

A close-up portrait of a woman with dark hair pulled back and light blue eyes. She is wearing a dark, sleeveless top. The background is a dark teal color. Overlaid on the right side of her face and hair is a digital particle effect consisting of many small, bright blue and white dots and lines, resembling a data stream or a futuristic interface. The text 'VIVA TECHNOLOGY 2024' is written in white, bold, sans-serif capital letters on the right side of the image.

VIVA TECHNOLOGY 2024

L'ORÉAL
GROUPE

SOMMAIRE

1.	BIENVENUE	5
2.	COMMUNIQUÉ DE PRESSE	7
3.	INNOVATIONS	9
	Diagnostic Pour Chacun	11
	Derma-Reader - Kiehl's	13
	My Hair [iD] Hair Reader - L'Oréal Professionnel	15
	Coaching Pour Chacun	15
	Beauty Genius - L'Oréal Paris	17
	Expertise Pour Chacun	17
	AirLight Pro - L'Oréal Professionnel	19
	RENERGIE NANO-RESURFACER 400 BOOSTER - Lancôme	19
	Creativité Pour Chacun	21
	CREAITECH Gen AI Beauty Content Lab - L'Oréal Groupe	23
	New Codes of Beauty: Creator Economy - L'Oréal Groupe	23
	Responsabilité Pour Chacun	25
	Skin Technology - L'Oréal Groupe	27
	Digital Sustainability - L'Oréal Groupe	29
	Un Sanctuaire Pour Les Sens	29
	Aesop	31
4.	CHIFFRES CLÉS	31
5.	PORTE-PAROLLES	33
	Barbara Lavernos	35
	Asmita Dubey	37
	Blanca Juti	39
	Guive Balooch	41
6.	CONTACTS	43

BIENVENUE

Bienvenue à VivaTech !

Nous avons le plaisir de présenter « La puissance de la Beauty Tech pour une beauté personnalisée ». Des offres de beauté durables et inclusives, qui proposent à chacun des expériences uniques et riches, célébrant la diversité de nos besoins et de nos rêves.

La technologie transforme la vie des gens et les interactions sociales. Elle a bouleversé la façon dont nous faisons nos achats, dont nous surveillons notre bien-être, dont nous connectons les uns aux autres. Elle agit globalement sur la manière dont nous vivons, donnant naissance à de nouveaux modèles d'entreprise, dans tous les secteurs. L'industrie de la beauté ne fait pas exception : la beauté est ainsi augmentée par la technologie.

Depuis 115 ans, L'Oréal se consacre à la beauté, et uniquement à la beauté. Nous mettons la science et la technologie au service de la beauté afin de développer les meilleurs produits cosmétiques pour répondre à tous les besoins et désirs en la matière. L'innovation fait partie de notre ADN, depuis la première teinture chimique inoffensive pour les cheveux et le premier filtre solaire jusqu'au premier épiderme humain reconstruit et au Pro-Xylane, le premier ingrédient éco-conçu. Nous avons entamé notre transformation numérique il y a près

de 15 ans et aujourd'hui, en 2024, nous continuons d'être le leader incontesté de la Beauty Tech, en tenant la promesse de "La puissance de la Beauty Tech pour une beauté personnalisée". Grâce à des technologies de pointe comme les outils de beauté augmentée, les diagnostics basés sur les données et les appareils intelligents, nous rendons nos produits plus personnels et plus adaptés que jamais.

Nous tenons également notre promesse envers la planète. Nombre de nos innovations sont conçues dans une optique de durabilité, avec des formules et des emballages toujours plus respectueux de l'environnement, des résultats obtenus en réduisant la consommation d'eau, et en aidant les consommateurs à trouver le produit qui correspond parfaitement à leurs besoins.

Merci de nous accompagner dans ce voyage.

Nous espérons que vous passerez un moment fantastique à explorer tout ce que VivaTech 2024 a à offrir !

Blanca Juti
Directrice Générale
Relations Extérieures & Engagement
du Groupe L'Oréal

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

L'ORÉAL ACCÉLÈRE SON LEADERSHIP EN BEAUTY TECH GRÂCE À UNE TECHNOLOGIE AVANCÉE DE BIO-IMPRESSION DE PEAU ET UN LABORATOIRE DE CONTENU GÉNÉRÉ PAR L'IA POUR STIMULER LA CRÉATIVITÉ

« Pour être leader de la beauté aujourd'hui, il faut être leader de la Beauty Tech », déclare Barbara Lavernos, Directrice Générale Adjointe en charge de la Recherche, de l'Innovation et de la Technologie, en préambule de sa keynote à Viva Technology Paris 2024

Paris, 21 mai 2024 – Au salon VivaTech à Paris, L'Oréal dévoilera une série d'innovations de rupture, qui incarnent la puissance de la Beauty Tech pour une beauté personnalisée, inclusive et durable. Ces innovations présentent un portefeuille d'appareils de diagnostic de pointe pour la peau et les cheveux comme un assistant personnel de beauté alimenté par l'IA générative ou le laboratoire de contenu Gen AI baptisé CREAITECH pour une créativité augmentée. Seront présentés également un sèche-cheveux révolutionnaire convoquant une technologie de lumière infrarouge ; un applicateur qui stimule la pénétration du soin pour des bénéfices amplifiés ; et une plateforme technologique s'approchant toujours plus de la réalité de la peau humaine, pour la recherche scientifique et les tests produits.

« Pionniers de la Beauty Tech depuis des années, nous sommes absolument convaincus que la technologie peut repousser les limites du possible en matière de beauté, en générant un impact positif sur la vie des gens à travers le monde. Grâce à des diagnostics avancés, des services de beauté augmentés, un assistant alimenté par l'IA générative, une créativité stimulée par la Gen AI et des appareils électroniques novateurs, nous façonnons la beauté du futur pour qu'elle soit plus personnalisée, plus inclusive et plus responsable », a déclaré **Barbara Lavernos, Directrice Générale Adjointe en charge de la Recherche, de l'Innovation et de la Technologie de L'Oréal Groupe**. « À VivaTech cette semaine, L'Oréal dévoile Skin Technology, sa plateforme révolutionnaire de modèles de peau bio-imprimée qui imitent la complexité de la peau humaine. Cette innovation ouvre des perspectives scientifiques inédites pour la recherche en cosmétique comme dans le domaine de la santé. »

Skin Technology combine le meilleur de la biologie, de la mécanique et de l'électronique pour créer des modèles inclusifs qui imitent la diversité de la peau humaine, mais aussi certaines affections cutanées comme l'eczéma et l'acné. Ces modèles permettent aussi d'étudier les impacts des UV sur la peau ou encore ses étapes de cicatrisation. En partenariat avec des start-ups et des instituts de renommée mondiale, L'Oréal continue de développer ces modèles afin qu'ils puissent intégrer des récepteurs sensitifs. La plateforme Skin Technology garantit des produits toujours plus fiables, et la poursuite de l'engagement de L'Oréal qui depuis 1989 défend une Beauté sans Test sur les animaux.

