

Chiffre d'affaires du 1^{er} trimestre 2016

UN PREMIER TRIMESTRE SOLIDE QUI CONFORTE NOTRE CONFIANCE

➤ **Chiffre d'affaires : 6,55 milliards d'euros**

- + 4,2 % à données comparables
- + 1,8 % à données publiées
- + 4,6 % à taux de change constants

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

« Le démarrage du Groupe au premier trimestre est solide, toutes nos divisions et zones géographiques sont en croissance : la Division des Produits Grand Public accélère en ce début d'année et réalise son meilleur trimestre depuis près de trois ans. L'Oréal Luxe démarre bien l'année, comme anticipé, en dépit d'un comparatif difficile à Hong Kong et sur le circuit du Travel Retail, et continue à déployer mondialement son portefeuille de marques. L'activité au sein des Divisions Produits Professionnels et Cosmétique Active devrait se renforcer au cours des prochains trimestres.

Par zone géographique, l'Amérique du Nord confirme sa dynamique, l'Europe de l'Ouest demeure solide et les Nouveaux Marchés affichent une bonne tenue.

L'accélération digitale du Groupe se poursuit avec notamment une croissance de + 35 % de l'activité e-commerce, qui se développe fortement dans chaque division.*

En conclusion, dans un environnement économique et monétaire qui demeure volatil, nous sommes confiants dans la puissance de nos innovations, dans le déploiement international de nos marques et dans l'engagement de nos équipes, pour surperformer le marché cosmétique en 2016. Nous confirmons notre ambition de réaliser une nouvelle année de croissance du chiffre d'affaires et des résultats.»

* Chiffre d'affaires sur nos sites en propre + estimation du chiffre d'affaires réalisé par nos marques correspondant aux ventes sur les sites e-commerce de nos distributeurs (donnée non audité) ; à données comparables.

A – Évolution du chiffre d'affaires du 1^{er} trimestre 2016

À 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 + 4,2 %.

L'effet net de changement de structure est de + 0,4 %.

Les effets monétaires ont eu un impact négatif de - 2,8 %.

La croissance à taux de change constants ressort à + 4,6 %. En extrapolant les cours de change du 31 mars (1 € = 1,1385 \$) jusqu'au 31 décembre, l'impact des effets monétaires s'établirait à environ - 3,8 % sur l'ensemble de l'année.

À données publiées, le chiffre d'affaires du Groupe, au 31 mars 2016, atteint 6,55 milliards d'euros en évolution de + 1,8 %.

Chiffre d'affaires par Division opérationnelle et Zone géographique

En M€	Chiffre d'affaires trimestriel		Croissance à données	
	1 ^{er} trim. 2015	1 ^{er} trim. 2016	Comparables	Publiées
<u>Par Division opérationnelle</u>				
Produits Professionnels	852,6	854,3	2,5 %	0,2 %
Produits Grand Public	3 078,3	3 106,0	3,9 %	0,9 %
L'Oréal Luxe	1 753,7	1 831,4	5,5 %	4,4 %
Cosmétique Active	559,2	560,7	4,5 %	0,3 %
Total Divisions cosmétiques	6 243,9	6 352,4	4,2 %	1,7 %
<u>Par Zone géographique</u>				
Europe de l'Ouest	2 100,4	2 127,5	2,0 %	1,3 %
Amérique du Nord	1 622,0	1 715,9	4,3 %	5,8 %
Nouveaux Marchés, dont :	2 521,5	2 509,0	6,1 %	- 0,5 %
- Asie, Pacifique	1 476,1	1 510,4	4,5 %	2,3 %
- Amérique Latine	460,2	409,0	8,5 %	- 11,1 %
- Europe de l'Est	396,6	390,6	9,5 %	- 1,5 %
- Afrique, Moyen-Orient	188,7	198,9	8,0 %	5,4 %
Total Divisions cosmétiques	6 243,9	6 352,4	4,2 %	1,7 %
The Body Shop	192,4	200,1	2,1 %	4,0 %
Total Groupe	6 436,3	6 552,4	4,2 %	1,8 %

PRODUITS PROFESSIONNELS

À fin mars, la Division des Produits Professionnels est en croissance de + 2,5 % à données comparables et de + 0,2 % à données publiées.

- L'Europe de l'Ouest démarre l'année en légère croissance. Le Brésil reste très difficile mais l'Europe de l'Est et la Zone Afrique, Moyen-Orient continuent de délivrer une progression à deux chiffres. Les États-Unis, l'Inde et la Russie sont les principaux pays contributeurs à la croissance.
- La coloration, premier contributeur à la croissance, est fortement dynamisée par les marques *Redken* et *Matrix* et le succès continu de *Inoa* et *Diacolor* chez *L'Oréal Professionnel*. Le soin du cheveu poursuit sa croissance portée par les succès de *Total Results* chez *Matrix*, *Pro Fiber* chez *L'Oréal Professionnel* et *Discipline Curl Ideal* chez *Kérastase*.

