

# L'Oréal Brasil: há 60 anos inovando para compartilhar a beleza com todos

**Empresa comemora 60 anos no País e se destaca pelos produtos inovadores, por ter um Centro de Pesquisa de última geração focado no consumidor brasileiro e, com a Indústria 4.0, já projetar sua Fábrica do Futuro**

**D**esde sua criação, a L'Oréal, multinacional de origem francesa, não parou de inovar. Em 2019, a companhia comemora 110 anos de existência no mundo e 60 anos no Brasil. O início de tudo foi em 1907, quando o jovem químico Eugène Schueller formulou sua primeira tintura capilar, sob o nome de Oréal, usando uma mistura de compostos químicos inofensivos. Em 1909, Schueller fundou a empresa que se tornaria o Grupo L'Oréal. Com isto, criou o primeiro elo daquilo que está presente no DNA da L'Oréal: pesquisa e inovação a serviço da beleza.

A empresa chegou ao Brasil em 1959, com a criação de sua fábrica de cosméticos e o lançamento da coloração Imédia Crème, que se tornou líder de vendas no País. Hoje, esse produto, chamado Imédia Excellence, continua fazendo a cabeça de milhões de brasileiras.

Premiada em vários segmentos, o fato é que há seis décadas a centenária companhia francesa vem construindo sua história no País com iniciativas que envolvem todas as suas áreas de atuação, de forma inovadora, mais digital, focada no consumidor e cada vez mais sustentável.

O Brasil, quarto mercado mundial de beleza, é estratégico para o Grupo L'Oréal, que comercializa no País 20 marcas organizadas em quatro divisões de negócios, que operam em circuitos específicos e complementares. Com mais de três mil colaboradores, um Centro de Pesquisa & Inovação de última geração e uma sede, ambas no Rio, fábrica e Centros de Distribuição, a empresa segue sua trajetória de comprometimento com o Brasil a longo prazo. E é com o slogan L'Oréal Brasil, há 60 anos inovando para compartilhar a beleza com todos - que dá título a esse caderno - que, neste 2019, celebrará seu aniversário.

Recepção da Sede L'Oréal - INNOVA

## An Verhulst-Santos Há 60 anos o Brasil vem inspirando o negócio de beleza da L'Oréal

**E**ssa é sua segunda passagem pelo País. Presidente da L'Oréal Brasil desde janeiro de 2017, An Verhulst-Santos, que esteve por aqui pela primeira vez em 2006, como presidente da Divisão de Produtos Profissionais, é engenheira Comercial pela Solvay School of Economics and Management, em Bruxelas e tem mestrado em Gestão de Moda pelo Institut Français de la Mode, em Paris. Com 28 anos de companhia, ela fala nesta entrevista sobre o desafio de fazer crescer o negócio de forma sustentável e agradar aos infinitos desejos dos brasileiros.

**A L'Oréal está completando 60 anos no País. Qual a importância do Brasil para a companhia, em nível global?**

**AN VERHULST-SANTOS** - É o quarto maior mercado de beleza no mundo e, portanto, estratégico para o Grupo L'Oréal. No Brasil, a beleza é uma característica essencial, um sinal de expressão e de autoafirmação. No que diz respeito à beleza, as mulheres brasileiras estão entre as mais exigentes do mundo. Se conseguirmos satisfazer às suas necessidades, conseguiremos satisfazer qualquer consumidor do planeta. Essa importância da beleza para as brasileiras e a diversidade étnica e cultural fazem com que o Brasil seja um laboratório a céu aberto e desempenhe papel fundamental no mercado de cosméticos. Por esse motivo, investimos há mais de 10 anos em pesquisa no País e inauguramos, há dois anos, um Centro de Pesquisa e Inovação, o único do Grupo na América Latina e um dos seis hubs regionais da L'Oréal no mundo. Esse Centro reforça ainda mais nosso compromisso de longo prazo com o Brasil e nos torna mais rápidos para lançar inovações adaptadas aos desejos do consumidor brasileiro, com potencial de lançamento mundial, mas também adaptar as melhores inovações globais para os nossos consumidores.

**Ao longo destas décadas, a L'Oréal Brasil tem feito aquisições. Alguma nova iniciativa ou investimento em vista?**

**AV-S** - Desde que estamos no Brasil, fizemos as aquisições de Colorama, em 2001, que se tornou a primeira marca brasileira do Grupo, e de Niely, em 2014. São duas marcas nacionais que são próximas às consumidoras e relevantes para o nosso portfólio em volume e vendas. Colorama é a marca queridinha das consumidoras e manicures brasileiras e acompanha de perto o que elas desejam, lançando tendências, como é o caso do Colorama Efeito Gel. Recentemente relançamos alguns clássicos mais pedidos pelas consumidoras na coleção Grandes Sucessos. Niely tem como missão de-

mocratizar a beleza no Brasil. Com o suporte do Centro de Pesquisa e Inovação, a marca desenvolve inovações em cuidados com os cabelos e coloração a preços acessíveis e suas campanhas são reconhecidas pela proximidade e ligação emocional com as consumidoras. Em termos de investimentos à vista, destaco a inauguração de Episkin, empresa da L'Oréal que desenvolve métodos alternativos a testes em animais na avaliação de eficácia e segurança de nossos produtos, que passará a funcionar dentro do nosso Centro de Pesquisa & Inovação ainda esse ano. Com esse projeto, a L'Oréal irá comercializar seu modelo de pele humana reconstruída – o primeiro reconhecido internacionalmente – para outras empresas no Brasil. Para a L'Oréal, que não faz teste em animais há mais de 30 anos, é um marco nos seus 60 anos no País. Outro investimento importante que estamos realizando é em nossa fábrica, em São Paulo, com a digitalização do processo produtivo, com iniciativas de automação, tecnologia de realidade aumentada e inteligência artificial para otimizar o processo produtivo. Estamos nos preparando para a Indústria 4.0.

