

Chiffre d'affaires au 30 septembre 2013

L'ORÉAL POURSUIT L'AMÉLIORATION DE SES POSITIONS MONDIALES

- **Chiffre d'affaires : 17,21 milliards d'euros**
 - + 6,0 % à taux de change constants
 - + 4,9 % à données comparables
 - + 2,9 % à données publiées
- **Maintien de la dynamique des Nouveaux Marchés**
- **Croissance solide en Europe de l'Ouest**
- **Amérique du Nord impactée par le ralentissement du marché et par la réduction des stocks dans la distribution**
- **Confiance en une nouvelle année de croissance du chiffre d'affaires, des résultats et de la rentabilité**

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

« Depuis le début de l'année, L'Oréal gagne des parts de marché dans l'ensemble des divisions et des zones géographiques renforçant ainsi sa position de numéro un mondial.

Au 3^{ème} trimestre, la demande pour les produits du Groupe est restée forte, portée par de grandes initiatives produits et leur mondialisation : Olia de Garnier et Elsève de L'Oréal Paris à la Division des Produits Grand Public, Si de Giorgio Armani et Dreamtone de Lancôme chez L'Oréal Luxe ou encore Idéalia de Vichy à la Division Cosmétique Active.

En Europe de l'Ouest, le Groupe réalise une croissance solide, particulièrement en France et en Allemagne. En Amérique du Nord, le chiffre d'affaires de la Division des Produits Grand Public a été impacté par le ralentissement du marché et par les réductions de stocks opérées par les distributeurs, au-delà de ce que nous avons anticipé. Le Groupe poursuit sa bonne dynamique dans l'ensemble des Nouveaux Marchés, notamment en Chine, en Inde, au Brésil, ou en Russie.

Le contexte économique reste marqué par quelques incertitudes sur l'évolution du marché et par l'impact négatif des monnaies. Mais nos perspectives de croissance, soutenues par les innovations et la mondialisation de nos grandes marques, et conjuguées à une stratégie d'acquisitions ciblées et complémentaires, nous permettent d'envisager l'avenir avec confiance.

Nous confirmons nos objectifs pour 2013 et notre ambition de réaliser une nouvelle année de croissance du chiffre d'affaires, des résultats et de la rentabilité ».

A – Evolution du chiffre d'affaires au 30 septembre 2013

À données comparables, c'est-à-dire à structure et taux de change identiques, la croissance du chiffre d'affaires du groupe L'Oréal ressort à + 4,9 %.

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

Les effets monétaires ont eu un impact négatif de - 3,1 % à fin septembre 2013, et de - 6,0 % sur le 3^{ème} trimestre, en raison de la dépréciation de nombreuses devises parmi lesquelles : le dollar américain, le réal brésilien, le yen japonais, la roupie indienne et le peso argentin.

La croissance à taux de change constants ressort à + 6,0 %. En extrapolant les cours de change actuels (c'est-à-dire 1 € = 1,38 \$) jusqu'au 31 décembre, l'impact des effets monétaires s'établirait à - 3,8 % sur l'ensemble de l'année 2013.

À données publiées, le chiffre d'affaires du Groupe, au 30 septembre 2013, atteint 17,213 milliards d'euros en progression de + 2,9 %.

