

L'ORÉAL

CANADA

FICHE TECHNIQUE

L'Oréal Canada : Une croissance soutenue depuis plus d'un demi-siècle

- L'Oréal Canada a été fondée en 1958 et célèbre ses 60 ans en 2018.
- L'entreprise, dont le siège social est à Montréal, a atteint un chiffre d'affaires de 1 192 milliards de dollars en 2017.
- Elle distribue 39 marques au Canada.
- L'Oréal Canada compte plus de 1300 employés. Parmi ceux-ci, nous recensons :
 - 70+ nationalités différentes
 - 62.5 % des managers sont des femmes
 - 45 % de femmes au sein du comité de direction
 - 65.7 % « milléniaux »
- L'usine du Canada est spécialisée dans la production de produits de coloration capillaire professionnels ainsi que de produits de soin des cheveux et de coiffage. Plus de 215 millions d'unités y seront produites en 2018 avec la plus grande exigence en termes de sécurité et de qualité. L'Oréal Canada exporte près de 94 % de ces d'unités aux États-Unis. Depuis 2000, elle a doublé sa capacité de production.
- En janvier 2001, L'Oréal Canada a inauguré un impressionnant centre de distribution à Ville Saint-Laurent d'environ 300 000 pieds carrés, l'un des plus modernes du Groupe, d'où sont expédiées environ 1,2M commandes en 2017 (incluant 350 000 commandes en e-commerce par année). L'Oréal Canada compte 17 sites e-commerce en 2018.
- Son usine et sa centrale de distribution sont devenues carboneutres en 2017, en devenant le premier client d'Énergir à acheter du gaz naturel renouvelable produit à Saint-Hyacinthe.
- En mars 2018, la startup canadienne ModiFace, leader mondiale dans les domaines de la réalité augmentée et intelligence artificielle appliquées à la beauté, a été acquise par le Groupe L'Oréal. Cette acquisition s'inscrivait dans la stratégie d'accélération digitale du Groupe, dont l'un des objectifs est de doter ses 34 marques internationales des technologies les plus innovantes en matière de services et d'expérience beauté.
- Un bureau chef complètement repensé au cœur du centre-ville de Montréal:
 - 117 000pi²
 - 2 étages
 - 656 stations de travail
 - 73 salles de réunion accommodant de 2 à 50 personnes

L'ORÉAL

CANADA

L'Oréal Canada, une compagnie, trois piliers qui la définissent

Attraction

L'Oréal Canada, avec ses 1300 employés issus de plus de 70 nationalités différentes, ne fait pas seulement partie du top 10 des filiales les plus performantes du groupe dans le monde, mais elle figure aussi dans le Top 3 des filiales qui exportent le plus de talents partout dans le monde. Avec présentement plus de 50 employés qui occupent des postes partout à travers le monde, la filiale canadienne encourage l'émergence des talents et est reconnue pour ses talents multiculturels. La filiale canadienne a aussi été la première entreprise au Canada et la première filiale du Groupe L'Oréal à recevoir la certification internationale EDGE (*Economic Dividends for Gender Equality*) portant sur l'égalité professionnelle hommes-femmes en 2015. EDGE est la principale certification en matière d'égalité professionnelle hommes-femmes. Elle s'applique à toutes les industries et à tous les pays à travers le monde.

Innovation

En mars dernier, le Groupe L'Oréal a annoncé l'acquisition de 100 % de ModiFace, société start-up de Toronto de renommée mondiale, leader dans les domaines de la réalité augmentée et de l'intelligence artificielle appliquées à la beauté. Cette acquisition s'est inscrite dans la stratégie d'accélération digitale du groupe L'Oréal, dont l'un des objectifs est de doter ses 34 marques internationales des technologies les plus innovantes en matière de services et d'expérience beauté. La filiale canadienne est d'ailleurs un hub digital pour le Groupe, ayant été à l'avant-garde des technologies de pointe depuis 2011 en passant du transactionnel au Big data, à l'Intelligence artificielle et à la Beauty tech, avec des technologies de pointe d'essai virtuel 3D de maquillage, coloration et diagnostic de peau en utilisant des savoir-faire propriétaires de « tracking » du visage et de rendu couleur. La filiale canadienne compte désormais 17 sites de commerce en ligne (e-commerce).