**No Brasil, a companhia vem diversificando muito seu portfólio, oferecendo uma extensa gama de produtos para o consumidor. A L'Oréal tem um carro-chefe no País, um produto que seja unanimidade nacional?**

**AV-S** - Oferecemos no País um portfólio com 20 marcas, divididas em quatro divisões de negócios (Grande Público, Luxo, Cosmética Ativa e Produtos Profissionais para salões de beleza). Por termos uma extensa capilaridade de categorias e distribuição, que vão de perfumarias a supermercados, passando por salões e travel retail, temos muitos produtos queridinhos pelos brasileiros.

**O consumidor brasileiro tem demandado produtos mais ecológicos?**

**AV-S** - Sim. Acompanhamos de perto os desejos dos consumidores e vemos que eles querem produtos de alta performance e com o máximo de personalização, mas também uma marca responsável, que seja ecológica e mais inclusiva. E como líder mundial em beleza, temos que ser um exemplo. Ano passado lançamos em Kérastase a linha Aura Botânica, que contém 98% de ativos naturais. Esse produto possui uma cadeia de valor sustentável, desde a extração responsável de seus ativos da natureza, passando pelo trabalho junto às comunidades extratoras. Temos um compromisso mundial de sustentabilidade chamado "Sharing Beauty With All", que vem transformando nossa companhia para um impacto positivo na sociedade e no meio ambiente. O programa estabeleceu metas de de-



envolvimento sustentável até 2020, da concepção dos produtos até o consumidor final, e tem dois focos no Brasil: cadeia de valor sustentável e promover o protagonismo social através da beleza.

**Em função da regionalidade, diz-se que há vários Brasis dentro do Brasil. A empresa tem política específica para lidar com consumidores das diferentes regiões?**

**AV-S** - O consumidor está no centro do nosso negócio. Em um país com dimensões continentais como o Brasil, precisamos entender as especificidades de consumo de cada região e espelhar em nossos produtos e campanhas. Temos um time dedicado em pesquisar essas características de consumo dos vários Brasis, como você disse, através de focus groups e nas redes sociais.

**O mercado consumidor masculino também vem expandindo significativamente, com produtos para cabelos e cosméticos. A L'Oréal tem alguma linha voltada para esse público?**

**AV-S** - Os homens estão cada vez mais preocupados em cuidar do visual e o Brasil é atualmente o segundo mercado global de produtos de beleza masculinos, segundo a ABIHPEC. Pensado nisso, lançamos recentemente o Redken Brews, uma linha com 11 itens com qualidade profissional de cuidados para barba, pele do rosto e cabelos masculinos, formulada com malte artesanal.

**Diz-se que, de todos os segmentos, o de cosméticos é o que menos tem sofrido com queda de consumo. Qual a posição da L'Oréal hoje diante do atual cenário econômico brasileiro?**

**AV-S** - O Brasil passou por uma crise econômica e esperamos a retomada de um ciclo sólido e sustentável de crescimento. Isso passa por uma série de reformas absolutamente necessárias e urgentes. O Brasil é o quarto mercado mundial de beleza, com 100 milhões de mulheres. O Brasil é um mercado estratégico para L'Oréal e demonstramos isso com o investimento que fizemos no centro de Pesquisa & Inovação de última geração no Rio.

**A sra. voltou ao Brasil em 2017, agora para assumir**

**a presidência da companhia. Hoje, qual o seu maior desafio?**

**AV-S** - Essa é minha segunda passagem pelo Brasil. A primeira foi em 2006, como Presidente da Divisão de Produtos Profissionais. Em três meses no Brasil, me apaixonei pelo País, pelas pessoas e pela cultura. O Brasil foi o lugar onde minha carreira e vida se transformaram. Em 2017, depois de passagens pelos Estados Unidos e Europa, voltei ao meu País de coração, com minha família e esse enorme desafio de fazer crescer o negócio de forma sustentável, apesar das crises cíclicas, e agradar aos infinitos desejos dos brasileiros.

**A nova sede da L'Oréal tem recebido muitos prêmios, devido especialmente à sua sustentabilidade. O que mais a senhora gostaria de destacar como um projeto ímpar da L'Oréal Brasil, que tem refletido no Grupo, mundo afora?**

**AV-S** - Além da nova sede e do Centro de Pesquisa e Inovação, considerado o laboratório mais sustentável do Brasil, ambos premiados, uma das nossas prioridades em sustentabilidade é o tema de mudanças climáticas. Anunciamos recentemente a parceria com a Engie para o uso de eletricidade proveniente de fontes renováveis em todas as nossas unidades no País. A energia eólica é gerada no Conjunto Eólico da Engie no Ceará e abastece fábrica, Centros de Distribuição, o Centro de Pesquisa e a sede da L'Oréal Brasil.

**A senhora diz que a diversidade está incorporada no DNA da L'Oréal. Como essa afirmação a tem motivado para a tomada de decisões em sua carreira?**

**AV-S** - A L'Oréal tem uma política clara e reconhecida sobre diversidade e igualdade de gêneros. Não existe "glass ceiling", essas barreiras invisíveis que impedem o crescimento profissional de mulheres. Eu tive as mesmas oportunidades que pares homens nesses 28 anos de carreira no Grupo e me tornei presidente da L'Oréal Brasil. Considero a diversidade um valor fundamental para o crescimento das empresas. O nosso maior desafio no Brasil na gestão da diversidade é representar a sociedade brasileira como um todo, especialmente no que diz respeito à origem étnica e social.

**Além do programa L'Oréal-UNESCO-ABC Para Mulheres na Ciência e o Casas da Beleza, de profissionalização em cabelereiros em comunidades, a senhora destacaria outro projeto pelo qual tem carinho especial?**

**AV-S** - Tenho bastante orgulho dos projetos que promovemos porque eles reforçam o compromisso de sustentabilidade da L'Oréal com o Brasil, de desenvolver o protagonismo social. Além desses que você falou, gostaria de citar dois novos projetos que tenho um carinho especial. O primeiro é o Escreva Seu Futuro, iniciativa da Lancôme para a alfabetização de mulheres. O Brasil foi o primeiro país da América Latina a receber essa iniciativa global e irá alfabetizar esse ano mais de 100 mulheres entre 18 e 45 anos, todas moradoras do Complexo da Maré, no Rio. O outro é o Casa de Barbearia Redken, uma extensão do Casas da Beleza para formar moradores das comunidades de Nova Iguaçu em barbeiros.

