

**Chiffre d'affaires au 30 septembre 2014****UN MARCHÉ CONTRASTÉ  
DES PERSPECTIVES ENCOURAGEANTES  
OBJECTIFS CONFIRMÉS****Chiffre d'affaires : 16,56 milliards d'euros**

- + 3,3 % à données comparables
- - 0,4 % à données publiées

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

*« Au troisième trimestre, L'Oréal a réalisé une faible croissance du fait d'un léger recul de la Division des Produits Grand Public, sur un marché mass-market qui a connu un trou d'air en Europe de l'Ouest.*

*A l'inverse, nous constatons, depuis la fin de l'été, une succession de bonnes nouvelles :*

- une amélioration régulière du marché du mass-market aux États-Unis
- la poursuite de la croissance du marché dans les pays émergents
- la reprise de nos gains de parts de marché mass-market en Europe de l'Ouest au 3<sup>ème</sup> trimestre
- la poursuite de la bonne dynamique de nos Divisions Sélectives
- et enfin, le retournement favorable de l'environnement monétaire.

*Forts de ces éléments, nous pensons que la croissance organique du Groupe devrait réaccélérer au quatrième trimestre, en particulier à la Division des Produits Grand Public. Cette évolution devrait être amplifiée par un effet monétaire très positif.*

*Dans le même temps, nous poursuivons activement le renforcement stratégique de notre portefeuille grâce à des acquisitions ciblées de marques complémentaires dont le développement viendra nourrir la croissance organique du Groupe : marques à forte implantation locale comme Magic en Chine et Niely au Brésil, ou à fort potentiel international comme NYX dont le modèle de développement ancré dans le digital est aussi une source d'inspiration pour nos marques.*

*Au total, 2014 devrait être pour L'Oréal une nouvelle année d'amélioration de la performance économique, avec une surperformance, sans doute légère, par rapport au marché cosmétique mondial, une amélioration de la rentabilité d'exploitation, et une progression du bénéfice net par action liée notamment à l'impact relatif de la transaction stratégique avec Nestlé. Cette transaction assurera également une très forte progression du résultat net comptable par la réalisation d'une plus-value d'environ 2 milliards d'euros. »*

## A – Évolution du chiffre d'affaires au 30 septembre 2014

À données comparables, c'est-à-dire à structure et taux de change identiques, la croissance du chiffre d'affaires ressort à + 3,3 %.

L'effet net de changement de structure est de + 0,1 %.

Les effets monétaires ont eu un impact négatif de - 3,8 %. En extrapolant les taux de change du 30 septembre 2014, c'est-à-dire avec 1 € = 1,2583 \$ jusqu'au 31 décembre, l'impact des effets monétaires s'établirait à environ - 2,3 % sur le chiffre d'affaires de l'ensemble de l'année 2014.

La croissance à taux de change constants ressort à + 3,4 %.

À données publiées, le chiffre d'affaires du Groupe, au 30 septembre 2014, s'établit à 16,56 milliards d'euros, en évolution de - 0,4 %.

### Chiffre d'affaires par Division opérationnelle et Zone géographique

L'annonce le 11 février 2014 de la cession de 50 % de Galderma conduit à appliquer à cette activité la norme IFRS 5 sur les activités cédées. En outre, Innéov est mise en équivalence en application de la norme IFRS 11 au 1<sup>er</sup> janvier 2014. Les données financières de l'année précédente ont été retraitées pour tenir compte de ces deux éléments.

