

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

### UN PREMIER TRIMESTRE TRÈS SOLIDE

- **Chiffre d'affaires : 5,93 milliards d'euros**
  - + 6,5 % à taux de change constants
  - + 5,5 % à données comparables
  - + 5,1 % à données publiées
- **Forte croissance des Divisions Grand Public, Luxe et Cosmétique Active**
- **Faiblesse du marché des Produits Professionnels**
- **Parts de marché records en Europe de l'Ouest et en Amérique du Nord**
- **Dynamique soutenue des Nouveaux Marchés**
- **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 :

*« L'Oréal réalise un solide début d'année, avec une bonne croissance organique, accompagnée de gains de parts de marché particulièrement significatifs.*

*Les Divisions Produits Grand Public, L'Oréal Luxe et Cosmétique Active sont en forte croissance, dynamisées par de très grandes innovations comme Olia de Garnier, L'Oréal Paris Advanced Hair Care, La Vie est Belle de Lancôme, ou Idéalia de Vichy. Toutes nos marques sont à l'offensive et permettent au Groupe d'afficher des parts de marché records, notamment en Europe de l'Ouest et en Amérique du Nord. Les Nouveaux Marchés réalisent une croissance homogène et soutenue. La Division des Produits Professionnels reste, pour sa part, pénalisée par un marché très difficile, notamment en Europe du Sud.*

*Ces avancées stratégiques, ainsi que la qualité des initiatives dans l'ensemble des divisions, aussi bien dans les pays développés que dans les Nouveaux Marchés, nous rendent confiants dans notre capacité à surperformer le marché en 2013, et 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> trimestre 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 5,5 %.

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

**Les effets monétaires** ont eu un impact de – 1,4 %.

**La croissance à taux de change constants** ressort à + 6,5 %. En extrapolant les cours de change du 31 mars (1 € = 1,2813 \$) jusqu'au 31 décembre, l'impact des effets monétaires s'établirait à – 1,0 % sur l'ensemble de l'année.

**A données publiées**, le chiffre d'affaires du groupe, au 31 mars 2013, atteint 5,932 milliards d'euros en progression de + 5,1 %.

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

En M€	Chiffre d'affaires trimestriel		Croissance à données	
	1 <sup>er</sup> trim. 2012	1 <sup>er</sup> trim. 2013	Comparables	Publiées
<b><u>Par division opérationnelle</u></b>				
Produits Professionnels	755,6	752,6	0,0%	-0,4%
Produits Grand Public	2 769,5	2 920,8	6,5%	5,5%
L'Oréal Luxe	1 315,5	1 422,0	7,2%	8,1%
Cosmétique Active	468,6	497,6	7,2%	6,2%
<b>Total cosmétique</b>	<b>5 309,1</b>	<b>5 593,0</b>	<b>5,8%</b>	<b>5,3%</b>
<b><u>Par zone géographique</u></b>				
Europe de l'Ouest	1 953,9	1 990,4	1,7%	1,9%
Amérique du Nord	1 263,4	1 371,4	6,3%	8,5%
Nouveaux Marchés, dont :	2 091,7	2 231,1	9,4%	6,7%
- <i>Asie, Pacifique</i>	1 124,3	1 188,4	7,7%	5,7%
- <i>Amérique Latine</i>	433,5	458,7	11,8%	5,8%
- <i>Europe de l'Est</i>	360,0	389,7	9,2%	8,2%
- <i>Afrique, Moyen-Orient</i>	173,8	194,3	15,0%	11,8%
<b>Total cosmétique</b>	<b>5 309,1</b>	<b>5 593,0</b>	<b>5,8%</b>	<b>5,3%</b>
The Body Shop	180,4	181,9	1,8%	0,8%
Dermatologie <sup>(1)</sup>	153,5	156,7	-0,4%	2,1%
<b>Total groupe</b>	<b>5 643,0</b>	<b>5 931,6</b>	<b>5,5%</b>	<b>5,1%</b>

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

## 1) Evolution du chiffre d'affaires cosmétique

### PRODUITS PROFESSIONNELS

**A fin mars, la Division Produits Professionnels est stable à données comparables, et affiche - 0,4 % à données publiées. Les marchés des pays matures restent difficiles, en particulier l'Europe du Sud et la fréquentation des salons aux Etats-Unis a baissé. Les Nouveaux Marchés poursuivent leur dynamique.**

- Le segment du luxe capillaire reste porteur, comme en témoigne la croissance de *Kérastase*, soutenue par les lancements de *Densifique*, activateur de densité capillaire à la Stémoxydine® et d'*Initialiste*, sérum de beauté du cheveu. Dans la catégorie de la coloration, la technologie ODS poursuit son déploiement mondial avec *INOA Suprême* de *L'Oréal Professionnel*, *ColorInsider* de *Matrix* et *Chromatics Beyond Cover* de *Redken*. La coloration à prix accessible *Socolor* de *Matrix* se déploie en Asie.
- La Division, historiquement exposée aux marchés matures, ressent surtout les effets de la morosité économique en Italie, en Espagne et au Portugal, avec une très forte baisse de la fréquentation des salons. Sur les Nouveaux Marchés, la Division renforce ses positions en Russie et réalise une forte croissance en Inde, en Indonésie, ainsi qu'en Afrique Moyen-Orient.

