

Résultats semestriels 2021

**SEMESTRE EXCEPTIONNEL DE CROISSANCE :
+ 20,7 % À DONNÉES COMPARABLES**

NOUVELLE AUGMENTATION DE LA RENTABILITÉ

- **Chiffre d'affaires : 15,19 milliards d'euros**
 - + 20,7 % à données comparables ¹
 - + 21,8 % à taux de change constants
 - + 16,2 % à données publiées
- **Croissance exceptionnelle au second trimestre à + 33,5 % ¹**
- **Gains de parts de marché dans toutes les Divisions et toutes les Zones géographiques**
- **Forte accélération en Amérique du Nord : + 44,7 % ¹ au second trimestre**
- **Poursuite d'une croissance très soutenue du e-commerce à + 29,2 % ²**
- **Marge d'exploitation à 19,7 %, en augmentation de 170 points de base**
- **Forte progression du BNPA ³ : + 21,1 % à 4,63 €**

Commentant ces chiffres, Monsieur Nicolas Hieronimus, Directeur Général de L'Oréal, a indiqué :

« Dans un contexte sanitaire toujours incertain, le marché de la beauté reprend progressivement des couleurs et enregistre une croissance à deux chiffres. Grâce à la détermination et l'engagement continu de nos équipes, que je tiens à saluer, L'Oréal surperforme très largement le marché, avec un deuxième trimestre exceptionnel. À fin juin, le Groupe affiche une très forte progression et retrouve son rythme de croissance d'avant-Covid : le chiffre d'affaires est en hausse de + 6,6 % à données comparables par rapport au premier semestre 2019, avec une accélération de + 8,4 % au deuxième trimestre par rapport à 2019.

L'Oréal a gagné des parts de marché dans toutes les Divisions et toutes les Zones géographiques. Cette performance remarquable illustre la pertinence et le bon équilibre de notre modèle multi-facettes, en termes de présence géographique, de marques et de catégories. La Division des Produits Professionnels a transformé son modèle avec succès et atteint une performance record. La Division des Produits Grand Public a enregistré une croissance à deux chiffres au deuxième trimestre, notamment grâce au rebond du maquillage. L'Oréal Luxe a significativement surperformé le marché, avec également une très forte progression des parfums. Quant à la Division Cosmétique Active, elle réalise une croissance record, qui démontre que son portefeuille de marques est parfaitement adapté à la quête de santé et de beauté des consommateurs.

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 auditée).

³ Bénéfice net dilué par action, hors éléments non récurrents, part du Groupe.

Les Zones géographiques, redéfinies autour de bassins de consommation plus homogènes, sont toutes en croissance à deux chiffres. L'Asie du Nord poursuit sa forte dynamique, toujours portée par la Chine continentale où L'Oréal renforce son leadership incontesté, tandis que l'Amérique du Nord a renoué avec la croissance avec une formidable accélération au second trimestre. En Europe, L'Oréal surperforme nettement le marché, qui redémarre progressivement ; tous les pays de cette Zone sont en croissance avec une forte contribution du Royaume-Uni, de la France et de la Russie. Le Groupe enregistre une belle performance en SAPMENA-SSA⁴ et en Amérique latine, avec une progression notable du Brésil.

Notre excellence digitale a permis aux marques de recruter, fidéliser et renforcer le lien avec nos consommateurs et nos parties prenantes. Le e-commerce poursuit sa progression, à un rythme plus modéré en raison de la réouverture des réseaux de distribution physique, et représente 27,3 % du chiffre d'affaires. Bénéficiant d'une légère reprise du trafic international et du succès de Hainan, le Travel Retail a rebondi.

Les résultats du premier semestre, en forte augmentation, sont de grande qualité. Ils témoignent de la spirale vertueuse L'Oréalienne : l'amélioration importante de la marge brute, allée à un bon contrôle des coûts, nous a permis d'investir significativement dans le développement de nos marques, et de faire progresser une nouvelle fois la rentabilité.

Dans le même temps, l'engagement sociétal et environnemental reste une priorité. En juin, nous avons lancé la toute première campagne mondiale signée « L'Oréal Groupe », pour mettre en évidence aux yeux de nos consommateurs, nos actionnaires et toutes nos parties prenantes, les initiatives qui relèvent de notre raison d'être : « Créer la beauté qui fait avancer le monde ». Nous avons également dévoilé « L'Oréal For Youth », programme mondial destiné à favoriser l'emploi des jeunes notamment en augmentant de 30 % le nombre d'opportunités de travail pour les jeunes de moins de 30 ans.

L'Oréal s'est encore renforcé en ce début d'année et se trouve bien positionné pour continuer sur son rythme de croissance d'avant crise, en tirant parti des nouvelles technologies, de la gestion des données et de l'intelligence artificielle pour devenir champion de la Beauty Tech. Au second semestre, nous allons poursuivre notre plan offensif deancements de produits tout en investissant dans les moyens moteurs adaptés pour alimenter la croissance future et la désirabilité de nos marques. Nous restons plus que jamais confiants dans notre capacité à surperformer le marché et à réaliser une année de croissance du chiffre d'affaires et des résultats. »

⁴ SAPMENA – SSA : South Asia Pacific, Middle-East, North Africa, Sub-Saharan Africa (Asie du Sud, Pacifique, Moyen-Orient, Afrique du Nord et Afrique subsaharienne)

Évolution du chiffre d'affaires du 1^{er} semestre 2021

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 + 20,7 %.

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

La croissance à taux de change constants ressort à + 21,8 %.

Les effets monétaires ont eu un impact négatif de - 5,6 %. En extrapolant les cours de change du 30 juin 2021, c'est-à-dire avec 1 € = 1,1871 \$ 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 2021.

À données publiées, le chiffre d'affaires du Groupe au 30 juin 2021 atteint 15,19 milliards d'euros, en croissance de + 16,2 %.

