



L'ORÉAL

MÉMENTO DE L'ACTIONNAIRE 2008

UN MONDE DE BEAUTÉ

L'ORÉAL EN 2007 :

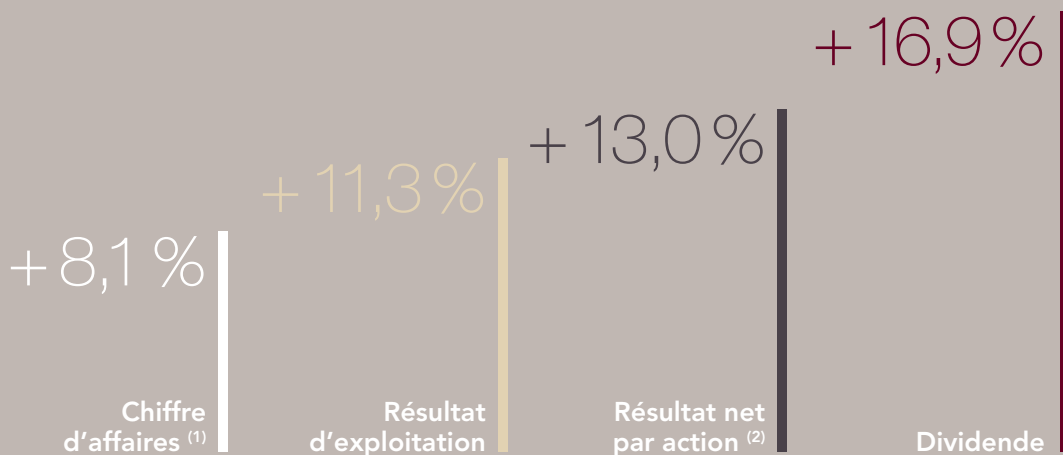
1^{er} GROUPE COSMÉTIQUE MONDIAL

25 MARQUES INTERNATIONALES

130 PAYS

63 000 COLLABORATEURS

17 MILLIARDS D'EUROS DE CHIFFRE D'AFFAIRES EN 2007



(1) A données publiées. (2) Résultat net par action, dilué, calculé sur le résultat net hors éléments non récurrents, part du groupe.

SOMMAIRE

Message du Président et du Directeur Général	01	International : Progresser sur tous les marchés du monde	08
25 marques au rayonnement mondial	02	Ressources : Au cœur du groupe, inventer l'avenir ..	10
Comité de Direction	04	L'Oréal 2007 en chiffres : Une double performance pour une croissance durable	12
Conseil d'Administration	04	L'Oréal en Bourse	14
Activités : Exceller dans tous nos circuits de distribution	06	Être actionnaire de L'Oréal	16



Jean-Paul Agon, Directeur Général.
 "La transformation en profondeur
 du marché cosmétique représente une
 opportunité historique pour L'Oréal."

Sir Lindsay Owen-Jones, Président.
 "Le groupe assure non seulement
 la continuité de son modèle économique,
 mais aussi celle des valeurs auxquelles
 il est attaché."

En 2007, L'Oréal a nettement renforcé ses positions sur tous ses marchés. L'année a été marquée par une croissance tonique, qui s'est établie tout en haut de la fourchette des objectifs à moyen-long terme. La progression des résultats a été forte et d'une grande qualité, la structure du bilan est extrêmement saine.

En cinq ans, le dividende aura plus que doublé, témoignant ainsi de la volonté de L'Oréal d'accompagner ses actionnaires, dont beaucoup sont fidèles au groupe depuis de longues années.

La confiance qu'ils nous accordent contribue fortement à la réussite d'un modèle économique qui a fait ses preuves dans la

durée. Basé sur l'innovation, la qualité et la mondialisation il a, une nouvelle fois, démontré sa capacité exceptionnelle à créer de la valeur et prouvé son efficacité et sa grande modernité.

2007 a aussi été une année de réussites et de progrès dans les domaines de l'épanouissement des collaborateurs et de la citoyenneté de l'entreprise où nous sommes, là aussi, fixé de grandes ambitions.

La réputation de notre groupe, le respect qu'il inspire à l'extérieur, l'attraction qu'il exerce dans le monde entier sont pour les équipes de L'Oréal un grand motif de fierté, mais aussi de motivation.

25 MARQUES AU RAYONNEMENT MONDIAL

PRODUITS PROFESSIONNELS

La Division Produits Professionnels conçoit des produits capillaires pour tous les types de salons de coiffure. Plus de 3 millions de coiffeurs créateurs les utilisent et les proposent à la vente, accompagnés de leurs conseils professionnels.



L'ORÉAL
PROFESSIONNEL
PARIS



KÉRASTASE
PARIS



MATRIX



REDKEN
5TH AVENUE NYC



MIZANI

PRODUITS GRAND PUBLIC

La Division Produits Grand Public distribue ses produits dans tous les circuits de grande diffusion (7 600 hypermarchés, 40 000 supermarchés, 74 000 drugstores). Elle propose aux consommateurs des produits alliant haute technologie et forte valeur ajoutée à des prix accessibles.



L'ORÉAL
PARIS



 **GARNIER**



MAYBELLINE
NEW YORK



SOFTSHEEN-CARSON™

THE BODY SHOP

Présente dans 59 pays à travers 2 426 boutiques, la marque The Body Shop est reconnue pour son rôle pionnier dans l'utilisation d'ingrédients naturels et son engagement éthique fort.



PRODUITS DE LUXE

La Division Produits de Luxe commercialise des marques de prestige, d'origines culturelles très diverses, dans la distribution sélective mondiale (grands magasins, parfumeries, travel retail, sites marchands des marques ou des distributeurs, boutiques en propre).



LANCÔME
PARIS



RALPH LAUREN



BIOOTHERM



cacharel



HR
HEALTH REFINANCE



Kiehl's
SINCE 1851



GIORGIO ARMANI
PARFUMS



shu uemura



DIESEL



VIKTOR & ROLF

COSMÉTIQUE ACTIVE

Leader mondial du marché des soins dermo-cosmétiques, la Division Cosmétique Active commercialise ses cinq marques dans plus de 75 000 pharmacies, ainsi que dans des spas, des medispas et auprès des médecins. Elle propose des produits adaptés au conseil du pharmacien et à la recommandation du dermatologue.