	3 <sup>ème</sup> trimestre 2014			Au 30 septembre 2014		
	M€	Croissance à données Comparables	Publiées	M€	Croissance à données Comparables	Publiées
<b>Par Division opérationnelle</b>						
Produits Professionnels	745,3	2,6 %	4,1 %	2 250,3	2,8 %	0,1 %
Produits Grand Public	2 575,9	- 0,4 %	- 0,9 %	8 057,5	1,2 %	- 3,2 %
L'Oréal Luxe	1 499,2	4,9 %	4,2 %	4 402,4	6,5 %	3,2 %
Cosmétique Active	380,3	11,3 %	9,0 %	1 301,2	9,0 %	4,9 %
<b>Total Divisions cosmétiques</b>	<b>5 200,7</b>	<b>2,3 %</b>	<b>1,9 %</b>	<b>16 011,4</b>	<b>3,5 %</b>	<b>- 0,4 %</b>
<b>Par Zone géographique</b>						
Europe de l'Ouest	1 794,9	- 0,4 %	1,0 %	5 775,8	1,8 %	1,9 %
Amérique du Nord	1 323,7	0,8 %	0,8 %	3 946,0	0,9 %	- 2,7 %
Nouveaux Marchés, dont :	2 082,0	5,8 %	3,4 %	6 289,6	6,8 %	- 1,0 %
- Asie, Pacifique	1 106,6	3,4 %	5,0 %	3 328,4	5,5 %	1,0 %
- Amérique Latine	465,5	10,0 %	2,7 %	1 342,5	8,5 %	- 5,2 %
- Europe de l'Est <sup>(1)</sup>	370,1	5,9 %	- 2,7 %	1 194,4	6,1 %	- 5,2 %
- Afrique, Moyen-Orient <sup>(1)</sup>	139,8	12,4 %	11,7 %	424,3	13,8 %	10,1 %
<b>Total Divisions cosmétiques</b>	<b>5 200,7</b>	<b>2,3 %</b>	<b>1,9 %</b>	<b>16 011,4</b>	<b>3,5 %</b>	<b>- 0,4 %</b>
The Body Shop	190,4	1,2 %	5,8 %	554,2	- 0,7 %	1,0 %
<b>Total Groupe</b>	<b>5 391,1</b>	<b>2,3 %</b>	<b>2,0 %</b>	<b>16 565,7</b>	<b>3,3 %</b>	<b>- 0,4 %</b>

(1) Au 1<sup>er</sup> 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) Évolution du chiffre d'affaires des Divisions cosmétiques

### PRODUITS PROFESSIONNELS

**La Division des Produits Professionnels progresse de + 2,8 % à données comparables et de + 0,1 % à données publiées. Sur un marché qui reste difficile, la Division améliore sa part de marché.**

- Le soin du cheveu, 1<sup>er</sup> contributeur à la croissance, est porté par les succès de *Densifique* et *Discipline* chez *Kérastase* et de *Biologie* et *Oil Wonders* chez *Matrix*. En coloration, *Inoa* chez *L'Oréal Professionnel* et *Color Graphics* chez *Matrix* continuent de se développer. Le styling reste dynamique et *Essie* poursuit son internationalisation.
- Les Nouveaux Marchés (hors Japon) restent dynamiques. Les États-Unis, le Brésil et l'Inde sont les principaux contributeurs à la croissance.

### PRODUITS GRAND PUBLIC

**La Division des Produits Grand Public enregistre + 1,2 % à fin septembre à données comparables et - 3,2 % à données publiées. Le marché ralentit, pénalisé en particulier par un mauvais été en Europe de l'Ouest.**

- *L'Oréal Paris* progresse grâce à la bonne performance des soins capillaires, notamment *Fibralogy* et la gamme *Huile Extraordinaire*, mais aussi grâce au maquillage avec le succès du mascara *Miss Manga*. *Ultradoux* de *Garnier* poursuit sa forte dynamique avec le lancement *Trésors de Miel*. *Maybelline* enregistre une bonne performance sur le fond de teint *Superstay Better Skin* et lance une nouvelle catégorie avec *Brow Drama*.
- En Europe de l'Ouest, la Division gagne des parts de marché au troisième trimestre dans un marché en retrait. En Amérique du Nord, la Division est mieux orientée, et poursuit ses gains de parts de marché sur le capillaire avec le succès confirmé de *L'Oréal Paris Advanced Haircare* mais également la bonne dynamique de *Garnier Fructis*. La Division continue sa progression en Asie du Sud. Le Moyen-Orient et l'Amérique Hispanophone maintiennent une croissance rapide.

### L'ORÉAL LUXE

**Le chiffre d'affaires de L'Oréal Luxe progresse de + 6,5 % à données comparables et de + 3,2 % à données publiées à fin septembre. La Division poursuit ses gains de parts de marché.**

- Les marques *Yves Saint Laurent*, avec le lancement prometteur du parfum *Black Opium*, et *Giorgio Armani*, avec notamment les parfums *Si* et *Si Intense*, se distinguent par leurs fortes performances. *Urban Decay* poursuit sa croissance à deux chiffres et lance son nouveau mascara *Perversion*. *Clarisonic* continue son internationalisation rapide, et *Kiehl's* réalise une nouvelle année de croissance soutenue dans toutes les Zones. *Lancôme* conforte le succès de *La vie est belle*, relance *Visionnaire LR 2412* et crée l'événement avec le mascara *Grandiôse* et sa brosse révolutionnaire. La Division croit dans toutes les catégories, notamment en maquillage, priorité de l'année.
- La Division gagne des parts de marché dans le monde entier : Chine, États-Unis et Europe de l'Ouest en particulier. L'e-commerce se développe également rapidement.

