

Chiffre d'affaires du 1^{er} semestre 2012

FORTE CROISSANCE DU CHIFFRE D'AFFAIRES

- **11,2 milliards d'euros :**
 - + 10,5 % à données publiées
 - + 6,7 % hors effets monétaires
 - + 6,0 % à données comparables
- **Forte croissance de L'Oréal Luxe**
- **Dynamisme de l'Amérique du Nord**
- **Poursuite des percées stratégiques en Asie et en Afrique, Moyen-Orient**
- **Confiance en une nouvelle année de croissance solide du chiffre d'affaires et des résultats**

Commentant ces chiffres, Monsieur Jean-Paul Agon, Président-Directeur Général de L'Oréal, a indiqué :

«L'Oréal réalise un bon premier semestre. Dans un marché contrasté mais porteur, toutes les branches, divisions et zones géographiques progressent.»

L'Oréal Luxe confirme une très belle performance, liée aux grands succès de Lancôme, d'Yves Saint Laurent, de Kiehl's et des Parfums Designers. Cosmétique Active accélère sensiblement, portée par sa dynamique internationale. La Division Produits Grand Public enregistre une progression solide. Le redéploiement de The Body Shop se traduit par une croissance plus soutenue.

Les Nouveaux Marchés, désormais notre 1^{ère} zone géographique, poursuivent leur essor par le dynamisme de l'Asie et de l'Afrique, Moyen-Orient. L'Amérique du Nord progresse à un rythme élevé, avec des gains de parts de marché importants et l'acquisition stratégique de Clarisonic. L'Europe de l'Est poursuit son redressement, et le groupe améliore ses positions dans les grands pays d'Europe de l'Ouest.

Ce premier semestre valide la pertinence de nos orientations stratégiques et la puissance d'innovation de L'Oréal. Notre plan d'initiatives est solide.

Malgré un environnement économique incertain, nous sommes confiants dans la capacité du groupe à surperformer le marché en 2012, et à réaliser une nouvelle année de croissance solide du chiffre d'affaires et des résultats ».

A – Evolution du chiffre d'affaires du 1^{er} semestre 2012

A données comparables, c'est-à-dire à structure et taux de change identiques, la croissance du chiffre d'affaires du groupe L'Oréal ressort à + 6,0 %.

L'effet net de changement de structure est de + 0,7 %.

Les effets monétaires ont eu un impact positif de + 3,8 %. En extrapolant les taux de change du 29 juin 2012, c'est-à-dire avec 1 € = 1,2683 \$ jusqu'au 31 décembre, l'impact des effets monétaires s'établirait à environ + 4,2 % sur le chiffre d'affaires de l'ensemble de l'année 2012.

La croissance à taux de change constants ressort à + 6,7 %.

A données publiées, le chiffre d'affaires du groupe, au 30 juin 2012, atteint 11,21 milliards d'euros en progression de + 10,5 %.

Chiffre d'affaires par divisions opérationnelles et zones géographiques

	2 ^{ème} trimestre 2012			1 ^{er} semestre 2012		
	M€	Croissance à données Comparables	Publiées	M€	Croissance à données Comparables	Publiées
<u>Par division opérationnelle</u>						
Produits Professionnels	767,9	2,7 %	9,0 %	1 523,4	2,9 %	7,3 %
Produits Grand Public	2 675,7	4,2 %	9,1 %	5 445,2	4,7 %	8,1 %
L'Oréal Luxe	1 336,1	8,7 %	17,9 %	2 651,5	10,4 %	17,9 %
Cosmétique Active	382,1	6,4 %	8,4 %	850,7	5,4 %	6,6 %
Total cosmétique	5 161,8	5,3 %	11,1 %	10 470,9	5,9 %	10,2 %
<u>Par zone géographique</u>						
Europe de l'Ouest	1 883,2	- 0,1 %	1,5 %	3 837,2	0,8 %	1,9 %
Amérique du Nord	1 307,8	7,9 %	22,7 %	2 571,2	7,3 %	17,8 %
Nouveaux Marchés, dont :	1 970,8	9,1 %	14,4 %	4 062,5	10,2 %	14,2 %
- Asie, Pacifique	1 006,6	9,2 %	21,1 %	2 130,9	12,5 %	21,9 %
- Europe de l'Est	338,1	4,3 %	3,9 %	698,2	3,1 %	2,7 %
- Amérique latine	448,3	7,9 %	5,0 %	881,8	8,2 %	6,2 %
- Afrique, Moyen-Orient	177,8	23,5 %	27,5 %	351,6	17,2 %	18,2 %
Total cosmétique	5 161,8	5,3 %	11,1 %	10 470,9	5,9 %	10,2 %
The Body Shop	193,5	7,0 %	15,3 %	373,9	5,4 %	10,8 %
Dermatologie ⁽¹⁾	214,9	14,3 %	21,0 %	368,4	11,0 %	19,9 %
Total groupe	5 570,2	5,7 %	11,6 %	11 213,2	6,0 %	10,5 %

(1) Part revenant au groupe, soit 50%.

