

Clichy, le 16 février 2009 à 18h15

## Résultats annuels 2008

### DANS UN ENVIRONNEMENT DIFFICILE, L'OREAL RESISTE ET POURSUIT SA PROGRESSION

- **Progression du chiffre d'affaires à 17,542 milliards d'euros**
  - + 2,8% à données publiées
  - + 3,1% à données comparables
  - + 6,6% à taux de change constants\*
- **Augmentation du bénéfice net par action<sup>(1)</sup> à 3,49 euros**
  - + 3,8% à données publiées
  - + 6,8% à taux de change constants\*
- **Renforcement de la part de marché mondiale\*\***  
15,8% (15,2% en 2007)
- **Augmentation du dividende\*\*\* à 1,44 euro**  
+ 4,3%

#### COMMENTAIRES :

Le Conseil d'Administration de L'Oréal s'est réuni le 16 février 2009 sous la Présidence de Sir Lindsay Owen-Jones et en présence des Commissaires aux Comptes. Le Conseil a arrêté les comptes consolidés et les comptes sociaux pour l'exercice 2008.

Commentant les résultats annuels, Monsieur Jean-Paul Agon, Directeur Général de L'Oréal, a indiqué :  
« Dans un environnement rendu très difficile en 2008 par la crise économique, L'Oréal résiste bien et continue de progresser tant en chiffre d'affaires qu'en bénéfice net par action et en parts de marché. Avec une croissance annuelle des ventes de +3,1% en comparable et de +6,6% à taux de change constants, L'Oréal a continué en 2008 de renforcer ses positions et fait progresser sa part de marché mondiale.

Dans une année où se sont combinés ralentissement des marchés, effets adverses de l'évolution des monnaies et des coûts de matières premières, le résultat net du groupe a bien résisté. La progression du bénéfice net par action de +3,8% en publié et de +6,8% à taux de change constants est pratiquement en ligne avec l'objectif annoncé en octobre.

Nous abordons l'année 2009 avec réalisme, confiance et volontarisme. Réalisme car l'environnement économique sera certainement encore difficile et nous y sommes préparés. Confiance parce que le marché cosmétique a toujours démontré une capacité de résistance en temps de crise et parce que les fondamentaux de L'Oréal sont forts et notre situation financière robuste. Mais aussi volontarisme parce que grâce à notre dynamique d'innovations produits, à la qualité unique de notre portefeuille de marques, à nos possibilités d'expansion géographique et à notre détermination à renforcer nos moyens moteurs et maîtriser nos coûts, nous sommes confiants dans la capacité de L'Oréal à traverser avec succès cette conjoncture économique adverse et même à en sortir renforcés. »

Par ailleurs, le Conseil d'Administration a décidé de proposer à l'Assemblée Générale du 16 avril 2009, le versement d'un dividende de 1,44 € par action, en augmentation de +4,3% par rapport à 2007.

A l'issue du Conseil, Sir Lindsay Owen-Jones a déclaré : « Les résultats 2008 du groupe traduisent à la fois la formidable capacité de résistance de L'Oréal dans une conjoncture exceptionnellement difficile, la qualité du management de Jean-Paul Agon et de ses équipes, et la volonté de préparer 2009 dans les meilleures conditions possibles. La proposition du Conseil d'Administration de verser un dividende de 1,44 euro exprime notre confiance dans la solidité du groupe ainsi qu'un juste souci d'équilibre ».

\* à taux de conversion constants : données 2008 aux taux 2008 / données 2007 aux taux 2008

\*\* estimation L'Oréal. 2008 avec YSL Beauté en année pleine

\*\*\* proposé à l'Assemblée Générale du 16 avril 2009

<sup>(1)</sup> bénéfice net par action dilué, calculé sur le résultat net hors éléments non récurrents part du groupe.

## A – Evolution du chiffre d'affaires 2008

**A données comparables**, c'est-à-dire à structure et taux de change identiques, l'augmentation du chiffre d'affaires du groupe L'Oréal ressort à +3,1%.

**L'effet net de changement de structure**, du fait principalement des acquisitions de YSL Beauté et, aux Etats-Unis de PureOlogy, Beauty Alliance, Maly's West, Columbia Beauty Supply, CollaGenex Pharmaceuticals est de +3,5%.

**Les effets monétaires** ont eu un impact négatif de -3,8%.

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

**A données publiées**, le chiffre d'affaires du groupe, au 31 décembre 2008, a atteint 17,542 milliards d'euros en progression de +2,8%.

	4 <sup>ème</sup> M€	trimestre Croissance Comparables	2008 à données Publiées	Au 31 M€	décembre Croissance Comparables	2008 à données Publiées
<b>Par division opérationnelle</b>						
Produits Professionnels	623,3	- 2,2%	+ 0,1%	2 471,7	+ 1,3%	+ 3,3%
Produits Grand Public	2 052,8	+ 2,5%	+ 3,2%	8 354,9	+ 4,1%	+ 0,9%
Produits de Luxe	1 275,7	- 6,3%	+ 10,4%	4 169,6	+ 0,7%	+ 6,2%
Cosmétique Active	269,3	+ 2,1%	+ 2,2%	1 289,3	+ 4,2%	+ 3,3%
<b>Total cosmétique</b>	<b>4 246,5</b>	<b>- 1,0%</b>	<b>+ 5,0%</b>	<b>16 358,9</b>	<b>+ 2,7%</b>	<b>+ 2,8%</b>
<b>Par zone géographique</b>						
Europe de l'Ouest	1 841,9	- 1,9%	+ 4,0%	7 381,5	- 0,3%	+ 1,8%
Amérique du Nord	1 009,7	- 11,6%	- 2,5%	3 739,3	- 4,8%	- 6,6%
Reste du monde, dont :	1 394,8	+ 9,0%	+ 12,7%	5 238,1	+ 13,8%	+ 12,5%
- Asie	533,6	+ 11,8%	+ 29,6%	1 844,3	+ 16,3%	+ 16,7%
- Europe de l'Est	349,2	+ 8,2%	+ 6,9%	1 380,3	+ 21,1%	+ 20,8%
- Amérique Latine	308,6	+ 8,7%	+ 1,6%	1 151,2	+ 6,7%	+ 2,4%
- Afrique, Orient, Pacifique	203,4	+ 4,9%	+ 4,0%	862,2	+ 8,1%	+ 6,7%
<b>Total cosmétique</b>	<b>4 246,5</b>	<b>- 1,0%</b>	<b>+ 5,0%</b>	<b>16 358,9</b>	<b>+ 2,7%</b>	<b>+ 2,8%</b>
The Body Shop	245,9	- 0,9%	- 7,6%	756,0	+ 4,6%	- 3,9%
Dermatologie <sup>(1)</sup>	137,1	+ 15,4%	+ 22,0%	426,9	+ 17,1%	+ 16,2%
<b>Total groupe</b>	<b>4 629,5</b>	<b>- 0,6%</b>	<b>+ 4,7%</b>	<b>17 541,8</b>	<b>+ 3,1%</b>	<b>+ 2,8%</b>

