

Chiffre d'affaires du 1^{er} trimestre 2015

FORTE PROGRESSION DU CHIFFRE D'AFFAIRES : + 14,1 % à données publiées

IMPACT MONÉTAIRE TRÈS POSITIF

CROISSANCE DE TOUTES LES DIVISIONS ET ZONES GÉOGRAPHIQUES

➤ **Chiffre d'affaires : 6,44 milliards d'euros**

- + 14,1 % à données publiées
- + 4,0 % à données comparables
- + 5,2 % à taux de change constants

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

« Comme annoncé, le chiffre d'affaires du 1^{er} trimestre est en très forte progression de + 14,1 %, dans un environnement monétaire très favorable. À données comparables, avec une croissance de + 4 %, le Groupe réalise un début d'année encourageant avec des performances toujours contrastées par Division.

L'Oréal Luxe reste très dynamique et continue à surperformer son marché de référence. La Division Cosmétique Active poursuit sa croissance soutenue. La Division des Produits Professionnels confirme son redressement progressif. La Division des Produits Grand Public démarre l'année comme prévu, dans un marché de grande diffusion en léger retrait en Europe de l'Ouest et dont la croissance reste modérée en Amérique du Nord.

Le Groupe a finalisé l'acquisition de Niely au Brésil et poursuit l'intégration de Magic, NYX, Decléor et Carita, marques stratégiques acquises en 2014, qui complètent et renforcent son portefeuille international dans des régions et des catégories clés.

L'Oréal poursuit également l'accélération de sa transformation digitale, notamment en termes d'animation de ses marques et de développement du e-commerce.

Dans un contexte économique toujours volatil, nous confirmons notre confiance en une nouvelle année de surperformance par rapport au marché, de croissance du chiffre d'affaires et des résultats. »

A – Évolution du chiffre d'affaires du 1^{er} trimestre 2015

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 + 4,0 %.

L'effet net de changement de structure est de + 1,2 %.

Les effets monétaires ont eu un impact de + 8,9 %.

La croissance à taux de change constants ressort à + 5,2 %. En extrapolant les cours de change du 31 mars (1 € = 1,076 \$) jusqu'au 31 décembre, l'impact des effets monétaires s'établirait à + 9,3 % sur l'ensemble de l'année.

À données publiées, le chiffre d'affaires du Groupe, au 31 mars 2015, atteint 6,44 milliards d'euros en évolution de + 14,1 %.

Chiffre d'affaires par Division opérationnelle et Zone géographique

En M€	Chiffre d'affaires trimestriel		Croissance à données	
	1 ^{er} trim. 2014	1 ^{er} trim. 2015	Comparables	Publiées
<u>Par Division opérationnelle</u>				
Produits Professionnels	735,2	852,6	3,5 %	16,0 %
Produits Grand Public	2 758,9	3 078,3	1,7 %	11,6 %
L'Oréal Luxe	1 460,8	1 753,7	7,5 %	20,1 %
Cosmétique Active	507,4	559,2	7,6 %	10,2 %
Total Divisions cosmétiques	5 462,2	6 243,9	4,0 %	14,3 %
<u>Par Zone géographique</u>				
Europe de l'Ouest	2 019,9	2 100,4	1,3 %	4,0 %
Amérique du Nord	1 295,2	1 622,0	2,4 %	25,2 %
Nouveaux Marchés, dont :	2 147,2	2 521,5	7,5 %	17,4 %
- Asie, Pacifique	1 166,4	1 476,1	5,8 %	26,6 %
- Amérique Latine	410,9	460,2	10,0 %	12,0 %
- Europe de l'Est	426,8	396,6	9,2 %	- 7,1 %
- Afrique, Moyen-Orient	143,1	188,7	11,3 %	31,8 %
Total Divisions cosmétiques	5 462,2	6 243,9	4,0 %	14,3 %
The Body Shop	176,4	192,4	4,2 %	9,1 %
Total Groupe	5 638,6	6 436,3	4,0 %	14,1 %

PRODUITS PROFESSIONNELS

À fin mars, la Division des Produits Professionnels est en croissance de + 3,5 % à données comparables et de + 16,0 % à données publiées.

- Le soin du cheveu, toujours premier contributeur à la croissance, est dynamisé par les succès de *Serioxyl* chez *L'Oréal Professionnel*, *Chronologiste* chez *Kérastase*, *Cérafill* chez *Redken* et *Biologie Cleansing Conditioner* chez *Matrix*. La coloration bénéficie de la forte dynamique de *Redken* et de la solidité d'*Inoa* chez *L'Oréal Professionnel*. *Essie* est en forte croissance en Europe de l'Ouest et aux États-Unis. L'intégration de *Carita* et *Decléor* se poursuit.
- Sur le plan géographique, les États-Unis et l'Europe de l'Ouest poursuivent leur croissance. Dans les Nouveaux Marchés, la Division reste dynamique. Les États-Unis, l'Inde et le Brésil sont les principaux contributeurs à la croissance.

