

Chiffre d'affaires au 30 septembre 2023

L'ORÉAL MAINTIENT LE CAP UN NOUVEAU TRIMESTRE DE CROISSANCE À DEUX CHIFFRES ¹

- **Chiffre d'affaires : 30,57 milliards d'euros**, + 12,6 % à données comparables ¹, + 14,0 % à taux de change constant, + 9,4 % à données publiées.
- **Chiffre d'affaires du troisième trimestre : + 11,1 % à données comparables ¹**, surperformance soutenue par rapport au marché mondial de la beauté.
- **Croissance continue en volume et en valeur.**
- **Croissance dans toutes les Divisions**, avec une très forte performance des Divisions Beauté Dermatologique et Produits Grand Public.
- **Croissance à deux chiffres dans toutes les Zones Géographiques**, à l'exception de l'Asie du Nord, où la forte surperformance en Chine continentale et au Japon a été compensée par le *reset* du Travel Retail. A noter : la performance impressionnante en Europe et dans les marchés émergents.
- **Croissance très équilibrée, de plus de 10 %, des ventes en magasins et en e-commerce.**
- **Finalisation de l'acquisition d'Aēsop** le 30 août.
- Création du **fonds L'Oréal pour l'Urgence Climatique doté de 15 millions d'euros**, destiné à aider les populations vulnérables, pour les accompagner dans la prévention et la reconstruction face aux catastrophes climatiques.
- Obtention de la **Médaille de Platine Ecovadis** pour sa performance environnementale et sociétale avec un score de 83/100 : L'Oréal figure ainsi dans le top 1 % mondial des entreprises les plus performantes.

Commentant ces chiffres, Nicolas Hieronimus, Directeur Général de L'Oréal, a indiqué :

« Je suis très fier de la performance de nos équipes sur ces neuf premiers mois. L'Oréal continue de surperformer le marché de la beauté qui demeure exceptionnellement dynamique et renforce encore sa position de leader mondial. En dépit de la reprise plus lente qu'attendu du marché de la beauté en Chine continentale et du *reset* du Travel Retail asiatique, L'Oréal a continué de progresser à un rythme élevé, supérieur à 10 % ¹. Nous l'avons fait, grâce à notre couverture géographique globale, au succès de nos innovations et à notre agilité, en allouant rapidement nos ressources là où l'activité est la plus soutenue. Dans un contexte économique et géopolitique incertain, nous restons confiants dans notre capacité à surperformer le marché et à réaliser en 2023 une nouvelle année de croissance du chiffre d'affaires et des résultats. Nous sommes optimistes quant aux perspectives du marché de la beauté et restons ambitieux pour l'avenir. »

¹ À données comparables : à structure et taux de change identique.

ÉVOLUTION DU CHIFFRE D'AFFAIRES AU 30 SEPTEMBRE 2023

À données comparables, c'est-à-dire à structure et taux de change identique, la croissance du chiffre d'affaires du groupe L'Oréal ressort à + 12,6 %.

L'effet net de changement de structure est de + 1,4 %.

La croissance à taux de change constant ressort à + 14,0 %.

Les effets monétaires ont eu un impact de - 4,6 %. En extrapolant les cours de change du 30 septembre 2023, c'est-à-dire avec 1 € = 1,058 \$ jusqu'au 31 décembre, l'impact des effets monétaires s'établirait à environ - 4,7 % sur le chiffre d'affaires de l'ensemble de l'année 2023.

À données publiées, le chiffre d'affaires du Groupe au 30 septembre 2023 atteint 30,57 milliards d'euros, soit une croissance de + 9,4 %.