(1) Part revenant au groupe, soit 50%

## 1) Evolution du chiffre d'affaires cosmétique

- Le marché cosmétique ralentit en 2008 mais reste positif,
- L'Oréal renforce ses positions mondiales dans chacune de ses divisions

### PRODUITS PROFESSIONNELS

**La Division Produits Professionnels connaît une croissance 2008 de +1,3% en comparable, +7,3% à taux de change constants, après un dernier trimestre affecté dans les pays développés par les effets de la crise économique sur la fréquentation des salons de coiffure. En dépit de ce ralentissement, la division a sensiblement renforcé son leadership mondial avec des gains de parts de marché dans ses 3 grandes zones.**

- Cette conquête résulte d'une offre complète de marques complémentaires qui fait de la division le partenaire de choix d'un nombre croissant de salons de coiffure. Depuis le soin de luxe (*Kérastase*, *Shu Uemura Art of Hair*, *Mizani*), jusqu'aux services accessibles avec *Matrix*, en passant par les grandes marques de cœur de marché (*Redken* et *L'Oréal Professionnel*), chaque type de salon trouve une réponse à ses attentes.  
Le soin du cheveu se développe fortement sous l'impulsion de *Kérastase*, des succès de *Série Nature* de *L'Oréal Professionnel* et *Real Control* de *Redken*. *Pureology*, acquise en 2007, confirme son rang de 1<sup>ère</sup> marque professionnelle de soin du cheveu aux Etats-Unis.  
En coiffage et forme, 2008 est marquée par les succès de la gamme « alternative » *Play Ball* et le lancement de *Texture Expert* chez *L'Oréal Professionnel* ; tandis que les produits de permanente et de lissage durable se développent en Asie et Amérique Latine.  
En coloration, la croissance est tirée par de grandes innovations technologiques. *Platinum +* pâte éclaircissante, les *Rubilane*, nouveaux colorants rouges haute fidélité brevetés et *Cover 5*, service pour Homme d'estompage des cheveux blancs en 5 minutes. Le nouveau *So Color Beauty* et *Wonderbrown* de *Matrix* et *Shades EQ* de *Redken* s'établissent comme produits fétiches des professionnels.
- L'Europe de l'Ouest est en très légère croissance. Les résultats sont contrastés entre les pays du Nord de l'Europe où la division gagne des parts de marché significatives, et ceux du Sud plus touchés par le ralentissement économique. Le succès de *L'Oréal Professionnel Homme* et le lancement de *Kéraskin Esthetics* sont les faits notables de l'année.  
En Amérique du Nord, la forte décroissance du marché et la lutte intense menée par la division contre les ventes parallèles de ses produits, ont affecté les facturations de shampooings et soins destinés à la revente. La croissance de +6% des écoulements de produits techniques de coloration traduit la conquête de nouveaux salons et l'efficacité de la stratégie de distribution.  
Le Reste du Monde croît très fortement tiré par l'Europe de l'Est où la division accentue fortement son leadership. La croissance est spectaculaire en Chine et en Inde, grâce à l'adaptation spécifique de l'offre. L'Amérique Latine est dynamique tirée par les succès de l'Argentine et du Brésil, où la gamme *Force Relax* de *L'Oréal Professionnel* a su séduire les adeptes du défrisage.

### PRODUITS GRAND PUBLIC

**La Division Produits Grand Public affiche une croissance annuelle de +4.1% à données comparables après un 4<sup>ème</sup> trimestre à +2.5%, dans un marché légèrement ralenti depuis le mois de septembre. Les trois marques mondiales de la division se sont bien comportées et ont permis de consolider la part de marché mondiale de la division.**

- La catégorie des soins de la peau est le 1er moteur de la croissance grâce aux succès de la gamme *Derma Genèse* de *L'Oréal Paris*, en particulier de sa nouvelle ligne *Derma Genèse Pore Minimiser*, ainsi que de *Caféine Roll-on Yeux* de *Garnier* qui prend la 1<sup>ère</sup> place du marché en soin des yeux dans les pays où il est lancé.  
Le maquillage est également très dynamique avec les succès du mascara *Colossal* de *Maybelline*, du rouge à lèvres *Infaillible* de *L'Oréal Paris* et des poudres *Mineral Power* de *Maybelline*.  
La coloration s'est aussi bien développée en particulier avec le lancement d'*Excell 10'* en Europe et la progression mondiale de  *Casting Crème Gloss*.  
Les soins du cheveu sont dynamisés par les initiatives de *L'Oréal Paris*, notamment *Elsève Re-Nutrition* à la gelée royale.

- En Europe de l'Ouest, où la réduction des inventaires de la distribution est sensible, la division termine l'année en positif en particulier grâce à la progression de l'Allemagne, des Pays Bas et des pays scandinaves. La France tout comme l'Espagne, ont connu une situation plus difficile en fin d'année. Au total, les écoulements de la division progressent légèrement plus vite que ceux du marché grâce au leadership confirmé de *L'Oréal Paris* et *Garnier* en soin et toilette du visage, ainsi qu'à la bonne progression du maquillage *L'Oréal Paris* et *Maybelline*.  
Aux Etats-Unis, dans un marché stable, marqué également par la réduction des inventaires de certains grands distributeurs, la division renforce ses parts de marché, avec des avancées significatives en soin du visage par *Revitalift* de *L'Oréal Paris* et par l'amplification du succès de *Garnier Nutritioniste*, lancé en 2007.  
La croissance est très soutenue dans le Reste du Monde. La Chine et les pays de l'ASEAN progressent fortement portés par les percées très importantes en soin du visage de *L'Oréal Paris* et *Garnier*. L'Europe de l'Est a connu une forte progression des trois marques. La croissance de la Russie et de l'Ukraine a été particulièrement dynamique jusqu'au mois d'octobre. En Amérique Latine, la croissance est restée très soutenue en Argentine et au Chili. Après un début d'année difficile, le Brésil a accéléré progressivement en fin d'année. Dans la zone Afrique-Orient-Pacifique, il faut noter la bonne progression du Moyen-Orient et de l'Afrique du Sud.

