

## Chiffre d'affaires du 1<sup>er</sup> semestre 2013

### POURSUITE DE LA BONNE DYNAMIQUE DU GROUPE

- **Chiffre d'affaires : 11,7 milliards d'euros**
  - + 6,4 % à taux de change constants
  - + 5,4 % à données comparables
  - + 4,7 % à données publiées
- **Nouveaux gains de parts de marché en Europe de l'Ouest et en Amérique du Nord**
- **Forte croissance dans les Nouveaux Marchés**
- **Dynamisme des grandes marques du Groupe**
- **Confiance en une nouvelle année de croissance du chiffre d'affaires et des résultats**

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

« Dans un marché dont la croissance a légèrement ralenti, L'Oréal poursuit sa bonne dynamique et réalise un premier semestre solide. Chacune des divisions et des zones progresse et surperforme son marché.

La Division des Produits Grand Public ainsi que L'Oréal Luxe sont en forte croissance, dynamisées par L'Oréal Paris, Garnier, Lancôme, Giorgio Armani ou Kiehl's. La Division des Produits Professionnels, toujours pénalisée par un marché difficile, se redresse légèrement. La Division Cosmétique Active enregistre de belles performances, notamment en Europe de l'Ouest, tout en accélérant son déploiement à l'international.

Les grandes marques du Groupe sont bien orientées et plus que jamais, nos grandes initiatives produits font la différence. Elles permettent des percées significatives en Europe de l'Ouest comme en Amérique du Nord. Et dans les Nouveaux Marchés, les quatre régions enregistrent une forte croissance et contribuent à améliorer nos positions.

Forts de cette dynamique, nous restons confiants en notre capacité à réaliser une nouvelle année de croissance du chiffre d'affaires et des résultats. »

## A – Evolution du chiffre d'affaires du 1<sup>er</sup> semestre 2013

**A 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 + 5,4 %.

**L'effet net de changement de structure** est de + 1,0 %.

**Les effets monétaires** ont eu un impact négatif de - 1,7 %. En extrapolant les taux de change du 28 juin 2013, c'est-à-dire avec 1 € = 1,308 \$ jusqu'au 31 décembre, l'impact des effets monétaires s'établirait à environ - 2,8 % sur le chiffre d'affaires de l'ensemble de l'année 2013.

**La croissance à taux de change constants** ressort à + 6,4 %.

**A données publiées**, le chiffre d'affaires du Groupe, au 30 juin 2013, atteint 11,738 milliards d'euros en progression de + 4,7 %.

