

## Chiffre d'affaires au 30 septembre 2015

**FORTE CROISSANCE DU CHIFFRE D'AFFAIRES : + 13,2 %**

**18,76 milliards d'euros, soit + 3,7 % à données comparables**

- **Renforcement de la croissance de la Division des Produits Grand Public et de l'Amérique du Nord**
- **Maintien du rythme de croissance en Europe de l'Ouest**
- **Ralentissement temporaire au troisième trimestre de L'Oréal Luxe en Asie**
- **Forte progression de l'activité e-commerce\***
- **Confiance en une année de croissance significative du chiffre d'affaires et des résultats**

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

*« À fin septembre, la croissance du Groupe est forte, à + 13,2 % à données publiées, toujours portée par un effet de change très positif.*

*Au troisième trimestre, la Division des Produits Grand Public confirme le renforcement progressif de sa croissance, notamment grâce au développement puissant de son activité en maquillage sur ses trois marques : Maybelline, L'Oréal Paris et NYX.*

*La Division Cosmétique Active poursuit sur sa lancée et la Division des Produits Professionnels continue de surperformer un marché en croissance très modeste.*

*L'Oréal Luxe subit un ralentissement momentané du fait des turbulences de l'été en Asie, qui ont affecté les marchés de Hong Kong et du Travel Retail.*

*Par zone géographique, l'Amérique du Nord voit sa croissance accélérer régulièrement et l'Europe de l'Ouest confirme sa dynamique positive. Les Nouveaux Marchés ont été handicapés au troisième trimestre par les difficultés du marché brésilien, les turbulences asiatiques et la reprise de contrats d'agents au Moyen-Orient. En Chine, l'activité a continué sur son rythme des trimestres antérieurs.*

*Malgré un contexte mondial volatil, nous sommes confiants sur cette fin d'année.*

*Le marché reste dynamique. Dans chaque Division, nos marques sont à l'offensive avec des succès notables comme Maybelline et NYX à la Division des Produits Grand Public, Yves Saint Laurent, Kiehl's et Urban Decay chez L'Oréal Luxe, Redken aux Produits Professionnels, et La Roche-Posay chez Cosmétique Active.*

*Enfin, la montée en puissance du digital nous renforce, notamment par la forte croissance (+ 40 %) de notre chiffre d'affaires e-commerce\* qui devrait dépasser largement cette année le milliard d'euros.*

*Nous confirmons ainsi notre ambition de surperformer à nouveau le marché cosmétique en 2015 et de réaliser une croissance significative de notre chiffre d'affaires et de nos 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) ; progression à données comparables.

## A – Évolution du chiffre d'affaires au 30 septembre 2015

À données comparables, c'est-à-dire à structure et taux de change identiques, la croissance du chiffre d'affaires ressort à + 3,7 %.

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

La croissance à taux de change constants ressort à + 4,9 %.

Les effets monétaires ont eu un impact positif de + 8,3 %. En extrapolant les taux de change du 30 septembre 2015, c'est-à-dire avec 1 € = 1,12 \$ jusqu'au 31 décembre, l'impact des effets monétaires s'établirait à environ + 6,7 % sur le chiffre d'affaires de l'ensemble de l'année 2015.

À données publiées, le chiffre d'affaires du Groupe, au 30 septembre 2015, s'établit à 18,76 milliards d'euros, en croissance de + 13,2 %.

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

	3 <sup>ème</sup> trimestre 2015			Au 30 septembre 2015		
	M€	Croissance à données Comparables	Publiées	M€	Croissance à données Comparables	Publiées
<b><u>Par Division opérationnelle</u></b>						
Produits Professionnels	811,1	2,5 %	8,8 %	2 551,4	3,2 %	13,4 %
Produits Grand Public	2 799,3	3,3 %	8,7 %	8 960,7	2,3 %	11,2 %
L'Oréal Luxe	1 705,3	4,2 %	13,8 %	5 192,0	5,8 %	17,9 %
Cosmétique Active	409,4	8,0 %	7,6 %	1 428,0	7,3 %	9,7 %
<b>Total Divisions cosmétiques</b>	<b>5 725,1</b>	<b>3,8 %</b>	<b>10,1 %</b>	<b>18 132,1</b>	<b>3,8 %</b>	<b>13,2 %</b>
<b><u>Par Zone géographique</u></b>						
Europe de l'Ouest	1 873,0	2,5 %	4,4 %	6 033,9	2,1 %	4,5 %
Amérique du Nord	1 621,4	3,8 %	22,5 %	4 947,7	3,0 %	25,4 %
Nouveaux Marchés, dont :	2 230,7	4,8 %	7,1 %	7 150,6	5,8 %	13,7 %
- Asie, Pacifique	1 268,8	3,3 %	14,7 %	4 056,6	4,4 %	21,9 %
- Amérique Latine	455,0	5,9 %	- 2,3 %	1 405,1	5,5 %	4,7 %
- Europe de l'Est	342,1	9,4 %	- 7,6 %	1 145,3	9,5 %	- 4,1 %
- Afrique, Moyen-Orient	164,8	4,4 %	17,9 %	543,6	9,8 %	28,1 %
<b>Total Divisions cosmétiques</b>	<b>5 725,1</b>	<b>3,8 %</b>	<b>10,1 %</b>	<b>18 132,1</b>	<b>3,8 %</b>	<b>13,2 %</b>
The Body Shop	212,5	0,5 %	11,6 %	624,3	2,0 %	12,6 %
<b>Total Groupe</b>	<b>5 937,5</b>	<b>3,7 %</b>	<b>10,1 %</b>	<b>18 756,4</b>	<b>3,7 %</b>	<b>13,2 %</b>