## PRODUITS DE LUXE

**Dans un contexte de ralentissement très net du marché sélectif au dernier trimestre, le chiffre d'affaires de la Division Produits de Luxe se contracte de -6,3% au 4ème trimestre, mais progresse de +0,7 % à données comparables en 2008. Après intégration d'YSL Beauté au 1<sup>er</sup> juillet 2008, et à taux de change constants, les ventes sont en croissance de +9,9%. Avec cette acquisition, la division place désormais 3 de ses marques parmi les 10 premières du marché sélectif et devient leader mondial dans sa distribution.**

- La catégorie du soin progresse, soutenue notamment par la réussite sur le segment anti-âge de *Prodigy Re-Plasty* chez *Helena Rubinstein*, *Rides Repair* chez *Biotherm* ainsi que du sérum *Rénergie Morpholift Rare Nuit* de *Lancôme*. L'expansion internationale de la marque *Kiehl's* se poursuit avec six nouveaux pays dont le Japon.  
En maquillage, la division renforce son leadership en mascara avec *Ôscillation* de *Lancôme*, mascara révolutionnaire à micro oscillations. La division s'impose également en rouge à lèvres avec *Rouge Volupté* d'*Yves Saint Laurent* et l'*Absolu Rouge* de *Lancôme*, Prix d'Excellence Marie-Claire. Egalement primé, le fond de teint *Face Fabric* de *Giorgio Armani*. Enfin *Shu Uemura* accélère sa croissance mondiale.  
En parfums, la division a bénéficié de la réussite de ses deux lancements mondiaux - *Magnifique* de *Lancôme* et *Emporio Armani Diamonds Men* chez *Giorgio Armani*, ainsi que du lancement de *Elle intense* d'*Yves Saint Laurent*. Le marché est en fort recul au 4<sup>ème</sup> trimestre.
- En Europe de l'Ouest, la division connaît une légère baisse de facturation dans un contexte d'ajustement de stock de la distribution. La division a tenu ses parts de marché en particulier en France et gagne des positions dans des marchés clés comme la Grande-Bretagne.  
En Amérique du Nord, la division a connu un 4ème trimestre difficile pénalisé à la fois par une baisse significative de la fréquentation dans les magasins, et un comparatif élevé en raison des lancements de nouveaux parfums fin 2007. Le chiffre d'affaires de la division évolue à un rythme inférieur au marché.  
La zone Reste du Monde réalise d'excellentes performances en Europe de l'Est, en Asie, au Moyen-Orient et en Amérique Latine. Toutefois, le 4ème trimestre marque une rupture dans certaines zones comme L'Europe de l'Est et Dubaï.

## COSMETIQUE ACTIVE

**Le chiffre d'affaires de la Division Cosmétique Active au 31 décembre est en progression de +4.2% à données comparables. Ces résultats traduisent des gains de parts de marché au niveau mondial, par la croissance des positions dans les nouveaux marchés.**

- Vichy* réaffirme son leadership en pharmacie, grâce à des investissements publi promotionnels soutenus sur les grandes initiatives du 2nd semestre. Le lancement de *Liftactiv CxP* en octobre permet à *Vichy* de s'affirmer comme le n°1 du soin anti-âge en pharmacie en Europe.

La *Roche-Posay* réalise une nouvelle année de croissance à deux chiffres grâce à la réussite de la marque sur l'ensemble des catégories, notamment la toilette avec le succès de la gamme des démaquillants Physiologiques.

*Innéov* a confirmé sa place de n°1 de la cosmétique orale en Europe. Ce résultat est dû à la forte percée réalisée sur le segment capillaire. *Innéov* connaît un démarrage spectaculaire au Brésil.

Enfin, la division a poursuivi le déploiement de ses marques *SkinCeuticals* et *Sanoflore* dans les grands pays européens.
- Les résultats sont contrastés selon les zones géographiques :

L'Europe de l'Ouest est en léger retrait en raison du ralentissement de la croissance du marché, mais aussi d'une contreperformance de *Vichy* sur les marchés saisonniers et de la concentration des lancements sur le dernier trimestre.

L'Amérique du Nord poursuit sa montée en puissance malgré une baisse de trafic significative en particulier dans les spas et médi spas en fin d'année.

Le Reste du Monde reste très dynamique même si les difficultés financières de certains distributeurs ont eu un impact négatif sur les 2 derniers mois de l'année.

## Synthèse multi-divisions par zone géographique

### EUROPE DE L'OUEST

- L'Europe de l'Ouest est à -0,3% à données comparables. Tout en restant en croissance, le marché a nettement ralenti ; il s'est dégradé au fil des trimestres en France et dans plusieurs pays d'Europe du sud en particulier dans le circuit du luxe. Les ventes du groupe évoluent favorablement au Royaume-Uni et en Allemagne, et sont en forte croissance dans plusieurs pays d'Europe du Nord. Au total, le groupe conforte sa part de marché en Europe de l'Ouest. Toutefois, la gestion très rigoureuse des stocks par les distributeurs a affecté les facturations.

### AMÉRIQUE DU NORD

- L'Amérique du Nord à -4,8% à données comparables a connu une fin d'année difficile marquée par une nette détérioration du marché au cours du quatrième trimestre en particulier dans les Grands Magasins où les ventes ont été décevantes durant les fêtes de fin d'année, et dans les salons de coiffure où la baisse de fréquentation se poursuit. Au total, le groupe évolue légèrement en retrait du marché, tout en renforçant ses positions dans les Produits Grand Public, les Produits Professionnels et Cosmétique Active.

