

## CHIFFRE D'AFFAIRES AU 30 SEPTEMBRE 2016

### BONNE DYNAMIQUE DE CROISSANCE SUR LES NEUF PREMIERS MOIS + 4,7 % À DONNÉES COMPARABLES\*

- **Chiffre d'affaires : 19,05 milliards d'euros**
  - + 4,9 % à taux de change constants
  - + 4,7 % à données comparables
  - + 1,6 % à données publiées
- **Confirmation de la dynamique retrouvée de la Division des Produits Grand Public**
- **Excellente performance de L'Oréal Luxe et de la Division Cosmétique Active**
- **Forte progression en Amérique du Nord**

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

« L'Oréal réalise un troisième trimestre dynamique avec un chiffre d'affaires en progression de + 5,6 % à données comparables, qui illustre la solidité de notre croissance.

La Division des Produits Grand Public poursuit sur sa lancée et surperforme son marché, portée par l'accélération du maquillage avec la percée de la marque NYX Professional Makeup, le déploiement mondial d'Ultra Doux de Garnier, et une excellente performance en Amérique du Nord. L'Oréal Luxe réalise un très bon troisième trimestre, grâce au succès de ses marques en maquillage et à la réussite de ses initiatives parfums, et gagne des parts de marché, tout particulièrement en Chine et aux États-Unis. La Division Cosmétique Active renforce sa croissance dans un contexte de ralentissement du marché dermocosmétique en Europe.

En Amérique du Nord, L'Oréal accélère fortement et accentue sa surperformance par rapport au marché. L'Europe de l'Ouest est en progression et croît plus rapidement que le marché, à l'exception de la France où l'environnement reste très morose. Les Nouveaux Marchés maintiennent leur rythme de croissance avec de belles performances dans un grand nombre de pays d'Asie du Sud, d'Amérique Latine et d'Europe de l'Est.

La digitalisation avancée du Groupe et la poursuite d'acquisitions ciblées, deux leviers stratégiques de croissance, se concrétisent par un développement soutenu des ventes en ligne, à + 32 %\*\*, et par l'intégration récente de IT Cosmetics, marque américaine de maquillage qui enrichit notre portefeuille mondial.

Ces bonnes performances confirment notre ambition d'une croissance au deuxième semestre supérieure à celle du premier, et renforcent notre confiance dans notre capacité à réaliser, en 2016, une nouvelle année de progression du chiffre d'affaires et des résultats. »

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

\*\* 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 au 30 septembre 2016

À données comparables, c'est-à-dire à structure et taux de change identiques, la croissance du chiffre d'affaires ressort à + 4,7 %.

L'effet net de changement de structure est de + 0,2 %.

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

Les effets monétaires ont eu un impact négatif de - 3,3 %. En extrapolant les taux de change du 30 septembre 2016, c'est-à-dire avec 1 € = 1,12 \$ jusqu'au 31 décembre, l'impact des effets monétaires s'établirait à environ - 3,3 % sur le chiffre d'affaires de l'ensemble de l'année 2016.

À données publiées, le chiffre d'affaires du Groupe, au 30 septembre 2016, s'établit à 19,05 milliards d'euros, en croissance de + 1,6 %.