“Experiences  
worth sharing”

L'ORÉAL | **v3a**

4  
DIVISÕES  
DE PRODUTOS  
+ CORPORATE  
+ R&I



2100  
HORAS  
JUNTOS

256

PROJETOS EXECUTADOS  
EM

10 ANOS

100 MIL m<sup>2</sup>  
EM PROJETOS



MILHÕES

DE PESSOAS IMPACTADAS  
RECORDE DE 1,8 MM DE INTERAÇÕES EM 1 PROJETO.

Saiba mais da nossa história em [v3a.ag](http://v3a.ag)

A nova sede da L'Oréal no Brasil tornou-se um projeto icônico para o Rio de Janeiro e mais um marco para a revitalização da região do Porto Maravilha. O edifício inovador de propriedade da JPL Participações Ltda. e da Brookfield Properties, foi construído pela Racional, uma das principais empresas de engenharia e construção do País. O edifício, padrão Triple A, foi concebido e construído com tecnologia de ponta, atingindo parâmetros de eficiência que proporcionou obter as certificações LEED Gold e Qualiverde, que garantem as melhores práticas de sustentabilidade tanto na construção como em sua operação, além do Prêmio Saint-Gobain de Arquitetura, por garantir conforto e saúde para seus usuários. Muito além de executar a obra, a Racional participou da viabilização do edifício, agregando sua inteligência em engenharia desde a fase de desenvolvimento do projeto. O alto nível de qualidade, os desafios construtivos de uma área aterrada sobre o mar e o prazo exíguo estavam entre os principais desafios para a execução que, combinados, resultaram em diversas inovações em engenharia. Projetos como este fazem parte do DNA da Racional e reforçam o seu propósito: fazer o complexo parecer simples.

Racional Engenharia:  
performance e sustentabilidade  
na nova sede da L'Oréal



“A construção da nossa nova sede no Porto Maravilha foi um grande desafio em termos de prazo e nível de exigência, especialmente nos quesitos segurança, sustentabilidade e qualidade. Esse projeto precisava refletir o compromisso global em sustentabilidade da companhia, o Sharing Beauty With All. No final, todas as metas do projeto foram alcançadas ou superadas, e isto não seria possível sem a seriedade, organização e alta competência técnica da Racional.”  
**Gérald Vincent - diretor de Propriedades & EHS L'Oréal Brasil**

“A Racional construiu um dos empreendimentos mais importantes do nosso portfólio. Em um projeto com muitas particularidades, fruto de um contrato built to suit, a empresa teve papel fundamental para o sucesso do empreendimento. Além de cumprir o prazo estabelecido, todos os quesitos relativos à qualidade, sustentabilidade e desempenho técnico foram rigorosamente atendidos. Além disso, a Racional é bem estruturada, organizada, com processos consolidados e tratou com seriedade e profissionalismo questões complexas, trazendo soluções para o projeto. Foi uma parceria que deu certo.”  
**Claudio Sayeg - diretor de Engenharia da Brookfield Properties**

“A Racional foi parceira em todos os momentos e atribuo o sucesso do empreendimento ao comprometimento da Racional que focou, desde o primeiro dia, no prazo e qualidade. Fizemos esta obra em prazo recorde. Para mim, como investidor, a agilidade em trazer soluções imediatas e a seriedade da Racional foram fundamentais.”  
**José Portinari Leão - presidente da JPL, incorporadora responsável pelo projeto**

Racional

## No Brasil, L'Oréal traz um universo de lançamentos

De produtos para cuidados com os cabelos a proteção solar, passando por maquiagem e cuidados com a pele, a empresa segue inovando para atender aos desejos dos brasileiros

O Brasil é uma inspiração para o mercado global de beleza: é o país com a maior diversidade de cabelos e peles do mundo. Estudo realizado pela L'Oréal mostra que somos o único país do mundo onde se encontram os oito tipos de cabelos catalogados pela companhia, do mais liso ao mais cacheado. Em relação ao tom de pele, os resultados também surpreendem: das 66 tonalidades classificadas pela companhia francesa, 55 são encontradas no Brasil.

Essa diversidade é inspiração para a missão global da companhia: oferecer beleza para todos. É por isso que, há mais de 10 anos, a L'Oréal investe em pesquisa no Brasil. Em 2017, simbolizando seu compromisso com o País, inaugurou um Centro de Pesquisa & Inovação, na Ilha de Bom Jesus, no Rio, para acelerar o desenvolvimento local de inovações em categorias onde os brasileiros são altamente exigentes - cuidados com os cabelos, proteção solar e higiene - e customizar as tecnologias mundiais para que se tornem relevantes para brasileiros e latino-americanos.

É de olho nesses exigentes consumidores que há 60 anos a empresa segue inovando com lançamentos e campanhas icônicas em suas 20 marcas disponíveis no Brasil. Elseve, de L'Oréal Paris, lançada por aqui em 1986, foi a primeira marca a contar com embaixadoras locais para se aproximar do público brasileiro, trazendo campanhas inesquecíveis com atrizes como, por exemplo, Ana Paula Arósio e Deborah Bloch nos anos 2000. Atualmente, a marca conta com um super time de embaixadoras e influenciadoras composto por Tais Araújo, Grazi Massafera, Raissa Santana, Luísa Sonza, Paola Antonini, Fernanda Gentil, Mayara Russi e Vitoria Castro, que estrelam a campanha da nova fórmula

la Elseve Reparação Total 5, feita nos laboratórios do Brasil. Ainda dentro do portfólio de marcas globais da Divisão de Grande Público, encontram-se Maybelline NY, marca de maquiagem que está presente no País desde 1997, e Garnier, desde os anos 2000 com produtos para coloração e desodorante. A primeira marca brasileira do Grupo L'Oréal foi a de esmaltes Colorama, adquirida em 2001. Em seguida, a L'Oréal adquiriu, em 2014, Niely, de cuidados para cabelos e coloração.

