

## Résultats semestriels 2016

### **SOLIDITÉ DE L'ACTIVITÉ ET DES RÉSULTATS DANS UN CONTEXTE VOLATIL CONFIANCE CONFIRMÉE POUR 2016**

- **CHIFFRE D'AFFAIRES : 12,89 milliards d'euros, soit + 4,2 % à données comparables, + 4,5 % hors effets monétaires et + 0,6 % à données publiées**
- **MARGE D'EXPLOITATION : 18,3 %, + 20 points de base**
- **BÉNÉFICE PAR ACTION<sup>(1)</sup> : 3,59 euros**
  - **Croissance du chiffre d'affaires dans toutes les Divisions et Zones géographiques**
  - **Confirmation de l'accélération des Produits Grand Public**
  - **Bonne tenue de la croissance de L'Oréal Luxe et de Cosmétique Active**
  - **Accélération en Amérique du Nord et dans les Nouveaux Marchés**

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

« À fin juin, le Groupe confirme sa dynamique de croissance avec une progression de l'activité dans toutes les Divisions et toutes les Zones géographiques.

Comme annoncé, la Division des Produits Grand Public accélère et surperforme son marché, portée par ses initiatives de conquête en maquillage et en capillaire.

L'Oréal Luxe, dans un marché qui reste solide, maintient un rythme de croissance soutenu en capitalisant sur son portefeuille unique de marques et en poursuivant sa dynamique d'innovation. La Division Cosmétique Active, dans un marché dermocosmétique ralenti par une mauvaise saison, développe ses grandes franchises et continue de faire croître sa part de marché. La Division des Produits Professionnels poursuit ses initiatives pour animer l'ensemble des segments de la beauté professionnelle, dans un secteur en amélioration progressive.

Par Zone géographique, l'Amérique du Nord accélère comme attendu et la croissance robuste des Nouveaux Marchés permet d'y renforcer nos positions. L'Europe de l'Ouest est pénalisée par un marché français très difficile.

Au premier semestre, les ventes en e-commerce<sup>(2)</sup> ont augmenté de + 33 % et représentent près de 6 % du chiffre d'affaires. Le Groupe, à la pointe de la beauté en ligne, accentue son avance digitale, notamment en maquillage, catégorie en pleine accélération, tirée mondialement par la génération des "Millennials".

Nos résultats sont de qualité avec une amélioration significative de la marge brute et des investissements soutenus en Recherche et Innovation et en moyens moteurs, au service de l'Universalisation de nos marques.

Les remarquables performances de nos récentes acquisitions, NYX Professional Makeup, Urban Decay ou Niely, contribuent très positivement à la croissance du Groupe. En revanche, les résultats de Magic et Clarisonic n'ont pas été à la hauteur de nos attentes et nous ont donc amenés à constater une dépréciation de goodwill de respectivement 213 et 234 millions d'euros au 30 juin 2016. Cette dépréciation est enregistrée en charge non récurrente et n'a pas d'impact sur la trésorerie. L'intérêt stratégique de ces deux marques reste intact.

Dans un environnement toujours volatil et incertain, en particulier sur le plan monétaire, le modèle équilibré de L'Oréal est plus que jamais sa force. Ce premier semestre renforce notre confiance dans la capacité du Groupe à surperformer son marché et à réaliser en 2016 une nouvelle année de croissance du chiffre d'affaires et des résultats. »

(1) Bénéfice net dilué par action, hors éléments non récurrents, part du groupe.

(2) 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) ; à données comparables.

Communication

## A – Évolution du chiffre d'affaires du 1<sup>er</sup> semestre 2016

À données comparables, c'est-à-dire à structure et taux de change identiques, la croissance du chiffre d'affaires ressort à + 4,2 %.

L'effet net de changement de structure est de + 0,3 %.

La croissance à taux de change constants ressort à + 4,5 %.

Les effets monétaires ont eu un impact négatif de - 3,9 %. En extrapolant les taux de change du 30 juin 2016, c'est-à-dire avec 1 € = 1,1102 \$ jusqu'au 31 décembre 2016, l'impact des effets monétaires s'établirait à environ - 2,9 % sur le chiffre d'affaires de l'ensemble de l'année 2016.

À données publiées, le chiffre d'affaires du Groupe, au 30 juin 2016, s'établit à 12,89 milliards d'euros, soit une progression de + 0,6 %.

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

	2 <sup>e</sup> trimestre 2016			1 <sup>er</sup> semestre 2016		
	M€	Croissance à données Comparables	Publiées	M€	Croissance à données Comparables	Publiées
<b>Par Division opérationnelle</b>						
Produits Professionnels	870,1	1,8 %	- 2,0 %	1 724,4	2,2 %	- 0,9 %
Produits Grand Public	3 048,9	4,7 %	- 1,1 %	6 154,9	4,3 %	- 0,1 %
L'Oréal Luxe	1 763,9	5,6 %	1,8 %	3 595,3	5,6 %	3,1 %
Cosmétique Active	460,7	5,7 %	0,3 %	1 021,4	5,0 %	0,3 %
<b>Total Divisions cosmétiques</b>	<b>6 143,6</b>	<b>4,6 %</b>	<b>- 0,3 %</b>	<b>12 496,0</b>	<b>4,4 %</b>	<b>0,7 %</b>
<b>Par Zone géographique</b>						
Europe de l'Ouest	2 056,9	1,4 %	- 0,2 %	4 184,4	1,7 %	0,6 %
Amérique du Nord	1 744,1	4,9 %	2,3 %	3 460,0	4,6 %	4,0 %
Nouveaux Marchés, dont :	2 342,6	7,4 %	- 2,3 %	4 851,6	6,8 %	- 1,4 %
- Asie, Pacifique	1 305,3	4,8 %	- 0,5 %	2 815,8	4,6 %	1,0 %
- Amérique Latine	454,3	13,3 %	- 7,3 %	863,3	10,8 %	- 9,1 %
- Europe de l'Est	383,0	8,1 %	- 5,8 %	773,7	8,9 %	- 3,7 %
- Afrique, Moyen-Orient	199,9	11,4 %	5,2 %	398,8	9,7 %	5,3 %
<b>Total Divisions cosmétiques</b>	<b>6 143,6</b>	<b>4,6 %</b>	<b>- 0,3 %</b>	<b>12 496,0</b>	<b>4,4 %</b>	<b>0,7 %</b>
The Body Shop	198,5	- 3,2 %	- 9,6 %	398,6	- 0,6 %	- 3,2 %
<b>Total Groupe</b>	<b>6 342,2</b>	<b>4,3 %</b>	<b>- 0,6 %</b>	<b>12 894,6</b>	<b>4,2 %</b>	<b>0,6 %</b>