### Chiffre d'affaires par division opérationnelle et zone géographique

|   | 2 <sup>ème</sup> trimestre 2013 |                                  |              | 1 <sup>er</sup> semestre 2013 |                                  |              |
|---|---------------------------------|----------------------------------|--------------|-------------------------------|----------------------------------|--------------|
|   | M€                              | Croissance à données Comparables | Publiées     | M€                            | Croissance à données Comparables | Publiées     |
| <b><u>Par division opérationnelle</u></b> |                                 |                                  |              |                               |                                  |              |
| Produits Professionnels                   | 779,3                           | 2,7 %                            | 1,5 %        | 1 531,8                       | 1,4 %                            | 0,6 %        |
| Produits Grand Public                     | 2 802,2                         | 6,1 %                            | 4,7 %        | 5 723,0                       | 6,3 %                            | 5,1 %        |
| L'Oréal Luxe                              | 1 404,7                         | 5,5 %                            | 5,1 %        | 2 826,8                       | 6,4 %                            | 6,6 %        |
| Cosmétique Active                         | 409,5                           | 8,6 %                            | 7,2 %        | 907,1                         | 7,8 %                            | 6,6 %        |
| <b>Total cosmétique</b>                   | <b>5 395,7</b>                  | <b>5,6 %</b>                     | <b>4,5 %</b> | <b>10 988,7</b>               | <b>5,7 %</b>                     | <b>4,9 %</b> |
| <b><u>Par zone géographique</u></b>       |                                 |                                  |              |                               |                                  |              |
| Europe de l'Ouest                         | 1 908,5                         | 1,7 %                            | 1,3 %        | 3 899,0                       | 1,7 %                            | 1,6 %        |
| Amérique du Nord                          | 1 371,7                         | 4,5 %                            | 4,9 %        | 2 743,2                       | 5,4 %                            | 6,7 %        |
| Nouveaux Marchés, dont :                  | 2 115,4                         | 10,3 %                           | 7,3 %        | 4 346,6                       | 9,9 %                            | 7,0 %        |
| - Asie, Pacifique                         | 1 051,8                         | 8,2 %                            | 4,5 %        | 2 240,2                       | 8,0 %                            | 5,1 %        |
| - Amérique Latine                         | 507,7                           | 15,2 %                           | 13,2 %       | 966,3                         | 13,5 %                           | 9,6 %        |
| - Europe de l'Est                         | 355,4                           | 7,5 %                            | 5,1 %        | 745,1                         | 8,4 %                            | 6,7 %        |
| - Afrique, Moyen-Orient                   | 200,6                           | 15,1 %                           | 12,8 %       | 394,9                         | 15,1 %                           | 12,3 %       |
| <b>Total cosmétique</b>                   | <b>5 395,7</b>                  | <b>5,6 %</b>                     | <b>4,5 %</b> | <b>10 988,7</b>               | <b>5,7 %</b>                     | <b>4,9 %</b> |
| The Body Shop                             | 186,9                           | - 0,8 %                          | - 3,4 %      | 368,8                         | 0,5 %                            | - 1,4 %      |
| Dermatologie <sup>(1)</sup>               | 223,9                           | 0,8 %                            | 4,2 %        | 380,6                         | 0,3 %                            | 3,3 %        |
| <b>Total groupe</b>                       | <b>5 806,5</b>                  | <b>5,2 %</b>                     | <b>4,2 %</b> | <b>11 738,1</b>               | <b>5,4 %</b>                     | <b>4,7 %</b> |

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

## 1) Evolution du chiffre d'affaires cosmétique

### PRODUITS PROFESSIONNELS

La Division Produits Professionnels réalise une croissance de + 1,4 % à données comparables et + 0,6 % à données publiées. Les marchés matures restent toujours difficiles, en particulier l'Europe du Sud, tandis que la Division demeure dynamique dans les Nouveaux Marchés. La Division poursuit activement son recrutement de nouveaux salons.

- Sur le segment du luxe capillaire, *Kérastase*, en forte croissance, introduit une nouvelle catégorie, le « Styling Couture », incarnée par Kate Moss. Le soin du cheveu, est en progression, porté par les huiles capillaires et le lancement de *Biologie Advanced* de *Matrix* aux Etats-Unis. En coloration, la technologie révolutionnaire de l'ODS2 est désormais déployée sur les trois grandes marques de la Division (*L'Oréal Professionnel*, *Matrix* et *Redken*).  
Les soins professionnels pour les ongles *Essie* poursuivent leur développement.
- La Division, qui reste fortement exposée aux marchés matures, améliore cependant ses positions au deuxième trimestre. Sur les Nouveaux Marchés hors Japon, toutes les zones confirment leur forte croissance, en particulier en Russie, au Brésil, en Inde, en Indonésie et en Afrique, Moyen-Orient.

### PRODUITS GRAND PUBLIC

La Division Produits Grand Public enregistre une croissance de + 6,3 % à données comparables et + 5,1 % à données publiées, et poursuit ses gains de parts de marché, par la bonne progression de ses grandes marques et par ses grandes initiatives produits.

- L'Oréal Paris* renforce sa dynamique, notamment grâce à la mondialisation réussie d'*Elsève*. En soins visage, *Revitalift Laser* confirme son succès, et en coloration, *Préférence Mousse Absolue* et *Préférence les Ombrés* dynamisent la catégorie.  
Chez *Garnier*, le succès d'*Olia*, en plein déploiement mondial, contribue à une forte croissance de la catégorie coloration. En soins capillaires, *Fructis* retrouve une dynamique positive et *Ultra-Doux* poursuit une croissance très solide.  
*Maybelline* confirme son attrait pour les jeunes générations avec le succès mondial de *Baby Lips*, et le lancement de *Color Show* en vernis à ongles.
- La Division évolue de manière positive et enregistre des gains de parts de marché particulièrement significatifs en Europe de l'Ouest, en Amérique du Nord, et en Amérique Latine.

