

# L'ORÉAL

## L'Oréal poursuit son engagement dans la sensibilisation à la protection solaire avec La Roche-Posay *UV Sense*, le premier capteur électronique d'UV portable sans batterie

**CES®, Las Vegas, le 7 janvier 2018** – L'Oréal, le leader mondial de la beauté, qui a développé son premier produit de protection solaire en 1935, poursuit son engagement en matière de protection solaire **avec le lancement de *UV Sense*, le premier capteur électronique d'UV portable sans batterie**, lors du Consumer Electronics Show de 2018.

L'Oréal s'est depuis longtemps consacré à la protection solaire à travers la recherche et la création de produits innovants mais aussi le financement de recherches importantes pour prévenir certains cancers de la peau comme avec l'association *Melanoma Research Alliance* et des campagnes d'éducation destinées au grand public. En 2016, *La Roche-Posay*, a lancé le tout premier capteur cutané flexible, *My UV Patch*, pour mesurer l'exposition aux rayons UV. Depuis le lancement de cette technologie, *La Roche-Posay* a distribué gratuitement plus d'un million de patches aux consommateurs dans 37 pays. Selon des études de consommateurs, *My UV Patch* a eu un impact positif sur leurs comportements en matière de protection solaire, 34 % d'entre eux appliquant de la crème solaire plus souvent et 37 % essayant de rester davantage à l'ombre.

Pour encourager les consommateurs à modifier encore davantage leurs comportements en matière de protection solaire, **le nouveau *UV Sense* est plus petit, peut être porté plus longtemps et permet de transmettre des données en temps réel**. Premier capteur électronique portable sans batterie pour mesurer l'exposition aux rayons UV, *l'UV Sense* peut stocker jusqu'à trois mois de données et afficher l'évolution d'exposition dans le temps avec des mises à jour instantanées. Ce dispositif portable présente une épaisseur de moins de deux millimètres, un diamètre de neuf millimètres et est conçu pour être porté sur l'ongle du pouce, qui reçoit une quantité optimale d'UV. Ainsi, les consommateurs peuvent porter ce dispositif *UV Sense* non plus quelques jours comme pour *My UV Patch*, mais plusieurs semaines. Le capteur peut être réappliqué sur l'ongle à l'aide d'adhésifs supplémentaires, fournis avec.

*L'UV Sense* s'accompagne d'une application mobile, disponible à la fois sous iOS et Android, qui convertit et transfère les données du capteur à l'aide de la technologie NFC (Near Field Communication). Cette application fournit au consommateur des informations indiquant à quel moment il doit se méfier des UV. Les données sont intégrées dans l'application sous le profil de l'utilisateur, précisant les niveaux de son exposition. Les bonnes pratiques en matière de protection solaire, comme passer du temps à l'ombre ou réappliquer de la crème solaire, sont encouragées par des informations sur l'exposition au soleil ou des conseils de protection.

« *La technologie au sein de l'UV Sense est révolutionnaire et son potentiel en termes d'impact sur le futur de la technologie et des dispositifs portables est formidable,* » a déclaré **Guive Balooch, Directeur de Tech Incubateur de L'Oréal Recherche et Innovation**. « *Grâce à nos recherches et aux retours des consommateurs sur le 1<sup>er</sup> capteur My UV Patch, nous avons entrepris de créer un produit associant une innovation technologique à un design ergonomique pour proposer des données en temps réel et une utilisation prolongée dans un objet discret convenant à tout style de vie.* »

Pour le design de *l'UV Sense*, L'Oréal s'est associé au créateur de renommée mondiale Yves Behar. « *Le design et la technologie sont étroitement liés, et à mesure que les produits deviennent de plus en plus personnalisés en fonction des utilisateurs, ces deux éléments sont partie intégrante des expériences uniques que nous leur apportons,* » a déclaré **Yves Behar, concepteur, entrepreneur et fondateur de fuseproject**. « *En travaillant avec L'Oréal, nous sommes en mesure d'associer une profonde expertise de beauty tech à une conception efficace qui améliore le bien-être des consommateurs sans perturber leur quotidien.* »

*L'UV Sense* et *My UV Patch* s'inspirent de la recherche réalisée conjointement par L'Oréal, MC10, Inc., une société leader en technologie portable, et le Professeur John Rogers de l'Université Northwestern, par l'intermédiaire de son portefeuille de propriétés intellectuelles (IP) et d'innovations autour de l'électronique flexible et étirable.



Suivez nous sur Twitter [@Loreal](https://twitter.com/Loreal)

L'UV Sense sera disponible en quantités limitées aux États-Unis pour l'été 2018, avec un lancement mondial prévu pour l'année 2019. En 2018, La Roche-Posay lancera également une édition limitée de My UV Patch dont le design a aussi été créé par Yves Behar.

