

CHIFFRE D'AFFAIRES AU 30 SEPTEMBRE 2020

L'ORÉAL RENOUVE AVEC LA CROISSANCE

- **Chiffre d'affaires : 20,11 milliards d'euros**
 - - 7,4 % à données comparables ¹
 - - 6,9 % à taux de change constants
 - - 8,6 % à données publiées
- **Un troisième trimestre en croissance : + 1,6 % à données comparables ¹**
- **Croissance exceptionnelle de Cosmétique Active : + 15,2 % à données comparables ¹**
- **Puissance et progression du e-commerce ² : 23,7 % du chiffre d'affaires, + 61,6 % ¹**
- **Croissance forte en Chine continentale : + 20,8 % à données comparables ¹**

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

« Dans le contexte de la crise épidémique qui se poursuit, la priorité absolue de L'Oréal demeure d'assurer la protection sanitaire de tous ses collaborateurs, partout dans le monde.

Le Groupe est parvenu à retrouver la croissance dès ce troisième trimestre grâce au volontarisme et à la pertinence de ses choix stratégiques dans toutes les Divisions et les Zones géographiques.

Ainsi, après un premier semestre marqué par une crise de l'offre liée à la fermeture des points de vente partout dans le monde, L'Oréal a tout mis en œuvre dès le mois de juin pour stimuler la demande sur ses marques et ses produits et réenclencher tous les moteurs de la croissance. Tous les lancements initialement prévus ont été réalisés, les moyens moteurs et les investissements médias ont été renforcés, et des plans « Back to Beauty » ont été partout mis en œuvre avec nos partenaires clients, dans les magasins et en e-commerce, pour stimuler la reprise de la consommation. Ce retour de la croissance témoigne aussi de l'appétit intact des consommateurs pour les produits de beauté et pour nos innovations. Il est également le fruit du formidable engagement de tous nos collaborateurs qui se sont mobilisés dans tous les départements de l'entreprise et dans tous les pays.

L'ensemble de ces actions a permis de surperformer très significativement un marché de la beauté qui se rétablit progressivement. La Division des Produits Professionnels réalise son meilleur trimestre depuis de nombreuses années, portée par la réouverture des salons et l'accélération du e-commerce. Malgré sa forte exposition au maquillage, la Division des Produits Grand Public retrouve la croissance, grâce à de nombreuses opérations commerciales. L'Oréal Luxe surperforme nettement son marché, grâce à un panier de lancements très fourni et un portefeuille de marques unique dans l'industrie. Quant à la Division Cosmétique Active, elle réalise une croissance trimestrielle record, tirée par le succès remarquable de ses marques. Toutes les Divisions ont su saisir les opportunités du marché, en particulier dans la catégorie du soin de la peau, sur laquelle nos marques sont à l'offensive. Les équipes ont aussi su capter la puissance du e-commerce ², en croissance de + 61,6 % ¹.

En termes géographiques, l'Amérique du Nord et tous les nouveaux marchés sont repartis en croissance sur ce trimestre, avec des performances remarquables dans certains pays comme en Chine et au Brésil.

Ainsi, dans un contexte sanitaire qui reste difficile et incertain, notre performance au troisième trimestre nous conforte dans notre ambition de réaliser un deuxième semestre en croissance à données comparables ainsi que de délivrer une solide rentabilité. »

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).

Évolution du chiffre d'affaires au 30 septembre 2020

À données comparables, c'est-à-dire à structure et taux de change identiques, l'évolution du chiffre d'affaires du groupe L'Oréal ressort à - 7,4 %.

L'effet net de changement de structure est de + 0,5 %.

L'évolution à taux de change constants ressort à - 6,9 %.

Les effets monétaires ont eu un impact négatif de - 1,7 %. En extrapolant les cours de change du 30 septembre 2020, c'est-à-dire avec 1 € = 1,17 \$ jusqu'au 31 décembre, l'impact des effets monétaires s'établirait à environ - 2,6 % sur le chiffre d'affaires de l'ensemble de l'année 2020.