### L'ORÉAL LUXE

A fin juin, le chiffre d'affaires de L'Oréal Luxe progresse de + 6,4 % à données comparables et de + 6,6 % à données publiées. La Division croît sensiblement plus vite que le marché, grâce à une progression de l'ensemble de ses marques stratégiques, au succès de ses acquisitions récentes, et à une performance notable sur les parfums féminins.

- Dans la continuité du début d'année, *Lancôme*, *Giorgio Armani* et *Kiehl's* poursuivent leur dynamique de croissance. Au-delà des succès confirmés de *La Vie est Belle*, du *Teint Touche Eclat* et du *Vernis à Lèvres Rouge Pur Couture* chez *Yves Saint Laurent*, la Division enrichit son offre grâce à de grandes innovations comme *Advanced Génifique* et *Teint Visionnaire* de *Lancôme*, ou *Powerful Wrinkle Reducing Cream* de *Kiehl's*.  
*Clarisonic* poursuit son déploiement mondial. *Urban Decay*, nouvelle marque de maquillage de L'Oréal Luxe, est en forte croissance et lance *Naked BB Cream*.
- En Europe de l'Ouest, dans un marché sans croissance, la Division améliore ses positions, et en Amérique du Nord, elle réalise une croissance solide. Alors que le marché coréen reste déprimé, la Chine, la Russie, le Moyen-Orient et le Travel Retail confirment leur dynamisme.

## COSMETIQUE ACTIVE

**Au premier semestre, la Division Cosmétique Active confirme son accélération avec un chiffre d'affaires en croissance de + 7,8 % en comparable (+ 6,6 % en publié), portée par le redémarrage de Vichy et la progression forte et soutenue de La Roche-Posay.**

- *Vichy* confirme sa bonne performance, notamment en Europe de l'Ouest et sur le soin du visage, avec le lancement d'*Idealia BB Cream*. *La Roche-Posay* enregistre de nouveau une très forte croissance, en Europe de l'Ouest et sur l'ensemble des Nouveaux Marchés.
- En Europe de l'Ouest, la Division progresse nettement plus vite que le marché. Toutes les zones géographiques sont en croissance avec une performance remarquable en Amérique Latine portée, en particulier, par le Brésil.

## Synthèse multi-divisions par zone géographique

### EUROPE DE L'OUEST

Le marché européen est en léger recul, avec une Europe du Sud négative, et le reste de l'Europe plus ou moins stable. Dans ce contexte, L'Oréal réalise une croissance de + 1,7 % à données comparables, et + 1,6 % à données publiées, par des gains de parts de marché notables à la Division des Produits Grand Public ainsi que chez Cosmétique Active. L'Allemagne, la France, les Pays du Nord contribuent à la croissance ; l'Espagne et le Portugal tendent à se redresser. *L'Oréal Paris*, *Garnier*, *Lancôme*, *Kiehl's*, *Vichy* et *La Roche-Posay* réalisent de belles avancées.

### AMERIQUE DU NORD

L'Amérique du Nord réalise une croissance de + 5,4 % à données comparables et de + 6,7 % à données publiées. Les ventes du Groupe progressent près de deux fois plus vite que le marché. Dans un marché américain qui croît légèrement moins vite qu'en 2012, la Division des Produits Grand Public réalise des percées stratégiques avec *L'Oréal Paris Advanced Haircare*, la coloration *Olia* de *Garnier*, et la montée en puissance d'*Essie*. Chez L'Oréal Luxe, *Urban Decay* et *Kiehl's* se développent fortement, et le nouveau parfum masculin *Red* de *Ralph Lauren* connaît un bon démarrage. La Division Cosmétique Active poursuit son expansion grâce à l'ouverture de nouveaux points de vente et au succès confirmé de *SkinCeuticals*.

