

## Chiffre d'affaires du 1<sup>er</sup> semestre 2010

### FORTE CROISSANCE DU CHIFFRE D'AFFAIRES

- **+10,2 % à données publiées**  
**+6,3 % à données comparables**
- **Dynamisme des 4 divisions**
- **Bonne tenue de l'activité en Amérique du Nord**
- **Poursuite des percées dans les Nouveaux Marchés**
- **Impact très positif des variations monétaires\***

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

*«La forte croissance du chiffre d'affaires au premier semestre traduit le retour à une bonne progression des ventes en comparable, ainsi qu'un effet de change très positif, qui pourrait d'ailleurs s'amplifier au cours de l'année.»*

*Toutes les divisions évoluent de manière dynamique, grâce à de grandes innovations qui rencontrent un large succès : la nouvelle coloration Inoa de L'Oréal Professionnel continue son déploiement dans les salons de coiffure du monde entier, Yves Saint Laurent est en pleine renaissance et réalise l'une des meilleures progressions parmi les grandes marques du luxe, et Maybelline, leader mondial du maquillage, est en forte croissance sur tous les continents.*

*L'Oréal renforce à nouveau ses positions géographiques grâce à la bonne tenue du groupe en Amérique du Nord et à d'importantes percées dans les Nouveaux Marchés, notamment en Chine, au Brésil, en Russie, en Inde et en Indonésie.*

*Ces résultats nous confortent dans nos grands choix stratégiques et nous permettent d'aborder le second semestre avec confiance».*

\* +3,6 % à fin juin. En extrapolant les cours de change actuels (base 1€=1,25\$) jusqu'au 31 décembre, l'impact des effets monétaires s'établirait à +6,8 % sur l'ensemble de l'année 2010.

## A – Evolution du chiffre d'affaires 1<sup>er</sup> semestre 2010

**A données comparables**, c'est-à-dire à structure et taux de change identiques, la croissance du chiffre d'affaires du groupe L'Oréal ressort à +6,3 %.

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

**Les effets monétaires** ont eu un impact positif de +3,6 %.

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

**A données publiées**, le chiffre d'affaires du groupe, au 30 juin 2010, atteint 9,67 milliards d'euros en progression de +10,2 %.

### Chiffre d'affaires par divisions opérationnelles et zones géographiques

	2 <sup>ème</sup> trimestre 2010			1 <sup>er</sup> semestre 2010		
	M€	Croissance à données Comparables		M€	Croissance à données Comparables	
			Publiées			Publiées
<b><u>Par division opérationnelle</u></b> <sup>(1)</sup>						
Produits Professionnels	709,9	4,7 %	15,1 %	1 362,6	5,3 %	11,9 %
Produits Grand Public	2 459,7	4,1 %	11,3 %	4 822,3	5,6 %	9,5 %
Produits de Luxe	1 091,4	7,6 %	13,6 %	2 104,0	9,7 %	12,0 %
Cosmétique Active	355,8	6,7 %	12,2 %	773,1	4,7 %	7,9 %
<b>Total cosmétique</b>	<b>4 616,8</b>	<b>5,2 %</b>	<b>12,5 %</b>	<b>9 062,0</b>	<b>6,4 %</b>	<b>10,3 %</b>
<b><u>Par zone géographique</u></b> <sup>(2)</sup>						
Europe de l'Ouest	1 829,6	1,1 %	1,9 %	3 712,3	2,0 %	2,6 %
Amérique du Nord	1 120,8	4,2 %	14,7 %	2 118,8	4,9 %	8,8 %
Nouveaux Marchés, dont :	1 666,4	11,1 %	25,2 %	3 230,9	13,0 %	22,0 %
- Asie, Pacifique	768,7	11,0 %	25,6 %	1 540,2	12,8 %	20,0 %
- Europe de l'Est	354,3	8,9 %	19,0 %	706,7	11,4 %	19,5 %
- Amérique latine	397,2	18,4 %	37,5 %	704,2	19,7 %	35,1 %
- Afrique, Moyen-Orient	146,2	0,0 %	10,6 %	279,8	3,5 %	10,7 %
<b>Total cosmétique</b>	<b>4 616,8</b>	<b>5,2 %</b>	<b>12,5 %</b>	<b>9 062,0</b>	<b>6,4 %</b>	<b>10,3 %</b>
The Body Shop	170,0	-0,1 %	5,5 %	334,3	0,2 %	3,4 %
Dermatologie <sup>(3)</sup>	158,3	11,9 %	18,0 %	270,5	14,1 %	17,4 %
<b>Total groupe</b>	<b>4 945,1</b>	<b>5,2 %</b>	<b>12,4 %</b>	<b>9 666,8</b>	<b>6,3 %</b>	<b>10,2 %</b>

Au 1<sup>er</sup> janvier 2010, les divisions et zones géographiques ont fait l'objet des reclassements ci-dessous. Tous les historiques ont été retraités pour tenir compte de ces changements.

