



L'ORÉAL
FRANCE

2018



« En France, L'Oréal c'est près de 13 500 personnes, plus de 25% de sa production mondiale et près de 2,5 milliards de contribution à la balance commerciale : C'est une formidable contribution à la France. »

— JEAN-PAUL AGON,
PRÉSIDENT - DIRECTEUR GÉNÉRAL GROUPE L'ORÉAL

« Notre ambition est que la France soit la plus belle vitrine pour nos marques. Les consommateurs attendent d'elles plus de proximité et de connexion pour leur fournir les informations dont ils ont besoin pour mieux consommer. Depuis plus de 100 ans, qualité, sécurité et performance ont été au cœur de nos préoccupations. Face aux enjeux actuels, nous prenons notre responsabilité d'entreprise sur nos engagements environnementaux et sociétaux, afin que tous ensemble nous soyons des acteurs d'une beauté engagée au service du consommateur. »

— HERVÉ NAVELLOU,
DIRECTEUR GÉNÉRAL - L'ORÉAL FRANCE



Nos 4 divisions

LA DIVISION PRODUITS

GRAND PUBLIC démocratise le meilleur de l'innovation cosmétique au plus grand nombre. Ses marques proposent des gammes étendues de produits de coloration, maquillage, soin de la peau et du cheveu et hygiène.

L'ORÉAL LUXE offre un univers de beauté unique. Ses marques incarnent toutes les facettes de l'élégance et du raffinement dans trois grands métiers : le soin de la peau, le maquillage et les parfums.

LA DIVISION PRODUITS PROFESSIONNELS

peut répondre aux besoins de tous les types de salons en coloration, coiffage et forme, shampoings et soins grâce à son portefeuille de marques différenciées. Partenaire privilégié des coiffeurs, elle leur propose des produits issus des meilleures technologies ainsi qu'une formation de haut niveau, garante d'un service toujours plus professionnel.

LA DIVISION COSMÉTIQUE ACTIVE

répond aux besoins des peaux « frontière », à mi-chemin entre peaux saines et peaux à problèmes. Grâce à ses marques très complémentaires et aux liens étroits tissés avec les professionnels de santé – dermatologues, pédiatres, médecins esthétiques, la division est un acteur majeur des produits dermo-cosmétiques.

L'Oréal en France

les chiffres clés

54
marques

3^{ème}
filiale
du Groupe

2 Mds
d'euros de
chiffre d'affaires

13 235
collaborateurs

11
usines

26,5%
de la production
mondiale
du Groupe

LES MARQUES INTERNATIONALES



LES MARQUES FRANÇAISES PATRIMONIALES



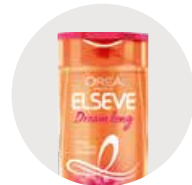
Nos produits notre passion

Les produits distribués par L'Oréal France sont disponibles sur tous les circuits : grande distribution, parfumeries, pharmacies et parapharmacies, salons de coiffure, spas ainsi que les boutiques, grossistes et en e-commerce, via nos propres sites de marque* ou e-retailers.

NOS SEGMENTS, NOTRE EXPERTISE



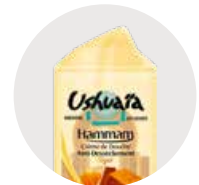
SOIN DE LA PEAU



SOIN DU CHEVEU



MAQUILLAGE



HYGIÈNE



COLORATION



PARFUM

* L'Oréal Paris, NYX, Kérastase

L'expérience consommateur



L'expérience consommateur est au cœur de nos préoccupations : offrir à chacun d'entre eux une expérience de beauté personnalisée, où qu'il soit, quand il le souhaite. S'appuyant notamment sur la réalité augmentée, avec l'intégration de Modiface par exemple, le marketing et les pratiques de vente se transforment pour leur offrir une expérience unique, en ligne et en point de vente.

En boutique, les clientes peuvent bénéficier des conseils de professionnels et tester le produit avant de se décider. Pour offrir la même qualité de service en ligne, les marques ont développé des beauty apps, à l'image de Style My Hair de L'Oréal Professionnel, Make-up Genius de L'Oréal Paris ou encore la web app Effaclar Spot Scan de la Roche Posay.

