

## CHIFFRE D'AFFAIRES AU 30 SEPTEMBRE 2017

### RENFORCEMENT DE LA CROISSANCE : + 4,5 % SUR LES NEUF PREMIERS MOIS À DONNÉES COMPARABLES <sup>1</sup>

- **Chiffre d'affaires : 19,5 milliards d'euros**
  - + 4,5 % à données comparables <sup>1</sup>
  - + 2,4 % à données publiées <sup>2</sup>
- **Une activité toujours très différenciée par Division**
- **Excellente performance de L'Oréal Luxe et dynamique confirmée de la Division Cosmétique Active**
- **Accélération de la croissance dans les Nouveaux Marchés, notamment en Asie Pacifique**
- **Solidité de l'Europe de l'Ouest**

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

*« Comme annoncé, le troisième trimestre est en accélération avec une progression de + 5,1 % à données comparables. Au total, le Groupe surperforme le marché et renforce sa position.*

*L'Oréal Luxe réalise une excellente performance avec une progression à deux chiffres, portée par la bonne santé de ses quatre grandes marques : Lancôme, Yves Saint Laurent, Giorgio Armani et Kiehl's, et la dynamique de son acquisition récente, IT Cosmetics. La Division Cosmétique Active progresse de façon sensible, notamment grâce à la qualité de ses lancements et à la bonne performance de CeraVe. La Division des Produits Grand Public renforce ses positions dans plusieurs grandes Zones, mais reste ralentie par les marchés américain et français toujours difficiles.*

*Le fait marquant de ce trimestre est l'accélération de notre activité dans les Nouveaux Marchés qui enregistrent une croissance à deux chiffres, avec de belles performances en Asie Pacifique, notamment en Chine, mais aussi en Amérique Latine et en Europe de l'Est. La performance en Europe de l'Ouest reste solide.*

*La croissance du chiffre d'affaires continue d'être amplifiée par notre avance digitale, en particulier avec un développement soutenu des ventes en ligne, à + 31,6 % <sup>3</sup>.*

*Ces bonnes performances renforcent notre confiance dans notre capacité à surperformer à nouveau le marché cosmétique en 2017 et à faire progresser notre chiffre d'affaires et nos résultats. »*

<sup>1</sup> À données comparables : à structure et taux de change identiques, voir détails page 2.

<sup>2</sup> Au 3<sup>e</sup> trimestre 2016 et au 30 septembre 2016, le chiffre d'affaires Groupe publié intégrait le chiffre d'affaires de The Body Shop à hauteur de respectivement 200,9 millions d'euros et 599,5 millions d'euros.

<sup>3</sup> 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 auditée) ; progression à données comparables.

## Évolution du chiffre d'affaires au 30 septembre 2017

À données comparables, c'est-à-dire à structure et taux de change identiques, la croissance du chiffre d'affaires ressort à + 4,5 %.

L'effet net de changement de structure est de - 2,2 %, qui se décompose en :

- + 1,0 % du fait des acquisitions ;
- - 3,2 % du fait de la cession de The Body Shop.

Les effets monétaires ont eu un impact positif de + 0,1 %. En extrapolant les taux de change du 29 septembre 2017, c'est-à-dire avec 1 € = 1,18 \$ jusqu'au 31 décembre, l'impact des effets monétaires s'établirait à environ - 1,3 % sur le chiffre d'affaires de l'ensemble de l'année 2017.

La croissance à taux de change constants ressort à + 2,3 %.

À données publiées, le chiffre d'affaires du Groupe, au 30 septembre 2017, s'établit à 19,5 milliards d'euros, en croissance de + 2,4 %.