## COSMÉTIQUE ACTIVE

À fin septembre, la Division Cosmétique Active améliore encore sa performance avec une forte croissance de + 9,0 % à données comparables et de + 4,9 % à données publiées.

- *Vichy* réalise un bon trimestre en Europe avec la rénovation de sa franchise anti-âge *LiftActiv*, en lançant *LiftActiv Suprême*, le 1<sup>er</sup> lifting journalier. *La Roche-Posay* accélère ce trimestre avec la mise en place de la rénovation du pilier *Lipikar Baume AP+* qui révolutionne la prise en charge des peaux très sèches et atopiques. *SkinCeuticals* continue son déploiement international et confirme le succès de son innovation *Resveratrol BE*.
- Portée par la bonne dynamique de ses marques, la Division est en accélération et surperforme dans toutes les Zones géographiques.

## Synthèse multi-divisions par Zone géographique

### EUROPE DE L'OUEST

Le Groupe affiche une croissance de + 1,8 % à données comparables et + 1,9 % à données publiées. Dans un marché en ralentissement, notamment sur le circuit du mass-market, le Groupe a gagné des parts de marché au troisième trimestre grâce à ses initiatives en soin du cheveu, coloration et maquillage. Le Groupe poursuit sa reprise en Europe du Sud malgré un contexte économique toujours tendu. À noter également la bonne performance des Divisions Sélectives, L'Oréal Luxe et Cosmétique Active poursuivant leurs gains de parts de marché.

### AMÉRIQUE DU NORD

L'Oréal réalise une croissance de + 0,9 % à données comparables et - 2,7 % à données publiées. Les Divisions Produits Professionnels, Cosmétique Active et L'Oréal Luxe continuent de gagner des parts de marché, notamment grâce aux marques américaines *Redken*, *SkinCeuticals*, *Urban Decay* et *Kiehl's*. Dans un marché légèrement mieux orienté au troisième trimestre, la Division des Produits Grand Public affiche des résultats en amélioration, notamment grâce à *L'Oréal Paris* qui gagne des parts de marché. L'acquisition récente de *NYX*, marque en très fort développement, complète et dynamise l'offre de la Division des Produits Grand Public.

### NOUVEAUX MARCHÉS

- **Asie, Pacifique** : À fin septembre, L'Oréal réalise une croissance de + 5,5 % à données comparables et de + 1,0 % à données publiées. Hors Japon, la croissance comparable atteint + 6,1 %. Les marchés restent porteurs bien qu'en ralentissement. Le Groupe renforce ses positions grâce à la très bonne performance des marques *Kiehl's*, *Yves Saint Laurent*, *Giorgio Armani*, *La Roche-Posay* et *Clarisonic*. Par pays, l'Inde, Hong Kong et l'Australie affichent une croissance soutenue. Magic Holdings, acquise au premier semestre en Chine, réalise de bonnes performances.
- **Amérique Latine** : L'Oréal affiche + 8,5 % à données comparables et - 5,2 % à données publiées. Les Divisions Produits Professionnels, Cosmétique Active et L'Oréal Luxe confirment leur bonne performance du premier semestre, portées par *L'Oréal Professionnel*, *Lancôme*, *Giorgio Armani*, *La Roche-Posay* et *Vichy*. La croissance de la Division des Produits Grand Public est tirée par *Maybelline*, avec, en particulier, l'initiative des kiosques au Brésil, et par *L'Oréal Paris* avec *Elsève*.
- **Europe de l'Est** : La Zone enregistre + 6,1 % à données comparables et - 5,2 % à données publiées. L'Oréal Luxe et la Division des Produits Professionnels continuent à croître de façon dynamique à travers l'ensemble de la Zone. La Division des Produits Grand Public gagne des parts de marché au total de la Zone, avec de très bonnes performances en déodorants, tirées par le lancement de *Garnier Neo*, ainsi qu'en coloration.