(1) L'activité Roger & Gallet a été transférée de la Division des Produits de Luxe à la Division Cosmétique Active.

(2) L'activité Travel Retail d'YSL Beauté, précédemment comptabilisée à 100 % en Europe de l'Ouest, est dorénavant ventilée dans les zones Europe de l'Ouest, Amérique du Nord et Nouveaux Marchés.

La zone Reste du Monde devient la zone Nouveaux Marchés avec le découpage suivant :

L'Australie, l'Inde et la Nouvelle Zélande, qui étaient précédemment dans la zone Afrique, Orient, Pacifique, ont été rattachées à la zone Asie qui devient la zone Asie, Pacifique. La zone Afrique, Orient, Pacifique devient la zone Afrique, Moyen-Orient.

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

## 1) Evolution du chiffre d'affaires cosmétique

### PRODUITS PROFESSIONNELS

La Division Produits Professionnels réalise au 1<sup>er</sup> semestre une croissance de +5,3 % en comparable et de +11,9 % à données publiées après prise en compte des effets monétaires et de l'effet de structure lié à l'acquisition de distributeurs aux Etats-Unis. La division accroît son leadership mondial.

- La catégorie coloration se développe fortement, portée par le succès spectaculaire d'*Inoa*, en cours de mondialisation, et celui de *SoColor Beauty* de *Matrix* au positionnement très accessible. Ces produits techniques permettent à *L'Oréal Professionnel* et à *Matrix* de conquérir de nombreux nouveaux salons. Le soin du cheveu se développe avec de grandes innovations comme *Chronologiste* et *Capital Force Homme* de *Kérastase*, *Fiberceutic* à l'*Intra-Cylane* de *L'Oréal Professionnel*, et *Time Reset* de *Redken* pour cheveux matures.
- Grâce à ses succès en coloration, à la conquête de nouveaux salons et à un historique favorable, la division retrouve la croissance en Europe de l'Ouest, en dépit de marchés atones. En Amérique du Nord, le semestre est marqué par la nouvelle dynamique de *Matrix* et la percée de *L'Oréal Professionnel* portée par le lancement d'*Inoa*. Les Nouveaux Marchés, notamment les pays du BRIC et du Moyen-Orient, se développent sur toutes les catégories.

### PRODUITS GRAND PUBLIC

La Division Produits Grand Public enregistre une croissance de +5,6 % en comparable à fin juin. Toutes les grandes marques sont en progression et particulièrement *Maybelline*. La division gagne des parts de marché au niveau mondial.

- *L'Oréal Paris* lance avec succès les soins de la peau *Code Jeunesse*, le mascara *Millions de Cils* et le fond de teint *Mat Morphose*. Dans la gamme *Men Expert*, les déodorants et la coloration *Excell 5* connaissent un bon démarrage. *Garnier* renforce sa position en déodorants en Europe de l'Est en lançant *Minéral pour Hommes* et installe sa gamme *Minéral* en Europe de l'Ouest ; en soins de la peau, *Garnier* lance le gel nettoyant *Exfo-Brusher* dans la gamme *Pure Active*. *Maybelline* enregistre une croissance très forte, en particulier grâce au lancement du mascara *Volum' Express Falsies* et du gel liner pour yeux *Lasting Drama*, créé initialement au Japon.
- L'Europe de l'Ouest connaît un 2<sup>ème</sup> trimestre en demi-teinte compte tenu d'un phasage des lancements plus fort au 1<sup>er</sup> trimestre et de marchés atones. Les gains de part de marché se confirment en particulier en maquillage, en soin de la peau et en soin capillaire. La dynamique se poursuit en Amérique du Nord, particulièrement en maquillage et en coloration. Les Nouveaux Marchés restent toniques. Le rythme est élevé en Amérique latine grâce aux déodorants, aux soins capillaires et à la coloration. L'Europe de l'Est lance la gamme de shampoings *Garnier Ultra Doux* avec un positionnement au cœur du marché. L'Inde poursuit sa progression.

