

L'ORÉAL
FINANCE

la lettre
AUX ACTIONNAIRES

N° 80-HIVER 2021

ACTUALITÉS / p. 3

*VERS UN SYSTÈME DE
NOTATION DE L'IMPACT
ENVIRONNEMENTAL
DES PRODUITS / p. 4-5*

*EXPOSITION
UNIVERSELLE 2020 / p. 6-7*

Retrouvez le cours de Bourse / p. 8



Le mot du Directeur Général



« Chers actionnaires, votre Groupe a publié ses résultats du troisième trimestre 2021 le jeudi 21 octobre dernier. Le chiffre d'affaires du Groupe est en hausse de + 9,3 % en comparable sur deux ans, par rapport aux neuf premiers mois de l'année 2019, avec une accélération remarquable au troisième trimestre. Toutes les Divisions ont accéléré leur croissance sur deux ans trimestre après trimestre.

Selon l'évolution du contexte sanitaire, les derniers mois ont été marqués dans de nombreux pays par le retour enthousiaste et en sécurité des équipes dans les bureaux. Notre agilité, la pertinence de nos choix stratégiques et la force d'investissement dans nos marques ont permis à L'Oréal de continuer de surperformer significativement un marché de la beauté qui revient progressivement à ses niveaux d'avant crise.

Toutes les Zones et toutes les Divisions sont en progression et contribuent au bon équilibre de la croissance du Groupe.

À noter : la confirmation du redressement aux États-Unis et la poursuite d'un très fort rythme de croissance sur deux ans

“ NOTRE AGILITÉ, LA PERTINENCE DE NOS CHOIX STRATÉGIQUES ET LA FORCE D'INVESTISSEMENT DANS NOS MARQUES ONT PERMIS À L'ORÉAL DE CONTINUER DE SURPERFORMER SIGNIFICATIVEMENT LE MARCHÉ DE LA BEAUTÉ. ”

NICOLAS HIERONIMUS
Directeur Général de L'Oréal

en Chine continentale, en dépit de quelques turbulences au cours de l'été. **Nous avons maintenu un plan de lancements de produits offensif, et nos performances témoignent de l'attractivité de nos marques ainsi que de l'appétit des consommateurs pour nos innovations de pointe.** Alors que les ventes en magasin ont repris, le e-commerce progresse toujours à un rythme soutenu et représente 26,6 % du chiffre d'affaires.

Fidèles à notre double ambition d'excellence économique et sociétale, nous sommes fiers que L'Oréal USA ait atteint la neutralité carbone⁽¹⁾ dans l'ensemble de ses 25 sites. De plus, le Groupe a été reconnu comme entreprise Global Compact LEAD par les Nations Unies pour la 7^e année consécutive, et classé dans la « Change the World List » 2021 de Fortune.

Depuis le début de la pandémie, **L'Oréal n'a cessé de se renforcer et se trouve idéalement positionné pour continuer de croître à son rythme d'avant crise.** Nous sommes plus que jamais confiants dans la dynamique de croissance. Dans un contexte encore incertain, notre performance au troisième trimestre nous conforte dans notre ambition de surperformer le marché et réaliser une année de croissance du chiffre d'affaires et des résultats. »

Chiffre d'affaires
au 30 septembre 2021

23,19 Mds€

+ 18,0 %
à données comparables⁽²⁾

+ 15,3 %
à données publiées

+ 29,7 %
croissance du e-commerce⁽³⁾

Plus d'informations sur [loreal-finance.com](https://www.loreal-finance.com)

(1) Pour les émissions des scopes 1 & 2. (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). À données comparables.



Jean-Paul Agon,
Président de L'Oréal

Jean-Paul Agon reçoit le prix du « Courage contre la haine » décerné par l'ADL

En reconnaissance de l'engagement de longue date de L'Oréal en faveur de la diversité, de l'équité et de l'inclusion, du respect des droits humains et de la lutte contre l'antisémitisme, le Président du Groupe, Jean-Paul Agon, a reçu le prestigieux prix du « Courage contre la haine » (*Courage Against Hate Award*) décerné par l'ADL (*Anti-Defamation League*).