### PRODUITS GRAND PUBLIC

**Au 1<sup>er</sup> trimestre, la Division des Produits Grand Public enregistre une croissance de + 6,5 % en comparable et de + 5,5 % en publié, portée par le succès de ses grandes initiatives produits et des gains de parts de marché sensibles dans les grands pays.**

- La marque L'Oréal Paris réalise un bon début d'année, portée par de grands lancements comme la coloration *Préférence Mousse Absolue*, le soin *Age Perfect Renaissance Cellulaire*, ainsi qu'aux Etats-Unis, la gamme capillaire *L'Oréal Advanced Haircare*. *Garnier* avec la coloration *Olia* à l'ODS réalise une vraie percée et se déploie mondialement. *Maybelline* lance le mascara *Volume Express Rocket*.
- L'ensemble de ces innovations permettent à la Division de réaliser des percées historiques en soin du cheveu, en coloration, en soin du visage, en Europe de l'Ouest comme en Amérique du Nord. Dans les Nouveaux Marchés, la croissance s'améliore en particulier grâce à la nouvelle dynamique du Brésil et de la Russie.

### L'OREAL LUXE

**A fin mars, L'Oréal Luxe progresse de + 7,2 % à données comparables et de + 8,1 % à données publiées, intégrant l'acquisition de la marque *Urban Decay*. L'Oréal Luxe croît plus vite que le marché grâce à la bonne progression des grandes marques de son portefeuille, et à ses performances dans les Nouveaux Marchés et en Amérique du Nord.**

- Les quatre plus grandes marques de la Division, *Lancôme*, *Giorgio Armani*, *Yves Saint Laurent* et *Kiehl's* affichent un fort dynamisme en ce début d'année. Au-delà des grands succès de *La Vie est Belle*, de *Manifesto*, du vernis à lèvres *Rouge Pur Couture* ou du fond de teint *Maestro*, le trimestre est marqué par de nouvelles initiatives telles que *Rénergie Multi-lift Reviva-Plasma* et *Teint Visionnaire* de *Lancôme*, *Eau pour Homme* et *Eau de Nuit* de *Giorgio Armani*, *Rouge Volupté Shine* et *Forever Light Creator* d'*Yves Saint Laurent*. *Urban Decay* et *Clarisonic* réalisent de très belles progressions sur le trimestre.
- Si l'Europe de l'Ouest reste peu porteuse, les Etats-Unis, la Chine, la Russie et les Pays du Golfe sont en forte croissance.

## COSMETIQUE ACTIVE

**Au premier trimestre, la Division Cosmétique Active affiche une nette accélération avec un chiffre d'affaires à + 7,2 % à données comparables (+ 6,2 % à données publiées) grâce au redémarrage de Vichy et à la poursuite d'une forte croissance sur La Roche-Posay.**

- Vichy démarre l'année avec de très bonnes performances en particulier sur les segments capillaire (*Neogénic*) et anti-âge (*LiftActiv Sérums Yeux et Cils*, *Néovadiol Magistral*). La Roche-Posay confirme sa croissance à deux chiffres, même en Europe. Enfin, *SkinCeuticals* avec l'attaque du segment corps poursuit son déploiement international.
- Le début de l'année est marqué par un très bon démarrage en Europe de l'Ouest où la Division gagne des parts de marché, y compris en Europe du Sud. L'Amérique du Nord et l'Amérique du Sud restent toniques.

## Synthèse multi-divisions par zone géographique

### EUROPE DE L'OUEST

Le contexte européen reste pénalisé par la baisse des marchés des pays du sud, en particulier dans les salons de coiffure et dans le marché sélectif. Grâce à de forts gains de parts de marché à la Division des Produits Grand Public et chez Cosmétique Active, ainsi qu'à de bonnes progressions en Allemagne, en France et à un retournement en Espagne, L'Oréal progresse de + 1,7 % à données comparables et de + 1,9 % à données publiées.

### AMERIQUE DU NORD

L'Oréal réalise une croissance de + 6,3 % à données comparables et de + 8,5 % à données publiées. Les bons résultats de la Division Produits Grand Public se poursuivent, grâce aux lancements d'*Advanced Haircare* et *Miracle Blur* de L'Oréal Paris, et d'*Olia* de Garnier. L'Oréal Luxe enregistre également de solides performances, grâce à *Clarisonic*, *Kiehl's*, *Yves Saint Laurent* et *Viktor&Rolf* et à la première consolidation d'*Urban Decay*. Vichy et *SkinCeuticals* démarrent bien l'année chez Cosmétique Active.