À données publiées, le chiffre d'affaires du Groupe, au 30 septembre 2020, atteint 20,11 milliards d'euros, soit - 8,6 %.

Chiffre d'affaires par Division et Zone géographique

	3 ^e trimestre 2020			Au 30 septembre 2020		
	M€	Croissance à données Comparables	Croissance à données Publiées	M€	Croissance à données Comparables	Croissance à données Publiées
<u>Par Division</u>						
Produits Professionnels	861,7	+ 11,0 %	+ 5,0 %	2 203,4	- 10,9 %	- 13,1%
Produits Grand Public	2 861,8	+ 0,8 %	- 4,7 %	8 712,5	- 6,2 %	- 8,6 %
L'Oréal Luxe	2 575,6	- 6,2 %	- 6,4 %	6 957,8	- 13,1 %	- 11,9 %
Cosmétique Active	737,7	+ 29,9 %	+ 21,7 %	2 239,6	+ 15,2 %	+ 10,7 %
Total Groupe	7 036,8	+ 1,6 %	- 2,0 %	20 113,3	- 7,4 %	- 8,6 %
<u>Par Zone géographique</u>						
Europe de l'Ouest	1 915,4	- 2,5 %	- 0,7 %	5 468,9	- 11,8 %	- 10,9 %
Amérique du Nord	1 854,3	+ 1,3 %	- 2,1 %	5 162,0	- 9,7 %	- 9,4 %
Nouveaux Marchés, dont :	3 267,0	+ 4,2 %	- 2,8 %	9 482,4	- 3,2 %	- 6,6 %
- <i>Asie Pacifique</i>	2 236,2	+ 2,4 %	- 1,9 %	6 704,7	- 1,8 %	- 2,9 %
- <i>Amérique latine</i>	408,1	+ 8,7 %	- 8,1 %	1 067,3	- 6,0 %	- 19,3 %
- <i>Europe de l'Est</i>	455,4	+ 7,7 %	- 2,6 %	1 254,3	- 5,5 %	- 10,3 %
- <i>Afrique, Moyen-Orient</i>	167,3	+ 8,6 %	0,0 %	456,0	- 9,2 %	- 13,0 %
Total Groupe	7 036,8	+ 1,6 %	- 2,0 %	20 113,3	- 7,4 %	- 8,6 %

PRODUITS PROFESSIONNELS

À fin septembre, la Division des Produits Professionnels est à - 10,9 % à données comparables et à - 13,1 % à données publiées.

La Division réalise sa meilleure croissance trimestrielle depuis 20 ans : + 11,0 % à données comparables. Grâce à sa transformation profonde, qui avait déjà permis un fort gain de parts de marché, et à ses actions de solidarité auprès des coiffeurs, la Division sort de la crise sanitaire avec une capacité de conquête et un leadership encore renforcés au sein de l'industrie.

La performance de la Division est tirée par l'accélération du e-commerce et le retour à la croissance des points de vente. Les performances sont particulièrement significatives en Amérique du Nord et en Europe, avec une croissance à deux chiffres sur le trimestre, et également en Chine continentale qui accélère encore après un excellent premier semestre. Premier contributeur à la croissance, le soin du cheveu est porté par la très forte dynamique de la marque *Kérastase* et le lancement réussi de *Genesis*, ainsi que par les performances de *Pro Longer* de *L'Oréal Professionnel*. La coloration repart fortement en croissance sur le trimestre portée par la performance de *Blond Studio* de *L'Oréal Professionnel* et de *Shades EQ* chez *Redken*.

PRODUITS GRAND PUBLIC

À fin septembre, la Division des Produits Grand Public est à - 6,2 % à données comparables et à - 8,6 % à données publiées.

