

## Chiffre d'affaires au 30 septembre 2010

### L'OREAL POURSUIT SA FORTE CROISSANCE

- **Chiffre d'affaires à 9 mois :**
  - +11,6 % à données publiées
  - +6,2 % à données comparables
- **Croissance solide des 4 divisions**
  - Dynamisme des Produits Grand Public**
  - Forte progression dans les Nouveaux Marchés**

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

*«La croissance organique demeure soutenue au 3<sup>ème</sup> trimestre, malgré une base historique plus élevée. Cette performance confirme la nette reprise des ventes depuis le début de l'année.»*

*Toutes les divisions contribuent à cette expansion. Les Produits Grand Public renforcent significativement leurs positions, grâce notamment à la très forte dynamique de Maybelline. Les Produits de Luxe s'appuient sur la vitalité des grandes marques de la division, Lancôme, Yves Saint Laurent et Giorgio Armani, ainsi que sur le succès des derniers lancements de parfums et la mondialisation de Kiehl's. Les Produits Professionnels poursuivent leur conquête de nouveaux salons grâce, en particulier, au déploiement puissant de la nouvelle coloration Inoa.*

*Sur le plan géographique, la progression est solide en Amérique du Nord et le groupe renforce fortement ses positions dans les Nouveaux Marchés, plus particulièrement en Amérique latine et en Asie.*

*Au total, cette croissance des 9 premiers mois nous conforte dans nos grands choix stratégiques. Dans un marché cosmétique en progression, et malgré un contexte monétaire moins favorable, nous confirmons notre ambition de renforcer nos positions mondiales et la rentabilité de nos activités sur l'ensemble de l'année.»*

## A - Evolution du chiffre d'affaires au 30 septembre 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 +6,2 %.

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

**Les effets monétaires** ont eu un impact positif de +5,1 %.

**La croissance à taux de change constants** ressort à +6,5 %. En extrapolant les cours de change actuels (base 1€=1,40\$) jusqu'au 31 décembre, l'impact des effets monétaires s'établirait à +5,2 % sur l'ensemble de l'année 2010.

**A données publiées**, le chiffre d'affaires du groupe, au 30 septembre 2010, atteint 14,52 milliards d'euros en progression de +11,6 %.

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

	3 <sup>ème</sup> trimestre 2010			Au 30 septembre 2010		
	M€	Croissance Comparables	à données Publiées	M€	Croissance Comparables	à données Publiées
<b>Par division opérationnelle<sup>(1)</sup></b>						
Produits Professionnels	684,2	2,9 %	16,1 %	2 046,8	4,5 %	13,3 %
Produits Grand Public	2 392,2	6,5 %	15,1 %	7 214,5	5,9 %	11,3 %
Produits de Luxe	1 144,3	5,7 %	12,6 %	3 248,3	8,3 %	12,2 %
Cosmétique Active	307,9	3,4 %	9,3 %	1 081,0	4,3 %	8,3 %
<b>Total cosmétique</b>	<b>4 528,6</b>	<b>5,5 %</b>	<b>14,2 %</b>	<b>13 590,6</b>	<b>6,1 %</b>	<b>11,6 %</b>
<b>Par zone géographique<sup>(2)</sup></b>						
Europe de l'Ouest	1 715,5	1,5 %	2,6 %	5 427,8	1,8 %	2,6 %
Amérique du Nord	1 129,4	3,8 %	17,8 %	3 248,2	4,6 %	11,8 %
Nouveaux Marchés, dont :	1 683,6	11,3 %	26,2 %	4 914,6	12,4 %	23,4 %
- Asie, Pacifique	808,7	11,5 %	28,5 %	2 348,9	12,3 %	22,8 %
- Europe de l'Est	317,6	2,9 %	11,1 %	1 024,3	8,6 %	16,8 %
- Amérique latine	410,9	18,2 %	35,9 %	1 115,1	19,2 %	35,4 %
- Afrique, Moyen-Orient	146,6	12,4 %	25,5 %	426,3	6,3 %	15,4 %
<b>Total cosmétique</b>	<b>4 528,6</b>	<b>5,5 %</b>	<b>14,2 %</b>	<b>13 590,6</b>	<b>6,1 %</b>	<b>11,6 %</b>
The Body Shop	172,1	-0,6 %	6,2 %	506,4	-0,1 %	4,3 %
Dermatologie <sup>(3)</sup>	151,0	27,1 %	40,4 %	421,4	18,4 %	24,7 %
<b>Total groupe</b>	<b>4 851,7</b>	<b>5,8 %</b>	<b>14,6 %</b>	<b>14 518,4</b>	<b>6,2 %</b>	<b>11,6 %</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 une croissance à 9 mois de +4,5 % en comparable et +13,3 % 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 par la forte croissance des produits techniques (coloration et forme durable) et la conversion de salons à ses marques.**

