

L'ORÉAL



“L'Oréal, leader mondial de la beauté, s'engage à innover de manière responsable tout en minimisant son impact environnemental.”



IUT LANNION

SAVEL LORA, LENNON GABRIEL, HUTREL LUCAS, QUILLÉVÉRÉ
TITOUAN

FICHE CARACTERISTIQUES L'OREAL

FINALITÉ LUCRATIVE: MAXIMISER LE PROFIT
FINALITÉ SOCIALE: AMÉLIORER LE BIEN-ÊTRE DES GENS
FINALITÉ ENVIRONNEMENTALE: ENGAGER ENVERS LA DURABILITÉ ET LA PRESERVATION

FINALITÉ(S)

ENTREPRISE PRIVÉE

FORME

ENTREPRISE INDUSTRIELLE ET COMMERCIALE

TYPE

SOCIÉTÉ ANONYME SA

STATUT JURIDIQUE

OBJECTIFS QUALITATIFS : DEVENIR UN LEADER EN INNOVATION DANS L'INDUSTRIE COSMÉTIQUE
OBJECTIFS QUANTITATIFS : ATTEINDRE UN CA DE 30 MILLIARDS D'€ D'ICI 2025

OBJECTIFS

FRANÇAISE

NATIONALITÉ

FABRICATION ET VENTE DE PRODUITS COSMÉTIQUES ET DE SOINS

ACTIVITÉ PRINCIPALE

SECTEUR TERTIAIRE (DISTRIBUTION ET SERVICES)

SECTEUR D'ACTIVITÉ

GRANDE ENTREPRISE AVEC UN EFFECTIF DE PLUS DE 85 000 EMPLOYÉS	TAILLE
FONDS PRIVÉS	ORIGINE DES CAPITAUX
SATISFAIRE LE BESOIN DE SOINS ET D'EMBELLISSEMENTS À TRAVERS DES PRODUITS ACCESSIBLES ET DE QUALITÉS	BESOINS
GÉOGRAPHIQUEMENT : PRÉSENCE MONDIALE AVEC DES MARCHÉS LOCAUX, NATIONAUX ET INTERNATIONAUX CARACTÉRISTIQUES CLIENTS : GRAND PUBLIC, PROFESSIONNELS ET ENTREPRISES	DOMAINE D'INTERVENTION OU CHAMP D' ACTIONS
MATERIELLES : USINES DE PRODUCTION, LABO DE RECHERCHE IMMATÉRIELLES : SAVOIR-FAIRE, INNOVATION FINANCIERES : INVESTISSEMENTS, FINACEMENTS PRIVÉS	RESSOURCES
EFFICACITÉ : ATTEINDRE LES OBJECTIFS DE VENTE ET DE DÉVELOPPEMENT DURABLE EFFICIENCE : MAXIMISER LES RÉSULTATS TOUT EN MINIMISANT LES COÛTS	PERFORMANCES
STANDARDISATION DES PROCÉDÉS ET AJUSTEMENT MUTUEL ENTRE LES ÉQUIPES	MODE DE COORDINATION
SA AVEC UN CONSEIL D'ADMINISTRATION ET UN PDG	MODE DE DIRECTION

FORCES

- N°1 mondial dans son domaine grâce à des marques célèbres
- Nombreux débouchés et nombreuses marques
- Répartition géographique du chiffre d'affaires entre les pays du Nord et les marchés émergents
- Solidité financière
- Innovation dynamique

S

FAIBLESSES

- Dépendance envers les marchés des pays du Nord (Europe, Amérique du Nord)

W

OPPORTUNITÉS

- Croissance des marchés dans les pays en développement
- Essor des gammes de produits pour hommes et seniors
- Essor des marchés de niches

O

MENACES

- Concurrents
- Déclin de la croissance dans les pays en développement
- Concurrence accrue sur les produits pour homme
- Contrefaçon importante

T

LÉGAL

Développement du marché des cosmétiques halal.

L'Oréal certifie halal ses produits pour les marchés musulmans.

La réglementation des produits de beauté est plus flexible que celle de la santé.



ÉCONOMIQUE

L'Afrique et le Moyen-Orient connaissent la plus forte croissance pour L'Oréal.

Concurrence intense sur les prix en France.

La baisse de l'euro favorise les exportations en 2015.

POLITIQUE

Projet « Beauty French Tech » pour créer un Réseau national de start-up beauté.

5 millions d'euros investis dans un incubateur à Chartres.

Réunion avec 150 entreprises du secteur en mars à Paris.



L'ORÉAL

LA TECHNOLOGIE

Appareils connectés pour personnaliser les produits.

Projets combinant électronique et cosmétique comme le patch UV de La Roche-Posay.



ÉCOLOGIE

Croissance de l'intérêt pour les produits naturels et respectueux de l'environnement.

Augmentation des achats en ligne favorisée par la digitalisation et la crise sanitaire.

Outil pour interagir avec les consommateurs et comprendre leurs préoccupations environnementales.



SOCIOCULTUREL

L'essor des réseaux sociaux booste le maquillage.

50 % des Françaises sont réticentes à acheter des produits de beauté en ligne.

Le commerce en ligne de cosmétiques croît de 8 % par an.