Nos circuits de distribution

70 000 POINTS DE VENTE EN FRANCE

#6 000



GMS dont **2200** Hypers

#4 000



Parfumeries dont **#500** Sephora

#38 000



Salons de coiffure

#55



Boutiques en propre*

#22 000



Pharmacies dont **#700** para-pharmacies

#45



Sites e-commerce**

* Nyx Professional Makeup + Khiehl's + L'Oréal Paris + Maybelline + Outlets ; ** Sites de Marques + E-Retailers Amazon / Vente Privée, etc.

Notre ancrage territorial

6 

— CAMPUS EN ÎLE-DE-FRANCE

- Clichy : Centre Eugène Schueller - Siège Mondial
- Saint-Ouen : Centre Charles Zviak
- Levallois : Seine 62
- Levallois : So France - Siège France
- Aulnay
- Chevilly

8 

— CENTRALES DE DISTRIBUTION

- Croissy
- Vichy
- Essigny
- Ormes
- Ingré
- Roye
- Mitry-Mory
- Vémars

8 

— CENTRES DE RECHERCHE

- Aulnay : Centre Mondial de la Recherche Avancée
- Chevilly : Centre Mondial de Recherche Appliquée et Développement cosmétiques
- Saint-Ouen : Centre Mondial de Recherche Appliquée et Développement capillaires
- Paris (Hôpital Saint-Louis) : Recherche clinique
- Lyon : Évaluation prédictive, Ingénierie tissulaire
- Tours : Biotechnologies
- Gígors-et-Lozeron : Naturel et bio
- Lassigny : Développement cosmétique YSL

11 


— USINES DE FABRICATION

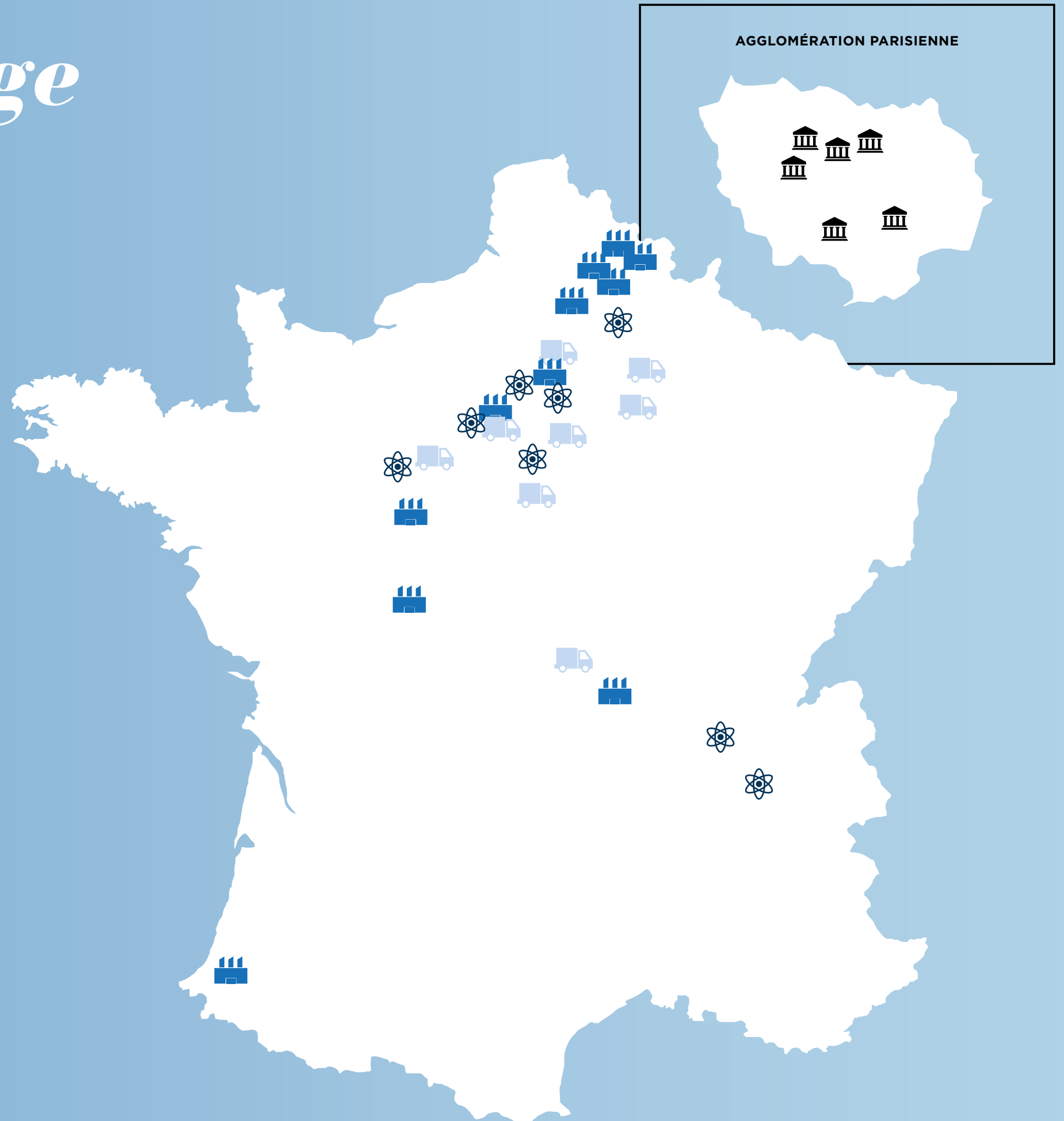
- St Quentin
- Gauchy
- Caudry
- Lassigny
- Aulnay
- Rambouillet
- Ormes
- Mourenx
- Tours
- Vichy
- La Roche Posay