La Division renoue avec la croissance au troisième trimestre à + 0,8 % à données comparables ; *Garnier* est en progression à deux chiffres et *L'Oréal Paris* revient en croissance malgré son exposition au marché du maquillage. La Division tire avantage de ses opérations « *Back to Beauty* » et de ses innovations ce qui lui permet d'accélérer au troisième trimestre sur l'ensemble de ses grandes catégories.

Au troisième trimestre, en coloration, elle gagne des parts de marché sur une catégorie en forte croissance ; en soin du cheveu, elle réalise une croissance à deux chiffres grâce au succès confirmé des lancements de *Fructis Hair Food* et *Elseve Dream Long* ; et la catégorie du soin visage accélère, grâce aux lancements de sérums concentrés en puissants actifs dermatologiques de *L'Oréal Paris* et au succès des masques tissus de *Garnier*, geste de « beauté à domicile » qui se démocratise. Enfin, même si au global le maquillage reste déprimé, *NYX Professional Makeup* gagne des parts de marché et *Maybelline New York* réussit ses lancements comme *Lifter Gloss*, dans un marché où la demande reprend chez les jeunes. Dans la catégorie des vernis, *Essie* est en forte croissance, bénéficiant du courant porteur de manucure à la maison.

Toutes les régions, à l'exception de l'Asie du Sud, ont retrouvé une dynamique positive, en particulier en Chine continentale, au Brésil, au Royaume-Uni, en Allemagne et en France.

Enfin, grâce à son avance digitale, la Division accélère encore sa conquête du e-commerce ², en progression de + 49,2 % ¹.

L'ORÉAL LUXE

À fin septembre, L'Oréal Luxe est à - 13,1 % à données comparables et à - 11,9 % à données publiées, dans un marché mondial de la beauté de luxe en repli d'environ 19 %.

L'Oréal Luxe surperforme le marché sur ses trois catégories. En soin de la peau, les gains sont très nets, portés par la puissance et la complémentarité des marques *Lancôme*, *Kiehl's*, *Helena Rubinstein* et *Biotherm*. En parfum, la période a été marquée par l'excellent démarrage de trois nouvelles fragrances féminines, *Angel Nova* de *Mugler*, *Voce Viva* de *Valentino* et *My Way* de *Giorgio Armani*, qui viennent s'ajouter aux succès confirmés de *Libre* de *Yves Saint Laurent* et *Idôle* de *Lancôme*.

À fin septembre, L'Oréal Luxe gagne des parts de marché dans presque toutes les Zones. Il faut souligner les très belles performances en Asie Pacifique, tirées par la Chine continentale, de nouveau en croissance très significative mais aussi en Europe de l'Ouest, Europe de l'Est et Amérique latine. L'Amérique du Nord confirme son redressement régulier. Le Travel Retail reste quant à lui très pénalisé par le faible trafic aérien.

Par ailleurs, la Division poursuit sa vive progression en e-commerce ², en hausse mondialement de + 60,5 % ¹.

COSMÉTIQUE ACTIVE

La Division Cosmétique Active affiche à fin septembre une croissance de + 15,2 % à données comparables et + 10,7 % à données publiées, dans un marché dermocosmétique étale.

La Division a accéléré au troisième trimestre pour atteindre une croissance record de + 29,9 %. Les marques principales et toutes les Zones sont en croissance, et la Division a gagné des parts de marché.

La croissance est tirée par un plan d'accélération puissant portant sur une stratégie d'activation dynamique en lien avec les prescripteurs, les points de vente, et les consommateurs, à la fois en ligne et hors ligne. Les investissements de la Division ces dernières années en digital et en e-commerce ont fortement contribué à faire de ce circuit de distribution le principal contributeur à la croissance. Parallèlement, dès la fin du confinement, la Division s'est focalisée sur l'activité des points de vente, permettant ainsi un retour à la croissance de la dermocosmétique au troisième trimestre.

