

RAPPORT SEMESTRIEL AU 30 JUIN 2007



L'ORÉAL

# sommaire

Comptes de résultat consolidés comparés	2
Bilans consolidés comparés	3
Tableaux de variation des capitaux propres consolidés	4
Tableaux des flux de trésorerie consolidés comparés	6
Notes annexes aux comptes consolidés	7
Rapport d'activité	18
Rapport des commissaires aux comptes sur l'information financière semestrielle 2007	23
Attestation du responsable du Rapport Financier Semestriel	24

# L'ORÉAL

RAPPORT SEMESTRIEL  
AU 30 JUIN 2007

## **Situation semestrielle au 30 juin 2007**

Les chiffres qui suivent ont été examinés par le conseil d'administration et attestés par les commissaires aux comptes.

# Comptes de résultat consolidés comparés

<i>(En millions d'euros)</i>	Notes	1 <sup>er</sup> semestre 2007	1 <sup>er</sup> semestre 2006	2006
<b>Chiffre d'affaires</b>	3	<b>8 514,3</b>	<b>7 785,5</b>	<b>15 790,1</b>
Coût des ventes		- 2 428,4	- 2 218,9	- 4 569,1
<b>Marge brute</b>		<b>6 085,9</b>	<b>5 566,6</b>	<b>11 221,0</b>
Frais de recherche et développement		- 272,4	- 253,9	- 532,5
Frais publi-promotionnels		- 2 599,1	- 2 360,9	- 4 783,0
Frais commerciaux et administratifs		- 1 777,3	- 1 575,1	- 3 309,4
<b>Résultat d'exploitation avant pertes et gains de change</b>		<b>1 437,1</b>	<b>1 376,7</b>	<b>2 596,1</b>
Pertes et gains de change		3,8	- 43,3	- 55,2
<b>Résultat d'exploitation</b>	3	<b>1 440,9</b>	<b>1 333,4</b>	<b>2 540,9</b>
Autres produits et charges	5	- 6,3	1,2	- 60,8
<b>Résultat opérationnel</b>		<b>1 434,6</b>	<b>1 334,6</b>	<b>2 480,1</b>
Coût de l'endettement financier net	6	- 75,4	- 45,9	- 115,9
Autres produits et charges financiers		- 2,7	- 0,8	- 3,6
Dividendes Sanofi-Aventis		250,4	217,4	217,4
Quote-part du résultat net des sociétés mises en équivalence		0,2	-	- 1,2
<b>Résultat avant impôt</b>		<b>1 607,1</b>	<b>1 505,3</b>	<b>2 576,8</b>
Impôts sur les résultats		- 428,4	- 417,6	- 514,7
<b>Résultat net</b>		<b>1 178,7</b>	<b>1 087,7</b>	<b>2 062,1</b>
<b>dont :</b>				
- part du groupe		<b>1 177,6</b>	<b>1 086,7</b>	<b>2 061,0</b>
- part des minoritaires		<b>1,1</b>	<b>1,0</b>	<b>1,1</b>
Résultat net par action part du groupe <i>(euros)</i>	7	1,95	1,76	3,36
Résultat net dilué par action part du groupe <i>(euros)</i>	7	1,94	1,76	3,35
Résultat net par action hors éléments non récurrents part du groupe <i>(euros)</i>	7	1,96	1,76	2,99
Résultat net dilué par action hors éléments non récurrents part du groupe <i>(euros)</i>	7	1,94	1,76	2,98

# » Bilans consolidés comparés

<i>(En millions d'euros)</i>	Notes	30 juin 2007	30 juin 2006	31 déc. 2006
<b>ACTIF</b>				
<b>Actifs non courants</b>		<b>18 289,6</b>	<b>19 735,0</b>	<b>19 155,4</b>
Écarts d'acquisition	8	4 492,1	4 508,2	4 053,9
Autres immobilisations incorporelles	8	1 928,4	1 163,1	1 792,8
Immobilisations corporelles	9	2 660,6	2 585,2	2 628,4
Actifs financiers non courants	10	8 757,7	11 078,6	10 168,5
Titres mis en équivalence		-	-	82,0
Impôts différés actifs		450,8	399,9	429,8
<b>Actifs courants</b>		<b>6 099,3</b>	<b>5 745,2</b>	<b>5 627,6</b>
Stocks		1 547,6	1 317,7	1 404,4
Créances clients		3 003,3	2 790,7	2 558,5
Autres actifs courants		867,0	904,3	851,8
Impôts sur les bénéfices		37,0	57,8	31,7
Trésorerie et équivalents de trésorerie	11	644,4	674,7	781,2
<b>TOTAL</b>		<b>24 388,9</b>	<b>25 480,2</b>	<b>24 783,0</b>

<i>(En millions d'euros)</i>	Notes	30 juin 2007	30 juin 2006	31 déc. 2006
<b>PASSIF</b>				
<b>Capitaux propres</b>	<b>12</b>	<b>13 195,0</b>	<b>14 777,8</b>	<b>14 624,2</b>
Capital		125,2	127,9	127,9
Primes		960,8	956,3	958,5
Autres réserves		9 347,1	8 948,9	8 974,4
Éléments constatés directement en capitaux propres		3 664,2	5 568,1	5 066,9
Réserve de conversion		- 116,1	- 16,5	- 70,3
Actions autodétenues		- 1 966,3	- 1 895,4	- 2 496,3
Résultat net part du groupe		1 177,6	1 086,7	2 061,0
<b>Capitaux propres - part du groupe</b>		<b>13 192,5</b>	<b>14 776,0</b>	<b>14 622,1</b>
Intérêts minoritaires		2,5	1,8	2,1
<b>Passifs non courants</b>		<b>3 970,7</b>	<b>3 646,9</b>	<b>3 396,9</b>
Provisions pour retraites et autres avantages		784,5	877,7	837,9
Provisions pour risques et charges	13	163,4	151,8	154,1
Impôts différés passifs		483,9	939,1	512,5
Emprunts et dettes financières non courants	14	2 538,9	1 678,3	1 892,4
<b>Passifs courants</b>		<b>7 223,2</b>	<b>7 055,5</b>	<b>6 761,9</b>
Dettes fournisseurs		2 512,5	2 173,8	2 485,0
Provisions pour risques et charges	13	251,7	266,2	272,0
Autres passifs courants		1 676,4	1 714,4	1 613,9
Impôts sur les bénéfices		215,6	227,2	173,0
Emprunts et dettes financières courants	14	2 567,0	2 673,9	2 218,0
<b>TOTAL</b>		<b>24 388,9</b>	<b>25 480,2</b>	<b>24 783,0</b>

# Tableaux de variation des capitaux propres consolidés

<i>(En millions d'euros)</i>	Nombre d'actions en circulation	Capital	Primes	Autres réserves et résultat	Éléments constatés directement en capitaux propres	Actions autodétenues	Réserves de conversion	Capitaux propres part du groupe	Intérêts minoritaires	Capitaux propres
<b>Situation au 31 décembre 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	0,0	4,6					4,6		4,6
Annulation d'actions autodétenues		- 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 de flux futurs</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>1 646,4</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 autodétenus	- 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 décembre 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	37 200	0,0	2,3					2,3		2,3
Annulation d'actions autodétenues		- 2,7		- 1 014,2		1 016,9		-		-
Dividendes versés (hors actions propres)				- 711,7				- 711,7	- 0,6	- 712,3
<i>Réserves de conversion</i>							- 45,8	- 45,8		- 45,8
<i>Actifs financiers disponibles à la vente</i>					- 1 387,7			- 1 387,7		- 1 387,7
<i>Couverture de flux futurs</i>					- 15,0			- 15,0		- 15,0
Variations reconnues directement en capitaux propres					- 1 402,7		- 45,8	- 1 448,5		- 1 448,5
Résultat consolidé de la période				1 177,6				1 177,6	1,1	1 178,7
<b>Total des produits et charges comptabilisés</b>				<b>1 177,6</b>	<b>- 1 402,7</b>		<b>- 45,8</b>	<b>- 270,9</b>	<b>1,1</b>	<b>- 269,8</b>
Rémunérations payées en actions				34,4				34,4		34,4
Variation nette des titres L'Oréal autodétenus	- 5 444 200			- 0,6		- 486,9		- 487,5		- 487,5
Autres variations				3,8				3,8	- 0,1	3,7
<b>Situation au 30 juin 2007</b>	<b>600 315 110</b>	<b>125,2</b>	<b>960,8</b>	<b>10 524,7</b>	<b>3 664,2</b>	<b>- 1 966,3</b>	<b>- 116,1</b>	<b>13 192,5</b>	<b>2,5</b>	<b>13 195,0</b>



## → Variation au premier semestre 2006

<i>(En millions d'euros)</i>	Nombre d'actions en circulation	Capital	Primes	Autres réserves et résultat	Éléments constatés directement en capitaux propres	Actions autodétenues	Réserves de conversion	Capitaux propres part du groupe	Intérêts minoritaires	Capitaux propres
<b>Situation au 31 décembre 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	38 000	0,0	2,4					2,4		2,4
Annulation d'actions autodétenues		- 3,8		- 1 255,6		1 259,4		-		-
Dividendes versés (hors actions propres)				- 616,1				- 616,1	- 0,5	- 616,6
<i>Réserves de conversion</i>							- 230,5	- 230,5	- 0,1	- 230,6
<i>Actifs financiers disponibles à la vente</i>					302,9			302,9		302,9
<i>Couverture de flux futurs</i>					68,0			68,0		68,0
Variations reconnues directement en capitaux propres					370,9		- 230,5	140,4	- 0,1	140,3
Résultat consolidé de la période				1 086,7				1 086,7	1,0	1 087,7
<b>Total des produits et charges comptabilisés</b>				<b>1 086,7</b>	<b>370,9</b>		<b>- 230,5</b>	<b>1 227,1</b>	<b>0,9</b>	<b>1 228,0</b>
Rémunérations payées en actions				23,0				23,0		23,0
Variation nette des titres L'Oréal autodétenus	- 6 967 900			- 0,9		- 516,6		- 517,5		- 517,5
Autres variations				1,4				1,4	- 0,1	1,3
<b>Situation au 30 juin 2006</b>	<b>613 043 710</b>	<b>127,9</b>	<b>956,3</b>	<b>10 035,6</b>	<b>5 568,1</b>	<b>- 1 895,4</b>	<b>- 16,5</b>	<b>14 776,0</b>	<b>1,8</b>	<b>14 777,8</b>