Parallèlement, L'Oréal lance son Beauty Content Lab, CREAITECH, un laboratoire interne doté d'outils avancés basés sur la Gen AI, destiné à transformer la production de contenu pour le Groupe. CREAITECH est utilisé comme un espace sûr pour l'expérimentation de la Gen AI. Il permet à L'Oréal d'amplifier la création de contenu en interne pour ses 37 marques de beauté, et en parallèle, de former ses équipes marketing aux dernières technologies créatives. Le Groupe annonce également un partenariat avec Meta et des créateurs de contenu de premier plan pour continuer à repousser les limites de la créativité.

« Nourrie par la créativité humaine, la technologie devient un véritable catalyseur d'inspiration, offrant aux individus un puissant moyen d'expression pour soi et pour les marques, a déclaré **Asmita Dubey, Directrice Générale Digital et Marketing de L'Oréal Groupe**. Notre laboratoire de contenu Gen AI illustre parfaitement ce que le cerveau humain et un outil d'IA générative peuvent accomplir ensemble en matière de créativité. Grâce à nos nouveaux

« Brand Custom Models », nous pouvons former la Gen AI à reconnaître les codes visuels uniques de chaque marque et lancer des campagnes innovantes plus rapidement. Et il est essentiel de souligner que nous le faisons sans compromettre nos principes d'IA responsable, qui nous interdisent d'utiliser des images réalistes du visage, du corps, des cheveux et de la peau générées par l'IA pour illustrer les bénéfices de nos produits dans nos communications externes. »

Asmita Dubey poursuit : « Nous dévoilerons aussi avec Meta notre programme New Codes of Beauty, qui accompagnera la prochaine génération d'artistes 3D et d'experts en Réalité Augmentée et IA, et leur permettra d'explorer de nouvelles frontières créatives dans le monde de la beauté. Pionnières, nos marques L'Oréal Paris, Lancôme et La Roche-Posay se sont associées à une équipe de 30 créateurs qui maîtrisent des outils et des techniques de pointe. Ensemble, nous avons pour objectif de libérer la créativité technologique dans un contexte où la « Creator Economy » est en plein essor. »

Barbara Lavernos et Asmita Dubey co-animeront à VivaTech la keynote de L'Oréal, « **INVENTER LE FUTUR DE LA BEAUTÉ AVEC LA BEAUTY TECH** » le 22 mai sur la scène 1.

Du 22 au 25 mai, les experts en Beauty Tech de L'Oréal présents au salon VivaTech accueilleront le public et présenteront les innovations suivantes sur le stand F37 :

LA BEAUTY TECH AU SERVICE DES CONSOMMATEURS

Le **Derma-Reader de Kieh!** réalise un diagnostic de peau grâce à une technologie d'imagerie clinique passant au crible plus de 11 caractéristiques cutanées visibles et invisibles à l'œil nu, à partir duquel sont formulés des recommandations de produits et des conseils en hygiène de vie, ainsi qu'une routine ciblée à intégrer au rituel de soin quotidien du consommateur.

RENERGIE NANO-RESURFACER| 400 BOOSTER de Lancôme a été spécifiquement développé pour améliorer la pénétration produit dans le stratum corneum et amplifier les bénéfices soin. Une technologie brevetée de haute performance, composée de 400 nanopointes ultra-précises pour des résultats testés cliniquement. Sans effets secondaires et qui convient à tous les types de peau, même aux peaux sensibles.

Le **Beauty Genius de L'Oréal Paris** est un assistant personnel de beauté alimenté par l'IA générative qui offre à ses utilisateurs des diagnostics et des recommandations personnalisés et répond à chacune de leurs questions beauté clairement et simplement.

Plus respectueux des cheveux et de la planète, **AirLight Pro de L'Oréal Professionnel** révolutionne le séchage des cheveux. Conçu pour un usage en salon comme à la maison, le sèche-cheveux AirLight Pro combine la lumière infrarouge à l'air chaud propulsé à grande vitesse pour accélérer le séchage des cheveux et améliorer leur apparence en les rendant visiblement plus lisses et brillants.

My Hair [iD] Hair Reader par L'Oréal Professionnel est un outil professionnel innovant, analysant la couleur et la condition des cheveux. Il utilise une optique ultra-précise pour mesurer couleur, tons, sous-tons et le pourcentage de gris, en plus d'analyser la densité capillaire. Grâce à un diagnostic-couleur plus précis, les professionnels de la coiffure peuvent améliorer la qualité de leurs services et les résultats de leur coloration.

LA BEAUTY TECH AU SERVICE DE L'INDUSTRIE

Skin Technology de L'Oréal Depuis plus de 40 ans, L'Oréal est à la pointe du développement de peau humaine reconstruite, dont les modèles sont utilisés en recherche biologique et dermatologique. Skin Technology combine le meilleur de la biologie, de la mécanique et de l'électronique pour créer des modèles inclusifs qui imitent la diversité de la peau humaine, élevant ainsi les normes de tests dans l'industrie cosmétique, tout en permettant aux acteurs des industries de la santé, aux start-ups et aux instituts de recherche, de bénéficier de cette expertise.

CREAITECH, le Gen AI Beauty Content Lab de L'Oréal

Au cours des huit derniers mois, le laboratoire de contenu Gen AI pour la beauté de L'Oréal a utilisé un moteur WPP-Nvidia et plusieurs autres LLM (Large Language Models), ainsi que des modèles et partenaires de diffusion. Dans cet espace sûr d'expérimentation, le Groupe a testé plus de 20 Tech Gen AI et mené des dizaines d'ateliers avec ses marques pour créer plus de 1 000 images beauté. Par ailleurs, CREAITECH expérimente le développement de « Brand Custom Models » formés aux codes identitaires des marques L'Oréal, pour générer du contenu conforme à leur univers. La Roche-Posay et Kérastase sont les premières à utiliser ce service sur mesure dans leur processus de création de contenu.

Les nouveaux codes de la Beauté, la Creator Economy

Le Groupe L'Oréal et Meta dévoilent le programme New Codes of Beauty qui accompagnera la prochaine génération d'artistes 3D et d'experts en Réalité Augmentée et IA pour explorer de nouvelles frontières créatives dans le domaine de la beauté. Pionnières, nos marques L'Oréal Paris, Lancôme et La Roche-Posay se sont associées à une équipe de 30 créateurs capables d'exploiter des outils et des techniques de pointe pour embrasser ces nouveaux territoires créatifs. Notre objectif est de libérer la créativité technologique dans une « Creator Economy » en plein essor.