VICHY
LABORATOIRES



SKINCEUTICALS



LA ROCHE-POSAY
LABORATOIRE PHARMACEUTIQUE



SANOFLORE
LABORATOIRES BIOL

COMITÉ DE DIRECTION

- 1 Jean-Paul Agon**
Directeur Général
- 2 Christian Mulliez**
Vice-Président
Directeur Général Administration
et Finances
- 3 Jean-Philippe Blanpain**
Directeur Général Opérations
- 4 Marc Menesguen**
Vice-Président
Directeur Général Produits de Luxe
- 5 Patrick Rabain**
Vice-Président
Directeur Général Produits Grand Public
- 6 Jean-Jacques Lebel**
Vice-Président
Directeur Général Produits Professionnels



CONSEIL D'ADMINISTRATION

COMPOSITION AU 31 DÉCEMBRE 2007. Le mandat d'administrateur de L'Oréal, renouvelable, a une durée statutaire de quatre ans. Les administrateurs détiennent chacun un minimum de 1 000 actions L'Oréal.

SIR LINDSAY OWEN-JONES ⁽¹⁾

61 ans. De nationalité britannique. Entré dans le groupe L'Oréal en 1969. Au cours d'une carrière internationale, Directeur Général de L'Oréal Italie de 1978 à 1981 et Président (CEO) de L'Oréal USA de 1981 à 1984. Nommé Vice Président-directeur général en 1984, Président-directeur général en 1988, Président du Conseil d'Administration depuis le 25 avril 2006. Administrateur de L'Oréal depuis 1984, son mandat ayant été renouvelé en 2006. Administrateur et Président de la Fondation d'entreprise L'Oréal. Administrateur de Sanofi-Aventis et de Ferrari (Italie). Vice-Président du Conseil d'Administration d'Air Liquide.

JEAN-PAUL AGON

51 ans. Entré dans le groupe L'Oréal en 1978. Au cours d'une carrière internationale, Directeur Général Produits Grand Public en Grèce, de L'Oréal Paris en France, Directeur

International de Biotherm, Directeur Général de L'Oréal Allemagne, Directeur Général de la zone Asie, Président et CEO de L'Oréal USA. Nommé Directeur général adjoint de L'Oréal en 2005 puis Directeur Général le 25 avril 2006. Administrateur de L'Oréal depuis le 25 avril 2006. Administrateur de la Fondation d'entreprise L'Oréal.

JEAN-PIERRE MEYERS ^{(2) (6) (8)}

59 ans. Administrateur de L'Oréal depuis 1987, son mandat ayant été renouvelé en 2005. Vice-Président du Conseil d'Administration. Administrateur de Nestlé SA (Suisse).

PETER BRABECK-LETMATHE ^{(2) (5) (6)}

63 ans. De nationalité autrichienne. Dans le groupe Nestlé depuis 1968, nommé Directeur Général en 1992, puis Administrateur délégué (CEO) de Nestlé SA (Suisse) en 1997, Vice-Président du Conseil d'Administration en 2001 et Président en 2005. Administrateur de L'Oréal

depuis 1997, son mandat ayant été renouvelé en 2005. Vice-Président du Conseil d'Administration. Administrateur de Crédit Suisse Group (Suisse) et de Roche Holding (Suisse).

LILIANE BETTENCOURT ^{(2) (3)}

Fille d'Eugène Schueller, le fondateur de L'Oréal il y a près d'un siècle. Administrateur de L'Oréal depuis 1995, son mandat ayant été renouvelé en 2007.

Françoise Bettencourt Meyers

54 ans. Fille de Madame Bettencourt. Administrateur de L'Oréal depuis 1997, son mandat ayant été renouvelé en 2005.

WERNER BAUER

57 ans. De nationalité allemande. Dans le groupe Nestlé depuis 1990, nommé Directeur Général en 2002. Administrateur de L'Oréal depuis 2005. Administrateur d'Alcon (Suisse).



7 Béatrice Dautresme

Vice-Présidente
Directrice Générale Communication
et Relations Extérieures

8 Geoff Skingsley

Vice-Président
Directeur Général Relations humaines

9 Jochen Zaumseil

Directeur Général Zone Asie

10 Laurent Attal

Directeur Général Zone Amérique du Nord

11 Brigitte Liberman

Directrice Générale Cosmétique Active

12 Joseph Bitton

Directeur Général Zone Amérique latine

13 Jean-François Grollier

Vice-Président
Directeur Général Recherche
et Développement

FRANCISCO CASTAÑER BASCO ⁽²⁾ ⁽⁸⁾

63 ans. De nationalité espagnole. Dans le groupe Nestlé depuis 1964, nommé Directeur Général en 1997. Administrateur de L'Oréal depuis 1998, son mandat ayant été renouvelé en 2006. Administrateur et Vice-Président d'Alcon (Suisse).

CHARLES-HENRI FILIPPI ⁽⁹⁾

55 ans. De 1979 à 1987 au service de l'État. Depuis 1987 au CCF, devenu HSBC France en 2000. Directeur Général en 1995, membre du Comité Exécutif du groupe de 2001 à 2004, Président-directeur général de HSBC France de 2004 à 2007 et Président du Conseil d'Administration depuis septembre 2007. Administrateur de L'Oréal depuis le 30 novembre 2007. Administrateur et membre de la Commission Exécutive d'Altadis, membre du Conseil de Surveillance d'Euris et Censeur de Nexity.

XAVIER FONTANET ⁽⁷⁾

59 ans. Nommé Directeur Général d'Essilor en 1991, Vice-Président-directeur général en 1995, Président-directeur général depuis 1996. Administrateur de L'Oréal depuis 2002, son mandat ayant été renouvelé en 2006. Administrateur de Crédit Agricole SA.

