

CHIFFRE D'AFFAIRES DU 1^{ER} TRIMESTRE 2017

**FORTE PROGRESSION DU CHIFFRE D'AFFAIRES À + 7,5 %
PERFORMANCES TRÈS DIFFÉRENCIÉES SELON LES DIVISIONS
DANS UN MARCHÉ TEMPORAIREMENT ATYPIQUE**

TRÈS FORTE CROISSANCE ORGANIQUE DE L'ORÉAL LUXE À + 12,2 %¹

- **Chiffre d'affaires : 7,04 milliards d'euros**
 - + 7,5 % à données publiées
 - + 5,1 % à taux de change constants
 - + 4,2 % à données comparables¹

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

« Le marché cosmétique s'est révélé, de manière inattendue, extrêmement atypique pendant les premières semaines de l'année, avec une consommation très vigoureuse des produits de luxe, en particulier en Asie, et à l'inverse, un démarrage de la consommation très lent en grande diffusion et dans le secteur professionnel. Le marché semble être en train de se régulariser et de retrouver un profil plus habituel.

Dans ce contexte, le Groupe a réalisé un bon premier trimestre, en progression de + 7,5 % en publié et de + 4,2 % en comparable. Les performances ont été logiquement très différenciées selon les Divisions avec une croissance exceptionnelle de L'Oréal Luxe, un démarrage correct de Cosmétique Active, une croissance modérée des Produits Grand Public malgré des gains de parts de marché, et les Produits Professionnels en léger retrait.

Par Zone géographique, l'activité en Europe de l'Ouest confirme sa bonne tenue, malgré un marché français décevant, mais grâce à des croissances remarquables en Grande-Bretagne, en Allemagne et en Espagne. L'Amérique du Nord continue à être dynamique. Enfin, les Nouveaux Marchés réalisent une solide performance en particulier l'Europe de l'Est et l'Asie ; le Brésil restant difficile et le Moyen-Orient affecté par la baisse des marchés.

Le Groupe continue son accélération dans le digital, tant dans les domaines marketing que dans celui du e-commerce² qui a progressé de + 27 % sur ce trimestre et qui représente 6,8 % des ventes.

Enfin, l'acquisition en mars de CeraVe vient compléter le portefeuille de marques de Cosmétique Active sur le segment très porteur de la dermocosmétique accessible, et va amplifier le potentiel de développement de cette Division.

Dans un environnement qui demeure volatil, notre business model équilibré est plus que jamais un atout. Nous sommes confiants dans notre capacité à réaliser, en 2017, une nouvelle année de croissance du chiffre d'affaires et des résultats. »

¹ À données comparables : à structure et taux de change identiques.

² 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) ; progression à données comparables.

Évolution du chiffre d'affaires du 1^{er} trimestre 2017

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 + 0,9 %.

La croissance à taux de change constants ressort à + 5,1 %.

Les effets monétaires ont eu un impact positif de + 2,4 %. En extrapolant les cours de change du 31 mars 2017, c'est-à-dire avec 1 € = 1,068 \$ jusqu'au 31 décembre, l'impact des effets monétaires s'établirait à environ + 2,4 % sur le chiffre d'affaires de l'ensemble de l'année 2017.

À données publiées, le chiffre d'affaires du Groupe, au 31 mars 2017, atteint 7,04 milliards d'euros, en progression de + 7,5 %.