# Tableaux des flux de trésorerie consolidés comparés

(En millions d'euros)	1 <sup>er</sup> semestre 2007	1 <sup>er</sup> semestre 2006	2006
<b>Flux de trésorerie liés à l'activité</b>			
Résultat net part du groupe	1 177,6	1 086,7	2 061,0
Intérêts minoritaires	1,1	1,0	1,1
Élimination des charges et des produits sans incidence sur la trésorerie ou non liés à l'activité :			
amortissements et provisions	249,9	207,5	579,4
variation des impôts différés	- 2,4	24,7	- 273,3
charge de rémunération des plans de stock-options	34,4	23,0	49,4
plus ou moins-values de cessions	- 5,8	- 1,9	- 8,5
quote-part de résultat des sociétés mises en équivalence nette des dividendes reçus	0,5	-	1,2
<b>Marge brute d'autofinancement</b>	<b>1 455,3</b>	<b>1 341,0</b>	<b>2 410,3</b>
Variation du besoin en fonds de roulement lié à l'activité	- 453,3	- 418,0	65,6
<b>Flux de trésorerie généré par l'activité (A)</b>	<b>1 002,0</b>	<b>923,0</b>	<b>2 475,9</b>
<b>Flux de trésorerie liés aux opérations d'investissement</b>			
Acquisitions d'immobilisations corporelles et incorporelles	- 371,0	- 351,7	- 745,2
Cessions d'immobilisations corporelles et incorporelles	15,1	8,6	28,9
Variation des autres actifs financiers (y compris les titres non consolidés)	6,6	- 14,4	- 3,9
Incidence des variations de périmètre nette de la trésorerie acquise	- 474,1	- 852,7	- 1 065,7
<b>Flux net de trésorerie lié aux opérations d'investissement (B)</b>	<b>- 823,4</b>	<b>- 1 210,2</b>	<b>- 1 785,9</b>
<b>Flux de trésorerie liés aux opérations de financement</b>			
Dividendes versés	- 730,9	- 634,6	- 633,8
Augmentation de capital de la société mère	2,3	2,3	4,6
Valeur de cession (acquisition) des actions autodétenues	- 487,6	- 517,5	- 1 119,0
Émission (remboursement) d'emprunts à court terme	257,8	370,2	209,3
Émission d'emprunts long terme	651,9	1 350,0	1 563,5
Remboursement d'emprunts long terme	- 3,7	- 254,6	- 577,0
<b>Flux net de trésorerie lié aux opérations de financement (C)</b>	<b>- 310,2</b>	<b>315,8</b>	<b>- 552,4</b>
Incidence des variations de cours des devises et de juste valeur (D)	- 5,2	- 17,1	- 19,6
<b>Variation de trésorerie (A+B+C+D)</b>	<b>- 136,8</b>	<b>11,5</b>	<b>118,0</b>
<b>Trésorerie d'ouverture (E)</b>	<b>781,2</b>	<b>663,2</b>	<b>663,2</b>
<b>TRÉSorerie DE CLÔTURE (A+B+C+D+E)</b>	<b>644,4</b>	<b>674,7</b>	<b>781,2</b>

Les impôts payés s'élèvent à 381,5 millions d'euros, 366,8 millions d'euros et 725,6 millions d'euros respectivement pour les premiers semestres 2007 et 2006 et l'exercice 2006.

Les intérêts payés s'élèvent à 86,3 millions d'euros, 45,3 millions d'euros et 133,9 millions d'euros respectivement pour les premiers semestres 2007 et 2006 et l'exercice 2006.

Les dividendes reçus s'élèvent à 250,3 millions d'euros, 217,4 millions d'euros et 217,4 millions d'euros, respectivement pour les premiers semestres 2007 et 2006 et l'exercice 2006.

# Notes annexes aux comptes consolidés

## → Note 1 Principes comptables

Les comptes consolidés semestriels résumés de L'Oréal et de ses filiales (« le groupe ») sont établis en conformité avec la norme comptable internationale IAS 34. S'agissant de comptes résumés, ils n'incluent pas toute l'information requise par le référentiel IFRS pour l'établissement des états financiers annuels et doivent donc être lus en relation avec les états financiers consolidés du groupe établis conformément au référentiel IFRS tel qu'adopté dans l'Union européenne au 31 décembre 2006.

Les méthodes comptables appliquées sont identiques à celles appliquées dans les états financiers annuels au 31 décembre 2006, à l'exception de celles sur l'impôt sur les bénéfices.

La charge d'impôt (courante et différée) est calculée pour les comptes semestriels en appliquant au résultat comptable de la

période le taux d'impôt moyen annuel estimé pour l'année fiscale en cours pour chaque entité ou groupe fiscal.

Le groupe n'a pas anticipé de normes et interprétations dont l'application n'est pas obligatoire en 2007.

La norme IFRS 7 « Instruments financiers : information à fournir et présentation » ainsi que l'amendement de la norme IAS 1 relatif aux informations sur le capital feront l'objet d'une première application dans les comptes présentés au 31 décembre 2007.

L'interprétation IFRIC 10 « Information financière intermédiaire et dépréciation » est sans effet sur les comptes du groupe.

## → Note 2 Variation de périmètre

### 2.1 PREMIER SEMESTRE 2007

Mi-avril 2007, L'Oréal USA Inc. a acquis 100 % du capital de la Société Beauty Alliance, dans laquelle elle avait pris une participation minoritaire de 30 % en juillet 2006. Cette participation est consolidée par intégration globale à compter du 12 avril 2007, après avoir été mise en équivalence jusqu'à cette date.

Le chiffre d'affaires de Beauty Alliance s'est élevé à 372 millions de dollars en 2006. L'Oréal USA Inc. a réalisé un chiffre d'affaires de 124 millions de dollars en 2006 avec Beauty Alliance.

Début mai 2007, L'Oréal USA Inc. a acquis 100 % de la Société PureOlogy Research.

Basée en Californie, la société commercialise dans les salons de coiffure, des gammes de soins capillaires haute performance destinées aux coloristes et à la revente en salons.

Le chiffre d'affaires de PureOlogy s'est élevé à 57 millions de dollars sur les 12 derniers mois. La société est consolidée par intégration globale depuis le 8 mai 2007. L'affectation du coût d'acquisition entre les différents actifs et passifs identifiables de l'entreprise acquise n'étant pas finalisée au 30 juin 2007, l'écart entre le coût d'acquisition et la situation nette acquise figure en « Écarts d'acquisition » pour sa totalité.

Le coût des nouvelles acquisitions du semestre s'établit à environ 475 millions d'euros. Le montant total des écarts d'acquisition et des autres actifs incorporels résultant de ces acquisitions s'établit respectivement à 393,6 millions d'euros et 101,6 millions d'euros (note 8).

### 2.2 ANNÉE 2006

Fin février 2006, EpiSkin, filiale de L'Oréal, a acquis la Société SkinEthic, société inscrite au marché libre d'Euronext Paris. La société SkinEthic produit et commercialise des épidermes, peaux et épithéliums reconstruits permettant de réaliser des tests *in vitro* sur la sécurité et l'efficacité de nombreux produits (cosmétiques, pharmaceutiques, chimiques...). Le chiffre d'affaires de SkinEthic s'est élevé à 1,5 million d'euros en 2005.

Le 17 mars 2006, L'Oréal a annoncé une offre publique d'achat sur The Body Shop International PLC.

Cotée au London Stock Exchange, The Body Shop est une entreprise de renommée mondiale, bénéficiant d'un fort potentiel de croissance. Présente dans 54 pays avec 2 133 magasins en propre et en franchise, The Body Shop a enregistré au cours de l'exercice clos le 25 février 2006 un chiffre d'affaires développé (chiffre d'affaires total y compris celui réalisé par les magasins franchisés) de 772 millions de livres sterling. Sur la même période, le groupe The Body Shop a enregistré un chiffre d'affaires consolidé de 486 millions de livres sterling. The Body Shop est une marque de produits d'inspiration naturelle, dotée de valeurs fortes, et disposant d'une grande expertise dans la distribution de détail.

Au 9 juin 2006, L'Oréal a déclaré l'offre totalement inconditionnelle et avait acheté ou reçu à cette date des acceptations pour un total de 208 098 583 actions, représentant 95,5 % du capital émis de The Body Shop, constitué d'actions ordinaires. L'Oréal a décidé l'acquisition forcée des participations minoritaires. The Body Shop est consolidé par intégration globale à compter du 30 juin 2006 et constitue une branche d'activité distincte (voir Note 3).

Les principaux éléments du bilan d'acquisition de The Body Shop retenus se décomposent ainsi :

<i>(En millions d'euros)</i>	
Actifs non courants <sup>(1)</sup>	814,4
Actifs courants	268,3
Passifs non courants	- 228,2
Passifs courants	- 222,9
<b>TOTAL SITUATION NETTE ACQUISE</b>	<b>631,6</b>

(1) dont actifs incorporels (hors écart d'acquisition) résultant de l'acquisition pour 645,5 millions d'euros.

Fin juillet 2006, L'Oréal USA Inc. a acquis 30 % des parts de la Société de distribution Beauty Alliance, fournisseur de 115 000 salons de coiffure à travers les États-Unis. Cette participation a été consolidée par mise en équivalence à compter du 1<sup>er</sup> août 2006.

Fin octobre 2006 ; L'Oréal a acquis le laboratoire français Sanoflore, pionnier dans la conception, la fabrication et la commercialisation de produits cosmétiques naturels, certifiés « bio ».

