

L'ORÉAL

CHIFFRE D'AFFAIRES DU 1^{ER} TRIMESTRE 2007 BON DEMARRAGE DE L'ANNEE

4,268 MILLIARDS D'EUROS : + 7,9% à données comparables

DYNAMISME DE TOUTES LES DIVISIONS CROISSANCE SOUTENUE EN EUROPE DE L'OUEST FORTE ACCELERATION DES NOUVEAUX MARCHES

Le chiffre d'affaires du groupe L'Oréal, au 31 mars 2007, a atteint 4,268 milliards d'euros en progression de + 8,4% à données publiées. La croissance de la branche cosmétique s'est élevée à + 4,1%.

A données comparables, c'est-à-dire à structure et taux de change identiques, l'augmentation du chiffre d'affaires du groupe ressort à + 7,9% (hors The Body Shop, + 8%).

L'effet net de changement de structure, du fait principalement des acquisitions de The Body Shop et Sanoflore consolidées respectivement en juillet et octobre 2006, est de + 4,6%.

Les effets monétaires ont eu un impact négatif de - 4,1% (aux cours de change du 31 mars 2007, il s'établirait à - 2,6% sur l'ensemble de l'année 2007).

La croissance hors effets de change ressort à + 12,5%.

Commentant ces chiffres, Monsieur Jean-Paul AGON Directeur Général de L'Oréal, a indiqué : «*Sans être extrapolable, le chiffre d'affaires du premier trimestre est encourageant. La croissance du groupe évolue conformément à ce que nous avons annoncé : l'Europe de l'Ouest maintient un rythme soutenu, l'Amérique du Nord reprend progressivement le chemin de la croissance et les nouveaux marchés réalisent un bon début d'année. Toutes les divisions contribuent à cette dynamique de manière homogène.*

L'effet de change est fortement négatif sur ce premier trimestre et devrait le rester tout au long de l'année tout en s'atténuant.

Ce bon démarrage de l'année conforte notre confiance dans la réalisation de l'objectif que nous nous sommes fixés : revenir dans la fourchette de + 6 à + 8% de croissance à données comparables pour 2007».

Chiffre d'affaires par divisions opérationnelles et zones géographiques

En M€	Chiffre d'Affaires Trimestriel		Croissance à données	
	1 ^{er} trim. 2006	1 ^{er} trim. 2007	Comparables	Publiées
<u>Par divisions opérationnelles</u>				
- Produits Professionnels	523	542	+ 7,5 %	+ 3,6 %
- Produits Grand Public	2 061	2 147	+ 8,2 %	+ 4,2 %
- Produits de Luxe	903	928	+ 7,5 %	+ 2,7 %
- Cosmétique Active	359	393	+ 10,2 %	+ 9,3 %
Total cosmétique	3 872	4 030	+ 8,0 %	+ 4,1 %
<u>Par zones géographiques</u>				
Europe de l'Ouest	1 849	1 920	+ 4,0 %	+ 3,8 %
Amérique du Nord	1 014	963	+ 3,7 %	- 5,0 %
Reste du monde dont :	1 009	1 147	+ 19,9 %	+ 13,7 %
- Asie	388	408	+ 12,5 %	+ 5,2 %
- Amérique Latine	225	244	+ 19,0 %	+ 8,7 %
- Europe de l'Est	214	289	+ 30,6 %	+ 34,8 %
- Autres pays	182	206	+ 22,8 %	+ 13,0 %
Total cosmétique	3 872	4 030	+8,0 %	+ 4,1%
The Body Shop		169	+ 6,4 %	
Dermatologie ⁽¹⁾	66	69	+ 10,3 %	+ 4,3 %
Total groupe	3 938	4 268	+ 7,9 %	+ 8,4 %

(1) Part revenant au groupe, soit 50 %

Branche Cosmétique Evolution du chiffre d'affaires par division et par zone

- **La Division des Produits Professionnels** a enregistré une croissance de + 7.5% à données comparables. Toutes les zones du monde et toutes les marques ont connu une progression satisfaisante.
 - *L'Oréal Professionnel* a lancé avec succès la coloration *Color Suprême*, innovation destinée aux femmes ayant plus de 80% de cheveux blancs, qui s'est imposée auprès d'un très grand nombre de salons de L'Oréal, ainsi que des nouveaux salons. La gamme de soins *Série Expert* a continué sa progression dans toutes les parties du monde, en particulier au Japon.
 - *Kérastase* a poursuivi sa croissance très rapide en particulier avec le succès de la gamme *Age Recharge*, des compléments nutritionnels *Densitive* et du lancement de *Oléo Curl*.
 - *Redken* a lancé une gamme de coiffage alternatif « *Urban Experiment* » à l'occasion d'un grand congrès de 10.000 coiffeurs à Las Vegas.
 - *Matrix* a lancé une gamme de produits coiffants *Vavoom Gold Heat* et a consolidé son implantation en Russie, en Pologne, au Brésil et en Chine avec le succès de la gamme *Biologie*.