Chiffre d'affaires par Division et Zone géographique

	3 ^e trimestre 2023			Au 30 septembre 2023		
	M€	Croissance à données		M€	Croissance à données	
		Comparables	Publiées		Comparables	Publiées
Par Division						
Produits Professionnels	1 109,8	+ 8,7 %	+ 1,4 %	3 423,5	+ 8,0 %	+ 5,1 %
Produits Grand Public	3 771,2	+ 13,4 %	+ 6,3 %	11 458,3	+ 14,5 %	+ 10,8 %
Luxe	3 496,4	+ 3,2 %	- 3,2 %	10 784,9	+ 6,1 %	+ 2,9 %
Beauté Dermatologique ²	1 625,7	+ 28,1 %	+ 23,1 %	4 910,5	+ 28,7 %	+ 27,3 %
Total Groupe	10 003,1	+ 11,1 %	+ 4,5 %	30 577,2	+ 12,6 %	+ 9,4 %
Par Zone géographique						
Europe	3 249,5	+ 16,2 %	+ 12,9 %	9 740,5	+ 17,6 %	+ 15,3 %
Amérique du Nord	2 978,6	+ 11,8 %	+ 5,5 %	8 311,0	+ 12,6 %	+ 11,2 %
Asie du Nord	2 045,4	- 4,8 %	- 15,1 %	7 697,9	+ 1,3 %	- 4,1 %
SAPMENA – SSA ³	885,4	+ 23,7 %	+ 12,4 %	2 533,3	+ 23,6 %	+ 15,6 %
Amérique latine	844,1	+ 25,4 %	+ 24,9 %	2 294,5	+ 24,4 %	+ 27,4 %
Total Groupe	10 003,1	+ 11,1 %	+ 4,5 %	30 577,2	+ 12,6 %	+ 9,4 %

² Anciennement Cosmétique Active.

³ SAPMENA-SSA : South Asia Pacific, Middle East, North Africa, Sub-Saharan Africa (Asie du Sud, Pacifique, Moyen-Orient, Afrique du Nord et Afrique Subsaharienne).

Synthèse par Division

PRODUITS PROFESSIONNELS

À fin septembre, la Division des Produits Professionnels affiche une croissance de + 8,0 % en comparable et + 5,1 % en publié.

La Division poursuit son accélération trimestre après trimestre à données comparables et continue de surperformer le marché de la beauté professionnelle, avec des progressions remarquables en Chine continentale, en Inde et aux États-Unis. L'appétit des consommateurs pour les soins capillaires haut de gamme et des routines plus sophistiquées se confirme ; en phase avec ces tendances, Kérastase poursuit sa belle performance. Sur un marché du soin du cheveu en plein essor, la Division maintient sa forte dynamique, portée par son portefeuille de marques unique et le succès des innovations, notamment la refonte de la gamme iconique *Nutritive* de Kérastase et le démarrage prometteur d'*Absolut Repair Molecular* de L'Oréal Professionnel. En coloration, la performance a été portée par les deux principaux piliers que sont *Inoa* de L'Oréal Professionnel et *Shades EQ* de Redken.

La Division mène avec succès sa stratégie omnicanale et performe sur l'ensemble de ses circuits de distribution : en salons, dans son réseau SalonCentric (Amérique du Nord), en e-commerce et en sélectif. En tant que leader du secteur, la Division poursuit le déploiement du programme « Coiffeurs pour le Futur », accompagnant ainsi ses coiffeurs partenaires dans leur transition écologique.

PRODUITS GRAND PUBLIC

La Division des Produits Grand Public réalise une performance record sur ces neuf premiers mois, avec une croissance de + 14,5 % en comparable et de + 10,8 % en publié.

La Division surperforme un marché dynamique et réalise une progression équilibrée entre ventes en magasins et en ligne, ainsi qu'entre valeur et volume. Par Zone géographique, les principaux contributeurs à la croissance sont l'Europe, où la dynamique reste spectaculaire, et les marchés émergents, entraînés notamment par le Mexique, le Brésil et l'Inde. Les principales catégories et marques enregistrent une croissance à deux chiffres grâce à des innovations disruptives et valorisées associées à des activations gagnantes. Le maquillage a été stimulé par de nouveaux lancements comme le mascara *Falsies Surreal* de Maybelline New York, le rouge à lèvres *Infaisible Matte Resistance* de L'Oréal Paris et l'huile à lèvres *Fat Oil* de NYX Professional Makeup ; cette marque a également bénéficié de sa belle collaboration avec le film Barbie. Les soins de la peau sont portés par la dynamique soutenue de Garnier, un panier d'innovations réussies chez L'Oréal Paris, comprenant *Revitalift Clinical* et *Glycolic Bright*, ainsi qu'une forte saison pour les produits solaires. En capillaire, la Division surperforme largement le marché grâce à sa stratégie de premiumisation, incarnée par les lancements réussis d'*Elsève Bond Repair* en soin du cheveu et de *Garnier Good* en coloration.