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

	3 <sup>e</sup> trimestre 2016			Au 30 septembre 2016		
	M€	Croissance à données Comparables	Publiées	M€	Croissance à données Comparables	Publiées
<b>Par Division opérationnelle</b>						
Produits Professionnels	808,5	0,9 %	- 0,3 %	2 532,9	1,8 %	- 0,7 %
Produits Grand Public	2 859,5	4,7 %	2,1 %	9 014,4	4,4 %	0,6 %
L'Oréal Luxe	1 858,5	9,3 %	9,0 %	5 453,7	6,8 %	5,0 %
Cosmétique Active	425,7	6,5 %	4,0 %	1 447,1	5,4 %	1,3 %
<b>Total Divisions cosmétiques</b>	<b>5 952,2</b>	<b>5,6 %</b>	<b>4,0 %</b>	<b>18 448,2</b>	<b>4,8 %</b>	<b>1,7 %</b>
<b>Par Zone géographique</b>						
Europe de l'Ouest*	1 845,8	2,2 %	- 0,5 %	5 980,4	1,7 %	0,1 %
Amérique du Nord	1 755,2	7,5 %	8,2 %	5 215,2	5,6 %	5,4 %
Nouveaux Marchés, dont :	2 351,3	7,1 %	4,5 %	7 252,6	7,0 %	0,6 %
- Asie, Pacifique*	1 324,2	3,2 %	2,9 %	4 189,8	4,4 %	1,8 %
- Amérique Latine	481,1	15,0 %	5,8 %	1 344,5	12,1 %	- 4,3 %
- Europe de l'Est	369,6	11,7 %	8,0 %	1 143,3	9,8 %	- 0,2 %
- Afrique, Moyen-Orient	176,3	9,7 %	6,9 %	575,1	9,7 %	5,8 %
<b>Total Divisions cosmétiques</b>	<b>5 952,2</b>	<b>5,6 %</b>	<b>4,0 %</b>	<b>18 448,2</b>	<b>4,8 %</b>	<b>1,7 %</b>
The Body Shop	200,9	2,8 %	- 5,4 %	599,5	0,5 %	- 4,0 %
<b>Total Groupe</b>	<b>6 153,2</b>	<b>5,6 %</b>	<b>3,6 %</b>	<b>19 047,8</b>	<b>4,7 %</b>	<b>1,6 %</b>

\* Au 1<sup>er</sup> 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 septembre, la Division des Produits Professionnels enregistre une croissance de + 1,8 % à données comparables, soit - 0,7 % à données publiées.**

La coloration, principal contributeur à la croissance, poursuit sa dynamique grâce à des piliers solides dans toutes les marques, *Shades Eq* chez *Redken*, *SoColor Beauty* chez *Matrix*, *Inoa* et *Dia* chez *L'Oréal Professionnel*, et grâce au succès des lancements *Blond Studio* et *Hair Touch Up* chez *L'Oréal Professionnel*. En soin professionnel, *Decléor* poursuit son développement en Europe de l'Ouest.

L'Europe de l'Ouest confirme sa bonne tenue. L'Europe de l'Est, l'Amérique Latine hispanophone et la Zone Afrique, Moyen-Orient sont en forte croissance. La performance de la Division a été impactée par le ralentissement temporaire aux États-Unis. L'Inde et la Russie sont les principaux contributeurs à la croissance.

## PRODUITS GRAND PUBLIC

**À fin septembre, la Division des Produits Grand Public surperforme le marché avec une progression de + 4,4 % à données comparables et + 0,6 % à données publiées.**

La croissance de la Division est portée par le succès de ses initiatives stratégiques.

D'une part, le maquillage avec la percée de *NYX Professional Makeup*, en cours de déploiement international, et la croissance de *Maybelline* en particulier aux États-Unis, et d'autre part, le capillaire renforcé par la mondialisation d'*Ultra Doux*.

Le soin est dynamisé par le succès continu des *Eaux Micellaires* de *Garnier* et l'innovation des masques à l'argile de *L'Oréal Paris*. La coloration renoue avec la croissance grâce à *Magic Retouch* de *L'Oréal Paris*.

La Division renforce sa part de marché mondiale, avec une surperformance marquée en Amérique du Nord et une bonne performance en Europe de l'Ouest, en particulier au Royaume-Uni, en Espagne et en Allemagne.

## L'ORÉAL LUXE

**À fin septembre, L'Oréal Luxe progresse de + 6,8 % à données comparables et de + 5,0 % à données publiées, après un excellent troisième trimestre à + 9,3 % en comparable.**

La Division accélère avec une forte croissance en maquillage et la réussite de ses parfums. *Lancôme* se renforce avec *Absolu Rouge*, de belles performances en maquillage du teint, et en parfum avec *La Vie est Belle*. *Yves Saint Laurent* poursuit sa forte croissance avec l'excellent démarrage de son parfum *Mon Paris*, qui s'ajoute au succès de *Black Opium*, et un maquillage très dynamique. *Giorgio Armani* réalise une grande année, avec un fort développement en soin et maquillage. *Urban Decay* a été lancé dans dix nouveaux pays cette année et progresse rapidement grâce à son nouveau rouge à lèvres *Vice*. *Kiehl's* poursuit son développement et crée les soins sur mesure *Apothecary Preparations*. L'Oréal Luxe enrichit son portefeuille de marques avec les acquisitions de *IT Cosmetics* et *Atelier Cologne*.