## PRODUITS PROFESSIONNELS

**À fin septembre la Division des Produits Professionnels progresse de + 3,2 % à données comparables et de + 13,4 % à données publiées.**

- Le soin du cheveu est le premier contributeur à la croissance, dynamisé par les dernières innovations comme *Thérapeute* chez *Kérastase*, *Pro Fiber* chez *L'Oréal Professionnel*, ou encore *Frizz Dismiss* chez *Redken*. La coloration poursuit sa dynamique sur toutes les marques. Les soins professionnels *Carita* se développent rapidement en Europe de l'Ouest.
- Toutes les Zones géographiques sont en croissance. L'Europe de l'Est est en accélération tandis que le Brésil entraîne un ralentissement en Amérique Latine.

## PRODUITS GRAND PUBLIC

**À fin septembre, la Division enregistre une augmentation de + 2,3 % à données comparables et de + 11,2 % à données publiées. L'amélioration progressive de la croissance se poursuit.**

- Grâce à la nouvelle dynamique de *Maybelline*, à la forte expansion de *NYX*, au succès, par exemple, de la franchise *Infaillible* de *L'Oréal Paris*, la Division renforce son leadership sur un marché du maquillage qu'elle contribue à dynamiser. Le soin du cheveu affiche des gains de part de marché, notamment grâce à *L'Oréal Paris*. Pour *Garnier*, la saga *Ultra Doux* continue avec le lancement réussi dans de nombreux pays d'Europe.
- La Division surperforme le marché en Europe de l'Est, en Asie, Pacifique et en Afrique Moyen-Orient. La forte dynamique du maquillage entraîne une accélération de la croissance de la Division aux États-Unis. L'e-commerce est en croissance rapide dans toutes les Zones.

## L'ORÉAL LUXE

**L'Oréal Luxe affiche une progression de + 5,8 % à données comparables et de + 17,9 % à données publiées.**

- Yves Saint Laurent* est en fort développement tiré par le maquillage, les parfums masculins avec *L'Homme* et les parfums féminins avec *Black Opium*. *Giorgio Armani* confirme sa dynamique dans toutes les Zones géographiques. *Urban Decay* accélère mondialement avec le lancement événement de la palette *Naked Smoky* et construit une offre de beauté globale avec des initiatives dédiées au teint et aux lèvres. *Kiehl's* lance *Daily Reviving Oil Concentrate* et conforte sa progression à deux chiffres. La croissance de *Lancôme* est tirée par les gains de parts de marché en Europe, le succès des parfums *La vie est belle*, *Miracle* et de la nouveauté *La Nuit Trésor*, les mascaras *Grandiose* et *Hypnôse Volume à Porter*, ainsi que l'accélération du soin visage *Génifique*.
- Dans un marché en ralentissement au troisième trimestre en Asie et au Travel Retail, L'Oréal Luxe accroît sa position mondiale avec des gains significatifs en Europe de l'Ouest, en Asie, Pacifique, au Moyen-Orient et en Amérique Latine.

## COSMÉTIQUE ACTIVE

**À fin septembre, la Division Cosmétique Active améliore encore sa performance avec une forte croissance de + 7,3 % à données comparables et de + 9,7 % à données publiées.**

- Vichy* innove avec le *Complexe Substitutif Concentré* de *Neovadiol*, une formule capable d'agir sur les signes cutanés observés à la ménopause. *La Roche-Posay* renove avec succès sa franchise experte pour peaux grasses avec le lancement d'*Effaclar K(+)*. La marque poursuit sur un rythme à deux chiffres dans toutes les Zones géographiques avec des performances remarquables en France, au Brésil et en Chine. *SkinCeuticals* confirme le succès de son déploiement international.
- Toutes les Zones géographiques participent à la croissance. Au troisième trimestre, l'Europe de l'Ouest accélère son développement et les Nouveaux Marchés maintiennent leur progression de plus de 10 %.

## Synthèse multi-divisions par Zone géographique

### EUROPE DE L'OUEST

La croissance ressort à + 2,1 % à données comparables et à + 4,5 % à données publiées. L'Oréal Luxe réaffirme son rôle de moteur de croissance dans la Zone grâce la complémentarité des marques de son portefeuille. Dans un circuit de la grande diffusion qui demeure peu dynamique, la marque *Garnier* gagne des parts de marché en capillaire et en soin de la peau. L'Oréal continue à surperformer le marché en Allemagne et en Grande-Bretagne, notamment grâce aux performances de L'Oréal Luxe.