LUXE

Sur les neuf premiers mois de l'année, L'Oréal Luxe réalise une croissance de + 6,1 % en comparable et + 2,9 % en publié.

Au troisième trimestre, la Division enregistre une croissance à deux chiffres dans toutes les Zones géographiques, à l'exception du Travel Retail asiatique, impacté par le changement de politique à l'égard des daigous. En Chine continentale, L'Oréal Luxe surperforme toujours de manière significative un marché qui se redresse plus lentement que prévu et ainsi continue de gagner des parts de marché.

Par catégorie, le parfum se démarque à nouveau, porté par le succès continu de *Paradoxe* de Prada et de *Born In Roma* de Valentino ainsi que celui des piliers mondiaux comme *Libre* d'Yves Saint Laurent et *La Vie Est Belle* de Lancôme. *MYSLF*, le nouveau parfum masculin d'Yves Saint Laurent connaît un très fort démarrage. En soin de la peau, *Helena Rubinstein* maintient sa performance spectaculaire et de nouveaux lancements comme *Clarifique Double Essence* ou la crème *Rénergie H.P.N. 300-Peptide* de Lancôme sont prometteurs. Le maquillage connaît une solide reprise partout sauf au Travel Retail asiatique, porté notamment par Yves Saint Laurent et le lancement récent de *Prada Beauty*. Les marques plus récentes du portefeuille, comme *Prada*, *Mugler* et *Takami*, ont réalisé des performances spectaculaires et sont devenues des moteurs de croissance. Aēsop a rejoint le portefeuille de marques de L'Oréal Luxe le 30 août.

BEAUTÉ DERMATOLOGIQUE ⁴

La Division Beauté Dermatologique enregistre une croissance remarquable de + 28,7 % en comparable et de + 27,3 % en publié.

La Division maintient sa forte progression et continue de surperformer un marché dermo-cosmétique très dynamique, portée par son portefeuille de marques complémentaires et son leadership historique en matière de prescription médicale. La Division enregistre une croissance spectaculaire dans toutes les Zones géographiques – avec un équilibre remarquable entre marchés émergents et marchés matures. En Chine continentale, elle surperforme largement un marché resté résilient. Premier contributeur à la croissance, *La Roche-Posay* consolide sa belle performance, portée par *Effaclar*, *Cicaplast* et *UVMune 400*. *CeraVe* réalise une forte croissance à deux chiffres en Amérique du Nord et dans le reste du monde. *Skinbetter Science* poursuit sa trajectoire ascendante aux États-Unis. *Vichy* accélère grâce au succès de sa franchise en soin capillaire *Dercos*.

Au troisième trimestre, le chiffre d'affaires inclut le reliquat de 57 millions d'euros de l'indemnité d'assurance consécutive à l'événement naturel qui a sévèrement perturbé l'activité de l'usine à Vichy depuis l'an dernier.

Synthèse par Zone géographique

EUROPE

La Zone Europe réalise une croissance exceptionnelle de + 17,6 % en comparable et + 15,3 % en publié.

Depuis le début de l'année, L'Oréal surperforme significativement un marché de la beauté toujours dynamique. La croissance spectaculaire est bien répartie dans tous les pays, avec une dynamique particulièrement forte dans les clusters Allemagne-Autriche-Suisse et Espagne-Portugal, au Royaume-Uni, dans les Pays Nordiques ainsi qu'en Europe de l'Est.

Toutes les Divisions enregistrent une forte croissance. Dans la Division des Produits Grand Public, toutes les grandes marques et toutes les catégories affichent une dynamique remarquable. L'Oréal Beauté Dermatologique poursuit sa croissance spectaculaire, surperformant largement son marché, portée par *La Roche-Posay* et *CeraVe*. L'Oréal Luxe renforce son leadership en parfum, segment le plus important du marché européen de la beauté sélective. La Division des Produits Professionnels continue de progresser sur le segment stratégique des soins capillaires premium. L'Oréal surperforme le marché dans la plupart des catégories, avec des performances particulièrement remarquables en soin de la peau et en parfum. Tous les circuits de distribution, y compris le e-commerce, contribuent à cette dynamique.