1) Evolution du chiffre d'affaires cosmétique

PRODUITS PROFESSIONNELS

La Division Produits Professionnels réalise une croissance de + 2,9 % à données comparables et de + 7,3 % à données publiées. Le semestre est marqué par une bonne performance de la division dans les Nouveaux Marchés, notamment en Asie et en Europe de l'Est.

- *L'Oréal Professionnel* conforte ses positions en coloration avec le succès d'*INOA 2*, l'arrivée d'*Infinie Platine* et le lancement de *Mythic Oil*, une gamme de services très sensoriels. *Kérastase* affiche une belle croissance, liée notamment à la nouvelle ligne *Cristalliste*. *Redken* lance *Chromatics*, une coloration à l'ODS 2. Chez *Matrix*, la croissance est tirée par les soins capillaires avec *Total Results* et le lancement d'*Exquisite Oil*, inspirée des rituels à l'huile observés en Inde. Les soins professionnels pour les ongles *Essie*, lancés en Europe, enregistrent de bons scores sur le premier semestre, tout comme les soins de la peau *Kéraskin*.
- Sur le plan géographique, la division maintient ses positions en Europe de l'Ouest dans un marché difficile. En Amérique du Nord, les bons résultats de *SalonCentric* permettent à la division de surperformer le marché. Dans les Nouveaux Marchés, l'Inde et la Chine, l'Argentine, la Russie et la Pologne contribuent fortement à la croissance de la division.

PRODUITS GRAND PUBLIC

La Division Produits Grand Public enregistre une croissance de + 4,7 % à données comparables et + 8,1 % à données publiées, et gagne des parts de marché importantes en Europe de l'Ouest et en Amérique du Nord.

- *L'Oréal Paris* confirme le succès d'*Elsève Arginine Resist x3* et lance *L'Huile Extraordinaire Universelle*. En maquillage, le rouge à lèvres *Rouge Caresse* connaît un très bon démarrage tout comme le vernis à ongles *Color Riche*. Les soins de la peau *Code Jeunesse Lumière* et la *BB Crème Revitalift* dynamisent les soins du visage. Chez *Garnier*, le *Soin Miracle Perfecteur* (« BB Crème ») confirme sa réussite spectaculaire en Europe et désormais en Amérique du Nord. Déjà un grand succès aux Etats-Unis, le soin *Correcteur Anti-Taches* arrive en Europe. Les shampoings secs *Ultra Doux* et *Fructis* réalisent des débuts prometteurs. Pour *Maybelline*, le semestre est marqué par le lancement de la nouvelle technologie de rouge à lèvres *Superstay 14h One Step* aux Etats-Unis et des fonds de teint *Fit me* en Europe.
- En Europe de l'Ouest, sur un marché plat, la division gagne des parts de marché de façon significative, en particulier en France, en Allemagne, en Italie et dans les pays scandinaves. En Amérique du Nord, la division est en forte croissance sur toutes les catégories. Dans les Nouveaux Marchés, toutes les régions évoluent de manière positive. L'Europe de l'Est renoue avec la croissance grâce à la nouvelle coloration *Color Sensation* et à la « BB Crème » de *Garnier*, ainsi qu'aux soins capillaires *L'Oréal Paris Elsève Arginine Resist x3*. En Amérique latine, la division confirme un bon dynamisme au Mexique, en Argentine et au Chili, mais souffre d'un marché très concurrentiel au Brésil. L'Asie, Pacifique enregistre de bons scores en Chine, en Thaïlande et en Indonésie. L'Australie connaît un problème opérationnel ponctuel. Enfin, la zone Afrique, Moyen-Orient est en forte croissance.

L'ORÉAL LUXE

Le chiffre d'affaires de la Division L'Oréal Luxe progresse de + 10,4 % à données comparables. La croissance se monte à + 17,9 % à données publiées, en particulier du fait de l'acquisition de *Clarisonic*. L'Oréal Luxe croît sur toutes ses catégories et gagne sensiblement des parts de marché.