Divisão relevante para o Brasil, a Cosmética Ativa chegou ao País com La Roche-Posay, em 2000. Marca líder do mercado dermocosmético brasileiro, a La Roche-Posay atua em diversas categorias de cuidados dermatológicos, sendo proteção solar a mais relevante e onde a marca também sustenta posição de liderança com grandes inovações. O protetor solar Anthelios Airlicium é um exemplo disso graças à utilização de uma tecnologia da indústria aeroespacial, utilizada para captar poeira interestelar, e que redesenhada para pele brasileira, tem alta capacidade de absorção da oleosidade da pele, promovendo um controle inteligente ao longo do dia e sensação duradoura de toque limpo. Nessa divisão, também estão presentes as marcas Vichy, desde 2001, que une a força dos ativos naturais à expertise dermatológica; SkinCeuticals, desde 2010, com superioridade e respaldo da ciência; e CeraVe, desenvolvida com dermatologistas para hidratação e que desembarcou no País ano passado.

A divisão de Luxo representa as marcas mais premium da L'Oréal, com Lancôme, Yves Saint Laurent, Giorgio Armani, Ralph Lauren, Cacharel, Urban Decay, Diesel e Viktor&Rolf. O objetivo é oferecer aos brasileiros a melhor experiência de luxo em maquiagens, cuidados para a pele e perfumes. Lancôme começou a ser comercializada no Brasil em 2010 e tem produtos queridinhos das brasileiras como o sérum Genifique, a máscara para cílios Monsieur Big e o perfume "La Vie est Belle".

A L'Oréal também possui a Divisão de Produtos Profissionais, que deu origem ao grupo ao criar a primeira coloração permanente do mundo, pelas mãos do químico Eugene Schueller. Com seu portfólio diferenciado, a divisão oferece inspiração, educação, tendências e personalização, através de produtos e serviços inovadores que atendem a todos os profissionais dos salões de beleza e seus clientes. As marcas L'Oréal Professionnel, Kérastase que chegou ao Brasil em 1994 e Redken que chegou em 1998 desenvolvem produtos com tecnologias avançadas e oferecem um elevado nível de formação aos cabeleiros, garantindo um serviço cada vez mais profissional.

## Inovações digitais para o público ligado em beleza e tecnologia

Seja no e-commerce ou com aplicativos, marcas da L'Oréal fazem a cabeça das consumidoras no País

A digitalização está revolucionando a experiência de beleza dos consumidores. Com um mindset "digital-first", a L'Oréal foi a primeira empresa de cosméticos a embarcar nessa aventura e hoje está na vanguarda. O objetivo é claro: ser pioneira e líder na beleza do amanhã, desde o design do produto até a experiência de beleza dos consumidores.

Nessa era digital, o Brasil é um grande contribuidor: os brasileiros passam cerca de 9 horas por dia na internet e beleza é a segunda categoria com o maior volume de buscas no Google. Pensando nisso, a L'Oréal vem inovando em ferramentas e aplicativos, no e-commerce e nas estratégias de market place, para conquistar os consumidores.

Dentro dessa estratégia, podemos destacar dois aplicativos de transformação capilar que já estão fazendo a 'cabeça' das brasileiras: o "Style My Hair", de L'Oréal Professionnel, e o "Color Match", de Garnier Nutrisse. Essas novas tecnologias permitem que a consumidora veja, em tempo real, como ficariam seus cabelos usando uma determinada tonalidade. O Brasil foi o primeiro país da América Latina a receber o "Color Match" que, em dois dias, ficou em 2º lugar na lista de apps mais baixados.

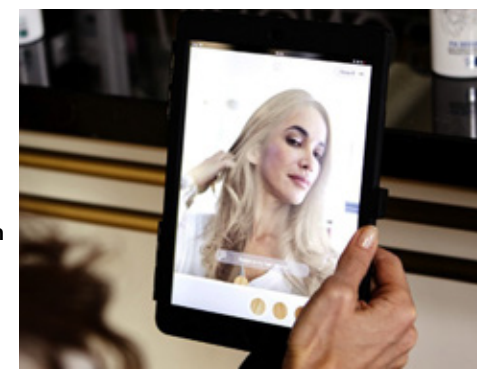
A marca de luxo Lancôme também vem usando a tecnologia para se aproximar de uma geração mais jovem de consumidores. Em parceria com a ModiFace, a marca desenvolveu o aplicativo Virtual Mirrors para os pontos de venda. Com ajuda da realidade aumentada, os consumidores podem experimentar virtualmente as maquiagens de Lancôme e comparar o antes e depois. O Virtual Mirrors já está disponível em 23 lojas Sephora por todo o País, com um espaço especial e iPads para testes.

Esses aplicativos foram desenvolvidos pela Modiface, - empresa canadense adquirida ano passado pela L'Oréal que permite que os consumidores testem virtualmente produtos de beleza. Com essa aquisição, a L'Oréal se torna a líder da Beauty Tech.

Aqui no Brasil, a L'Oréal é líder no e-commerce na categoria de beleza e a participação desse canal segue com forte crescimento em todas as divisões de negócio. A empresa também vem reforçando sua parceria com marketplaces como Amazon e Mercado Livre.

A L'Oréal também é pioneira em termo de educação digital. Esse ano, a Divisão de Produtos Profissionais lançou a plataforma digital L'Oréal Access, voltada para educação e desenvolvimento dos cabeleiros. Essa plataforma é um espaço multimarcas de e-learning e networking, permitindo que os profissionais de beleza possam acompanhar lançamentos de produtos, melhorar seus conhecimentos na área digital, descobrir tendências e dominar técnicas de gestão de negócios.

Garnier - Color Match



## A Marca da Perfeição

Parceira da L'Oréal há 21 anos, a EXATO é a mais premiada, pontual e eficiente empresa de distribuição urbana de produtos acabados do País.

Certificada com o ISO:9001 a EXATO TRANSPORTES URGENTES tem como objetivo oferecer qualidade, confiabilidade e excelente estrutura.