### AMÉRIQUE DU NORD

L'Oréal affiche + 3,0 % à données comparables et + 25,4 % à données publiées. Les Divisions Cosmétique Active et Produits Professionnels tirent la croissance, en particulier grâce aux marques *La Roche-Posay* et *Redken*. *Kiehl's* et *Urban Decay* contribuent au développement de L'Oréal Luxe. La Division des Produits Grand Public accélère, notamment par le renforcement de ses positions en maquillage avec *L'Oréal Paris*, *Maybelline* et surtout *NYX* en croissance substantielle.

### NOUVEAUX MARCHÉS

- **Asie, Pacifique** : À fin septembre, L'Oréal réalise une croissance de + 4,4 % à données comparables et + 21,9 % à données publiées. *Kiehl's*, *Yves Saint Laurent* et *Giorgio Armani* contribuent au dynamisme de L'Oréal Luxe, dans un contexte de ralentissement au troisième trimestre à Hong Kong et au Travel Retail Asie. La Division des Produits Grand Public réalise une bonne performance en Inde, en Australie et en Thaïlande. En Chine, la croissance de *L'Oréal Paris* accélère, tandis que la marque *Magic* connaît une phase de transition. La Division Cosmétique Active progresse fortement grâce au succès de *La Roche-Posay*.
- **Amérique Latine** : Le chiffre d'affaires a progressé de + 5,5 % à données comparables et de + 4,7 % à données publiées. Hors Brésil, l'activité est en croissance à deux chiffres, notamment grâce à *L'Oréal Paris*, *Maybelline* et *Lancôme*. Le marché brésilien reste pénalisé par un environnement économique très tendu et par la réforme de l'Impôt sur les Produits Industrialisés.
- **Europe de l'Est** : La Zone affiche + 9,5 % à données comparables et - 4,1 % à données publiées. Les Divisions Produits Grand Public et Produits Professionnels sont en croissance à deux chiffres, portées par la Russie, la Turquie et l'Ukraine. Toutes les Divisions continuent à gagner des parts de marché dans leurs circuits de distribution.
- **Afrique, Moyen-Orient** : L'activité progresse de + 9,8 % à données comparables et de + 28,1 % à données publiées. La réorganisation d'une partie de notre réseau de distribution dans les pays du Golfe s'est traduite par un ralentissement temporaire de la croissance au troisième trimestre. Le Groupe renforce ses positions alors que la plupart des marchés de la Zone voient leur croissance décélérer. L'Égypte et l'Arabie Saoudite affichent toujours de fortes performances. *L'Oréal Paris* et *Garnier* gagnent des parts de marché. *Yves Saint Laurent*, *Giorgio Armani*, *Kérastase* et *La Roche-Posay* enregistrent également de solides progressions.

### THE BODY SHOP

The Body Shop enregistre une croissance de + 2,0 % à données comparables et de + 12,6 % à données publiées. Le lancement des lignes de soin premium, *Spa* pour le corps et *Oils of Life* pour le visage, conforte la stratégie de recentrage sur le soin. La croissance se poursuit en Europe et au Moyen-Orient. Les pays d'Asie enregistrent des performances mitigées alors que l'Australie affiche une solide progression.

## **B – Faits marquants de la période du 01/07/15 au 30/09/15**

- Le 3 septembre, à trois mois de la COP 21 et pour s'engager encore plus fortement dans la lutte contre le changement climatique, L'Oréal annonce son ambition d'être une entreprise « *carbon balanced* » à horizon 2020. Le Groupe a pour objectif de générer des gains carbone au sein de ses projets d'approvisionnement durable en quantité équivalente aux émissions de gaz à effet de serre liées à son activité.

---

*«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, le site Internet dédié aux actionnaires et investisseurs, [www.loreal-finance.com](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 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
<b>Total premier trimestre</b>	<b>5 638,6</b>	<b>6 436,3</b>
<u>Deuxième trimestre :</u>		
Divisions cosmétiques	5 348,5	6 163,1
The Body Shop	187,4	219,5
<b>Total deuxième trimestre</b>	<b>5 536,0</b>	<b>6 382,6</b>
<u>Premier semestre :</u>		
Divisions cosmétiques	10 810,8	12 407,0
The Body Shop	363,8	411,9
<b>Total premier semestre</b>	<b>11 174,6</b>	<b>12 818,9</b>
<u>Troisième trimestre :</u>		
Divisions cosmétiques	5 200,7	5 725,1
The Body Shop	190,4	212,5
<b>Total troisième trimestre</b>	<b>5 391,1</b>	<b>5 937,5</b>
<u>Neuf mois :</u>		
Divisions cosmétiques	16 011,4	18 132,1
The Body Shop	554,2	624,3
<b>Total neuf mois</b>	<b>16 565,7</b>	<b>18 756,4</b>
<u>Quatrième trimestre :</u>		
Divisions cosmétiques	5 646,7	
The Body Shop	319,6	
<b>Total quatrième trimestre</b>	<b>5 966,4</b>	
<u>Année :</u>		
Divisions cosmétiques	21 658,2	
The Body Shop	873,8	
<b>Total année</b>	<b>22 532,0</b>	

A n n e e x e