AMÉRIQUE DU NORD

À fin septembre, l'Amérique du Nord affiche une croissance de + 12,6 % en comparable et + 11,2 % en publié.

Toutes les Divisions sont en hausse, bénéficiant des lancements réussis d'innovations bien valorisées.

Aux États-Unis, la Division des Produits Grand Public poursuit sa forte progression portée par l'ensemble des catégories ; le maquillage conserve sa belle dynamique, tirée par des innovations dans toutes les grandes marques. L'Oréal Luxe continue de surperformer en parfum, porté par des marques couture comme *Valentino* et *Yves Saint Laurent*, notamment grâce à *MYSLF*, dont le récent lancement s'annonce très prometteur. En maquillage, *Yves Saint Laurent* et *Armani* sont en forte croissance, fruit de lancements très réussis. L'accélération se poursuit en e-commerce. La Division des Produits Professionnels surperforme le marché, notamment en soin capillaire ; les marques distribuées en sélectif comme *Kérastase* et *Pureology* continuent de progresser, tout comme *L'Oréal Professionnel* et *Redken*. La Division est tirée par les circuits du sélectif et de l'e-commerce. L'Oréal Beauté Dermatologique maintient sa dynamique exceptionnelle et surperforme toujours le marché grâce au succès continu des marques *CeraVe*, *La Roche-Posay* et *Skinbetter Science*, toutes en croissance à deux chiffres – *La Roche-Posay* enregistrant la progression la plus rapide de la Division.

⁴ Anciennement Division Cosmétique Active.

ASIE DU NORD

L'Asie du Nord progresse de + 1,3 % en comparable et recule de – 4,1 % en publié.

La Zone est impactée par le reset du Travel Retail, à la suite du changement de politique à l'égard des daigous. En dépit d'une reprise lente en Chine continentale, où le marché de la beauté est atone, L'Oréal maintient son rythme, avec une progression des ventes de + 7,7 % à données comparables, des gains de parts de marché dans toutes les Divisions, et une croissance dynamique dans toutes les catégories. La reprise du tourisme à Hong Kong SAR se traduit par un fort redressement de l'activité. Au Japon, L'Oréal surperforme significativement un marché dynamique, notamment grâce à la Division des Produits Grand Public et L'Oréal Luxe.

La Division des Produits Professionnels enregistre une forte croissance, tirée par le succès du soin capillaire premium en particulier chez Kérastase. C'est aussi le cas de la Division Beauté Dermatologique, grâce à son ancrage médical, avec des contributions à la croissance particulièrement fortes de *Skinceuticals*, *La Roche-Posay* et *CeraVe*. La Division des Produits Grand Public garde le rythme, portée par *L'Oréal Paris* qui innove fortement en soins de la peau et en soins capillaires et par *3CE Stylenanda* en maquillage. La surperformance de L'Oréal Luxe est toujours significative, portée par le succès remarquable des marques *Helena Rubinstein* et *Takami* en soin de la peau haut de gamme. Les marques couture *Yves Saint Laurent* et *Prada Beauty* - récemment mise sur le marché - ont aussi apporté leur contribution. Les canaux *offline* et *online* ont tous deux contribué à la croissance dans la Zone.

SAPMENA – SSA ⁵

La Zone SAPMENA-SSA réalise une progression remarquable de + 23,6 % en comparable et + 15,6 % en publié.

En SAPMENA, L'Oréal enregistre à nouveau une progression à deux chiffres, tirée à la fois par le volume et la valeur. Toutes les catégories et toutes les Divisions y ont contribué : le soin de la peau a été le principal contributeur à la croissance, porté par la Division des Produits Grand Public et par L'Oréal Beauté Dermatologique avec *CeraVe* en tête. Le maquillage a retrouvé ses niveaux d'avant pandémie. Les parfums enregistrent une forte progression, toutes marques et pays confondus. Tous les pays de la région affichent une croissance à deux chiffres à données comparables : les trois premiers contributeurs sont le cluster Australie-Nouvelle Zélande ainsi que l'Inde et la Thaïlande.