BERNARD KASRIEL ⁽²⁾ ⁽⁴⁾ ⁽⁵⁾

61 ans. De 1970 à 1975 à l'Institut

de développement industriel. Directeur Général de Braud de 1972 à 1974. Directeur Général adjoint de la Société phocéenne de métallurgie de 1975 à 1977. Entré chez Lafarge en 1977, nommé Directeur Général adjoint en 1982. Après avoir été détaché aux États-Unis de 1987 à 1989, nommé Vice-Président-directeur général de 1989 à 2003 puis Directeur Général de 2003 à 2005. Administrateur de L'Oréal depuis 2004. Administrateur de Lafarge et d'Arkema. Associé de LBO France depuis septembre 2006.

MARC LADREIT DE LACHARRIÈRE

67 ans. Membre de l'Institut. Chez L'Oréal de 1976 à 1991, ancien Vice-Président en charge de la Direction Générale de l'Administration et des Finances, Directeur Général adjoint du groupe de 1984 à 1991. Président-directeur général de Fimalac. *Chairman* de Fitch Ratings, Inc. Administrateur de L'Oréal depuis 1984, son mandat ayant été renouvelé en 2006. Administrateur de la Fondation d'entreprise L'Oréal. Administrateur de Renault et de Casino.

ANNETTE ROUX

65 ans. Entrée chez Bénéteau en 1964, Président-directeur général de 1976 à 2005, Vice-Président du Conseil de Surveillance depuis janvier 2005. Administrateur de

L'Oréal depuis le 24 avril 2007. Président de la Fondation d'entreprise Bénéteau. Président de la Fédération des industries nautiques.

LOUIS SCHWEITZER

65 ans. Entré chez Renault en 1986, Président-directeur général de 1992 à 2005, Président du Conseil d'Administration depuis. Administrateur de L'Oréal depuis 2005. Administrateur de BNP Paribas, EDF, Veolia Environnement, AB Volvo (Suède). Président du Conseil d'Administration d'AstraZeneca (Royaume-Uni). Vice-Président du Conseil de Surveillance de Philips (Pays-Bas).

Franck Riboud a quitté ses fonctions d'administrateur de 15 novembre 2007.

(1) Président du Comité "Stratégie et Réalisations". (2) Membre du Comité "Stratégie et Réalisations". (3) Présidente du Comité "Management et Rémunérations" jusqu'au 30 novembre 2007. (4) Président du Comité des Nominations et du Comité des Rémunérations depuis le 30 novembre 2007. (5) Membre du Comité "Management et Rémunérations" jusqu'au 30 novembre 2007. (6) Membre du Comité des Nominations et du Comité des Rémunérations depuis le 30 novembre 2007. (7) Président du Comité d'Audit. (8) Membre du Comité d'Audit. (9) Le mandat de Monsieur Charles-Henri Filippi a été ratifié par l'Assemblée Générale du 22 avril 2008.

EXCELLER DANS TOUS NOS CIRCUITS

Faits marquants 2007

PRODUITS PROFESSIONNELS

> Rachat de deux de ses distributeurs clés aux États-Unis, Beauty Alliance et Maly's West, pour se rapprocher des coiffeurs américains en matière de services et d'éducation, et accélérer la croissance de la Division.

> Acquisition de la marque PUREOLOGY aux États-Unis qui vient compléter le portefeuille de marques de la Division sur le segment des produits capillaires de luxe. Cette marque a pour vocation de proposer des produits de soin pour cheveux colorés.

> Lancement, dans une distribution ultra-sélective, de SHU UEMURA ART OF HAIR.



> Succès des initiatives de la Division auprès des seniors avec la coloration Color Suprême et la ligne de soin Age Densiforce de L'ORÉAL PROFESSIONNEL, ainsi que la gamme de soin Age-Recharge de KÉRASTASE.

> Renforcement de l'implantation de la marque MATRIX au plan mondial avec une présence dans 50 pays et 260 000 salons.



Matrix, Inde.

2 392 millions
d'euros de chiffre d'affaires en 2007

+ 7,5 %
de croissance à données comparables en 2007

PRODUITS GRAND PUBLIC

> En soin du visage, la Division passe la barre du milliard d'euros avec une progression de + 19 %, aidée par le lancement réussi de Derma Genèse de L'ORÉAL PARIS.



Les soins pour hommes Men Expert progressent quant à eux de + 45 %.

> Année exceptionnelle en maquillage, tant pour L'ORÉAL PARIS que MAYBELLINE NEW YORK, grâce notamment aux progressions très fortes des fonds de teint Accord Parfait Minéral de L'ORÉAL PARIS et Superstay de MAYBELLINE NEW YORK.

> 70 % de la croissance de la Division viennent de 12 pays qui sont, dans l'ordre : Russie, États-

Unis, Chine, Ukraine, Espagne, Royaume-Uni, Inde, Mexique, Pologne, Australie, Brésil et Italie.

> Les efforts de productivité des organisations et des achats se poursuivent. La marge brute s'améliore, les frais commerciaux et administratifs progressent deux fois moins vite que le chiffre d'affaires permettant une très sensible amélioration du résultat.



8 280 millions
d'euros de chiffre d'affaires en 2007

+ 7,9 %
de croissance à données comparables en 2007

Garnier, Roumanie.

DE DISTRIBUTION

PRODUITS DE LUXE



Lancôme, Russie.

3 928 millions
d'euros de chiffre d'affaires
en 2007

+ 8,4 %
de croissance à données
comparables en 2007

> L'arrivée de la marque DIESEL fin août crée l'événement avec le lancement de deux fragrances, masculine et féminine, Fuel For Life.



en Corée, aux États-Unis et au Canada. Le succès de la nouvelle ligne de soin Phyto-Black Lift lui ouvre de grandes perspectives en soin de la peau.

> GIORGIO ARMANI aborde le segment du soin avec sa gamme ultra premium Crema Nera et ouvre son premier spa à Tokyo.

> LANCÔME consolide son leadership mondial dans l'anti-âge avec les succès d'Absolue Premium Bx, de Rénergie Morpholift R.A.R.E. et de la ligne Lancôme Men.

> Parmi les marques relais, KIEHL'S poursuit sa conquête du monde, couvrant désormais 28 pays avec de nouveaux magasins en propre et + 23,6 % de croissance mondiale.

