



# ESPECIAL

EMPRESAS COM HISTÓRIA

L'ORÉAL

# 110 ANOS DE INOVAÇÃO, BELEZA E SUSTENTABILIDADE

COM MAIS DE UM SÉCULO DE HISTÓRIA, O GRUPO L'ORÉAL CONTINUA  
A LIDERAR A REVOLUÇÃO DA INDÚSTRIA DA BELEZA, COM SOLUÇÕES QUE UNEM A CIÊNCIA,  
A CRIATIVIDADE E A RESPONSABILIDADE SOCIAL



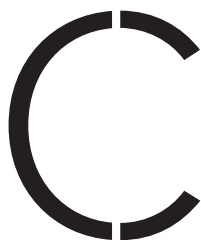
» Da esquerda para a direita: João Encarnação - Divisão Beleza Dermatológica, Ana Baleizão - Comunicação e Engagement, Rui Alexandre - Divisão de Produtos de Grande Consumo, Ana Sofia Amaral - Científico, Assuntos regulamentares e RSC, Gonçalo Nascimento - Coordenação País e Divisão de Produtos Profissionais, Juan Ordoñez - Divisão de Produtos Profissionais, Sara Silva - Relações Humanas, Dorothee Serzedelo - Jurídico, Nuno Saraiva - Produtos de Luxo



**L'ORÉAL**

GRUPO DEFINE METAS AMBICIOSAS ATÉ 2030, COM FOCO EM ENERGIA RENOVÁVEL, ECONOMIA CIRCULAR E RECICLAGEM

**L'ORÉAL**  
PORTUGAL



Com mais de 110 anos de história, o grupo L'Oréal consolidou-se como uma referência mundial na indústria da beleza ao revolucionar o mercado com inovações que aliam ciência, criatividade e responsabilidade social. Desde a sua fundação, em 1909, pelo químico Eugène Schueller, a empresa tem-se afirmado como um motor de transformação global, onde a beleza e a sustentabilidade andam de mãos dadas para criar um impacto positivo no mundo.

«Na época, Eugène Schueller olhou para as mulheres como uma inspiração. Desejavam ter o cabelo curto e louro, seguindo a tendência de ter um estilo jovem. Foi então que patenteou uma fórmula de coloração capilar que, ao contrário de todos os outros produtos disponíveis no mercado na altura, podia ser utilizada com total segurança. A partir desse momento, a visão da beleza mudou a nível mundial para nunca mais voltar a ser a mesma», começa por explicar Gonçalo Nascimento, Country Coordinator da L'Oréal Portugal, em relação à origem da empresa.

Desde a sua criação, a multinacional de beleza tem-se reinventado continuamente, adaptando-se às transformações da sociedade e posicionando-se na vanguarda da inovação. Hoje, o grupo é reconhecido como uma referência global em beleza e cosmética, com um portefólio de 36 marcas icónicas, que incluem a L'Oréal Paris, Lancôme, Yves Saint Laurent, Garnier, Kérastase, L'Oréal Professionnel, Shu Uemura, Vichy, La Roche-Posay e CeraVe. Presente em mais de 150 países, a empresa alia o compromisso com a inovação, diversidade, inclusão e sustentabilidade.

«O segredo do sucesso vai além da vasta gama de produtos: está no compromisso inabalável com a inovação, inclusão, diversidade, sustentabilidade, sociedade, pessoas e valores que sustentam a estratégia da empresa e reflectem o propósito “Criar a Beleza que faz Avançar o Mundo”», sublinha o responsável.

#### **SUSTENTABILIDADE COMO PRIORIDADE**

Atenta às novas necessidades do consumidor e à emergência de uma consciência ambiental global, a



L'Oréal aposta em práticas sustentáveis em todas as suas operações. Exemplo disso é o programa “L'Oréal For The Future”, onde o grupo tem vindo a transformar as suas operações e a repensar toda a sua cadeia de valor, alinhando-se com os Objectivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS), desenhados pela Organização das Nações Unidas (ONU).

«A sustentabilidade é uma prioridade absoluta para o Grupo L'Oréal. Ao nível de compromisso com a sociedade e a natureza, foram desenvolvidos programas promissores e vencedores que permitem fazer a diferença, como o grande programa de sustentabilidade ecológica e social do grupo, “L'Oréal For The Future”», refere o coordenador nacional da marca.