### RESTE DU MONDE

- Asie** : la croissance de L'Oréal atteint +16,3% à données comparables en 2008 avec un ralentissement au 4<sup>ème</sup> trimestre, le groupe continuant à nettement surperformer le marché. Au Japon, le groupe gagne des parts de marché. Hors Japon la croissance annuelle s'élève à +20,2%. La dynamique se poursuit en Chine (+27,7%) comme dans les pays d'Asie du Sud-Est, notamment en Thaïlande, en Indonésie et en Malaisie. Le groupe évolue plus de trois fois plus vite que le marché dans l'ensemble de l'Asie.
- Europe de l'Est** : L'Oréal poursuit sa très forte dynamique, avec une croissance de +21,1% à données comparables par l'ensemble des divisions, avec toutefois un rythme différent au 4<sup>ème</sup> trimestre du fait des difficultés rencontrées par certains distributeurs en Russie et en Ukraine.
- Amérique Latine** : les ventes progressent de +6,7% à données comparables, et s'améliorent trimestre après trimestre, tout en étant très contrastées. L'Argentine, le Venezuela, le Chili et l'Uruguay sont en forte progression. Le Brésil retrouve le chemin de la croissance au second semestre. La situation reste difficile au Mexique.
- Afrique-Orient-Pacifique** : l'année est marquée par la création d'une zone multi-divisions pour accélérer l'entrée du groupe dans de nouveaux marchés. Les ventes progressent de +8,1% à données comparables. La croissance est tirée par l'excellente performance des pays du Maghreb et du Moyen-Orient et la bonne progression de l'Afrique du Sud. L'Australie progresse de manière satisfaisante. La situation est contrastée en Inde avec une Division des Produits Professionnels très dynamique et une année de consolidation pour la division Produits Grand Public. Enfin, le groupe a créé en fin d'année une filiale multi-divisions en Egypte.

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

A données comparables, le chiffre d'affaires de The Body Shop a augmenté de +4,6%. Les ventes de détail (1) ont progressé de +1,9%. A parc de magasins identique (2), les ventes enregistrent un recul de -2,3%.

La marque connaît de bons résultats en Suède, en Suisse, au Moyen-Orient, à Hong Kong, à Singapour, en Corée, en Indonésie et en Inde. En revanche, en raison d'une baisse de fréquentation dans les magasins due au contexte économique difficile au 4ème trimestre, les ventes ont été décevantes en Grande-Bretagne, en Espagne et en Amérique du Nord.

Avec une nouvelle communication autour de "Nature's way to Beautiful", The Body Shop réaffirme sa philosophie de marque naturelle et éthique et crée une nouvelle dynamique commerciale.

La marque lance quatre gammes *Bien-Être* à base d'ingrédients naturels inspirés des remèdes traditionnels, la ligne de maquillage *Nature's Minerals™* ainsi que la gamme de soins hydratants pour le corps *Moringa*, riche en ingrédients issus du commerce équitable.

124 magasins ont été ouverts en 2008 portant leur nombre à 2 550 à la fin de l'année.

<sup>(1)</sup> Ventes de détail : total des ventes aux consommateurs tous circuits confondus.

<sup>(2)</sup> Ventes de détail à parc de magasins identique : total des ventes aux consommateurs réalisées par les magasins continûment présents entre le 1er janvier et le 31 décembre 2007 et la même période de 2008.

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

Galderma réalise un chiffre d'affaires record, en augmentation de + 17,1 % à données comparables. L'Amérique du Nord enregistre une progression de + 18,5 %. Les ventes sont en croissance de + 7,3 % en Europe et de + 26,3 % dans le Reste du monde.

Galderma a continué à gagner des parts de marché grâce à ses produits phares *Différine®* et *Epiduo®* (acné), *Rozex®/Metro®* (rosacée), *Clobex®* (psoriasis), *Oracea®* (rosacée), *Dysport®* (rides intersourcillières) et *Cétaphil®* (gamme de soins nettoyants et hydratants).

Avec l'acquisition de *CollaGenex* aux Etats-Unis, *Galderma* a renforcé son portefeuille de solutions thérapeutiques contre la rosacée avec *Oracea®*, le premier antibiotique oral approuvé dans le traitement de la rosacée aux Etats-Unis. *Oracea®* a également reçu l'approbation des autorités de santé européennes. Le Laboratoire a confirmé son entrée dans la dermatologie correctrice et esthétique avec *Dysport®* au Brésil et en Argentine. *Epiduo®* a contribué de façon significative à la croissance en Europe et en Amérique latine, où le produit a été lancé. *Epiduo®* a été approuvé par la FDA à la fin de l'année. *Différine®* Gel 0.1 % a été lancé au Japon. C'est le premier rétinol topique approuvé pour l'acné dans ce pays.

**B – Résultats 2008****1) Rentabilité d'Exploitation et Compte de résultat consolidé**

En M€	31.12.2007	En % du chiffre d'affaires	31.12.2008	En % du chiffre d'affaires	
<b>Chiffre d'affaires</b>	<b>17 063</b>	<b>100%</b>	<b>17 542</b>	<b>100%</b>	
<i>Coût des ventes</i>	-4 941	29,0%	-5 240	29,9%	
<b>Marge brute</b>	<b>12 122</b>	<b>71,0%</b>	<b>12 302</b>	<b>70,1%</b>	
<i>Frais de R&amp;D</i>	-560	3,3%	-581	3,3%	
<i>Frais publi-promotionnels</i>	-5 127	30,0%	-5 275	30,1%	
<i>Frais commerciaux &amp; administratifs</i>	-3 618	21,2%	-3 779	21,5%	
<i>Pertes et gains de change</i>	10	0,1%	58	0,3%	
<b>Résultat d'exploitation</b>	<b>2 827</b>	<b>16,6%</b>	<b>2 725</b>	<b>15,5%</b>	<b>15,8% hors YSLB</b>

La marge brute ressort à 70,1 % du chiffre d'affaires à comparer à 71,0 % en 2007.

Après retraitement des pertes et gains de change, c'est-à-dire en réallouant à la marge brute en 2007 et en 2008 la quote part de pertes et gains de change qui lui revient et en excluant l'effet de la consolidation d'YSL Beauté, la marge brute est en baisse de 50 points de base.

Les frais de recherche et développement, stables en pourcentage du chiffre d'affaires à 3,3%, progressent de près de +4%.

Les frais publi-promotionnels, à 30,1% du chiffre d'affaires, sont en augmentation de 10 points de base par rapport à l'année 2007, après un deuxième semestre à 30,4%, sensiblement plus élevé que le premier semestre, comme nous l'avions annoncé.

Les frais commerciaux et administratifs représentent 21,5% du chiffre d'affaires. Ils intègrent en année pleine l'impact des frais de fonctionnement des distributeurs de produits professionnels aux salons de coiffure américains, l'accroissement de l'amortissement d'incorporels et l'effet de mix lié aux taux de conversion.