- **La Division Produits Grand Public** a réalisé une croissance de + 8,2% à données comparables. Elle confirme une activité soutenue en Europe de l'Ouest et en Amérique du Nord ainsi qu'une forte accélération sur les nouveaux marchés où elle recueille les fruits de ses investissements soutenus dans les pays du BRIMC.
 - La marque *Garnier* connaît un essor remarquable dynamisé par ses performances en Amérique du Nord et sur les nouveaux marchés. Aux succès continus de la coloration *Nutrisse* et des soins capillaires *Fructis* vient s'ajouter la réussite des nouvelles propositions en soins du visage, en soin du corps et en protection solaire.
 - La marque *L'Oréal Paris* renforce ses positions dans toutes les zones avec une croissance à deux chiffres en maquillage et en soin de la peau. Des lancements réussis portent cette progression : Mascara *Telescopic*, Fond de teint *Accord Parfait*, *Revitalift yeux double lifting*, *Age Re-perfect nuit*, soin pour hommes *Men Expert* et, en coloration, *Casting Crème Gloss*.
 - *Maybelline New York* démarre l'année avec une solide accélération dans les pays du BRIMC grâce notamment au succès des lancements *Watershine Elixir* et du nouveau mascara *Define A Lash*.

- La **Division des Produits de Luxe** est en progression de + 7,5% à données comparables. L'accélération de la croissance est très sensible en ce début d'année, notamment en Europe de l'Ouest et en Europe de l'Est.
 - L'activité parfums est très dynamique, en particulier pour les parfums masculins avec l'arrivée remarquée d'*Hypnôse* Homme de *Lancôme* incarné par l'acteur Clive Owen, le succès d'*Antidote*, le nouveau parfum masculin de *Viktor & Rolf*, lancé fin 2006 et celui de *Double Black* de *Ralph Lauren*. Les parfums féminins sont aussi en forte croissance grâce à l'ensemble de la marque *Cacharel* et à son nouveau parfum *Liberté*, ainsi que sur *Giorgio Armani* qui confirme le grand succès mondial de *Code Donna*.
 - Les bonnes performances de la Division en ce début d'année s'expliquent également par la réussite internationale des soins de la peau comme *Absolue Premium Bx* de *Lancôme*, formulé avec la nouvelle molécule Pro-Xylane, *Face Sculptor* d'*Helena Rubinstein* nouvellement représentée par l'actrice Demi Moore, ou encore *MultiRecharge* de *Biotherm*.
 - En maquillage, il faut citer la confirmation du succès des rouges à lèvres *Color Fever* de *Lancôme*, *Rouge Unlimited* de *Shu Uemura*, mais aussi du *teint Color Ideal* de *Lancôme*.
- La croissance de **Cosmétique Active** se poursuit avec une progression soutenue de + 10,2% du chiffre d'affaires à données comparables ; elle se montre particulièrement dynamique en Amérique du Nord et dans l'ensemble des zones du Reste du Monde.
 - Toutes les marques réalisent une forte progression, grâce à la bonne tenue des produits existants ainsi qu'à l'impact positif des lancements tels que les soins *Neovadiol* et *Normaderm* de *Vichy*, *Substiane*, *Redermic* et *Toleriane Teint* de *La Roche-Posay*.
 - *Innéov* connaît également une très forte croissance de ses ventes grâce au lancement d'*Innéov Cellulite*.
 - L'intégration de *Sanoflore* se déroule de manière très satisfaisante.

Europe de l'Ouest : Croissance soutenue

Avec une progression de + 4,0% à données comparables, l'**Europe de l'Ouest** connaît une activité soutenue notamment en **Grande Bretagne**, en **Espagne** et en **Scandinavie**, plus contrastée en **France** et en **Allemagne**.

La **Division des Produits Professionnels** a enregistré de bonnes performances dans l'ensemble des pays, notamment en Allemagne et en Espagne. Les nouveaux produits de *Kérastase*, *L'Oréal Professionnel*, et *Redken*, ont été bien accueillis par les salons, en particulier le nouveau formulaire de coloration *L'Oréal Color Suprême*.