Chiffre d'affaires par Division et Zone géographique

Au cours du premier semestre 2021, le Groupe a procédé à une redéfinition de ses Zones géographiques. Au 30 juin 2021, l'activité par Zone géographique est alignée sur cette organisation et se répartit comme suit : Europe, Amérique du Nord, Asie du Nord, Zone SAPMENA – SSA⁵ et Amérique latine. Les données relatives aux périodes antérieures ont été retraitées pour tenir compte de ces changements.

	2 ^e trimestre 2021			1 ^{er} semestre 2021		
	M€	Croissance à données		M€	Croissance à données	
		Comparables	Publiées		Comparables	Publiées
Par Division						
Produits Professionnels	930,4	+ 65,9 %	+ 57,5 %	1 778,7	+ 41,0 %	+ 32,6 %
Produits Grand Public	2 990,1	+ 14,2 %	+ 11,5 %	5 963,4	+ 6,3 %	+ 1,9 %
L'Oréal Luxe	2 702,5	+ 45,7 %	+ 40,9 %	5 472,2	+ 28,1 %	+ 24,9 %
Cosmétique Active	959,1	+ 48,4 %	+ 44,9 %	1 982,4	+ 37,5 %	+ 32,0 %
Total Groupe	7 582,1	+ 33,5 %	+ 29,6 %	15 196,6	+ 20,7 %	+ 16,2 %
Par Zone géographique						
Europe	2 392,1	+ 27,8 %	+ 27,6 %	4 857,1	+ 11,9 %	+ 11,6 %
Amérique du Nord	1 952,1	+ 44,7 %	+ 33,7 %	3 765,7	+ 23,2 %	+ 13,8 %
Asie du Nord	2 296,5	+ 26,5 %	+ 23,3 %	4 670,9	+ 27,3 %	+ 23,2 %
SAPMENA – SSA ⁵	520,1	+ 40,7 %	+ 33,7 %	1 093,9	+ 19,9 %	+ 13,3 %
Amérique latine	421,2	+ 54,8 %	+ 59,3 %	809,0	+ 32,8 %	+ 22,7 %
Total Groupe	7 582,1	+ 33,5 %	+ 29,6 %	15 196,6	+ 20,7 %	+ 16,2 %

⁵ SAPMENA – SSA : South Asia Pacific, Middle-East, North Africa, Sub-Saharan Africa (Asie du Sud, Pacifique, Moyen-Orient, Afrique du Nord et Afrique subsaharienne)

Synthèse par Division

PRODUITS PROFESSIONNELS

La Division des Produits Professionnels enregistre une très forte progression de + 41,0 % à données comparables et + 32,6 % à données publiées, renforçant à nouveau son leadership sur un marché qui se remet progressivement de la crise sanitaire.

La Division tire parti des trois tendances de fond du métier : la digitalisation des salons, le développement des coiffeurs indépendants et l'explosion du e-commerce. Toutes les Zones géographiques sont en croissance avec une performance record aux États-Unis. La Division confirme également son succès en Chine continentale avec une très forte progression en e-commerce et en salons. Elle poursuit sa dynamique de croissance en Europe, portée par l'Allemagne et la France.

Le soin du cheveu reste le premier contributeur à la croissance et bénéficie de la forte dynamique de la marque *Kérastase*, avec le lancement réussi de *Curl Manifesto* et le succès de *Genesis*, ainsi que des bonnes performances de *Metal Detox* de *L'Oréal Professionnel* et d'*Acidic Bonding Concentrate* de *Redken*. En coloration, *Shades EQ* de *Redken* réalise une belle progression.

PRODUITS GRAND PUBLIC

La Division des Produits Grand Public termine le semestre à + 6,3 % à données comparables et + 1,9 % à données publiées, avec un rebond de + 14,2 % au second trimestre.

La Division croît plus vite que le marché et dans toutes les Zones géographiques, avec une progression notable en Chine continentale, au Brésil et en Indonésie, ainsi que dans les grands pays d'Europe.

Le e-commerce, toujours en forte hausse, représente plus de 20 % du chiffre d'affaires.

Dans la catégorie du maquillage, la Division atteint des parts de marché records notamment en Amérique du Nord et en Europe, en particulier grâce aux lancements très réussis de *Sky High Mascara* de *Maybelline New York*, de la poudre *Infaillible* de *L'Oréal Paris* et du rouge à lèvres *Shine Loud* de *NYX Professional Makeup*. Le soin du cheveu connaît une progression à deux chiffres grâce à une très forte dynamique en Chine continentale, ainsi qu'en Europe et au Brésil avec le succès de grandes innovations telles que *Full Resist* et *8 Second Wonder Water* de *L'Oréal Paris*. Le soin du visage poursuit sa progression. *Revitalift Filler* à l'acide hyaluronique de *L'Oréal Paris* est devenu le sérum le plus vendu au monde. Première marque de soin de la peau en Chine continentale, *L'Oréal Paris* continue de gagner des parts de marché avec le lancement de « *Ampoule in cream* ». *Garnier* déploie avec succès un nouveau sérum booster à la vitamine C.

L'ORÉAL LUXE

Dans un marché de la beauté de luxe en fort rebond au premier semestre, L'Oréal Luxe est en croissance de + 28,1 % à données comparables et + 24,9 % à données publiées.

Dans toutes les Zones géographiques, la Division surperforme nettement le marché, marqué par la réouverture progressive des points de vente sélectifs. L'Oréal Luxe affiche un fort dynamisme en Asie du Nord, en particulier auprès du consommateur chinois, confirme sa solidité en Europe et se redresse très fortement en Amérique du Nord.