Armazem Exato Transportes



www.exatotransportes.com.br

vendas@exatotransportes.com.br

(011) 2789-2922

Exato-Transportes

(011) 94035-6088

Embaixadoras da Elseve - Reparação Total 5



# A PRIMEIRA MARCA DE BELEZA QUE VEM À SUA CABEÇA TAMBÉM É A PRIMEIRA QUE APARECE NAS SUAS BUSCAS.

FLUENT E L'ORÉAL. HÁ 6 ANOS EXPERTS EM CONTEÚDO DE BELEZA NO BRASIL.

Mais de 2 milhões de visitas/mês no portal Beleza Extraordinária.

Mais de 25k matérias em 7 plataformas desde 2013.

[belezaextraordinaria.com.br](http://belezaextraordinaria.com.br)  
[tudosobremake.com.br](http://tudosobremake.com.br)  
[segredosdesalao.com.br](http://segredosdesalao.com.br)  
[fiquediva.com.br](http://fiquediva.com.br)  
[dermaclub.com.br](http://dermaclub.com.br)  
[semprepronta.com](http://semprepronta.com)  
[blog.lancome.com.br](http://blog.lancome.com.br)

**FLUENT**  
Grupo Webédia

CONHEÇA TODO O POTENCIAL DA FLUENT

● [FLUENTCONTENT.COM.BR](http://FLUENTCONTENT.COM.BR)

● [@FLUENTCONTENT](https://www.instagram.com/FLUENTCONTENT)

**Growth Impact**  
Estudos de Inteligência, Consultoria e Ferramentas

**Brand Publishing**  
Audiência e Comunidades proprietárias

**Brand Experience**  
Campanhas de conteúdo

**Content to Business**  
Campanhas de mídia



**K**

Kosmoscience e L'oreal - uma parceria consistente e inovadora, empregando a ciência a favor da beleza!

Juntas há 15 anos levando ao mercado mundial soluções em estudos de segurança e eficácia para os produtos de cabelo, pele e fotoproteção.

Grupo **kosmo science**

[f kosmoscience](https://www.facebook.com/kosmoscience)  
[@ grupokosmoscience](https://www.instagram.com/grupokosmoscience)  
+55 11 4369 - 4984  
[www.kosmoscience.com](http://www.kosmoscience.com)



**JRD 15 ANOS**

Inovação tecnológica com inteligência logística, entregando soluções para o Trade Marketing.

- Positivação em PDVs
- Instalação de lojas e quiosques
- Manutenções de displays
- Adesivagem e customização
- Auditorias em PDVs
- Gestão on-time
- APP Mobile exclusivo
- Plataforma Digital JRD

São José dos Pinhais - PR  
+55 41 3383.6116

São Bernardo do Campo - SP  
+55 11 3409.8726

[jrdlogisticademarketing.com.br](http://jrdlogisticademarketing.com.br)

**JRD** Logística de Marketing

Sua referência em rótulos e etiquetas auto adesivas.  
Impressão em até 11 cores simultaneamente.

## Impressione com seu Rótulo

Fundada em 1972, a Makton foi uma das pioneiras na produção de Rótulos auto adesivos no Brasil.

Em nosso parque Industrial localizado no Rio de Janeiro, contamos com permanentes investimentos em tecnologia, inovação e treinamento.

Esses são os fatores que fizeram a Makton construir grandes parceiros no decorrer dos seus 47 anos.



**makton**  
Tecnologia em Rótulos



Offset • Letter-press • Flexografia • Serigrafia Rotativa • Hot Stamping • Secagem U.V.

makton@makton.com.br • www.makton.com.br • SAC: (21) 2560-5998



L'ORÉAL

Fábrica 4.0 - São Paulo

## Além do ambiente digital

Com o Projeto Fábrica do Futuro, a empresa implementou uma série de inovações tecnológicas na planta de São Paulo, como a robótica colaborativa, ações de realidade aumentada e a interconectividade entre dispositivos. A iniciativa está baseada no conceito de Indústria 4.0, que usa a digitalização como forma de otimizar o processo produtivo.

Uma das empresas mais amadas para se trabalhar no País - pelo ranking da Love Mondays - a L'Oréal Brasil também integrou tecnologia de Inteligência Artificial aos seus programas de recrutamento. Durante a seleção para as vagas do Programa de Estágio desse ano, os recrutadores puderam identificar o potencial do candidato usando algoritmos. Os candidatos são convidados a responder três perguntas e, a partir de uma análise complexa de dados, a ferramenta auxilia os recrutadores a determinar aqueles que mais se identificam com os valores da empresa.



### Fotosfera

Parceira da L'Oréal há quase 30 anos, a Fotosfera vem acompanhando o crescimento da empresa com novas marcas e divisões, oferecendo, sempre, a mais avançada tecnologia de impressão digital, focada na execução de material de Merchandising para PDV, feiras e exposições, entre outros. Hoje, a L'Oréal tem tamanho gigante e, para nosso orgulho, continuamos nossa parceria vencendo, juntas, os mais diferentes desafios.

*Pavel Chorovsky - Diretor*

### RCRambiental

Há 20 anos a RCRambiental é pioneira e diferenciada no setor ambiental, tendo como objetivo garantir a proteção da marca e valorização de produtos inservíveis e resíduos, além de assessorar seus clientes em economias tributárias e operar soluções in loco. Atender clientes como L'Oréal, empresa ímpar em cuidados ambientais, é uma grande responsabilidade e um desafio diário que mantemos com qualidade e excelência por vários anos, sempre em busca de melhoria contínua.

*André Navarro - Diretor Comercial*

### Grupo Kosmoscience

"A L'Oréal é referência internacional no entendimento da ciência básica aplicada às necessidades cotidianas dos consumidores. Nós, do Grupo Kosmoscience nos identificamos com esse espírito, pois buscamos sempre soluções suportadas pela ciência pura, aplicada à ciência cosmética, para ajudar as empresas a processarem insights globais sobre estilo de vida do consumidor, produtos de consumo e engajamento, estimulando a inovação e o crescimento".