Durabilité digitale

En tant que quatrième annonceur mondial, L'Oréal s'engage à se positionner en fer de lance de l'industrie pour mesurer les émissions de CO2 générées par ses activités digitales et identifier les leviers pour en réduire l'impact environnemental. À VivaTech, nous mettrons en avant trois partenariats qui nous permettent de tendre vers une durabilité digitale à 360° :

- IMPACT+, une start-up française de Sustainable Tech qui nous permet de mesurer l'empreinte carbone de nos médias digitaux.
- ADGREEN, un partenaire Greentech qui nous permet de mesurer l'empreinte carbone de nos tournages et de nos productions de contenu.
- Et FRUGGR, start-up française nous permettant de mesurer l'empreinte carbone de nos sites internet.

VIVA TECHNOLOGY INNOVATIONS 2024

INNOVATIONS	9
Diagnostic Pour Chacun	
Derma-Reader - Kiehl's	11
My Hair [iD] Hair Reader - L'Oréal Professionnel	13
Coaching Pour Chacun	
Beauty Genius - L'Oréal Paris	15
Expertise Pour Chacun	
AirLight Pro - L'Oréal Professionnel	17
RENERGIE NANO-RESURFACER 400 BOOSTER - Lancôme	19
Creativité Pour Chacun	
CREAITECH Gen AI Beauty Content Lab - L'Oréal Groupe	21
New Codes of Beauty: Creator Economy - L'Oréal Groupe	23
Responsabilité Pour Chacun	
Skin Technology - L'Oréal Groupe	25
Digital Sustainability - L'Oréal Groupe	27
Un Sanctuaire Pour Les Sens	
Aesop	29



DIAGNOSTIC POUR CHACUN

DERMA-READER KIEHL'S

Aller au-delà de la surface de la peau
avec Derma-Reader de Kiehl's

Cet outil d'analyse de la peau en profondeur à la pointe de la technologie évalue la peau du client à l'aide d'une technologie d'imagerie clinique, mesurant plus de 11 caractéristiques cutanées, sur et sous la surface de la peau. Ce service gratuit en boutique s'inscrit dans le cadre de la Consultation Peau Saine menée par un Skin Pro Kiehl's, et qui débute par la prise de 9 photos de l'ensemble du visage à l'aide d'une technologie de lumière tri-polaire combinant une lumière standard et une lumière à polarisation croisée intégrant des flashes UV pour établir un diagnostic à haute résolution.

Les caractéristiques analysées à la surface de la peau comprennent les rides et ridules, les taches brunes, la texture, la fermeté, les pores visibles, les rougeurs visibles, les poches, les cernes et les pattes d'oie.

Les caractéristiques analysées sous la surface de la peau comprennent les dommages causés par les UV et les pores obstrués.

Associée à l'expertise des professionnels de la peau de Kiehl's, la technologie Derma-Reader permet aux clients de mieux connaître leur peau et ses besoins spécifiques, bien au-delà de ce qui est visible à l'œil nu, et ce, sans avoir à consulter un dermatologue. En fonction des résultats obtenus par le client, les Skin Pros de Kiehl's peuvent apporter des recommandations d'ingrédients ainsi que des conseils sur le mode de vie, en plus d'une routine ciblée que le client peut ajouter à sa routine quotidienne de soins de la peau. Avec des échantillons gratuits pour commencer, les clients repartent avec les connaissances et les ressources - à la fois en ligne et hors ligne - pour une peau visiblement plus saine.

DIAGNOSTIC POUR CHACUN

MY HAIR [iD] HAIR READER L'ORÉAL PROFESSIONNEL

Notre premier diagnostic coloration
opéré par intelligence artificielle

My Hair [iD] Hair Reader est un outil unique d'évaluation et d'analyse de couleur de cheveux. Cet outil utilise une optique ultra précise pour analyser la santé des cheveux et mesurer leur couleur, y compris la couleur naturelle et sur les longueurs, ainsi que le pourcentage de cheveux gris, le diamètre de la fibre capillaire et, dans un deuxième temps, la densité. Grâce à une mesure plus précise de la couleur de base, les professionnels de la coiffure peuvent améliorer la précision de leurs services et de leurs résultats de coloration.

Il y a plus de 100 ans, L'Oréal a été créé dans le domaine de la coloration des cheveux. Le diagnostic du client reste un élément central de l'expérience professionnelle. Cependant, les coloristes doivent encore trouver le meilleur mélange (manuellement) par eux-mêmes, ce qui peut être stressant et parfois inexact. En outre, la couleur n'est pas suivie dans le temps de manière précise.

Complétant l'expertise des professionnels de la coiffure, cette technologie permet aux consommateurs d'obtenir la bonne couleur à chaque fois. Le design est élégant, ergonomique et simple, avec un seul bouton pour une utilisation facile. Avec cinq brevets déposés au niveau international, il intègre un système optique de très haute précision dans la tête de l'appareil, tout en offrant un produit sans fil, maniable et bien équilibré. L'écran tactile intégré au dessus de l'appareil constitue une interface utilisateur facile et accessible.

L'algorithme a été entraîné avec plus de 10 000 images provenant de classifications et de l'expertise interne des coloristes de L'Oréal, pour le rendre capable de diagnostiquer les paramètres de la couleur des cheveux aussi bien qu'un coloriste expert.