La Division gagne des parts de marché dans ses trois catégories. Tout d'abord en soin de la peau, grâce à la puissance de ses marques mondiales *Lancôme* et *Kiehl's*, au dynamisme du segment premium avec *Helena Rubinstein* et des gammes couture *Yves Saint Laurent* et *Giorgio Armani*, ainsi qu'à l'intégration réussie de *Takami*. Ensuite dans la catégorie des parfums, très dynamique en Amérique du Nord et en Chine continentale, grâce à la complémentarité des marques *Giorgio Armani*, *Valentino*, *Maison Margiela*, *Ralph Lauren*, *Yves Saint Laurent*, et des marques récemment acquises *Mugler* et *Azzaro* qui enregistrent de très belles performances, nettement supérieures à celles du marché. Enfin, en maquillage, la Division affiche des signes clairs de reprise en Asie du Nord tirée par *Lancôme*, *Yves Saint Laurent* et *Shu Uemura*, ainsi qu'aux États-Unis grâce à *Lancôme* et *Urban Decay*, qui gagne à nouveau des parts de marché.

COSMÉTIQUE ACTIVE

Dans un marché en nette amélioration, la Division Cosmétique Active enregistre une croissance particulièrement forte au premier semestre, à + 37,5 % à données comparables et + 32,0 % à données publiées.

La Division poursuit sa très forte dynamique de croissance grâce à son portefeuille de marques de soin de la peau parfaitement adapté aux aspirations des consommateurs en matière de santé, encore renforcées pendant la pandémie. La Division continue également de tirer parti des relations solides nouées avec les professionnels de santé et de son expertise en digital et en e-commerce.

Toutes les grandes marques ont enregistré une forte croissance. *CeraVe* a doublé de taille tandis que *La Roche-Posay* a poursuivi sa progression, soutenue par les formidables performances d'*Effaclar* et de *Cicaplast*. *SkinCeuticals* a poursuivi sa croissance rapide, stimulée par l'innovation *Silymarin CF*. *Vichy* a rebondi et affiche une croissance à deux chiffres.

La Division, en très forte croissance dans toutes les Zones géographiques, surperforme son marché avec des performances remarquables aux États-Unis, en Chine continentale ainsi qu'au Royaume-Uni. Grâce à une stratégie d'activation omnicanale ciblée, les ventes en e-commerce sont restées extrêmement dynamiques tandis que les ventes en magasin affichent une forte croissance à deux chiffres.

Synthèse par Zone géographique

Au cours du premier semestre 2021, le Groupe a procédé à une redéfinition de ses Zones géographiques. Au 30 juin 2021, l'activité par Zone géographique est alignée sur cette organisation et se répartit comme suit : Europe, Amérique du Nord, Asie du Nord, Zone SAPMENA – SSA⁶ et Amérique latine.

EUROPE

La nouvelle Zone Europe, qui regroupe l'Europe de l'Ouest et l'Europe de l'Est, est la plus importante du Groupe en termes de chiffre d'affaires. Elle progresse de + 11,9 % à données comparables et + 11,6 % à données publiées. À fin juin, tous les pays sont en croissance et L'Oréal renforce son leadership en Allemagne, au Royaume-Uni, en Russie et dans les pays scandinaves.

Au deuxième trimestre, l'activité a retrouvé un niveau très proche de celui d'avant crise, à l'exception du Travel Retail toujours pénalisé par le contexte sanitaire et les restrictions imposées sur les voyages internationaux. Le e-commerce affiche une très forte progression.

La Division des Produits Grand Public gagne des parts de marché notamment en maquillage et en soin du cheveu ; *Maybelline New York* renforce son leadership en maquillage. L'Oréal Luxe continue de surperformer, tirée par la catégorie des parfums. La Division Cosmétique Active renforce fortement ses parts de marché, grâce au dynamisme de *La Roche-Posay* qui conforte sa position de numéro 1 de la dermo-cosmétique en Europe, et au développement rapide de *CeraVe*. Enfin, la Division des Produits Professionnels affiche une croissance significative malgré les fermetures de salons dans plusieurs pays au premier trimestre, avec une forte dynamique de ses ventes en e-commerce.

AMÉRIQUE DU NORD

La Zone est en forte croissance, à + 23,2 % à données comparables et + 13,8 % à données publiées. Aux États-Unis, le Groupe a accéléré fortement au deuxième trimestre malgré des tensions d'approvisionnement passagères, avec un net redressement du maquillage tandis que le soin de la peau et le parfum ont retrouvé un niveau d'activité bien supérieur à celui de 2019. Les ventes en magasin reprennent et le e-commerce a plus que doublé en deux ans.

Toutes les Divisions ont gagné des parts de marché au deuxième trimestre. La Division des Produits Grand Public accélère, tirée par le maquillage avec le lancement de *Sky High Mascara* de *Maybelline New York* et le redressement confirmé de *NYX Professional Makeup*. L'Oréal Luxe bénéficie de la reprise des ventes en magasins et de l'explosion de la catégorie des parfums. Grâce à la puissance du réseau de distribution SalonCentric, la Division des Produits Professionnels a enregistré une très bonne performance et gagne des parts de marché en soin capillaire et en coloration. Enfin, les ventes de la Division Cosmétique Active, portées par la performance remarquable de *CeraVe* et l'accélération de *La Roche-Posay*, ont pratiquement doublé par rapport au premier semestre 2019.