### NOUVEAUX MARCHES

- **Asie, Pacifique** : L'Oréal affiche une croissance de + 8,0 % à données comparables et + 5,1 % à données publiées. Hors Japon, la croissance comparable atteint + 9,2 %. Le marché dans la zone reste contrasté, avec un marché négatif en Corée tandis qu'en Chine, en Inde et dans les pays de l'ASEAN, le marché reste bien orienté.  
Le Groupe renforce ses positions, notamment grâce aux performances de *L'Oréal Paris* à la Division des Produits Grand Public, et à *Lancôme*, *Yves Saint Laurent* ou *Kiehl's* chez L'Oréal Luxe. *Yves Saint Laurent* a été lancé en Chine. Au niveau des pays, l'Indonésie, l'Inde et la Chine contribuent particulièrement à la bonne performance de la zone.
- **Amérique Latine** : L'Amérique Latine est en progression de + 13,5 % à données comparables et de + 9,6 % à données publiées. Chaque division performe bien et réalise des gains de parts de marché. Le Brésil renoue avec une forte croissance, grâce aux performances de la Division des Produits Grand Public, en soin capillaire avec *Elsève* de *L'Oréal Paris*, en coloration avec *Casting Crème Gloss* et grâce à l'accélération du déploiement de *Maybelline*.  
La Division Cosmétique Active continue de croître plus vite que le marché. La Division des Produits Professionnels accélère grâce au lancement au Brésil de *Serie Expert Absolut Control* et de *Matrix Biolage Repair Inside*.
- **Europe de l'Est** : La zone réalise + 8,4 % à données comparables et + 6,7 % à données publiées dans un marché qui a ralenti légèrement. La croissance de la zone est tirée par la Russie et l'Ukraine, tandis que la Pologne se redresse. L'Oréal Luxe réalise une belle performance en Russie grâce à *Lancôme* et *Giorgio Armani*, et l'ensemble des marques de la Division des Produits Grand Public sont bien orientées. Les Produits Professionnels poursuivent leur conquête de nouveaux salons.

- **Afrique, Moyen-Orient :** La zone Afrique, Moyen-Orient maintient une croissance solide avec + 15,1 % en comparable et + 12,3 % en publié, avec une bonne performance de l'ensemble des divisions. Par pays, la dynamique est soutenue en Arabie Saoudite, aux Emirats Arabes Unis et en Turquie. L'Egypte affiche une forte croissance malgré un contexte difficile. L'acquisition d'Interconsumer Products Limited (ICP) permet de renforcer la présence du Groupe sur les marchés d'Afrique de l'Est.

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

A fin juin, The Body Shop enregistre une croissance de + 0,5 % à données comparables et de - 1,4 % à données publiées. L'Asie du Sud, le Moyen-Orient et l'Europe de l'Est continuent d'afficher des résultats dynamiques tandis qu'à l'Ouest, les pays subissent un environnement plus difficile.

Au 1<sup>er</sup> semestre, The Body Shop est impacté par le phasage de ses lancements qui interviendront plutôt au second semestre. La marque poursuit avec succès le déploiement international de son nouveau concept de boutique, « Pulse » ainsi que le développement de son activité digitale avec désormais 21 sites de vente en ligne.

Au 30 juin 2013, The Body Shop comptait 2 840 boutiques.

## 3) Evolution du chiffre d'affaires de Galderma

A données comparables, l'évolution de Galderma est de + 0,3 % et à données publiées, de + 3,3 %, avec des performances géographiques très contrastées.

La croissance demeure solide dans les Nouveaux Marchés, en particulier en Asie, Pacifique, en Amérique Latine et en Russie.

*Metrogel 1%* (rosacée) aux Etats-Unis, *Loceryl* (onychomycose) et *Tetralysal* (acné) en Europe de l'Ouest subissent la concurrence des médicaments génériques.

*Epiduo* (acné) et *Clobex Spray* (psoriasis) réalisent de belles performances.