La société Sanoflore fabrique et distribue en pharmacie et dans les magasins spécialisés des gammes de produits cosmétiques et d'aromathérapie. Sanoflore rassemble tous les métiers de la filière des plantes aromatiques et médicinales, depuis la culture avec des agriculteurs partenaires jusqu'au produit fini.

La société Sanoflore a réalisé un chiffre d'affaires d'environ 15 millions d'euros en 2006 dont 20 % à l'étranger.

Le coût des acquisitions 2006 s'établit à 1 150,4 millions d'euros. Le montant total des écarts d'acquisition et des autres actifs incorporels résultant de ces acquisitions s'établit à respectivement 482,7 millions d'euros et 704,4 millions d'euros dont 108,4 millions d'euros comptabilisés en *Titres des sociétés mises en équivalence*.

## → **Note 3** Information sectorielle

### **3.1 INFORMATIONS PAR SECTEUR D'ACTIVITÉ**

La branche **Cosmétique** est organisée en quatre secteurs, s'adressant chacun à des circuits de distribution spécifiques :

- Division **Produits Professionnels** : produits utilisés mais aussi vendus dans les salons de coiffure ;
- Division **Produits Grand Public** : produits commercialisés dans les circuits de grande distribution ;
- Division **Produits de Luxe** : produits commercialisés dans la distribution sélective, c'est-à-dire grands magasins, parfumeries, *travel retail* et boutiques en propre ;
- Division **Cosmétique Active** : soins dermocosmétiques vendus en pharmacie et dans les espaces spécialisés des parapharmacies.

En outre, les « Divers cosmétiques » comprennent principalement l'activité de vente à distance de produits cosmétiques.

Le « Non alloué » correspond aux frais des Directions Fonctionnelles, de Recherche Fondamentale et aux charges de stock-options non affectés aux Divisions cosmétiques. En outre, elle inclut les activités annexes aux métiers du groupe, telles que les activités d'assurance, de réassurance et bancaire.

La branche « **The Body Shop** » : The Body Shop offre une large gamme de produits cosmétiques et de toilette d'inspiration naturelle. D'origine britannique, la marque distribue ses produits et exprime ses valeurs à travers un large réseau de boutiques exclusives dans plus de 50 pays. Des circuits de distribution complémentaires tels que la vente à domicile et la vente par Internet renforcent la diffusion des produits The Body Shop. Le chiffre d'affaires et le résultat d'exploitation de The Body Shop sont caractérisés par une forte saisonnalité liée à un haut niveau d'activité durant les derniers mois de l'année.

La branche **Dermatologie** constituée par Galderma, joint-venture entre L'Oréal et Nestlé, répond aux besoins des dermatologues et de leurs patients.

Les données par branche et division sont établies en suivant les mêmes principes comptables que ceux utilisés pour l'établissement des états financiers consolidés.

La mesure de la performance de chaque branche ou de chaque division est basée sur le « résultat d'exploitation ».



## CHIFFRE D'AFFAIRES DES BRANCHES ET DES DIVISIONS

(En millions d'euros)	1 <sup>er</sup> semestre 2007	1 <sup>er</sup> semestre 2006	2006
Produits Professionnels	1 153,5	1 070,3	2 125,9
Produits Grand Public	4 277,0	4 077,0	7 903,5
Produits de Luxe	1 833,2	1 786,5	3 773,1
Cosmétique Active	716,3	653,2	1 127,9
Divers cosmétiques	34,4	46,4	81,1
<b>Branche Cosmétique</b>	<b>8 014,5</b>	<b>7 633,4</b>	<b>15 011,4</b>
<b>Branche « The Body Shop »<sup>(*)</sup></b>	<b>340,5</b>		<b>435,0</b>
<b>Branche Dermatologie</b>	<b>159,2</b>	<b>152,1</b>	<b>343,7</b>
<b>Groupe</b>	<b>8 514,3</b>	<b>7 785,5</b>	<b>15 790,1</b>

(\*) Les données 2006 pour The Body Shop ne concernent que le deuxième semestre 2006. Le chiffre d'affaires de l'exercice 2006 se serait élevé à 733,4 millions d'euros.

## RÉSULTAT D'EXPLOITATION DES BRANCHES ET DES DIVISIONS

(En millions d'euros)	1 <sup>er</sup> semestre 2007	1 <sup>er</sup> semestre 2006	2006
Produits Professionnels	245,6	224,0	443,0
Produits Grand Public	879,9	799,8	1 421,3
Produits de Luxe	350,3	327,3	775,9
Cosmétique Active	177,9	178,7	220,8
Divers cosmétiques	- 2,4	1,0	- 0,8
<b>Total des Divisions Cosmétique</b>	<b>1 651,4</b>	<b>1 530,8</b>	<b>2 860,2</b>
Non alloué	- 225,6	- 214,2	- 437,0
<b>Branche Cosmétique</b>	<b>1 425,8</b>	<b>1 316,6</b>	<b>2 423,2</b>
<b>Branche « The Body Shop »<sup>(*)</sup></b>	<b>1,4</b>		<b>58,3</b>
<b>Branche Dermatologie</b>	<b>13,7</b>	<b>16,8</b>	<b>59,4</b>
<b>Groupe</b>	<b>1 440,9</b>	<b>1 333,4</b>	<b>2 540,9</b>

(\*) Les données 2006 pour The Body Shop ne concernent que le deuxième semestre 2006.

## 3.2 INFORMATIONS PAR ZONE GÉOGRAPHIQUE - GROUPE

Toutes les informations sont présentées par zone d'implantation géographique des filiales.

## CHIFFRE D'AFFAIRES GROUPE

	1 <sup>er</sup> semestre 2007		Croissance (en %)		1 <sup>er</sup> semestre 2006		2006	
	(En millions d'euros)	Poids	À données publiées	À données comparables	(En millions d'euros)	Poids	(En millions d'euros)	Poids
Europe de l'Ouest	4 066,1	47,8 %	9,5 %	4,1 %	3 714,3	47,7 %	7 347,7	46,5 %
Amérique du Nord	2 104,9	24,7 %	2,9 %	3,7 %	2 045,4	26,3 %	4 288,0	27,2 %
Reste du monde	2 343,2	27,5 %	15,7 %	18,9 %	2 025,8	26,0 %	4 154,4	26,3 %
<b>Groupe</b>	<b>8 514,3</b>	<b>100,0 %</b>	<b>9,4 %</b>	<b>7,7 %</b>	<b>7 785,5</b>	<b>100,0 %</b>	<b>15 790,1</b>	<b>100,0 %</b>

## CHIFFRE D'AFFAIRES COSMÉTIQUE

	1 <sup>er</sup> semestre 2007		Croissance (en %)		1 <sup>er</sup> semestre 2006		2006	
	(En millions d'euros)	Poids	À données publiées	À données comparables	(En millions d'euros)	Poids	(En millions d'euros)	Poids
Europe de l'Ouest	3 800,2	47,4 %	3,5 %	3,7 %	3 670,7	48,1 %	6 992,3	46,6 %
Amérique du Nord	1 929,8	24,1 %	- 1,8 %	3,8 %	1 965,4	25,7 %	3 953,7	26,3 %
Reste du monde	2 284,5	28,5 %	14,4 %	19,0 %	1 997,3	26,2 %	4 065,4	27,1 %
<b>Cosmétique</b>	<b>8 014,5</b>	<b>100,0 %</b>	<b>5,0 %</b>	<b>7,7 %</b>	<b>7 633,4</b>	<b>100,0 %</b>	<b>15 011,4</b>	<b>100,0 %</b>

## → Note 4 Dotation aux amortissements

La dotation aux amortissements des immobilisations corporelles et incorporelles incluse dans les charges opérationnelles s'élève pour le premier semestre 2007 à 308,4 millions d'euros contre

268,8 millions d'euros et 589,5 millions d'euros respectivement pour le premier semestre 2006 et l'année 2006.

## → Note 5 Autres produits et charges

Ce poste se décline comme suit :

(En millions d'euros)	1 <sup>er</sup> semestre 2007	1 <sup>er</sup> semestre 2006	2006
Plus ou moins values de cession d'actifs corporels et incorporels	5,8	1,9	8,5
Dépréciation des actifs corporels et incorporels <sup>(1)</sup>	-	-	- 69,4
Coûts de restructuration <sup>(2)</sup>	- 12,1	- 0,7	0,1
<b>TOTAL</b>	<b>- 6,3</b>	<b>1,2</b>	<b>- 60,8</b>

(1) Ces dépréciations concernent les écarts d'acquisition de Softsheen Carson pour 53,7 millions d'euros ainsi que la marque Yue Sai pour 15,7 millions d'euros en 2006.

(2) Ces coûts de restructuration concernent l'arrêt de la distribution de Biotherm aux États-Unis désormais uniquement concentrée sur la promotion et la vente de ses produits sur Internet.