Après un gain de change de 58 millions d'euros, le résultat d'exploitation s'élève à 2 725 millions d'euros à 15,5% du chiffre d'affaires, taux qui s'établirait à 15,8% du chiffre d'affaires hors impact dilutif de l'intégration de YSL Beauté.

## 2) Résultats d'exploitation par branche et par division

	2007		2008		
	M€	% CA	M€	% CA	
<b>Par division opérationnelle</b>					
Produits Professionnels	502	21,0%	519	21,0%	
Produits Grand Public	1 582	19,1%	1 578	18,9%	
Produits de Luxe	844	21,5%	767	18,4%	20,0 % hors YSLB
Cosmétique Active	256	20,5%	259	20,1%	
<b>Total des divisions cosmétiques</b>	<b>3 180</b>	<b>20,0%</b>	<b>3 110</b>	<b>19,0%</b>	
<i>Non alloué<sup>(1)</sup></i>	-479	-3,0%	-502	-3,1%	
<b>Total branche cosmétique</b>	<b>2 701</b>	<b>17,0%</b>	<b>2 608</b>	<b>15,9%</b>	16,3 % hors YSLB
<b>The Body Shop</b>	<b>64</b>	<b>8,1%</b>	<b>36</b>	<b>4,8%</b>	
<b>Branche dermatologique<sup>(2)</sup></b>	<b>62</b>	<b>16,9%</b>	<b>80</b>	<b>18,7%</b>	
<b>Groupe</b>	<b>2 827</b>	<b>16,6%</b>	<b>2 725</b>	<b>15,5%</b>	15,8 % hors YSLB

(1) Non Alloué= Frais centraux groupe, recherche fondamentale, stock options et divers. En % du chiffre d'affaires total

(2) part revenant au Groupe, soit 50 %

La rentabilité de la Division Produits Professionnels est restée stable en 2008 à 21% du chiffre d'affaires.

La rentabilité de la Division Produits Grand Public est en léger retrait à 18,9% contre 19,1% en 2007.

La baisse de la rentabilité de la Division Produits de Luxe résulte pour moitié de l'intégration de YSL Beauté.

Cosmétique Active a vu sa rentabilité s'établir à 20,1%.

The Body Shop, qui réalise la totalité de son résultat au 2<sup>nd</sup> semestre de chaque année, a été particulièrement impacté cette année par la baisse de fréquentation dans les magasins en fin d'année.

Enfin, la rentabilité de la branche Dermatologie, Galderma, a fortement crû en 2008 pour atteindre 18,7%.

## 3) Rentabilité par zone géographique : nouvelle et forte amélioration dans le Reste du Monde

Résultat d'exploitation	2007		2008		2008 hors YSL Beauté %CA
	M€	%CA	M€	%CA	
Europe de l'Ouest	1 633	22,5%	1 634	22,1%	22,8%
Amérique du Nord	774	19,3%	593	15,9%	16,0%
Reste du Monde	774	16,6%	884	16,9%	17,1%
<b>Total des zones cosmétiques</b>	<b>3 180</b>	<b>20,00%</b>	<b>3 110</b>	<b>19,0%</b>	<b>19,4%</b>

Retraitée de l'impact dilutif de l'intégration d'YSL Beauté, la rentabilité par zone évolue de la manière suivante :

Nouvelle amélioration de la rentabilité en Europe de l'Ouest à 22,8%.

Dégradation sensible de la rentabilité en Amérique du Nord qui a connu une année tendue notamment pour ses activités Produits de luxe et Produits professionnels.

Nouvelle progression de la rentabilité de la zone « Reste du Monde » à 17,1 %.



#### 4) Résultat net par action : + 6,8 % à taux de change constants

<i>En M€</i>	31.12.2007	31.12.2008
<b>Résultat d'exploitation</b>	<b>2 827</b>	<b>2 725</b>
<i>Charges de l'endettement financier net</i>	- 175	- 174
<i>Autres produits et charges financiers</i>	- 7,6	- 7,2
Dividendes Sanofi-Aventis	250,3	244,7
Quote-part du résultat net des sociétés mises en équivalence	0,1	-
<b>Résultat avant impôt hors éléments non récurrents</b>	<b>2 896</b>	<b>2 788</b>
<i>Impôt sur les résultats hors éléments non récurrents</i>	-856	-722
<i>Intérêts minoritaires</i>	-1,5	-2,7
<b>Résultat net part du groupe hors éléments non récurrents <sup>(1)</sup></b>	<b>2 039</b>	<b>2 064</b>
<b>BNPA <sup>(2)</sup> (en euro)</b>	<b>3,36</b>	<b>3,49</b>
<b>Nombre d'actions moyen dilué</b>	<b>606 012 471</b>	<b>590 920 078</b>

+6,8% à taux de change constants
-------------------------------------------

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

(2) Part du groupe par action dilué, hors éléments non récurrents

Le coût de l'endettement financier est resté stable à 174 millions d'euros. La légère augmentation du taux d'intérêt moyen de la dette en euros s'est trouvée compensée par la forte baisse du coût de la dette en dollar.

Les dividendes de Sanofi-Aventis sont restés quasiment stables à 244,7 millions d'euros.

L'impôt ressort à 721,5 millions d'euros. Le taux d'imposition à 25,9% est en baisse sensible par rapport à 2007 où il s'élevait à 29,5% grâce, notamment, au crédit d'impôt recherche et à la baisse du taux d'impôts dans un certain nombre de pays.

Au total, le résultat net part du groupe hors éléments non récurrents s'élève à 2 064 millions d'euros en croissance de +1,2%.

Après effet relatif des rachats d'actions, le bénéfice net par action s'établit à 3,49 € en augmentation de +3,8%, soit +6,8% à taux de changes constants, très proche de l'objectif indiqué en octobre 2008. Hors effet dilutif de YSL Beauté dû pour l'essentiel au step-up sur les stocks, le BNPA se serait élevé à 3,52 €.

#### 5) Résultat net part du groupe : 1 948 M€

<i>En M€</i>	31.12.2007	31.12.2008	Evolution
Résultat net part du groupe hors éléments non récurrents	2 039	2 064	-
Eléments non récurrents	617	- 115	-
<b>Résultat net part du groupe</b>	<b>2 656</b>	<b>1 948</b>	<b>-26,6%</b>
Par action dilué (€)	4,38	3,30	-24,8%

Après prise en compte des éléments non récurrents, c'est-à-dire une charge de 115 millions d'euros qui se compare à un profit en 2007 de 617 millions d'euros (plus-value de 643 millions d'euros sur la cession d'actions Sanofi-Aventis en novembre 2007), le résultat net ressort à 1 948 millions d'euros.

