

Chiffre d'affaires du 1^{er} trimestre 2014

UN PREMIER TRIMESTRE ENCOURAGEANT ET CONTRASTÉ

- **Chiffre d'affaires : 5,64 milliards d'euros**
 - + 3,5 % à données comparables
 - + 2,8 % à taux de change constants
 - - 2,2 % à données publiées
- **Poursuite de la très bonne dynamique de L'Oréal Luxe et de la Division Cosmétique Active**
- **Accélération de la Division des Produits Professionnels**
- **Division des Produits Grand Public pénalisée par l'Amérique du Nord**
- **Reprise en Europe de l'Ouest**

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

« L'Oréal réalise un début d'année encourageant.

Les performances sont contrastées entre les divisions : L'Oréal Luxe et la Division Cosmétique Active poursuivent leur très bonne dynamique. La Division des Produits Professionnels confirme son redressement et renoue avec la croissance en Europe de l'Ouest et aux Etats Unis.

Enfin, la Division des Produits Grand Public est, comme nous l'avions prévu et annoncé, pénalisée par l'Amérique du Nord, du fait d'une base de comparaison élevée au premier trimestre 2013, liée à deux lancements très importants, et d'un marché étale en grande diffusion sur les premiers mois de l'année.

Sur le plan géographique, l'Europe de l'Ouest, marché historique de L'Oréal, confirme sa reprise, en particulier dans les pays d'Europe du Sud qui sont positifs pour la première fois depuis six ans, mais aussi dans des pays comme l'Allemagne où le Groupe affiche une belle performance.

Dans les Nouveaux Marchés, L'Oréal réalise une bonne progression, notamment en Afrique, Moyen-Orient et en Amérique Latine.

Dans un contexte économique toujours marqué par des incertitudes, notamment au plan monétaire, ce début d'année confirme notre confiance dans notre capacité à surperformer de nouveau le marché en 2014 et à réaliser une nouvelle année de croissance du chiffre d'affaires et des résultats. »

A – Evolution du chiffre d'affaires du 1^{er} trimestre 2014

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 + 3,5 %.

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

Les effets monétaires ont eu un impact de - 5,0 %.

La croissance à taux de change constants ressort à + 2,8 %. En extrapolant les cours de change du 31 mars (1 € = 1,379 \$) jusqu'au 31 décembre, l'impact des effets monétaires s'établirait à - 4,3 % sur l'ensemble de l'année.

A données publiées, le chiffre d'affaires du Groupe, au 31 mars 2014, atteint 5,64 milliards d'euros en évolution de - 2,2 %.

Chiffre d'affaires par division opérationnelle et zone géographique

En application de la norme IFRS 11 au 1^{er} janvier 2014, l'entité Innéov est mise en équivalence.

Suite à la cession, le 11 février 2014, de la participation de 50% dans Galderma, cette activité se voit appliquer la norme IFRS 5 sur les activités cédées. De ce fait, le chiffre d'affaires d'Innéov et Galderma n'apparaît plus dans le chiffre d'affaires consolidé du Groupe. Les chiffres de l'exercice 2013 pour la période correspondante ont également été retraités.

| En M€ | Chiffre d'affaires trimestriel | | Croissance à données | |
|---|--------------------------------|----------------------------|----------------------|----------------|
| | 1 ^{er} trim. 2013 | 1 ^{er} trim. 2014 | Comparables | Publiées |
| <u>Par division opérationnelle</u> | | | | |
| Produits Professionnels | 752,6 | 735,2 | 3,7 % | - 2,3 % |
| Produits Grand Public | 2 920,8 | 2 758,9 | 1,2 % | - 5,5 % |
| L'Oréal Luxe | 1 422,0 | 1 460,8 | 7,2 % | 2,7 % |
| Cosmétique Active | 488,2 | 507,4 | 8,7 % | 3,9 % |
| Total Divisions cosmétiques | 5 583,6 | 5 462,2 | 3,7 % | - 2,2 % |
| <u>Par zone géographique</u> | | | | |
| Europe de l'Ouest | 1 983,7 | 2 019,9 | 2,8 % | 1,8 % |
| Amérique du Nord | 1 371,4 | 1 295,2 | - 0,6 % | - 5,6 % |
| Nouveaux Marchés, dont : | 2 228,5 | 2 147,2 | 7,5 % | - 3,6 % |
| - Asie-Pacifique | 1 188,4 | 1 166,4 | 6,8 % | - 1,9 % |
| - Amérique Latine | 456,7 | 410,9 | 8,2 % | - 10,0 % |
| - Europe de l'Est ⁽¹⁾ | 454,2 | 426,8 | 6,3 % | - 6,0 % |
| - Afrique, Moyen-Orient ⁽¹⁾ | 129,2 | 143,1 | 14,9% | 10,8 % |
| Total Divisions cosmétiques | 5 583,6 | 5 462,2 | 3,7 % | - 2,2 % |
| The Body Shop | 181,9 | 176,4 | - 3,4 % | - 3,0 % |
| Total Groupe | 5 765,5 | 5 638,6 | 3,5 % | - 2,2 % |