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

	3 <sup>e</sup> trimestre 2017			Au 30 septembre 2017		
	M€	Croissance à données Comparables	Publiées	M€	Croissance à données Comparables	Publiées
<b>Par Division opérationnelle</b>						
Produits Professionnels	779,3	+ 0,5 %	- 3,6 %	2 518,6	- 0,3 %	- 0,6 %
Produits Grand Public	2 818,7	+ 2,3 %	- 1,4 %	9 208,0	+ 2,0 %	+ 2,1 %
L'Oréal Luxe	2 024,2	+ 11,2 %	+ 8,9 %	6 172,7	+ 10,8 %	+ 13,2 %
Cosmétique Active	475,7	+ 6,2 %	+ 11,7 %	1 610,6	+ 5,0 %	+ 11,3 %
<b>Total Divisions opérationnelles</b>	<b>6 097,9</b>	<b>+ 5,1 %</b>	<b>+ 2,4 %</b>	<b>19 509,9</b>	<b>+ 4,5 %</b>	<b>+ 5,8 %</b>
<b>Par Zone géographique</b>						
Europe de l'Ouest <sup>4</sup>	1 873,7	+ 2,6 %	+ 1,5 %	6 076,5	+ 2,8 %	+ 1,6 %
Amérique du Nord	1 764,3	+ 1,3 %	+ 0,5 %	5 589,1	+ 2,5 %	+ 7,2 %
Nouveaux Marchés, dont :	2 459,9	+ 10,2 %	+ 4,6 %	7 844,3	+ 7,4 %	+ 8,2 %
- Asie, Pacifique <sup>4</sup>	1 421,3	+ 14,7 %	+ 7,3 %	4 556,6	+ 10,1 %	+ 8,8 %
- Amérique Latine	479,3	+ 3,4 %	- 0,4 %	1 464,4	+ 5,0 %	+ 8,9 %
- Europe de l'Est	392,4	+ 7,8 %	+ 6,2 %	1 301,0	+ 8,9 %	+ 13,8 %
- Afrique, Moyen-Orient	166,9	+ 0,4 %	- 5,3 %	522,3	- 9,0 %	- 9,2 %
<b>Total Divisions opérationnelles</b>	<b>6 097,9</b>	<b>+ 5,1 %</b>	<b>+ 2,4 %</b>	<b>19 509,9</b>	<b>+ 4,5 %</b>	<b>+ 5,8 %</b>
<b>Total Groupe</b>	<b>6 097,9</b>	<b>+ 5,1 %</b>	<b>- 0,9 %</b>	<b>19 509,9</b>	<b>+ 4,5 %</b>	<b>+ 2,4 %</b>

Au 3<sup>e</sup> trimestre 2016 et au 30 septembre 2016, le chiffre d'affaires Groupe publié intégrait le chiffre d'affaires de The Body Shop à hauteur de respectivement 200,9 millions d'euros et 599,5 millions d'euros.

Par mesure de simplification, afin d'aligner la communication externe sur le reporting interne d'analyse de la performance, et au vu de son faible impact, la mise en place de la GST (Goods & Services tax) en Inde a donné lieu à un retraitement. L'impact s'élève à + 0,1 % sur la croissance du chiffre d'affaires du Groupe au troisième trimestre, et à zéro sur la croissance du chiffre d'affaires à neuf mois.

<sup>4</sup> 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 est à - 0,3 % à données comparables et à - 0,6 % à données publiées.**

L'activité est en légère amélioration au troisième trimestre, portée par l'Europe de l'Est et l'Amérique Latine. En soin du cheveu, la rénovation des gammes *Série Expert* chez *L'Oréal Professionnel* et des principales franchises chez *Redken* (*Extreme* et *All Soft*) dynamisent la catégorie, tandis que sur la tendance du naturel, *Aura Botanica* chez *Kérastase* et *Biologie* chez *Matrix* continuent de rencontrer un vif succès. La coloration continue de bénéficier du lancement de *Colorfulhair* chez *L'Oréal Professionnel* et de la forte dynamique de *Shades EQ* chez *Redken*.

## PRODUITS GRAND PUBLIC

**La Division des Produits Grand Public enregistre au troisième trimestre une progression de + 2,3 % à données comparables, et termine fin septembre à + 2,0 % à données comparables, soit + 2,1 % à données publiées.**

Le maquillage continue sur une bonne dynamique grâce au succès du mascara *Lash Paradise* et des rouges à lèvres *Color Riche Mat* de *L'Oréal Paris*, de *SuperStay Matte Ink* chez *Maybelline New York*, du blockbuster *Total Control Drop* fond de teint et de l'eyeliner *Epic Ink* chez *NYX Professional Makeup*.

Le soin visage accélère sa croissance grâce à la bonne santé de nos franchises anti-âge *L'Oréal Paris* et du succès de la toilette chez *Garnier* et en particulier des *Eaux Micellaires*.

En coloration, le succès des deux nouveaux gestes *Magic Retouch* et *Colorista* de *L'Oréal Paris* se confirme.