- La catégorie coloration poursuit son fort développement avec *Inoa* de *L'Oréal Professionnel* qui complète son déploiement mondial avec des performances remarquables sur tous les continents et le nouveau *SoColor Beauty* de *Matrix* pour les salons plus accessibles. Dans la catégorie forme durable, *X-Tenso Moisturist* (lissage permanent) et la permanente *Dulcia Advanced* de *L'Oréal Professionnel* ainsi qu'*Opti-Straight* de *Matrix* permettent d'accélérer les ventes dans les Nouveaux Marchés.
- En dépit du comparatif lié au lancement d'*Inoa*, l'Europe de l'Ouest conserve son dynamisme et la division y gagne des parts de marché. En Amérique du Nord, la division est portée par la forte croissance de *L'Oréal Professionnel*, grâce à *Inoa*, et le dynamisme de *Matrix* et *Mizani*. Les Nouveaux Marchés, notamment les pays du BRIC et du Moyen-Orient, connaissent une forte croissance.

### PRODUITS GRAND PUBLIC

**La Division Produits Grand Public enregistre une croissance de +6,5 % à données comparables au 3<sup>ème</sup> trimestre. A 9 mois, la progression est de +5,9 % à données comparables et +11,3 % à données publiées. Les parts de marché de la division progressent dans toutes les régions du monde. Toutes les grandes marques sont en croissance, en particulier *Maybelline*.**

- *L'Oréal Paris* renforce ses positions en maquillage avec le mascara *Volume Millions de Cils* et la *Base Lissante Resurfaçante* ainsi qu'en soins capillaires avec le succès confirmé de *Total Repair 5* dans toutes les zones et celui d'*Elsève Hydra-Max Colágeno* en Amérique latine. La gamme de soins nettoyants *Go Clean 360°* connaît une belle réussite aux Etats-Unis. *Men Expert* accroît son leadership en Asie.  
*Garnier* poursuit ses avancées en déodorants en Europe de l'Ouest, en Amérique latine et en Europe de l'Est et rénove sa ligne de soins *Ultra Lift au Pro-Retinol*.  
*Maybelline* est en forte croissance, en particulier grâce à la réussite du mascara *Volum' Express Falsies* et du fond de teint *L'Effaceur Instant Age Rewind*.
- En Europe de l'Ouest, dans un marché stable, la division gagne des parts de marché, en particulier dans les soins capillaires, les soins du visage, le maquillage et les déodorants. En Amérique du Nord, dans un marché également stable, la division progresse sensiblement plus vite que le marché, notamment en coloration, en maquillage et en soins capillaires. La division renforce ses positions dans tous les Nouveaux Marchés.

### PRODUITS DE LUXE

**Le chiffre d'affaires de la Division Produits de Luxe progresse de +8,3 % à données comparables à fin septembre et de +12,2 % à données publiées. Les ventes à l'écoulement sont en forte progression au 3<sup>ème</sup> trimestre.**

- *Lancôme* progresse rapidement grâce au succès des soins *Génifique*, *Absolue Precious Cells*, et *Blanc Expert Age Fight* en Asie, ainsi que du nouveau *Teint Miracle*, incarné par Julia Roberts.  
*Yves Saint Laurent* renforce ses positions, grâce notamment à ses percées en parfums. Le lancement de *Rouge Pur Couture* confirme le dynamisme de la marque en maquillage.  
La division connaît une belle réussite en parfums : *Trésor in Love* de *Lancôme* conquiert une clientèle jeune et additionnelle, *Armani Acqua di Giòia* rencontre un vif succès, *The Big Pony Collection* de *Ralph Lauren* se place parmi les toutes premières ventes partout où il a été lancé et *Belle d'Opium* d'*Yves Saint Laurent* fait une entrée remarquée en Europe.  
*Kiehl's* poursuit sa conquête mondiale.
- Toutes les zones progressent à fin septembre. La division surperforme toujours fortement le marché en Asie. La dynamique du Travel Retail se poursuit grâce au rebond du trafic aérien et à une forte croissance de l'activité en Asie.

## COSMETIQUE ACTIVE

A fin septembre, le chiffre d'affaires de la Division Cosmétique Active progresse de +4,3 % à données comparables et +8,3 % à données publiées. La division confirme sa place de leader.