COACHING POUR CHACUN

BEAUTY GENIUS

L'ORÉAL PARIS

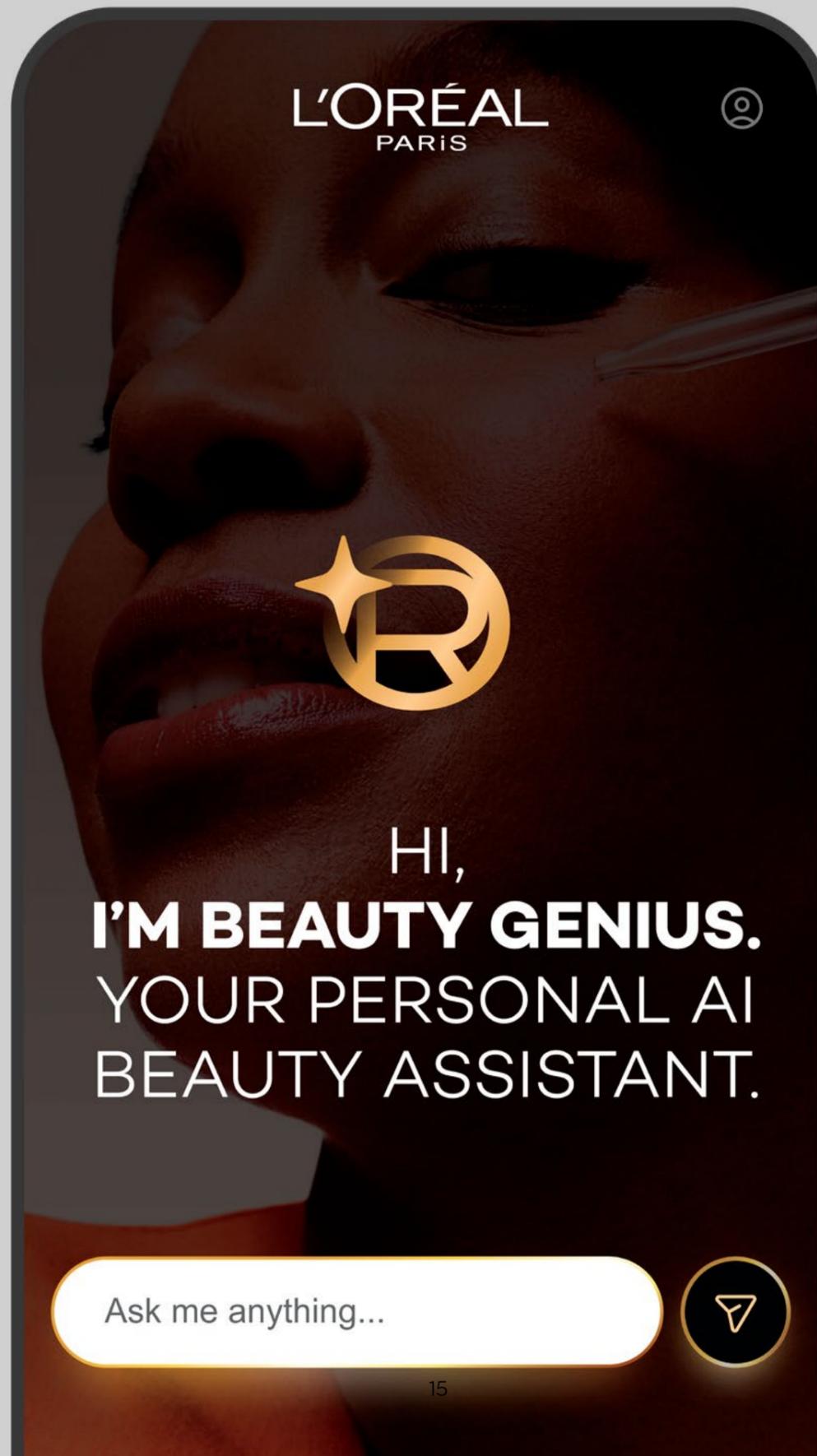
Le premier assistant de beauté personnel alimenté par l'IA Générative, disponible 24h/24 dans votre poche

Aujourd'hui, les consommateurs ont du mal à trouver les bons produits, 70 % d'entre eux étant submergés par le nombre de choix disponibles. Ils demandent à leurs amis, font des recherches en ligne ou regardent des vidéos pour essayer de comprendre l'offre de produits proposée en magasins, face à laquelle ils ont souvent des difficultés à prendre des décisions. Par ailleurs, les consommateurs se posent des questions très personnelles parfois difficiles à aborder en public, et n'obtiennent pas de réponses faute de personne vers qui se tourner.

Pour résoudre ce problème, L'Oréal Paris, première marque de produits de beauté au monde, lance Beauty Genius, un assistant personnel de beauté doté d'une IA, disponible 24 heures sur 24 et 7 jours sur 7 dans la poche de ses consommateurs.

Beauty Genius de L'Oréal Paris s'appuie sur les connaissances uniques de la marque en matière de beauté dans les domaines des soins capillaires, de la coloration, du maquillage et des soins de la peau, ainsi que sur des études cliniques, des ingrédients, des routines et un vaste catalogue de produits pour orienter les consommateurs et les aider à faire les choix les plus adaptés pour eux.

Il offre aux utilisateurs des diagnostics personnalisés et des essais virtuels de soin de la peau, des soins capillaires et du teint ; des recommandations sur mesure pour plus de 750 produits de soins de la peau, de maquillage et de coloration L'Oréal Paris et des connaissances personnalisées enrichies de vidéos et de contenus provenant des plateformes de la marque.



EXPERTISE POUR CHACUN

AIRLIGHT PRO

L'ORÉAL PROFESSIONNEL

Redéfinir le séchage des cheveux,
pour les consommateurs et pour la planète

AirLight Pro constitue une révolution en matière de sèche-cheveux, permettant un meilleur résultat tout en ayant un impact positif sur l'environnement. Destiné à la fois aux coiffeurs et aux consommateurs chez eux, cet outil brise les barrières en termes de performance, vitesse, santé des cheveux, inclusivité et durabilité.

Avec le séchage traditionnel, les consommateurs, chez eux et en salon, ont les cheveux abimés en raison de la surchauffe. Ce mode de séchage entraîne également une consommation d'énergie élevée ainsi qu'un manque de personnalisation. Afin de réinventer cette expérience, L'Oréal s'est associé à ZUVI, une start-up spécialisée dans la lumière, l'optique et la microélectronique. Nous avons combiné leur expertise technologique de pointe avec nos 115 ans de connaissance unique en matière de soins capillaires, du niveau cellulaire à la fibre, et ce pour chaque type de cheveux (bouclés, lisses et crépus).

Ensemble, nous avons trouvé une nouvelle façon de générer de la chaleur, en utilisant un processus inspiré de la nature. AirLight Pro associe la lumière infrarouge à l'air soufflé à grande vitesse pour sécher efficacement l'eau en surface sur le cheveu et améliorer sa qualité. La lumière infrarouge constitue une source d'énergie ciblée, puissante et respectueuse. AirLight Pro est également équipé d'un moteur spécial à 17 lames ainsi que d'une technologie infrarouge brevetée et alimentée par 6 ampoules tungstène-halogène conçues pour un séchage rapide¹, sans abîmer les cheveux².

Grâce au matériel et au micrologiciel personnalisables, la qualité des cheveux hydratés est préservée, permettant à chaque utilisateur d'obtenir des cheveux lisses et brillants.

¹Test instrumental, comparé au AirLight Pro sans infrarouge.

²Test instrumental, comparé au séchage naturel des cheveux.



EXPERTISE POUR CHACUN

RENERGIE NANO-RESURFACER | 400 BOOSTER LANCÔME

Notre technologie soin nouvelle génération avec une efficacité testée cliniquement pour une utilisation à domicile

Vous hésitez à vous rendre dans une clinique ou un institut, mais rêvez d'une belle peau ?

Découvrez RENERGIE NANO-RESURFACER | 400 BOOSTER : Notre dernière technologie beauté spécifiquement développée pour améliorer la pénétration produit dans le stratum corneum et amplifier les bénéfices soin. Une technologie brevetée de haute performance, composée de 400 nanopointes ultra-précises pour des résultats testés cliniquement.