 Centrale de distribution

 Usine de fabrication

 Campus

 Centre de recherche





Recherche & Innovation

La recherche et l'innovation sont au cœur de la stratégie d'universalisation de la beauté du Groupe L'Oréal. Depuis sa fondation par Eugène Schueller, chimiste visionnaire, le département de la Recherche est le **moteur du leadership de L'Oréal dans le domaine de l'industrie cosmétique.**

Pour maintenir cette excellence scientifique et poursuivre les innovations rupturistes, la Recherche s'appuie sur **2 leviers** :

- **en interne, ce sont 3993 chercheurs** qui étudient les attentes et habitudes des consommateurs en matière de beauté afin de **créer les produits répondant à leurs envies.**
- en externe, la R&I travaille en **collaboration avec des universités et des start-up** afin de s'enrichir des échanges et travaux communs pour rester, comme depuis 110 ans, **à la pointe de la science.**

Opérations

Les Opérations orchestrent une **riche diversité d'expertises pointues, agiles, efficaces et connectées** sur l'ensemble de la chaîne de valeur, depuis la conception des packagings (emballages) et le développement des produits, le sourcing et la production, jusqu'à la distribution de l'ensemble des produits du Groupe L'Oréal, afin de permettre aux marques d'apporter aux consommateurs, où qu'ils soient dans le monde, les **solutions cosmétiques les plus avancées.**

Les Opérations garantissent mondialement aux consommateurs le **respect de normes strictes de qualité de sécurité et de sûreté pour la protection des hommes et des biens et un engagement responsable pour la protection de l'environnement et des communautés.**

Pour répondre aux attentes des consommateurs et aux ambitions de croissance du Groupe, les Opérations déploient leur **expertise et agilité pour être au plus proche des besoins des marchés** et en plaçant systématiquement le **consommateur au cœur des processus et des décisions.**

LES CHIFFRES CLÉS DANS LE MONDE

Environ
100

contrôles qualités sont effectués sur un même produit avant sa mise sur le marché

87

brevets packaging et procédés

38

sites neutres en carbone dont 3 usines et 4 centrales en France (en 2018)

19 000

collaborateurs dont **4767** personnes en France (en 2017)

