaque individu, avec la conviction que la beauté est autant un symbole de respect pour la singularité de chacun que de confiance en leur potentiel. L'objectif de L'Oréal est de faire en sorte que chacun ait accès à la beauté.

Le progrès

Le désir de progrès est ce qui anime chacun collectivement et individuellement. L'Oréal a toujours soutenu les évolutions positives en faveur du développement social, de l'autonomisation des femmes et des hommes et de la préservation de la planète, avec la conviction que ses avancées scientifiques et technologiques ainsi que son sens des responsabilités peuvent faire une véritable différence.

L'expérience beauté

L'Oréal crée des produits et des services de beauté depuis ses débuts. Le secteur de la beauté ne ressemble à aucun autre ; les expériences de beauté réussies peuvent avoir un impact significatif sur la vie quotidienne des femmes et des hommes. Parce qu'il existe autant d'expériences différentes que d'êtres humains, L'Oréal met tout son cœur et son expertise pour répondre à l'infinie diversité des besoins en matière de beauté, en offrant le meilleur des technologies de la beauté et en innovant sans cesse.

“ Depuis plus d'un siècle, nous exerçons ce métier unique : créateur de beauté. Notre but est d'offrir à tous, partout dans le monde, le meilleur de la beauté en termes de qualité, d'efficacité, de sécurité, de sincérité et de responsabilité pour satisfaire tous les besoins et les désirs de beauté dans leur infinie diversité. ”

Nicolas Hieronimus
Directeur Général de L'Oréal

Raison d'Être et développement durable

Dans le sillage de sa démarche de développement durable et des objectifs fixés par ses programmes *Sharing Beauty With All* en 2013, puis L'Oréal pour le Futur en 2020, la Raison d'Être de L'Oréal est le point d'ancrage de plusieurs de ses engagements pour créer la beauté qui fait avancer le monde : lutter contre le changement climatique, respecter la biodiversité, préserver les ressources naturelles, œuvrer pour la cause des femmes, etc.



Scannez ce QR code avec votre smartphone pour découvrir la vidéo sur la Raison d'Être de L'Oréal

L'ORÉAL AU PREMIER SALON DIGITAL DE BOURSORAMA

L'Oréal a participé, en tant que partenaire privilégié, au premier e-salon de Boursorama, BoursoLive, une édition totalement digitale dédiée aux investisseurs individuels. Une occasion unique d'échanger avec les actionnaires individuels et leur faire découvrir le Groupe, ses performances et ses engagements. À cette occasion, Christophe Babule, Directeur Général Administration et Finances de L'Oréal, a présenté le modèle du Groupe, à la fois solide et solidaire, répondant aux questions de Laurent Grassin, Directeur de la rédaction de Boursorama. En voici un extrait.



“ L'ORÉAL EST UN GROUPE SOLIDE ET SOLIDAIRE. SOLIDE DANS SA PERFORMANCE FINANCIÈRE ET SOLIDAIRE CAR IL L'EST TOUT AUTANT DANS SA PERFORMANCE EXTRA-FINANCIÈRE. ”

CHRISTOPHE BABULE

Directeur Général Administration et Finances de L'Oréal

À quoi ressemblera L'Oréal à horizon 2030 ? Quels sont les grands défis pour le Groupe ?

Depuis une vingtaine d'années, le rôle des entreprises a profondément changé. Les enjeux environnementaux et sociétaux sont plus forts que jamais car nous faisons face à une forme d'urgence au niveau planétaire. Chez L'Oréal, l'un de nos objectifs est de renforcer notre leadership dans les métiers de la beauté, mais aussi de devenir l'un des grands leaders en matière de performance extra-financière. Nous avons déjà pris des engagements dès 2013 au travers d'un programme ambitieux, *Sharing Beauty With All*, avec des résultats probants. À titre d'exemple,

nous avons réduit de plus de 80 % nos émissions de carbone par rapport à 2005. Même si c'est un bon démarrage, nous estimons devoir être encore plus ambitieux. C'est l'objectif de notre nouveau programme L'Oréal pour le Futur. Nous entamons cette décennie avec l'ambition de transformer notre activité pour respecter les limites planétaires. Il s'agit de concilier nos besoins avec la préservation d'une planète dont nous savons que les ressources sont limitées. Nous devons continuer de façon encore plus rapide à transformer notre modèle et notre empreinte, non seulement celle issue de notre activité industrielle ou logistique, mais aussi l'empreinte de