### **À propos de L'Oréal**

Depuis plus de 100 ans, L'Oréal est dédié au métier de la beauté. Avec un portefeuille international de 34 marques diverses et complémentaires, le Groupe a réalisé en 2016 un chiffre d'affaires consolidé de 25,8 milliards d'euros et compte 89,300 collaborateurs dans le monde. Leader mondial de la beauté, L'Oréal est présent dans tous les circuits de distribution : le marché de la grande consommation, les grands magasins, les pharmacies et drugstores, les salons de coiffure, le travel retail, les boutiques de marque et l'e-commerce.

L'Oréal s'appuie sur l'excellence de sa Recherche et Innovation et ses 3,870 chercheurs pour répondre à toutes les aspirations de beauté dans le monde. A travers son programme « Sharing beauty with all » L'Oréal a pris des engagements ambitieux en matière de développement durable tout au long de sa chaîne de valeur, à horizon 2020.

Retrouvez toutes les informations du Groupe : <http://mediaroom.loreal.com/>

### **À propos de La Roche-Posay**

Recommandé par plus de 25 000 dermatologues dans le monde, La Roche-Posay propose une gamme unique de soins pour la peau quotidiens développés avec des dermatologues pour chaque type de peau, pour compléter et améliorer les traitements de leurs patients et promouvoir de bonnes pratiques de soin de la peau chez soi, au quotidien. Créé depuis le Centre leader mondial de Dermatologie thermale, La Roche-Posay développe des formules avec son eau exclusive riche en sélénium, utilisée au Centre depuis 1905, en raison de ses propriétés antioxydantes et apaisantes. Les produits sont développés à l'aide d'une charte de formulation stricte et d'un nombre minimal d'ingrédients et sont formulés avec des ingrédients dont les concentrations sont optimales. Par ailleurs, les produits La Roche-Posay font l'objet de tests cliniques rigoureux afin d'en déterminer l'efficacité et la sûreté, même sur les peaux sensibles.

La Roche-Posay : Pour Changer La Vie Des Peaux Sensibles.

### **À propos de fuseproject**

Fondée en 1999 par Yves Béhar, fuseproject est une agence de design basée à San Francisco. Lauréate de nombreux prix et récompenses, elle s'appuie sur une approche intégrée du design afin de proposer une gamme complète de services liés au design, en matière de design industriel, d'identité des marques, de packaging, d'expérience et interface utilisateurs et d'aménagement intérieur. Pour fuseproject, le design se doit d'être une force favorisant une évolution sociale et environnementale positive. Ses travaux sur l'impact social lui ont d'ailleurs permis de remporter deux « INDEX : Awards ». fuseproject œuvre au développement et à l'amélioration des marques sur le long terme, partout dans le monde et dans de nombreux secteurs, y compris ceux de la technologie et de la biotechnologie, de l'ameublement, de la mode, de l'aménagement d'intérieur et des biens de consommation. L'agence est également pionnière en matière de « venture design », apportant aux entrepreneurs une approche holistique du design afin de les aider à développer leurs entreprises. Ses créations sont reconnues dans le monde entier et sont exposées, parmi d'autres, dans les collections permanentes du MoMA, du SFMoMA, de l'Art Institute of Chicago, du Victoria and Albert Museum, du Cooper-Hewitt, et du Centre Pompidou.

---

« Ce communiqué ne constitue pas une offre de vente ou la sollicitation d'une offre d'achat de titres L'Oréal. Si vous souhaitez obtenir des informations plus complètes concernant L'Oréal, nous vous invitons à vous reporter aux documents publics déposés en France auprès de l'Autorité des Marchés Financiers, également disponibles en version anglaise sur notre site Internet [www.loreal-finance.com](http://www.loreal-finance.com).

Ce communiqué peut contenir certaines déclarations de nature prévisionnelle. Bien que la Société estime que ces déclarations reposent sur des hypothèses raisonnables à la date de publication du présent communiqué, elles sont par nature soumises à des risques et incertitudes pouvant donner lieu à un écart entre les chiffres réels et ceux indiqués ou induits dans ces déclarations »

### **Contacts L'ORÉAL** (standard : 01.47.56.70.00)

#### **Actionnaires individuels et Autorités de Marché**

Jean Régis CAROF  
Tél : 01 47 56 83 02  
[jean-regis.carof@loreal.com](mailto:jean-regis.carof@loreal.com)

#### **Analystes financiers et Investisseurs Institutionnels**

Françoise LAUVIN  
Tél : 01 47 56 86 82  
[francoise.lauvin@loreal.com](mailto:francoise.lauvin@loreal.com)

#### **Journalistes**

Polina Huard  
Tél : 01 47 56 87 88  
[polina.huard@loreal.com](mailto:polina.huard@loreal.com)

Pour plus d'informations, veuillez consulter les banques, les sociétés de bourse ou les établissements financiers (Code I.S.I.N. : FR0000120321), ainsi que vos journaux habituels ou le site Internet dédié aux actionnaires et investisseurs, [www.loreal-finance.com](http://www.loreal-finance.com), l'application mobile L'Oréal Finance ou contacter le numéro vert : 0.800.66.66.66 (appel gratuit).



Suivez nous sur Twitter [@Loreal](https://twitter.com/Loreal)