Sans effets secondaires et qui convient à tous les types de peau, même aux peaux sensibles.

Le pouvoir anti-âge de Rénergie H.C.F. Triple Sérum maintenant amplifié grâce à la technologie. La synergie haute performance de RENERGIE NANO-RESURFACER | 400 BOOSTER et de RENERGIE H.C.F. TRIPLE SERUM offre une efficacité immédiate cliniquement prouvée sur quatre dimensions de la peau : rides, ridules, fermeté, uniformité du teint.

CREATIVITÉ POUR CHACUN

CREAITECH GEN AI BEAUTY CONTENT LAB L'ORÉAL GROUPE

Libérer le potentiel créatif

Aujourd'hui, alors que technologie et créativité se rapprochent plus que jamais, nous dévoilons notre Gen AI Beauty Content Lab unique en son genre : CREAITECH.

Avec CREAITECH, nous explorons la façon dont la technologie peut libérer le potentiel créatif humain grâce à l'intelligence artificielle générative pour inventer les nouveaux codes et façonner l'avenir de la beauté.

CREAITECH est notre lieu d'expérimentation protégé. Nous y utilisons un moteur Nvidia-WPP, ainsi que plusieurs autres modèles de langage, modèles de diffusion et partenaires. CREAITECH a déjà produit plus de 1 000 images de beauté.

En tant que Groupe, nous avons décidé de ne pas utiliser de visages, de corps, de cheveux et de peau générés par l'IA pour soutenir ou améliorer les avantages des produits dans notre communication externe.

Poussant la révolution Gen AI encore plus loin, le CREAITECH Lab innove avec le développement de modèles entraînés avec les codes essentiels des marques de L'Oréal, pour générer un contenu unique et conforme à chaque marque. La Roche-Posay et Kérastase sont les premiers à utiliser ce service sur-mesure dans leur processus de création de contenu.





CREATIVITÉ POUR CHACUN NEW CODES OF BEAUTY: CREATOR ECONOMY L'ORÉAL GROUPE

Explorer les nouvelles frontières créatives de la beauté

Les amateurs de beauté veulent avoir avec les marques une conversation authentique, générant ainsi une nouvelle manière de concevoir l'influence dans le monde de la beauté.

Cette nouvelle ère permet d'établir des liens intimes avec nos consommateurs grâce à une narration centrée sur l'humain. L'Oréal co-crée ainsi avec des influenceurs en proposant de l'édu-divertissement, de l'info-divertissement et de la preuve-divertissement (proof-tainment) tout au long du parcours beauté.

Nous collaborons avec plus de 60 000 influenceurs et des milliers de prescripteurs à travers nos marques, parmi lesquels des skin-fluencers, des créateurs de beauty-toks, des med-influencers, des glamers (gaming influencers) et des coiffeurs-stylistes.

L'Oréal est à la pointe de cette nouvelle influence en matière de beauté, faisant de nous le N°1 des médias préconisés avec 29 % de la part de l'influence beauté en 2023.

Nous assistons à une montée en puissance de l'économie des créateurs. Nous nous associons ici à une nouvelle génération d'artistes CREAITECH qui redéfinissent les expériences de beauté en utilisant la réalité augmentée, la réalité virtuelle et les outils 3D. Aux côtés de ces créateurs, nous nous efforçons de redéfinir les expériences beauté de nos marques, afin de façonner et de co-créeer de nouveaux codes de beauté.

Lors de VivaTech 2024, nous invitons les visiteurs à participer à une expérience unique et immersive, dans l'espace Creativity for each de notre stand. Ils auront l'occasion de jouer le rôle d'un créateur, en enregistrant une vidéo originale inspirée par quelques-unes de nos marques, influenceurs, experts et créateurs.

Cette expérience englobera différentes catégories de produits de beauté, notamment les soins de la peau, les soins capillaires et le maquillage, en mettant trois de nos marques mondiales à l'honneur : L'Oréal Paris, Lancôme et La Roche-Posay.

NEW CODES OF BEAUTY CREATOR PROGRAM AVEC META

L'Oréal Groupe et Meta dévoilent le New Codes of Beauty Creator Program permettant à la prochaine génération de créateurs 3D, AR et AI d'explorer de nouvelles frontières créatives dans le domaine de la beauté.

Nos marques L'Oréal Paris, Lancôme et La Roche-Posay sont pionnières et s'engagent dans ces nouveaux territoires créatifs en collaborant avec une équipe de 30 créateurs experts dans l'utilisation d'outils et de techniques de pointe. Notre objectif est de libérer la créativité technologique dans cette nouvelle ère du marketing créatif.

Venez découvrir l'espace Creator et entrez dans la peau de nos équipes d'influenceurs, experts et créateurs de contenus, avec nos marques L'Oréal Paris, Lancôme et La Roche-Posay.

RESPONSABILITÉ POUR CHACUN

SKIN TECHNOLOGY

L'ORÉAL GROUPE

La science la plus avancée, amplifiée par la technologie:
pour une beauté sans tests sur les animaux