Liderado por uma visão de longo prazo, este programa foi lançado em 2020 e estabelece metas

ambientais e sociais para serem cumpridas até 2030. Entre os objectivos, incluem-se a utilização das energias renováveis, a gestão sustentável da água, a promoção de uma economia circular e a reciclagem das embalagens dos produtos produzidos.

O compromisso ambiental da L'Oréal tem sido reconhecido internacionalmente. Em 2024, pelo oitavo ano consecutivo, a empresa recebeu a pontuação triplo “A” da organização ambiental global CDP (Carbon Disclosure Project), que avalia anualmente os esforços de empresas em três áreas ambientais: alterações climáticas, segurança hídrica e preservação das florestas.

«Em 2023, a L'Oréal foi uma das 10 empresas a alcançar a pontuação mais alta entre as mais de 21.000 organizações avaliadas. De realçar que a L'Oréal é a única empresa a ganhar um ‘A’ em todos os três





temas ambientais avaliados pelo CDP por oito anos consecutivos», realça o profissional.

No campo social, o grupo desenvolve iniciativas de impacto global e local. Prova disso é o fundo “L'Oréal For The Future”, criado para apoiar comunidades vulneráveis espalhadas pelo planeta. Em Portugal, o fundo “L'Oréal para as Mulheres” destacou-se em 2024 ao apoiar cinco organizações nacionais: Banco do Bebê, Co-Labora, Mulher do Século XXI, Girl Move Academy e a Associação Portuguesa de Apoio à Vítima (APAV). Estas iniciativas têm contribuído, significativamente, para a melhoria da qualidade de vida de diversas comunidades.

Além disso, as marcas da multinacional francesa também estão envolvidas em projectos que promovem a inclusão e o empodera-



INICIATIVAS  
COMO  
“OUT@L'ORÉAL”  
E “L'ORÉAL  
FOR ALL  
GENERATIONS”  
DESTACAM O  
COMPROMISSO  
DA MARCA COM  
A DIVERSIDADE  
E A INCLUSÃO

mento. O programa “Stand Up”, da L'Oréal Paris, combate o assédio em espaços públicos, enquanto o “Abuse is Not Love”, de Yves Saint Laurent, sensibiliza para a violência doméstica no namoro. «Estes projectos são essenciais para criar um impacto positivo na sociedade e para empoderar as pessoas, promovendo a sua segurança e confiança no dia a dia», salienta Gonçalo Nascimento.

Outro destaque é o programa “Medalhas de Honra L'Oréal Portugal para as Mulheres na Ciência”, inspirado na iniciativa internacional “L'Oréal-UNESCO For Women in Science”. Em 26 anos, esta iniciativa reconheceu mais de 4.400 investigadoras em todo o mundo, incluindo 132 cientistas galardoadas pelos Prémios Internacionais e sete vencedoras do Prémio Nobel.

Em Portugal, o programa conta já com 20 edições, tendo distinguido 69 jovens investigadoras pelo valor das suas investigações e contribuído, financeiramente, para impulsionar as suas carreiras. «Este programa reflecte o compromisso da L'Oréal com a igualdade e a promoção da excelência na ciência», afirma o Country Coordinator da multinacional de beleza.

### PESSOAS, TECNOLOGIAS E PARCERIAS

Nos últimos dois anos, a empresa tem reforçado o seu compromisso com a sustentabilidade, a inovação e o crescimento estratégico através de parcerias internacionais e aquisições relevantes. A nível global, o grupo estabeleceu cola-

orações com entidades como a Abolis Biotechnologies e a Evonik, com o objectivo de desenvolver ingredientes mais sustentáveis para os seus produtos de beleza. Também formou parcerias estratégicas inovadoras, como o protocolo assinado com a startup portuguesa sheerMe, que visa digitalizar a interacção entre os consumidores e os salões de beleza, expandindo este modelo para vários mercados internacionais.

No que toca às aquisições, a multinacional de beleza e cosmética tem consolidado a sua posição no mercado global. Entre os exemplos, destacam-se a compra da marca australiana Aesop, o fortalecimento no sector da dermatologia, sobretudo com a participação na empresa suíça Galderma e a entrada mais robusta na tendência K-Beauty - através da aquisição da marca coreana Dr.G, reconhecida pelos seus produtos inovadores para os cuidados da pele.