Sur le marché des produits en vente libre, *Loceryl* et *Cétaphil* (gamme de soins hydratants et nettoyants) confirment leur dynamisme.

Les solutions médicales à visée esthétique et correctrice sont portées par les bonnes performances en Asie, Pacifique d'*Azzalure* (relaxant musculaire) et de *Restylane* (produits de comblement des rides à base d'acide hyaluronique).

## **B – Faits marquants de la période du 01/04/2013 au 30/06/2013**

- Le 15 avril 2013, L'Oréal a annoncé l'acquisition de l'activité Hygiène Beauté d'Interconsumer Products Limited (ICP) au Kenya. Acteur important du marché de la beauté au Kenya, ICP renforce la position du Groupe en Afrique de l'Est.
- Le 26 avril 2013, l'Assemblée Générale des actionnaires de L'Oréal a approuvé la nomination de Mme Virginie Morgon en qualité de nouvel administrateur et renouvelé les mandats de Mme Françoise Bettencourt Meyers, MM. Peter Brabeck-Letmathe et Louis Schweitzer. Par ailleurs, l'Assemblée Générale a approuvé le versement d'un dividende de 2,30 euros par action, en augmentation de + 15 % par rapport à 2012.
- Le 17 mai 2013, L'Oréal a annoncé plusieurs nominations au sein de son Comité Exécutif : M. Jean-Jacques Lebel a pris sa retraite depuis le 1<sup>er</sup> juillet ; M. Marc Menesguen le remplace à la tête de la Division Produits Grand Public. M. Nicolas Hieronimus est nommé Vice-Président Directeur Général des Divisions Sélectives (Luxe, Produits Professionnels, Cosmétique Active, The Body Shop). M. Frédéric Rozé prend la Direction Générale de la Zone Amériques comprenant l'Amérique du Nord et l'Amérique Latine. M. Alexandre Popoff se voit confier la Zone Europe de l'Est. M. Jochen Zaumseil prend la Direction Générale de la Zone Europe de l'Ouest. Enfin, M. Alexis Perakis-Valat devient Directeur Général de la Zone Asie, Pacifique. Ces nominations ont pris effet au 1<sup>er</sup> juillet 2013.

---

«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 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).

---

## C – 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           |
| <b>Total premier trimestre</b>   | <b>5 643</b>  | <b>5 932</b>  |
| <u>Deuxième trimestre :</u>      |               |               |
| Cosmétique                       | 5 162         | 5 396         |
| The Body Shop                    | 194           | 187           |
| Dermatologie                     | 215           | 224           |
| <b>Total deuxième trimestre</b>  | <b>5 570</b>  | <b>5 806</b>  |
| <u>Premier semestre :</u>        |               |               |
| Cosmétique                       | 10 471        | 10 989        |
| The Body Shop                    | 374           | 369           |
| Dermatologie                     | 368           | 381           |
| <b>Total premier semestre</b>    | <b>11 213</b> | <b>11 738</b> |
| <u>Troisième trimestre :</u>     |               |               |
| Cosmétique                       | 5 137         |               |
| The Body Shop                    | 191           |               |
| Dermatologie                     | 191           |               |
| <b>Total troisième trimestre</b> | <b>5 519</b>  |               |
| <u>Neuf mois :</u>               |               |               |
| Cosmétique                       | 15 608        |               |
| The Body Shop                    | 565           |               |
| Dermatologie                     | 559           |               |
| <b>Total neuf mois</b>           | <b>16 732</b> |               |
| <u>Quatrième trimestre :</u>     |               |               |
| Cosmétique                       | 5 204         |               |
| The Body Shop                    | 290           |               |
| Dermatologie                     | 236           |               |
| <b>Total quatrième trimestre</b> | <b>5 730</b>  |               |
| <u>Année :</u>                   |               |               |
| Cosmétique                       | 20 812        |               |
| The Body Shop                    | 855           |               |
| Dermatologie                     | 796           |               |
| <b>Total année</b>               | <b>22 463</b> |               |