> SHU UEMURA accélère sa croissance et son implantation mondiale, notamment en Chine,

THE BODY SHOP

> Ouvertures des premiers magasins THE BODY SHOP en République tchèque, en Pologne et en Namibie.

> Lancement de Wise Woman, gamme de soins du visage pour les peaux matures.

> Lancement, particulièrement bien accueilli par les marchés asiatiques, de la gamme de soins pour le corps Body Focus.



787 millions
d'euros de chiffre d'affaires en 2007

+ 5,7 %
de croissance à données
comparables en 2007



La Roche-Posay, Singapour.

1 248 millions
d'euros de chiffre d'affaires en 2007

+ 10,8 %
de croissance à données
comparables en 2007

COSMÉTIQUE ACTIVE

> LA ROCHE-POSAY accélère en Europe de l'Ouest avec une progression 2,5 fois supérieure à celle du marché dermocosmétique.



> Quatre ans après son lancement, Innéov devient le leader européen de la cosmétique orale en pharmacie.

> La Division s'attaque au marché porteur de la cosmétique naturelle en lançant SANOFLORE, le pionnier de

la cosmétique bio, dans sept pays d'Europe.

> SKINCEUTICALS amorce son internationalisation avec un lancement dans cinq pays d'Europe dans une distribution sélective de pharmacies, spas premium et cabinets de dermatologues.

> Vichy consolide son leadership dans les soins pour homme avec le succès de la nouvelle gamme Vichy Homme.

PROGRESSER SUR TOUS LES MARCHÉ

FRANCE

> Record historique pour L'Oréal Paris

Six semaines seulement après son lancement en août 2007, la gamme de soin du visage Derma Genèse était la première gamme du marché. Le recrutement de nouvelles consommatrices, séduites par une nouvelle vision du soin du visage, permet à L'ORÉAL PARIS d'atteindre des parts de marché historiques, qui confortent sa position de leader sur ce segment.



ROYAUME-UNI

> Fuel For Life de Diesel, un lancement énergisant

Le lancement de Fuel For Life de DIESEL a surpris par son originalité : une campagne de teasing sur Internet, au ton décalé, fidèle à l'esprit de la mode et de son créateur Renzo Rosso, relayée par un dispositif commercial d'exception pour assurer aux parfums une visibilité "hors normes" dans la distribution. Commercialisé fin août 2007, Fuel For Life s'est hissé dès septembre aux premiers rangs des ventes de parfums masculins et féminins.



ÉTATS-UNIS

> Percée dans le soin de la peau avec Nutritioniste de Garnier

Après avoir conquis en trois ans la deuxième place du marché des soins capillaires aux États-Unis avec Fructis, GARNIER franchit une nouvelle étape avec le lancement de la gamme de soin de la peau Nutritioniste. Ce produit allie nutrition et dermatologie dans un emballage qui arbore la couleur verte de la marque Garnier. Ce lancement contribue à renforcer la position de leader du groupe sur le marché des produits de soin de la peau grand public.

POLOGNE

> Le succès naturel de The Body Shop

Dans ses sept magasins ouverts en 2007 à Varsovie et dans trois autres villes de Pologne, THE BODY SHOP s'affirme, en particulier avec ses gammes de maquillage et de parfum. L'essor rapide du marché polonais justifie pleinement l'ambition de la marque d'ouvrir une cinquantaine de magasins d'ici cinq ans dans ce pays.



S DU MONDE



BRÉSIL

> Cosmétique Active au premier rang

LA ROCHE-POSAY renforce sa position de premier partenaire des pharmaciens et des dermatologues au Brésil, deuxième pays pour la marque dans le monde. Ce partenariat se traduit par des succès spectaculaires dans les produits solaires avec la gamme Anthelios et dans les soins antirides où les ventes ont progressé de plus de 50 % depuis le lancement de Redermic. Avec VICHY et LA ROCHE-POSAY, la Division Cosmétique Active devient numéro 1 du marché dermocosmétique au Brésil.

JAPON

> Le luxe signé Kérastase

KÉRASTASE s'impose au Japon comme la grande marque de luxe en soin du cheveu dans une distribution très sélective. Ses soins sans rinçage, qui valorisent les gestes du coiffeur, remportent un vif succès auprès d'une clientèle très exigeante. Ces réussites font du Japon le deuxième pays pour la marque après la France et contribuent, avec le succès de L'Oréal Professionnel, à accroître très significativement les parts de marché de la Division au Japon.



CORÉE

> Kiehl's, plébiscité pour sa qualité de service

Les Coréens sont particulièrement sensibles à la marque KIEHL'S. Ils apprécient ses produits naturels et simples, la qualité du service et la grande proximité qui crée un esprit de communauté. Implanté dans cinq magasins, Kiehl's connaît une croissance spectaculaire en 2007, en particulier en soin de la peau avec ses gammes phares Dermatologist Solutions et Ultra Facial.



INDE

> Garnier, la modernité pour tous

Avec le succès de sa gamme de soin de la peau Light Matte, GARNIER s'affirme comme une marque moderne et performante, tout en restant accessible. Grâce à son double effet éclaircissant et matifiant adapté au climat humide de l'Inde, Light Matte a contribué à propulser GARNIER de la cinquième à la deuxième place du marché indien des soins de la peau en un an.

AU CŒUR DU GROUPE, INVENTER L'AV



LA BEAUTÉ DU FUTUR SERA À L'IMAGE DE LA DIVERSITÉ DU MONDE

A l'aide d'une méthode instrumentale brevetée par L'Oréal, les chercheurs ont mesuré la couleur de la peau de près de 3 500 femmes aux quatre coins du monde. Ils ont ainsi défini un nuancier de 63 teintes distinctes.



L'extrait de rose centifolia est obtenu à partir des pétales par des procédés de distillation respectueux de l'environnement.

HIGH-TECH ET NATUREL : LA SYNERGIE

Pour répondre aux aspirations à des produits plus naturels, plus respectueux de l'environnement ou plus équitables, L'Oréal a créé un pôle de développement Cosmétique naturelle et bio, au sein de la Recherche.