⁶ SAPMENA – SSA : South Asia Pacific, Middle-East, North Africa, Sub-Saharan Africa (Asie du Sud, Pacifique, Moyen-Orient, Afrique du Nord et Afrique subsaharienne)

ASIE DU NORD

La Zone est en forte hausse, à + 27,3 % à données comparables et + 23,2 % à données publiées. L'appétit des consommateurs chinois pour les grandes marques, et notamment pour la beauté de luxe, reste fort. Le Groupe conforte sa place de numéro 1 en Chine continentale qui reste un pays phare en termes de contribution à la performance, avec une hausse de + 34,2 %. Confirmant la reprise initiée au deuxième trimestre 2020, L'Oréal Chine gagne des parts de marché dans toutes les Divisions et dans toutes les catégories. La croissance en e-commerce reste dynamique, stimulée par l'arrivée de nouveaux e-commerçants. Lors de la grande journée de shopping en ligne du 18 juin, *L'Oréal Paris* s'est imposée comme la première marque de beauté sur Tmall et JD, avec *Lancôme* également dans le Top 3. Le Japon et la Corée du Sud, affectés par la résurgence de Covid-19, affichent des performances modérées sur le semestre. Le Travel Retail continue de croître au deuxième trimestre, en particulier à Hainan. Le e-commerce enregistre une forte croissance dans la Zone et les ventes en magasin reprennent à des rythmes différenciés selon les pays. L'Oréal Luxe enregistre une forte accélération de ses ventes en ligne et gagne des parts de marché. Sa croissance est tirée par le soin de la peau, avec notamment *Absolue* de *Lancôme* et *Helena Rubinstein*, et par une forte reprise du maquillage. La Division des Produits Grand Public gagne des parts de marché en soin du cheveu tandis que la Division Cosmétique Active accélère sa croissance, portée par *La Roche-Posay*. Enfin, la Division des Produits Professionnels affiche une croissance record, en particulier grâce à *Kérastase* et *L'Oréal Professionnel*.

SAPMENA – SSA ⁷

La Zone progresse de + 19,9 % à données comparables et + 13,3% à données publiées. Les pays du Pacifique et du Golfe se redressent tandis qu'en Inde, la pandémie de Covid-19 continue de peser sur l'activité au deuxième trimestre. En Asie du Sud-Est, de nombreux pays tels que la Malaisie, la Thaïlande, les Philippines et l'Indonésie ont évolué dans un contexte contraignant sur le plan sanitaire. À noter que le Vietnam maintient une forte croissance. La progression de la Zone SAPMENA est tirée par la Division des Produits Grand Public, avec la bonne dynamique de *Garnier* et de *Maybelline New York*, par L'Oréal Luxe dans les catégories des parfums et du soin de la peau, ainsi que par la Division Cosmétique Active avec *La Roche-Posay*. L'expansion du e-commerce, en accélération notable en Asie du Sud et en Inde, a alimenté la croissance de toutes les Divisions. La performance de l'Afrique subsaharienne (SSA) est portée par l'Afrique du Sud, qui enregistre une forte croissance à deux chiffres.

AMERIQUE LATINE

La Zone enregistre une forte croissance de + 32,8 % à données comparables et + 22,7 % à données publiées. La reprise du marché de la beauté s'est accélérée au cours des derniers mois grâce au déconfinement progressif et à la levée des restrictions de circulation dans tous les pays. Malgré un contexte sanitaire qui reste compliqué, le Brésil contribue fortement à la croissance et surperforme nettement le marché, porté par les Divisions Produits Grand Public et Cosmétique Active. Avec le Brésil, le Mexique et le Chili en tête, tous les pays et toutes les Divisions de la Zone affichent une croissance à deux chiffres. Toutes les catégories progressent, grâce à la qualité des innovations et le succès des marques et produits emblématiques du Groupe, notamment en soin capillaire et en soin de la peau. Avec la réouverture des différents circuits de distribution, et particulièrement les grands magasins et les salons de coiffure, les ventes en magasin ont renoué avec la croissance tandis que les ventes en e-commerce ont pratiquement doublé par rapport au premier semestre 2020.

⁷ SAPMENA – SSA : South Asia Pacific, Middle-East, North Africa, Sub-Saharan Africa (Asie du Sud, Pacifique, Moyen-Orient, Afrique du Nord et Afrique subsaharienne)

Faits marquants de la période du 01/04/21 au 30/06/21 et événements postérieurs à la clôture

- Le 20 avril, L'Oréal a tenu son Assemblée Générale à huis clos. Toutes les résolutions ont été approuvées, dont :
 - le versement d'un dividende de 4 euros par action ;
 - la nomination en qualité d'administrateurs de Monsieur Nicolas Hieronimus et de Monsieur Alexandre Ricard, ainsi que le renouvellement des mandats d'administrateurs de Madame Françoise Bettencourt Meyers, Monsieur Paul Bulcke et Madame Virginie Morgon.
- Le 20 avril, le Conseil d'Administration de L'Oréal a décidé :
 - la dissociation des fonctions de Président du Conseil d'Administration et de Directeur Général. Monsieur Jean-Paul Agon continue d'assumer la fonction de Président qu'il exerce depuis 2011 et Monsieur Nicolas Hieronimus a été nommé Directeur Général, à compter du 1^{er} mai 2021 ;
 - dans le cadre de la résolution votée par l'Assemblée Générale du 20 avril 2021, de procéder au cours d'une période débutant le 3 mai 2021 et pouvant s'étendre au 30 juin 2021 à des rachats d'actions L'Oréal pour un montant maximum de 1,2 milliard d'euros et pour un nombre maximal de 3 millions d'actions, les actions ayant vocation à être annulées. 3 000 000 d'actions ont été rachetées entre le 3 mai et le 18 juin 2021.
- Le 22 avril, L'Oréal a annoncé la nomination d'Asmita Dubey au poste de Directrice Générale Digital, membre du Comité Exécutif, afin de conduire la deuxième phase de transformation digitale du Groupe.
- Le 23 juin, L'Oréal a annoncé la création de la Zone Europe, dirigée par Vianney Derville, précédemment Directeur Général de la Zone Europe de l'Ouest.
- Le 29 juillet, le Conseil d'Administration a décidé d'annuler, avec effet au 30 juillet 2021, les 3 000 000 d'actions acquises dans le cadre du programme de rachat décidé par le Conseil d'Administration du 20 avril 2021.

Évolution des résultats du 1^{er} semestre 2021

Les procédures d'examen limité sur les comptes semestriels ont été effectuées. Le rapport d'examen limité des Commissaires aux Comptes est en cours d'émission.