Les Zones Asie et Amérique du Nord sont les principaux moteurs de croissance de la Division. Les marques *CeraVe*, *SkinCeuticals* et *La Roche-Posay* ont enregistré une croissance à deux chiffres ainsi que des gains de parts de marché. *CeraVe*, en particulier, est le premier contributeur à la croissance avec des gains de parts de marché partout dans le monde et dans les principaux marchés.

Synthèse par Zone géographique

EUROPE DE L'OUEST

À fin septembre, la Zone est à - 11,8 % à données comparables et - 10,9 % à données publiées. La plupart des pays ont renoué avec la croissance au troisième trimestre, en particulier la France, l'Allemagne et le Royaume-Uni. En revanche, l'Espagne a été pénalisée sur l'été par une forte baisse du tourisme, et l'activité du Travel Retail a été affectée par un trafic aérien très réduit.

Au troisième trimestre, la consommation de produits de beauté se rétablit progressivement, même si le maquillage reste en repli. Toutes les Divisions ont mis en place des plans d'animation soutenus qui ont permis aux marques d'avoir une forte visibilité sur la période. En parallèle, la croissance du e-commerce² est restée très dynamique. La Division des Produits Grand Public est en croissance et surperforme significativement son marché sur le trimestre. *Garnier* continue de gagner des parts de marché, en particulier en soin du cheveu avec le succès de la ligne de soins capillaires *Fructis Hair Food*, ainsi qu'en coloration. *L'Oréal Paris* a renforcé ses positions en soin visage, avec notamment le très bon démarrage du sérum *Revitalift Filler*. L'Oréal Luxe a également gagné des parts de marché, en particulier sur les parfums avec le démarrage très encourageant d'*Angel Nova* de *Mugler* et de *My Way* de *Giorgio Armani*. Le dynamisme des marques *La Roche-Posay* et *CeraVe* permet à la Division de revenir vers l'équilibre à fin septembre. Enfin, la Division des Produits Professionnels a renoué avec une croissance très dynamique au troisième trimestre.

AMÉRIQUE DU NORD

À fin septembre, la Zone est à - 9,7 % à données comparables et - 9,4 % à données publiées.

Elle progresse au troisième trimestre. Toutes les Divisions ont maintenu la croissance en e-commerce. Malgré un marché du maquillage en repli, la Division des Produits Grand Public est de nouveau en croissance. Elle réalise une croissance à trois chiffres en e-commerce, renforce son leadership en coloration, et progresse dans la catégorie du soin de la peau, en particulier avec *Revitalift Glycolic Acid* et *10 % Pure Hyaluronic Acid* de *L'Oréal Paris*, et aux *Eaux Micellaires* de *Garnier*. Malgré les défis liés à la distribution physique, L'Oréal Luxe a surpassé ses concurrents en e-commerce, et a surperformé le marché dans la catégorie du parfum. Avec un trimestre en croissance à deux chiffres, la Division des Produits Professionnels a confirmé les premiers signes de reprise de juin. SalonCentric est un atout clé pour atteindre cette performance robuste. La Division a renforcé son empreinte digitale avec *Kérastase* et a plus que doublé ses ventes sur Amazon avec *Matrix* et *Redken*. La Division Cosmétique Active a enregistré une croissance exceptionnelle de plus de 50 % au troisième trimestre grâce à *CeraVe*, *La Roche-Posay* et *SkinCeuticals*, et une croissance à trois chiffres en e-commerce.

NOUVEAUX MARCHÉS

Asie Pacifique : la Zone est à - 1,8 % à données comparables et à - 2,9 % à données publiées, avec un retour à la croissance au troisième trimestre. Toutes les Divisions sont en amélioration. Malgré l'impact de la pandémie, L'Oréal a continué son amélioration et a gagné des parts de marché au troisième trimestre hors de la Chine continentale. Cette amélioration est portée par la catégorie du soin de la peau, première catégorie du marché. *La Roche-Posay* et *CeraVe* gagnent des parts de marché. Les marques phares du luxe ont enregistré une forte croissance en e-commerce. *Garnier* a surperformé le marché avec de nouveaux lancements dans les pays émergents. Le e-commerce continue son accélération. La consommation dans les points de vente revient progressivement.