PRODUITS GRAND PUBLIC

Au 1^{er} trimestre, la Division des Produits Grand Public affiche + 1,7 % à données comparables et + 11,6 % à données publiées.

- La Division renforce sa croissance en maquillage, grâce aux lancements du fond de teint *Infaillible Mat* de *L'Oréal Paris*, du mascara *Lash Sensational* de *Maybelline* et à la forte dynamique de sa nouvelle marque *NYX*.
En soin du cheveu, la gamme *Huile Extraordinaire* de *L'Oréal Paris* poursuit sa mondialisation avec succès. *Ultra Doux* de *Garnier* est en forte croissance et lance *Olive Mythique*.
En soin de la peau, la Division progresse avec le bon démarrage de *Revitalift Filler* de *L'Oréal Paris* et le succès des *Eaux Micellaires* de *Garnier*.
- La Division est pénalisée par un marché européen difficile en ce début d'année. Elle gagne des parts de marché en Amérique du Nord, en Europe de l'Est et en Amérique hispanophone.

L'ORÉAL LUXE

L'Oréal Luxe poursuit sa dynamique avec une progression de + 7,5 % à données comparables et de + 20,1 % à données publiées au 1^{er} trimestre 2015.

- Yves Saint Laurent*, grâce au succès du parfum féminin *Black Opium* et à des innovations maquillage comme le *Volupté Tint-in-Oil* et le nouveau *Mascara Volume Effet Faux Cils*, affiche une forte croissance à deux chiffres. *Giorgio Armani* progresse rapidement sur la beauté, mais aussi grâce à la ligne de parfum féminin *Si* et au lancement du masculin *Acqua di Giò Profumo*. *Lancôme* réalise un bon démarrage en Europe grâce aux parfums féminins *La vie est belle* et *La Nuit Trésor*, au lancement de son coussin de teint *Miracle Cushion*, et au succès confirmé de la crème de soin *Visionnaire*. *Kiehl's* et *Urban Decay* poursuivent leur fort développement international.
- L'Oréal Luxe affiche une belle progression d'ensemble et surperforme le marché mondial, en particulier en Europe de l'Ouest et sur le continent asiatique.

COSMÉTIQUE ACTIVE

À fin mars, la Division Cosmétique Active reste très dynamique avec un chiffre d'affaires à + 7,6 % à données comparables et à + 10,2 % à données publiées.

- Pour *Vichy*, le trimestre est marqué à la fois par la confirmation du succès de *Liftactiv Supreme* auprès des consommatrices sur le segment central de l'anti-âge et par l'offensive sur le corps avec le lancement prometteur d'*Ideal Body*.
La Roche-Posay, en croissance à deux chiffres sur tous les continents, confirme la réussite de son modèle avec ses piliers très solides et le lancement de *Toleriane Ultra Yeux*.
SkinCeuticals poursuit sa croissance avec l'innovation *Metacell Renewal B3*, soin quotidien correcteur des premiers signes du photo-vieillessement.
- Toutes les Zones sont dynamiques et la Division se déploie désormais sur le circuit du Travel Retail avec l'ouverture d'un premier point de vente à Hong Kong.

Synthèse multi-divisions par Zone géographique

EUROPE DE L'OUEST

Malgré un environnement économique atone en Europe de l'Ouest, le Groupe réalise au 1^{er} trimestre une croissance de + 1,3 % en comparable et + 4,0 % en publié, et consolide sa part de marché. Sur un circuit de la grande diffusion qui reste tendu, la Division des Produits Grand Public a réalisé, grâce à ses innovations, des gains de parts de marché sur les segments du soin de la peau et du capillaire. L'Oréal Luxe poursuit sa conquête de parts de marché dans un circuit qui démarre bien l'année.

AMÉRIQUE DU NORD

L'Oréal affiche une croissance de + 2,4 % à données comparables et de + 25,2 % à données publiées. Les Divisions Sélectives tirent la croissance avec des évolutions de plus de 10 % sur plusieurs de leurs marques, comme *Kiehl's*, *Giorgio Armani* et *La Roche-Posay*. La Division des Produits Grand Public renforce ses positions en soin capillaire, en maquillage et enregistre une forte croissance de ses deux récentes acquisitions *NYX* et *Carol's Daughter*.