## PRODUITS PROFESSIONNELS

À fin juin, la Division des Produits Professionnels est en croissance de + 2,2 % à données comparables, soit - 0,9 % à données publiées.

- Le marché des produits professionnels confirme les signes de redémarrage progressif observés depuis la fin 2015.  
Sur le plan géographique, l'activité est marquée par la bonne tenue de l'Europe de l'Ouest, de l'Europe de l'Est et de la Zone Afrique, Moyen-Orient. L'Inde, la Russie et le Royaume-Uni sont les principaux contributeurs à la croissance. En Amérique du Nord, SalonCentric connaît un ralentissement temporaire.
- La coloration, premier contributeur à la croissance, poursuit sa dynamique portée, d'une part, par la solidité des piliers *Shades Eq* chez *Redken*, *SoColor Beauty* chez *Matrix*, *Inoa* et *Dia* chez *L'Oréal Professionnel*, et d'autre part, par le succès des lancements *Blond Studio* et *Hair Touch Up* chez *L'Oréal Professionnel*. Le soin du cheveu continue de bénéficier de la bonne tenue de *Redken* et *Matrix*. En soin professionnel, *Decléor* progresse fortement en Europe de l'Ouest.

## PRODUITS GRAND PUBLIC

La Division confirme son accélération au deuxième trimestre à + 4,7 % à données comparables après un premier trimestre à + 3,9 %. Au premier semestre, la Division des Produits Grand Public enregistre une progression de + 4,3 % à données comparables, soit - 0,1 % à données publiées.

- Les ventes de la Division progressent dans toutes les Zones : fortement en Amérique du Nord et dans les Nouveaux Marchés. En Europe de l'Ouest, bien que la situation reste très difficile en France, la Division bénéficie de la bonne dynamique du Royaume-Uni et de l'Espagne.
- La Division met en œuvre avec succès ses grands choix stratégiques :  
Le maquillage, porté par le formidable démarrage de l'internationalisation de *NYX Professional Makeup*, par la progression de *Maybelline* et de *L'Oréal Makeup Designer Paris* ainsi que par la très bonne dynamique d'*Essie*.  
Le capillaire, avec le déploiement mondial d'*Ultra Doux*, positionné sur la tendance du naturel, et le lancement d'*Elsève Argile Extraordinaire* en Europe de l'Ouest.

Le soin de la peau est soutenu par le succès des *Eaux Micellaires* de *Garnier* et l'innovation *Age Perfect Golden Age* de *L'Oréal Paris*.

## L'ORÉAL LUXE

L'Oréal Luxe affiche une progression de + 5,6 % à données comparables et de + 3,1 % à données publiées. La Division poursuit sa progression, en particulier grâce au dynamisme du maquillage.

- L'Oréal Luxe progresse dans toutes les Zones malgré un tassement de la croissance en Europe de l'Ouest, affectée par les difficultés du Travel Retail et de la France. La Division confirme ses bonnes performances en Chine, au Japon, en Amérique du Nord et en Europe de l'Est.
- Yves Saint Laurent* poursuit sa forte expansion portée par la très belle performance du maquillage, notamment en Asie, et en parfums, par le succès de *Black Opium* et le lancement de *Mon Paris*. *Urban Decay* s'inscrit à la pointe du succès en maquillage avec le lancement de *Vice Lipstick*. *Giorgio Armani* affiche une progression à deux chiffres grâce à l'essor du maquillage, dont *Lip Maestro*, et au parfum masculin *Code Profumo*.  
*Lancôme* réalise une bonne performance et bénéficie de l'excellent démarrage de *Juicy Shaker*, du succès croissant de « *La vie est belle* » et du lancement d'*Énergie de Vie* qui cible les "Millennials".  
*Kiehl's* poursuit son développement mondial.  
L'Oréal Luxe complète son offre en parfumerie alternative avec l'acquisition de la Maison de Parfum *Atelier Cologne*.

## COSMÉTIQUE ACTIVE

La Division Cosmétique Active se renforce au deuxième trimestre 2016. À fin juin, le chiffre d'affaires progresse de + 5,0 % à données comparables et de + 0,3 % à données publiées.

- Toutes les Zones contribuent à la bonne croissance des ventes de la Division, à l'exception de l'Europe de l'Ouest dont le marché a été ralenti par une saison défavorable.
- *La Roche-Posay* maintient une excellente dynamique, soutenue par ses franchises *Cicaplast* avec le lancement de *Cicaplast Baume B5 SPF50*, et *Toleriane* avec le lancement de *Toleriane Ultra Nuit*. *Vichy* bénéficie de la performance de sa franchise *Neovadiol* et des eaux thermales. *SkinCeuticals* enregistre des performances remarquables, notamment en Asie, en Europe de l'Est, et confirme le succès de son lancement *Triple Lipid Restore*.