RETROUVEZ
L'INTÉGRALITÉ DE
L'INTERVENTION DE
CHRISTOPHE BABULE
EN VIDÉO SUR
loreal-finance.com



l'ensemble de la chaîne de valeur. C'est pourquoi nous embarquons dans cette vision nos fournisseurs, mais aussi nos consommateurs. Nous estimons qu'il fait partie de notre rôle d'éduquer les consommateurs dans leur choix de consommation. Cela signifie concrètement de gérer plus durablement les ressources, les matières premières et l'eau, tout en s'assurant de conjuguer performance financière, sociale et environnementale.

Quelle est l'implication de la Finance dans le programme L'Oréal pour le Futur⁽¹⁾ ?

Nous avons la conviction que la Finance joue un rôle central dans ce programme. Mon rôle est de m'assurer que l'ensemble des métiers de la Finance est au service de cette cause. Nous avons déjà des équipes qui sont vecteur de progrès et accompagnent ce programme dans plusieurs domaines. Il s'agit de mettre en place les systèmes pour mesurer cette ambition, capter les résultats et s'assurer que nous restons dans le droit chemin par rapport à nos objectifs. Parmi les outils, il y a l'investissement à impact⁽²⁾, qui permet de mettre nos moyens financiers au service de cette transformation. Nous avons annoncé l'année dernière un plan très ambitieux : 100 millions d'euros vont être investis, composés de 50 millions pour la régénération des écosystèmes, donc en faveur de la biodiversité, et 50 millions pour aider à développer l'économie circulaire. L'objectif est de mobiliser nos capacités financières ainsi que nos talents pour accompagner cette transformation.

Au regard de ces ambitions élevées, cette transformation va nécessiter des investissements. À combien les chiffrez-vous ?

Nous n'avons pas attendu aujourd'hui pour investir, nous parlons d'un programme initié il y a de nombreuses années. Aujourd'hui, 50 % de nos usines sont déjà neutres en carbone. Cela représente des investissements bien sûr, sans toutefois affecter les résultats du Groupe, loin de là. Notre ambition sur cet objectif est d'arriver à 100 % dès 2025. Nous estimons qu'il s'agit d'un investissement payant, non seulement en termes de durabilité, mais aussi pour le Groupe. C'est là que l'extra-financier et le financier se rejoignent.

La Raison d'Être de L'Oréal est « Créer la beauté qui fait avancer le monde ». Qu'est-ce que traduit cette phrase ?

La Raison d'Être de L'Oréal a été pensée de façon collective et approfondie avant d'être présentée à l'Assemblée Générale de 2020. Elle a été publiée la même année dans le Document d'Enregistrement Universel du Groupe. Notre Raison d'Être fixe le cap de L'Oréal pour bâtir dans la décennie à venir une entreprise à la fois performante, responsable et engagée (voir pages 4 et 5).

(1) Engagements du Groupe en matière de développement durable pour 2030.

(2) Investissement socialement responsable, comprenant un double objectif : générer un impact environnemental ou social positif et assurer un rendement financier.



DEVENEZ ACTIONNAIRE AU NOMINATIF

et bénéficiez
de la prime de
fidélité de

+ 10 %

QU'EST-CE QUE LE NOMINATIF ?

Les actions au nominatif sont inscrites **à votre nom** dans les registres de la société, ce qui vous permet de recevoir directement les informations de L'Oréal.

VOTRE FIDÉLITÉ EST RÉCOMPENSÉE

Si vous inscrivez vos actions au nominatif, L'Oréal vous offre **+ 10 %** sur le montant de votre dividende⁽¹⁾.

(1) Après deux années calendaires de détention continue au nominatif, dans la limite de 0,5 % du capital pour un même actionnaire, à la date de clôture de l'exercice écoulé.

AVANT FIN 2021

Vous inscrivez vos actions au nominatif.

2022 / 2023

Vous conservez vos actions au nominatif pendant deux années civiles pleines.