- *Lancôme* réalise un très bon semestre, notamment en soin du visage avec les deux sérums *Génifique* et *Visionnaire*, et le nouveau soin très haut de gamme *Absolue L'Extrait*. En maquillage, *Rouge in love* et le fond de teint longue tenue *Teint Idole Ultra 24h* confirment leur réussite. Chez *Yves Saint Laurent*, le lancement stratégique du soin du visage *Forever Youth Liberator* tire la croissance de la marque en Asie. Le *Vernis à Lèvres Rouge Pur Couture* s'impose comme une innovation majeure.
Giorgio Armani se renforce dans les parfums masculins avec le lancement d'*Acqua di Giò Essenza*, et poursuit ses avancées stratégiques en maquillage et en soin du visage.
Kiehl's poursuit son développement rapide sur tous les continents. *Clearly Corrective*, grande innovation anti-taches, connaît un très bon démarrage.
Les marques de Parfums Designers connaissent un très bon premier semestre : *Ralph Lauren* avec *The Big Pony Fragrance Collection for Women*, *Viktor & Rolf* avec *Flowerbomb*, et *Spicebomb*, l'un des grands succès masculins de l'année.
Clarisonic, acquise en décembre, poursuit son fort développement aux Etats-Unis.
- En Europe de l'Ouest, dans un marché légèrement négatif, la division progresse et gagne des parts de marché notamment en France, en Allemagne et au Royaume-Uni, grâce à *Lancôme*, *Yves Saint Laurent*, *Kiehl's* et *Diesel*.
En Amérique du Nord, L'Oréal Luxe enregistre une forte croissance, tirée par *Clarisonic*, *Yves Saint Laurent*, *Ralph Lauren* et *Kiehl's* ainsi que par *Viktor & Rolf*.
Sur les Nouveaux Marchés, la division affiche une croissance très soutenue, en particulier en Asie où les gains de parts de marché sont significatifs. *Lancôme* y est très dynamique, tout comme *Yves Saint Laurent* et *Helena Rubinstein*. *Giorgio Armani* progresse au Moyen Orient avec sa ligne de parfums premium *Armani Privé*. En Amérique latine, *Ralph Lauren* remporte un grand succès avec *The Big Pony Collection for Women* et *Kiehl's* poursuit son implantation, notamment au Brésil.
Les ventes de la division au Travel Retail sont dynamiques.

COSMETIQUE ACTIVE

Au premier semestre, la Division Cosmétique Active est en progression de + 5,4 % à données comparables et de + 6,6 % à données publiées. La division accélère en Amérique du Nord et dans les Nouveaux Marchés.

- *La Roche-Posay* confirme sa forte progression dans toutes les zones géographiques, grâce à l'ensemble de son catalogue de produits, à l'instar de *Cicaplast Baume B5* dans le segment des cicatrisants.
Vichy poursuit son redressement, avec une communication renouvelée et le succès d'*Idealia*, une nouvelle génération de soin du visage transformateur de la qualité de la peau.
Roger & Gallet se déploie en Europe, notamment avec le lancement de l'*Eau des Bienfaits*.
Enfin, *SkinCeuticals* continue de faire preuve d'un grand dynamisme.
- A la fin du premier semestre 2012, toutes les zones géographiques sont en croissance. L'Amérique du Nord, l'Amérique latine, l'Asie et l'Afrique, Moyen-Orient confirment leur très forte dynamique. L'Europe de l'Ouest améliore ses performances grâce aux progrès de *Vichy*.

Synthèse multi-divisions par zone géographique

EUROPE DE L'OUEST

Dans un marché plat, voire très légèrement négatif, L'Oréal évolue de manière positive avec une croissance de + 0,8 % à données comparables et + 1,9 % à données publiées. Cette croissance est contrastée, avec de bons scores au Royaume-Uni, en France, en Allemagne et au Travel Retail et des évolutions négatives dans les pays d'Europe du Sud.

AMERIQUE DU NORD

En Amérique du Nord, L'Oréal réalise au premier semestre 2012 une croissance de + 7,3 % à données comparables et + 17,8 % à données publiées. L'Oréal Luxe démarre très bien l'année, grâce à *Yves Saint Laurent*, au lancement de *The Big Pony Fragrance Collection for Women* de *Ralph Lauren* et à l'intégration de *Clarisonic*. La Division Produits Grand Public poursuit ses gains de parts de marché, en particulier avec *Maybelline*, *L'Oréal Paris* et *Essie* en maquillage, ou avec *Garnier* en soin du visage. La Division Produits Professionnels progresse plus vite que le marché grâce aux bons scores de *Kérastase* et à la rénovation de *Pureology*. La Division Cosmétique Active continue sa percée aux Etats-Unis, portée par *SkinCeuticals*.