- Vichy se renforce dans l'anti-âge, avec ses franchises *LiftActiv* et *Neovadiol*, et confirme le succès de sa gamme *Essentielles*. La Roche-Posay affiche une croissance à deux chiffres grâce à une progression nettement supérieure au marché en Europe de l'Ouest et un développement rapide dans les Nouveaux Marchés. Bien établie en France, la marque *Roger et Gallet* débute son déploiement en Europe de l'Ouest. La nouveauté *Huile Sublime Bois d'Orange* est un succès.
- Toutes les zones géographiques sont en croissance. A noter une excellente performance de l'Amérique latine et du Moyen-Orient sur le trimestre.

## 2) Synthèse multi-divisions par zone géographique

### EUROPE DE L'OUEST

L'Europe de l'Ouest enregistre une croissance à 9 mois de +1,8 % à données comparables et +2,6 % à données publiées grâce notamment aux performances de la Grande-Bretagne et de la France. Toutes les divisions sont en croissance.

### AMERIQUE DU NORD

L'Amérique du Nord affiche une progression de +4,6 % à données comparables à fin septembre et +11,8 % à données publiées, dynamisée par les Divisions Produits Grand Public et Produits de Luxe, le marché étant en évolution très légèrement positive.

### NOUVEAUX MARCHES

- **Asie, Pacifique** : le groupe continue de renforcer ses positions avec une croissance de +12,3 % à données comparables à 9 mois. Hors Japon, où le groupe gagne des parts de marché, la progression à fin septembre s'établit à +14,3 %. La zone reste tirée par l'Inde, la Chine, Hong-Kong, la Corée, Taiwan, ainsi que les pays d'Asean.
- **Europe de l'Est** : dans un marché en ralentissement, les ventes sont en progression de +8,6 % à données comparables à fin septembre avec une situation qui reste très contrastée entre les différents pays. Les gains de parts de marché se poursuivent. L'Oréal a inauguré sa première usine en Russie.
- **Amérique latine** : la croissance à fin septembre s'établit à +19,2 % à données comparables, toujours dynamisée par le Brésil, l'Argentine et une bonne progression au Mexique. Les Divisions Produits Grand Public et Cosmétique Active tirent la croissance.
- **Afrique, Moyen-Orient** : la progression des ventes à 9 mois s'établit à +6,3 % à données comparables, avec un 3e trimestre en net rebond à +12,4 % grâce au redressement de l'Afrique du Sud, aux performances du Liban et du Maroc, ainsi qu'aux percées en Egypte.

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

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

La marque enregistre de belles performances en Europe du Nord et au Moyen-Orient et continue d'étendre sa distribution dans les Nouveaux Marchés, notamment en Inde et en Russie. La situation reste difficile aux Etats-Unis, au Japon et en Grande-Bretagne.

The Body Shop a lancé la gamme de soins capillaires *Rainforest*, premier produit de la marque à arborer son nouveau label "éco-responsable".

Au 30 septembre 2010, le nombre de boutiques s'élevait à 2 567.

<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 septembre 2009 et la même période de 2010, y compris les franchisés.

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

Galderma réalise une croissance de +18,4 %, à données comparables à 9 mois et de +27,1 % au 3<sup>ème</sup> trimestre, sur une base de progression favorable.

En Europe de l'Ouest, les ventes sont en forte progression, grâce en particulier aux très bonnes performances du Royaume-Uni et de l'Allemagne ainsi qu'au succès de *Curanail* (mycose des ongles) qui contribue de manière significative à la croissance. En Amérique du Nord, les ventes sont tirées par les franchises *Oracea* (rosacée), *Metrogel* (rosacée) et *Clobex* (psoriasis). En Amérique latine, qui affiche également une forte croissance, *Epiduo* (acné), *Dysport* (rides glabellaires) et *Locéryl* (mycose des ongles) contribuent particulièrement à la solide performance du Brésil. Dans la région Asie-Pacifique, les ventes sont portées par la croissance d'*Epiduo* et *Locéryl*, et, au Japon, par *Différine 0.1%* gel (acné).

#### **B - Faits marquants de la période du 01/07/10 au 30/09/10**

Il n'y a eu, au cours de cette période et à la connaissance de la société, aucun évènement ou changement de nature à modifier de façon significative la situation financière du groupe.

---

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

**Analystes financiers et  
Investisseurs Institutionnels**

Mme Françoise LAUVIN  
Tel : 01.47.56.79.15  
[flauvin@dgaf.loreal.com](mailto:flauvin@dgaf.loreal.com)

**Journalistes**

Mme 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://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	4 529
The Body Shop	162	172
Dermatologie	108	151
<b>Total troisième trimestre</b>	<b>4 235</b>	<b>4 852</b>
<u>Neuf mois :</u>		
Cosmétique	12 181	13 591
The Body Shop	485	506
Dermatologie	338	421
<b>Total neuf mois</b>	<b>13 004</b>	<b>14 518</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>	