## Synthèse multi-divisions par Zone géographique

### EUROPE DE L'OUEST

À fin juin, la Zone est en croissance de + 1,7 % à données comparables et de + 0,6 % à données publiées.

L'activité est très contrastée, tant en termes de marché que pour les affaires : on observe une bonne performance dans tous les pays à l'exception du marché français, difficile dans tous les circuits de distribution.

Dans la catégorie très dynamique du maquillage, *NYX Professional Makeup* réalise un début très prometteur.

Les ventes réalisées en e-commerce poursuivent leur progression très rapide.

### AMÉRIQUE DU NORD

L'Oréal réalise une croissance de + 4,6 % à données comparables et + 4,0 % à données publiées. La Division des Produits Grand Public surperforme le marché avec les fortes progressions de *NYX Professional Makeup*, *Maybelline* et *Garnier* dont le lancement de *Whole Blends (Ultra Doux)* connaît un bon début. En dépit des difficultés de *Clarisonic*, L'Oréal Luxe affiche de belles performances, portée par la qualité de son portefeuille de marques : *Urban Decay*, *Yves Saint Laurent* et *Kiehl's* stimulent leurs catégories respectives.

### NOUVEAUX MARCHÉS

- **Asie, Pacifique** : L'Oréal progresse de + 4,6 % à données comparables et de + 1,0 % à données publiées. Avec une croissance toujours forte, notamment sur le marché chinois, L'Oréal Luxe reste dynamique, soutenue par les performances des marques *Yves Saint Laurent* et *Giorgio Armani*. La Division des Produits Grand Public est tirée par le lancement d'*Ultra Doux* en Chine et en Inde, et par le déploiement de la marque *Garnier* en Asie du Sud. La croissance est alimentée par la vitalité de l'Asie du Sud ; en revanche l'Asie du Nord reste pénalisée par un marché moins dynamique, notamment à Hong Kong, et par les difficultés de la marque *Magic* en Chine. La Division Cosmétique Active est en forte croissance grâce au développement de *La Roche-Posay*.
- **Amérique Latine** : La Zone a réalisé une croissance à deux chiffres à + 10,8 % à données comparables, soit - 9,1 % en publié. L'Amérique hispanophone affiche une progression à deux chiffres, tirée par les bonnes performances de toutes les marques de la Division des Produits Grand Public, en particulier *Maybelline*, *L'Oréal Paris* et *Vogue*. Le Brésil surmonte les effets de la réforme fiscale de l'IPi en 2015 et retrouve la croissance avec une accélération sur les marques *Niely* et *La Roche-Posay*.
- **Europe de l'Est** : La Zone affiche une croissance de + 8,9 % à données comparables, soit - 3,7 % en publié. Les Divisions Produits Professionnels et L'Oréal Luxe continuent à croître fortement, la Division des Produits Grand Public poursuit une progression rapide, en particulier en Russie, mais ralentit en Turquie. Au total, ces trois Divisions gagnent des parts de marché sur l'ensemble de la Zone. La Russie, l'Ukraine et le Kazakhstan tirent la croissance. L'activité est également soutenue en Pologne, République tchèque et Hongrie.

- **Afrique, Moyen-Orient** : La croissance est de + 9,7 % à données comparables et de + 5,3 % en publié. Dans un contexte de marché en ralentissement, le Moyen-Orient affiche une croissance solide, tirée par l'Égypte, le Pakistan et dans une moindre mesure les pays du Golfe. Toutes les Divisions gagnent des parts de marché.  
À noter qu'en Afrique du Sud, le lancement d'*Ultimate Blends (Ultra Doux)* de *Garnier* obtient des premiers résultats prometteurs.

## THE BODY SHOP

À fin juin 2016, le chiffre d'affaires de The Body Shop a évolué de - 0,6 % à données comparables et - 3,2 % à données publiées. La croissance se poursuit dans les principaux marchés, tels que le Royaume-Uni, l'Australie et le Canada, tandis que le ralentissement économique à Hong Kong et en Arabie Saoudite impacte l'activité. Au 30 juin 2016, la marque est distribuée dans 3 047 points de vente.

## **B – Faits marquants de la période du 01/04/16 au 30/06/16**

- Le 18 avril 2016, L'Oréal a annoncé la nomination de Monsieur Alexis Perakis-Valat en qualité de Directeur Général de la Division des Produits Grand Public, en remplacement de Monsieur Marc Menesguen qui prendra sa retraite au début de l'année 2017. Monsieur Jochen Zaumseil remplacera Monsieur Perakis-Valat à la Direction Générale de la Zone Asie, Pacifique. Monsieur Vianney Derville remplacera Monsieur Zaumseil à la Direction Générale de la Zone Europe de l'Ouest. Ces nominations prendront effet à compter du 1<sup>er</sup> septembre 2016.
- Le 20 avril 2016, l'Assemblée Générale mixte des actionnaires de L'Oréal a nommé deux nouveaux administrateurs, Mesdames Béatrice Guillaume-Grabisch et Eileen Naughton, et renouvelé les mandats de Messieurs Jean-Pierre Meyers, Jean-Victor Meyers et Bernard Kasriel.
- Le 20 avril 2016, le Conseil d'Administration réuni à l'issue de l'Assemblée Générale a décidé, en application de l'autorisation votée par l'Assemblée Générale du même jour, l'annulation de 3 202 500 actions acquises dans le cadre du programme de rachat décidé par le Conseil d'Administration du 11 février 2016. L'annulation de ces actions est intervenue le 30 juin 2016. Le capital social de L'Oréal au 30 juin 2016 s'élève à 112 182 708 euros, divisé en 560 913 540 actions de 0,2 euro chacune.
- Le 30 juin 2016, L'Oréal a annoncé la signature d'un accord en vue de l'acquisition de la Maison de Parfum *Atelier Cologne* spécialisée dans la parfumerie de niche et vendue en distribution sélective. Cette marque vient compléter le portefeuille de marques de L'Oréal Luxe. L'opération a été finalisée le 25 juillet 2016.