PRODUITS GRAND PUBLIC

La Division des Produits Grand Public accélère avec une croissance de + 3,9 % à données comparables et + 0,9 % à données publiées.

- La Division est pénalisée en Europe de l'Ouest par un marché français difficile mais elle accélère en Amérique du Nord et gagne des parts de marché en Asie, Pacifique, en Europe de l'Est et en Afrique, Moyen-Orient.
- La forte dynamique du maquillage est portée par de grands lancements comme *Infaillible Sculpt* de *L'Oréal Paris*, *Vivid Matte Liquid* de *Maybelline*, et par la très forte croissance de *NYX Professional Makeup*.
En capillaire, *L'Oréal Paris* innove avec *Elsève Argile Extraordinaire* et *Magic Retouch*. *Garnier* progresse de manière significative grâce au lancement *Délicatesse d'Avoine* de *Ultra Doux* et amorce le déploiement de la marque en Amérique du Nord.
En soin de la peau, *Garnier* accroît fortement sa part de marché aux États-Unis sur le segment de la toilette visage grâce au succès de ses *Eaux Micellaires*. La Division progresse en Chine avec le lancement de *Hydra-Fresh Anti-Ox* de *L'Oréal Paris*.

L'ORÉAL LUXE

Sur un marché qui reste dynamique, L'Oréal Luxe démarre l'année avec une progression de + 5,5 % à données comparables et de + 4,4 % à données publiées.

- En dépit d'un marché très difficile à Hong Kong et d'un comparatif tendu sur le circuit du Travel Retail, la Division est en croissance dans toutes les Zones au premier trimestre. L'Oréal Luxe surperforme particulièrement en Chine avec une progression deux fois supérieure à celle du marché. Le démarrage est solide en Amérique du Nord et très satisfaisant au Japon et en Europe.
- *Yves Saint Laurent* poursuit sa forte dynamique grâce au succès confirmé de *Black Opium* et à l'excellent démarrage du nouveau *Rouge Volupté Shine*. *Giorgio Armani* est en croissance soutenue et développe ses fragrances masculines avec *Code Profumo*. Pour *Lancôme*, le succès de *La Vie Est Belle* ne se dément pas. *Urban Decay* reste un moteur important de la croissance de la Division au premier trimestre.

COSMÉTIQUE ACTIVE

Au premier trimestre, la Division Cosmétique Active réalise une croissance supérieure au marché avec un chiffre d'affaires en progression de + 4,5 % à données comparables et de + 0,3 % à données publiées.

- Malgré un démarrage un peu lent du marché en Europe de l'Ouest, toutes les Zones participent à la croissance de la Division. L'Asie, Pacifique, l'Amérique Latine et l'Afrique, Moyen-Orient délivrent une progression soutenue.
- *La Roche-Posay* continue d'afficher une croissance à deux chiffres, soutenue par ses franchises *Anthélios*, *Effaclar* et *Lipikar*. *Vichy* poursuit ses initiatives avec le lancement de l'innovation *Neovadiol Complexe Substitutif Nuit*. *Roger&Gallet* affiche une belle progression en Europe de l'Ouest et au Japon. *Sanoflore* poursuit sa conquête du marché français.

Synthèse multi-divisions par Zone géographique

EUROPE DE L'OUEST

Au premier trimestre, la Zone a progressé de + 2,0 % à données comparables et de + 1,3 % à données publiées. Dans un environnement qui demeure très concurrentiel entre distributeurs de la grande diffusion en France, l'activité en Europe de l'Ouest continue de croître portée principalement par L'Oréal Luxe et les très bonnes performances des quatre Divisions au Royaume-Uni et en Espagne.

AMÉRIQUE DU NORD

L'Oréal a réalisé + 4,3% en comparable et + 5,8 % en publié. La Division des Produits Grand Public a très bien démarré l'année portée en maquillage par la très forte progression de *NYX Professional Makeup* et de *Maybelline* mais aussi en capillaire par le lancement de *Whole Blends* de *Garnier*. L'Oréal Luxe et les Divisions Produits Professionnels et Cosmétique Active délivrent également une bonne progression grâce aux belles performances des marques *Urban Decay* et *Yves Saint Laurent*, *Redken* et *Matrix*, et enfin *SkinCeuticals*.