L'Oréal reconnu comme entreprise Global Compact LEAD

Pour la septième année consécutive, L'Oréal a été reconnu comme entreprise Global Compact LEAD par les

Nations Unies pour son engagement continu en faveur des Dix Principes du Pacte Mondial des Nations Unies et pour avoir placé les Objectifs de Développement Durable (ODD) des Nations Unies au cœur de sa stratégie de croissance. Cette reconnaissance signifie que L'Oréal est l'une des entreprises les plus engagées au sein du Global Compact. Cette initiative demande aux acteurs économiques d'aligner leur stratégie sur les dix principes universels liés aux droits humains, au travail, à la protection de l'environnement et à la lutte contre la corruption.

L'Oréal reçoit le Grand Prix de L'AGEFI pour son exemplarité en matière de Gouvernement d'Entreprise

En septembre, L'Oréal a reçu le Grand Prix du Gouvernement d'Entreprise 2021 décerné par L'AGEFI, qui évalue de manière indépendante (en partenariat avec CMS Francis Lefebvre, EcoVadis et Ethics & Boards) l'ensemble des entreprises du CAC 40 et du SBF 120 pour mesurer leur exemplarité en matière de Gouvernement d'Entreprise. Plus de 90 critères sont mesurés, couvrant cinq catégories : « Fonctionnement des organes sociaux », « Composition du conseil », « RSE et compliance », « Diversité dans les organes de direction » et enfin « Démocratie actionnariale, transparence de l'information et qualité de la communication ».

Un MOOC⁽¹⁾ dédié aux futurs actionnaires individuels

Conçu et proposé en partenariat avec L'École de la Bourse et plusieurs émetteurs, L'Oréal a développé le MOOC « Investir en actions » avec la participation de Nicolas Bouzou, économiste. À travers un parcours pédagogique 100 % digital, les futurs actionnaires individuels peuvent découvrir l'intérêt et le sens d'investir dans des entreprises, dans l'économie réelle, et comprendre ainsi ce qu'est l'investissement en bourse et la nature et la finalité de l'information diffusée sur les marchés financiers. Découvrez ce module en français sur www.moocinvestirenactions.com ou en scannant ce QR code :



(1) Massive Open Online Course : format digital pédagogique diffusant des formations en libre accès sur Internet.

Fait marquant _____



VERS UN SYSTÈME DE NOTATION VOLONTAIRE DE L'IMPACT ENVIRONNEMENTAL DES PRODUITS DE BEAUTÉ

Henkel, L'Oréal, LVMH, Natura & Co et Unilever ont annoncé en septembre une collaboration mondiale inédite pour codévelopper un système de notation sectoriel de l'impact environnemental des produits de beauté. L'objectif est d'aboutir à un dispositif qui soit commun à l'ensemble des entreprises du secteur de la cosmétique et qui fournisse aux consommateurs des informations claires, transparentes et comparables grâce à une méthodologie scientifique commune.

Répondre aux attentes en matière de transparence

Ce nouveau système de notation vise à répondre à l'exigence grandissante des consommateurs en matière de transparence concernant l'impact environnemental des produits cosmétiques (formule, emballage et usage). L'objectif est d'améliorer l'information mise à la disposition des consommateurs, leur permettant ainsi de faire des choix de consommation plus durables.

Pour ce faire, un consortium a été créé et ouvert à l'ensemble des entreprises du secteur souhaitant collaborer dans le but de co-créer un dispositif permettant aux consommateurs de comparer des produits cosmétiques au sein d'une même catégorie. Le but est que le score global informe les consommateurs de l'impact environnemental des produits, en prenant en compte l'ensemble de leur cycle de vie.

Co-construire une méthodologie scientifique et un système de notation

Le consortium travaille avec le cabinet de conseil Quantis, pour garantir une approche robuste et scientifique, et que les efforts pour co-construire la méthodologie et le système de notation volontaire soient guidés et articulés autour de :

Une méthode de mesure des impacts environnementaux commune tout au long du cycle de vie des produits, et adossée aux principes du « *Product Environmental Footprint* » (PEF, la méthode scientifique de l'Union européenne pour quantifier l'empreinte environnementale des produits).

Une banque de données commune sur les impacts environnementaux d'ingrédients et matières premières standards utilisés dans les formules et les emballages ainsi que durant l'utilisation.