## → Note 6 Coût de l'endettement financier net

Ce poste se décompose comme suit :

(En millions d'euros)	1 <sup>er</sup> semestre 2007	1 <sup>er</sup> semestre 2006	2006
Coût de l'endettement financier brut	- 93,2	- 57,7	- 140,6
Produits de la trésorerie et équivalents de trésorerie	17,8	11,8	24,7
<b>COÛT DE L'ENDETTEMENT FINANCIER NET</b>	<b>- 75,4</b>	<b>- 45,9</b>	<b>- 115,9</b>

## → Note 7 Résultat net hors éléments non récurrents - Part du groupe - Résultat par action

### 7.1 RÉCONCILIATION AVEC LE RÉSULTAT NET

Le résultat net hors éléments non récurrents part du groupe se réconcilie comme suit avec le résultat net part du groupe :

<i>(En millions d'euros)</i>	1 <sup>er</sup> semestre 2007	1 <sup>er</sup> semestre 2006	2006
<b>Résultat net part du groupe</b>	1 177,6	1 086,7	2 061,0
Plus ou moins values de cessions d'actifs corporels et incorporels	- 5,8	- 1,9	- 8,5
Dépréciation des actifs corporels et incorporels	-		69,4
Coûts de restructuration	12,1	0,7	- 0,1
Effet impôt sur éléments non récurrents	- 2,8	0,4	- 2,8
Effet du changement de taux sur impôt différé passif Sanofi-Aventis	-	-	- 285,6
<b>RÉSULTAT NET HORS ÉLÉMENTS NON RÉCURRENTS - PART DU GROUPE</b>	<b>1 181,1</b>	<b>1 085,9</b>	<b>1 833,4</b>

### 7.2 RÉSULTAT NET PAR ACTION

Les tableaux ci-dessous détaillent le résultat net part du groupe par action :

	1 <sup>er</sup> semestre 2007		
	Résultat net - part du groupe <i>(en millions d'euros)</i>	Nombre d'actions	Résultat net - part du groupe - par action <i>(en euros)</i>
Résultat net - part du groupe - par action	1 177,6	603 311 432	1,95
Options d'achats et de souscriptions	-	4 384 083	
<b>Résultat net dilué - part du groupe - par action</b>	<b>1 177,6</b>	<b>607 695 515</b>	<b>1,94</b>

	1 <sup>er</sup> semestre 2006		
	Résultat net - part du groupe <i>(en millions d'euros)</i>	Nombre d'actions	Résultat net - part du groupe - par action <i>(en euros)</i>
Résultat net - part du groupe - par action	1 086,7	616 879 899	1,76
Options d'achats et de souscriptions		1 749 047	
<b>Résultat net dilué - part du groupe - par action</b>	<b>1 086,7</b>	<b>618 628 946</b>	<b>1,76</b>

	2006		
	Résultat net - part du groupe <i>(en millions d'euros)</i>	Nombre d'actions	Résultat net - part du groupe - par action <i>(en euros)</i>
Résultat net - part du groupe - par action	2 061,0	613 281 887	3,36
Options d'achats et de souscriptions		2 441 333	
<b>Résultat net dilué - part du groupe - par action</b>	<b>2 061,0</b>	<b>615 723 220</b>	<b>3,35</b>

### 7.3 RÉSULTAT NET HORS ÉLÉMENTS NON RÉCURRENTS PAR ACTION

Les tableaux ci-dessous détaillent le résultat net hors éléments non récurrents part du groupe par action :

	1 <sup>er</sup> semestre 2007		
	Résultat net - hors éléments non récurrents - part du groupe <i>(en millions d'euros)</i>	Nombre d'actions	Résultat net - hors éléments non récurrents - part du groupe - par action <i>(en euros)</i>
Résultat net - hors éléments non récurrents - par action	1 181,1	603 311 432	1,96
Options d'achats et de souscriptions	-	4 384 083	-
<b>Résultat net - hors éléments non récurrents - dilué par action</b>	<b>1 181,1</b>	<b>607 695 515</b>	<b>1,94</b>

	1 <sup>er</sup> semestre 2006		
	Résultat net - hors éléments non récurrents - part du groupe <i>(en millions d'euros)</i>	Nombre d'actions	Résultat net - hors éléments non récurrents - part du groupe - par action <i>(en euros)</i>
Résultat net - hors éléments non récurrents - par action	1 085,9	616 879 899	1,76
Options d'achats et de souscriptions		1 749 047	
<b>Résultat net - hors éléments non récurrents - dilué par action</b>	<b>1 085,9</b>	<b>618 628 946</b>	<b>1,76</b>

	2006		
	Résultat net - hors éléments non récurrents - part du groupe <i>(en millions d'euros)</i>	Nombre d'actions	Résultat net - hors éléments non récurrents - part du groupe - par action <i>(en euros)</i>
Résultat net - hors éléments non récurrents - par action	1 833,4	613 281 887	2,99
Options d'achats et de souscriptions		2 441 333	
<b>Résultat net - hors éléments non récurrents - dilué par action</b>	<b>1 833,4</b>	<b>615 723 220</b>	<b>2,98</b>

## → Note 8 Écarts d'acquisition et autres immobilisations incorporelles

L'augmentation du poste « Écarts d'acquisition » de 438,2 millions d'euros résulte pour l'essentiel des acquisitions du semestre pour 461,7 millions d'euros, dont 63,4 millions d'euros proviennent du reclassement de l'écart d'acquisition lié à l'acquisition des 30 % de Beauty Alliance comptabilisés en titres mis en équivalence à fin 2006, compensée par la variation négative des taux de change pour 25,8 millions d'euros. L'écart entre le coût d'acquisition et la situation nette acquise de PureOlogy est affecté provisoirement en totalité dans le poste « Écarts d'acquisition » pour 205,8 millions d'euros dans l'attente de l'allocation définitive entre les différents actifs et passifs identifiables.

L'allocation du prix d'acquisition de The Body Shop est devenue définitive au 30 juin 2007. À cette date l'écart d'acquisition de The Body Shop s'élève à 387,2 millions d'euros.

Aucune dépréciation d'écarts d'acquisition ou d'autres immobilisations incorporelles n'est intervenue sur le premier semestre 2007.

L'augmentation du poste « Autres immobilisations incorporelles » résulte essentiellement des acquisitions du semestre pour 39,8 millions d'euros, des entrées de périmètre pour 141,4 millions d'euros, dont 39,8 millions d'euros proviennent du reclassement des incorporels liés à l'acquisition des 30 % de Beauty Alliance comptabilisés en titres mis en équivalence à fin 2006, ainsi que de la variation négative des taux de change pour 19,2 millions d'euros.

## → Note 9 Immobilisations corporelles

Les investissements pour le premier semestre 2007 s'élèvent à 319,0 millions d'euros contre 316,6 millions d'euros et 687,3 millions d'euros respectivement pour le premier semestre 2006 et l'année 2006.

La dotation aux amortissements pour le premier semestre 2007 s'élève à 272,5 millions d'euros contre 239,0 millions d'euros et 524,8 millions d'euros respectivement pour le premier semestre 2006 et l'année 2006.

## → Note 10 Actifs financiers non courants

[En millions d'euros]	30 juin 2007		30 juin 2006		31 décembre 2006	
	Valeur au bilan	Coût d'acquisition	Valeur au bilan	Coût d'acquisition	Valeur au bilan	Coût d'acquisition
Titres de participation						
Sanofi-Aventis <sup>(1)</sup>	8 596,8	4 880,1	10 914,0	4 880,1	10 005,8	4 880,1
Titres non cotés <sup>(2)</sup>	4,2	6,2	4,3	6,4	4,2	6,4
Prêts et créances financiers non courants	156,8	166,2	160,3	169,1	158,5	167,5
<b>TOTAL</b>	<b>8 757,8</b>	<b>5 052,5</b>	<b>11 078,6</b>	<b>5 055,6</b>	<b>10 168,5</b>	<b>5 054,0</b>

(1) La valeur au bilan au 30 juin 2007, 30 juin 2006 et 31 décembre 2006 respectivement de 8 596,8 millions d'euros, 10 914,0 millions d'euros et 10 005,8 millions d'euros correspond à la valeur boursière des titres sur la base du cours de bourse au 30 juin 2007, 30 juin 2006 et 31 décembre 2006 respectivement de 60,10 euros, 76,30 euros et 69,95 euros.

(2) Leur juste valeur n'étant pas déterminable de façon fiable, ils sont enregistrés à leur coût d'acquisition, diminué des éventuelles dépréciations.

## → Note 11 Trésorerie et équivalents de trésorerie

[En millions d'euros]	30 juin 2007		30 juin 2006		31 décembre 2006	
	Valeur au bilan	Coût d'acquisition	Valeur au bilan	Coût d'acquisition	Valeur au bilan	Coût d'acquisition
Valeurs mobilières de placements	133,0	128,7	130,2	122,6	132,3	123,5
Comptes bancaires et autres disponibilités	511,4	511,4	544,5	544,5	648,9	648,9
<b>TOTAL</b>	<b>644,4</b>	<b>640,1</b>	<b>674,7</b>	<b>667,1</b>	<b>781,2</b>	<b>772,4</b>

Les valeurs mobilières de placement comprennent essentiellement des SICAV monétaires et des fonds communs de placement (rémunérés sur la base de l'EONIA) ainsi que des placements à court terme.

Les gains latents au 30 juin 2007 s'élèvent à 4,3 millions d'euros contre 7,6 millions d'euros au 30 juin 2006 et 8,8 millions d'euros au 31 décembre 2006 et sont enregistrés directement en capitaux propres.

## → Note 12 Capitaux propres

### 12.1 CAPITAL ET PRIMES

Le capital se compose de 626 162 860 actions de 0,20 euro au 30 juin 2007, contre 639 578 410 actions et de 639 616 410 actions respectivement au 30 juin 2006 et au 31 décembre 2006.

### 12.2 ACTIONS AUTODÉTENUES

Les actions correspondant au programme de rachat d'actions L'Oréal autorisé par l'Assemblée Générale des actionnaires sont portées en diminution des capitaux propres consolidés. Les résultats de cession nets d'impôts relatifs aux transactions sur ces actions sont également inscrits en capitaux propres.

Durant le premier semestre 2007, L'Oréal a acheté 7 114 100 actions pour 592,2 millions d'euros. Compte tenu des 13 260 000 actions annulées ainsi que des levées d'options portant sur 3 300 actions, 8 037 800 actions sont détenues au 30 juin 2007, dont 1 790 700 actions affectées au plan d'options d'achat du 30 novembre 2005.

Durant l'exercice 2006, L'Oréal a acheté 16 813 000 actions pour 1 241,8 millions d'euros. Compte tenu des 17 660 000 actions annulées en avril 2006 et des levées effectuées à hauteur de 6 000 actions, 14 187 000 actions sont détenues au 31 décembre 2006 pour 1 033,8 millions d'euros, dont 1 794 000 actions affectées au plan d'options d'achat du 30 novembre 2005.