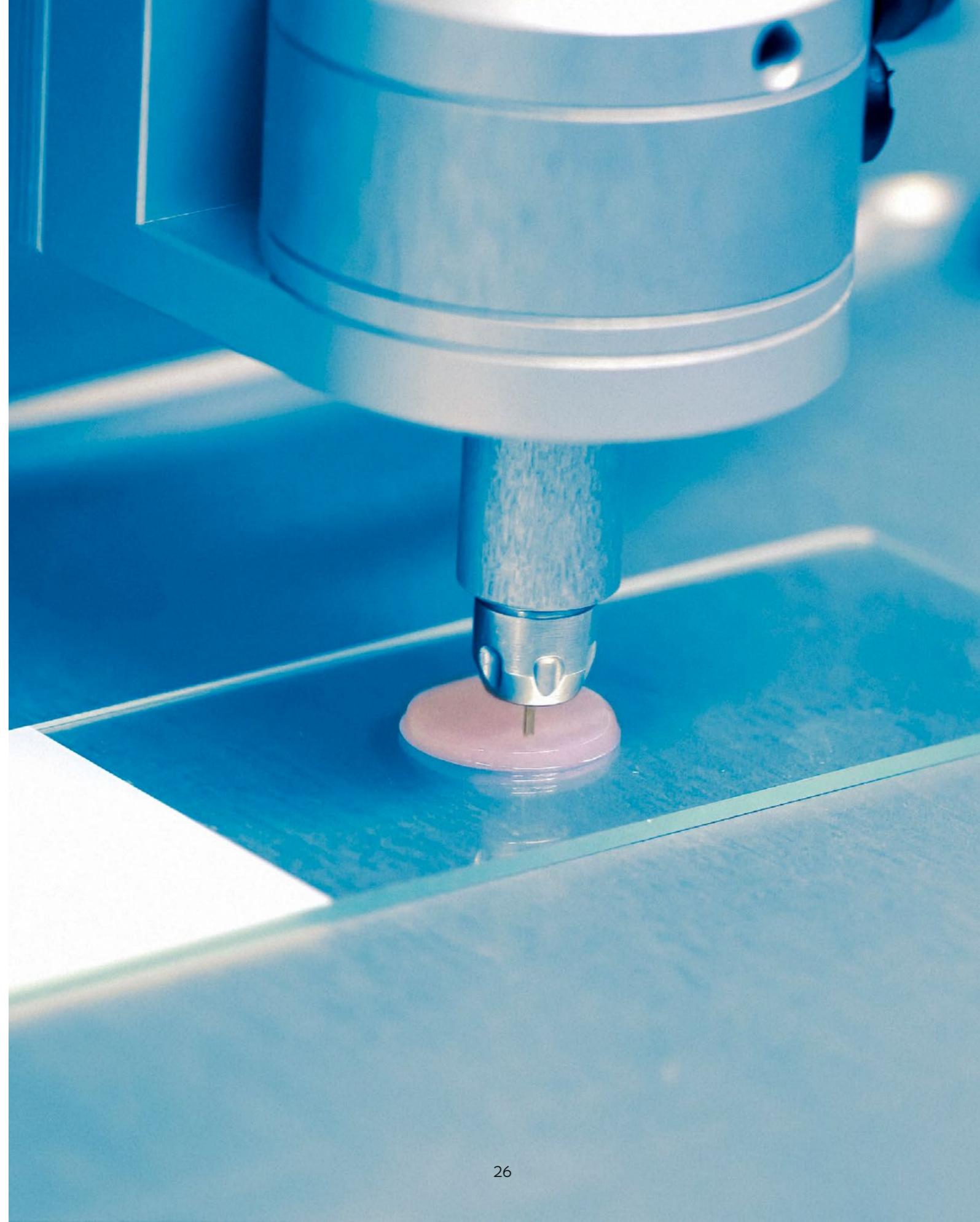
Leader dans la reconstruction de la peau humaine depuis plus de 40 ans, L'Oréal développe des modèles de tests de pointe pour la recherche biologique et dermatologique, qui soutiennent son engagement pour une beauté sans tests sur les animaux.

Les avancées scientifiques et technologiques spectaculaires ces dernières années ont permis la mise au point de SKIN TECHNOLOGY BY L'ORÉAL, qui combine le meilleur de la biologie, de la mécanique et de l'électronique pour créer des modèles inclusifs qui imitent la complexité de la peau humaine. Capables de bronzer, de guérir et même de vieillir, ces modèles amplifient notre connaissance de la peau et nous permettent d'inventer des produits et expériences toujours plus personnalisés.

Avec SKIN TECHNOLOGY BY L'ORÉAL, L'Oréal continue d'investir dans la recherche pour faire progresser la dermatologie, en établissant des collaborations avec des industries de la santé, des start-ups et des instituts de recherche.

En 2024, L'Oréal, en partenariat avec l'Université de l'Oregon, a réalisé une percée majeure dans l'ingénierie tissulaire en développant un modèle de peau artificielle bio-imprimée extrêmement proche de la peau humaine naturelle.

En mettant à disposition des modèles personnalisables, un développement accéléré et une potentielle transposition clinique, cette innovation va catalyser des avancées majeures dans les domaines de l'ingénierie tissulaire et de la recherche scientifique. Comme des greffes de peau personnalisées pour les victimes de brûlures ou les patients souffrant de maladies de peau.



RESPONSABILITÉ POUR CHACUN

DIGITAL SUSTAINABILITY L'ORÉAL GROUPE

Passez à l'ère de la durabilité numérique

Les émissions de CO₂ de l'écosystème digital devraient atteindre 7 % des émissions mondiales de CO₂ d'ici 2025, soit l'équivalent des émissions du trafic automobile mondial*.

En tant que quatrième annonceur mondial, L'Oréal s'engage à mesurer les émissions de CO₂ générées par ses activités digitales et à identifier les leviers utiles à la réduction de son impact sur l'environnement, en ligne avec notre programme mondial L'Oréal pour le Futur.

L'empreinte CO₂ du numérique est notamment générée par l'énergie nécessaire au stockage, à la transmission et à la diffusion de vidéos et d'images. Chez L'Oréal, nous collaborons avec l'industrie depuis 2021, notamment avec la WFA (Fédération Mondiale des Annonceurs) et Ad Net Zero, pour établir un guide de bonnes pratiques en termes de développement durable. Dans le même temps, nous avons établi des partenariats au sein de notre écosystème numérique afin de faire de la mesure et de la réduction des émissions de CO₂ une réalité. À VivaTech, nous mettrons en lumière trois de nos partenariats qui nous permettent d'atteindre une durabilité numérique à 360°.

PRÉPAREZ-VOUS À RENCONTRER NOS INCROYABLES PARTENAIRES EN MATIÈRE DE DÉVELOPPEMENT DURABLE

IMPACT+, une startup française de Sustaintech présente dans plus de 60 pays, nous permet de mesurer l'empreinte carbone de nos médias digitaux. Ensemble, nous avons identifié 4 leviers de réduction, implémentés sans impact sur les indicateurs clés de performance des campagnes. Les campagnes optimisées en 2023 montrent des réductions de CO₂ significatives et tangibles.

FRUGGR, une startup française qui nous permet de mesurer l'empreinte carbone des sites web. Déjà en place sur un grand nombre de nos sites web, leur outil permet de mesurer et de prioriser les leviers d'optimisation pour réduire notre impact CO₂.

ADGREEN, un partenaire Greentech qui nous permet de mesurer l'empreinte carbone lors de nos tournages de production de contenu, avec le soutien de nos agences de création et de production. Ainsi, nous pouvons prendre des mesures préventives avant un tournage et développer du contenu en gardant à l'esprit les principes de l'éco-production.

Préparez-vous à sauter dans le monde de la durabilité numérique à VivaTech 2024 ! Avec **JUMP ON SUSTAINABILITY**, relevez le défi et plongez dans une expérience interactive sans précédent. En sautant sur les différentes flèches, vous répondrez à des questions et découvrirez les secrets des initiatives de L'Oréal en matière de développement durable. Êtes-vous prêt à jouer ? Passez à l'ère de la durabilité numérique !