7Mds

d'unités produites par an

LES CHIFFRES CLÉS DANS LE MONDE

914^{M€}

d'investissements en 2018

0

tests sur les animaux

3 993

chercheurs

505

brevets déposés en 2018



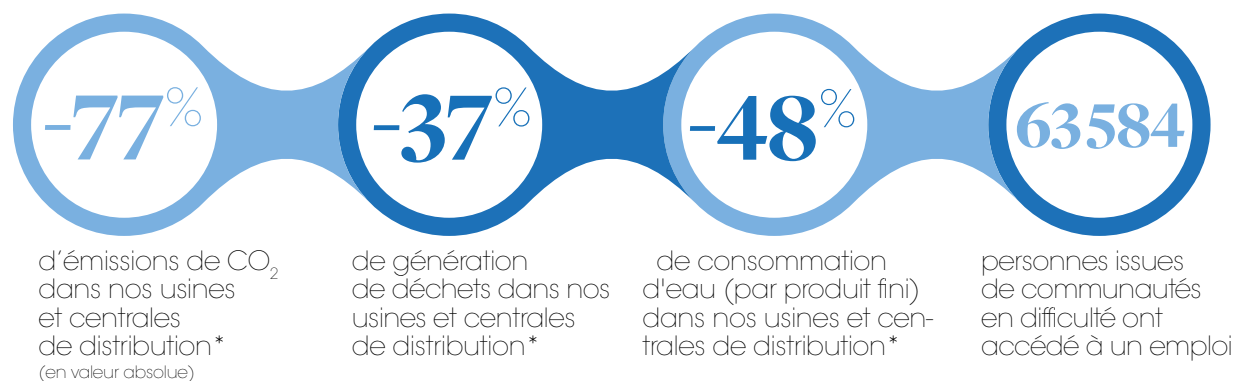
Ensemble pour une beauté engagée

SHARING
BEAUTY
WITH ALL

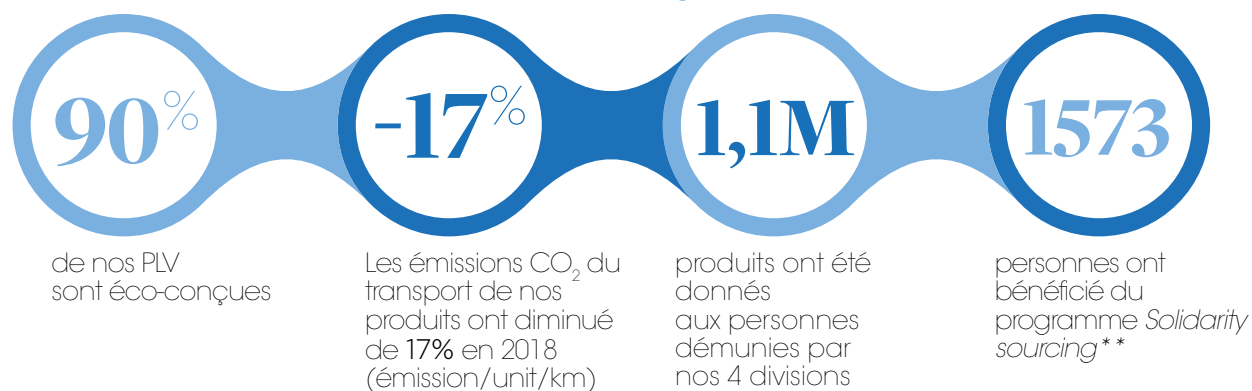
Sharing Beauty With All est le programme d'engagement de L'Oréal en matière de développement durable.

L'Oréal s'est fixé des engagements concrets à horizon 2020, qui couvrent l'ensemble de ses impacts et toute sa chaîne de valeur, de la conception des produits à leur distribution, en passant par le processus de production ou encore le sourcing des ingrédients. Ces engagements sont organisés selon quatre piliers : l'innovation durable, la production durable, la consommation durable et le partage de la croissance avec les employés, les fournisseurs et les communautés avec lesquels L'Oréal interagit.

DANS LE MONDE



EN FRANCE



SPOT
SUSTAINABLE
PRODUCT OPTIMISATION TOOL

L'OUTIL SPOT, AU SERVICE DE L'AMÉLIORATION DES PRODUITS :

En créant SPOT, le Groupe s'est doté d'un outil d'évaluation permettant de mesurer finement tous les impacts environnementaux et sociaux de ses produits et d'identifier ainsi les leviers possibles d'amélioration.

Ainsi, **100%** des produits créés ou renouvelés en 2018, soit plus de **2 195** produits, ont été évalués grâce à SPOT.

Améliorer le profil environnemental ou social de chaque produit arrivant sur le marché est un engagement au cœur de « Sharing Beauty With All ».

* depuis 2005 ** le Solidarity sourcing est un programme qui dédie une partie du volume global d'achats du Groupe à des fournisseurs qui permettent l'accès à un travail et un revenu pérennes à des personnes généralement exclues du marché du travail.