Chiffre d'affaires par division opérationnelle et zone géographique

	3 ^o trimestre 2013			Au 30 septembre 2013		
	M€	Croissance à données Comparables	Publiées	M€	Croissance à données Comparables	Publiées
Par division opérationnelle						
Produits Professionnels	715,8	2,9 %	- 2,9 %	2 247,7	1,8 %	- 0,6 %
Produits Grand Public	2 600,2	3,4 %	- 2,0 %	8 323,2	5,3 %	2,8 %
L'Oréal Luxe	1 438,2	5,9 %	2,7 %	4 265,0	6,2 %	5,3 %
Cosmétique Active	356,0	8,5 %	3,1 %	1 263,1	8,0 %	5,6 %
Total cosmétique	5 110,3	4,4 %	- 0,5 %	16 099,0	5,3 %	3,1 %
Par zone géographique						
Europe de l'Ouest	1 781,2	2,6 %	1,4 %	5 680,1	2,0 %	1,5 %
Amérique du Nord	1 313,6	0,6 %	- 2,7 %	4 056,8	3,8 %	3,4 %
Nouveaux Marchés, dont :	2 015,5	8,6 %	- 0,7 %	6 362,1	9,4 %	4,4 %
- Asie, Pacifique	1 053,8	8,2 %	- 1,2 %	3 294,0	8,0%	3,0 %
- Amérique Latine	455,6	8,5 %	- 3,1 %	1 421,9	11,8 %	5,2 %
- Europe de l'Est ⁽¹⁾	380,9	7,6 %	1,1 %	1 260,8	9,3 %	6,3 %
- Afrique, Moyen-Orient ⁽¹⁾	125,1	15,4 %	8,1 %	385,3	13,1 %	8,2 %
Total cosmétique	5 110,3	4,4 %	- 0,5 %	16 099,0	5,3 %	3,1 %
The Body Shop	179,9	0,1 %	- 5,8 %	548,7	0,4 %	- 2,9 %
Dermatologie ⁽²⁾	184,9	0,0 %	- 3,1 %	565,4	0,2 %	1,1 %
Total Groupe	5 475,1	4,1 %	- 0,8 %	17 213,2	4,9 %	2,9 %

(1) Au 1^{er} juillet 2013, la Turquie et Israël, qui étaient précédemment comptabilisés dans la zone Afrique, Moyen-Orient, ont été rattachés à la zone Europe de l'Est. Tous les historiques ont été retraités pour tenir compte de ce changement.

(2) Part revenant au Groupe, soit 50 %.

1) Evolution du chiffre d'affaires cosmétique

PRODUITS PROFESSIONNELS

Au 30 septembre, la Division des Produits Professionnels a enregistré + 1,8 % à données comparables et - 0,6 % à données publiées. Les marchés matures restent difficiles, en particulier l'Europe du Sud. La Division maintient son dynamisme dans les Nouveaux Marchés.

- Sur le segment du luxe capillaire, *Kérastase* enregistre un nouveau trimestre de croissance. La nouvelle gamme *Styling Couture* confirme son succès. La catégorie du soin du cheveu continue de bien se développer grâce au succès des huiles capillaires et au déploiement de la gamme *Biologie Advanced* de *Matrix* aux Etats-Unis. En coloration, la technologie ODS2, présente sur trois marques de la Division (*L'Oréal Professionnel*, *Matrix* et *Redken*) poursuit son développement. *Essie*, en forte progression, renforce son positionnement d'expert professionnel du soin des ongles grâce au lancement du *Essie Gel* aux Etats-Unis.
- Sur le plan géographique, la Division consolide ses positions en Europe de l'Ouest et aux Etats-Unis, dans des marchés toujours affectés par la baisse de la fréquentation des salons de coiffure. Dans les Nouveaux Marchés hors Japon, toutes les zones confirment leur progression, en particulier, la Russie, le Brésil, la Corée, l'Inde, l'Indonésie et l'Afrique, Moyen-Orient.

PRODUITS GRAND PUBLIC

La Division des Produits Grand Public enregistre une croissance de + 5,3 % à fin septembre à données comparables, et de + 2,8 % à données publiées. La Division continue de gagner des parts de marché mondialement.

- L'ensemble des marques de la Division sont bien orientées. *L'Oréal Paris* poursuit sa dynamique avec la mondialisation réussie d'*Elsève*. En soin visage, la marque accélère son développement grâce à *Revitalift Laser*, *Revitalift Miracle Blur* et *Age Perfect Renaissance Cellulaire*. *Garnier* renforce significativement ses positions en coloration grâce au succès d'*Olia* en phase de déploiement mondial, tandis qu'en soin du visage, les BB creams continuent de recruter de nouvelles consommatrices. *Maybelline* enregistre de belles performances sur les segments des rouges à lèvres et des vernis à ongles.
- En Europe de l'Ouest, la Division réalise un bon 3^{ème} trimestre. En Amérique du Nord, l'activité est affectée par l'ajustement des stocks des distributeurs, mais la Division continue d'améliorer ses parts de marché grâce notamment à *L'Oréal Paris Advanced Haircare*. Le Brésil, la Chine, la Turquie et le Moyen-Orient réalisent de bonnes performances.

L'ORÉAL LUXE

Avec un 3^{ème} trimestre solide, le chiffre d'affaires de L'Oréal Luxe progresse à fin septembre de + 6,2 % à données comparables et de + 5,3 % à données publiées. L'Oréal Luxe gagne des parts de marché dans toutes les régions du monde.