Développement durable

La beauté s'exprime de plusieurs manières, notamment à travers l'environnement et la biodiversité. Le Groupe L'Oréal a ainsi lancé le programme de développement durable Partageons la beauté avec tous en 2013 et a pris des engagements fermes à Paris lors de COP21. En lien avec ces ambitions, la filiale de L'Oréal Canada a entrepris une multitude d'engagements envers le développement durable au fil des dernières années, notamment sur ses sites de production. Par exemple, en décembre 2017, en devenant le premier client d'Énergir à acheter du gaz naturel renouvelable produit à Saint-Hyacinthe, les deux principales installations de l'entreprise sont devenues entièrement carboneutres. Le Canada d'ailleurs devenu le premier pays où les centres de production et de distribution de L'Oréal sont carboneutres sur le continent américain.

L'ORÉAL

CANADA

60 ans d'histoire en beauté

Les origines de L'Oréal Canada

Cosmair Canada (nom d'origine de L'Oréal Canada) voit le jour en 1958 à Hamilton, en Ontario, avec la création d'une usine de fabrication de produits capillaires. La société distribue alors les produits de la marque L'Oréal aux salons de coiffure, produits aujourd'hui connus sous l'appellation L'Oréal Professionnel.

En 1966, Cosmair Canada développe un réseau de distribution pour desservir les grandes régions de Toronto, de Montréal et de l'Ouest canadien, tandis que l'usine se lance dans la production de colorants pour cheveux. Un an plus tard, l'entreprise déménage son siège social à Montréal, au Québec, où se tient l'Exposition universelle. C'est d'ailleurs au Québec que sont surtout concentrées les ventes des produits Lancôme, dont Cosmair Canada a obtenu le droit de distribution.

En 1968, l'entreprise inaugure sa toute nouvelle usine de l'arrondissement Saint-Laurent, sur l'île de Montréal. Cette année-là, le chiffre d'affaires atteint le million de dollars. Après 10 années d'existence, Cosmair Canada est une entreprise solide. Elle pénètre le marché des parfums et assure la distribution de marques mondialement connues : Giorgio Armani, Cacharel, Ralph Lauren, Guy Laroche et Paloma Picasso. Le maquillage et les soins L'Oréal Paris font leur entrée sur le marché canadien, suivis par les produits des marques Biotherm, en 1975, puis Vichy, en 1986. De 1968 à 1987, le chiffre d'affaires de Cosmair passe de 1 million de dollars à 100 millions de dollars.

Au cours des années 1990, Cosmair Canada acquiert les marques Garnier et Ombrelle, tandis que les soins dermatologiques La Roche-Posay sont présentés aux dermatologues canadiens. Deux marques américaines acquises par le Groupe L'Oréal sont à leur tour distribuées par Cosmair Canada, devenue en 1994 une filiale à 100 % du Groupe L'Oréal : Maybelline New York, chef de file du maquillage aux États-Unis ainsi que Redken, une marque fortement implantée dans les salons de coiffure. En 2000, à l'entrée dans le nouveau millénaire, la filiale canadienne prend le nom de L'Oréal Canada. Cette année-là, le Groupe fait l'acquisition de l'une des plus importantes lignes de produits professionnels du continent, la marque Matrix, que la filiale a la mission de développer au Canada. Elle compte plus de 25 marques, incluant Yves Saint Laurent Beauté, acquise en 2008.

En 2018, L'Oréal Canada poursuit une croissance soutenue depuis plus d'un demi-siècle et figure aujourd'hui parmi le Top 10 des filiales en importance du Groupe. DE nouvelles marques s'ajoutent au porte-folio tel que CeraVe, IT Cosmetics, NYX, et Purple Riot. Grâce à un investissement majeur à son siège social, la filiale s'adapte et répond aux besoins de ses 500 employés du siège social, composés à plus de 60 % de milléniaux. Elle est reconnue pour son attractivité et l'exportation de ses talents, en étant celle qui exporte le plus de talents à l'étranger. Elle est aussi le centre d'excellence en intelligence artificielle et en Big data pour le Groupe L'Oréal avec ses partenariats avec l'Université de Montréal et l'Université McGill, ainsi qu'une communauté d'entreprises en démarrage. Avec sa stratégie omni canal, elle compte désormais 40 boutiques avec pignons sur rue : 23 Kiehl's Since 1851, 14 NYX Professional Makeup, 2 Urban Decay et 1 Atelier Cologne réparties partout au pays.