La charge de 115 millions d'euros intègre principalement la réorganisation industrielle en Europe avec les projets de cession de l'usine britannique de Llantrisant et de fermeture de l'usine de Monaco, mais aussi la rationalisation de contrats de distribution de produits YSL Beauté, la réorganisation de la filiale L'Oréal USA, l'intégration de la société américaine CollaGenex acquise par Galderma et l'amortissement accéléré d'immobilisations incorporelles sur le goodwill Yue Sai et la marque Biomedic.

## 6) Marge Brute d'Autofinancement, Bilan et Dette

La marge brute d'auto-financement s'élève à 2 745 millions d'euros, en croissance de +1 %.

La variation du besoin en fonds de roulement s'élève à 148 millions d'euros.

Les investissements, à 745 millions d'euros, sont en diminution de près de 4 % et ressortent à 4,3 % du chiffre d'affaires à comparer à 4,5 % en 2007.

Après paiement du dividende, prises de participations (principalement YSL Beauté et Collagenex), et rachats d'actions nets pour 912 millions d'euros, le flux résiduel ressort à -1 209 millions d'euros.

La structure du bilan est très robuste avec des capitaux propres qui représentent 52% du total de l'actif.

La dette financière nette ressort à 3700 millions d'euros. Son augmentation est la conséquence, principalement, de l'acquisition de YSL Beauté en 2008.

La dette financière est bien sécurisée. Elle est composée pour environ 2,5 milliards d'euros de crédits à moyen terme bancaires dont l'échéance se situe pour l'essentiel entre 2011 et 2012, et pour le solde de billets de trésorerie et de « commercial paper », qui sont largement sécurisés par des lignes de « standby ».

## 7) Dividende proposé à l'Assemblée Générale du 16 avril 2009

Le Conseil d'Administration a décidé de proposer à l'Assemblée Générale des actionnaires du 16 avril 2009, d'approuver un dividende de 1,44 € par action en augmentation de + 4,3 % par rapport au dividende payé en 2008. Ce dividende sera mis en paiement le vendredi 24 avril 2009.

## C - Faits marquants de la période du 1/10/08 au 31/12/08

- Dans le cadre du programme de rachat d'actions décidé par le Conseil d'Administration le 19 juin 2008, 1 120 000 actions ont été acquises entre le 1er octobre et le 31 décembre 2008 pour un montant total de 69,4 millions 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

Jean-Régis CAROF  
Tel : 01.47.56.83.02  
[jcarof@dgaf.loreal.com](mailto:jcarof@dgaf.loreal.com)

### Analystes financiers et Investisseurs Institutionnels

Caroline MILLOT  
Tel : 01.47.56.86.82  
[cmillot@dgaf.loreal.com](mailto:cmillot@dgaf.loreal.com)

### Journalistes

Guylaine MERCIER  
Tel : 01.47.56.40.24  
[gmercier@dgc.loreal.com](mailto:gmercier@dgc.loreal.com)

Pour plus d'informations, veuillez consulter les banques, les sociétés de bourse ou les établissements financiers (Code I.S.I.N. : FR0000120321), ainsi que vos journaux habituels ou le site Internet dédié aux actionnaires et investisseurs, <http://www.loreal-finance.com>, ou sa version mobile sur votre téléphone portable, <http://mobile.loreal-finance.com>, ou contacter le numéro vert : 0.800.66.66.66 (appel gratuit).

---

## D - Annexes

### Annexe 1 : Chiffre d'affaires du groupe L'Oréal 2007/2008 (en millions d'euros)

	2007	2008
<u>Premier trimestre :</u>		
Cosmétique	4 030	4 118
The Body Shop	169	168
Dermatologie	69	73
<b>Total premier trimestre</b>	<b>4 268</b>	<b>4 359</b>
<u>Deuxième trimestre :</u>		
Cosmétique	3 984	4 016
The Body Shop	172	166
Dermatologie	90	105
<b>Total deuxième trimestre</b>	<b>4 246</b>	<b>4 287</b>
<u>Premier semestre :</u>		
Cosmétique	8 014	8 134
The Body Shop	341	334
Dermatologie	159	178
<b>Total premier semestre</b>	<b>8 514</b>	<b>8 646</b>
<u>Troisième trimestre :</u>		
Cosmétique	3 849	3 978
The Body Shop	180	176
Dermatologie	96	112
<b>Total troisième trimestre</b>	<b>4 125</b>	<b>4 266</b>
<u>Neuf mois :</u>		
Cosmétique	11 863	12 112
The Body Shop	521	510
Dermatologie	255	290
<b>Total neuf mois</b>	<b>12 639</b>	<b>12 912</b>
<u>Quatrième trimestre :</u>		
Cosmétique	4 045	4 247
The Body Shop	266	246
Dermatologie	112	137
<b>Total quatrième trimestre</b>	<b>4 423</b>	<b>4 630</b>
<u>Année :</u>		
Cosmétique	15 908	16 359
The Body Shop	787	756
Dermatologie	368	427
<b>Total année</b>	<b>17 063</b>	<b>17 542</b>