- Lancôme* confirme, un an après son lancement, le succès mondial de *La Vie est Belle*, et se renforce en soin de la peau avec la rénovation d'*Advanced Génifique* et le lancement en septembre d'un produit particulièrement innovant : *Dreamtone*, correcteur pigmentaire. *Giorgio Armani* poursuit sa dynamique de croissance grâce au lancement de son nouveau parfum féminin, *Si*. *Yves Saint Laurent* accélère en Asie avec les *Vernis à Lèvres Rebel Nudes*, et le nouveau *Mascara Volume Effet Faux Cils Baby Doll*. Les trois marques américaines *Kiehl's*, *Clarisonic* et *Urban Decay* sont en très forte progression sur tous les continents. Au sein des marques de parfums de designers, *Viktor&Rolf* affiche une belle performance mondiale grâce aux succès de *Flowerbomb* et *Spicebomb*. *Diesel* lance *Loverdose Tattoo*, et *Polo Red* de *Ralph Lauren* est un succès.

- L'activité demeure tonique en Amérique du Nord, dans les Nouveaux Marchés et sur le circuit du Travel Retail ; L'Oréal Luxe gagne des parts de marché.

COSMÉTIQUE ACTIVE

À fin septembre, la Division Cosmétique Active poursuit sa forte croissance en réalisant + 8,0 % à données comparables et + 5,6 % à données publiées.

- Les grandes marques sont bien orientées : *La Roche-Posay* réalise une progression à deux chiffres, avec de bonnes performances sur l'ensemble des continents. *Vichy* conforte son redressement avec notamment la poursuite du développement de la franchise *Idéalia*, dynamisée par le lancement d'*Idéalia Life Serum*. *SkinCeuticals* poursuit sa mondialisation.
- Au total, la Division continue de gagner des parts de marché mondialement. La dynamique est particulièrement soutenue en Europe de l'Ouest et en Amérique Latine.

Synthèse multi-divisions par zone géographique

EUROPE DE L'OUEST

Dans un marché étale, L'Oréal réalise à fin septembre une croissance de + 2,0 % à données comparables et + 1,5 % à données publiées. Les tendances sont très contrastées avec de bonnes performances en Europe du Nord et une Europe du Sud toujours difficile.

La Division des Produits Grand Public poursuit ses gains de parts de marché en soins capillaires et en coloration. La Division Cosmétique Active réalise de très belles performances sur ses grandes marques, et tout particulièrement *La Roche-Posay*. A noter, chez L'Oréal Luxe, le succès des marques *Kiehl's* et *Urban Decay*.

AMÉRIQUE DU NORD

Au 30 septembre, L'Oréal réalise une croissance de + 3,8 % à données comparables et + 3,4 % à données publiées.

La Division des Produits Grand Public continue de croître plus vite que le marché grâce au lancement réussi d'*Advanced Hair Care* de *L'Oréal Paris*, d'*Olia* de *Garnier* et de *Big Eyes* de *Maybelline*. Néanmoins, les performances de la Division ont été impactées par le ralentissement du marché et par l'amplification de la réduction des stocks de certains distributeurs. Chez L'Oréal Luxe, *Kiehl's*, *Urban Decay* et *Clarisonic* sont bien orientées et *Red* de *Ralph Lauren* se place dans le Top 3 des parfums masculins. À la Division Cosmétique Active, *SkinCeuticals* confirme son succès.

NOUVEAUX MARCHÉS

- **Asie, Pacifique** : À fin septembre, L'Oréal réalise une croissance de + 8,0 % à données comparables et de + 3,0 % à données publiées. Hors Japon, la croissance comparable atteint + 9,2 %. Le marché reste en recul en Corée et ralentit tout en demeurant dynamique en Chine, en Inde et en Asie du Sud-Est.

Le Groupe renforce ses positions grâce aux performances au sein de la Division des Produits Grand Public de *Maybelline* et de *L'Oréal Paris*, qui accélère notamment en Chine sur les catégories du soin du visage et du soin du cheveu. Chez L'Oréal Luxe, la croissance est tirée par *Lancôme*, *Kiehl's*, *Giorgio Armani* et le déploiement de *Yves Saint Laurent* et de *Clarisonic*. Au niveau des pays, l'Indonésie, Hong Kong, l'Inde et la Chine contribuent à la bonne performance de la zone.