Rentabilité d'exploitation à 19,7 % du chiffre d'affaires

Comptes de résultat consolidé : du chiffre d'affaires au résultat d'exploitation.

<i>En millions d'euros</i>	30/06/20	En % du chiffre d'affaires	31/12/20	En % du chiffre d'affaires	30/06/21	En % du chiffre d'affaires	Évolution au semestre
Chiffre d'affaires	13 076,5	100,0 %	27 992,1	100,0 %	15 196,6	100,0 %	+ 16,2 %
<i>Coût des ventes</i>	- 3 512,3	26,9 %	- 7 532,3	26,9 %	- 3 869,5	25,5 %	
Marge brute	9 564,2	73,1 %	20 459,8	73,1 %	11 327,1	74,5 %	+ 18,4 %
<i>Frais de R&I</i>	- 455,3	3,5 %	- 964,4	3,4 %	- 489,1	3,2 %	
<i>Frais publi-promotionnels</i>	- 3 986,5	30,5 %	- 8 647,9	30,9 %	- 4 951,6	32,6 %	
<i>Frais commerciaux & administratifs</i>	- 2 765,2	21,1 %	- 5 638,5	20,1 %	- 2 898,2	19,1 %	
Résultat d'exploitation	2 357,2	18,0 %	5 209,0	18,6 %	2 988,1	19,7 %	+ 26,8 %

La marge brute, à 11 327 millions d'euros, ressort à 74,5 % du chiffre d'affaires, en augmentation de 140 points de base par rapport au premier semestre 2020.

Les frais de recherche et innovation, à 489 millions d'euros, représentent 3,2 % du chiffre d'affaires.

Les frais publi-promotionnels ressortent à 32,6 % du chiffre d'affaires, en augmentation de 210 points de base.

Les frais commerciaux et administratifs, à 19,1 % du chiffre d'affaires, sont en recul de 200 points de base par rapport au premier semestre 2020.

Au total, **le résultat d'exploitation** s'établit à 2 988 millions d'euros, en augmentation de 170 points de base par rapport au premier semestre 2020, à 19,7 % du chiffre d'affaires.

Résultat d'exploitation par Division

	30/06/20		31/12/20		30/06/21	
	M €	% CA	M €	% CA	M €	% CA
Par Division						
Produits Professionnels	140,0	10,4 %	581,7	18,8 %	363,9	20,5 %
Produits Grand Public	1 243,7	21,3 %	2 388,1	20,4 %	1 193,4	20,0 %
L'Oréal Luxe	892,0	20,4 %	2 275,9	22,4 %	1 301,9	23,8 %
Cosmétique Active	433,8	28,9 %	766,0	25,4 %	570,0	28,8 %
Total des Divisions avant non alloué	2 709,5	20,7 %	6 011,6	21,5 %	3 429,1	22,6 %
<i>Non alloué⁸</i>	<i>- 352,3</i>	<i>- 2,7 %</i>	<i>- 802,6</i>	<i>- 2,9 %</i>	<i>- 441,0</i>	<i>- 2,9 %</i>
Groupe	2 357,2	18,0 %	5 209,0	18,6 %	2 988,1	19,7 %

Le groupe L'Oréal est géré par périodes annuelles. De ce fait, les rentabilités d'exploitation semestrielles ne sont pas extrapolables sur l'année.

La rentabilité de la **Division des Produits Professionnels** est passée de 10,4 % à 20,5 %.

La rentabilité de la **Division des Produits Grand Public** affiche une rentabilité de 20,0 % à comparer à 21,3 % au premier semestre 2020.

La rentabilité de **L'Oréal Luxe** s'améliore de 340 points de base à 23,8 %.

La rentabilité de la **Division Cosmétique Active** est en léger retrait de 10 points de base, toujours au niveau très élevé de 28,8 %.

⁸ Non alloué = Frais centraux Groupe, recherche fondamentale, stock-options, actions gratuites et divers. En % du chiffre d'affaires total.

Résultat net hors éléments non récurrents

Comptes de résultat consolidé : du résultat d'exploitation au résultat net hors éléments non récurrents.

<i>En millions d'euros</i>	30/06/20	31/12/20	30/06/21	Évolution au semestre
Résultat d'exploitation	2 357,2	5 209,0	2 988,1	+ 26,8 %
<i>Produits et charges financiers</i>	- 36,5	- 95,9	- 29,4	
<i>Dividendes Sanofi</i>	372,4	372,4	378,3	
Résultat avant impôt et sociétés mises en équivalence, hors éléments non récurrents	2 693,0	5 485,5	3 337,0	
<i>Impôt sur les résultats hors éléments non récurrents</i>	- 547,9	- 1 383,1	- 731,9	
<i>Résultat net des sociétés mises en équivalence hors éléments non récurrents</i>	+ 0,7	+ 0,9	+ 0,3	
<i>Intérêts minoritaires</i>	- 1,1	- 4,2	- 5,4	
Résultat net hors éléments non récurrents, part du Groupe ⁹	2 144,8	4 099,0	2 600,0	+ 21,2 %
BNPA ¹⁰ (€)	3,82	7,30	4,63	+ 21,1 %
Nombre d'actions moyen dilué	561 233 745	561 635 963	561 833 554	

Les **frais financiers** s'élèvent à 29,4 millions d'euros.

Les **dividendes de Sanofi** s'élèvent à 378,3 millions d'euros.

L'**impôt sur les résultats hors éléments non récurrents** s'établit à 731,9 millions d'euros, soit un taux de 21,9 %, supérieur à celui du premier semestre 2020.

Le **résultat net hors éléments non récurrents, part du Groupe**, ressort à 2 600 millions d'euros.

Le **Bénéfice Net Par Action**, à 4,63 euros est en augmentation de + 21,1 % par rapport au premier semestre 2020.