## **C – Évènements post-clôture**

- Le 13 juillet 2016, 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 marque *Saint-Gervais Mont Blanc*. Les produits *Saint-Gervais Mont Blanc*, à l'eau thermale du Mont Blanc, couvrent les besoins du visage et du corps en matière de soin et de protection.
- Le 22 juillet 2016, 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.

## D – Évolution des résultats du 1<sup>er</sup> semestre 2016

Les comptes consolidés semestriels ont fait l'objet d'un examen limité des Commissaires aux Comptes.

### 1) Rentabilité d'exploitation à 18,3 % du chiffre d'affaires

Compte de résultat consolidé : du chiffre d'affaires au résultat d'exploitation.

<i>En millions d'euros</i>	30/06/15	En % du chiffre d'affaires	31/12/15	En % du chiffre d'affaires	30/06/16	En % du chiffre d'affaires	Évolution au semestre
<b>Chiffre d'affaires</b>	<b>12 818,9</b>	<b>100,0 %</b>	<b>25 257,4</b>	<b>100,0 %</b>	<b>12 894,6</b>	<b>100,0 %</b>	<b>+ 0,6 %</b>
<i>Coût des ventes</i>	- 3 630,3	28,3 %	- 7 277,4	28,8 %	- 3 561,2	27,6 %	
<b>Marge brute</b>	<b>9 188,6</b>	<b>71,7 %</b>	<b>17 980,0</b>	<b>71,2 %</b>	<b>9 333,4</b>	<b>72,4 %</b>	<b>+ 1,6 %</b>
<i>Frais de R&amp;D</i>	- 379,7	3,0 %	- 794,1	3,1 %	- 414,2	3,2 %	
<i>Frais publi-promotionnels</i>	- 3 753,3	29,3 %	- 7 359,6	29,1 %	- 3 790,9	29,4 %	
<i>Frais commerciaux &amp; administratifs</i>	- 2 732,6	21,3 %	- 5 438,6	21,5 %	- 2 764,7	21,4 %	
<b>Résultat d'exploitation</b>	<b>2 323,0</b>	<b>18,1 %</b>	<b>4 387,7</b>	<b>17,4 %</b>	<b>2 363,6</b>	<b>18,3 %</b>	<b>+ 1,7 %</b>

**La marge brute**, à 9 333 millions d'euros, ressort à 72,4 % du chiffre d'affaires soit une amélioration de 70 points de base par rapport au premier semestre 2015.

**Les frais de recherche et développement**, à 414 millions d'euros, sont en croissance de + 9,1 %, soit 3,2 % du chiffre d'affaires.

**Les frais publi-promotionnels** ressortent à 29,4 % du chiffre d'affaires, un niveau légèrement supérieur à celui du premier semestre 2015.

**Les frais commerciaux et administratifs** ressortent à un niveau légèrement supérieur, de 10 points de base, à celui du premier semestre 2015.

Au total, **le résultat d'exploitation**, à 2 364 millions d'euros, est en croissance de 20 points de base et s'établit à 18,3 % du chiffre d'affaires.

### 2) Résultat d'exploitation par Division opérationnelle

	30/06/15		31/12/15		30/06/16	
	M €	% CA	M €	% CA	M €	% CA
<b>Par Division opérationnelle</b>						
Produits Professionnels	332,0	19,1 %	678,5	20,0 %	338,2	19,6 %
Produits Grand Public	1 313,1	21,3 %	2 385,8	20,1 %	1 306,8	21,2 %
L'Oréal Luxe	716,0	20,5 %	1 497,5	20,7 %	767,3	21,3 %
Cosmétique Active	280,2	27,5 %	414,7	22,8 %	283,3	27,7 %
<b>Total des Divisions avant non alloué</b>	<b>2 641,3</b>	<b>21,3 %</b>	<b>4 976,4</b>	<b>20,5 %</b>	<b>2 695,5</b>	<b>21,6 %</b>
<i>Non alloué<sup>(1)</sup></i>	- 311,1	- 2,5 %	- 643,6	- 2,6 %	- 309,8	- 2,5 %
<b>Total des Divisions après non alloué</b>	<b>2 330,2</b>	<b>18,8 %</b>	<b>4 332,8</b>	<b>17,8 %</b>	<b>2 385,7</b>	<b>19,1 %</b>
The Body Shop	- 7,2	- 1,8 %	+ 54,8	5,7 %	- 22,2	- 5,6 %
<b>Groupe</b>	<b>2 323,0</b>	<b>18,1 %</b>	<b>4 387,7</b>	<b>17,4 %</b>	<b>2 363,6</b>	<b>18,3 %</b>

(1) Non alloué = Frais centraux Groupe, recherche fondamentale, stock-options, actions gratuites et divers. En % du chiffre d'affaires du total des Divisions.

La rentabilité de la **Division des Produits Professionnels** s'est améliorée de 50 points de base, passant de 19,1 % à 19,6 %.

La **Division des Produits Grand Public** voit sa rentabilité passer de 21,3 % à 21,2 %.

**L'Oréal Luxe** est la Division qui connaît la plus forte amélioration de sa rentabilité, qui progresse de 80 points de base à 21,3 %.

La **Division Cosmétique Active**, avec une rentabilité de 27,7 %, s'améliore de 20 points de base.

Concernant **The Body Shop**, le premier semestre n'est jamais significatif en termes de rentabilité. Le niveau négatif de ce semestre résulte des difficultés de quelques grands marchés tels que Hong Kong et l'Arabie Saoudite, ainsi que des efforts d'investissements conduits pour réaccélérer la marque.

### 3) Résultat net

Compte de résultat consolidé : du résultat d'exploitation au résultat net hors éléments non récurrents.