Les **Produits Grand Public** poursuivent une croissance soutenue, particulièrement en Grande Bretagne, en Espagne et en Scandinavie. La marque *Garnier* est tirée par le succès de la gamme *Fructis* en Espagne et en Italie. *L'Oréal Paris* profite du succès du rouge à lèvres *Color Riche Accord Naturel*, du lancement du soin pour Homme *Vitalift Double Action* de *Men Expert*, et de la grande réussite de la coloration *Casting Crème Gloss. Dream Matte Mousse* de *Maybelline* a été étendue avec un grand succès aux blush et aux fards à paupières.

Les **Produits de Luxe** progressent très fortement en Europe de l'Ouest sous l'impulsion notamment de la Grande-Bretagne, de l'Espagne et de la France. Les ouvertures des boutiques et comptoirs des marques *Kiehl's* et *Shu Uemura* se poursuivent. *Giorgio Armani* continue sa percée avec *Armani Code* et *Armani Code Donna*. *Viktor & Rolf* affiche de fortes parts de marché avec *Antidote*, lancé dans toute l'Europe.

Cosmétique Active connaît un bon début d'année dans la plupart des pays. *La Roche Posay* progresse fortement dans l'ensemble des pays. *Innéov* est en croissance très rapide.

Amérique du Nord : reprise progressive de la croissance

En Amérique du Nord, la progression du chiffre d'affaires a été de + 3,7% à données comparables.

Dans la **Division des Produits Professionnels**, les ventes aux salons ont été soutenues par le lancement de *Urban Experiment* la nouvelle ligne de coiffage de *Redken*, et la forte croissance des gammes de coloration de *Matrix*, *Redken* et *L'Oréal Professionnel*. La Division poursuit avec succès le réaménagement de sa distribution. Elle a finalisé l'acquisition à 100% de *Beauty Alliance*, distributeur de produits professionnels aux salons (voir communiqué du 12 avril 2007).

La **Division des Produits Grand Public** a accéléré sa croissance grâce à la percée de *L'Oréal Paris* en maquillage avec les succès du mascara *Telescopic* et du fond de teint *Bare Natural* ainsi que du lancement de *Nutritionist* de *Garnier*, ligne de soin de la peau, dont les premiers résultats sont très encourageants.

Aux **Produits de Luxe**, la bonne performance de *Lancôme*, en soin avec les succès de *Absolue Rx* et *Collaser Yeux* et en maquillage du nouveau fond de teint *Color Ideal*, a compensé un cadencement des lancements de parfums moins favorable en début d'année.
Les marques *Kiehl's* et *Giorgio Armani* continuent à fortement progresser.

La **Division Cosmétique Active** poursuit son déploiement soutenu par le succès de *Anthélios SX* de *La Roche Posay* et l'implantation de *Vichy* dans le Nord Est des USA et en Californie.

Nouveaux Marchés : forte accélération de la croissance

Avec une croissance de + 19,9%, l'ensemble des nouveaux marchés accélère son développement et confirme sa place de 2^{ème} zone géographique avec 28,5% du chiffre d'affaires cosmétique du groupe.

La **Zone Asie** réalise une croissance de + 12,5% à données comparables.

- Au Japon, la filiale est en croissance grâce aux succès des Produits Professionnels, en particulier de la marque *Kérastase*. Les Produits Grand Public connaissent un début d'année dynamique avec, en particulier, le lancement du fond de teint *Angel Fit* de *Maybelline*.
- L'Asie hors Japon est en progression de + 15,3% à données comparables.
- La Chine continue sa forte progression, tirée par l'ensemble des divisions. Les Produits Grand Public ont lancé la ligne pour hommes *Men Expert* de *L'Oréal Paris* dont le succès très rapide démontre le potentiel des produits pour hommes dans ce pays. Aux Produits de Luxe, *Yue Sai*, repositionnée, démarre l'année avec une belle croissance.
- La Thaïlande poursuit son expansion, dynamisée par la réussite des Produits Grand Public, notamment en soins du visage avec *Dermo-Expertise* de *L'Oréal Paris* et *Skin Naturals* de *Garnier*.

La croissance de la **Zone Amérique Latine** s'inscrit dans la continuité de celle de l'année 2006 à + 19% à données comparables.