### NOUVEAUX MARCHES

- **Asie, Pacifique** : L'Oréal affiche une croissance de + 7,7 % à données comparables et de + 5,7 % à données publiées. Hors Japon, la croissance comparable atteint + 8,9 %. Le Groupe poursuit ses gains de parts de marché, notamment grâce à L'Oréal Luxe. Le marché dans la zone est contrasté : la Corée est fortement négative, tandis que la Chine, l'Inde et l'ASEAN restent porteurs. Le 1<sup>er</sup> trimestre est marqué chez L'Oréal Luxe par la poursuite d'une forte croissance en Chine. La Division des Produits Grand Public affiche, avec L'Oréal Paris, de bonnes performances en Chine, en Inde et un bon dynamisme en Indonésie et en Thaïlande.
- **Europe de l'Est** : La zone réalise + 9,2 % à données comparables, + 8,2% à données publiées. La croissance de la zone est tirée par la Russie et l'Ukraine, alors que d'autres pays comme la Pologne restent moroses. La Division des Produits Grand Public poursuit son redressement, la Division des Produits Professionnels poursuit sa conquête active de salons, et L'Oréal Luxe effectue un bon début d'année.
- **Amérique Latine** : L'Oréal démarre l'année avec un chiffre d'affaires en progression de + 11,8 % à données comparables et de + 5,8 % à données publiées. Le Brésil accélère, tiré de nouveau par des gains de parts de marché en capillaire, grâce à *Elsève* chez L'Oréal Paris, et en coloration, grâce au *Mini Kit Nutrisse Cor Intensa* de Garnier. Les parts de marché progressent également au Mexique et au Chili. La Division Cosmétique Active poursuit sa très forte progression dans la zone.
- **Afrique, Moyen-Orient** : La zone a réalisé un solide début d'année avec une croissance comparable de + 15,0 % et de + 11,8 % en publié. L'Arabie saoudite et l'Égypte connaissent une forte croissance, comme la Turquie. En Afrique subsaharienne, le Groupe renforce ses positions avec l'acquisition de l'activité Hygiène Beauté d'Interconsumer Products Limited (ICP) au Kenya.

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

A fin mars, le chiffre d'affaires de *The Body Shop* progresse de + 1,8 % en comparable, et de + 0,8 % en publié. Le Moyen-Orient, l'Asie du sud-est sont en progression quand l'activité dans les marchés matures est influencée par un environnement morose.

La vente par internet s'affirme comme un circuit stratégique de recrutement de nouveaux consommateurs.

*The Body Shop* lance *Absinthe*, gamme de produits de soin pour les mains.

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

A données comparables, l'évolution de Galderma est de - 0,4 % et à données publiées, de + 2,1 %.

Le premier trimestre est marqué par la conjonction de facteurs négatifs, notamment la pression des génériques en Europe qui impacte comme annoncé, le médicament *Tetralysal* (acné). *Loceryl* (onychomycose) subit également une concurrence accrue en Allemagne et en Russie.

Les ventes de médicaments de prescription progressent. *Epiduo*, premier médicament de prescription au monde sur le marché de l'acné topique, et *Clobex* (psoriasis) réalisent une forte croissance, notamment en Amérique du Nord. Les solutions médicales de dermatologie esthétique et correctrice continuent de progresser, portées par la forte croissance d'*Azzalure* (relaxant musculaire), en particulier en Asie-Pacifique.

La société Spirig est consolidée depuis le 1<sup>er</sup> mars 2013.

## **B - Faits marquants de la période du 01/01/13 au 31/03/13**

- Le 10 janvier, L'Oréal a inauguré son nouveau centre de Recherche et Innovation en Inde, à Mumbai et Bangalore,
- Le 31 janvier, L'Oréal a finalisé l'acquisition de la marque *Vogue* en Colombie,
- Le 11 février, le Conseil d'administration a décidé la mise en œuvre d'un plan de rachat d'actions de 500 millions d'euros au 1<sup>er</sup> semestre 2013,
- Le 27 février, *Galderma* a finalisé l'acquisition de Spirig en Suisse,
- Par ailleurs, le 15 avril, L'Oréal a annoncé l'acquisition de l'activité Hygiène Beauté d'Interconsumer Products Limited (ICP) au Kenya.

---

«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. : FR000120321), 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	
The Body Shop	194	
Dermatologie	215	
<b>Total deuxième trimestre</b>	<b>5 570</b>	
<u>Premier semestre :</u>		
Cosmétique	10 471	
The Body Shop	374	
Dermatologie	368	
<b>Total premier semestre</b>	<b>11 213</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>	

A n n e e x e