Fondation L'Oréal

Les actions de la Fondation L'Oréal se concentrent sur l'accompagnement des femmes et s'articulent autour de la science et de la beauté, nos passions et nos domaines d'expertise. La Fondation mène deux grands programmes afin de répondre à des besoins vitaux et fondamentaux.

Programme — For women in science



Soutenir et mettre en lumière les femmes qui font progresser la science et leur donner la place qu'elles méritent.

DANS LE MONDE

- **107** lauréates récompensées par le prix L'Oréal-Unesco depuis 21 ans
- **3 100** jeunes chercheuses ont reçu une bourse de recherche



EN FRANCE

- **230** jeunes femmes en doctorat et post-doctorat ont reçu la Bourse L'Oréal - Unesco Pour les Femmes et la Science en France

Programme — Beauty for a better life



Aider des personnes fragilisées à se reconstruire, remettre sur la voie de l'emploi ceux qui n'avaient pas de formation.

DANS LE MONDE

- **5 566** personnes bénéficiaires de formation d'excellence aux métiers de la beauté dans plus de 25 pays



EN FRANCE

- **19 862** personnes en situation de vulnérabilité bénéficiaires de soins gratuits de socio-esthétiques.
- Grâce à l'action de la Fondation L'Oréal, près de **20 000** personnes ont pu bénéficier de soins de beauté et de bien-être
- **6 000** patientes en ont bénéficié depuis le début. (Pour l'année 2018)

Citizen Day



DANS LE MONDE

27 600

participants dans **63** pays, ce qui représente **170 000** heures de volontariat au profit de **855** associations bénéficiaires.

EN FRANCE

6 600

participants issus des sièges, usines et centrales se sont engagés pour soutenir **316** associations pour **5 200** bénéficiaires présents.

Des marques engagées

Quelques exemples de l'engagement social de nos marques pour une consommation plus durable

LA ROCHE POSAY ET LE CANCER DES FEMMES

En 2013, La Roche Posay s'engageait aux côtés de dermatologues et d'oncologues dans la prise en charge des effets cutanés des traitements anti-cancéreux.

L'objectif ? Offrir des solutions dermocosmétiques adaptées à la fragilité de la peau pendant les traitements. Aujourd'hui, le programme est pérenne avec chaque année de nouvelles initiatives :

- ateliers de maquillage correcteur (80 ateliers, dans toute la France en milieu hospitalier)
- sites d'information sur la peau pendant un cancer,
- mise en ligne de séances de soins de support — Sophrologie, pilates, pour prendre soin de soi pendant et après les traitements.



GARNIER ET L'UNICEF

Depuis 2017, Garnier est engagé aux côtés de l'UNICEF pour aider les enfants en situation d'urgence humanitaire. Pour la première année de ce partenariat, 1 200 000€ ont été versés à l'UNICEF pour soutenir notamment la mise en place d'espaces « Amis des Enfants » en fournissant par exemple des kits d'urgence contenant des biens essentiels tels que les produits d'hygiène de base, mais aussi des jeux et du matériel éducatif. Ce soutien s'inscrit dans le cadre d'un partenariat commun et durable établi entre Garnier et l'UNICEF pour sensibiliser le plus grand nombre au sort des enfants en situation d'urgence.



LES ENGAGEMENTS MADE IN FRANCE DE DOP

Les shampoings et les gel-douches DOP sont fabriqués dans l'usine de Rambouillet (78), ses formules au ph doux sont testées en France.

Ses packagings sont 100 % recyclables et composés à 50 % de plastiques recyclés. Tous les gels douches sont labellisés « Origine France Garantie ».

Enfin, entre 50 et 100% du prix de revient unitaire est en France.



Quelques exemples de l'engagement environnemental de nos marques pour une consommation plus durable

KHIEL'S ET LE RECYCLAGE

L'ambition de la marque Khie!s est de parvenir à 100 % de ses emballages recyclés avec TerraCycle®, incluant zéro incinération et zéro enfouissement ! Avec Terracycle®, société de recyclage, Khie!s s'engage à financer le recyclage de 100% des emballages apportés par les clients, même les emballages pour lesquels il n'existe pas de filière mise en place par les collectivités locales.



L'ORÉAL PROFESSIONNEL : FORMULATION ET PACKAGING RESPONSABLES

Dans une volonté de transparence vis-à-vis du consommateur, la marque propose Source Essentielle.