## PRODUITS DE LUXE

**Le chiffre d'affaires semestriel de la Division Produits de Luxe progresse de +9,7 % à données comparables et de + 12,0 % à données publiées. La stratégie de concentration sur les grandes marques et les produits iconiques de la division porte ses fruits. La division connaît de bons écoulements, en particulier dans la catégorie soin de la peau, dans un marché sélectif en reprise sensible.**

- *Lancôme* évolue très favorablement grâce au succès mondial du soin de la peau *Génifique*, à la percée d'*UV Expert* en Asie, du mascara *Hypnôse Precious Cells*, et de son nouveau parfum féminin *Trésor in Love*.  
*Yves Saint Laurent* gagne des parts de marché aux Etats-Unis et en Europe grâce à ses parfums masculins et féminins. Les mascaras et le teint contribuent aussi à sa croissance.  
Chez *Giorgio Armani*, le lancement en juin de la fragrance *Acqua di Gioia* s'annonce prometteur.  
*Kiehl's* poursuit sa très forte croissance sur l'ensemble des marchés mondiaux et étend sa distribution, notamment en Asie.
- Toutes les zones connaissent une croissance significative à fin juin. En Europe de l'Ouest, la France, la Grande-Bretagne et l'Allemagne affichent de bonnes progressions grâce en particulier à la bonne dynamique de *Lancôme*. En Amérique du Nord, *Yves Saint Laurent*, *Kiehl's* et *Viktor & Rolf* gagnent des parts de marché.  
La zone Nouveaux Marchés progresse rapidement grâce notamment aux performances en Asie, en Amérique latine et dans le Travel Retail. La zone Europe de l'Est retrouve une dynamique forte.

## COSMETIQUE ACTIVE

**Le chiffre d'affaires de la Division Cosmétique Active affiche une évolution au 1<sup>er</sup> semestre de +4,7 % à données comparables et de +7,9 % à données publiées. L'accélération est nette sur le 2<sup>ème</sup> trimestre, en particulier en Europe de l'Ouest. Dans un marché mondial estimé en légère croissance, la division confirme sa position de leader.**

- *Vichy* affiche une légère croissance par ses grandes franchises de soins *Liftactiv*, *Neovadiol* et *Aqualia*. *Les Essentielles*, gamme d'accès, contribuent à recruter de nouvelles consommatrices.  
*La Roche Posay* est en forte croissance tirée par les grands succès produits tels que *Lipikar Baume*, *Effaclar* et *Redermic*. Enfin, *Skinceuticals* contribue au développement de la division grâce à son déploiement en Europe.
- Toutes les zones sont en croissance, en particulier l'Amérique latine et l'Afrique, Moyen-Orient.

## Synthèse multi-divisions par zone géographique

### EUROPE DE L'OUEST

**L'Europe de l'Ouest** enregistre une croissance de +2,0 % à données comparables, et +2,6 % à données publiées sur les six premiers mois, en particulier grâce à la France, la Grande-Bretagne et l'Europe du Nord.

### AMERIQUE DU NORD

**L'Amérique du Nord** réalise un premier semestre à +4,9 % de croissance à données comparables et +8,8 % à données publiées dans un marché en évolution très légèrement positive. Toutes les divisions sont en croissance.

### NOUVEAUX MARCHES

- **Asie, Pacifique** : le groupe poursuit ses gains de parts de marché et réalise une croissance de +12,8 % à données comparables au premier semestre. Hors Japon, la progression est de +14,9 %. L'Inde, la Corée, et l'Indonésie sont en forte croissance. La progression reste soutenue en Chine, et le groupe continue à évoluer mieux que le marché au Japon.

- **Europe de l'Est** : les ventes sont en progression de +11,4 % à données comparables avec une situation qui reste très contrastée entre les différents pays. La Russie et l'Ukraine sont toujours en forte croissance, et la Pologne reste bien orientée. Les gains de parts de marché se poursuivent.
- **Amérique latine** : A fin juin, la croissance s'établit à +19,7 % à données comparables, grâce au dynamisme soutenu du Brésil, de l'Argentine, du Mexique ainsi que de la Colombie. La Division Produits Grand Public progresse fortement.
- **Afrique, Moyen-Orient** : la progression des ventes est de +3,5 % en comparable, avec une croissance à deux chiffres au Maghreb et au Moyen-Orient. En Afrique, les ventes reculent du fait de l'Afrique du Sud qui continue à être impactée par la crise économique.

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

A fin juin, le chiffre d'affaires de The Body Shop est en augmentation de +0,2 % à données comparables. Les ventes de détail <sup>(1)</sup> sont à -2,1 %. A parc de magasins identique <sup>(2)</sup>, les ventes de détail ressortent à -2,4 %.

Les ventes de détail sont très contrastées avec d'un côté des pays très dynamiques comme l'Inde, la Russie, l'Indonésie ou l'Arabie Saoudite auxquels viennent s'ajouter des ventes de commerce en ligne en forte progression, et, de l'autre, une situation plus difficile en Grande-Bretagne, en Amérique du Nord ou au Japon.

Poursuivant une politique d'innovations militantes, The Body Shop a créé *DeoDry*, le premier déodorant aux minéraux volcaniques, rechargeable et sans sel d'aluminium. Lancée en Asie, la gamme de soins de la peau bio *Nutriganics* continue à se déployer mondialement avec succès.

Au 30 juin 2010, le nombre de boutiques s'élevait à 2 562.