La Division gagne des parts de marché en Europe de l'Ouest, en Europe de l'Est et en Amérique hispanophone. En Asie, la Division a accéléré au troisième trimestre. Aux États-Unis, la Division est confrontée à un marché particulièrement difficile depuis le début de l'année.

## L'ORÉAL LUXE

**À fin septembre, L'Oréal Luxe progresse de + 10,8 % à données comparables et de + 13,2 % à données publiées, après un excellent troisième trimestre à + 11,2 % en comparable.**

La Division poursuit son accélération en maquillage et en soin du visage. *Lancôme* renforce sa croissance avec, notamment, le succès du mascara *Monsieur Big*, de belles performances sur le fond de teint *Teint Idole*, le lancement du soin *Advanced Génifique Sensitive* et de l'eau de parfum *La vie est belle L'Éclat*. *Yves Saint Laurent* poursuit sa forte croissance que ce soit en maquillage avec les derniers lancements *Encre de Peau All Hours* en teint ou de *Tatouage Couture* sur les lèvres, et en parfum avec son nouveau masculin *Y. Giorgio Armani* accélère, porté par le duo de fragrances *Emporio Armani* et l'essor du maquillage. *Kiehl's* poursuit sa croissance à deux chiffres et *Urban Decay* bénéficie du lancement de la nouvelle palette *Naked Heat*. *IT Cosmetics* enregistre une progression rapide.

L'Oréal Luxe poursuit ses gains de parts de marché avec des croissances à deux chiffres en Asie Pacifique, plus particulièrement en Chine et à Hong Kong, ainsi qu'en *Travel Retail* et e-commerce.

## COSMÉTIQUE ACTIVE

**À fin septembre, la Division Cosmétique Active poursuit son accélération, à + 11,3 % à données publiées et + 5,0 % à données comparables.**

*La Roche-Posay* affiche une croissance solide dans toutes les Zones au troisième trimestre, et innove avec le lancement de *Lipikar Stick AP+* anti-grattage pour peaux sensibles.

*Vichy* confirme le succès de *Minéral 89* dans tous les marchés où il a été lancé, et lance *Liftactiv* cure anti-oxydante et anti-fatigue.

Les marques américaines *SkinCeuticals*, ainsi que *CeraVe* sur l'Amérique du Nord, continuent leur forte dynamique sur le troisième trimestre avec une croissance à deux chiffres.

À noter la très bonne performance de l'Asie au troisième trimestre, portée par le succès des lancements et le fort développement du e-commerce.

## Synthèse par Zone géographique

### EUROPE DE L'OUEST

La Zone a enregistré une croissance de + 2,8 % à données comparables et + 1,6 % à données publiées. La croissance est très dynamique au Royaume-Uni, en Espagne et en Allemagne, ainsi qu'aux Pays-Bas et en Grèce. En France, l'activité reste pénalisée par un marché difficile. Les Divisions Produits Grand Public et L'Oréal Luxe surperforment leur marché respectif, et la catégorie maquillage reste un fort moteur de croissance pour la région.

### AMÉRIQUE DU NORD

La Zone a enregistré une croissance de + 2,5 % à données comparables et + 7,2 % à données publiées, malgré un marché américain qui reste morose depuis le début de l'année.

Dans un contexte difficile, la Division des Produits Grand Public progresse dans les nouveaux circuits de distribution, ainsi que par le succès des lancements de *L'Oréal Paris* : le mascara *Lash Paradise* et le fond de teint *Infaillible*. L'Oréal Luxe poursuit sa progression avec *Yves Saint Laurent* et *IT Cosmetics*. La marque *Redken* réalise de belles performances au sein de la Division des Produits Professionnels. La Division Cosmétique Active continue sa croissance à deux chiffres grâce notamment à l'acquisition récente de *CeraVe*, ainsi que des marques *SkinCeuticals* et *La Roche-Posay*.

### NOUVEAUX MARCHÉS

**Asie, Pacifique :** la Zone progresse de + 10,1 % à données comparables et + 8,8 % à données publiées. En Asie du Nord, la Chine connaît une croissance soutenue, tirée par L'Oréal Luxe, et par le dynamisme des ventes en e-commerce. Hong Kong est aussi en forte croissance, grâce au retour confirmé des touristes chinois. En Asie du Sud, la croissance est portée par la Thaïlande, la Malaisie et l'Indonésie grâce à la force de notre portefeuille de marques en maquillage de la Division des Produits Grand Public.