Un packaging clair et simple avec des pictos pédagogiques pour une liste d'ingrédients facile à comprendre.

Une formule naturelle avec un sourcing durable des ingrédients.

Un design de pack au format carré pour d'une part réduire la place dans les cartons de transport optimisant ainsi leur acheminement et permettre d'autre part, un emboîtement qui en fait une p!v directement sur le point de vente, qui parle de lui-même au consommateur.

Enfin, au bac, un système de *refill* qui permet de recharger directement le produit.



«TRIONS EN BEAUTÉ» EN PARTENARIAT AVEC CITÉO

Pour contribuer à la progression du geste de tri en matière d'emballages cosmétiques, L'Oréal France s'est associé à Citéo.

Le site www.trionsenbeaute.fr a vocation à faire entrer dans les habitudes de consommation, le tri des produits cosmétiques sur le long terme.

Il accompagne le consommateur sur la manière de trier les différentes catégories d'emballages des produits cosmétiques, et précise l'importance du recyclage sur notre environnement.

L'objectif est d'augmenter le tri pour augmenter la seconde vie de nos produits.

25 marques distribuées sur le marché français relaient cette campagne.



Nos collaborateurs

Chaque jour à L'Oréal, nous mettons tout en œuvre afin que notre entreprise soit un **lieu enrichissant et challengeant** pour nos collaborateurs. Nous donnons le pouvoir aux personnes prêtes à prendre des paris, qui osent proposer des **idées « out of the box »** et qui ont l'envie de les défendre, imprimant ainsi leur signature !

Nous traçons et façonnons notre chemin. **Toujours à la recherche de l'excellence, toujours à la pointe** – à *saisir ce qui commence*, nous encourageons la créativité qui permet à **chaque collaborateur de révéler son potentiel.**



LES CHIFFRES CLÉS
en matière de diversité, d'inclusion et de parité

DANS LE MONDE

- **1^{ÈRE}** entreprise en Europe pour la parité selon le classement Equileap.
- L'Oréal est dans le Top **10** de l'indice Diversité et Inclusion de Thomson Reuters.
- **1^{ER}** plan d'actionnariat salarié en 2018.
- **22 000** collaborateurs formés au digital grâce au plan de montée en compétences digitales.

EN FRANCE

- **6:** c'est le nombre de semaines allouées par L'Oréal pour le congé paternité afin de promouvoir l'égalité femmes hommes.
- **52,9%:** c'est le pourcentage de femmes managers.
- **630:** c'est le nombre de collaborateurs en situation de handicap.
- **30:** c'est le nombre d'entreprises signataires de l'initiative "StOpE" : un programme créé par L'Oréal France aux côtés de AccorHotels et EY pour lutter contre le sexisme ordinaire en entreprise.