Chiffre d'affaires par Division opérationnelle et Zone géographique

En M€	Chiffre d'affaires trimestriel		Croissance à données	
	1 ^{er} trimestre 2016	1 ^{er} trimestre 2017	Comparables	Publiées
Par Division opérationnelle				
Produits Professionnels	854,3	858,2	- 1,8 %	0,5 %
Produits Grand Public	3 106,0	3 229,2	1,4 %	4,0 %
L'Oréal Luxe	1 831,4	2 157,1	12,2 %	17,8 %
Cosmétique Active	560,7	603,2	2,8 %	7,6 %
Total Divisions opérationnelles	6 352,4	6 847,8	4,2 %	7,8 %
Par Zone géographique				
Europe de l'Ouest ³	2 102,9	2 136,6	2,8 %	1,6 %
Amérique du Nord	1 715,9	1 917,0	3,8 %	11,7 %
Nouveaux Marchés, dont :	2 533,5	2 794,2	5,6 %	10,3 %
- Asie, Pacifique ³	1 535,0	1 671,4	7,1 %	8,9 %
- Amérique Latine	409,0	474,7	4,6 %	16,1 %
- Europe de l'Est	390,6	481,5	12,7 %	23,2 %
- Afrique, Moyen-Orient	198,9	166,5	- 18,8 %	- 16,3 %
Total Divisions opérationnelles	6 352,4	6 847,8	4,2 %	7,8 %
The Body Shop	200,1	197,2	2,3 %	- 1,4 %
Total Groupe	6 552,4	7 045,0	4,2 %	7,5 %

³ Au 1^{er} juillet 2016, l'activité du Travel Retail asiatique de la Division des Produits Grand Public, qui était précédemment comptabilisée en Europe de l'Ouest, a été rattachée à l'Asie, Pacifique. Tous les historiques ont été retraités pour tenir compte de ce changement.

PRODUITS PROFESSIONNELS

À fin mars, la Division des Produits Professionnels est à - 1,8 % à données comparables et + 0,5 % à données publiées.

La Division est en léger retrait avec des performances très contrastées selon les Zones géographiques. L'Europe de l'Ouest est fortement impactée par les difficultés du marché français. Les États-Unis restent difficiles, alors que l'Europe de l'Est et l'Amérique Latine poursuivent leur croissance.

L'Oréal Professionnel, *Redken* et *Matrix* déploient progressivement leur nouveau service en salon « *bonders*⁴ ». En soin du cheveu, *Kérastase* lance *Aura Botanica*, et *Matrix* internationalise *Biologie R.A.W.*, toutes deux positionnées sur la tendance montante du naturel. En soin de la peau, *Decléor* poursuit sa dynamique.

PRODUITS GRAND PUBLIC

Au premier trimestre, la Division des Produits Grand Public affiche + 1,4 % à données comparables et + 4,0 % à données publiées.

Dans un contexte de marché moins dynamique que prévu sur les premières semaines de l'année, la Division gagne des parts de marchés dans la plupart des régions du monde grâce au succès de ses lancements. Cette surperformance est particulièrement notable en Europe de l'Ouest et en Amérique du Nord.

Le maquillage continue à progresser grâce à un très bon cru d'innovations, dont le mascara *Faux Cils Superstar X-Fiber* de *L'Oréal Paris*, la palette de correcteurs de teint *Master Camo* de *Maybelline* ou le fond de teint *Total Control Drop* chez *NYX Professional Makeup*. *Colorista*, la coloration pour les *Millennials*⁵ de *L'Oréal Paris* remporte déjà un grand succès. En soin capillaire, *Ultra Doux* de *Garnier* poursuit son déploiement, et le lancement de *Botanicals Fresh Care* de *L'Oréal Paris* vient compléter l'offre de la Division sur le segment porteur du naturel.

L'ORÉAL LUXE

Sur un marché sélectif dynamique, L'Oréal Luxe réalise un début d'année exceptionnel, tirée par le maquillage, avec une progression de + 12,2 % à données comparables et + 17,8 % à données publiées.

Ce succès est notamment porté par : *Yves Saint Laurent* grâce au maquillage, surtout avec le lancement *Volupté Tint-in-Balm* sur le segment des lèvres, et au succès du parfum *Mon Paris* auprès des clientèles américaines et asiatiques ; *Lancôme*, avec son fond de teint star *Teint Idole Ultra*, son rouge à lèvres *L'Absolu Rouge* et son soin emblématique *Génifique* ; *Giorgio Armani* avec les lancements récents de *Lip Magnet* et du fond de teint *Power Fabric*. *Urban Decay* et *Kiehl's* enregistrent des progressions à deux chiffres. Les deux marques acquises en 2016, *IT Cosmetics* en maquillage et en soin de la peau, et *Atelier Cologne* en parfums, se développent également très rapidement.