L'Australie, la Nouvelle-Zélande et le Vietnam sont en progression à l'issue des neuf mois. L'Inde, malgré l'augmentation significative de cas de Covid-19, a montré des signes d'amélioration des ventes au troisième trimestre. Hong Kong continue de subir l'absence de touristes.

La **Chine continentale** est à + 20,8 % à données comparables et + 18,1 % à données publiées, à fin septembre, surperformant largement le marché, qui poursuit son redressement avec une croissance au troisième trimestre. La vitesse de la reprise est contrastée par circuit de distribution et par catégorie, toutefois la reprise de l'activité dans les points de vente, ainsi que le marché sélectif du maquillage, est particulièrement encourageante. L'Oréal Chine a surperformé le marché et renforcé sa position de leader en e-commerce et en distribution sélective. Toutes les Divisions ont enregistré des gains de parts de marché.

L'Oréal Luxe a surperformé le marché en soin de la peau avec *Lancôme*, *Kiehl's* et *Helena Rubinstein*, et en maquillage pendant la Saint Valentin chinoise, lors de laquelle *Yves Saint Laurent* est devenue la première marque sélective. La Division des Produits Grand Public progresse en soin du cheveu avec le lancement de la gamme *Hyaluronic Acid* de *L'Oréal Paris*, ainsi qu'en soin de la peau. La Division Cosmétique Active enregistre une forte croissance tirée par *SkinCeuticals* et *La Roche-Posay*. La Division des Produits Professionnels est à nouveau en croissance à deux chiffres au troisième trimestre.

Amérique latine : la Zone est à - 6,0 % à données comparables et - 19,3 % à données publiées, à fin septembre. Trois des Divisions sont en croissance au troisième trimestre. Le Brésil est en accélération au troisième trimestre avec une croissance à deux chiffres dans toutes les Divisions. Tous les autres pays sont aussi en amélioration, notamment l'Argentine, l'Uruguay et le Chili. Le principal moteur de croissance est le e-commerce, multiplié par quatre sur le troisième trimestre. Le plan « *Back to Beauty* » mis en place dans la plupart des pays a notamment permis de maximiser les opportunités de la reprise progressive en magasins. La performance est tirée par des innovations phares en soin du cheveu avec *Genesis* de *Kérastase* et *Série Expert Pro Longer* pour la Division des Produits Professionnels, et *Dream Long* pour la Division des Produits Grand Public. En soin de la peau, la croissance est à deux chiffres, portée par *CeraVe* à la Division Cosmétique Active et par *Hyaluro* et *SkinActive* à la Division des Produits Grand Public. L'Oréal Luxe devient numéro un du marché grâce à l'accélération forte en e-commerce et le lancement du parfum *Libre* de *Yves Saint Laurent*.

Europe de l'Est : la Zone est, à fin septembre, à - 5,5 % à données comparables et - 10,3 % à données publiées. Le marché marque un retour progressif à la croissance, en particulier dans les pays d'Europe Centrale, mais reste négatif en Russie. Dès juin, des plans de rebond ont été mis en place, avec des opérations de promotion, des médias et des lancements dans toutes les Divisions et tous les pays.

Au troisième trimestre, toutes les Divisions sont en croissance, en particulier les Divisions Cosmétique Active et Produits Professionnels ; la République Tchèque, la Hongrie, Israël et la Roumanie sont en forte progression. Le e-commerce contribue fortement à la croissance et représente 16 % du chiffre d'affaires.