*Adriano Pinheiro - Presidente*

### Axis Renováveis

Somente nesta primeira fase do projeto, com nossa usina solar fotovoltaica iremos reduzir ao longo do projeto a emissão de 1700 tons de CO2, o equivalente a 6750 árvores plantadas. Temos muito orgulho de nossa parceria com a L'Oréal, uma empresa que se preocupa não somente com seus acionistas e colaboradores, como com o meio ambiente e toda a sociedade à sua volta.

*Luiz Pacheco - Diretor  
Rodrigo Marcolino - Diretor*

### WMcCann

Para a WMcCann, é motivo de grande orgulho fazer parte desta trajetória de sucesso que a L'Oréal vem construindo há 60 anos no Brasil. Com um DNA inovador, a companhia comemora seu aniversário olhando para a frente, engajada no compromisso de ser transparente com seu consumidor, sempre atenta às tendências e preocupada em atender e valorizar a diversidade das brasileiras. Estamos ao lado da L'Oréal Paris há 35 anos, tendo o privilégio de ajudar a marca a traçar esse caminho com a missão principal de ter um real significado na vida das pessoas. E essa parceria vale muito.

*Hugo Rodrigues - Chairman e CEO da WMcCann*

### Enext

Consultoria de E-commerce e Marketing Digital é líder do segmento na América Latina desde 2008 a Enext atua com soluções inteligentes e estratégicas, sendo referência nos serviços de transformação digital e Martech. Atuamos de forma estratégica com a L'Oréal, desenvolvendo jornadas do consumidor e integrando o mundo físico com o digital, trazendo as melhores experiências para os usuários."

*Gabriel Jacob - Head Of Consultancy*

BECOME X

Parabéns, L'OREAL.

# 60 ANOS!

Mas olha, não parece!

Se não soubéssemos da eficácia do REVITALIFT,  
diríamos que você está escondendo a idade.

Homenagem da BECOMEX, parceira da L'OREAL e de mais de 1000 clientes, aumentando a competitividade industrial através da redução do custo tributário e aumento do compliance.



Transporte Aéreo e Rodoviário  
para todo o Brasil  
Todas as Licenças Anvisa  
Implementando Sassmaq  
Consulte-nos 11-2423-8800

**AEROFLEX** CARGO  
Operador Logístico Multimodal  
www.aeroflexcargo.com.br



**LOGÍSTICA  
E PRODUÇÃO DE EVENTOS  
DE TODOS OS PORTES**

SAIBA MAIS:  
EVENTOS@FLYTOUR.COM.BR

**FLYTOUR**  
Eventos

## L'ORÉAL

### Fluent

Há seis anos trabalhamos com a L'Oréal e ganhamos, consecutivamente, quatro prêmios de melhores parceiros digitais. Para nós isso é motivo de orgulho, pois trabalhar com grandes marcas nos desafia a reinventar diariamente o nosso business. O portal Beleza Extraordinária é um dos maiores cases de Brand Publishing do Brasil, evoluindo para o canal de marca no Instagram. Fique Diva com Niely foi pioneiro nas conversas sobre cabelos cacheados e virou nome de linha de produtos. Agora, em 2019, iniciamos o blog de luxo para Lancôme, com o desafio de recheiar de conteúdo um portal de e-commerce. Cada projeto contribui para deixar L'Oréal no topo das buscas e no topo das tendências. Parabéns L'Oréal, pelo aniversário e conte com a Fluent para inovar e ir mais longe.

Luther Peczan - CEO

### Racional Engenharia

A Racional Engenharia é reconhecida como uma das principais empresas de engenharia e construção do País e foi responsável pela construção da nova sede da L'Oréal no Brasil. Projeto icônico para o Rio de Janeiro, o edifício inovador foi construído com tecnologia de ponta, atingindo parâmetros de eficiência que permitiram obter as certificações LEED Gold e Qualiverde. Participamos desde a fase de desenvolvimento do projeto, contribuindo para viabilizar o edifício com o aporte de nossa inteligência em engenharia. Projetos como este reforçam o nosso propósito: fazer o complexo parecer simples.

Newton Simões - Fundador e Presidente

### JRD Logística

Atender a L'Oréal, empresa líder em seu segmento e impulsionadora de programas mundiais de sustentabilidade, atuando na vanguarda da responsabilidade social em projetos corporativos, é desafiador. A parceria nos faz crescer e nos estimula a inovar como empresa, além de manter nossa equipe sempre atualizada. Receber o "Prêmio L'Oréal de Inovação - 2017", em nosso setor, foi uma grande marca da história da JRD.

Renato Paschoal - Diretor de Negócios

### V3A

"Desde 2008 atendemos a L'Oréal, que se tornou rapidamente uma das nossas principais clientes nacionais. Depois de 10 anos e mais de 200 projetos desenvolvidos construímos uma relação que vai muito além de fornecedor x Cliente. Trabalhamos em extrema sinergia, pois, compreendemos os "timings", demandas e estratégias de todas as divisões da companhia e de todos os profissionais de comunicação e suprimentos. A V3A tem muito orgulho em fazer parte desses primeiros 60 anos da L'Oréal no Brasil e temos a certeza de que o futuro da empresa será ainda mais inovador e promissor."

Victor Vocos Camargo - Diretor Executivo

### Makton Indústria de Auto Colantes

A Makton tem a satisfação de celebrar essa jornada de sucesso da L'Oréal, e se orgulha da parceria ao longo desses 30 anos no fornecimento de rótulos autoadesivos.

Márcio Mesquita - Gerente Comercial

### Becomex

Num ambiente tributário complexo e de alto risco, o uso de tecnologias é fundamental para garantir os altos níveis de Compliance exigidos. O uso de Inteligência Artificial e robotização de rotinas operacionais trazem a segurança e agilidade necessárias para aumentar a competitividade da indústria. Focar no planejamento tributário e buscar dinheiro novo deve ser perseguido na área tributária.

Rogério Borilli - VP

### Artplan

Há mais de 13 anos temos a satisfação de desenvolver a comunicação da marca Niely. Temos muito orgulho de fazer parte da história da L'Oréal no Brasil e de trabalhar com uma empresa tão inovadora. 60 anos se passam rapidamente quando a gente vive se reinventando. Cada ano juntos vale muito para nós.