(1) Au 1^{er} juillet 2013, la Turquie et Israël, qui étaient précédemment dans la zone Afrique, Moyen-Orient, ont été rattachés à la zone Europe de l'Est. Tous les historiques ont été retraités pour tenir compte de ce changement.

1) Evolution du chiffre d'affaires Divisions cosmétiques

PRODUITS PROFESSIONNELS

A fin mars, la Division des Produits Professionnels affiche + 3,7 % à données comparables et - 2,3 % à données publiées. Elle renoue avec la croissance en Europe de l'Ouest et aux Etats-Unis.

- Sur le segment du luxe capillaire toujours porteur, *Kérastase* poursuit sa dynamique de croissance grâce à la rénovation de *Nutritive* qui confirme son succès mondial. Le soin du cheveu se développe grâce au début prometteur du nouveau *Biologie* de *Matrix*. La croissance des piliers *Inoa* et *Majirel* chez *L'Oréal Professionnel* contribue à la bonne tenue de la coloration. Le styling est en forte progression porté par *Tecni Art* de *L'Oréal Professionnel* et le styling de *Redken*.
- La Division progresse sur toutes les zones. Sur les marchés matures, on note le retour à la croissance des pays d'Europe du Sud. Sur les Nouveaux Marchés, la Division reste très dynamique. Les Etats-Unis, le Brésil, la Russie et l'Inde sont les principaux contributeurs à la croissance.

PRODUITS GRAND PUBLIC

Au 1^{er} trimestre, la Division des Produits Grand Public affiche + 1,2 % en comparable et - 5,5 % en publié, pénalisée en Amérique du Nord par une base de comparaison élevée et un marché en ralentissement.

- La Division renforce sa croissance en soin du cheveu : chez *L'Oréal Paris*, avec *Elsève Fibralogy* en Europe, *Volume Filler* aux Etats-Unis, et une forte progression en Chine. En parallèle, la coloration *Olia* de *Garnier* poursuit son déploiement, enregistre une part de marché record en Europe et monte en puissance dans les Nouveaux Marchés. En soin du visage, le très bon démarrage de *Garnier Soins Miracle* complète le succès mondial confirmé de *Revitalift Laser* de *L'Oréal Paris*. En maquillage, *L'Oréal Paris* lance le mascara *Mega Volume Miss Manga* et *Maybelline* innove en fond de teint avec *SuperStay Better Skin*.

L'ORÉAL LUXE

L'Oréal Luxe progresse au 1^{er} trimestre 2014 de + 7,2 % à données comparables et + 2,7 % à données publiées, et poursuit ses gains de parts de marché mondiales.

- Les cinq premières marques de la Division, *Lancôme*, *Yves Saint Laurent*, *Biotherm*, et particulièrement *Giorgio Armani* et *Kiehl's* sont en croissance. L'Oréal Luxe accélère en maquillage, en teint avec *Lancôme* et *Shu Uemura*, avec l'offre lèvres d'*Yves Saint Laurent* et de *Giorgio Armani*, et grâce à *Urban Decay* qui réalise une performance exceptionnelle avec sa palette *Naked 3*. Le soin est porté par *Kiehl's*, *Blue Therapy* de *Biotherm* et l'expansion mondiale de *Clarisonic*. Les parfums *Si* de *Giorgio Armani* et « *La vie est belle* » de *Lancôme* se confirment comme de grands succès. *Viktor&Rolf* lance le parfum féminin *Bonbon*.
- L'Oréal Luxe gagne des parts de marché dans une Europe de l'Ouest plus dynamique ainsi que dans ses zones traditionnelles de croissance : Chine, Etats-Unis et Travel Retail.

COSMÉTIQUE ACTIVE

A fin mars, la Division Cosmétique Active poursuit sa dynamique avec un chiffre d'affaires à + 8,7 % à données comparables et à + 3,9 % à données publiées.