L'activité connaît un bon démarrage dans la Zone Asie, Pacifique, notamment en Chine. L'Europe de l'Ouest réalise un très bon trimestre, tirée par la Grande-Bretagne et l'Espagne. Le début d'année de L'Oréal Luxe est solide en Amérique du Nord et sur le circuit du Travel Retail. Au Moyen-Orient, la Division résiste bien au ralentissement du marché. L'Oréal Luxe poursuit ses bonnes performances en e-commerce.

COSMÉTIQUE ACTIVE

À fin mars, la Division Cosmétique Active poursuit son développement, à + 7,6 % à données publiées et + 2,8 % à données comparables.

La Roche-Posay est dynamique, portée par la rénovation de sa gamme *Lipikar* et le succès de ses gammes *Effaclar* et *Toleriane*. *SkinCeuticals* réalise un excellent début d'année avec une croissance à deux chiffres en Europe, en Asie et sur les Amériques, renforcée notamment par le succès de son nouveau lancement *H.A. Intensifier*.

L'Amérique du Nord connaît une croissance particulièrement soutenue à deux chiffres à fin mars, avec une bonne dynamique sur toutes les marques, et renforce sa présence avec l'acquisition de *CeraVe*, finalisée début mars.

⁴ Formule qui protège les ponts de kératine au sein du cheveu.

⁵ Génération née entre 1980 et 2000.

Synthèse multi-divisions par Zone géographique

EUROPE DE L'OUEST

La croissance du premier trimestre s'établit à + 2,8 % à données comparables et + 1,6 % à données publiées. La croissance est particulièrement soutenue au Royaume-Uni, en Espagne et en Allemagne, mais l'activité en France reste pénalisée par un marché toujours difficile. Les Divisions Produits Grand Public et L'Oréal Luxe surperforment significativement leurs marchés respectifs.

AMÉRIQUE DU NORD

La Zone a enregistré une croissance de + 3,8 % à données comparables et + 11,7 % à données publiées. L'acquisition stratégique de *CeraVe* vient renforcer le portefeuille de marques et les positions de la Division Cosmétique Active. Grâce à *IT Cosmetics*, *Urban Decay* et *Yves Saint Laurent*, L'Oréal Luxe progresse dans un environnement *retail* en pleine évolution. La Division des Produits Grand Public poursuit sa croissance, et gagne des parts de marché notamment grâce à l'essor des marques *NYX Professional Makeup*, *Garnier* et *Carol's Daughter*.

NOUVEAUX MARCHÉS

Asie, Pacifique : la Zone progresse de + 7,1 % à données comparables et + 8,9 % à données publiées. En Asie du Nord, Hong Kong retrouve une croissance dynamique, grâce à L'Oréal Luxe dont la forte croissance irrigue l'ensemble des pays du Nord, notamment avec les performances des marques *Lancôme*, *Yves Saint Laurent* et *Giorgio Armani*. En Asie du Sud, la croissance reste dynamique, tirée par l'Australie, la Thaïlande et l'Indonésie, où la Division des Produits Grand Public obtient de bons résultats grâce aux marques *Garnier* et *NYX Professional Makeup*.

Amérique Latine : la Zone progresse de + 4,6 % à données comparables et + 16,1 % à données publiées. Le Mexique, l'Argentine et l'Uruguay ont connu une croissance à deux chiffres, portée par la solide performance en maquillage des marques de la Division des Produits Grand Public : *NYX Professional Makeup*, *Maybelline*, *Vogue* et *L'Oréal Paris*. Les marques *SkinCeuticals*, *Vichy* et *La Roche-Posay* ont toutes contribué à la croissance de la Division Cosmétique Active. Au Brésil, le marché reste difficile.