<i>En millions d'euros</i>	30/06/15	31/12/15	30/06/16	Évolution au semestre
<b>Résultat d'exploitation</b>	<b>2 323,0</b>	<b>4 387,7</b>	<b>2 363,6</b>	<b>+ 1,7 %</b>
<i>Produits et charges financiers hors dividendes reçus</i>	- 9,8	- 13,8	1,8	
Dividendes Sanofi	336,9	336,9	346,5	
Résultat avant impôt et sociétés mises en équivalence, hors éléments non récurrents	2 650,1	4 710,8	2 711,9	<b>+ 2,3 %</b>
<i>Impôt sur les résultats hors éléments non récurrents</i>	- 692,1	- 1 219,7	- 684,1	
<i>Résultat net des sociétés mises en équivalence hors éléments non récurrents</i>	-	-	- 0,1	
<i>Intérêts minoritaires</i>	- 0,6	- 1,3	- 2,4	
<b>Résultat net hors éléments non récurrents, part du groupe<sup>(1)</sup></b>	<b>1 957,3</b>	<b>3 489,8</b>	<b>2 025,4</b>	<b>+ 3,5 %</b>
<b>BNPA<sup>(2)</sup> (€)</b>	<b>3,47</b>	<b>6,18</b>	<b>3,59</b>	<b>+ 3,4 %</b>
Résultat net part du groupe	1 882,6	3 297,4	1 479,5	
Résultat net dilué par action part du groupe (€)	3,34	5,84	2,62	
<b>Nombre d'actions moyen dilué</b>	<b>564 094 688</b>	<b>564 891 388</b>	<b>564 258 226</b>	

(1) Le résultat net hors éléments non récurrents, part du groupe exclut les plus ou moins-values sur cessions d'actifs à long terme, les dépréciations d'actifs, les coûts de restructuration, ainsi que les litiges concurrence, les effets d'impôts et les intérêts minoritaires.

(2) Bénéfice net dilué par action, hors éléments non récurrents, part du groupe.

La **charge financière nette** est proche de zéro.

Les **dividendes de Sanofi** s'élèvent à 346 millions d'euros.

L'**impôt sur les résultats hors éléments non récurrents** s'établit à 684 millions d'euros, soit un taux de 25,2 % légèrement inférieur à celui du premier semestre 2015 qui ressortait à 26,1 %.

Le **résultat net hors éléments non récurrents, part du groupe** ressort à 2 025 millions d'euros en croissance de + 3,5 % par rapport au 30 juin 2015. Les éléments non récurrents correspondent principalement à la dépréciation d'actifs incorporels (goodwill + marques) sur *Clarisonic* et *Magic*, à hauteur respectivement de 234 et 213 millions d'euros. Les performances récentes de ces deux marques n'ont pas été à la hauteur des attentes, ce qui a conduit à l'enregistrement de ces écritures qui n'ont pas d'impact sur la trésorerie. L'intérêt stratégique de ces deux marques reste intact.

Le **Bénéfice Net Par Action**, à 3,59 euros est en progression de + 3,4 % par rapport au premier semestre 2015.

Enfin, le **résultat net part du groupe** ressort à 1 479 millions d'euros.

#### 4) Cash-flow opérationnel et bilan

La **marge brute d'autofinancement** s'élève à 2 467 millions d'euros, en croissance de + 4,1 % par rapport au premier semestre 2015.

La variation du **besoin en fonds de roulement** ressort à 545 millions d'euros. Comme chaque année au premier semestre, il augmente de manière sensible, notamment du fait de l'impact sur les créances clients de la saisonnalité d'une partie de notre activité.

Les **investissements**, à 596 millions d'euros, représentent 4,6 % du chiffre d'affaires.

Le **cash-flow opérationnel**, à 1 325 millions d'euros, est en croissance de + 27,2 %.

Après paiement du dividende et rachats d'actions, le **flux résiduel** ressort à - 923 millions d'euros.

Au 30 juin 2016, la **dette nette** s'établit à 344 millions d'euros, à comparer à une dette de 1 394 millions au 30 juin 2015 et à une trésorerie nette de 618 millions d'euros au 31 décembre 2015.

Les **capitaux propres** s'élèvent à 22 milliards d'euros.

---

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

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

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

##### **Journalistes**

Mme Stephanie CARSON-PARKER  
Tel: 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, [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).

---

**E – Annexes****1. CHIFFRE D’AFFAIRES DU GROUPE L’OREAL 2015/2016 (en millions d’euros)**

	<b>2015</b>	<b>2016</b>
<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	
The Body Shop	212,5	
<b>Total troisième trimestre</b>	<b>5 937,5</b>	
<u>Neuf mois :</u>		
Divisions cosmétiques	18 132,1	
The Body Shop	624,3	
<b>Total neuf mois</b>	<b>18 756,4</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>	