L'Oréal Luxe poursuit ses gains de parts de marché au niveau mondial ; en Asie, en particulier en Chine, et dans un grand nombre de pays comme les États-Unis, la Russie, l'Espagne et le Royaume-Uni.

## COSMÉTIQUE ACTIVE

**À fin septembre, la Division Cosmétique Active poursuit sa dynamique de croissance. Le chiffre d'affaires progresse de + 5,4 % à données comparables et de + 1,3 % à données publiées.**

Malgré un ralentissement persistant des marchés en Europe et en Asie, la Division accélère.

*La Roche-Posay* maintient une forte croissance sur le trimestre, soutenue par *Effaclar* qui lance *Effaclar Duo+ Unifiant*, son soin teinté anti-imperfections. *Vichy* innove avec le lancement de *Slow Age*, ainsi que sur le segment capillaire des traitements anti-chute avec *Dercos Aminexil Clinical 5*. *Roger&Gallet* se lance dans le soin visage avec *Aura Mirabilis*, un soin enrichi de 18 plantes officinales distillées.

La performance de la Division est particulièrement soutenue en Amérique du Nord et en Amérique Latine.

## Synthèse multi-divisions par Zone géographique

### EUROPE DE L'OUEST

La croissance ressort à + 1,7 % à données comparables et à + 0,1 % à données publiées. Le Groupe surperforme le marché, avec notamment de belles performances au Royaume-Uni, en Allemagne et en Espagne. Le marché français reste difficile, dans un contexte de consommation toujours morose.

Le maquillage est un important moteur de croissance, avec notamment une très bonne dynamique de *Urban Decay*. *NYX Professional Makeup* s'implante avec succès dans chaque pays. À noter aussi sur le soin du visage, le démarrage très prometteur des masques à l'argile de *L'Oréal Paris* et des masques tissu *Hydra Bomb* de *Garnier*.

### AMÉRIQUE DU NORD

Dans un marché dynamique, la Zone réalise une croissance de + 5,6 % à données comparables et + 5,4 % à données publiées. Le Groupe renforce sa part de marché, en particulier à la Division des Produits Grand Public qui surperforme le marché, avec les fortes progressions de *NYX Professional Makeup*, la croissance de *Maybelline*, et *Garnier* dont le lancement de *Whole Blends (Ultra Doux)* connaît un bon début. *L'Oréal Luxe* affiche également de belles performances et bat son marché, portée par la qualité de son portefeuille de marques, en particulier *Urban Decay*, *Yves Saint Laurent* et *Kiehl's*.

### NOUVEAUX MARCHÉS

**Asie, Pacifique :** la Zone progresse de + 4,4 % à données comparables et de + 1,8 % à données publiées. En Asie du Nord, le Groupe est en croissance au Japon et continue sa progression en Corée du Sud et à Taiwan. En Chine, alors que le marché des Produits Grand Public est impacté par un ralentissement de certains des circuits de distribution historiques, *L'Oréal Luxe* réalise une belle performance et continue à surperformer un marché dynamique, grâce notamment aux marques *Yves Saint Laurent* et *Giorgio Armani*. Les résultats sont bons en Asie du Sud, avec de forts gains dans la catégorie du maquillage, grâce à *L'Oréal Paris* et au déploiement de *NYX Professional Makeup*. En soin de la peau, *Garnier* continue à se développer.

**Amérique Latine :** la Zone a réalisé une croissance à + 12,1 % à données comparables, soit - 4,3 % en publié. L'Amérique hispanophone réalise une belle accélération avec des performances remarquées au Mexique, des avancées au Pérou et en Colombie. La Division des Produits Grand Public dynamise la croissance en particulier grâce à *Maybelline* et *Vogue*. Le Brésil surmonte les effets de la réforme fiscale de l'IPI en 2015, retrouve la croissance avec une accélération de *Niely*, et *La Roche-Posay* gagne des parts de marché.