*Source : The Shift Project – Mars 2021

UN SANCTUAIRE POUR LES SENS

AESOP

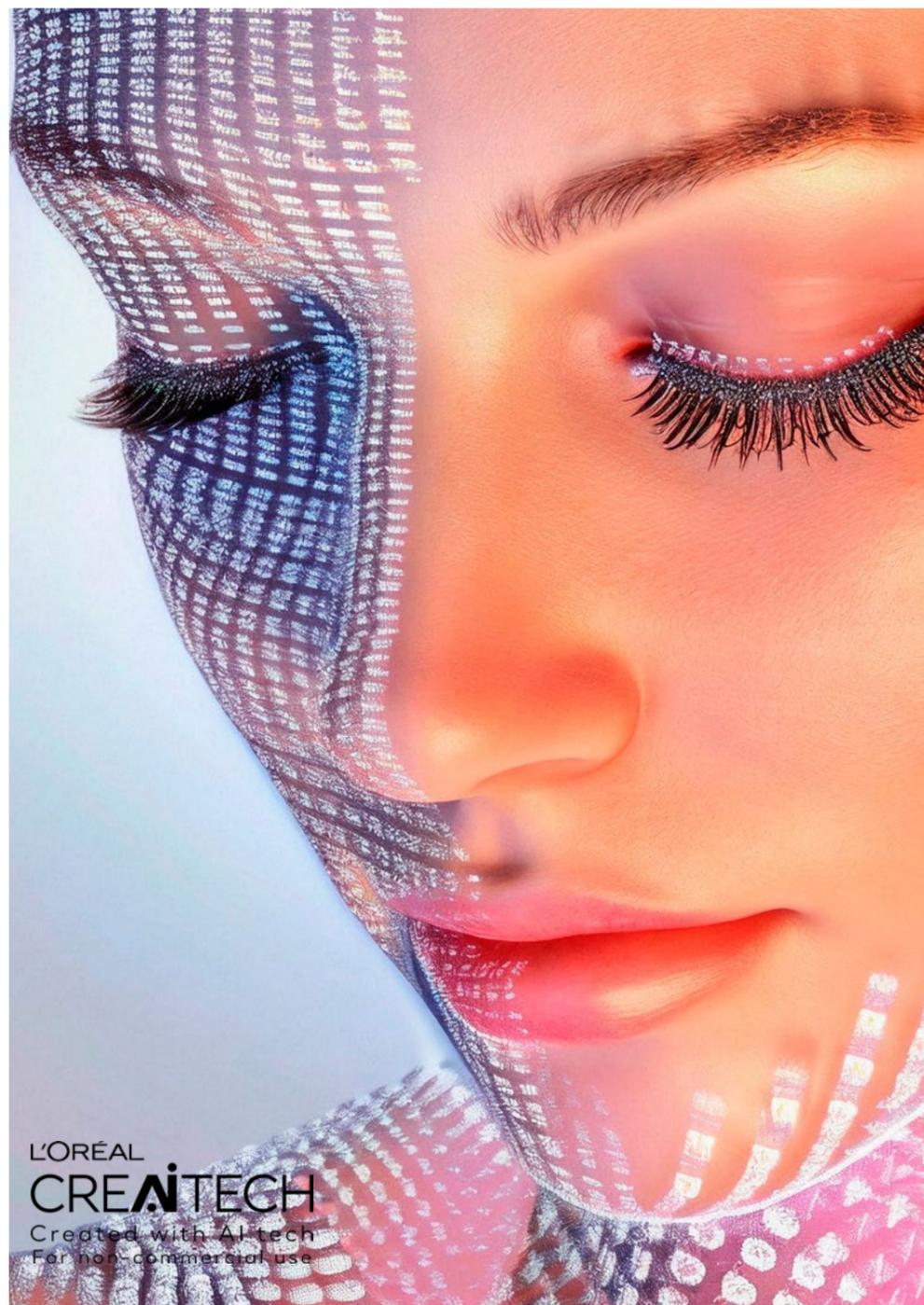
Au salon VivaTech 2024, au milieu d'expositions à la pointe de la technologie, Aesop se consacre plutôt à l'étymologie ancienne du mot 'technologie' et à la façon dont la marque utilise la *technē* plutôt que la 'tech' dans son approche du soin du visage et du service client. Le mot 'technologie' vient des deux mots grecs anciens *technē* et *logos*. *Technē* désigne l'art, l'artisanat, le savoir-faire ou la technique et constitue un concept philosophique qui se réfère à la fabrication ou à l'exécution, englobant des domaines aussi variés

que la géométrie, les mathématiques, la sculpture, la musique et l'astronomie. *Logos*, quant à lui, signifie mot, énoncé ou discours.

La combinaison de ces deux racines désigne donc un discours ou un traité sur un art ou une technique. L'espace Aesop au sein du salon VivaTech illustre cette définition et évite les distractions lumineuses-il n'y a aucun écran-en créant un espace empreint de chaleur et de sérénité, propice aux conversations entre êtres humains.



CHIFFRES CLÉS



Innovation	Performance	Engagements
<p>● 8 000+ professionnels du digital, de la tech et de la data</p>	<p>● 100M d'utilisations de nos services digitaux</p>	<p>● 50% des professionnels que nous recrutons dans la tech et la data sont des femmes</p>
<p>● 11 000 téraoctets de données dans notre plateforme data Beauty Tech</p>	<p>● 27% des ventes consolidées en e-commerce</p>	<p>● 33% de nos professionnels de la tech sont des femmes</p>
<p>● 800 services digitaux disponibles (dans 31 marques et 72 pays)</p>	<p>● N°1 en media d'influence sur les réseaux sociaux</p>	<p>● 35 600 collaborateurs formés dans le cadre du programme Data4All</p>
<p>● 1.5 Md de produits dotés de codes QR donnant accès à de nombreuses expériences</p>	<p>● 29% de la part d'influence en beauté</p>	<p>● 175 000 heures de formation (au sein de L'Université L'Oréal dans la Tech, Data et Analytics)</p>
<p>● 4ème annonceur mondial</p>	<p>● 7 <i>Innovations Awards</i> reçus au CES de Las Vegas (dont 18 au total depuis 2017)</p>	<p>● 74% de nos collaborateurs formés dans le cadre de notre programme « Going Sustainable Together »</p>
<p>● 75% de nos serveurs dans le cloud public (et 80 % de nos applications)</p>	<p>● 1 reconnaissance dans le classement annuel Fast Company des '100 Best Workplaces for Innovators'</p>	<p>● 5 sur 10 des "top brands" de l'indice américain « Gartner Digital IQ for personal care » appartiennent au Groupe L'Oréal</p>

VIVA
TECHNOLOGY
PORTE-
PAROLES
2024

PORTE-PAROLES

Barbara Lavernos
Asmita Dubey
Blanca Juti
Guive Balooch

33

35

37

39

41

BARBARA LAVERNOS

DIRECTRICE GÉNÉRALE ADJOINTE EN CHARGE DE LA
RECHERCHE, DE L'INNOVATION ET DE LA TECHNOLOGIE
L'ORÉAL GROUPE

Barbara Lavernos, ingénieure de formation, a rejoint le groupe L'Oréal en 1991 pour y mener une carrière riche et diversifiée.