## Annexe 2 : Comptes de résultat consolidés comparés

En millions d'euros	2008	2007	2006
<b>Chiffre d'affaires</b>	<b>17 541,8</b>	<b>17 062,6</b>	<b>15 790,1</b>
Coût des ventes	-5 240,1	-4 941,0	-4 569,1
<b>Marge brute</b>	<b>12 301,7</b>	<b>12 121,6</b>	<b>11 221,0</b>
Frais de recherche et développement	-581,3	-559,9	-532,5
Frais publi-promotionnels	-5 274,6	-5 126,7	-4 783,0
Frais commerciaux et administratifs	-3 779,4	-3 618,2	-3 309,4
<b>Résultat d'exploitation avant pertes et gains de change</b>	<b>2 666,4</b>	<b>2 816,8</b>	<b>2 596,1</b>
Pertes et gains de change	58,2	10,4	-55,2
<b>Résultat d'exploitation</b>	<b>2 724,6</b>	<b>2 827,2</b>	<b>2 540,9</b>
Autres produits et charges	-156,3	621,6	-60,8
<b>Résultat opérationnel</b>	<b>2 568,3</b>	<b>3 448,8</b>	<b>2 480,1</b>
Coût de l'endettement financier net	-174,2	-174,5	-115,9
Autres produits et charges financiers	-7,2	-7,6	-3,6
Dividendes Sanofi-Aventis	244,7	250,3	217,4
Quote-part du résultat net des sociétés mises en équivalence	-	0,1	-1,2
<b>Résultat avant impôt</b>	<b>2 631,6</b>	<b>3 517,2</b>	<b>2 576,8</b>
Impôts sur les résultats	-680,7	-859,7	-514,7
<b>Résultat net</b>	<b>1 950,9</b>	<b>2 657,5</b>	<b>2 062,1</b>
dont :			
- part du groupe	1 948,3	2 656,0	2 061,0
- part des minoritaires	2,6	1,5	1,1
Résultat net par action part du groupe (euros)	3,31	4,42	3,36
Résultat net dilué par action part du groupe (euros)	3,30	4,38	3,35
Résultat net par action hors éléments non récurrents part du groupe (euros)	3,50	3,39	2,99
<b>Résultat net dilué par action hors éléments non récurrents part du groupe (euros)</b>	<b>3,49</b>	<b>3,36</b>	<b>2,98</b>

## Annexe 3 : Bilans consolidés comparés

En millions d'euros	31.12.2008	31.12.2007	31.12.2006
<b>ACTIF</b>			
<b>Actifs non courants</b>	<b>16 308,7</b>	<b>16 979,6</b>	<b>19 155,4</b>
Ecart d'acquisition	5 532,5	4 344,4	4 053,9
Autres immobilisations incorporelles	2 038,2	1 959,2	1 792,8
Immobilisations corporelles	2 753,3	2 651,1	2 628,4
Actifs financiers non courants	5 557,4	7 608,9	10 168,5
Titres mis en équivalence	-	-	82,0
Impôts différés actifs	427,3	416,0	429,8
<b>Actifs courants</b>	<b>6 648,2</b>	<b>6 220,7</b>	<b>5 627,6</b>
Stocks	1 635,5	1 547,6	1 404,4
Créances clients	2 694,6	2 617,5	2 558,5
Autres actifs courants	1 107,4	926,4	851,8
Impôts sur les bénéfices	133,6	42,5	31,7
Trésorerie et équivalents de trésorerie	1 077,1	1 086,7	781,2
<b>Total</b>	<b>22 956,9</b>	<b>23 200,3</b>	<b>24 783,0</b>
<b>En millions d'euros</b>	<b>31.12.2008</b>	<b>31.12.2007</b>	<b>31.12.2006</b>
<b>PASSIF</b>			
<b>Capitaux propres</b>	<b>11 828,7</b>	<b>13 621,8</b>	<b>14 624,2</b>
Capital	120,5	123,6	127,9
Primes	965,5	963,2	958,5
Autres réserves	9 331,5	8 695,8	8 974,4
Eléments constatés directement en capitaux propres	1 433,6	3 408,9	5 066,9
Réserve de conversion	-563,1	-441,1	-70,3
Actions auto-détenues	-1 410,6	-1 787,2	-2 496,3
Résultat net part du groupe	1 948,3	2 656,0	2 061,0
<b>Capitaux propres - part du groupe</b>	<b>11 825,7</b>	<b>13 619,2</b>	<b>14 622,1</b>
Intérêts minoritaires	2,9	2,5	2,1
<b>Passifs non courants</b>	<b>3 771,8</b>	<b>3 978,5</b>	<b>3 396,9</b>
Provisions pour retraites et autres avantages	694,4	755,3	837,9
Provisions pour risques et charges	111,4	148,5	154,1
Impôts différés passifs	459,4	491,6	512,5
Emprunts et dettes financières non courants	2 506,6	2 583,0	1 892,4
<b>Passifs courants</b>	<b>7 356,4</b>	<b>5 600,1</b>	<b>6 761,9</b>
Dettes fournisseurs	2 656,6	2 528,7	2 485,0
Provisions pour risques et charges	431,1	285,7	272,0
Autres passifs courants	1 838,4	1 732,5	1 613,9
Impôts sur les bénéfices	159,7	176,5	173,0
Emprunts et dettes financières courants	2 270,6	876,8	2 218,0
<b>Total</b>	<b>22 956,9</b>	<b>23 200,3</b>	<b>24 783,0</b>