- *Vichy* confirme son renouveau, avec des progressions significatives, en particulier en Europe de l'Ouest, grâce au lancement de *Neovadiol Elixir*, et à l'offensive sur le segment du teint avec le *Teint Idéal*. *La Roche-Posay* démarre très bien l'année avec des croissances fortes en Asie et en Europe. C'est aussi le cas pour *SkinCeuticals* avec une innovation majeure sur le segment des antioxydants *Revesratrol BE* concentré antioxydant de nuit.
- Par zone, les résultats sont très positifs en Europe, et l'Asie, en particulier la Chine, poursuit la dynamique amorcée au second semestre 2013.

Synthèse multi-divisions par zone géographique

EUROPE DE L'OUEST

Le Groupe termine le 1^{er} trimestre avec une croissance de + 2,8 % à données comparables et de + 1,8 % à données publiées. L'Oréal Luxe et la Division Cosmétique Active surperforment les marchés européens avec de bons écoulements au cours des derniers mois.

Le Groupe renoue avec la croissance en Europe du Sud avec notamment un fort gain de parts de marché en Espagne. En Europe du Nord, l'Allemagne et la Grande-Bretagne poursuivent leur bonne dynamique.

AMÉRIQUE DU NORD

L'Oréal affiche - 0,6 % à données comparables et - 5,6 % à données publiées. La Division des Produits Professionnels, Cosmétique Active et L'Oréal Luxe démarrent bien l'année et gagnent des parts de marché. A noter, *Urban Decay*, en croissance à deux chiffres, qui confirme sa forte dynamique. Comme anticipé, la Division des Produits Grand Public enregistre un trimestre en retrait compte tenu de la base de comparaison élevée au 1^{er} trimestre 2013 et d'un marché étale en grande diffusion en ce début d'année. *Advanced Hair Care* de L'Oréal Paris et *Fructis* de Garnier en forte croissance, gagnent des parts de marché dans le capillaire, tandis que le maquillage L'Oréal Paris renforce sa position grâce au nouveau mascara *Butterfly*.

NOUVEAUX MARCHÉS

- **Asie-Pacifique** : L'Oréal affiche + 6,8 % à données comparables et - 1,9 % à données publiées. Les marchés de la zone, hormis la Corée et la Thaïlande, restent bien orientés, et le Groupe y poursuit ses gains de part de marché. Le 1^{er} trimestre a été marqué par une très bonne performance de L'Oréal Luxe, notamment en Grande Chine, portée en particulier par *Kiehl's*, *Clarisonic* et *Giorgio Armani*. La Division des Produits Grand Public se développe en Chine grâce à sa progression en capillaire et au rapide développement du e-commerce, ainsi qu'en Inde et en Australie où elle démarre bien l'année.
- **Amérique Latine** : L'Oréal enregistre + 8,2 % à données comparables et - 10,0 % à données publiées. La Division des Produits Grand Public affiche une bonne croissance, portée notamment par *Elsève* de L'Oréal Paris et *Fructis* de Garnier ainsi que par le soin de la peau L'Oréal Paris. L'Oréal Luxe enregistre un bon premier trimestre grâce au succès de ses lancements. A noter, un fort démarrage de Cosmétique Active au Brésil.
- **Europe de l'Est** : La zone affiche + 6,3 % à données comparables et - 6,0 % à données publiées, avec une dynamique soutenue en Turquie. L'Oréal Luxe continue de gagner des parts de marché grâce au succès des parfums féminins, notamment *Si* de *Giorgio Armani* et « *La vie est belle* » de *Lancôme*. La Division des Produits Professionnels affiche une forte croissance grâce à *Matrix* et à la conquête de nouveaux salons. La Division des Produits Grand Public, bien qu'impactée par un ralentissement en Russie et la situation en Ukraine, progresse en coloration avec *Olia* de *Garnier*, et en déodorants grâce au lancement de *Neo* de *Garnier*.

- **Afrique, Moyen-Orient** : La zone a réalisé une croissance de + 14,9 % en comparable, + 10,8 % en publié, en particulier grâce à une forte progression en Arabie saoudite et dans les Pays du Golfe. L'Oréal Luxe gagne des parts de marché au Moyen-Orient avec une bonne performance en parfums, et les marques de la Division Cosmétique Active se développent fortement. Au sein de la Division des Produits Grand Public, *Maybelline* accélère dans la région avec son offre accessible et aspirationnelle.

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

A fin mars, The Body Shop affiche un chiffre d'affaires en évolution de - 3,4 % à données comparables et - 3,0 % à données publiées.