Directrice de l'usine de Rambouillet en 2000, elle est nommée en 2004 Directrice Générale des Achats Groupe avant de se voir confier la Direction Générale du Travel Retail pour la division Luxe en 2011, puis la Direction du Travel Retail dans son ensemble en 2013.

Elle fait son entrée au Comité Exécutif de L'Oréal en 2014, en devenant Directrice Générale des Opérations du Groupe : elle dirige alors l'ensemble des usines, laboratoires packaging, ainsi que les achats et la logistique, à l'échelle mondiale.

En décembre 2018, elle élargit ses responsabilités en intégrant l'ensemble des équipes des Technologies de l'Information (IT) sur le niveau mondial, où elle pilote une transformation profonde visant à établir les technologies et la data au cœur de chacun des métiers du Groupe. Elle est ainsi à la pointe de

l'ambition de L'Oréal pour devenir le champion mondial de la « Beauty Tech ».

En février 2021, Barbara Lavernos prend la tête d'une nouvelle Direction de la Recherche, Innovation et Technologie, où elle dirige 4 000 chercheurs et plus de 3 000 experts internes en IT et Tech à travers le monde.

À la suite de la décision du conseil d'administration du Groupe, elle est nommée Directrice Générale Adjointe de L'Oréal, aux côtés du Directeur Général, Nicolas Hieronimus, à partir du 1er mai 2021.

Barbara Lavernos est au palmarès du classement WWD x FN x Beauty Inc 50 Women in Power 2023, du classement Forbes 2022 des 40 femmes les plus influentes et a été reconnue 36ème femme la plus puissante du Monde par le magazine Fortune en 2021.

ASMITA DUBEY

DIRECTRICE GÉNÉRALE DIGITAL ET MARKETING
L'ORÉAL GROUPE

Asmita Dubey est Directrice Générale Digital et Marketing du Groupe L'Oréal, leader mondial de la beauté, dont l'objectif est de créer la beauté qui fait avancer le monde.

Au sein du Groupe, elle a été pionnière du marketing augmenté, plaçant le digital et la Beauty Tech au cœur de son action.

Asmita a reçu en 2023 le titre de "Global Marketer of the Year" décerné par la Fédération mondiale des annonceurs (World Federation of Advertisers).

De nationalité indienne, elle a une formation en économie et en statistiques. Elle a commencé sa carrière dans le secteur de la publicité,

travaillant en Inde et en Chine sur des campagnes pour des grandes marques internationales de produits de grande consommation. Elle a rejoint L'Oréal en 2013, en tant que Chief Marketing Officer pour L'Oréal Chine, où elle était chargée d'accélérer le développement du e-commerce du Groupe en Chine - notamment en établissant les premiers partenariats commerciaux du Groupe avec Alibaba et Tencent. Depuis, elle a assumé de nombreuses fonctions de direction et de transformation au sein du Groupe.

Asmita est également membre du conseil d'administration de Haleon, la plus grande entreprise de soins de santé au monde, en tant qu'administratrice indépendante non exécutive.





BLANCA JUTI

DIRECTRICE GÉNÉRALE - RELATIONS EXTÉRIEURES
ET ENGAGEMENT

L'ORÉAL GROUPE

Anthropologue de formation, titulaire d'une licence, d'une maîtrise et d'un doctorat de l'Université de Cambridge, Blanca a rejoint L'Oréal en 2021 en tant que Chief Corporate Affairs & Engagement Officer. Riche d'une vaste expérience en marketing, en développement de marques, et de leurs narratifs ainsi qu'en développement durable, Blanca est portée par la conviction que les entreprises peuvent, et doivent, avoir un impact positif sur la société.

En tant que leader mondial de la beauté et quatrième annonceur mondial, L'Oréal a pour mission de créer une beauté inclusive, généreuse et responsable.

Membre actif du Conseil de la diversité, de l'équité et de l'inclusion du Groupe, Blanca collabore avec des équipes de toute l'organisation pour donner vie à cette vision.

Blanca a un profil véritablement international : de nationalité mexicaine et finlandaise, elle parle plusieurs langues, possède une expérience de leadership dans les marchés émergents et a vécu et travaillé dans six pays à travers le monde. Elle est également l'auteur de deux livres, « Game Changer : How to make an impact in a fast-moving world » et « Honest. Finnish. Magic. ».

GUIVE BALOOCH

DIRECTEUR GÉNÉRAL MONDE EN CHARGE DE LA BEAUTÉ
AUGMENTÉE ET DE L'OPEN INNOVATION
L'ORÉAL GROUPE

Guive Balooch est un scientifique qui se consacre à faire entrer la technologie de pointe dans l'industrie de la beauté. Il a aidé L'Oréal à passer de la première entreprise de beauté au monde à un acteur de la Tech offrant aux consommateurs les moyens d'agir grâce à des produits personnalisés qui répondent à leurs désirs individuels de beauté et de bien-être.

Basée à Paris, New York, dans le New Jersey, en Chine, au Japon et à San Francisco, l'équipe de Guive Balooch s'associe à des partenaires de recherche, entrepreneurs, institutions académiques et experts dans un large éventail de domaines, afin de découvrir et de commercialiser des technologies de pointe révolutionnaires.

Après un post-doctorat en biomécanique cellulaire à Stanford, Guive Balooch a débuté sa carrière dans l'industrie pharmaceutique par la recherche de nouveaux anticorps contre les maladies osseuses.

En 2008, il rejoint l'équipe Recherche et Innovation de L'Oréal, où il est chargé de bâtir des collaborations avec des start-ups et des universités. S'inspirant des modèles de startups agiles qui l'entourent, il adopte une position unique, qui lui permet d'être exposé au consommateur et à l'entreprise, tout en restant dans l'équipe R&I du leader mondial de la beauté. Originaire de Californie, Guive Balooch est titulaire d'un Bachelor en biologie moléculaire et cellulaire de l'Université de Californie, Berkeley et d'un Doctorat en biomatériaux de l'Université de Californie à San Francisco.



CONTACTS

L'ORÉAL MEDIA CONTACTS

Brune DIRICQ
+33 (0)6 63 85 29 87
brune.diricq@loreal.com

Arnaud FRABOUL
+33 (0)6 40 13 62 14
arnaud.fraboul@loreal.com

Christine BURKE
+33 (0)6 75 54 38 15
christine.burke@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, l'application mobile L'Oréal Finance ou contacter le numéro vert : 0.800.66.66.66 (appel gratuit).

www.loreal.com



L'ORÉAL
GROUPE