## 2. COMPTES DE RESULTAT CONSOLIDE COMPARES

<i>En millions d'euros</i>	1 <sup>er</sup> semestre 2016	1 <sup>er</sup> semestre 2015	2015
<b>Chiffre d'affaires</b>	<b>12 894,6</b>	<b>12 818,9</b>	<b>25 257,4</b>
Coût des ventes	-3 561,2	-3 630,3	-7 277,4
<b>Marge brute</b>	<b>9 333,4</b>	<b>9 188,6</b>	<b>17 980,0</b>
Frais de recherche et développement	-414,2	-379,7	-794,1
Frais publi-promotionnels	-3 790,9	-3 753,3	-7 359,6
Frais commerciaux et administratifs	-2 764,7	-2 732,6	-5 438,6
<b>Résultat d'exploitation</b>	<b>2 363,6</b>	<b>2 323,0</b>	<b>4 387,7</b>
Autres produits et charges	-522,5	-47,9	-193,4
<b>Résultat opérationnel</b>	<b>1 841,1</b>	<b>2 275,1</b>	<b>4 194,3</b>
Coût de l'endettement financier brut	-6,5	-13,6	-23,7
Produits de la trésorerie et équivalents de trésorerie	22,0	27,6	55,6
<b>Coût de l'endettement financier net</b>	<b>15,5</b>	<b>14,0</b>	<b>31,9</b>
Autres produits et charges financiers	-13,7	-23,8	-45,7
Dividendes Sanofi	346,5	336,9	336,9
<b>Résultat avant impôt et sociétés mises en équivalence</b>	<b>2 189,4</b>	<b>2 602,2</b>	<b>4 517,4</b>
Impôts sur les résultats	-707,6	-721,7	-1 222,9
Résultat net des sociétés mises en équivalence	-	2,7	4,0
<b>Résultat net</b>	<b>1 481,8</b>	<b>1 883,2</b>	<b>3 298,5</b>
Dont :			
• part du groupe	1 479,5	1 882,6	3 297,4
• part des minoritaires	2,3	0,6	1,1
Résultat net par action part du groupe ( <i>en euros</i> )	2,65	3,39	5,92
Résultat net dilué par action part du groupe ( <i>en euros</i> )	2,62	3,34	5,84
Résultat net par action hors éléments non récurrents part du groupe ( <i>en euros</i> )	3,62	3,52	6,26
Résultat net dilué par action hors éléments non récurrents part du groupe ( <i>en euros</i> )	3,59	3,47	6,18

### 3. ÉTAT DU RESULTAT GLOBAL CONSOLIDÉ

<i>En millions d'euros</i>	1 <sup>er</sup> semestre 2016	1 <sup>er</sup> semestre 2015	2015
<b>Résultat net consolidé de la période</b>	<b>1 481,8</b>	<b>1 883,2</b>	<b>3 298,5</b>
<i>Actifs financiers disponibles à la vente</i>	-435,1	1 487,3	347,6
<i>Couverture des flux de trésorerie</i>	-96,8	-80,0	60,1
<i>Réserves de conversion</i>	-188,7	507,8	373,7
<i>Impôt sur les éléments recyclables <sup>(1)</sup></i>	50,3	-35,7	-28,9
<b>Éléments recyclables en résultat</b>	<b>-670,3</b>	<b>1 879,4</b>	<b>752,5</b>
<i>Gains et pertes actuariels</i>	-514,1	345,7	598,1
<i>Impôt sur les éléments non recyclables <sup>(1)</sup></i>	164,1	-119,4	-205,3
<b>Éléments non recyclables en résultat</b>	<b>-350,0</b>	<b>226,3</b>	<b>392,8</b>
<b>Autres éléments du résultat global</b>	<b>-1 020,3</b>	<b>2 105,7</b>	<b>1 145,3</b>
<b>Résultat global consolidé</b>	<b>461,5</b>	<b>3 988,9</b>	<b>4 443,8</b>
Dont :			
• <b>part du groupe</b>	<b>458,7</b>	<b>3 988,7</b>	<b>4 443,1</b>
• <b>part des minoritaires</b>	2,8	0,2	0,7

(1) L'effet d'impôt se décline comme suit :

<i>En millions d'euros</i>	1 <sup>er</sup> semestre 2016	1 <sup>er</sup> semestre 2015	2015
<i>Actifs financiers disponibles à la vente</i>	18,0	-61,5	-14,4
<i>Couverture des flux de trésorerie</i>	32,3	25,8	-14,4
<b>Éléments recyclables en résultat</b>	<b>50,3</b>	<b>-35,7</b>	<b>-28,9</b>
<i>Gains et pertes actuariels</i>	164,1	-119,4	-205,3
<b>Éléments non recyclables en résultat</b>	<b>164,1</b>	<b>-119,4</b>	<b>-205,3</b>
<b>TOTAL</b>	<b>214,4</b>	<b>-155,1</b>	<b>-234,1</b>

## 4. BILANS CONSOLIDÉS COMPARÉS

### ACTIF

<i>En millions d'euros</i>	30.06.2016	30.06.2015	31.12.2015
<b>Actifs non courants</b>	<b>23 788,6</b>	<b>25 642,9</b>	<b>24 457,6</b>
Écarts d'acquisition	7 721,8	8 180,6	8 151,5
Autres immobilisations incorporelles	2 819,9	2 901,9	2 942,9
Immobilisations corporelles	3 484,4	3 283,8	3 403,5
Actifs financiers non courants	9 024,5	10 535,1	9 410,9
Titres mis en équivalence	0,9	-	1,0
Impôts différés actifs	737,1	741,5	547,9
<b>Actifs courants</b>	<b>9 609,6</b>	<b>9 725,5</b>	<b>9 253,7</b>
Stocks	2 640,1	2 446,9	2 440,7
Créances clients	4 091,0	3 980,4	3 627,7
Autres actifs courants	1 447,9	1 410,8	1 486,9
Impôts sur les bénéfices	89,5	122,3	298,6
Trésorerie et équivalents de trésorerie	1 341,1	1 765,1	1 399,8
<b>TOTAL</b>	<b>33 398,2</b>	<b>35 368,4</b>	<b>33 711,3</b>