**Europe de l'Est :** la Zone est à + 9,8 % à données comparables et - 0,2 % à données publiées. Le Groupe surperforme le marché, avec notamment de belles performances en Russie et en Pologne. Le maquillage est la catégorie qui contribue le plus à la croissance, que ce soit chez *L'Oréal Luxe* avec *Urban Decay* et *Yves Saint Laurent*, ou à la Division des Produits Grand Public avec *Maybelline* et *NYX Professional Makeup*.

**Afrique, Moyen-Orient :** la Zone croît à + 9,7 % en comparable et à + 5,8 % à données publiées. *L'Oréal* continue de gagner des parts de marché, en dépit d'un ralentissement des marchés au Moyen-Orient.

### THE BODY SHOP

The Body Shop enregistre une progression de + 0,5 % à données comparables, soit - 4,0 % à données publiées, marquée par une amélioration de la croissance en Amérique du Nord. Le ralentissement du marché à Hong Kong et en Arabie Saoudite continue d'impacter la croissance globale. Le soin de la peau poursuit son développement grâce au lancement d'une gamme de cinq nouveaux masques pour le visage.

## Faits marquants de la période du 01/07/16 au 30/09/16

- Le 13 juillet, L'Oréal a remis au Groupe Rivadis une offre ferme d'acquisition de la société des Thermes de Saint-Gervais-les-Bains et de la licence de la marque *Saint-Gervais Mont Blanc*. L'accord de la Commune de Saint-Gervais-les-Bains a été obtenu le 3 août. L'acquisition a été finalisée le 2 novembre 2016.
- Le 21 juillet, L'Oréal a inauguré, à Johannesburg, un nouveau centre de Recherche et Innovation dédié aux spécificités de la peau et du cheveu africains ainsi qu'aux rituels de beauté et attentes des consommateurs subsahariens.
- Le 22 juillet, L'Oréal a annoncé la signature d'un accord définitif pour l'acquisition de IT Cosmetics, l'une des marques américaines sélectives de beauté qui connaît la plus forte croissance du secteur pour un montant en numéraire de 1,2 milliards de dollars US. L'acquisition a été finalisée le 31 août 2016.

---

*«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  
Tél : 01.47.56.83.02  
[jean-regis.carof@loreal.com](mailto:jean-regis.carof@loreal.com)

#### **Analystes financiers et Investisseurs Institutionnels**

Mme Françoise LAUVIN  
Tél : 01.47.56.86.82  
[francoise.lauvin@loreal.com](mailto:francoise.lauvin@loreal.com)

#### **Journalistes**

Mme Stephanie CARSON-PARKER  
Tél : 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).

---

## Annexe

### Chiffre d'affaires du Groupe L'Oréal 2015/2016 (en millions d'euros)

	2015	2016
<u>Premier trimestre :</u>		
Divisions cosmétiques	6 243,9	6 352,4
The Body Shop	192,4	200,1
<b>Total premier trimestre</b>	<b>6 436,3</b>	<b>6 552,4</b>
<u>Deuxième trimestre :</u>		
Divisions cosmétiques	6 163,1	6 143,6
The Body Shop	219,5	198,5
<b>Total deuxième trimestre</b>	<b>6 382,6</b>	<b>6 342,2</b>
<u>Premier semestre :</u>		
Divisions cosmétiques	12 407,0	12 496,0
The Body Shop	411,9	398,6
<b>Total premier semestre</b>	<b>12 818,9</b>	<b>12 894,6</b>
<u>Troisième trimestre :</u>		
Divisions cosmétiques	5 725,1	5 952,2
The Body Shop	212,5	200,9
<b>Total troisième trimestre</b>	<b>5 937,5</b>	<b>6 153,2</b>
<u>Neuf mois :</u>		
Divisions cosmétiques	18 132,1	18 448,2
The Body Shop	624,3	599,5
<b>Total neuf mois</b>	<b>18 756,4</b>	<b>19 047,8</b>
<u>Quatrième trimestre :</u>		
Divisions cosmétiques	6 158,1	
The Body Shop	342,9	
<b>Total quatrième trimestre</b>	<b>6 501,0</b>	
<u>Année :</u>		
Divisions cosmétiques	24 290,2	
The Body Shop	967,2	
<b>Total année</b>	<b>25 257,4</b>	