- **Amérique Latine** : La zone affiche une croissance de + 11,8 % à données comparables et de + 5,2 % à données publiées. Le Brésil poursuit sa bonne dynamique grâce à l'ensemble des divisions, et en particulier grâce aux marques *Garnier*, *Vichy* et *La Roche-Posay*. La dynamique de la zone reste positive, malgré l'impact du ralentissement mexicain.

- **Europe de l'Est** : La zone réalise + 9,3 % à données comparables et + 6,3 % à données publiées. Au sein de la Division des Produits Grand Public, la catégorie de la coloration croît grâce au lancement d'*Olia* et celle du maquillage grâce au mascara *Volume Million Lashes Excess* de *L'Oréal Paris*. La Division des Produits Professionnels poursuit sa croissance grâce à la conquête de nouveaux salons, aux innovations de *L'Oréal Professionnel* et au succès de *Matrix* dans les salons plus populaires. L'Oréal Luxe bénéficie pour sa part des bonnes performances des marques *Lancôme*, *Yves Saint Laurent* et *Giorgio Armani*. La Turquie, la Russie et l'Ukraine contribuent fortement à la croissance de la zone.
- **Afrique, Moyen-Orient** : À fin septembre, la zone a vu son chiffre d'affaires progresser de + 13,1 % à données comparables et de + 8,2 % à données publiées. Cette progression résulte des bonnes performances de la Division Produits Grand Public, de L'Oréal Luxe mais aussi de l'accélération de la Division Cosmétique Active. Les pays du Moyen-Orient (Egypte, Pakistan, pays du Levant et Arabie Saoudite) ont réalisé de fortes croissances et des gains de parts de marché. L'acquisition de l'activité hygiène-beauté d'Interconsumer Products au Kenya a permis une bonne accélération des ventes sur les marchés d'Afrique de l'Est.

2) Evolution du chiffre d'affaires de The Body Shop

À fin septembre, The Body Shop a enregistré + 0,4 % à données comparables et - 2,9 % à données publiées. The Body Shop réalise de belles performances en Indonésie, en Inde, en Malaisie et en Europe de l'Est, et est impacté par les pays d'Europe du Sud et les Etats-Unis.

Au 4^{ème} trimestre seront lancés la nouvelle gamme de soins pour le corps, *Honeymania* qui utilise du miel issu du commerce équitable venant d'Ethiopie, et le nouveau parfum *White Musk Smoky Rose*.

La marque poursuit le déploiement mondial de son nouveau concept de boutique, « *Pulse* » ainsi que le développement de son offre digitale, avec désormais 22 sites de e-commerce.

Au 30 septembre 2013, The Body Shop comptait 2 849 boutiques.

3) Evolution du chiffre d'affaires de Galderma

L'évolution du chiffre d'affaires de Galderma est de + 0,2 % à données comparables et de + 1,1 % à données publiées avec des performances géographiques toujours très contrastées.

La croissance reste particulièrement solide dans les Nouveaux Marchés, notamment en Asie, Pacifique, en Amérique Latine et en Russie. Aux Etats-Unis où le marché demeure très compétitif, les ventes des médicaments de prescription sont toujours impactées par une concurrence accrue des médicaments génériques. *Epiduo* (acné) réalise néanmoins de belles progressions et la FDA a approuvé *Mirvaso* (traitement de l'érythème associé à la rosacée), dont la mise sur le marché a été immédiate.

Cétaphil (gamme de soins hydratants et nettoyants) et *Loceryl* (onychomycose) continuent de progresser fortement sur le marché des produits en vente libre.

Les solutions médicales à visée esthétique et correctrice bénéficient également d'une solide progression, portée par les fortes croissances d'*Azzalure* (relaxant musculaire) et de *Restylane* (comblement des rides).

B – Faits marquants de la période du 01/07/13 au 30/09/13

- Le 15 août 2013, L'Oréal a annoncé son intention d'acquérir toutes les actions de Magic Holdings Limited, société chinoise, cotée à la Bourse de Hong Kong, spécialisée dans les masques de soin pour le visage*.
- Le 20 septembre 2013, L'Oréal India a annoncé l'acquisition de Cheryl's Cosmeceuticals, société basée à Mumbai, de produits professionnels de soins dans les salons de beauté.