Un outil commun permettant à chaque marque de calculer l'impact environnemental de chacun de ses produits, et utilisable par des non-spécialistes.

Un système de notation harmonisé comprenant par exemple un score allant de A à E et permettant au consommateur de comparer facilement les produits. La méthodologie, les bases de données et l'outil de ce système seront vérifiés par des auditeurs indépendants.

Engager tous les acteurs du secteur de la cosmétique

Cette initiative se veut ouverte à l'ensemble des acteurs du secteur de la cosmétique, quelles que soient leur taille ou leurs ressources. Un panel d'experts indépendants sera également informé et consulté tout au long du process. Les entreprises à l'origine de l'initiative partageront leur expérience et leurs connaissances dans le développement de dispositifs d'évaluation de l'impact environnemental (tels que ceux conçus par Henkel, L'Oréal, LVMH, Natura &Co et Unilever) et de systèmes d'affichage environnemental et social (tel que celui développé par L'Oréal).





EXPOSITION UNIVERSELLE 2020 : L'ORÉAL DÉVOILE SA VISION DE LA BEAUTÉ DU FUTUR

L'Oréal a rejoint en septembre l'Expo 2020 Dubaï en tant que partenaire Beauté officiel pour y partager sa vision de la beauté du futur. Découvrez les principales activités présentées par le Groupe lors de cet événement.

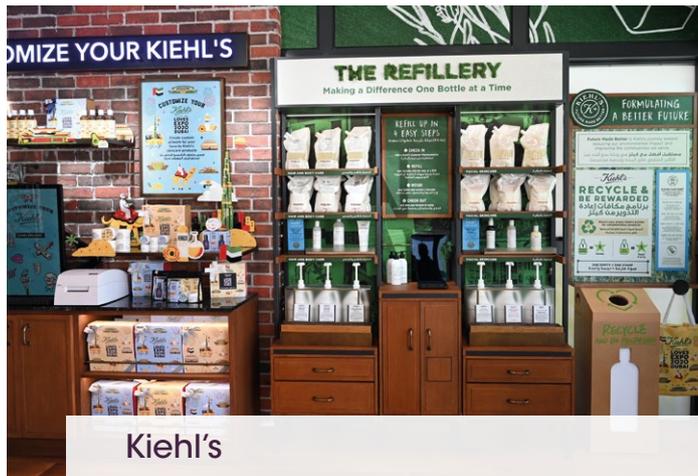
“ Le thème de cet événement, « Connecter les esprits, construire le futur » entre en parfaite résonance avec notre raison d'être, celle de « Créer la beauté qui fait avancer le monde », une beauté inclusive et responsable qui a un impact positif sur les individus et sur la planète. Depuis 1928, les nations et les entreprises se réunissent pour explorer les moyens de résoudre les problèmes de demain. Cette année plus que jamais, après des mois d'isolement, nous nous réjouissons de nous retrouver à l'Expo universelle de Dubaï pour œuvrer ensemble à un avenir meilleur. ”

Nicolas Hieronimus
Directeur Général de L'Oréal



L'Oréal Paris

Le concept store beauté La Maison L'Oréal Paris, installé dans le Opportunity District de l'Expo, met en lumière l'engagement de la marque auprès des femmes, incarné depuis 50 ans par son célèbre slogan « Parce que je le vauds bien ». La marque organise également la plus importante séance de formation *Stand Up*, son programme de lutte contre le harcèlement de rue établi en partenariat avec l'ONG Hollaback! Ce programme mondial, qui vise à former un million de personnes d'ici à 2022, permettra à plus de deux mille personnes, femmes et hommes, de participer aux formations qui se tiendront au Dubaï Millennium Amphithéâtre au cours des six mois que durera l'exposition. Pour célébrer cette ambition, Burj Khalifa — la plus haute tour du monde — s'est illuminée le 28 septembre pour lancer un message d'émancipation à toutes les femmes du monde.



Kiehl's

Dans une boutique Kiehl's installée dans le quartier de Jubilee Park, les visiteurs peuvent découvrir les dernières innovations durables de la marque, dont son tout nouveau concept *Refillery*, qui permettra aux consommateurs de venir remplir leurs propres flacons en aluminium. Depuis 2009, l'engagement de ses consommateurs à travers le monde a déjà permis à la marque de recycler plus de 11,2 millions de produits, soutenant ainsi sa poursuite d'une consommation toujours plus durable.