⁹ Le résultat net hors éléments non récurrents, part du Groupe, exclut principalement les plus ou moins-values sur cessions d'actifs à long terme, les dépréciations d'actifs, les coûts de restructuration, les effets d'impôts et les intérêts minoritaires.

¹⁰ Résultat net dilué par action, hors éléments non récurrents part du groupe.

Résultat net

Comptes de résultat consolidé : du résultat net hors éléments non récurrents au résultat net.

<i>En millions d'euros</i>	30/06/20	31/12/20	30/06/21
Résultat net hors éléments non récurrents, part du Groupe ⁹	2 144,8	4 099,0	2 600,0
Éléments non récurrents	- 322,3	- 535,7	- 237,4
dont :			
o <i>autres produits et charges</i>	- 407,1	- 709,0	- 315,3
o <i>effet d'impôts</i>	+ 84,8	+ 173,3	+ 77,9
Résultat net part du Groupe	1 822,5	3 563,4	2 362,6

Les éléments non récurrents s'élevaient à 237,4 millions net d'impôts, dont 315,3 millions d'autres produits et charges. Ils comprennent pour l'essentiel une dépréciation de l'écart d'acquisition de *It Cosmetics* pour 250 millions d'euros.

Cash-flow opérationnel et bilan

La **marge brute d'autofinancement** s'élève à 3 336,1 millions d'euros, en augmentation de 25,0 %.

La variation du **besoin en fonds de roulement** ressort à 675,1 millions d'euros.

Les **investissements**, à 523,1 millions d'euros, représentent 3,4 % du chiffre d'affaires.

Le **cash-flow opérationnel** ¹¹ s'élève à 2 137,9 millions d'euros, en augmentation de 67,7 %.

Au 30 juin 2021, après prise en compte de la dette financière de location pour un montant de 1 579 millions d'euros, la **trésorerie nette** s'établit à 2 372,8 millions d'euros.

¹¹ *Cash-flow opérationnel = Marge brute d'autofinancement + variation du besoin en fonds de roulement - investissements*

« 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. Christian MUNICH
Tél : 01.47.56.72.06
christian.munich2@loreal.com

**Analystes financiers et
Investisseurs Institutionnels**

Mme Françoise LAUVIN
Tél : 01.47.56.86.82
francoise.lauvin@loreal.com

Journalistes

Mme Polina HUARD
Tél : 01.47.56.87.88
polina.huard@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).

Annexes

Annexe 1 : chiffre d'affaires du groupe L'Oréal 2020/2021 (en millions d'euros)

	2020	2021
Premier trimestre	7 225,2	7 614,5
Deuxième trimestre	5 851,3	7 582,1
Total premier semestre	13 076,5	15 196,6
Troisième trimestre	7 036,8	
Total neuf mois	20 113,3	
Quatrième trimestre	7 878,8	
Total année	27 992,1	

Annexe 2 : comptes de résultat consolidé comparés

<i>En millions d'euros</i>	1^{er} semestre 2021	1^{er} semestre 2020	2020
Chiffre d'affaires	15 196,6	13 076,5	27 992,1
Coût des ventes	-3 869,5	-3 512,3	-7 532,3
Marge brute	11 327,1	9 564,2	20 459,8
Frais de recherche et Innovation	-489,1	-455,3	-964,4
Frais publi-promotionnels	-4 951,6	-3 986,5	-8 647,9
Frais commerciaux et administratifs	-2 898,2	-2 765,2	-5 638,5
Résultat d'exploitation	2 988,1	2 357,2	5 209,0
Autres produits et charges	-315,3	-407,1	-709,0
Résultat opérationnel	2 672,8	1 950,1	4 500,0
Coût de l'endettement financier brut	-22,5	-33,3	-79,2
Produits de la trésorerie et équivalents de trésorerie	12,4	10,6	19,8
Coût de l'endettement financier net	-10,1	-22,7	-59,4
Autres produits et charges financiers	-19,2	-13,8	-36,5
Dividendes Sanofi	378,3	372,4	372,4
Résultat avant impôt et sociétés mises en équivalence	3 021,7	2 286,0	4 776,5
Impôts sur les résultats	-654,0	-463,1	-1 209,8
Résultat net des sociétés mises en équivalence	0,3	0,7	0,9
Résultat net	2 368,0	1 823,6	3 567,6
Dont :			
• part du groupe	2 362,6	1 822,5	3 563,4
• part des minoritaires	5,4	1,1	4,2
Résultat net par action part du groupe <i>(en euros)</i>	4,22	3,26	6,37
Résultat net dilué par action part du groupe <i>(en euros)</i>	4,21	3,25	6,34
Résultat net par action hors éléments non récurrents part du groupe <i>(en euros)</i>	4,65	3,84	7,33
Résultat net dilué par action hors éléments non récurrents part du groupe <i>(en euros)</i>	4,63	3,82	7,30

Annexe 3 : état du résultat global consolidé

En millions d'euros	1 ^{er} semestre 2021	1 ^{er} semestre 2020	2020
Résultat net consolidé de la période	2 368,0	1 823,6	3 567,6
Couverture des flux de trésorerie	-155,6	106,6	129,1
Réserves de conversion	281,5	-271,8	-790,2
Impôt sur les éléments recyclables ⁽¹⁾	31,8	-27,9	-23,3
Éléments recyclables en résultat	157,7	-193,1	-684,4
Actifs financiers à la juste valeur par résultat global	1 151,6	129,1	-1 269,1
Gains et pertes actuariels	386,2	-159,2	-225,6
Impôt sur les éléments non recyclables ⁽¹⁾	-130,1	36,5	97,8
Éléments non recyclables en résultat	1 407,6	6,4	-1 396,9
Autres éléments du résultat global	1 565,3	-186,7	-2 081,3
Résultat global consolidé	3 933,3	1 636,9	1 486,3
Dont :	—		
• part du groupe	3 927,9	1 635,8	1 482,1
• part des minoritaires	5,4	1,1	4,2