Par ailleurs, les actions L'Oréal acquises dans le cadre de plans d'options d'achat d'actions au profit des salariés, désormais comptabilisés en diminution des capitaux propres consolidés,

s'élèvent à 17 809 950 actions au 30 juin 2007 pour un prix d'acquisition de 1 339,5 millions d'euros. Au 31 décembre 2006, il existait 19 707 300 actions pour un prix d'acquisition de 1 462,5 millions d'euros.

Au cours du premier semestre 2007, aucune action n'a été achetée à ce titre ni vendue et il a été procédé à des levées d'options portant sur 1 666 600 actions, ainsi qu'à des annulations à hauteur 230 750 actions.

Au cours de l'année 2006, aucune action n'a été achetée à ce titre ni vendue et il a été procédé à des levées d'options portant sur 2 479 500 actions ainsi qu'à des annulations pour 1 569 250 actions.

### 12.3 OPTIONS DE SOUSCRIPTION OU D'ACHAT D'ACTIONS

Aucun nouveau plan d'options d'actions n'a été décidé sur le premier semestre 2007.

Les conseils d'administration des 25 avril 2006, 1<sup>er</sup> décembre 2006, 29 juin 2005 et 30 novembre 2005 ont décidé de plans d'options de souscription d'actions de respectivement 2 000 000, 5 500 000, 400 000 et 4 200 000 d'actions avec un prix d'exercice de 72,60 euros, 78,06, 60,17 euros et 61,37 euros.

Le conseil d'administration du 30 novembre 2005 a également décidé d'un plan d'options d'achat d'actions de 1 800 000 actions, avec un prix d'exercice de 62,94 euros. Tous ces plans ont une période d'exercice de cinq ans.

## → Note 13 Provisions pour risques et charges

### 13.1 SOLDES EN DATE D'ARRÊTÉ

(En millions d'euros)	30 juin 2007	30 juin 2006	31 décembre 2006
<b>Autres provisions pour risques et charges non courantes</b>	<b>163,4</b>	<b>151,8</b>	<b>154,1</b>
Provisions pour restructuration	1,2	1,6	1,4
Autres provisions non courantes <sup>(1)</sup>	162,2	150,2	152,7
<b>Provisions pour risques et charges courantes</b>	<b>251,7</b>	<b>266,2</b>	<b>272,0</b>
Provisions pour restructuration	14,6	27,5	18,9
Autres provisions courantes <sup>(1)</sup>	237,1	238,7	253,1
<b>TOTAL</b>	<b>415,1</b>	<b>418,0</b>	<b>426,1</b>

(1) Cette rubrique comprend notamment des provisions destinées à faire face à des risques et litiges de nature fiscale, des risques industriels et commerciaux liés à l'exploitation (ruptures de contrats, reprises de produits) et des coûts liés au personnel.



### 13.2 VARIATIONS DE LA PÉRIODE DES PROVISIONS POUR RESTRUCTURATIONS ET AUTRES PROVISIONS POUR RISQUES ET CHARGES

(En millions d'euros)	30 juin 2006	31 décembre 2006	Dotation <sup>(1)</sup>	Reprises (utilisées) <sup>(1)</sup>	Reprises (non utilisées) <sup>(1)</sup>	Incidence périmètre/Taux de change/ Autres	30 juin 2007
Autres provisions pour risques et charges	388,9	405,8	97,1	- 88,1	- 11,9	- 3,6	399,3
Provisions pour restructurations	29,1	20,3	1,9	- 5,8	- 0,1	- 0,5	15,8
<b>TOTAL</b>	<b>418,0</b>	<b>426,1</b>	<b>99,0</b>	<b>- 93,9</b>	<b>- 12,0</b>	<b>- 4,1</b>	<b>415,1</b>

(1) Ces chiffres se répartissent comme suit :

	Dotations	Reprises (utilisées)	Reprises (non utilisées)
- Autres produits et charges	1,9	- 5,8	- 0,1
- Résultat d'exploitation	85,2	- 88,1	- 11,1
- Impôts sur les résultats	11,9	-	- 0,8

## → Note 14 Emprunts et dettes financières

Le groupe se finance à moyen terme par des emprunts bancaires et à court terme, par l'émission de billets de trésorerie en France et de papier commercial aux États-Unis.

### 14.1 ANALYSE DE LA DETTE PAR NATURE

(En millions d'euros)	30 juin 2007		30 juin 2006		31 décembre 2006	
	Non courants	Courants	Non courants	Courants	Non courants	Courants
Billets de trésorerie	-	2 264,1	-	2 000,8	-	2 000,0
Emprunts bancaires MLT	2 435,7	2,5	1 581,8	292,8	1 787,3	2,8
Prêt à durée indéterminée	-	-	-	14,1	-	7,1
Dettes financières de location-financement	74,3	10,3	71,7	10,8	77,2	10,3
Concours bancaires	-	125,1	-	125,0	-	73,6
Autres emprunts et dettes financières	28,9	164,9	24,8	230,4	27,9	124,2
<b>TOTAL</b>	<b>2 538,9</b>	<b>2,567,0</b>	<b>1 678,3</b>	<b>2 673,9</b>	<b>1 892,4</b>	<b>2 218,0</b>

### 14.2 ANALYSE DE LA DETTE PAR MATURITÉ

(En millions d'euros)	30 juin 2007	30 juin 2006	31 décembre 2006
Inférieure à 1 an	2 567,0	2 673,9	2 218,0
De 1 à 5 ans	2 486,5	1 639,0	1 837,3
Supérieure à 5 ans	52,4	39,3	55,1
<b>TOTAL</b>	<b>5 105,9</b>	<b>4 352,2</b>	<b>4 110,4</b>

### 14.3 ANALYSE DE LA DETTE PAR DEVISE (APRÈS PRISE EN COMPTE DES INSTRUMENTS DE COUVERTURE DE CHANGE)

(En millions d'euros)	30 juin 2007	30 juin 2006	31 décembre 2006
Euro (EUR)	3 866,5	2 984,1	3 116,9
US dollar (USD)	779,3	939,4	731,6
Dollar Canadien (CAD)	91,9	85,0	49,8
Yen (JPY)	51,5	55,4	42,9
Yuan (CNY)	40,6	66,4	55,7
Autres	276,2	221,9	113,5
<b>TOTAL</b>	<b>5 105,9</b>	<b>4 352,2</b>	<b>4 110,4</b>

### 14.4 RÉPARTITION DE LA DETTE TAUX FIXE – TAUX VARIABLE (APRÈS PRISE EN COMPTE DES INSTRUMENTS DE COUVERTURE DE TAUX)

(En millions d'euros)	30 juin 2007	30 juin 2006	31 décembre 2006
Taux variable	5 008,5	4 059,5	3 824,3
Taux fixe	97,4	292,7	286,1
<b>TOTAL</b>	<b>5 105,9</b>	<b>4 352,2</b>	<b>4 110,4</b>

### 14.5 TAUX D'INTÉRÊT EFFECTIF

Les taux d'intérêt effectif de la dette, après prise en compte des instruments de couverture, s'élevaient respectivement à 4,48 % et 3,82 % sur les premiers semestres 2007 et 2006 et 4,05 % en 2006 pour les billets de trésorerie, et respectivement à 4,17 % et 2,98 % sur les premiers semestres 2007 et 2006 et 3,69 % en 2006 pour les emprunts bancaires.

### 14.6 TAUX MOYEN DE LA DETTE

Les taux moyens de la dette, après prise en compte des instruments de couverture, s'élevaient respectivement à 3,88 % et 2,67 % sur les premiers semestres 2007 et 2006 et 3,07 % en 2006 pour l'euro et respectivement à 4,90 % et 4,54 % sur les premiers semestres 2007 et 2006 et 4,76 % en 2006 pour l'US dollar.

### 14.7 JUSTE VALEUR DES EMPRUNTS ET DETTES FINANCIÈRES

La juste valeur des dettes à taux fixe est déterminée pour chaque emprunt par actualisation des cash-flows futurs, en retenant les courbes de taux d'intérêt obligataire à la clôture de l'exercice et avec prise en compte du *spread* correspondant à la classe de risque du groupe.

La valeur nette comptable des concours bancaires courants et autres emprunts à taux variable constitue une approximation raisonnable de leur juste valeur.

Au 30 juin 2007, la juste valeur des dettes s'élève à 5 109,1 millions d'euros, contre 4 355,9 millions d'euros, et 4 113,2 millions d'euros respectivement au 30 juin 2006 et 31 décembre 2006.

## → Note 15 Instruments financiers et exposition aux risques de marché

Afin de gérer son exposition aux risques de change et de taux d'intérêt qui découle de ses opérations courantes, le groupe utilise des instruments dérivés négociés avec des contreparties de premier plan.

Conformément aux règles du groupe, ces instruments dérivés de change et de taux d'intérêt sont mis en place exclusivement à des fins de couverture.



### 15.1 RISQUE DE CHANGE

Le groupe est exposé au risque de change sur des transactions commerciales comptabilisées au bilan et sur des transactions futures ayant un caractère hautement probable.

Sur la base des informations fournies par les filiales, les opérations d'exploitation prévisionnelles font l'objet de couvertures de change, soit par options, soit par achats ou ventes à terme de devises.

Au 30 juin 2007, la variation de la valeur intrinsèque des instruments de couverture affectés aux opérations futures et différées en capitaux propres s'élève à 12,9 millions d'euros, millions d'euros, contre + 34,3 millions d'euros et + 33,3 millions d'euros respectivement au 30 juin 2006 et au 31 décembre 2006.

### 15.2 RISQUE DE TAUX

À l'instar du change, la politique du groupe est de ne pas prendre de position spéculative.

Ainsi, le groupe a vocation à se refinancer principalement à taux variable.

De plus, les instruments financiers dérivés qui sont négociés dans le cadre de cette gestion, le sont à des fins de couverture.

Au 30 juin 2007, la valeur de marché des instruments financiers de couverture de taux différée en capitaux propres est de - 0,2 million d'euros contre 2,0 millions d'euros et 0,4 million d'euros respectivement au 30 juin 2006 et au 31 décembre 2006.

### 15.3 RISQUE SUR ACTIONS

Il n'existe pas de trésorerie investie en actions.