Garnier

Garnier lance une campagne pédagogique mondiale dédiée à la consommation responsable, en collaboration avec un acteur de renommée mondiale en matière de développement durable. Par ce partage d'expertise et de conseils pratiques, Garnier souhaite amener 250 millions de personnes à adopter un mode de vie plus durable. Cette nouvelle initiative est la dernière-née d'une série d'objectifs ambitieux que la marque s'est fixés à horizon 2025 en matière de réduction de l'impact environnemental de l'ensemble de sa chaîne de valeur.



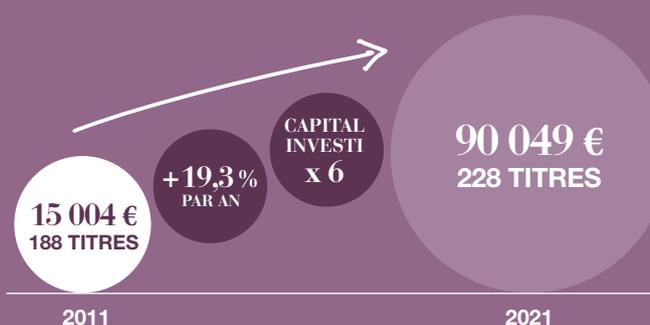
L'Oréal Produits Professionnels

L'Oréal Produits Professionnels présente *The Hairstylists for the Future Salon*, un salon de coiffure axé sur la transformation durable allant de l'approvisionnement à la production, et qui vise à répondre à des problématiques telles que les emballages, la réduction des déchets, ou encore les économies d'eau. Les visiteurs sensibles à la question de la préservation des ressources en eau auront également l'occasion d'expérimenter une technologie de pommeau d'eau, développée en partenariat avec la start-up suisse Gjosa, permettant des économies d'eau pouvant aller jusqu'à 65 %.

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 29 octobre 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

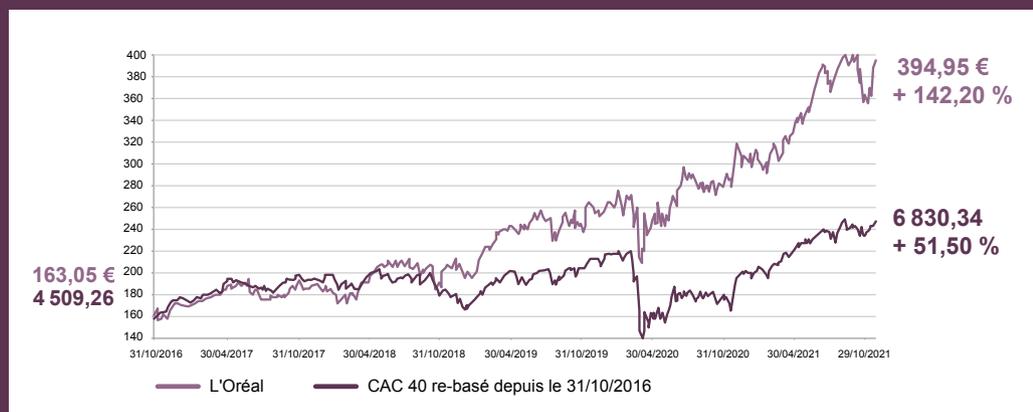
Sur la base du cours du 29 octobre 2021

+ 21,2 % | **+ 19,3 %** | **+ 10,4 %**
sur 5 ans | sur 10 ans | sur 20 ans

⁽¹⁾ Taux de rendement actuariel de l'investissement, en supposant la revente des titres au cours du 29 octobre 2021.

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

L'Oréal vs CAC 40 du 31 octobre 2016 au 29 octobre 2021⁽¹⁾



Variation du
31 octobre 2016
au 29 octobre 2021

Action L'Oréal :
+ 142,20 %

CAC 40 :
+ 51,50 %

⁽¹⁾ Indice CAC 40 re-basé sur le cours de Bourse de L'Oréal depuis le 31/10/2016 // Source : Refinitiv, cours de Bourse au 29/10/2021.

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

9 février 2022 : Résultats Annuels 2021
(après Bourse)

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.