Sa mission : valoriser les extraits naturels (végétaux, bactéries, plancton, ferments et probiotiques...) dans la conception des produits ; offrir une grande diversité de formules (avec ou sans conservateurs, douces, écologiques ou labellisées bio) et étendre leur utilisation à des domaines variés (agents de texture, colorants, mais aussi packaging) ; mettre en place des indices de naturalité...



Modèle d'épiderme Episkin.

PEAUX RECONSTRUITES Vers leur utilisation généralisée

Depuis 25 ans, L'Oréal sait reconstruire de la peau à partir de cellules humaines. Le modèle d'épiderme Episkin, vient d'être validé par l'ECVAM (European Center for Validation of Alternative Methods) de la Commission européenne comme outil d'évaluation du potentiel irritant, de substances et de produits, sur la peau. C'est un pas décisif dans le développement des méthodes alternatives, salué par les consommateurs, les instances réglementaires et les industries de la chimie. L'Oréal ne s'arrêtera pas là ; d'autres modèles de peau et de cornée oculaire sont en cours de validation pour remplacer d'autres tests d'évaluation de la sécurité.



Centrale de distribution L'Oréal China, Suzhou (Chine)

UNE "NOUVELLE" SUPPLY CHAIN INTÉGRÉE ET CENTRALISÉE

La *supply chain* de L'Oréal intègre désormais trois activités sous une même responsabilité : la production, les achats/approvisionnements, la logistique clients. Cette nouvelle organisation offre une vision à la fois globale et continue depuis l'achat des matières premières jusqu'à la livraison des produits finis chez le distributeur.

Elle permet d'améliorer l'efficacité et la qualité du service au client, de maximiser la productivité des opérations et de mieux aligner la *supply chain* avec les spécificités de chaque zone géographique.

VENIR

**STIMULER LA CRÉATIVITÉ**

Pour stimuler la créativité, L'Oréal structure des parcours de formation progressivement accessibles à tous les collaborateurs et destinés à transmettre et nourrir l'expertise. Ces parcours de formation ont été définis pour que chaque collaborateur, au cours de son accession à une nouvelle fonction, soit capable d'acquérir les fondamentaux de l'expertise requise. Chaque filière professionnelle a défini pour l'ensemble des pays et régions son parcours "Must Have" qui combine les connaissances générales et les pratiques spécifiques de L'Oréal.

Séminaire créativité au Brésil.

DIVERSITÉ

L'Oréal cherche à associer tous les talents et à encourager la diversité. Le groupe approfondit son action et commence à l'internationaliser. Des observatoires de la diversité ont par exemple été créés en Belgique, en Espagne et bientôt en Allemagne. Encourager la diversité, c'est aussi favoriser l'égalité des chances. L'Oréal a créé ses propres forums de recrutement destinés aux jeunes diplômés issus des minorités, en France il y a trois ans, puis dans d'autres pays européens. Cette démarche est aujourd'hui étendue aux seniors pour favoriser leur emploi dans l'entreprise.

RECHERCHE / PRODUCTION**Recherche** 2007

Effectif de la recherche cosmétique et dermatologique ⁽¹⁾	3 095
Budget de recherche et développement (en millions d'euros) ⁽²⁾	560
Nombre de brevets déposés	576

Production

Production des usines cosmétiques (en millions d'unités)	4 720
--	-------

(1) Inclus 50 % des salariés de la recherche de Galderma.

(2) Inclus 50 % des frais de recherche de Galderma.

L'ORÉAL S'ENGAGE**2007 : NOUVELLE ÉDITION DE LA CHARTE ÉTHIQUE**

Cette nouvelle édition de la Charte Éthique permet aux collaborateurs d'anticiper et de répondre aux attentes en constante évolution des parties prenantes. Des sujets tels que le droit de la concurrence, la lutte contre la corruption, le marketing responsable, la diversité et le respect de la vie privée sont abordés de façon résolument pratique et pédagogique.

Afin d'être accessible à tous, la Charte Éthique est traduite en 43 langues.



Le 18 octobre 2007, L'Oréal lance sa nouvelle Charte Éthique, remise à chaque collaborateur dans le monde.



5^e édition du programme de bourses nationales "Pour les Femmes et la Science" en Inde.

NAISSANCE DE LA FONDATION L'ORÉAL

Créée le 9 octobre 2007, la Fondation d'entreprise L'Oréal marque une étape majeure dans la vie du groupe, signalant la volonté conjointe de Sir Lindsay Owen-Jones et de Jean-Paul Agon de faire de L'Oréal une entreprise citoyenne du monde.

Les missions de la Fondation s'articulent autour de trois axes : encourager l'éducation, promouvoir la recherche scientifique et aider les personnes fragilisées.

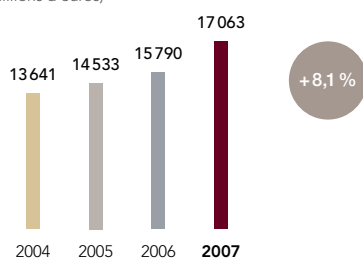
UNE DOUBLE PERFORMANCE POUR

Depuis toujours, L'Oréal poursuit un double objectif : faire progresser à la fois son chiffre d'affaires et son résultat.

PERFORMANCES DU GROUPE SUR QUATRE ANS

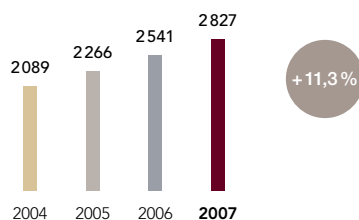
CHIFFRE D'AFFAIRES CONSOLIDÉ

(en millions d'euros)



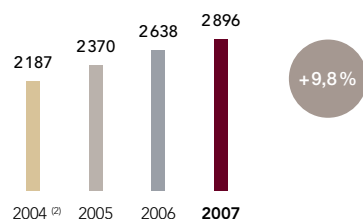
RÉSULTAT D'EXPLOITATION

(en millions d'euros)



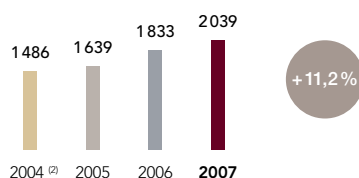
RÉSULTAT AVANT IMPÔT HORS ÉLÉMENTS NON RÉCURRENTS ⁽¹⁾

(en millions d'euros)