Europe de l'Est : la Zone affiche une croissance de + 12,7 % à données comparables et + 23,2 % à données publiées. L'ensemble des pays de la Zone a progressé, avec de fortes croissances en Russie, Pologne et Turquie. Toutes les Divisions contribuent à la croissance, en particulier L'Oréal Luxe grâce au maquillage *Urban Decay* et *Yves Saint Laurent*. La Division des Produits Grand Public gagne des parts de marché en maquillage et en coloration grâce à *Magic Retouch* de *L'Oréal Paris*. Enfin, la Division des Produits Professionnels progresse avec *Smart Bond* de *L'Oréal Professionnel* et la poursuite de la dynamique de *Matrix*.

Afrique, Moyen-Orient : le chiffre d'affaires est en recul de - 18,8 % à données comparables et - 16,3 % à données publiées. Le marché est en ralentissement en Arabie saoudite ce qui entraîne des ajustements des stocks chez les distributeurs. Le Pakistan et l'Égypte continuent leur progression.

THE BODY SHOP

The Body Shop a enregistré une croissance de + 2,3 % à données comparables et - 1,4 % à données publiées. Le Royaume-Uni, le Canada et l'Indonésie ont connu une croissance robuste, et Hong Kong montre des signes de redressement. L'Arabie saoudite reste difficile. Le soin de la peau continue son développement dynamique, dopé par le lancement de *Peel*, une gamme innovante de nettoyants pour la peau, ainsi que par le succès des masques *Recipes of Nature*.

Faits marquants de la période du 01/01/17 au 31/03/17

- Le 10 janvier, L'Oréal a annoncé la signature d'un accord définitif avec Valeant pour l'acquisition des marques *CeraVe*, *AcneFree* et *Ambi*. L'acquisition de ces marques complète et renforce les positions de la Division Cosmétique Active aux États-Unis et lui permet de satisfaire une demande croissante de soins actifs pour la peau à des prix accessibles. Cette acquisition a été finalisée le 6 mars 2017.
- Dans son communiqué du 9 février, le Groupe fait part de sa décision d'explorer toutes les options stratégiques concernant le capital de The Body Shop afin d'offrir à cette affaire le maximum d'opportunités et lui donner toutes les chances de se développer. Aucune décision n'a été prise à ce stade.
- Entre le 13 février et le 15 mars, L'Oréal a racheté, en vue de leur annulation, 2 846 604 de ses actions, dans le cadre de l'autorisation votée par l'Assemblée Générale du 20 avril 2016 et de la décision du Conseil d'Administration du 9 février 2017.

«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, le site Internet dédié aux actionnaires et investisseurs, www.loreal-finance.com, ou l'application mobile L'Oréal Finance, ou contacter le numéro vert : 0.800.66.66.66 (appel gratuit).

Annexe

Chiffre d'affaires du Groupe L'Oréal 2016/2017 (en millions d'euros)

	2016	2017
<u>Premier trimestre :</u>		
Divisions opérationnelles	6 352,4	6 847,8
The Body Shop	200,1	197,2
Total premier trimestre	6 552,4	7 045,0
<u>Deuxième trimestre :</u>		
Divisions opérationnelles	6 143,6	
The Body Shop	198,5	
Total deuxième trimestre	6 342,2	
<u>Premier semestre :</u>		
Divisions opérationnelles	12 496,0	
The Body Shop	398,6	
Total premier semestre	12 894,6	
<u>Troisième trimestre :</u>		
Divisions opérationnelles	5 952,2	
The Body Shop	200,9	
Total troisième trimestre	6 153,2	
<u>Neuf mois :</u>		
Divisions opérationnelles	18 448,2	
The Body Shop	599,5	
Total neuf mois	19 047,8	
<u>Quatrième trimestre :</u>		
Divisions opérationnelles	6 468,1	
The Body Shop	321,3	
Total quatrième trimestre	6 789,3	
<u>Année :</u>		
Divisions opérationnelles	24 916,3	
The Body Shop	920,8	
Total année	25 837,1	

A n n e x e