**Amérique Latine :** la Zone affiche une croissance de + 5,0 % à données comparables et + 8,9 % à données publiées. Le Mexique poursuit sur sa lancée. L'Argentine et l'Uruguay enregistrent une croissance à deux chiffres. En revanche, l'activité au Brésil reste difficile.

**Europe de l'Est :** la Zone croît à + 8,9 % à données comparables et + 13,8 % à données publiées. L'Europe Centrale et la Turquie continuent leur forte croissance. Toutes les Divisions gagnent des parts de marché. La catégorie maquillage est la plus dynamique grâce à *NYX Professional Makeup*, *Maybelline New York*, *Yves Saint Laurent* et *Urban Decay*. En Russie, l'extension de l'usine de Vorsino a démarré en juillet, permettant d'augmenter ses capacités et de déployer la technologie soin de la peau.

**Afrique, Moyen-Orient :** la Zone est à - 9,0 % à données comparables et - 9,2 % à données publiées. La situation s'améliore progressivement, avec un troisième trimestre en croissance à + 0,4 % à données comparables, grâce à une reprise graduelle dans les Pays du Golfe. L'Égypte connaît une forte croissance. Les Divisions Produits Grand Public et L'Oréal Luxe gagnent des parts de marché dans la région Maghreb Moyen-Orient.

Chiffre d'affaires

## Faits marquants de la période du 01/07/17 au 30/09/17

- Le 7 septembre 2017, après avoir obtenu les autorisations nécessaires des autorités compétentes, L'Oréal et Natura Cosmetics ont finalisé l'accord définitif de cession de The Body Shop à Natura, conformément aux termes du projet communiqué le 9 juin 2017.
- Le 19 septembre 2017, L'Oréal s'est vu décerner, à l'occasion du Grand Prix du Gouvernement d'Entreprise organisé par l'AGEFI, le deuxième prix de la Diversité dans les organes de direction.
- Le 21 septembre 2017, L'Oréal s'est vu décerner, à l'occasion des Grands Prix de la Transparence Labrador, le Premier Prix de la Charte Éthique.

---

« 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 2016/2017 (en millions d'euros)

	2016 <sup>5</sup>	2017 <sup>6</sup>
<u>Premier trimestre :</u>		
Divisions opérationnelles	6 352,4	6 847,8
The Body Shop	200,1	197,2
<b>Total premier trimestre</b>	<b>6 552,4</b>	<b>7 045,0</b>
<u>Deuxième trimestre :</u>		
Divisions opérationnelles	6 143,6	6 564,2
The Body Shop	198,5	
<b>Total deuxième trimestre</b>	<b>6 342,2</b>	<b>6 564,2</b>
<u>Premier semestre :</u>		
Divisions opérationnelles	12 496,0	13 411,9
The Body Shop	398,6	
<b>Total premier semestre</b>	<b>12 894,6</b>	<b>13 411,9</b>
<u>Troisième trimestre :</u>		
Divisions opérationnelles	5 952,2	6 097,9
The Body Shop	200,9	
<b>Total troisième trimestre</b>	<b>6 153,2</b>	<b>6 097,9</b>
<u>Neuf mois :</u>		
Divisions opérationnelles	18 448,2	19 509,9
The Body Shop	599,5	
<b>Total neuf mois</b>	<b>19 047,8</b>	<b>19 509,9</b>
<u>Quatrième trimestre :</u>		
Divisions opérationnelles	6 468,1	
The Body Shop	321,3	
<b>Total quatrième trimestre</b>	<b>6 789,3</b>	
<u>Année :</u>		
Divisions opérationnelles	24 916,3	
The Body Shop	920,8	
<b>Total année</b>	<b>25 837,1</b>	

<sup>5</sup> Au 3<sup>e</sup> trimestre 2016 et au 30 septembre 2016, le chiffre d'affaires Groupe publié intégrait le chiffre d'affaires de The Body Shop à hauteur de respectivement 200,9 millions d'euros et 599,5 millions d'euros.

<sup>6</sup> Au 1<sup>er</sup> trimestre 2017, le chiffre d'affaires Groupe publié intégrait le chiffre d'affaires de The Body Shop à hauteur de 197,2 millions d'euros.