⁽¹⁾ L'effet d'impôt se décline comme suit :

En millions d'euros	1 ^{er} semestre 2021	1 ^{er} semestre 2020	2020
Couverture des flux de trésorerie	31,8	-27,9	-23,3
Éléments recyclables en résultat	31,8	-27,9	-23,3
Actifs financiers à la juste valeur par résultat global	-36,9	-3,4	40,4
Gains et pertes actuariels	-93,3	39,9	57,4
Éléments non recyclables en résultat	-130,1	36,5	97,8
TOTAL	-98,3	8,6	74,5

Annexe 4 : bilans consolidés comparés

ACTIF

<i>En millions d'euros</i>	30.06.2021	30.06.2020	31.12.2020
Actifs non courants	30 192,7	30 806,3	29 046,8
Écarts d'acquisition	10 559,0	10 856,5	10 514,2
Autres immobilisations incorporelles	3 455,0	3 066,7	3 356,3
Droits d'utilisation relatifs aux contrats de location	1 414,3	1 723,7	1 525,3
Immobilisations corporelles	3 182,9	3 418,0	3 225,2
Actifs financiers non courants	10 786,5	10 932,2	9 604,8
Titres mis en équivalence	10,5	11,4	11,1
Impôts différés actifs	784,5	797,8	809,9
Actifs courants	13 762,9	15 045,7	14 560,1
Stocks	2 948,2	2 947,6	2 675,8
Créances clients	3 991,8	3 756,1	3 511,3
Autres actifs courants	1 869,4	1 698,1	1 732,7
Impôts sur les bénéfices	129,3	202,3	234,4
Trésorerie et équivalents de trésorerie	4 824,3	6 441,6	6 405,9
TOTAL	43 955,6	45 852,0	43 606,9

PASSIF

<i>En millions d'euros</i>	30.06.2021	30.06.2020	31.12.2020
Capitaux propres	29 636,8	28 987,0	28 998,8
Capital	112,1	111,9	112,0
Primes	3 265,6	3 158,2	3 259,8
Autres réserves	18 909,3	18 581,3	18 642,5
Autres éléments du résultat global	5 588,5	5 680,9	4 304,5
Réserves de conversion	-607,9	-371,0	-889,2
Actions auto-détenues	—	—	—
Résultat net part du groupe	2 362,6	1 822,5	3 563,4
Capitaux propres - part du groupe	29 630,2	28 983,8	28 993,0
Intérêts minoritaires	6,6	3,2	5,8
Passifs non courants	2 987,6	3 414,2	3 478,0
Provisions pour retraites et autres avantages	650,0	941,4	1 013,5
Provisions pour risques et charges	57,9	56,7	56,8
Passifs d'impôts non courants	364,2	251,9	397,9
Impôts différés passifs	710,0	693,8	706,6
Emprunts et dettes financières non courants	8,9	9,6	8,5
Dettes financières de location - part non courante	1 196,5	1 460,7	1 294,7
Passifs courants	11 331,3	13 450,8	11 130,1
Dettes fournisseurs	5 386,3	4 124,6	4 764,5
Provisions pour risques et charges	1 211,1	1 029,6	1 224,7
Autres passifs courants	3 263,5	5 160,1	3 682,5
Impôts sur les bénéfices	224,3	326,9	215,1
Emprunts et dettes financières courants	863,6	2 411,5	856,4
Dettes financières de location - part courante	382,5	398,1	386,9
TOTAL	43 955,6	45 852,0	43 606,9

Annexe 5 : tableaux des variations des capitaux propres consolidés

En millions d'euros	Nombre d'actions en circulation	Capital	Primes	Autres réserves et résultat	Autres éléments du résultat global	Actions auto-détenues	Réserves de conversion	Capitaux propres part du groupe	Intérêts minoritaires	Capitaux propres
SITUATION AU 31.12.2019	558 117 205	111,6	3 130,2	20 681,0	5 595,8	—	-99,2	29 419,3	6,7	29 426,0
Résultat net consolidé de l'exercice				3 563,4				3 563,4	4,2	3 567,6
Couverture des flux de trésorerie					105,6			105,6	0,2	105,8
Réserves de conversion							-801,8	-801,8	-0,3	-802,1
Hyperinflation							11,9	11,9		11,9
Autres éléments du résultat global et recyclables en résultat					105,6		-789,9	-684,3	-0,1	-684,4
Actifs financiers à la juste valeur par résultat global					-1 228,8			-1 228,8		-1 228,8
Gains et pertes actuariels					-168,1			-168,1		-168,1
Autres éléments du résultat global et non recyclables en résultat					-1 396,9		—	-1 396,9	—	-1 396,9
Résultat global consolidé				3 563,4	-1 291,3		-789,9	1 482,1	4,2	1 486,3
Augmentation de capital	1 754 375	0,4	129,6	-0,2				129,8		129,8
Annulation d'actions auto-détenues								—		—
Dividendes versés (hors actions propres)				-2 172,6				-2 172,6	-4,9	-2 177,5
Rémunérations payées en actions				129,7				129,7		129,7
Variations nettes des titres L'Oréal auto-détenus								—		—
Variations de périmètre								—		—
Autres variations				4,8				4,8	-0,1	4,7
Situation au 31.12.2020	559 871 580	112,0	3 259,8	22 206,0	4 304,5	—	-889,1	28 993,0	5,8	28 998,8
Résultat net consolidé de la période				2 362,6				2 362,6	5,4	2 368,0
Couverture des flux de trésorerie					-123,6			-123,6	-0,2	-123,8
Réserves de conversion							266,8	266,8	0,2	267,0
Hyperinflation							14,5	14,5		14,5
Autres éléments du résultat global et recyclables en résultat					-123,6		281,3	157,7	—	157,7
Actifs financiers à la juste valeur par résultat global					1 114,7			1 114,7		1 114,7
Gains et pertes actuariels					292,9			292,9		292,9
Autres éléments du résultat global et non recyclables en résultat					1 407,6		—	1 407,6	—	1 407,6
Résultat global consolidé				2 362,6	1 284,0	—	281,3	3 927,9	5,4	3 933,3
Augmentation de capital	800 168	0,2	5,8	-0,2				5,8		5,8
Annulation d'actions auto-détenues								—		—
Dividendes versés (hors actions propres)				-2 264,4				-2 264,4	-4,7	-2 269,1
Rémunérations payées en actions				75,9				75,9		75,9
Variations nettes des titres L'Oréal auto-détenus	-3 000 000					-1 104,8		-1 104,8		-1 104,8
Variations de périmètre								—		—
Autres variations				-3,2				-3,2	0,1	-3,1
SITUATION AU 30.06.2021	557 671 748	112,1	3 265,6	22 376,7	5 588,5	-1 104,8	-607,9	29 630,2	6,6	29 636,8