En Afrique sub-saharienne (SSA), la croissance est remarquable et bien répartie dans tous les pays. Les soins de la peau et le maquillage ont montré une progression spectaculaire.

AMÉRIQUE LATINE

La Zone Amérique latine réalise une croissance spectaculaire de + 24,4 % en comparable et + 27,4 % en publié.

Sur un marché de la beauté en forte progression, L'Oréal doit sa belle dynamique à l'étendue de son portefeuille de marques et au succès des récentes innovations qui ont permis au Groupe de répondre aux attentes très diverses des consommateurs de la Zone. La croissance est bien répartie entre volume et valeur. Tous les pays enregistrent une hausse à deux chiffres de leurs ventes, le Mexique et le Brésil étant les premiers contributeurs.

Par Division, les principaux contributeurs à la croissance sont les Produits Grand Public, grâce au dynamisme persistant des trois principales marques, et L'Oréal Beauté Dermatologique, portée par la nouvelle accélération de *La Roche-Posay* et de *CeraVe*. Toutes les catégories contribuent aussi, en particulier les soins de la peau.

La stratégie d'activation omnicanale, cohérente et équilibrée, a porté ses fruits avec une croissance dynamique entre ventes en magasins et en e-commerce.

⁵ SAPMENA – SSA : South Asia Pacific, Middle East, North Africa, Sub-Saharan Africa (Asie du Sud, Pacifique, Moyen-Orient, Afrique du Nord et Afrique Subsaharienne).

FAITS MARQUANTS DE LA PÉRIODE DU 01/07/2023 AU 30/09/2023

STRATÉGIE

- Le 30 août, L'Oréal a annoncé avoir **finalisé l'acquisition d'Aēsop** – une marque très complémentaire du portefeuille de marques sélectives du Groupe et qui recèle un très fort potentiel de croissance tout particulièrement en Chine et en Travel Retail.
- En août, le **Musée du Louvre et Lancôme** se sont associés dans le cadre d'une collaboration inédite. Inspirée par neuf chefs-d'œuvre de la sculpture, Lancôme a imaginé une nouvelle collection de soin et de maquillage signée Lancôme x Louvre. La campagne qui incarne ce lancement a été filmée dans l'enceinte du Musée du Louvre avec plusieurs ambassadrices de la marque.

MANAGEMENT

- Le 14 septembre, L'Oréal a annoncé **plusieurs évolutions importantes au sein de son Comité Exécutif**. Ces nominations prendront effet au cours du premier semestre 2024. Fabrice MEGARBANE sera nommé Directeur Général - Développement des marchés ; il succèdera à Frédéric ROZÉ, qui a fait part de son intention de prendre sa retraite au début de l'année prochaine. Fabrice MEGARBANE supervisera l'accélération de la croissance, la conduite des projets de transformation et l'animation des cinq Zones du Groupe. Vincent BOINAY succèdera à Fabrice MEGARBANE en tant que Président de la zone Asie du Nord et Directeur Général de L'Oréal Chine. Laurence MA, actuellement Directrice Générale de L'Oréal Luxe Chine, sera nommée Directrice Générale Adjointe Chine, en charge des Divisions de L'Oréal Chine, ce poste étant créé pour répondre à la complexité accrue du marché chinois. Emmanuel GOULIN succèdera à Vincent BOINAY en qualité de Directeur Général du Travel Retail Monde et rejoindra le Comité Exécutif du Groupe.

RECHERCHE, BEAUTY TECH ET DIGITAL

- Le 28 septembre a eu lieu l'inauguration du **Visionnaire – Espace François Dalle**, situé en plein cœur de Paris, au 14 rue Royale, siège historique de L'Oréal (et berceau du métier originel du Groupe). Le Visionnaire se déploie sur 4 200 mètres carrés dédiés à la transmission de la culture, à l'inspiration et à la créativité. Un lieu où s'invente le futur de la beauté.
- Le 22 septembre, L'Oréal a annoncé un accord d'**investissement minoritaire** par le biais de son fonds de capital-risque BOLD ("Business Opportunities for L'Oréal Development") dans **SHINEHIGH INNOVATION, une société chinoise de biotechnologie**. L'objectif est d'établir un partenariat à long terme pour co-développer des solutions de beauté innovantes et durables.