C – Rappel des évènements post-clôture

- Le 15 octobre 2013, L'Oréal a annoncé une prise de participation majoritaire par The Body Shop dans Emporio Body Store au Brésil.
- Le 17 octobre 2013, L'Oréal a annoncé avoir obtenu du groupe japonais Shiseido une exclusivité de négociation en vue de l'acquisition des marques Decléor et Carita.
- Le 23 octobre 2013, L'Oréal a annoncé les engagements en matière de développement durable que le Groupe s'est fixé à l'horizon 2020 : « Sharing Beauty with All » (« Partager la beauté avec tous »).

** Le présent paragraphe n'a pas pour objet de constituer, ne constitue pas, et ne s'inscrit pas dans une offre de vente ou de souscription de titres, une invitation à acheter ou souscrire des titres ou une invitation à émettre un vote ou une approbation dans une quelconque juridiction en vertu de la proposition y mentionnée ou autrement, et aucune cession, émission ou transfert de titres de Magic n'aura lieu dans une quelconque juridiction en contravention avec la loi applicable. La proposition, si elle est faite, sera faite exclusivement par le biais du Document d'Offre, qui contiendra l'intégralité des clauses et conditions de la proposition, y compris les modalités précises d'un vote en sa faveur et les restrictions qui s'appliqueront. Toute suite donnée à la proposition, acceptation comprise, doit exclusivement se fonder sur les informations contenues dans le Document d'Offre ou dans tout autre document par lequel la proposition sera faite le cas échéant.*

«Ce communiqué ne constitue pas une offre de vente ou la sollicitation d'une offre d'achat de titres L'Oréal. Si vous souhaitez obtenir des informations plus complètes concernant L'Oréal, nous vous invitons à vous reporter aux documents publics déposés en France auprès de l'Autorité des Marchés Financiers, également disponibles en version anglaise sur notre site Internet www.loreal-finance.com.

Ce communiqué peut contenir certaines déclarations de nature prévisionnelle. Bien que la Société estime que ces déclarations reposent sur des hypothèses raisonnables à la date de publication du présent communiqué, elles sont par nature soumises à des risques et incertitudes pouvant donner lieu à un écart entre les chiffres réels et ceux indiqués ou induits dans ces déclarations.»

Contacts L'ORÉAL (standard : 01.47.56.70.00)

Actionnaires individuels et Autorités de Marché

M. Jean Régis CAROF
Tel : 01.47.56.83.02
jean-regis.carof@loreal.com

Analystes financiers et Investisseurs Institutionnels

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

Journalistes

Mme Stephanie CARSON-PARKER
Tel: 01.47.56.76.71
stephanie.carsonparker@loreal.com

Pour plus d'informations, veuillez consulter les banques, les sociétés de bourse ou les établissements financiers (Code I.S.I.N. : FR0000120321), ainsi que vos journaux habituels ou le site Internet dédié aux actionnaires et investisseurs, <http://www.loreal-finance.com> ou contacter le numéro vert : 0.800.66.66.66 (appel gratuit).

D – Annexe

Chiffre d'affaires du groupe L'Oréal 2012/2013 (en millions d'euros)

	2012	2013
<u>Premier trimestre :</u>		
Cosmétique	5 309	5 593
The Body Shop	180	182
Dermatologie	154	157
Total premier trimestre	5 643	5 932
<u>Deuxième trimestre :</u>		
Cosmétique	5 162	5 396
The Body Shop	194	187
Dermatologie	215	224
Total deuxième trimestre	5 570	5 806
<u>Premier semestre :</u>		
Cosmétique	10 471	10 989
The Body Shop	374	369
Dermatologie	368	381
Total premier semestre	11 213	11 738
<u>Troisième trimestre :</u>		
Cosmétique	5 137	5 110
The Body Shop	191	180
Dermatologie	191	185
Total troisième trimestre	5 519	5 475
<u>Neuf mois :</u>		
Cosmétique	15 608	16 099
The Body Shop	565	549
Dermatologie	559	565
Total neuf mois	16 732	17 213
<u>Quatrième trimestre :</u>		
Cosmétique	5 204	
The Body Shop	290	
Dermatologie	236	
Total quatrième trimestre	5 730	
<u>Année :</u>		
Cosmétique	20 812	
The Body Shop	855	
Dermatologie	796	
Total année	22 463	

A n n e x e