RÉSULTAT NET HORS ÉLÉMENTS NON RÉCURRENTS PART DU GROUPE ⁽¹⁾

(en millions d'euros)



RÉPARTITION PAR BRANCHE EN 2007 ⁽³⁾

CHIFFRE D'AFFAIRES CONSOLIDÉ

	Millions d'euros	Progression à données Comparables	Publiées
Cosmétique	15 908	+ 8,0 %	+ 6,0 %
The Body Shop	787	+ 5,7 %	+ 80,9 %
Dermatologie ⁽⁴⁾	368	+ 12,7 %	+ 6,9 %

RÉSULTAT D'EXPLOITATION

	Millions d'euros	Poids	Progression à données publiées	En % du CA
Cosmétique	2 701	95,5 %	+ 11,5 %	17,0 %
The Body Shop	64	2,3 %	+ 9,3 %	8,1 %
Dermatologie	62	2,2 %	+ 4,3 %	16,9 %

(1) Les éléments non récurrents comprennent les plus ou moins-values sur cessions d'actifs à long terme, les dépréciations d'actifs à long terme ainsi que les coûts de restructuration.

(2) Par souci de comparaison, le compte de résultat pro forma 2004 est retraité pour prendre en compte la déconsolidation de Sanofi-Synthélabo au 1^{er} janvier 2004 :

- en remplaçant la quote-part de résultat net de Sanofi-Synthélabo, soit 293,5 millions d'euros, par les dividendes perçus, soit 145,9 millions d'euros, - et en neutralisant la plus-value de dilution nette d'impôt dégagée sur ces titres, soit 2 854,5 millions d'euros en brut et 471,1 millions d'euros d'impôt.

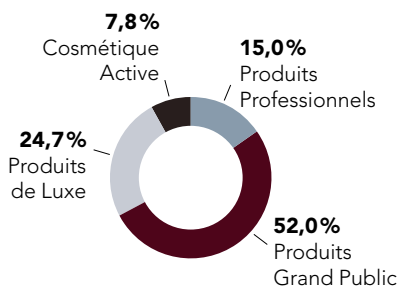
(3) Le groupe est constitué des branches cosmétique, dermatologie et The Body Shop.

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

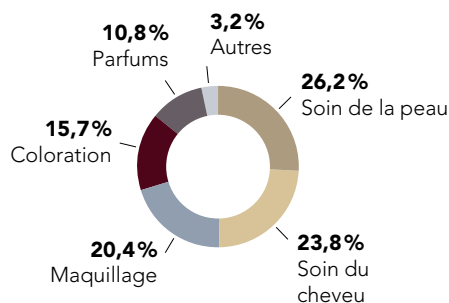
UNE CROISSANCE DURABLE

CHIFFRE D'AFFAIRES 2007 DE LA BRANCHE COSMÉTIQUE

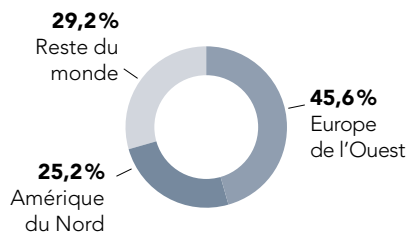
RÉPARTITION PAR DIVISION



RÉPARTITION PAR MÉTIER



RÉPARTITION PAR ZONE GÉOGRAPHIQUE



RATIOS FINANCIERS 2007

	2006	2007
(en % du CA) Résultat d'exploitation / Chiffre d'affaires	= 16,1 %	16,6 %
(en % des capitaux propres) Résultat net hors éléments non récurrents part du groupe / Capitaux propres d'ouverture	= 12,5 %	13,9 %
(en % des capitaux propres) Ratio d'endettement net ⁽¹⁾	= 22,8 %	17,4 %
Marge brute d'autofinancement / Investissements	= 3,2 x	3,5 x

(1) Ratio d'endettement net = $\frac{\text{Dettes financières courantes et non courantes} - \text{Trésorerie}}{\text{Capitaux propres part du groupe}}$

L'ACTION L'ORÉAL (au 31 décembre 2007)

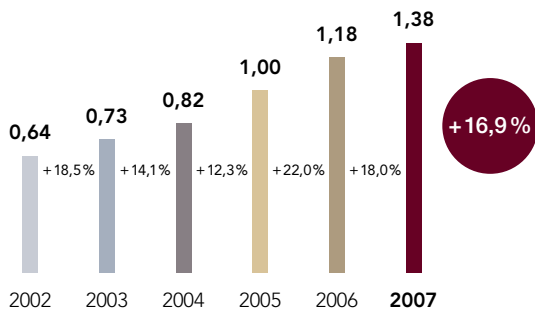
Résultat net par action ⁽¹⁾

3,36 €

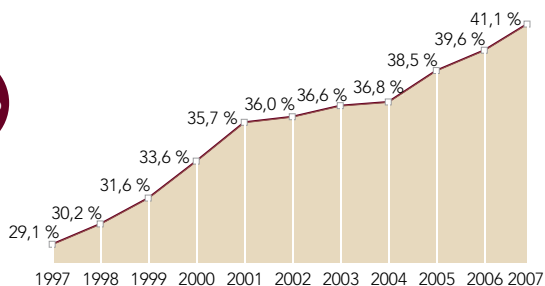
Dividende par action

1,38 €

DIVIDENDE PAR ACTION (en euros)



TAUX DE DISTRIBUTION ⁽²⁾



PLACEMENT EN ACTIONS L'ORÉAL

SUR 10 ANS

Capital initial multiplié par **3,19 en 10 ans**

Taux de rendement (actuariel) : **11,26%**

Achat de 41 actions à 359,02 euros ⁽³⁾
le 31 décembre 1997 : 14 719,82 euros

Valorisation au 31 décembre 2007,
y compris réinvestissement des dividendes
(479 actions à 97,98 euros) : 46 932,42 euros