NOUVEAUX MARCHÉS

- **Asie, Pacifique** : L'Oréal progresse de + 5,8 % à données comparables et de + 26,6 % à données publiées. Hors Japon, la croissance comparable atteint + 6,5 %. 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*, *Yves Saint Laurent* et *Giorgio Armani*. La Division des Produits Grand Public est portée par sa performance en Asie du Sud et par le e-commerce en Chine. Au sein de la Division Cosmétique Active, *La Roche-Posay* enregistre une très forte croissance sur l'ensemble de la Zone.
- **Amérique Latine** : L'Oréal réalise une croissance de + 10,0 % à données comparables et de + 12,0 % à données publiées. Les Divisions Produits Professionnels, Cosmétique Active et L'Oréal Luxe sont en croissance à deux chiffres portées par leurs grandes marques *L'Oréal Professionnel*, *Lancôme*, *Giorgio Armani*, *Vichy* et *La Roche-Posay*. La Division des Produits Grand Public bat significativement le marché dans la zone hispanophone, portée par la performance des franchises *Elsève* de *L'Oréal Paris*, *Nutrisse* et *BI-O* de *Garnier*.
- **Europe de l'Est** : La Zone affiche + 9,2 % en comparable et - 7,1 % en publié. La Russie, la Turquie, l'Ukraine et la Pologne tirent la croissance. L'ensemble des Divisions participent à la dynamique de la région. Les Divisions Produits Grand Public, Produits Professionnels et L'Oréal Luxe gagnent des parts de marché au total de la Zone. La Division Cosmétique Active réalise des gains de parts de marché en Russie et en Turquie, profitant de la très bonne performance de *La Roche-Posay*.
- **Afrique, Moyen-Orient** : La Zone Afrique, Moyen-Orient a réalisé une croissance de + 11,3 % en comparable et + 31,8 % en publié. La croissance a été supérieure à celle des marchés, qui pour la plupart ont ralenti depuis fin 2014. Le trimestre a vu une évolution forte sur le segment du soin capillaire avec *Elvive* de *L'Oréal Paris* et *Ultra Doux* de *Garnier* qui est en lancement dans les pays du Golfe. *Kérastase* affiche également une bonne dynamique au sein de la Division des Produits Professionnels. Les parfums *Giorgio Armani* sont en forte progression ainsi que toutes les marques de la Division Cosmétique Active.

THE BODY SHOP

The Body Shop enregistre une croissance de + 4,2 % à données comparables et de + 9,1 % à données publiées. La marque renforce sa dynamique dans les régions et catégories clés.

La stratégie visant à intensifier l'innovation et à accélérer sur le soin de la peau porte ses fruits au 1^{er} trimestre avec des résultats visibles en Europe, au Moyen Orient ainsi qu'en Amérique du Nord et en Amérique Latine, certains pays en Asie restant par ailleurs plus difficiles. Le lancement de *Drops of Youth Bouncy Sleeping Mask*, avec sa texture innovante, est un des éléments de la croissance sur le trimestre.

B – Faits marquants de la période du 01/01/15 au 31/03/15

- Le 2 février 2015, The Body Shop a annoncé l'acquisition de son franchisé australien Adidem Pty Limited qui exploite 91 boutiques sur le territoire australien.
- Le 6 mars 2015, L'Oréal et CFAO ont annoncé la signature d'un protocole d'accord de production et de distribution de produits cosmétiques en Côte d'Ivoire. Ce nouveau partenariat permettra à L'Oréal d'accélérer la présence et le développement de ses marques en Côte d'Ivoire et en Afrique francophone de l'Ouest.
- Le 31 mars 2015, L'Oréal a signé la finalisation de l'acquisition de Niely Cosméticos au Brésil, annoncée le 8 septembre 2014 et pour laquelle l'approbation des autorités réglementaires avait été obtenue en janvier 2015.
- De plus, le 16 avril 2015, L'Oréal a dévoilé les premiers résultats de son programme de développement durable *Sharing Beauty With All*.

«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 contacter le numéro vert : 0.800.66.66.66 (appel gratuit).

C – Annexe

Chiffre d'affaires du Groupe L'Oréal 2014/2015 (en millions d'euros)

	2014	2015
<u>Premier trimestre :</u>		
Divisions cosmétiques	5 462,2	6 243,9
The Body Shop	176,4	192,4
Total premier trimestre	5 638,6	6 436,3
<u>Deuxième trimestre :</u>		
Divisions cosmétiques	5 348,5	
The Body Shop	187,4	
Total deuxième trimestre	5 536,0	
<u>Premier semestre :</u>		
Divisions cosmétiques	10 810,8	
The Body Shop	363,8	
Total premier semestre	11 174,6	
<u>Troisième trimestre :</u>		
Divisions cosmétiques	5 200,7	
The Body Shop	190,4	
Total troisième trimestre	5 391,1	
<u>Neuf mois :</u>		
Divisions cosmétiques	16 011,4	
The Body Shop	554,2	
Total neuf mois	16 565,7	
<u>Quatrième trimestre :</u>		
Divisions cosmétiques	5 646,7	
The Body Shop	319,6	
Total quatrième trimestre	5 966,4	
<u>Année :</u>		
Divisions cosmétiques	21 658,2	
The Body Shop	873,8	
Total année	22 532,0	

A n n e x e