Variations au premier semestre 2020

En millions d'euros	Nombre d'actions en circulation	Capital	Primes	Autres réserves et résultat	Autres éléments du résultat global	Actions auto-détenues	Réserves de conversion	Capitaux propres part du groupe	Intérêts minoritaires	Capitaux propres
Situation au 31.12.2019	558 117 205	111,6	3 130,2	20 680,9	5 595,8	—	-99,2	29 419,3	6,7	29 426,0
Résultat net consolidé de la période				1 822,5				1 822,5	1,1	1 823,6
Couverture des flux de trésorerie					78,7			78,7		78,7
Réserves de conversion							-276,8	-276,8		-276,8
Hyperinflation							5,0	5,0		5,0
Autres éléments du résultat global et recyclables en résultat					78,7		-271,8	-193,1	—	-193,1
Actifs financiers à la juste valeur par résultat global					125,7			125,7		125,7
Gains et pertes actuariels					-119,3			-119,3		-119,3
Autres éléments du résultat global et non recyclables en résultat					6,4		—	6,4	—	6,4
Résultat global consolidé				1 822,5	85,1		-271,8	1 635,8	1,1	1 636,9
Augmentation de capital	1 180 975	0,2	28,0	-0,2				28,1		28,1
Annulation d'actions auto-détenues								—		—
Dividendes versés (hors actions propres) ⁽¹⁾				-2 166,5				-2 166,5	-4,9	-2 171,3
Rémunérations payées en actions				67,3				67,3		67,3
Variations nettes des titres L'Oréal auto-détenus								—		—
Variations de périmètre								—	0,3	0,3
Autres variations				-0,3				-0,3		-0,3
SITUATION AU 30.06.2020	559 298 180	111,9	3 158,2	20 403,8	5 680,9	—	-371,0	28 983,8	3,2	28 987,0

⁽¹⁾ L'Assemblée Générale approuvant les comptes du 31 décembre 2019 s'étant tenue le 30 juin 2020, les dividendes au titre de l'exercice 2019 n'étaient pas versés au 30 juin 2020 et étaient présentés au bilan en « Autres passifs courants ».

Annexe 6 : tableaux des flux de trésorerie consolidés comparés

<i>En millions d'euros</i>	1 ^{er} semestre 2021	1 ^{er} semestre 2020	2020
Flux de trésorerie liés à l'activité			
Résultat net part du groupe	2 362,6	1 822,5	3 563,4
Intérêts minoritaires	5,4	1,1	4,2
Élimination des charges et des produits sans incidence sur la trésorerie ou non liés à l'activité :			
• amortissements, provisions et passifs d'impôts non courants	910,3	787,4	2 028,1
• variation des impôts différés	-28,3	-16,3	-10,1
• charge de rémunération des plans d'actions gratuites	75,9	67,3	129,7
• plus ou moins-values de cessions d'actifs	1,4	4,5	3,6
Autres opérations sans incidence sur la trésorerie	8,1	2,9	5,8
Résultat des sociétés mises en équivalence net des dividendes reçus	0,6	-0,7	-0,6
Marge brute d'auto-financement	3 336,1	2 668,6	5 724,1
Variation du besoin en fonds de roulement lié à l'activité	-675,1	-889,2	729,2
Flux de trésorerie générés par l'activité (A)	2 661,0	1 779,4	6 453,3
Flux de trésorerie liés aux opérations d'investissement			
Acquisitions d'immobilisations corporelles et incorporelles	-523,1	-504,8	-972,4
Cessions d'immobilisations corporelles et incorporelles	12,5	18,6	26,6
Variation des autres actifs financiers (y compris les titres non consolidés)	-23,9	6,6	-66,5
Incidence des variations de périmètre	-161,3	-1 316,5	-1 626,8
Flux nets de trésorerie liés aux opérations d'investissement (B)	-695,8	-1 796,0	-2 639,1
Flux de trésorerie liés aux opérations de financement			
Dividendes versés	-2 322,0	-82,6	-2 190,6
Augmentation de capital de la société mère	5,8	28,1	129,7
Valeur de cession / (acquisition) des actions propres	-1 104,8	—	—
Rachat d'intérêts minoritaires	—	—	—
Émission (remboursement) d'emprunts à court terme	26,5	1 509,3	-74,8
Émission d'emprunts à long terme	—	—	—
Remboursement d'emprunts à long terme	—	—	-3,6
Remboursement de la dette de location	-200,9	-219,7	-451,8
Flux nets de trésorerie liés aux opérations de financement (C)	-3 595,3	1 235,1	-2 591,1
Incidence des variations de cours des devises et de juste valeur (D)	48,5	-62,8	-103,2
Variation de trésorerie (A+B+C+D)	-1 581,6	1 155,7	1 119,9
Trésorerie d'ouverture (E)	6 405,9	5 286,0	5 286,0
TRÉSORERIE DE CLÔTURE (A+B+C+D+E)	4 824,3	6 441,7	6 405,9