Afrique, Moyen-Orient : la Zone est à - 9,2 % à données comparables et à - 13,0 % à données publiées. Au Moyen-Orient, la situation continue à être difficile, principalement en Arabie Saoudite. En Afrique subsaharienne, le marché s'améliore progressivement en Afrique du Sud. Les plans de rebond se sont concentrés sur des activations fortes en ligne et hors ligne, ainsi que le programme « *Back to Beauty* ». Les Divisions Cosmétique Active, Produits Grand Public et L'Oréal Luxe sont les moteurs de croissance de la Zone, ainsi que les pays du Levant, l'Égypte et le Maroc.

Faits marquants de la période du 01/07/20 au 30/09/20 et événements postérieurs à la clôture

- Le 31 août, L'Oréal a annoncé le lancement de sa deuxième opération d'actionnariat salarié. Cette opération, déployée dans 57 pays, permet d'associer plus étroitement les salariés de L'Oréal, tant en France qu'à l'étranger, au développement du Groupe.
- Le 16 septembre, L'Oréal a annoncé figurer au Top 10 de l'indice Diversité et Inclusion 2020 de Refinitiv qui établit le classement des 100 meilleures entreprises au monde parmi les 9 000 sociétés internationales qu'il évalue, grâce à une série d'indicateurs variés liés à la Diversité et à l'Inclusion.
- Le 1^{er} octobre, L'Oréal a annoncé avoir pris la 10^e place du classement mondial Universum 2020 des entreprises préférées des étudiants et diplômés d'écoles de commerce, gagnant deux places par rapport à 2019. L'Oréal est l'unique entreprise française et européenne à figurer dans le Top 10 de ce prestigieux palmarès.
- Le 8 octobre, L'Oréal a annoncé la nomination de Barbara Lavernos au poste de Directrice Générale en charge de la Recherche, de l'Innovation et des Technologies. Antoine Vanlaeys est nommé Directeur Général des Opérations. Ces nominations prendront effet le 1^{er} février 2021.
- Le 14 octobre, L'Oréal a annoncé la succession de Jean-Paul Agon à la Direction Générale à compter du 1^{er} mai 2021. Le Conseil d'Administration de L'Oréal s'est réuni, sous la Présidence de Jean-Paul Agon. Suivant les recommandations du Comité des Nominations et de la Gouvernance, le Conseil a décidé d'une nouvelle gouvernance et d'un plan de succession à la tête du Groupe. Les statuts de la Société ne prévoyant aucune dérogation à la limite d'âge légale de 65 ans, Jean-Paul Agon devra transmettre ses fonctions de Directeur Général avant juillet 2021. Dans ce contexte, le Conseil d'Administration a annoncé son intention de dissocier les fonctions de Président et de Directeur Général. Il a annoncé son intention de renouveler Jean-Paul Agon dans sa fonction de Président du Conseil d'Administration, fonction qu'il occupe depuis 2011, et de nommer Nicolas Hieronimus en qualité de Directeur Général.

Par ailleurs, dans le cadre de ses échanges avec le Comité des Nominations et de la Gouvernance, Jean-Paul Agon, en accord avec le Conseil d'Administration et avec le plein soutien de Nicolas Hieronimus, a souhaité maintenir la fonction de Directeur Général Adjoint, fonction qu'a exercée Nicolas Hieronimus auprès de lui depuis 2017. C'est Barbara Lavernos, en charge à partir de février 2021 de la Direction Recherche, Innovation, Technologies, qui sera nommée Directrice Générale Adjointe au 1^{er} mai 2021.

« 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 Domitille FAFIN
Tél : 01.47.56.76.71
domitille.fafin@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 2019/2020 (en millions d'euros)

	2019	2020
Premier trimestre	7 550,5	7 225,2
Deuxième trimestre	7 261,0	5 851,3
Total premier semestre	14 811,5	13 076,5
Troisième trimestre	7 182,8	7 036,8
Total neuf mois	21 994,3	20 113,3
Quatrième trimestre	7 879,3	
Total année	29 873,6	