- Au Brésil, la dynamique s'est poursuivie particulièrement aux Produits Professionnels avec le formidable succès de *Forte Therapy* de *Matrix* et dans la division Cosmétique Active avec *Redermic* de *La Roche Posay*. Aux Produits Grand Public, la croissance est soutenue par la réussite de la coloration *Nutrisse* de *Garnier* et des soins *Elsève* de *L'Oréal Paris*.
- Au Mexique, toutes les divisions se développent de façon homogène.
- En Argentine et au Venezuela, la croissance est très rapide ; nos marques enregistrent de nouveaux gains de parts de marché dans un contexte de marchés cosmétiques très porteurs.

La **Zone Europe de l'Est** réalise un premier trimestre très dynamique à + 30,6% à données comparables.

- Cette croissance est tirée par la Russie où toutes les divisions enregistrent de très fortes progressions. Les Produits de Luxe sont en croissance très rapide sur un marché dynamique porté par l'ouverture de nombreuses parfumeries très qualitatives.
- La Pologne et la Roumanie sont en forte expansion avec des gains de parts de marché aux Produits Grand Public et dans la Division Cosmétique Active en particulier avec le développement de *La Roche Posay*.
- L'Ukraine poursuit un développement très rapide.

Dans les **Autres Pays**, le chiffre d'affaires progresse de + 22,8% à données comparables. La croissance s'est accélérée en Inde avec des résultats spectaculaires en soins de la peau, en soins capillaires et en coloration *Garnier*.

Forte progression également en Australie et dans les pays du Moyen Orient.

The Body Shop

Les ventes de **The Body Shop** sont en croissance de + 6,4% à données comparables.

Les ventes de détail¹ ont augmenté de 7,9%. A parc de magasins identique², ces ventes se sont accrues de + 3,5%.

L'activité a été particulièrement forte au Canada, au Japon et en Russie; Les Etats-Unis ont un démarrage d'année plus lent.

La croissance du chiffre d'affaires a été dynamisée par le succès d'initiatives récentes comme la gamme de soins du visage et du corps pour peaux sensibles à l'*Aloé Vera* et par de nouveaux lancements comme la gamme de produits de toilette et de soins du corps au *Pamplemousse Rose*, le look de *maquillage de Printemps* et la gamme de soins du visage aux *Algues* pour peaux mixtes et grasses. 25 nouveaux magasins ont été ouverts portant le nombre total à 2 290.

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

(2) 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 mars 2006 et la même période de 2007.

Dermatologie

La croissance du chiffre d'affaires de la branche dermatologie est + 10,3% à données comparables. La progression des ventes de **Galderma** est soutenue notamment par le succès du traitement contre le psoriasis *Clobex*.

«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]. 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 à L'ORÉAL (standard : 01.47.56.70.00)

Actionnaires individuels
et Autorités de Marché
M. Jean-Régis CAROF

☎ : 01.47.56.83.02
<http://www.loreal-finance.com>

Analystes financiers et
Investisseurs Institutionnels

Mme Caroline MILLOT
☎ : 01.47.56.86.82
Fax : 01.47.56.86.42

Journalistes

M. Gueric De BEAUREGARD
☎ : 01.47.56.41.95
<http://www.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>,

Chiffre d'affaires du groupe L'Oréal 2006/2007
(En millions d'euros)

	2006	2007
<u>Premier trimestre :</u>		
Cosmétique	3 872,3	4 030
The Body Shop	-	169
Dermatologique	66,1	69
Total premier trimestre	3 938,4	4 268
<u>Deuxième trimestre :</u>		
Cosmétique	3 761,1	
The Body Shop	-	
Dermatologique	86,0	
Total deuxième trimestre	3 847,1	
<u>Premier semestre :</u>		
Cosmétique	7 633,4	
The Body Shop	-	
Dermatologique	152,1	
Total premier semestre	7 785,5	
<u>Troisième trimestre :</u>		
Cosmétique	3 597,5	
The Body Shop	171,9	
Dermatologique	86,8	
Total troisième trimestre	3 856,2	
<u>Neuf mois :</u>		
Cosmétique	11 230,9	
The Body Shop	171,9	
Dermatologique	238,9	
Total neuf mois	11 641,7	
<u>Quatrième trimestre :</u>		
Cosmétique	3 780,5	
The Body Shop	263,0	
Dermatologique	104,8	
Total quatrième trimestre	4 148,4	
<u>Année :</u>		
Cosmétique	15 011,4	
The Body Shop	435,0	
Dermatologique	343,7	
Total année	15 790,1	