NOUVEAUX MARCHÉS

- **Asie, Pacifique** : L'Oréal progresse de + 4,5 % à données comparables et de + 2,3 % à données publiées. Tous les grands marchés de la région maintiennent leur dynamique sauf Hong Kong qui fait face à un comparatif élevé sur ce trimestre et où l'environnement reste très difficile. La croissance est alimentée par les très bonnes performances des marques *Yves Saint Laurent* et *Giorgio Armani* au Luxe. La Division des Produits Grand Public accélère en Asie du Sud et profite du dynamisme de *L'Oréal Paris*, en particulier en Chine. La Division Cosmétique Active affiche aussi une croissance importante grâce au fort développement de *La Roche-Posay*.
- **Amérique Latine** : La Zone enregistre + 8,5 % en comparable et - 11,1 % en publié. *Maybelline*, *Niely* et *Vogue* réalisent une progression à deux chiffres au sein de la Division des Produits Grand Public. La Division Luxe est portée par les très bonnes performances de *Lancôme*, *Giorgio Armani*, *Yves Saint Laurent* et *Kiehl's*. Au Brésil, la situation économique continue à peser sur les circuits professionnel et de la grande distribution. Hors Brésil, la Zone atteindrait, en comparable, une forte croissance à deux chiffres.
- **Europe de l'Est** : La Zone affiche + 9,5 % en comparable et - 1,5 % en publié. Les Divisions Produits Grand Public, Produits Professionnels et L'Oréal Luxe délivrent une forte croissance portée par la Russie, l'Ukraine et le Kazakhstan et une bonne tenue de la Pologne. Les trois Divisions gagnent des parts de marché. La catégorie maquillage est la plus dynamique tirée par *L'Oréal Paris* et *Maybelline* au sein de la Division des Produits Grand Public, et par *Urban Decay* et *Yves Saint Laurent* pour L'Oréal Luxe.

- **Afrique, Moyen-Orient** : La Zone délivre une croissance de + 8,0 % à données comparables et de + 5,4 % à données publiées. En Afrique, le développement est solide, notamment au Kenya et en Afrique du Sud. Au Moyen-Orient, la croissance des marchés a sensiblement ralenti mais les écoulements restent nettement supérieurs au rythme du marché pour toutes les Divisions. Par ailleurs, l'Egypte et le Pakistan continuent de réaliser une forte progression.

THE BODY SHOP

The Body Shop délivre une croissance de + 2,1 % à données comparables et de + 4,0 % à données publiées. La stratégie de recentrage sur le soin se poursuit avec le lancement de l'innovation *Drops of Youth Essence*. À l'occasion de la Fête des Mères, The Body Shop a lancé la gamme *British Rose* dans la catégorie du soin du corps. Afin de célébrer le 40^{ème} anniversaire de la marque, des engagements en matière de responsabilité environnementale et d'éthique ont été annoncés au niveau mondial.

B – Faits marquants de la période du 01/01/16 au 31/03/16

- Le 4 janvier 2016, L'Oréal USA a annoncé l'acquisition de Raylon Corporation, fournisseur de salons de coiffure à travers un réseau de représentants et de points de vente réservés aux professionnels. Cette acquisition renforce le réseau de distribution SalonCentric et complète la couverture des salons de coiffure américains.
- Entre le 15 février et le 18 mars 2016, L'Oréal a racheté, en vue de leur annulation, 3 202 500 de ses actions, dans le cadre de l'autorisation votée par l'Assemblée Générale du 22 avril 2015 et de la décision du Conseil d'Administration du 11 février 2016.

«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 l'application mobile L'Oréal Finance, ou contacter le numéro vert : 0.800.66.66.66 (appel gratuit).

C- Annexe

Chiffre d'affaires du Groupe L'Oréal 2015/2016 (en millions d'euros)

	2015	2016
<u>Premier trimestre :</u>		
Divisions cosmétiques	6 243,9	6 352,4
The Body Shop	192,4	200,1
Total premier trimestre	6 436,3	6 552,4
<u>Deuxième trimestre :</u>		
Divisions cosmétiques	6 163,1	
The Body Shop	219,5	
Total deuxième trimestre	6 382,6	
<u>Premier semestre :</u>		
Divisions cosmétiques	12 407,0	
The Body Shop	411,9	
Total premier semestre	12 818,9	
<u>Troisième trimestre :</u>		
Divisions cosmétiques	5 725,1	
The Body Shop	212,5	
Total troisième trimestre	5 937,5	
<u>Neuf mois :</u>		
Divisions cosmétiques	18 132,1	
The Body Shop	624,3	
Total neuf mois	18 756,4	
<u>Quatrième trimestre :</u>		
Divisions cosmétiques	6 158,1	
The Body Shop	342,9	
Total quatrième trimestre	6 501,0	
<u>Année :</u>		
Divisions cosmétiques	24 290,2	
The Body Shop	967,2	
Total année	25 257,4	

A
n
n
e
x
e