SUR 20 ANS

Capital initial multiplié par **35,3 en 20 ans**

Taux de rendement (actuariel) : **19,00%**

Achat de 38 actions à 389,51 euros ⁽³⁾
le 31 décembre 1987 : 14 801,38 euros

Valorisation au 31 décembre 2007,
y compris réinvestissement des dividendes
(5 333 actions à 97,98 euros) : 522 527,34 euros

FICHE SIGNALÉTIQUE DE L'ACTION L'ORÉAL

- > Code ISIN : FR0000120321
- > Code mnémotique : OR
- > Quotité : 1 action
- > Valeur nominale : 0,2 euro
- > Capital : 610 788 610 actions (au 13 février 2008)
- > Négociation au comptant à Paris
- > Marché : Euronext Paris – Eurolist – Compartiment A

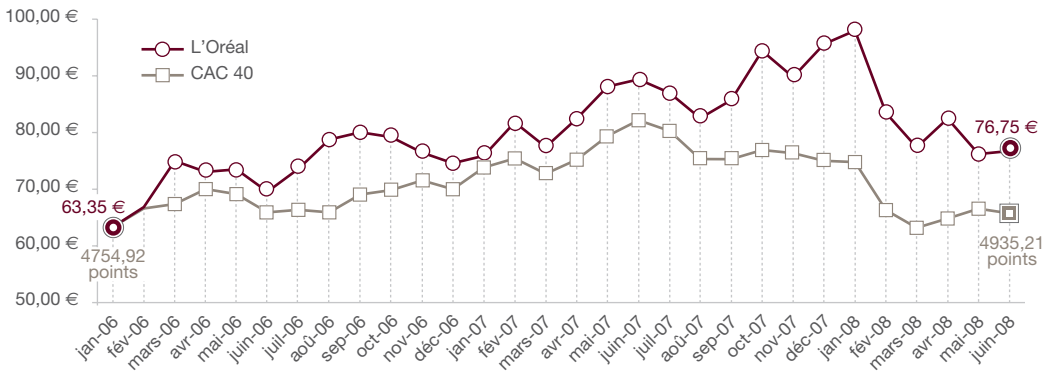
- > Valeur éligible au Service à Règlement Différé (SRD) de la Bourse de Paris
- > Des "American depositary Receipts" non parrainés circulent librement aux États-Unis à l'initiative de quelques banques opérant sur le territoire américain.

(1) Résultat net hors éléments non récurrents, dilué, part du groupe, par action en 2007.

(2) Avec prise en compte historique de Sanofi-Synthélabo au niveau des dividendes.

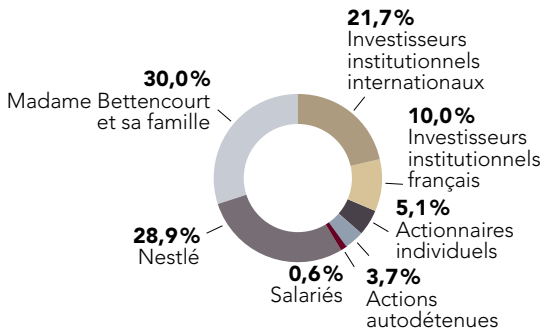
(3) Cours non ajusté.

COURS DE L'ACTION L'ORÉAL

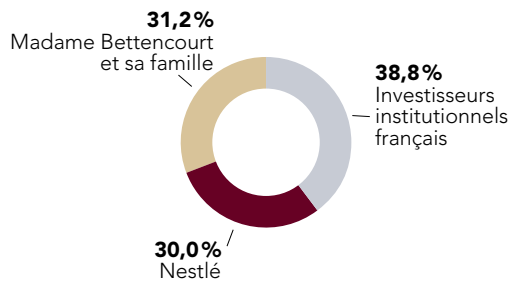


STRUCTURE DE L'ACTIONNARIAT

(au 31 décembre 2007)



RÉPARTITION DES DROITS DE VOTE

(au 31 décembre 2007) ⁽¹⁾

DONNÉES BOURSIÈRES

> Cours au 31 décembre 2007	97,98 euros
> Cours le plus haut en 2007	99,97 euros le 27 décembre 2007
> Cours le plus bas en 2007	74,25 euros le 22 janvier 2007

Progression annuelle au 31 décembre 2007

> L'Oréal	+ 29,09 %
> CAC 40	+ 1,31 %
> Euronext 100	+ 3,36 %
> DJ Euro Stoxx 50	+ 6,79 %

Capitalisation boursière au 31 décembre 2007 ⁽²⁾ : 60,55 milliards d'euros

Au 31 décembre 2007, le poids de l'action L'Oréal est de :

> dans le CAC 40	2,67 %
> dans Euronext 100	2,73 %
> dans DJ Euro Stoxx 50	1,07 %

(1) Conformément à la Loi, les actions autodétenues sont privées de droit de vote.

(2) Sur nombre d'actions au 31 décembre 2007, soit 617 975 610 actions.

ÊTRE ACTIONNAIRE DE L'ORÉAL

SIX BONNES RAISONS DE CHOISIR LE NOMINATIF PUR

En devenant actionnaire au nominatif, vous êtes inscrit directement dans les livres de la société et vous pouvez bénéficier des avantages suivants :

- **Information complète et personnalisée** envoyée directement chez vous.
- **Gratuité des frais de garde et des frais de gestion des opérations courantes**, ainsi que taux de courtage préférentiel.
- **Envoi par courrier de votre situation de compte actualisée** ainsi que possibilité de la consulter et de passer des ordres sur un site internet sécurisé GISnomi dédié aux actionnaires au nominatif pur www.gisnomi.bnpparibas.com.



Vos codes d'accès confidentiels vous sont envoyés par BNP Paribas Securities Services après l'inscription de vos titres au nominatif pur.

- **Accès facilité à l'Assemblée Générale** : la convocation vous est directement adressée et vous avez la possibilité de voter par internet sur un site sécurisé dédié www.gisproxy.bnpparibas.com.

- **Dividende** envoyé par chèque à votre domicile ou crédité sur votre compte, sans délai et sans frais.