La trésorerie disponible est placée, auprès d'organismes financiers de réputation incontestable, sous forme d'instruments qui sont non spéculatifs et susceptibles d'être mobilisés dans des délais très courts.

Au 30 juin 2007, le groupe détient 143 041 202 actions Sanofi-Aventis pour une valeur de 8 596,8 millions d'euros (note 10).

Pour ces actions, la variation du cours de Bourse de l'action de plus ou moins 10 % par rapport au cours de 60,10 euros du 30 juin 2007 aurait un impact sur les capitaux propres consolidés du groupe de plus ou moins 859,7 millions d'euros avant impôt.

## → Note 16 Événements postérieurs à la clôture

Mi-juillet 2007, L'Oréal USA a acquis 100 % du capital de la Société Maly's West.

Maly's West est le 3<sup>e</sup> distributeur de produits professionnels aux États-Unis. Implantée dans les états de l'Ouest des États-Unis, la Société fournit 30 000 salons de coiffure à travers un réseau

de 340 représentants et plus de 100 points de vente réservés aux professionnels.

Maly's West, qui a réalisé un chiffre d'affaires de 187 millions de dollars en 2006, est consolidée à compter du 1<sup>er</sup> août 2007.

Il y a lieu de rappeler que les résultats semestriels de L'Oréal ne sont pas représentatifs de l'ensemble de l'exercice annuel.

## → 1 Le groupe consolidé

Le **chiffre d'affaires** du groupe au 30 juin 2007 a atteint 8,51 milliards d'euros, en croissance de +9,4 % à données publiées. À données comparables, c'est-à-dire à structure et taux de change identiques, l'augmentation du chiffre d'affaires du groupe ressort à +7,7 %. L'effet net de changement de structure, du fait des acquisitions de The Body Shop et Sanoflore en 2006 et de Beauty Alliance et PureOlogy en 2007 est de +5,2 %. Les effets monétaires ont eu un impact négatif de -3,5 %. La croissance hors effets de change ressort à +12,9 %. Sur la base des cours de change au 30 juin 2007, l'impact négatif des effets monétaires s'établirait à -2,6 % sur l'ensemble de l'année 2007.

The Body Shop, consolidée depuis le 1<sup>er</sup> juillet 2006, présente un profil d'exploitation sensiblement différent de celui du groupe L'Oréal. Pour cette raison, les commentaires ci-dessous retracent le compte d'exploitation de L'Oréal avec et sans The Body Shop, afin d'améliorer la lisibilité et la comparabilité des performances.

### 1.1 COMPTE DE RÉSULTAT CONSOLIDÉ HORS THE BODY SHOP

La **marge brute** s'élève à 5 852 millions d'euros, à 71,6 % du chiffre d'affaires.

Deux facteurs impactent l'évolution de la marge brute au premier semestre 2007 : d'une part, les profits en stocks résultant des acquisitions américaines dans la Division des Produits Professionnels pour un montant non récurrent de 13,4 millions d'euros, d'autre part, les pertes et gains de change constatés dans le compte de résultat dont on estime qu'environ les trois quarts sont imputables dans la marge brute. Retraitée de ces deux facteurs, la progression de la marge brute entre le premier semestre 2006 et le premier semestre 2007 serait de +70 points de base, traduisant ainsi les efforts permanents de valorisation des produits, de productivité des usines et de maîtrise des coûts d'achat.

Les **frais de Recherche et Développement**, en croissance de +6,7 %, représentent 3,3 % des ventes.

Les **frais publi-promotionnels**, ressortent à 2 523 millions d'euros. En progression de +6,9 %, ils représentent, au premier semestre 2007, 30,9 % du chiffre d'affaires.

Les **frais commerciaux et administratifs** s'élèvent à 1 625 millions d'euros et représentent 19,9 % du chiffre d'affaires à comparer à 20,2 % au premier semestre 2006.

Après un gain de changes de 7,6 millions d'euros, le **résultat d'exploitation** s'établit à 1 439,5 millions d'euros. Il ressort à 17,6 % du chiffre d'affaires, en nette amélioration par rapport au premier semestre 2006 où il représentait 17,1 % des ventes.

### 1.2 COMPTE DE RÉSULTAT CONSOLIDÉ AVEC THE BODY SHOP

Les résultats de The Body Shop sont chaque année presque intégralement réalisés au second semestre. Au premier semestre 2007, The Body Shop a réalisé un résultat d'exploitation de 1,4 million d'euros. Il s'était élevé à 58,3 millions d'euros au cours du second semestre 2006.

Au total, l'exploitation du groupe incluant The Body Shop peut se résumer ainsi :

Le **chiffre d'affaires** atteint 8 514 millions d'euros, en progression de +9,4 %.

La **marge brute** s'élève à 6 086 millions d'euros.

Après pertes et gains de change, le **résultat d'exploitation** s'établit à 1 441 millions d'euros soit 16,9 % du chiffre d'affaires. Il progresse de +8,1 % par rapport à 2006, dont la croissance était très élevée : +19,6 %.

Le **coût de l'endettement financier net** s'élève à 75 millions d'euros, en augmentation du fait de la hausse des taux d'intérêts, notamment aux États-Unis et en Europe, des acquisitions de The Body Shop, Sanoflore, Beauty Alliance et PureOlogy, ainsi que de la poursuite du plan de rachat d'actions.

Le **dividende** reçu de Sanofi-Aventis au titre de l'exercice 2006 s'élève à 250 millions d'euros, en croissance de +15 %.

Le **résultat avant impôts hors éléments non récurrents** s'élève à 1 613 millions d'euros, en croissance de +7,3 %. L'impôt sur les résultats hors éléments non récurrents se monte à 431 millions d'euros.

Le **résultat net part du groupe** s'élève à 1 178 millions d'euros en croissance de +8,4 % par rapport au premier semestre 2006.

Le **résultat net hors éléments non récurrents** s'établit à 1 181 millions d'euros, en croissance de +8,8 %. En intégrant l'effet positif des rachats d'actions, le BNPA s'élève à 1,94 euro, en progression de +10,7 %, à comparer à un BNPA de 1,76 euro au premier semestre 2006, qui était lui-même en forte croissance, de +25,2 %.

### 1.3 TRÉSORERIE/BILAN

La **marge brute d'auto-financement** s'élève à 1 455 millions d'euros, en croissance de + 8,5 %. Son évolution est homogène avec celle du résultat.

La **dette nette** ressort à 4,46 milliards d'euros au 30 juin 2007.

La structure du bilan est solide. Les **capitaux propres** représentent 54 % du total des actifs. Leur diminution par rapport au 31 décembre 2006 résulte, pour l'essentiel, de l'effet combiné du paiement du dividende, des rachats d'actions, de la baisse de la valorisation boursière de Sanofi-Aventis, et, en contrepartie, de la prise en compte du résultat de la période.

## → 2 Information sectorielle

### 2.1 PAR BRANCHE

#### 2.1.1 Cosmétique

La Division des **Produits Professionnels** a enregistré une croissance de + 7,1 % à données comparables. Toutes les zones et toutes les marques ont contribué à la croissance, notamment les pays émergents.

- *L'Oréal Professionnel* a continué à déployer avec succès dans l'ensemble de l'Europe la coloration *Color Suprême*, destinée aux femmes ayant plus de 80 % de cheveux blancs. Pour ces consommatrices, la marque a lancé la gamme de soins anti-âge *Age Densiforce*.
- *Kérastase* a poursuivi sa croissance très rapide dans toutes les régions du monde avec le succès de la gamme *Age Recharge* et le lancement d'*Oléo Curl*.
- *Redken* a réussi le relancement de sa coloration *Colour Fusion* ainsi que de la gamme *Fresh Curls* et internationalisé les coiffants « *Urban Experiment* ».
- *Matrix* a lancé avec succès le soin *Shade Memory* pour cheveux colorés et internationalisé les coiffants *Vavoom Gold Heat*.

La Division des **Produits Grand Public** a réalisé une croissance de + 8,1 % à données comparables, confirmant le bon rythme du début d'année.

L'Europe de l'Ouest poursuit son accélération et le Reste du Monde, tiré par les pays du BRIMC, réalise une très belle performance.

Les trois grandes marques de la Division recueillent les fruits d'une politique d'innovation et de concentration sur les grands piliers.

- *L'Oréal Paris* progresse sur ses métiers traditionnels des produits capillaires avec, en particulier, la réussite de la coloration *Casting Crème Gloss* qui ne se dément pas. Grâce à *True Match*, *Accord Parfait Mineral* et *Color Riche Star Secret*, les gammes de maquillage sont en croissance à deux chiffres. Il faut aussi souligner les percées en soin de la peau de *Remodeleur Collagène* et *Age Re-perfect pro Calcium* pour les peaux matures en Europe, celle des produits *whitening* en Asie, de *Sublim'Bronze* et *Solar Expertise* en solaire. Enfin, la croissance très rapide des soins de

la peau *Men Expert* confirme le très grand potentiel additionnel du marché des hommes.

- *Garnier* est en forte progression sur ses deux piliers que sont les soins du cheveu *Fructis* et la coloration *Nutrisse* et connaît une réussite spectaculaire en soin de la peau avec *Ultra Lift* et *Nutritionist* ainsi qu'en soin solaire avec *Ambre Solaire*. La stratégie de déploiement de Garnier « Prends soin de toi » sur les quatre catégories des soins du cheveu, de la coloration, des soins de la peau et des solaires, rencontre un grand succès dans toutes les zones.
- *Maybelline New York* connaît une très bonne progression, en particulier en Europe de l'Ouest avec le succès du rouge à lèvres *Superstay*, et dans le monde entier avec les fonds de teint *Dream Matte Mousse* et *White Stay*. Lancé avec succès aux États-Unis, le nouveau mascara *Define A Lash* confirme son excellent démarrage.

Le chiffre d'affaires semestriel de la Division des **Produits de Luxe** est en progression de + 6,8 % à données comparables.