Rodolfo Medina - Presidente

# Gere sua própria energia solar sem nenhuma preocupação

A Axis Renováveis é a responsável por todo o investimento e operação das usinas fotovoltaicas, com objetivo de oferecer aos nossos clientes uma energia mais barata e ecologicamente correta.

Temos muito orgulho em sermos o parceiro oficial da L'Oréal, uma empresa que não se preocupa somente em criar valor para seus acionistas e colaboradores, como também em retornar valor para a sociedade e para o meio ambiente.



## SOLUÇÕES PARA RECICLAGEM

Blisters, cosméticos, embalagens diversas, fraldas, cápsulas de café e chá, entre outros.



www.rcrcambiental.com.br





## As conquistas de uma empresa sustentável

Utilização de energia renovável e capacitação profissional para uma cadeia de valor cada vez mais sustentável

A partir de seu compromisso global de sustentabilidade, Sharing Beauty With All, a L'Oréal vem transformando sua cadeia de valor de modo a ter um impacto positivo na sociedade e no meio ambiente.

No pilar Produção Sustentável, uma de suas principais metas é alcançar uma operação de baixo carbono, reduzindo em 60% a emissão de CO2 de seus sites até 2020. No Brasil, a boa notícia é que esse objetivo já foi atingido: com 68% de redução das emissões de CO2, a meta agora é ir além, tornando todas as unidades no Brasil carbono neutro até 2020 e, para reduzir sua pegada de carbono, a L'Oréal está atuando em duas frentes: melhorando a eficiência energética e utilizando energia renovável. Projeto recente em parceria com a Engie é para o uso de eletricidade proveniente do Conjunto Eólico de Trairi (Ceará) em todos os sites, evitando a emissão de sete mil toneladas de CO2 na atmosfera, o equivalente ao plantio de 43 mil árvores.

Além desse projeto, o Centro de Pesquisa & Inovação foi a primeira unidade da L'Oréal Brasil a usar o sistema solar para geração própria de energia – o próximo passo é inaugurar, até o fim do ano, painéis solares na fábrica de São Paulo.

**Sustentável desde o berço**  
O ano de 2017 foi emblemático em função da inauguração de duas unidades: a Nova Sede Administrativa e o Novo Centro de Pesquisa & Inovação. Desde sua concepção, ambas foram construídas levando em consideração importantes aspectos ambientais e conceitos modernos de produtividade como o "flex office". O Centro de Pesquisas é considerado o laboratório mais sustentável do Brasil. Junto com a sede, os prédios alcançaram a certificação LEED Gold (Liderança em Energia e Design Ambiental), um dos principais selos internacionais para prédios sustentáveis. Outro reconhecimento veio com a premiação internacional "Green Solution Awards", na Conferência Mundial do Clima (COP 23), pelo projeto Jardins Filtrantes. Instalado no Centro de Pesquisas, ele trata águas pluviais e resíduos industriais e sanitários de forma natural e reutiliza esses líquidos para irrigação e reuso nos banheiros. A iniciativa trouxe uma redução no consumo de água de cerca de 40%.

## Empoderamento que faz a diferença na Ciência

A L'Oréal Brasil acredita que a Ciência é a chave para solucionar os enormes desafios do mundo e, por isso, promove desde 2006, em parceria com a UNESCO no Brasil e com a Academia Brasileira de Ciências o Programa "Para Mulheres na Ciência". Completando 14 anos este ano, o programa tem como motivação a transformação do panorama da ciência no País, favorecendo o equilíbrio dos gêneros no cenário brasileiro e incentivando a entrada de jovens mulheres no universo científico. A cada ano, sete jovens pesquisadoras de diversas áreas de atuação são contempladas com uma bolsa-auxílio de 50 mil reais cada. O prêmio já distribuiu cerca de quatro milhões de reais para 89 jovens cientistas.



Vencedoras do programa para Mulheres na Ciência 2018

UMA RELAÇÃO  
QUE VALE MUITO.  
E HÁ MUITOS ANOS.

UMA HOMENAGEM DA WMCCANN  
À L'ORÉAL PELOS 60 ANOS NO BRASIL.

A WMcCann é parceira da L'Oréal Paris nessa trajetória e se orgulha de ter ajudado a criar um discurso relevante e verdadeiro para essa marca que busca inovação em tudo que faz, valoriza a brasileira e sabe, mais do que ninguém, que toda mulher vale muito.

WMCCANN

O que você imaginar, A FOTOSFERA RIO faz!

Atuamos há 4 décadas nos mercados de **visual merchandising, cenografia, vitrines e projetos especiais.** Oferecemos soluções de **qualidade, alta tecnologia e muita, muita inovação.**

A nossa ampla estrutura é moderna e verticalizada proporcionando **flexibilidade, prazos e custos competitivos.**

Além disso, atendemos todo o mercado nacional e internacional.

Foco na sua necessidade é a nossa expertise.

 **fotosfera | Rio**

comercial.rj@fotosfera.com.br • [www.fotosfera.com.br](http://www.fotosfera.com.br)





**UM ANÚNCIO  
PARA PARABENIZAR  
OS 60 ANOS DA  
L'ORÉAL NO BRASIL  
É POUCO,  
MUITO POUCO.**

Acompanhe a nossa homenagem nas redes sociais da Artplan e confira como a gente leva a sério essa parceria com a marca de beleza mais inovadora do mundo.

artplan



Casa de Barbearia

L'ORÉAL

## Profissionalização inclusiva

A empresa conta ainda com inúmeros projetos para desenvolver o protagonismo social das comunidades onde está inserida. Lançado em 2017, o Casa das Belezas formou mais de 300 pessoas em auxiliares em cabelereiro em parceria com as ONGs Casa do Menor e Redes da Maré. Nesse projeto, os alunos recebem formação teórica e prática com produtos da marca Niely, para desenvolverem negócios próprios. A metodologia dos cursos e a formação dos professores que dão as aulas são desenvolvidas pelo Instituto L'Oréal Professionnel, escola de formação em profissionais de beleza que existe desde 2010. Em 2019, a marca Redken se juntou ao projeto e fundou - em parceria com a Casa do Menor - a Casa da Barbearia, para formar jovens em profissionais de barbearia. A capacitação também é o foco do "Escreva Seu Futuro", de Lancôme, que alfabetizará mais de 100 moradoras entre 18 e 45 anos do Complexo da Maré, no Rio. O País foi o primeiro da América Latina a receber essa iniciativa global da marca. Dentro de casa, a L'Oréal também estimula a responsabilidade social. Na fábrica de São Paulo acontece há cinco anos o projeto Formare, que já ofereceu a mais de 60 jovens das comunidades no entorno, educação profissional em aulas que são ministradas pelos próprios colaboradores, de forma voluntária.