Notre comité de direction



JEAN-LUC BELLIN
Direction Juridique



LAURENT BOUKOBZA
Direction Développement
et de l'Organisation



CÉLINE BRUCKER
Direction Division
Grand Public



CLAIRE BRUGNAGO
Direction Division
Produits Professionnels



ALINE CRISTIANI
Direction Division
Cosmétique Active



ELISE DUCRET
Direction Marketing
Digital



TAMIM EL MILI
Direction Division Luxe



HERVÉ NAVELLOU
Direction Générale



DOMITILLE FAFIN
Direction Communication
& Affaires Publiques



PATRICK GRAVEL
Direction Finance



OLIVIER DE MALEZIEUX
Direction Retail



ISABELLE ORQUEVAUX
Direction Scientifique



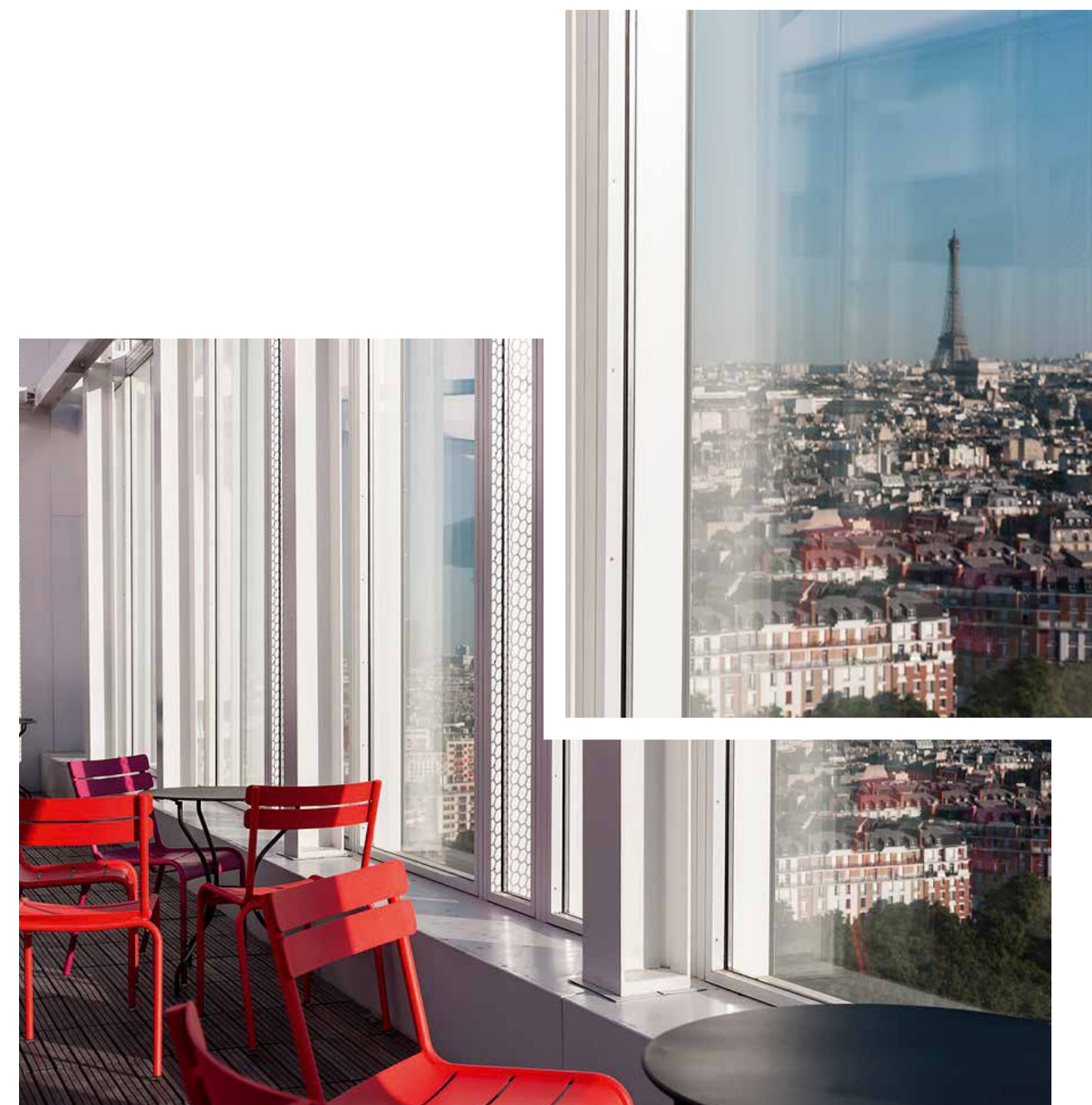
BLANDINE THIBAUT-BIACABE
Direction Ressources Humaines



RAFAEL GIROTTO
Direction Opérations



EMMANUEL VIENNOT
Direction IT



«*So France*» le siège de la filiale France

Bénéficiant d'une vue à 360° sur Paris, ancrage historique du Groupe L'Oréal, **notre campus HQE a réduit sa consommation en eau de 91% et 2% en électricité en 2018** (vs 2017). 44% de nos déchets ont été recyclés, 56% valorisés et zéro déchets déposés en décharge. Installées au cœur de Levallois, nos équipes sont immergées dans un environnement de travail innovant, palpitant, où **la culture « d'entrepreneurs » prime** et où **la passion et l'excellence sont les deux leviers clés de la réussite.**

Suivez-nous sur les réseaux sociaux :

 @L'OréalGroup
 @LOrealGroup
 @LOreal
 @LOrealFrance

#weareloreal #lorealfrance #beauteengagee

L'ORÉAL
FRANCE

L'ORÉAL FRANCE : www.loreal.fr / T +33 1 57 77 12 12
L'Oréal - SA au capital de 112.079.330,40€ - RCS Paris 632 012 100
Siège social : 14 rue Royale 75008 PARIS