- **Afrique, Moyen-Orient** : Le Groupe affiche une croissance de + 13,8 % à données comparables et + 10,1 % à données publiées. Les marques gagnent des parts de marché et affichent une forte dynamique en Afrique du Sud, dans les pays du Golfe et en Égypte tandis que la situation est plus contrastée au Levant. Par catégorie, le Groupe réussit des percées en maquillage, en coloration et avec L'Oréal Luxe, en parfum.

## 2) Évolution du chiffre d'affaires de The Body Shop

À fin septembre, The Body Shop enregistre - 0,7 % à données comparables et + 1,0 % à données publiées. L'activité s'améliore avec un troisième trimestre en légère progression. Les innovations en soin permettent de développer cette catégorie stratégique. Au 30 septembre 2014, The Body Shop compte 3 056 points de vente, incluant ceux d'Emporio Body Store au Brésil.

## **B – Faits marquants de la période du 01/07/14 au 30/09/14**

- Le 8 juillet 2014, L'Oréal a finalisé l'opération stratégique avec Nestlé annoncée le 11 février 2014 : rachat de 48,5 millions d'actions détenues par Nestlé et cession de la participation de L'Oréal dans Galderma à Nestlé. La cession de Galderma entraîne, au second semestre la constatation d'une plus-value d'environ 2 milliards d'euros.
- Le 30 juillet 2014, l'acquisition, annoncée le 18 juin 2014, de NYX Cosmetics, marque de maquillage de grande diffusion d'inspiration professionnelle basée à Los Angeles, a été finalisée.
- Le 8 septembre 2014, L'Oréal annonce la signature d'un accord en vue de l'acquisition de Niely Cosmetics, la plus grande entreprise indépendante de produits capillaires et de coloration au Brésil, qui a réalisé un chiffre d'affaires de 140 millions d'euros en 2013. La finalisation de cette acquisition est soumise à l'approbation des autorités réglementaires et aux conditions habituelles.

---

*«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](http://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](mailto:jean-regis.carof@loreal.com)

#### **Analystes financiers et Investisseurs Institutionnels**

Mme Françoise LAUVIN  
Tel : 01.47.56.86.82  
[francoise.lauvin@loreal.com](mailto:francoise.lauvin@loreal.com)

#### **Journalistes**

Mme Stephanie CARSON-PARKER  
Tel: 01.47.56.76.71  
[stephanie.carsonparker@loreal.com](mailto: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)

L'annonce le 11 février 2014 de la cession de 50 % de Galderma conduit à appliquer à cette activité la norme IFRS 5 sur les activités cédées. En outre, Innéov est mise en équivalence en application de la norme IFRS 11 au 1<sup>er</sup> janvier 2014. Les données financières de l'année précédente ont été retraitées pour tenir compte de ces deux éléments.

	2013	2014
<u>Premier trimestre :</u>		
Divisions cosmétiques	5 583,6	5 462,2
The Body Shop	181,9	176,4
<b>Total premier trimestre</b>	<b>5 765,5</b>	<b>5 638,6</b>
<u>Deuxième trimestre :</u>		
Divisions cosmétiques	5 390,0	5 348,5
The Body Shop	186,9	187,4
<b>Total deuxième trimestre</b>	<b>5 576,9</b>	<b>5 536,0</b>
<u>Premier semestre :</u>		
Divisions cosmétiques	10 973,6	10 810,8
The Body Shop	368,8	363,8
<b>Total premier semestre</b>	<b>11 342,4</b>	<b>11 174,6</b>
<u>Troisième trimestre :</u>		
Divisions cosmétiques	5 103,2	5 200,7
The Body Shop	179,9	190,4
<b>Total troisième trimestre</b>	<b>5 283,1</b>	<b>5 391,1</b>
<u>Neuf mois :</u>		
Divisions cosmétiques	16 076,8	16 011,4
The Body Shop	548,7	554,2
<b>Total neuf mois</b>	<b>16 625,5</b>	<b>16 565,7</b>
<u>Quatrième trimestre :</u>		
Divisions cosmétiques	5 211,7	
The Body Shop	287,0	
<b>Total quatrième trimestre</b>	<b>5 498,7</b>	
<u>Année :</u>		
Divisions cosmétiques	21 288,5	
The Body Shop	835,8	
<b>Total année</b>	<b>22 124,2</b>	

A  
n  
n  
e  
x  
e