A L'Oréal posiciona-se, assim, como uma empresa líder em beauty tech, aliando ciência e tecnologia para criar soluções inovadoras, eficazes e sustentáveis. Este compromisso reflecte-se no investimento em “Ciências Verdes”, que impulsionam a criação de fórmulas baseadas em ingredientes naturais e tecnologias ambientalmente conscientes. Um dos avanços mais notáveis foi a utilização da Inteligência Artificial para personalizar experiências de beleza, seja online ou nas lojas físicas.

Recentemente, a empresa também apresentou o dispositivo Cell BioPrint, desenvolvido em colabo-



## TECNOLOGIA E BELEZA

INOVAÇÕES COMO O CELL BIOPRINT E O K-SCAN DA KÉRASTASE LEVAM A EXPERIÊNCIA DE BELEZA AO PRÓXIMO NÍVEL, UTILIZANDO INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL

L'ORÉAL  
PORTUGAL



ração com a startup coreana NanoEntek. A utilização da tecnologia “lab-on-a-chip” permite analisar a pele ao nível celular, prevendo o envelhecimento e a resposta a ingredientes como o retinol. Outro exemplo é o K-Scan, de Kérastase, que realiza diagnósticos capilares através de IA, estando já presente em salões de cabeleireiro de 60 países diferentes.

No campo humano, a L'Oréal defende que «as pessoas estão no centro de tudo o que é feito». Este princípio guia a cultura corporativa da empresa, ao mesmo tempo em que promove a diversidade, a inclusão e a inovação. «As relações humanas estão no centro da estratégia, onde cada colaborador se sente valorizado e tem a oportunidade de crescer e contribuir para um impacto positivo na sociedade. Os colaboradores são a força motriz. São a nossa

inspiração. São a nossa motivação. São o “amanhã” com todas as suas ideias, trabalho e compromisso», destaca o responsável pela marca em Portugal.

A iniciativa Share & Care celebra 10 anos a oferecer benefícios que equilibram a vida pessoal e a profissional. Já o programa L'Oréal for All Generations integra profissionais com mais de 50 anos, incentivando a troca de experiências entre diferentes gerações. Além disso, projectos como “Out@L'Oréal” promovem a inclusão da comunidade LGBTQIA+, enquanto outras iniciativas criam ambientes acessíveis para pessoas com deficiência.

Este foco na relação humana foi reconhecido em 2024, quando a L'Oréal subiu ao 9.º lugar no Relatório e Ranking de Igualdade de Género da Equileap, que avaliou 3.795 empresas globais. Esta posi-

» O programa “Medalhas de Honra L'Oréal Portugal para as Mulheres na Ciência” já premiou 69 investigadoras em Portugal

ção deve-se ao compromisso com a inclusão e à aposta em iniciativas que reflectem os valores do grupo.

«O “sangue novo” mistura-se com o “sangue mais experiente” para criar a beleza que faz avançar o mundo. A L'Oréal oferece diversos programas destinados a apoiar e desenvolver novos talentos, proporcionando oportunidades únicas para jovens profissionais iniciarem e consolidarem as suas carreiras na indústria da beleza», reforça o coordenador da marca em território português.

A L'Oréal também se dedica a formar e inspirar novos talentos. O programa de estágios L'Internship oferece a recém-licenciados a oportunidade de integrarem equipas em Portugal durante 12 meses. Já o Brandstorm, uma competição internacional, desafia jovens de 18 a 30 anos a criarem soluções inovadoras para a indústria da beleza, oferecendo aos vencedores uma oportunidade na sede do grupo. As equipas vencedoras têm, posteriormente, a oportunidade de realizar um estágio de três meses na sede do grupo.

Em síntese, a história da L'Oréal continua a ser escrita com um compromisso com a inovação, a sustentabilidade e as pessoas. «O futuro da beleza está em boas mãos. Há 110 anos que projectamos o futuro da beleza e o melhor ainda está por vir. Com um compromisso inabalável com o futuro, continuamos a desafiar os limites e a inspirar milhões de pessoas em todo o mundo», defende Gonçalo Nascimento, em jeito de conclusão. ●