NOUVEAUX MARCHES

A fin juin 2012, les Nouveaux Marchés sont en progression de + 10,2 % à données comparables et + 14,2 % à données publiées.

- **Asie, Pacifique** : L'Oréal réalise une croissance de + 12,5 % à données comparables et + 21,9 % à données publiées. Malgré un ralentissement du marché en Corée du Sud, à Taiwan, et dans une moindre mesure en Chine, le groupe reste tonique, en particulier en Chine, à Hong-Kong, en Indonésie et en Thaïlande. Le Japon quant à lui se redresse, après le sinistre qui a frappé le pays au printemps 2011. Au total, L'Oréal continue de surperformer son marché, renforçant ainsi ses positions dans la zone. Toutes les divisions progressent, notamment L'Oréal Luxe, avec *Kiehl's*, *Lancôme* et *Yves Saint Laurent*. Aux Produits Grand Public, *Maybelline* réalise de belles performances en Chine, tout comme en Inde et dans les pays de l'Asean.
- **Europe de l'Est** : Avec un chiffre d'affaires à + 3,1 % à données comparables à fin juin, L'Oréal renoue avec la croissance, notamment en Russie et en Ukraine. Le Kazakhstan est toujours très dynamique. La Division Produits Professionnels continue de gagner de nouveaux salons de coiffure. La Division des Produits Grand Public a mis en place des initiatives gagnantes : la nouvelle coloration *Color Sensation* et la « BB Crème » de *Garnier* ; les soins capillaires *Elsève Arginine Resist x3* de *L'Oréal Paris*.
- **Amérique latine** : L'Amérique latine est en progression de + 8,2 % au premier semestre, à données comparables, dynamisée par les divisions L'Oréal Luxe et Cosmétique Active. Dans l'ensemble, tous les pays de la zone évoluent de manière favorable, en particulier l'Amérique centrale, l'Argentine et le Mexique, notamment grâce au dynamisme de *Maybelline* et au succès d'*Elsève Arginine Resist x3* de *L'Oréal Paris*. Le Brésil souffre toujours d'une base de comparaison très élevée et d'une concurrence accrue en soins capillaires.
- **Afrique, Moyen-Orient** : La zone réalise au premier semestre une croissance de + 17,2 % à données comparables, et + 18,2 % à données publiées, portée par les divisions Grand Public et L'Oréal Luxe ainsi que par la bonne dynamique au Moyen-Orient. Plusieurs pays de la zone sont en très forte progression, notamment les Emirats Arabes Unis, l'Arabie Saoudite, l'Egypte, la Turquie ainsi que le Pakistan. La nouvelle filiale de L'Oréal basée au Kenya entame son développement en Afrique de l'Est.

2) Evolution du chiffre d'affaires de The Body Shop

A fin juin, le chiffre d'affaires de The Body Shop enregistre une croissance de + 5,4 % à données comparables et de + 10,8 % à données publiées.

The Body Shop est en croissance soutenue dans les Nouveaux Marchés, tout particulièrement en Asie du Sud-Est avec une dynamique confirmée en Inde et en Indonésie, et accélère en Russie et en Arabie Saoudite. Dans les pays développés, la marque subit les conséquences d'un environnement tendu en Europe du Sud, mais réalise une performance solide en Europe du Nord.

La marque continue de recruter et d'accélérer son développement dans le e-commerce, avec désormais 20 sites de vente en ligne.

The Body Shop poursuit sa politique d'innovations sensorielles et de lancements militants, avec les *Huiles de Beauté*, une gamme d'huiles de soin du corps contenant des ingrédients issus du Commerce Equitable, et une nouvelle collection capsule créée avec *Lily Cole* pour son maquillage « zéro cruauté ».

Par ailleurs, la marque poursuit avec succès le déploiement mondial de Pulse, son concept innovant de boutique, centré sur le « story-selling » et une expérience consommateur très interactive.

Au 30 juin 2012, The Body Shop compte 2 781 boutiques.

3) Evolution du chiffre d'affaires de Galderma

Galderma réalise un chiffre d'affaires en progression de + 11,0 % à données comparables, + 19,9 % à données publiées.

Oracea (rosacée), *Azzalure* (relaxant musculaire pour le traitement des rides intersourcilières) et *Cétaphil* enregistrent une très forte croissance.