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

<sup>(2)</sup> Ventes de détail à parc de magasins identique : total des ventes aux consommateurs réalisées par les magasins continûment présents entre le 1<sup>er</sup> janvier et le 30 juin 2009 et la même période de 2010, y compris les franchisés.

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

*Galderma* renforce son leadership en dermatologie avec un chiffre d'affaires en progression de +14,1 % à données comparables, reflet d'une croissance équilibrée et des gains de parts de marché à travers le monde.

Les marques stratégiques confirment des résultats solides avec *Epiduo*®, une association médicamenteuse unique pour le traitement de l'acné, *Clobex*®, le premier shampoing corticoïde pour le psoriasis du cuir chevelu dont les résultats sont excellents, *Oracea*®, un produit anti-inflammatoire innovant contre la rosacée qui contribue de façon significative à la croissance, et *Azzalure*®/*Dysport*®, une toxine botulique de type A développée spécifiquement pour corriger les rides glabellaires. Aux Etats-Unis, *Différine*® 0.1% Lotion a été lancé avec succès.

## **B - Faits marquants de la période du 01/04/10 au 30/06/10**

- Le 20 avril 2010, L'Oréal USA, filiale de L'Oréal SA, a signé un accord en vue d'acquérir la société Essie Cosmetics, marque emblématique dans le domaine du maquillage des ongles aux Etats-Unis. Fondée par Essie Weingarten, cette marque est commercialisée essentiellement dans les salons de coiffure et les Spas américains et a réalisé un chiffre d'affaires de 28 millions de dollars au cours des 12 derniers mois. Cette acquisition est devenue effective le 25 juin 2010.
- L'Assemblée Générale mixte réunie le 27 avril 2010 a notamment approuvé les comptes sociaux et consolidés de l'exercice 2009, décidé la distribution d'un dividende de 1,50 euro par action, mis en paiement le 5 mai, renouvelé les mandats d'administrateur de Sir Lindsay Owen-Jones, de MM. Jean-Paul Agon, Francisco Castañer-Basco, Charles-Henri Filippi, Xavier Fontanet et Marc Ladreit de Lacharrière. Le Conseil réuni à l'issue de l'Assemblée Générale a, comme annoncé le 15 février, décidé de reconduire la dissociation des fonctions de Président et de Directeur Général et de renouveler Sir Lindsay Owen-Jones dans ses fonctions de Président du Conseil d'Administration et M. Jean-Paul Agon dans ses fonctions de Directeur Général de L'Oréal.
- Le 1er juin 2010, L'Oréal USA, filiale de L'Oréal SA, a acquis, pour sa division SalonCentric, 100 % du capital de la société C.B. Sullivan, implantée dans six états du nord-est des Etats-Unis et qui est spécialisée dans la distribution de produits aux salons de coiffure. L'acquisition de C.B. Sullivan, qui a réalisé, en 2009, un chiffre d'affaires d'environ 50 millions de dollars, permet à la division SalonCentric de L'Oréal USA de compléter sa couverture des salons de coiffure américains.

---

«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  
[icarof@dgaf.loreal.com](mailto:icarof@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**

Guyline 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://www.loreal-finance.mobi> ou contacter le numéro vert : 0.800.66.66.66 (appel gratuit).

---

## C - Annexe

Chiffre d'affaires du groupe L'Oréal 2009/2010 (en millions d'euros)

	2009	2010
<u>Premier trimestre :</u>		
Cosmétique	4 112	4 445
The Body Shop	162	164
Dermatologie	96	112
<b>Total premier trimestre</b>	<b>4 370</b>	<b>4 722</b>
<u>Deuxième trimestre :</u>		
Cosmétique	4 104	4 617
The Body Shop	161	170
Dermatologie	134	158
<b>Total deuxième trimestre</b>	<b>4 399</b>	<b>4 945</b>
<u>Premier semestre :</u>		
Cosmétique	8 216	9 062
The Body Shop	323	334
Dermatologie	230	271
<b>Total premier semestre</b>	<b>8 769</b>	<b>9 667</b>
<u>Troisième trimestre :</u>		
Cosmétique	3 965	
The Body Shop	162	
Dermatologie	108	
<b>Total troisième trimestre</b>	<b>4 235</b>	
<u>Neuf mois :</u>		
Cosmétique	12 181	
The Body Shop	485	
Dermatologie	338	
<b>Total neuf mois</b>	<b>13 004</b>	
<u>Quatrième trimestre :</u>		
Cosmétique	4 076	
The Body Shop	241	
Dermatologie	151	
<b>Total quatrième trimestre</b>	<b>4 469</b>	
<u>Année :</u>		
Cosmétique	16 257	
The Body Shop	726	
Dermatologie	489	
<b>Total année</b>	<b>17 473</b>	