Le Reste du Monde réalise des progressions très soutenues depuis le début de l'année. La situation en Amérique du Nord s'améliore sensiblement au deuxième trimestre.

- Dans les soins de la peau, il faut souligner les réussites internationales comme *Hydrazen Neurocalm*, *Absolue Premium Bx* de *Lancôme*, *Multi-recharge* de *Biotherm*, *Dermatologist Solutions* de *Kiehl's*. Le soin masculin se développe particulièrement sur ce premier semestre avec *Biotherm Homme* et sa nouvelle ligne *Power Bronze*, mais aussi avec l'arrivée de la gamme *Lancôme Men*.
- En maquillage, il faut citer la confirmation du succès international des rouges à lèvres et gloss *Color Fever* et du teint *Color Ideal* de *Lancôme*, mais aussi de *Rouge Unlimited* de *Shu Uemura*, ou encore *Fluid Master* de *Giorgio Armani Cosmetics*.
- L'activité parfums est toujours très porteuse pour la Division. La réussite des derniers lancements se confirme : côté hommes avec *Attitude* de *Giorgio Armani*, *Hypnôse Homme* de *Lancôme*, *Antidote* de *Viktor & Rolf*, et sur les parfums féminins avec *Liberté* de *Cacharel* ou *Armani Code Donna*. Par ailleurs, la Division prépare activement le lancement majeur des parfums *Diesel* sur le deuxième semestre 2007.

La croissance de **Cosmétique Active** se poursuit avec une progression soutenue de + 10,1 % du chiffre d'affaires à données comparables, à laquelle l'ensemble des zones géographiques ont contribué. Les ventes ont été dynamisées par le Reste du monde et l'Amérique du Nord.

Toutes les marques réalisent une bonne progression, grâce à la 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 forte croissance de ses ventes grâce au lancement d'*Innéov Cellulite*.

Le chiffre d'affaires de **The Body Shop** a augmenté de + 7,0 % à données comparables.

Les ventes de détail<sup>(1)</sup> ont augmenté de + 8,4 %. À parc de magasins identique<sup>(2)</sup>, ces ventes se sont accrues de + 4 %. L'activité a été particulièrement soutenue en Russie, aux Pays-Bas, dans les Émirats Arabes Unis, au Japon, tandis qu'elle a été plus contrastée en Amérique du Nord. Les lancements récents et réussis des gammes de soins du corps *Body Focus* et de soins du visage pour peaux matures *Wise Woman* ont contribué à la dynamique de croissance. 56 magasins ont été ouverts au cours du premier semestre portant leur nombre à 2 321 dans 57 pays. Un premier magasin a été inauguré en Pologne dans le plus grand centre commercial de Varsovie. Un stand de 20 m<sup>2</sup> vient d'être ouvert aux Galeries Lafayette à Paris.

### 2.1.2 Dermatologie (part revenant au groupe, soit 50 %)

Le chiffre d'affaires de la branche dermatologie est en augmentation de + 10,0 % à données comparables. La croissance des ventes de *Galderma* est soutenue notamment par le succès du traitement contre le psoriasis *Clobex*<sup>®</sup> et par les premières livraisons aux États-Unis de *Differin*<sup>®</sup> gel 0,3 %, produit de traitement local de l'acné, récemment approuvé par la FDA (Food and Drug Administration).

## 2.2 RÉSULTAT D'EXPLOITATION PAR BRANCHE ET PAR DIVISION

Les Divisions cosmétiques ont vu leur rentabilité s'améliorer, passant de 20,1 % du chiffre d'affaires au premier semestre 2006, à 20,6 % sur la même période 2007. La branche dermatologique, *Galderma*, a vu sa rentabilité diminuer au premier semestre 2007 en raison d'investissements soutenus en recherche. Cette rentabilité devrait augmenter sensiblement au cours du second semestre 2007.

(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 1<sup>er</sup> janvier et le 30 juin 2006 et la même période de 2007.

(En millions d'euros)	Au 30 juin 2006	Au 30 juin 2007
<b>Par divisions opérationnelles</b>		
Produits Professionnels	224,0	245,6
Produits Grand Public	799,8	879,9
Produits de Luxe	327,3	350,3
Cosmétique Active	178,7	177,9
<b>Total divisions cosmétiques</b>	<b>1 530,8</b>	<b>1 651,4</b>
Non alloué <sup>(1)</sup>	- 214,2	- 225,6
<b>TOTAL BRANCHE COSMÉTIQUE</b>	<b>1 316,6</b>	<b>1 425,8</b>
<b>The Body Shop</b>	-	<b>1,4</b>
<b>Branche dermatologique<sup>(2)</sup></b>	<b>16,8</b>	<b>13,7</b>
<b>GROUPE</b>	<b>1 333,4</b>	<b>1 440,9</b>

(1) Frais centraux groupe, recherche fondamentale, stock-options et divers.

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

## 2.3 PAR ZONE GÉOGRAPHIQUE

### 2.3.1 Europe de l'Ouest

Avec une progression de + 3,7 % à données comparables, la croissance est solide en **Europe de l'Ouest** où les ventes sont très soutenues au **Royaume-Uni**, en **Espagne** et en **Scandinavie**. La situation est toujours contrastée en **France** et en **Allemagne**.

La Division des *Produits Professionnels* a enregistré de bonnes performances dans l'ensemble des pays, notamment en Allemagne, en Espagne, au Royaume-Uni et dans les pays scandinaves. *Matrix* est en forte croissance.

La croissance de la Division des *Produits Grand Public* accélère au deuxième trimestre et la Division gagne des parts de marché. Elle maintient ses positions, déjà très fortes, en capillaire dans un marché où la catégorie coloration repasse en positif. La progression est très forte en maquillage et en soin de la peau pour toutes les marques. Enfin, 30 mois après son lancement, le succès des *soins Men Expert* dépasse toutes les attentes.

Après un premier trimestre très fort en raison du poids des lancements, la Division des *Produits de Luxe* connaît un deuxième trimestre plus modéré et impacté par la réduction des stocks chez d'importants distributeurs, notamment en Allemagne. Pour l'ensemble du semestre, la croissance est en ligne avec le plan de marche. Elle est bonne en Espagne, en Italie et en Royaume-Uni, grâce au succès des lignes homme de *Lancôme* tant en soin de la peau qu'en parfum et une très belle activité des gammes de parfums *Giorgio Armani*, *Cacharel* et *Viktor & Rolf*.

Pour la Division *Cosmétique Active*, le semestre est marqué par le développement rapide de *La Roche Posay* et l'accélération d'*Innéov* qui devient numéro 1 du marché nutricosmétique en Europe.



### 2.3.2 Amérique du Nord

En **Amérique du Nord**, la progression du chiffre d'affaires a été de + 3,8 % à données comparables.

La Division des *Produits Professionnels* a poursuivi ses gains de parts de marché, en particulier en coloration capillaire avec la réussite des gammes *Color Fusion* de *Redken*, *SoColor* de *Matrix* et *Majirel* de *L'Oréal Professionnel*. La Division poursuit avec succès le réaménagement de sa distribution et l'intégration de ses récentes acquisitions : *Beauty Alliance*, distributeur de produits professionnels aux salons et *PureOlogy*, ligne premium de soins capillaires pour les cheveux colorés.

Dans un contexte de croissance du marché de la grande distribution légèrement ralenti au deuxième trimestre et de gestion très rigoureuse des stocks par les distributeurs, les marques de la Division des *Produits Grand Public* maintiennent un très bon niveau de croissance des écoulements. Elles gagnent des parts de marché en particulier en maquillage (fond de teint *Bare Natural* de *L'Oréal Paris* et du mascara *Define-A-Lash* de *Maybelline*) ainsi qu'en soin de la peau grâce au lancement de *Nutritioniste* de *Garnier*.

Le marché des *Produits de Luxe* est reparti en croissance comme les écoulements de la Division, qui confirme la bonne performance de *Lancôme* en soin de la peau, grâce aux succès de *Absolue Bx* et de *Collaser Yeux*, et en maquillage avec le nouveau fond de teint *Color Ideal*. En parfums, la Division a renforcé sa position de leader du marché des masculins avec les lancements de *Attitude* de *Giorgio Armani* et de *Hypnôse pour Homme* ainsi que la bonne performance de *Polo Double Black* de *Ralph Lauren*.

La Division *Cosmétique Active* poursuit le déploiement de la marque *Vichy* dans la région nord-est des États-Unis et en Californie et confirme la forte croissance de *SkinCeuticals*.

### 2.3.3 Dans le Reste du monde

Dans le **Reste du monde**, l'accélération des nouveaux marchés qu'a connue le groupe au cours du premier trimestre 2007 se poursuit avec une croissance de + 19,0 %.

La croissance de la **Zone Asie** est en accélération au deuxième trimestre pour atteindre + 13,8 % à données comparables sur le semestre.

- La croissance du groupe au Japon est légèrement positive à six mois grâce au succès de *Kérastase* aux *Produits Professionnels*, *L'Oréal Paris* pour les *Produits Grand Public* et aux soins de la peau anti-âge *Lancôme* et *Helena Rubinstein* à la Division des *Produits de Luxe*.
- L'Asie hors Japon accélère sensiblement sa performance pour atteindre + 17,5 % au semestre, grâce notamment à une croissance très dynamique en Chine mais aussi une forte activité en Thaïlande et en Indonésie.
- En Chine, *L'Oréal Paris* continue sa remarquable percée en soin de la peau renforcée par les excellents résultats de la ligne *Men Expert*. Aux *Produits de Luxe*, *Yue Sai* portée par sa nouvelle image et de nouveaux produits comme *Vital Essential*, réalise un très

bon début d'année. À la Division des *Produits Professionnels*, la marque *Matrix* est désormais présente dans plus de 7 000 salons. Le déploiement des marques *Vichy* et *La Roche-Posay* se poursuit à travers le pays.

- Installée avec succès en Thaïlande, à Singapour, Taiwan, puis en Chine, la gamme de soin de la peau *Garnier* continue son déploiement géographique en Malaisie et en Indonésie.