## Annexe 4 : Tableau de variation des capitaux propres consolidés

En millions d'euros	Nombre	Capital	Primes	Autres	Eléments	Actions	Réserves de	Capitaux	Intérêts	Capitaux
	d'actions en			réserves	constatés	auto-	conversion	propres	minoritaires	propres
	circulation			et résultat	directement	détenues		part du		
					en capitaux			groupe		
					propres					
<b>Situation au 31.12.2005</b>	<b>619 973 610</b>	<b>131,7</b>	<b>953,9</b>	<b>10 797,1</b>	<b>5 197,2</b>	<b>-2 638,2</b>	<b>214,0</b>	<b>14 655,7</b>	<b>1,5</b>	<b>14 657,2</b>
Augmentation de capital	76 000	-	4,6					4,6		4,6
Annulation d'actions auto-détenues		-3,8		-1 255,6		1 259,4		-		-
Dividendes versés (hors actions propres)				-616,1				-616,1	-0,9	-617,0
<i>Réserves de conversion</i>							-284,3	-284,3	0,2	-284,1
<i>Actifs financiers disponibles à la vente</i>					-194,5			-194,5		-194,5
<i>Couverture des flux de trésorerie</i>					64,2			64,2		64,2
Variations reconnues directement en capitaux propres					-130,3		-284,3	-414,6	0,2	-414,4
Résultat consolidé de l'exercice				2 061,0				2 061,0	1,1	2 062,1
<b>Total des produits et charges comptabilisés</b>				<b>2 061,0</b>	<b>-130,3</b>		<b>-284,3</b>	<b>1 646,40</b>	<b>1,3</b>	<b>1 647,7</b>
Rémunérations payées en actions				49,4				49,4		49,4
Variation nette des titres L'Oréal auto-détenus	-14 327 500			-1,5		-1 117,5		-1 119,0		-1 119,0
Autres variations				1,1				1,1	0,2	1,3
<b>Situation au 31.12.2006</b>	<b>605 722 110</b>	<b>127,9</b>	<b>958,5</b>	<b>11 035,4</b>	<b>5 066,9</b>	<b>-2 496,3</b>	<b>-70,3</b>	<b>14 622,1</b>	<b>2,1</b>	<b>14 624,2</b>
Augmentation de capital	75 050	-	4,7					4,7		4,7
Annulation d'actions auto-détenues		-4,3		-1 704,8		1 709,1		-		-
Dividendes versés (hors actions propres)				-711,6				-711,6	-0,9	-712,5
<i>Réserves de conversion</i>							-370,8	-370,8		-370,8
<i>Actifs financiers disponibles à la vente</i>					-1 685,9			-1 685,9		-1 685,9
<i>Couverture des flux de trésorerie</i>					27,9			27,9		27,9
Variations reconnues directement en capitaux propres					-1 658,0		-370,8	-2 028,8	-	-2 028,8
Résultat consolidé de l'exercice				2 656,0				2 656,0	1,5	2 657,5
<b>Total des produits et charges comptabilisés</b>				<b>2 656,0</b>	<b>-1 658,0</b>		<b>-370,8</b>	<b>627,2</b>	<b>1,5</b>	<b>628,7</b>
Rémunérations payées en actions				69,1				69,1		69,1
Variation nette des titres L'Oréal auto-détenus	-10 486 487			-1,6		-1 000,0		-1 001,6		-1 001,6
Autres variations				9,3				9,3	-0,1	9,2
<b>Situation au 31.12.2007</b>	<b>595 310 673</b>	<b>123,6</b>	<b>963,2</b>	<b>11 351,8</b>	<b>3 408,9</b>	<b>-1 787,2</b>	<b>-441,1</b>	<b>13 619,2</b>	<b>2,5</b>	<b>13 621,8</b>
Augmentation de capital	37 600	-	2,3					2,3		2,3
Annulation d'actions auto-détenues		-3,1		-1 285,8		1 288,9		-		-
Dividendes versés (hors actions propres)				-817,1				-817,1	-1,1	-818,2
<i>Réserves de conversion</i>							-122,0	-122,0		-122,0
<i>Actifs financiers disponibles à la vente</i>					-2 046,2			-2 046,2		-2 046,2
<i>Couverture des flux de trésorerie</i>					70,9			70,9		70,9
Variations reconnues directement en capitaux propres					-1 975,3		-122,0	-2 097,3	-	-2 097,3
Résultat consolidé de l'exercice				1 948,3				1 948,3	2,6	1 950,9
<b>Total des produits et charges comptabilisés</b>				<b>1 948,3</b>	<b>-1 975,3</b>		<b>-122,0</b>	<b>-149,0</b>	<b>2,6</b>	<b>-146,4</b>
Rémunérations payées en actions				85,9				85,9		85,9
Variation nette des titres L'Oréal auto-détenus	-12 207 805			-0,2		-912,3		-912,5		-912,5
Autres variations				-3,1				-3,1	-1,1	-4,2
<b>Situation au 31.12.2008</b>	<b>583 140 468</b>	<b>120,5</b>	<b>965,5</b>	<b>11 279,8</b>	<b>1 433,6</b>	<b>-1 410,6</b>	<b>-563,1</b>	<b>11 825,7</b>	<b>2,9</b>	<b>11 828,7</b>

## Annexe 5 : Tableaux des flux de trésorerie consolidés comparés

En millions d'euros	2008	2007	2006
<b>Flux de trésorerie liés à l'activité</b>			
Résultat net part du groupe	1 948,3	2 656,0	2 061,0
Intérêts minoritaires	2,6	1,5	1,1
Elimination des charges et des produits sans incidence sur la trésorerie ou non liés à l'activité :			
amortissements et provisions	706,1	598,5	579,4
variation des impôts différés	6,6	38,3	-273,3
charge de rémunération des plans de stock-options	85,9	69,1	49,4
plus ou moins values de cessions d'actifs	-3,6	-11,7	-8,5
plus-value de cession Sanofi-Aventis nette d'impôt	-	-631,9	
quote part de résultat des sociétés mises en équivalence nette des dividendes reçus	-	0,5	1,2
<b>Marge brute d'autofinancement</b>	<b>2 745,9</b>	<b>2 720,4</b>	<b>2 410,3</b>
Variation du besoin en fonds de roulement lié à l'activité	-148,8	-76,3	65,6
<b>Flux de trésorerie généré par l'activité (A)</b>	<b>2 597,1</b>	<b>2 644,0</b>	<b>2 475,9</b>
<b>Flux de trésorerie liés aux opérations d'investissement</b>			
Acquisitions d'immobilisations corporelles et incorporelles	-745,9	-776,0	-745,2
Cessions d'immobilisations corporelles et incorporelles	9,2	30,1	28,9
Cession Sanofi-Aventis nette d'impôt	-	1 465,3	
Variation des autres actifs financiers (y compris les titres non consolidés)	-9,4	-10,2	-3,9
Incidence des variations de périmètre	-1 299,1	-604,4	-1 065,7
<b>Flux net de trésorerie lié aux opérations d'investissement (B)</b>	<b>-2 045,2</b>	<b>104,8</b>	<b>-1 785,9</b>
<b>Flux de trésorerie liés aux opérations de financement</b>			
Dividendes versés	-849,2	-725,7	-633,8
Augmentation de capital de la société mère	2,3	4,7	4,6
Valeur de cession/(acquisition) des actions propres	-912,6	-1 001,6	-1 119,0
Emission (remboursement) d'emprunts à court terme	1 262,5	-1 439,1	209,3
Emission d'emprunts long terme	1,1	753,2	1 563,5
Remboursement d'emprunts long terme	-62,8	-10,1	-577,0
<b>Flux net de trésorerie lié aux opérations de financement (C)</b>	<b>-558,7</b>	<b>-2 418,7</b>	<b>-552,4</b>
Incidence des variations de cours des devises et de juste valeur (D)	-2,8	-24,6	-19,6
<b>Variation de trésorerie (A+B+C+D)</b>	<b>-9,6</b>	<b>305,5</b>	<b>118,0</b>
<b>Trésorerie d'ouverture (E)</b>	<b>1 086,7</b>	<b>781,2</b>	<b>663,2</b>
<b>Trésorerie de clôture (A+B+C+D+E)</b>	<b>1 077,1</b>	<b>1 086,7</b>	<b>781,2</b>