São 10 anos de parceria com a L'Oréal na realização de eventos e viagens capazes de engajar profissionais, trazer conhecimento, encantar, gerar relacionamento com clientes e fidelização de marca. Este tempo de bagagem nos fez acompanhar as conquistas da empresa e trouxe desafios estimulantes para nós. Realizamos as maiores convenções e viagens da L'Oréal para destinos como Paris, Dubai, Havaí, China, entre outros. Enquanto eles avançavam em tecnologia, inovação e ditava tendências no Brasil e no mundo, nós voávamos com criatividade e processos. Para nós, fazer parte desta trajetória de sucesso é pura motivação.

**HAIR BRASIL**  
PREMIUM

Principal **EVENTO DE NEGÓCIOS**  
e atualização do mercado de  
beleza profissional da **AMÉRICA LATINA.**

HAIRBRASIL.COM

**enext**  
A WPP COMPANY

**HÁ MAIS DE 10 ANOS  
NO MERCADO, LEVANDO  
EXCELÊNCIA NA CONDUÇÃO  
DE ESTRATÉGIAS DIGITAIS.**

ALGUNS DE NOSSOS CLIENTES:

OSKLEN AREZZO L'ORÉAL

DRINKS & CLUBS Unilever Food Solutions C6 BANK

**CONSULTORIA**

**MARTECH**

**ESTRATÉGIAS DIGITAIS**

**GESTÃO DE MUDANÇA**

**CRM CRO**

**SEO UX/UI**

**TECNOLOGIA MÍDIA**

**SÃO PAULO**

Rua Geraldo Flaolino Gomes, 78, 2 Andar  
04575-060 - Brooklin  
+55.11.5463-8220



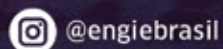
L'ORÉAL  
BRASIL

## Juntas para mudar o mundo

A ENGIE firmou uma parceria com a L'Oréal Brasil, que passa a utilizar a energia limpa do vento adquirida do Conjunto Eólico Trairi, da ENGIE, em todas as suas unidades no país, reduzindo assim a emissão de 7.000 toneladas de gases de efeito estufa, o equivalente ao plantio de 43.000 árvores.

Duas empresas inovadoras e conscientes.

[www.engie.com.br](http://www.engie.com.br)



@engiebrasil



@engiebrasil



@engiebrasil



/company/engie-brasil

## ENGIE e L'Oréal Brasil firmam parceria para uso exclusivo de energia renovável

*Contratação de energia eólica da ENGIE para todas as unidades da L'Oréal no Brasil evitará a emissão de 7.000 toneladas de CO<sub>2</sub> na atmosfera*

Alinhada ao seu compromisso com a sustentabilidade, a ENGIE fornece energia limpa para grandes empresas e a mais nova parceria firmada é com a L'Oréal Brasil, que passa a usar eletricidade de fontes renováveis da ENGIE em todas as suas unidades no país.

A energia eólica é gerada no Conjunto Eólico Trairi da ENGIE, no Ceará, e abastece as fábricas, os Centros de Distribuição, o Centro de Pesquisa e a sede da L'Oréal Brasil, evitando a emissão de 7.000 toneladas de CO<sub>2</sub> na atmosfera, o equivalente ao plantio de mais de 43.000 árvores.

O CEO da ENGIE Brasil, Maurício Bähr, destaca a importância da sustentabilidade. "São parcerias como essa que reconhecem e motivam investimentos e ações em prol dos Objetivos do Desenvolvimento Sustentável". "Temos como objetivo liderar a transição energética para uma economia de baixo carbono, atuando muito próximos das necessidades energéticas de nossos

clientes e promovendo o desenvolvimento harmonioso", completa o executivo.

"Uma das nossas prioridades em sustentabilidade é o tema de mudanças climáticas. A decisão de focar na contratação de energia 100% renovável produzida no parque eólico Trairi tem como objetivo reduzir o impacto ambiental das nossas atividades", destacou a presidente da L'Oréal Brasil, An Verhulst-Santos.

Essa iniciativa faz parte do compromisso global de sustentabilidade da L'Oréal Sharing Beauty With All, que vem transformando a companhia de modo a ter um impacto positivo na sociedade e no meio ambiente.

O programa estabeleceu metas de desenvolvimento sustentável até 2020, da concepção dos produtos até o consumidor final. A empresa já conseguiu reduzir em 68% as emissões de CO<sub>2</sub> de suas unidades industriais, em termos absolutos, no ano de 2018 quando comparado a 2005.



O Conjunto de Trairi, projeto pioneiro de energia eólica desenvolvido pela ENGIE, contribui para os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) da Organização das Nações Unidas (ONU), através do fornecimento de energia limpa, mas também por meio de projetos socioambientais na área de saúde e educação desenvolvidos na região.

Com uma capacidade instalada de 212,6 MW, o Conjunto Eólico Trairi é composto de oito usinas, com um total de 86 aerogeradores.

### Estratégia de redução de emissões e promoção de ODS

O contrato de compra e venda foi elaborado em conformidade com as diretrizes do Protocolo de GHG (Green House Gas) desenvolvido pelo World Resource Institute e pela Fundação Getúlio Vargas (FGV), atendendo assim os critérios de neutralidade em emissões de carbono aplicados para o consumo de energia elétrica das empresas.