### PASSIF

<i>En millions d'euros</i>	30.06.2016	30.06.2015	31.12.2015
<b>Capitaux propres</b>	<b>21 983,0</b>	<b>22 916,1</b>	<b>23 617,0</b>
Capital	112,2	112,2	112,6
Primes	2 743,6	2 496,5	2 654,4
Autres réserves	13 891,1	12 789,9	12 873,4
Autres éléments du résultat global	3 685,8	5 343,9	4 517,5
Réserves de conversion	202,7	525,9	391,9
Actions auto-détenues	-133,7	-237,1	-233,3
Résultat net part du groupe	1 479,5	1 882,6	3 297,4
<b>Capitaux propres - part du groupe</b>	<b>21 981,2</b>	<b>22 913,9</b>	<b>23 613,9</b>
Intérêts minoritaires	1,8	2,2	3,1
<b>Passifs non courants</b>	<b>2 356,1</b>	<b>2 366,0</b>	<b>1 920,6</b>
Provisions pour retraites et autres avantages	1 254,9	1 106,8	807,2
Provisions pour risques et charges	233,8	233,5	195,9
Impôts différés passifs	835,1	954,5	876,8
Emprunts et dettes financières non courants	32,3	71,2	40,8
<b>Passifs courants</b>	<b>9 059,1</b>	<b>10 086,3</b>	<b>8 173,7</b>
Dettes fournisseurs	3 961,9	3 688,1	3 929,0
Provisions pour risques et charges	774,1	737,1	754,6
Autres passifs courants	2 500,2	2 413,1	2 597,3
Impôts sur les bénéfices	170,2	159,8	151,9
Emprunts et dettes financières courants	1 652,7	3 088,2	741,0
<b>TOTAL</b>	<b>33 398,2</b>	<b>35 368,4</b>	<b>33 711,3</b>

## 5. TABLEAUX DES VARIATIONS DES CAPITAUX PROPRES CONSOLIDÉS

<i>En millions d'euros</i>	Nombre d'actions en circulation	Capital	Primes	Autres réserves et résultat	Autres éléments du résultat global	Actions auto- détenues	Réserves de conversion	Capitaux propres part du groupe	Intérêts minori- taires	Capitaux propres
<b>Situation au 31.12.2014</b>	<b>554 241 878</b>	<b>112,3</b>	<b>2 316,8</b>	<b>14 683,5</b>	<b>3 745,9</b>	<b>-683,0</b>	<b>17,8</b>	<b>20 193,3</b>	<b>3,6</b>	<b>20 196,9</b>
Résultat net consolidé de l'exercice				3 297,4				3 297,4	1,1	3 298,5
<i>Actifs financiers disponibles à la vente</i>					333,2			333,2		333,2
<i>Couverture des flux de trésorerie</i>					45,6			45,6		45,6
<i>Réserves de conversion</i>							374,1	374,1	-0,4	373,7
<b>Autres éléments du résultat global et recyclables en résultat</b>					<b>378,8</b>		<b>374,1</b>	<b>752,9</b>	<b>-0,4</b>	<b>752,5</b>
<i>Gains et pertes actuariels</i>					392,8			392,8		392,8
<b>Autres éléments du résultat global et non recyclables en résultat</b>					<b>392,8</b>			<b>392,8</b>		<b>392,8</b>
<b>Résultat global consolidé</b>				<b>3 297,4</b>	<b>771,6</b>		<b>374,1</b>	<b>4 443,1</b>	<b>0,7</b>	<b>4 443,8</b>
Augmentation de capital	4 657 959	0,9	337,6					338,5		338,5
Annulation d'actions auto-détenues		-0,6		-362,8		363,4		-		-
Dividendes versés (hors actions propres)				-1 511,4				-1 511,4	-2,6	-1 514,0
Rémunérations payées en actions				117,6				117,6		117,6
Variations nettes des titres L'Oréal auto-détenus	1 088 341			-77,1		86,3		9,2		9,2
Engagement de rachat de titres de minoritaires				23,5				23,5	1,5	25,0
Variations de périmètre								-		-
Autres variations				0,1				0,1	-0,1	-
<b>Situation au 31.12.2015</b>	<b>559 988 178</b>	<b>112,6</b>	<b>2 654,4</b>	<b>16 170,8</b>	<b>4 517,5</b>	<b>-233,3</b>	<b>391,9</b>	<b>23 613,9</b>	<b>3,1</b>	<b>23 617,0</b>
Résultat net consolidé de la période				1 479,5				1 479,5	2,3	1 481,8
<i>Actifs financiers disponibles à la vente</i>					-417,1			-417,1		-417,1
<i>Couverture des flux de trésorerie</i>					-64,5			-64,5	-	-64,5
<i>Réserves de conversion</i>							-189,2	-189,2	0,5	-188,7
<b>Autres éléments du résultat global et recyclables en résultat</b>					<b>-481,6</b>		<b>-189,2</b>	<b>-670,8</b>	<b>0,5</b>	<b>-670,3</b>
<i>Gains et pertes actuariels</i>					-350,0			-350,0		-350,0
<b>Autres éléments du résultat global et non recyclables en résultat</b>					<b>-350,0</b>			<b>-350,0</b>	<b>-</b>	<b>-350,0</b>
<b>Résultat global consolidé</b>				<b>1 479,5</b>	<b>-831,6</b>		<b>-189,2</b>	<b>458,7</b>	<b>2,8</b>	<b>461,5</b>
Augmentation de capital	1 132 692	0,2	89,2					89,3		89,3
Annulation d'actions auto-détenues	-3 202 500	-0,6		-498,9		499,5		-		-
Dividendes versés (hors actions propres)				-1 741,9				-1 741,9	-3,3	-1 745,2
Rémunérations payées en actions				61,2				61,2		61,2
Variations nettes des titres L'Oréal auto-détenus	1 237 285			-99,2		-399,9		-499,1		-499,1
Engagement de rachat de titres de minoritaires								-	0,1	0,1
Variations de périmètre				-1,1				-1,1	-0,9	-2,0
Autres variations				0,2				0,2		0,2
<b>SITUATION AU 30.06.2016</b>	<b>559 155 655</b>	<b>112,2</b>	<b>2 743,6</b>	<b>15 370,6</b>	<b>3 685,8</b>	<b>-133,7</b>	<b>202,7</b>	<b>21 981,2</b>	<b>1,8</b>	<b>21 983,0</b>