Les ventes de la **Zone Amérique latine** sont en forte progression à + 16,1 % à données comparables.

- Le groupe enregistre des croissances spectaculaires au Venezuela, en Colombie et en Argentine où *Matrix* vient d'être lancée. Au Mexique, dans un marché moins porteur, les marques du groupe parviennent à gagner des parts de marché dans les Divisions *Produits de Luxe* et *Cosmétique Active*.
- La dynamique se poursuit au Brésil soutenue par la Division *Produits Professionnels* grâce à la croissance toujours très rapide de *Matrix* et aux succès enregistrés par *L'Oréal Professionnel* avec les nouveaux rituels proposés aux coiffeurs et la confirmation du succès de *Richesse*. Aux *Produits Grand Public*, la croissance est tirée par le succès d'*Elsève Volume Control* et la rénovation de la gamme de vernis à ongle *Colorama* de *Maybelline*. Aux *Produits de Luxe*, les marques *Armani* et *Biotherm* continuent leur développement très rapide. Chez *Cosmétique Active*, *La Roche Posay* contribue fortement à la croissance.

La zone **Europe de l'Est** affiche une progression de + 30,0 %. Cette forte croissance est soutenue par le développement rapide de toutes les divisions en particulier en Russie et par l'essor très rapide de l'Ukraine, où une filiale a été créée en 2005.

- La Division *Produits Professionnels* réalise un excellent premier semestre dans tous les pays. La croissance est tirée notamment par *Matrix* qui poursuit sa conquête des salons les plus accessibles.
- La croissance des *Produits Grand Public* est portée par la Russie, la Roumanie, la République Tchèque et l'Ukraine. À noter le score particulièrement dynamique du soin du visage chez *Garnier* comme chez *L'Oréal Paris*, le démarrage très prometteur du soin du corps *Garnier* ainsi que la vigueur des gammes de maquillage *L'Oréal* et *Maybelline*.
- Dans un contexte de marchés dynamiques, la Division des *Produits de Luxe* gagnent des parts de marché dans tous les pays. En Russie, la rénovation de plusieurs points de vente et les lancements très remarquables de *Giorgio Armani Cosmetics* et de *Kiehl's* permettent à la Division de renforcer considérablement ses positions.
- *Cosmétique Active* continue à enregistrer une croissance forte et renforce encore son leadership, grâce au grand dynamisme des marques *La Roche-Posay* en Russie et en Pologne et aux très bons scores d'*Inneov* dans les pays où elle est commercialisée.

Dans les **autres pays**, le chiffre d'affaires progresse de + 19,4 % à données comparables. *L'Oréal* continue de progresser à un rythme très soutenu en Inde, comme dans les pays du Moyen-Orient, où le groupe gagne, là aussi, des parts de marché, notamment en produits capillaires et coloration. L'Afrique du Sud et l'Australie connaissent également de belles progressions.

## ➔ 3 Facteurs de risques et transactions entre parties liées

### 3.1 FACTEURS DE RISQUES

Les risques de marché et leur gestion sont exposés dans la note 15 de l'annexe aux comptes consolidés du présent rapport. Les autres facteurs de risques sont de même nature que ceux qui sont exposés dans le tome 2 du rapport annuel 2006 (pages 59, 60 et 61) et ne présentent pas d'évolution significative sur le premier semestre 2007.

### 3.2 TRANSACTIONS ENTRE PARTIES LIÉES

Les transactions envers les entreprises consolidées en intégration proportionnelle ou par mise en équivalence ne sont pas d'un niveau significatif au 30 juin 2007.

Par ailleurs, sur les six premiers mois de 2007, il n'existe pas d'opération significative conclue avec un membre des organes de direction ou un actionnaire ayant une influence notable sur le groupe.

## ➔ 4 Perspectives

Ce premier semestre a été marqué par une forte croissance du chiffre d'affaires et par des résultats de bonne qualité, en progression sensible sur une référence très élevée.

Le chiffre d'affaires est en nette accélération grâce à la contribution de toutes les Divisions. Le redémarrage de la croissance se confirme en Europe de l'Ouest, l'amélioration est progressive en Amérique du Nord et le rythme s'accélère dans le Reste du monde.

La rentabilité opérationnelle, hors The Body Shop, a progressé de 50 points de base. Cette amélioration est le résultat de la politique de valorisation des produits et de la poursuite des efforts en matière de réduction des coûts. Malgré un comparatif

très élevé au premier semestre 2006 et l'impact négatif des taux de change, le groupe réalise une progression à deux chiffres du bénéfice net par action.

La forte croissance des ventes au premier semestre et la perspective d'une dynamique soutenue d'ici la fin de l'année nous conduisent à relever notre objectif de chiffre d'affaires à données comparables dans une fourchette de +7 % à +8 %, c'est-à-dire dans le haut de notre objectif de croissance à moyen terme de +6 % à +8 %.

La qualité de ces résultats renforce notre confiance dans notre capacité à réaliser une nouvelle année de progression à deux chiffres du bénéfice net par action en 2007.

## ➔ 5 Événements postérieurs à la clôture

### **11 juillet 2007 : L'Oréal USA acquiert Maly's West et conforte ainsi sa stratégie dans la distribution de produits professionnels aux États-Unis.**

L'Oréal USA, filiale de L'Oréal, vient d'acquérir 100 % du capital de la société Maly's West.

Maly's West est le troisième distributeur de produits professionnels aux États-Unis. Implantée dans les États de l'Ouest des États-Unis, la société fournit 30 000 salons de coiffure à travers un réseau de 340 représentants et plus de 100 points de vente réservés aux professionnels.

L'acquisition de Maly's West - qui sera intégrée à la Division des Produits Professionnels - fait suite au rachat de la société Beauty Alliance par L'Oréal USA au mois d'avril dernier.

Ces deux acquisitions stratégiques, complémentaires sur le plan géographique, s'inscrivent dans la construction d'un modèle particulièrement performant de distribution aux salons de coiffure, associant le mode de distribution américain et le savoir-faire de L'Oréal en matière de partenariat avec les coiffeurs. Elles visent à développer la position de L'Oréal sur le marché américain, où il est déjà leader avec ses marques Matrix, Redken, L'Oréal Professionnel, Kérastase et PureOlogy au service des coiffeurs et des clients des salons.

Maly's West, qui a réalisé un chiffre d'affaires de 187 millions de dollars en 2006, est consolidée à compter du 1<sup>er</sup> août 2007. L'Oréal estime que l'acquisition de Maly's West devrait avoir un impact positif sur le bénéfice par action dès 2008.

# » Rapport des commissaires aux comptes sur l'information financière semestrielle 2007

(Période du 1<sup>er</sup> janvier au 30 juin 2007)

Aux Actionnaires

Mesdames, Messieurs,

En notre qualité de commissaires aux comptes et en application de l'article L. 232-7 du Code de commerce, nous avons procédé à :

- l'examen limité des comptes semestriels consolidés résumés de la société L'Oréal, relatifs à la période du 1<sup>er</sup> janvier au 30 juin 2007, tels qu'ils sont joints au présent rapport ;
- la vérification des informations données dans le rapport semestriel.

Ces comptes semestriels consolidés résumés ont été établis sous la responsabilité de votre conseil d'administration. Il nous appartient, sur la base de notre examen limité, d'exprimer notre conclusion sur ces comptes.

Nous avons effectué notre examen limité selon les normes professionnelles applicables en France. Un examen limité de comptes intermédiaires consiste à obtenir les informations estimées nécessaires, principalement auprès des personnes responsables des aspects comptables et financiers, et à mettre en œuvre des procédures analytiques ainsi que toute autre procédure appropriée. Un examen de cette nature ne comprend pas tous les contrôles propres à un audit effectué selon les normes professionnelles applicables en France. Il ne permet donc pas d'obtenir l'assurance d'avoir identifié tous les points significatifs qui auraient pu l'être dans le cadre d'un audit et, de ce fait, nous n'exprimons pas une opinion d'audit.

Sur la base de notre examen limité, nous n'avons pas relevé d'anomalies significatives de nature à remettre en cause la conformité, dans tous leurs aspects significatifs, des comptes semestriels consolidés résumés avec la norme IAS 34, norme du référentiel IFRS tel qu'adopté dans l'Union européenne relative à l'information financière intermédiaire.

Nous avons également procédé, conformément aux normes professionnelles applicables en France, à la vérification des informations données dans le rapport semestriel commentant les comptes semestriels consolidés résumés sur lesquels a porté notre examen limité.

Nous n'avons pas d'observation à formuler sur leur sincérité et leur concordance avec les comptes semestriels consolidés résumés.

Neuilly-sur-Seine, le 30 août 2007

Les commissaires aux comptes

PricewaterhouseCoopers Audit

Étienne Boris

Deloitte & Associés

Étienne Jacquemin

# » Attestation du responsable du rapport financier semestriel

J'atteste, à ma connaissance, que les comptes sont établis conformément aux normes comptables IFRS applicables et donnent une image fidèle du patrimoine, de la situation financière et du résultat de la société et de l'ensemble des entreprises comprises dans la consolidation, et que le rapport semestriel d'activité présente un tableau fidèle des événements importants survenus pendant les six premiers mois de l'exercice, de leur incidence sur les comptes semestriels, des principales transactions entre parties liées ainsi qu'une description des principaux risques et des principales incertitudes pour les six mois restants de l'exercice.

Clichy, le 30 août 2007

Par délégation du Directeur Général,

Christian Mulliez

Vice-Président Directeur Général Administration et Finances

# L'ORÉAL

Société Anonyme  
au capital de 123 590 452 euros  
632 012 100 RCS Paris

Siège administratif :  
41, rue Martre  
92117 Clichy  
Tél. : 01 47 56 70 00  
Fax : 01 47 56 80 02

Siège social :  
14, rue Royale  
75008 Paris

Numéro Vert :  
0 800 66 66 66

[www.loreal.com](http://www.loreal.com)

[www.loreal-finance.com](http://www.loreal-finance.com)