



L'ORÉAL

L'Oréal

Beauté – Bien-être

L'Oréal, leader mondial de la beauté depuis plus de 115 ans, répond aux aspirations des consommateurs du monde entier grâce à 37 marques internationales. Engagé à travers son programme « L'Oréal pour le Futur », le Groupe allie qualité, efficacité et responsabilité tout en célébrant la diversité de la beauté. Avec plus de 90 000 collaborateurs, une présence équilibrée dans tous les canaux de distribution et un chiffre d'affaires de 41,18 milliards d'euros en 2023, L'Oréal est un acteur global. Il s'appuie sur 20 centres de recherche dans 13 pays, plus de 4 000 chercheurs et 8 000 experts tech et digital pour façonner l'avenir de la beauté et exceller dans la Beauty Tech.

• **CHIFFRE D'AFFAIRES : 41 180 000 000 €**

• **PRÉSENCE À L'INTERNATIONAL : Oui**

• **90 000 COLLABORATEURS ET COLLABORATRICES**

L'Oréal

Rapport Annuel L'Oréal 2023

POURQUOI CETTE CAMPAGNE ?

Avec la volonté continue de rendre l'information financière accessible à tous, L'Oréal réinvente chaque année son Rapport Annuel, mettant en lumière la performance financière, sociale et environnementale du Groupe et revient sur les faits marquants de l'année.

Alliant innovation et pédagogie, L'Oréal souhaite présenter son Rapport Annuel 2023 grâce à un dispositif complet, digital first, afin de proposer des contenus exclusifs (articles, vidéos, infographies, visuels, etc.), tout en conservant un essentiel imprimé destiné à retranscrire les aspects importants et ses performances dans un bel objet.

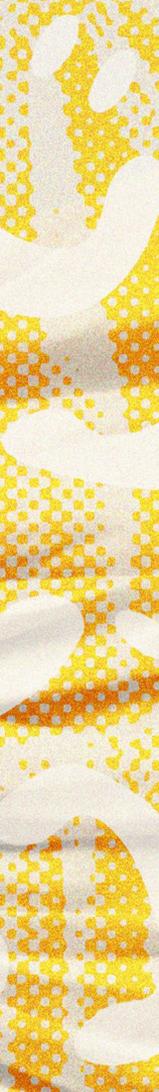
Présenté lors de son assemblée générale et promu à travers une campagne d'activation sur six mois, le Rapport Annuel témoigne des ambitions RSE du Groupe, grâce à une écoconception initiée depuis 2021, pensée à la fois pour le digital et print

03/2024 - Toujours en cours - BUDGET : 460 000 €

Le budget comprend : Inclus la stratégie globale du projet, le conseil stratégique, la conception, direction artistique, la production technique/développement, la recherche iconographique et la relecture des contenus fourni par L'Oréal pour le print et le digital ; la gravure et l'impression pour le print ; l'accompagnement technique en éco-conception, accessibilité, expérience utilisateurs, et tracking pour le digital.



L'ORÉAL



L'Oréal

Rapport Annuel L'Oréal 2023

POUR QUI ?

Les audiences prioritaires du Rapport Annuel de L'Oréal sont multiples :

- les investisseurs institutionnels,
- les actionnaires individuels,
- les KOL finance,
- les journalistes,
- les partenaires,
- les fournisseurs,
- les candidats,
- et tout l'écosystème L'Oréal

COMMENT ?

Le Rapport Annuel 2023 de L'Oréal est une plateforme immersive, conçue pour offrir une expérience engageante sur tous les dispositifs. Le site internet, à la fois captivant et interactif, présente les performances du Groupe et ses engagements RSE au travers d'articles, de vidéos, d'infographies et de visualisations de données. Démontrant la volonté du Groupe de minimiser son impact environnemental, le Rapport Annuel est écoconçu et intègre notamment un mode basse consommation (score de 88/100 de Fruggr). Conforme aux normes WCAG 4.1 Double-A, il garantit une navigation inclusive grâce à des alternatives textuelles et une lisibilité optimisée. Clarity, outil d'analyse, a permis d'ajuster l'expérience et les contenus en fonction des préférences des utilisateurs.

L'Oréal

Rapport Annuel L'Oréal 2023

LES RÉSULTATS

Performance digitale : 2,7M de visiteurs, +36 % d'utilisateurs actifs, +53% de pages consultées par session, et une hausse notable du temps passé sur le site.

Impact environnemental : Certification Double-A pour l'accessibilité et réduction de 20% de l'empreinte carbone numérique par rapport à 2022.

Engagement interne : Un événement fédérateur ayant permis de mobiliser l'ensemble des équipes autour des priorités stratégiques. Ces résultats montrent un fort engagement de la part des audiences ciblées et attestent de l'efficacité de la campagne et de l'employee advocacy pour générer de la visibilité et de l'engagement autour du Rapport Annuel 2023.

PROCESS DE COMMUNICATION RESPONSABLE

L'Oréal, leader de la beauté, adopte une approche numérique responsable. En tant que 4e annonceur mondial, le Groupe s'engage à mesurer et réduire les émissions de CO2 de ses campagnes médias numériques. Pour la première fois, l'ensemble du Rapport Annuel a été évalué grâce à IMPACT+, mesurant les émissions des activations publicitaires numériques. Avec ces données, L'Oréal optimise ses campagnes pour réduire leur impact environnemental. En 2023, le site a obtenu un score de 88/100 par fruggr, le plaçant dans les 6,45 % des services certifiés A. Depuis 2020, ses performances ont progressé de 15 points, grâce à des efforts sur la sobriété numérique, l'accessibilité et la protection des données, renforçant son impact social et environnemental.

Concernant l'accessibilité, le Rapport Annuel digital et imprimé a reçu une note de 100%.