## VARIATIONS AU PREMIER SEMESTRE 2015

<i>En millions d'euros</i>	Nombre d'actions en circulation	Capital	Primes	Autres réserves et résultat	Autres éléments du résultat global	Actions auto- détenues	Réserves de conversion	Capitaux propres part du groupe	Intérêts minori- taires	Capitaux propres
<b>Situation au 31.12.2014</b>	<b>554 241 878</b>	<b>112,3</b>	<b>2 316,8</b>	<b>14 683,5</b>	<b>3 745,9</b>	<b>-683,0</b>	<b>17,8</b>	<b>20 193,3</b>	<b>3,6</b>	<b>20 196,9</b>
Résultat net consolidé de la période				1 882,6				1 882,6	0,6	1 883,2
<i>Actifs financiers disponibles à la vente</i>					1 425,8			1 425,8		1 425,8
<i>Couverture des flux de trésorerie</i>					-54,1			-54,1	-0,1	-54,2
<i>Réserves de conversion</i>							508,1	508,1	-0,3	507,8
<b>Autres éléments du résultat global et recyclables en résultat</b>					<b>1 371,7</b>		<b>508,1</b>	<b>1 879,8</b>	<b>-0,4</b>	<b>1 879,4</b>
<i>Gains et pertes actuariels</i>					226,3			226,3		226,3
<b>Autres éléments du résultat global et non recyclables en résultat</b>					<b>226,3</b>			<b>226,3</b>		<b>226,3</b>
<b>Résultat global consolidé</b>				<b>1 882,6</b>	<b>1 598,0</b>		<b>508,1</b>	<b>3 988,8</b>	<b>0,2</b>	<b>3 988,9</b>
Augmentation de capital	2 533 663	0,5	179,7					180,2		180,2
Annulation d'actions auto-détenues		-0,6		-362,8		363,4		-	-	-
Dividendes versés (hors actions propres)				-1 511,4				-1 511,4	-2,7	-1 514,1
Rémunérations payées en actions				58,5				58,5		58,5
Variations nettes des titres L'Oréal auto-détenus	1 021 865			-77,3		82,5		5,2		5,2
Engagement de rachat de titres de minoritaires				-0,9				-0,9	1,1	0,2
Variations de périmètre								-		-
Autres variations				0,3				0,3		0,3
<b>SITUATION AU 30.06.2015</b>	<b>557 797 406</b>	<b>112,2</b>	<b>2 496,5</b>	<b>14 672,5</b>	<b>5 343,9</b>	<b>-237,1</b>	<b>525,9</b>	<b>22 913,9</b>	<b>2,2</b>	<b>22 916,1</b>

## 6. TABLEAUX DES FLUX DE TRESORERIE CONSOLIDES COMPARES

<i>En millions d'euros</i>	1 <sup>er</sup> semestre 2016	1 <sup>er</sup> semestre 2015	2015
<b>Flux de trésorerie liés à l'activité</b>			
Résultat net part du groupe	1 479,5	1 882,6	3 297,4
Intérêts minoritaires	2,3	0,6	1,1
Élimination des charges et des produits sans incidence sur la trésorerie ou non liés à l'activité :			
• amortissements et provisions	888,2	410,2	933,8
• variation des impôts différés	35,2	20,6	53,4
• charge de rémunération des plans de stock-options / actions gratuites	61,2	58,5	117,6
• plus ou moins-values de cessions d'actifs	1,3	0,2	0,2
Résultat des sociétés mises en équivalence net des dividendes reçus	-	-2,7	-4,0
<b>Marge brute d'autofinancement</b>	<b>2 467,7</b>	<b>2 370,0</b>	<b>4 399,5</b>
Variation du besoin en fonds de roulement lié à l'activité	-545,6	-815,9	-196,4
<b>Flux de trésorerie générés par l'activité (A)</b>	<b>1 922,1</b>	<b>1 554,1</b>	<b>4 203,1</b>
<b>Flux de trésorerie liés aux opérations d'investissement</b>			
Acquisitions d'immobilisations corporelles et incorporelles	-596,7	-512,0	-1 172,1
Cessions d'immobilisations corporelles et incorporelles	6,3	5,7	6,5
Variation des autres actifs financiers (y compris les titres non consolidés)	-21,8	13,2	-35,2
Incidence des variations de périmètre	-20,7	-412,8	-435,3
<b>Flux nets de trésorerie liés aux opérations d'investissement (B)</b>	<b>-632,9</b>	<b>-905,9</b>	<b>-1 636,1</b>
<b>Flux de trésorerie liés aux opérations de financement</b>			
Dividendes versés	-1 796,6	-1 535,0	-1 534,8
Augmentation de capital de la société mère	89,4	180,2	338,6
Valeur de cession / (acquisition) des actions propres	-499,1	5,2	9,2
Rachat d'intérêts minoritaires	-6,4	-	-
Émission (remboursement) d'emprunts à court terme	897,5	553,7	-1 832,4
Émission d'emprunts à long terme	0,6	-	1,1
Remboursement d'emprunts à long terme	-4,2	-5,9	-5,8
<b>Flux nets de trésorerie liés aux opérations de financement (C)</b>	<b>-1 318,8</b>	<b>-801,8</b>	<b>-3 024,1</b>
Incidence des variations de cours des devises et de juste valeur (D)	-29,1	1,7	-60,1
<b>Variation de trésorerie (A+B+C+D)</b>	<b>-58,7</b>	<b>-151,9</b>	<b>-517,2</b>
<b>Trésorerie d'ouverture (E)</b>	<b>1 399,8</b>	<b>1 917,0</b>	<b>1 917,0</b>
<b>TRÉSORERIE DE CLÔTURE (A+B+C+D+E)</b>	<b>1 341,1</b>	<b>1 765,1</b>	<b>1 399,8</b>