À PARTIR DE 2024

Au titre de l'exercice 2023, vous percevez pour la première fois la prime de fidélité de 10 % pour vos actions détenues continûment au nominatif depuis 2021.

Vous bénéficiez de la prime de fidélité de 10 % les années suivantes si vous conservez vos actions au nominatif.

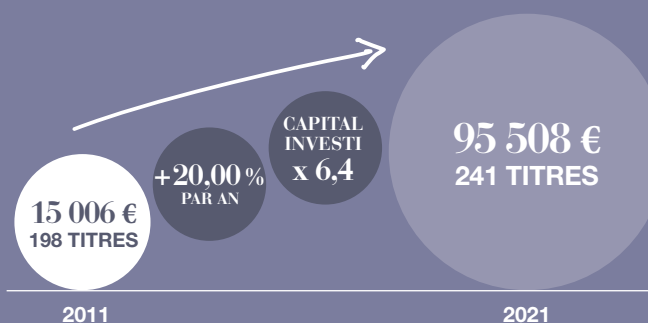
**POUR DEVENIR ACTIONNAIRE
AU NOMINATIF
consultez la rubrique Actionnaires
sur le site Internet**

loreal-finance.com

L'Oréal et vous

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 31 août 2021.



2011

2021

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 31 août 2021

+ 20,4 %
sur 5 ans

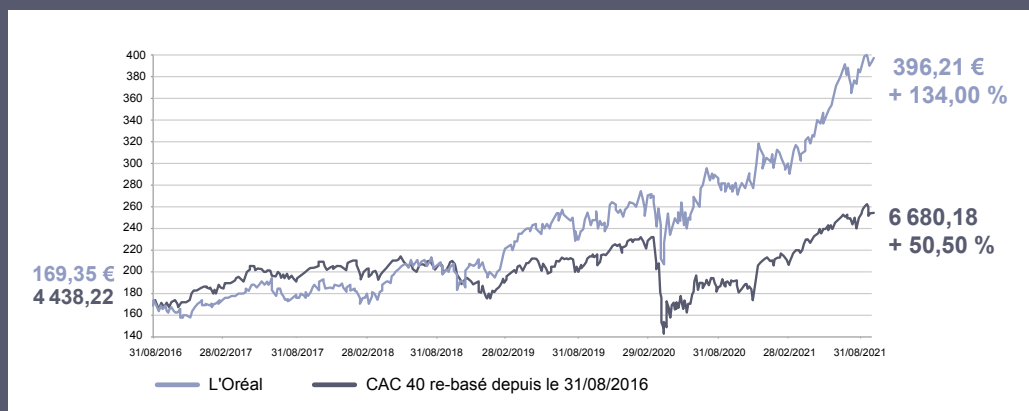
+ 20,0 %
sur 10 ans

+ 10,6 %
sur 20 ans

⁽¹⁾ Taux de rendement actuariel de l'investissement, en supposant la revente des titres au cours du 31 août 2021.

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

L'Oréal vs CAC 40 du 31 août 2016 au 31 août 2021⁽¹⁾



Variation du
31 août 2016
au 31 août 2021

Action L'Oréal :
+ 134,00 %

CAC 40 :
+ 50,50 %

⁽¹⁾ Indice CAC 40 re-basé sur le cours de Bourse de L'Oréal depuis le 31/08/2016 // Source : Refinitiv, cours de Bourse au 31/08/2021.

UNE ÉQUIPE DISPONIBLE ET À L'ÉCOUTE DES ACTIONNAIRES

CHRISTIAN MUNICH

Directeur 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

21 octobre 2021: chiffre d'affaires
au 30 septembre 2021

15-23 novembre 2021 : salon Investir Day

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

loreal-finance.com

COMITÉ CONSULTATIF DES ACTIONNAIRES

Le Comité Consultatif des Actionnaires
Individuels se renouvelle par tiers
chaque année.

Si vous souhaitez le rejoindre, nous vous
invitons à candidater sur notre site Internet :
loreal-finance.com/fr/comite-consultatif

L'ACTIONNAIRE CONNECTÉ

Téléchargez l'application
mobile L'Oréal Finance⁽¹⁾
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-informe

⁽¹⁾ Disponible gratuitement sur l'App Store et Google Play.