L'activité en Amérique du Nord, en Europe de l'Est et dans les pays nordiques enregistre un bon début d'année, mais l'Asie et la Grande-Bretagne connaissent un démarrage difficile.

La priorité renforcée sur le soin visage, associée au succès de l'innovation *Serum-in-Oil* dans la gamme *Vitamin E* permet d'accélérer la croissance sur cette catégorie phare dans tous les pays où le produit a déjà été lancé.

Au 31 mars 2014, The Body Shop compte 3 031 points de vente, incluant ceux d'Emporio Body Store.

B - Faits marquants de la période du 01/01/14 au 31/03/14

- Le 9 janvier, L'Oréal a obtenu l'accord du Ministère du Commerce de la République Populaire de Chine sur le projet d'acquisition de la totalité des actions de la société Magic Holdings International Ltd., cotée à la bourse de Hong-Kong.
- Le 11 février, L'Oréal et Nestlé ont annoncé un projet d'opération stratégique de rachat par L'Oréal à Nestlé de 48,5 millions de ses propres actions (soit 8% des actions L'Oréal) sous condition suspensive de la cession par L'Oréal de sa participation dans le laboratoire pharmaceutique Galderma. L'opération pourrait être réalisée avant la fin du premier semestre 2014.
- Le 19 février, L'Oréal et Shiseido ont signé le contrat d'acquisition par lequel L'Oréal acquiert *Decléor* et *Carita*. Ce transfert de propriété sera effectif le 30 avril, sous réserve de l'obtention des dernières autorisations des autorités de la concurrence.
- Le 20 mars, le Conseil d'Administration de L'Oréal a autorisé la cession de Galderma à Nestlé après que les instances représentatives du personnel aient rendu leur avis. Le Contrat de cession a été signé le 21 mars. La réalisation de la cession est conditionnée à l'autorisation des autorités de la concurrence.
- Le 24 mars, l'Assemblée Générale des actionnaires de Magic Holdings a approuvé l'acquisition par L'Oréal de la totalité des actions de Magic Holdings International Ltd. Cette opération a été finalisée le 7 avril.

«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
Tél : 01.47.56.83.02
jean-regis.carof@loreal.com

Analystes financiers et Investisseurs Institutionnels

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

Journalistes

Mme Stephanie CARSON-PARKER
Tél : 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 contacter le numéro vert : 0.800.66.66.66 (appel gratuit).

C - Annexe

Chiffre d'affaires du groupe L'Oréal 2013/2014 (en millions d'euros)

En application de la norme IFRS 11 au 1^{er} janvier 2014, l'entité Innéov est mise en équivalence. Suite à la cession, le 11 février 2014, de la participation de 50% dans Galderma, cette activité se voit appliquer la norme IFRS 5 sur les activités cédées. De ce fait, le chiffre d'affaires d'Innéov et Galderma n'apparaît plus dans le chiffre d'affaires consolidé du Groupe. Les chiffres de l'exercice 2013 pour la période correspondante ont également été retraités.

| | 2013 | 2014 |
|----------------------------------|-----------------|----------------|
| <u>Premier trimestre :</u> | | |
| Divisions cosmétiques | 5 583,6 | 5 462,2 |
| The Body Shop | 181,9 | 176,4 |
| Total premier trimestre | 5 765,5 | 5 638,6 |
| <u>Deuxième trimestre :</u> | | |
| Divisions cosmétiques | 5 390,0 | |
| The Body Shop | 186,9 | |
| Total deuxième trimestre | 5 576,9 | |
| <u>Premier semestre :</u> | | |
| Divisions cosmétiques | 10 973,6 | |
| The Body Shop | 368,8 | |
| Total premier semestre | 11 342,4 | |
| <u>Troisième trimestre :</u> | | |
| Divisions cosmétiques | 5 103,2 | |
| The Body Shop | 179,9 | |
| Total troisième trimestre | 5 283,1 | |
| <u>Neuf mois :</u> | | |
| Divisions cosmétiques | 16 076,8 | |
| The Body Shop | 548,7 | |
| Total neuf mois | 16 625,5 | |
| <u>Quatrième trimestre :</u> | | |
| Divisions cosmétiques | 5 211,7 | |
| The Body Shop | 287,0 | |
| Total quatrième trimestre | 5 498,7 | |
| <u>Année :</u> | | |
| Divisions cosmétiques | 21 288,5 | |
| The Body Shop | 835,8 | |
| Total année | 22 124,2 | |