Les zones Asie, Pacifique et Amérique latine, avec une croissance à deux chiffres, sont les principaux contributeurs à l'évolution du chiffre d'affaires au premier semestre. La croissance est particulièrement forte au Brésil et en Corée du Sud, où l'offre de produits dans les trois domaines d'activités de Galderma (médicaments de prescription, médicaments en vente libre et produits à visée esthétique et correctrice) remporte un franc succès auprès des professionnels de santé.

En Europe, la situation est plus contrastée, du fait d'un environnement économique peu favorable au développement de l'activité esthétique et correctrice. L'Allemagne bénéficie d'une forte croissance, en raison de la très bonne performance de *Locéryl* (médicament en vente libre pour le traitement des mycoses des ongles).

En Amérique du Nord, la croissance est soutenue au Canada grâce, notamment, au lancement d'*Epiduo* (acné). Aux Etats-Unis, les bonnes performances d'*Epiduo* et *Oracea* ont en partie compensé l'impact sur la croissance dû à l'entrée sur le marché des génériques de *Clobex* lotion et shampooing (psoriasis).

B – Faits marquants de la période du 01/04/2012 au 30/06/2012

- Le 26 avril 2012, L'Oréal a acquis 100 % de la société Cadum détenue majoritairement par le fonds Milestone.

La société Cadum qui diffuse essentiellement des produits d'hygiène et de toilette a réalisé, en 2011, un chiffre d'affaires consolidé de 58 millions d'euros, principalement avec la marque *Cadum*. Cette nouvelle activité est rattachée à la Division des Produits Grand Public France.

Le 13 juillet 2012, L'Oréal a annoncé avoir finalisé la cession de l'activité entretien de la maison du groupe Cadum à l'Eau Ecarlate SAS. Cette activité a réalisé en 2011 un chiffre d'affaires de 17 millions d'euros, dont les deux tiers en France.

«Ce communiqué ne constitue pas une offre de vente ou la sollicitation d'une offre d'achat de titres L'Oréal. Si vous souhaitez obtenir des informations plus complètes concernant L'Oréal, nous vous invitons à vous reporter aux documents publics déposés en France auprès de l'Autorité des Marchés Financiers, également disponibles en version anglaise sur notre site Internet www.loreal-finance.com. Ce communiqué peut contenir certaines déclarations de nature prévisionnelle. Bien que la Société estime que ces déclarations reposent sur des hypothèses raisonnables à la date de publication du présent communiqué, elles sont par nature soumises à des risques et incertitudes pouvant donner lieu à un écart entre les chiffres réels et ceux indiqués ou induits dans ces déclarations.»

Contacts L'ORÉAL (standard : 01.47.56.70.00)

Actionnaires individuels et Autorités de Marché

M. Jean Régis CAROF
Tel : 01.47.56.83.02
jean-regis.carof@loreal.com

Analystes financiers et Investisseurs Institutionnels

Mme Françoise LAUVIN
Tel : 01.47.56.86.82
francoise.lauvin@loreal.com

Journalistes

Mme Stephanie CARSON-PARKER
Tel: 01.47.56.76.71
stephanie.carsonparker@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, <http://www.loreal-finance.com>, ou sa version mobile sur votre téléphone portable, <http://loreal-finance.mobi>, ou contacter le numéro vert : 0.800.66.66.66 (appel gratuit).

C – Annexe

Chiffre d'affaires du groupe L'Oréal 2011/2012 (en millions d'euros)

	2011	2012
<u>Premier trimestre :</u>		
Cosmétique	4 861	5 309
The Body Shop	170	180
Dermatologie	130	154
Total premier trimestre	5 160	5 643
<u>Deuxième trimestre :</u>		
Cosmétique	4 644	5 162
The Body Shop	168	194
Dermatologie	177	215
Total deuxième trimestre	4 989	5 570
<u>Premier semestre :</u>		
Cosmétique	9 505	10 471
The Body Shop	337	374
Dermatologie	307	368
Total premier semestre	10 150	11 213
<u>Troisième trimestre :</u>		
Cosmétique	4 600	
The Body Shop	166	
Dermatologie	172	
Total troisième trimestre	4 938	
<u>Neuf mois :</u>		
Cosmétique	14 105	
The Body Shop	503	
Dermatologie	479	
Total neuf mois	15 087	
<u>Quatrième trimestre :</u>		
Cosmétique	4 766	
The Body Shop	264	
Dermatologie	226	
Total quatrième trimestre	5 256	
<u>Année :</u>		
Cosmétique	18 871	
The Body Shop	768	
Dermatologie	705	
Total année	20 343	