PERFORMANCE ENVIRONNEMENTALE, SOCIALE ET DE GOUVERNANCE

- En septembre, le Groupe a annoncé **la création du fonds L'Oréal pour l'Urgence Climatique**, doté de 15 millions d'euros, destiné à accompagner les populations vulnérables dans la prévention et la reconstruction face aux catastrophes climatiques, en partenariat avec des organisations locales et des ONG internationales. La création de ce nouveau fonds témoigne de l'engagement historique de L'Oréal pour relever des défis humanitaires et environnementaux toujours plus nombreux, et porte les engagements totaux du Groupe à plus de 200 millions d'euros.
- En septembre, L'Oréal a obtenu la **Médaille de Platine EcoVadis** pour sa performance environnementale et sociétale avec un score de 83/100. L'Oréal figure ainsi dans le top 1 % des entreprises les plus performantes (sur un total de 100 000 entreprises évaluées).
- En août, L'Oréal a été classé en 3^e position du **« top 25 des entreprises les plus diverses et inclusives »** de l'indice établi par Refinitiv, qui classe les entreprises qu'il évalue selon une série d'indicateurs liés à la Diversité et à l'Inclusion.

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

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



À propos de L'Oréal

Depuis plus de 110 ans, L'Oréal, leader mondial de la beauté, se consacre à une seule vocation : répondre aux aspirations de beauté des consommateurs dans le monde entier. Notre raison d'être, créer la beauté qui fait avancer le monde, définit notre vision de la beauté, inclusive, éthique, généreuse et responsable. Avec un portefeuille de 37 marques internationales et des engagements sociaux et environnementaux ambitieux fixés dans le cadre de notre programme L'Oréal pour le Futur, nous offrons à nos consommateurs partout dans le monde le meilleur de la beauté en matière de qualité, d'efficacité, de sécurité, de sincérité et de responsabilité, tout en célébrant la beauté dans son infinie diversité.

Avec 87 400 collaborateurs engagés, une présence géographique équilibrée et dans tous les canaux de distribution (e-commerce, marché de la grande consommation, grands magasins, pharmacies et parapharmacies, salons de coiffure, Travel Retail et boutiques de marque), le Groupe a réalisé en 2022 un chiffre d'affaires de 38,26 milliards d'euros. L'Oréal s'appuie sur 20 centres de recherche répartis dans 11 pays, une équipe dédiée à la Recherche & Innovation de plus de 4 000 chercheurs et 5 500 professionnels de la technologie et du digital, pour inventer le futur de la beauté et devenir le champion de la Beauty Tech.

Plus d'information sur <https://www.loreal.com/fr/mediaroom>

CONTACTS L'ORÉAL

Standard

+33 (0) 1 47 56 70 00

Actionnaires individuels et Autorités de Marché

Pascale Guérin
+33 (0)1 49 64 18 89
pascale.guerin@loreal.com

Relations Investisseurs

Françoise Lauvin
+33 (0)1 47 56 86 82
francoise.lauvin@loreal.com

Eva Quiroga
+33 (0)7 88 14 22 65
eva.quiroga@loreal.com

Médias

Brune Diricq
+33 (0)6 63 85 29 87
brune.diricq@loreal.com

Arnaud Fraboul
+33 (0)6 40 13 62 14
arnaud.fraboul@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, l'application mobile L'Oréal Finance ou contacter le numéro vert : 0.800.66.66.66 (appel gratuit).



Ce communiqué est sécurisé et authentifié avec la technologie blockchain.
Vous pouvez vérifier son authenticité sur le site www.wiztrust.com



Annexe

Chiffre d'affaires du groupe L'Oréal 2022/2023 (en millions d'euros)

	2022	2023
Premier trimestre	9 060,5	10 380,4
Deuxième trimestre	9 305,8	10 193,7
Total premier semestre	18 366,3	20 574,1
Troisième trimestre	9 575,2	10 003,1
Total neuf mois	27 941,5	30 577,2
Quatrième trimestre	10 319,1	
Total année	38 260,6	