TRANSFÉREZ GRATUITEMENT ET FACILEMENT VOS ACTIONS AU NOMINATIF PUR

Pour effectuer ce transfert, téléchargez le formulaire à compléter et à transmettre à votre teneur de compte sur le site www.loreal-finance.com/fr/devenir-actionnaire. Nous vous offrons les frais de transferts dans la limite de 50 euros et sur présentation du justificatif de vos frais.

COMMENT ACHETER ET VENDRE DES ACTIONS AU NOMINATIF PUR

Vous devez tout d'abord être titulaire d'un compte au nominatif pur et avoir signé un contrat de prestations boursières que vous pouvez télécharger à l'adresse www.loreal-finance.com/fr/devenir-actionnaire.

PASSER UN ORDRE DE BOURSE

Par courrier

Service Actionnaires L'Oréal
BNP Paribas – Securities Services
Service aux émetteurs
Immeuble Tolbiac
75450 Paris cedex 09

Par fax

De France : 01 55 77 34 17
De l'étranger : + 33 1 55 77 34 17

Par téléphone

avec confirmation écrite. Vous pouvez télécharger le document de confirmation d'ordre, à envoyer dans les 48 heures, sur le site loreal-finance.com
De France : **N° Vert 0 800 66 66 66**
appel gratuit depuis un poste fixe.
De l'étranger : +33 1 40 14 80 50

Par internet

Sur le site sécurisé GISnomi
www.gisnomi.bnpparibas.com

À VOTRE ÉCOUTE



PANEL ÉVOLUTIF D'ACTIONNAIRES

Vous aussi donnez votre avis.

Ces réunions sont organisées pour recueillir votre avis sur le rapport annuel, le site internet et l'Assemblée Générale.

Vous souhaitez y participer : posez votre candidature en téléphonant au 01 47 56 82 65.

À VOTRE RENCONTRE



RÉUNIONS D'ACTIONNAIRES

Posez-nous toutes vos questions.

Bordeaux, Strasbourg, Toulouse, Dijon, Nice, Nantes, Bruxelles... venez dialoguer avec les représentants de L'Oréal et vous tenir informés sur les derniers développements et la croissance de l'activité du groupe.



ACTIONARIA, SALON DE LA BOURSE

Visitez notre stand et découvrez nos métiers.

Salon Actionaria au Palais des Congrès à Paris les 21 et 22 novembre 2008 : une occasion privilégiée pour échanger avec des représentants de L'Oréal et découvrir chaque année une facette de nos métiers.



ASSEMBLÉE GÉNÉRALE

Un moment de dialogue privilégié avec la Direction

Un rendez-vous annuel pour partager avec vous la stratégie, les résultats et les perspectives de votre groupe, sa gouvernance et notre politique à l'égard de nos actionnaires.

VOTRE INFORMATION

EN TEMPS RÉEL

Alertes e-mails

Soyez prévenu de la publication de nos communiqués, lettres aux actionnaires, mémento de l'actionnaire, rapport annuel... en vous inscrivant aux alertes e-mails sur www.loreal-finance.com.



Site Internet

Accédez à l'ensemble de l'information sur www.loreal-finance.com.



Numéro vert

- **N° Vert | 0 800 66 66 66** pour la France (appel gratuit depuis un poste fixe).
- + 33 1 40 14 80 50 à partir de l'étranger

Informez-vous à tout moment sur le cours de l'action en direct, le calendrier des prochaines manifestations actionnariales, le résumé du dernier communiqué grâce au serveur vocal interactif.

Bénéficiez de l'assistance de la plate-forme téléphonique "Actionnaires de L'Oréal" gérée par BNP Paribas et accessible de 8h45 à 18h les jours ouvrés.

Édition mobile du site

Retrouvez l'essentiel de l'information concernant L'Oréal sur votre téléphone portable, à l'adresse mobile.loreal-finance.com.



APPROFONDIE

Rapport annuel Mémento de l'actionnaire

Les télécharger, visualiser ou commander à partir du site internet www.loreal-finance.com ou les commander par téléphone au 01 47 56 82 65.



Lettre aux actionnaires

La télécharger ou s'abonner à partir du site internet www.loreal-finance.com ou la commander par téléphone au 01 47 56 82 65.



Communiqués de presse

Les visualiser ou les télécharger à partir du site internet www.loreal-finance.com, où vous pouvez vous inscrire pour recevoir automatiquement les alertes e-mails.

VOS INTERLOCUTEURS



Jean-Régis Carof,
Directeur des Relations
Actionnaires
et Autorités de Marché



Carolien Renaud-Feitz,
Responsable des Relations
Actionnaires Individuels

NOUS CONTACTER

PAR TÉLÉPHONE

De France :  **N° Vert 0 800 66 66 66**

(appel gratuit depuis un poste fixe)

De l'étranger : +33 1 40 14 80 50

PAR INTERNET

www.loreal-finance.com

PAR COURRIER

Services Actionnaires L'Oréal
BNP Paribas – Securities Services
Service aux émetteurs
Immeuble Tolbiac
75450 Paris cedex 09

L'ORÉAL

Siège administratif
41, rue Martre 92117 Clichy
Tél. : 01 47 56 70 00
Fax : 01 47 56 86 42

CALENDRIER

- 16 juin 2008
Réunion d'actionnaires à Bruxelles
- 19 juin 2008
Réunion d'actionnaires à Bordeaux
- 29 août 2008
Résultats semestriels 2008
- 18 septembre 2008
Réunion d'actionnaires à Strasbourg
- 9 octobre 2008
Réunion d'actionnaires à Toulouse
- 6 novembre 2008
Réunion d'actionnaires à Dijon
- 18 novembre 2008
Réunion d'actionnaires à Nice
- 21 et 22 novembre 2008
Salon Actionaria à Paris
- 1^{er} décembre 2008
Réunion d'actionnaires à Nantes

www.loreal-finance.com



Ce logo certifie que l'origine des fibres utilisées pour la fabrication de ce papier résulte d'une économie forestière intégrée et durable où les politiques en matière d'abattage et de replantage sont respectées.



Le logo *Selected Secondary Fibers* certifie l'utilisation de fibres (secondaires) recyclées issues de matières premières sélectionnées garantissant des matériaux bruts de haute qualité, exempts d'impuretés et mécaniquement robustes.

