

# L'ORÉAL

**CHIFFRE D'AFFAIRES DU 1<sup>ER</sup> SEMESTRE 2008 :**  
**8,646 milliards d'euros**

**+ 5,3% à données comparables**  
**+ 7,1% hors effets monétaires**  
**+ 1,6% à données publiées**

**DANS UN MARCHÉ QUI RESISTE BIEN**  
**L'OREAL RENFORCE SES POSITIONS MONDIALES**

- **Croissance soutenue de la Division Produits Grand Public**
- **Léger redressement en Amérique du Nord**
- **Confirmation d'un fort rythme de croissance des Nouveaux Marchés**

\* \*  
\*

A données comparables, c'est-à-dire à structure et taux de change identiques, l'augmentation du chiffre d'affaire du groupe L'Oréal ressort à +5,3%.

L'effet net de changement de structure, du fait principalement des acquisitions aux Etats-Unis de *PureOlogy*, *Beauty Alliance*, *Maly's West*, *Columbia Beauty Supply*, *CollaGenex Pharmaceuticals*, et de *Canan* en Turquie est de +1,8%.

Les effets monétaires ont eu un impact négatif de -5,5% (sur la base des cours de change du 30 juin 2008, l'impact négatif des effets monétaires s'établirait à -5,5% sur l'ensemble de l'année 2008).

La croissance hors effets de change ressort à +7,1%.

A données publiées, le chiffre d'affaires du groupe, au 30 juin 2008, a atteint 8,646 milliards d'euros en progression de +1,6%.

Commentant ces chiffres, Monsieur Jean-Paul AGON, Directeur Général de L'Oréal, a indiqué : « *Dans un environnement économique que chacun sait difficile, le marché cosmétique résiste bien et L'Oréal continue à surperformer le marché en renforçant ses positions mondiales.*

*Nous avons plusieurs motifs de satisfaction après ce 2<sup>ème</sup> trimestre : le redressement entamé en Amérique du Nord, la confirmation du fort rythme de croissance des nouveaux marchés et la bonne tenue de nos affaires de Produits Grand Public.*

*Notre programme très soutenu deancements au cours du 2<sup>ème</sup> semestre nous rend optimistes sur notre capacité à améliorer notre croissance d'ici la fin de l'année.*

*Nous sommes tous mobilisés pour viser une croissance du chiffre d'affaires comparable de +6%. Nous sommes confiants dans notre capacité à être très proches de cet objectif et à améliorer nos résultats malgré l'impact très négatif des effets monétaires.»*

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

	2 <sup>ème</sup> trimestre 2008			1 <sup>er</sup> semestre 2008		
	M€	Croissance à données		M€	Croissance à données	
		Comparables	Publiées		Comparables	Publiées
<b>Par Division opérationnelle</b>						
Produits Professionnels	629	+2,5%	+2,7%	1 249	+3,8%	+8,3%
Produits Grand Public	2 160	+6,7%	+1,4%	4 307	+5,7%	+0,7%
Produits de Luxe	881	+3,9%	-2,6%	1 811	+4,9%	-1,2%
Cosmétique Active	331	+3,9%	+2,1%	738	+4,4%	+3,0%
<b>Total cosmétique</b>	<b>4 016</b>	<b>+5,1%</b>	<b>+0,8%</b>	<b>8 134</b>	<b>+5,0%</b>	<b>+1,5%</b>
<b>Par zone géographique</b>						
Europe de l'Ouest	1 856	+0,4%	-1,3%	3 795	+1,3%	-0,1%
Amérique du Nord	911	+3,0%	-5,8%	1 804	-0,5%	-6,5%
Reste du monde, dont :	1 249	+14,8%	+9,8%	2 535	+15,7%	+11,0%
- Asie	413	+16,9%	+8,8%	878	+19,4%	+11,4%
- Europe de l'Est	335	+26,1%	+25,7%	694	+25,9%	+24,9%
- Amérique latine	288	+5,8%	+1,3%	530	+4,6%	+0,5%
- Autres pays	213	+8,3%	+2,8%	434	+8,9%	+5,0%
<b>Total cosmétique</b>	<b>4 016</b>	<b>+5,1%</b>	<b>+0,8%</b>	<b>8 134</b>	<b>+5,0%</b>	<b>+1,5%</b>
The Body Shop	166	+7,4%	-3,4%	334	+7,4%	-2,0%
Dermatologie <sup>(1)</sup>	105	+20,7%	+16,6%	178	+17,5%	+11,9%
<b>Total groupe</b>	<b>4 287</b>	<b>+5,5%</b>	<b>+1,0%</b>	<b>8 646</b>	<b>+5,3%</b>	<b>+1,6%</b>

(1) Part revenant au groupe, soit 50 %

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

- La Division des **Produits Professionnels** croît de +3,8 % à données comparables. Elle conquiert de nouveaux salons et gagne des parts de marchés sur l'ensemble des continents.
  - Le pôle des marques de luxe est l'un des moteurs de cette croissance. *Kérastase* se développe avec le succès de *Chroma Riche*, ligne pour les cheveux méchés et *Biotic*, 1<sup>ère</sup> ligne spécialisée dans le soin du cuir chevelu. *Shu Uemura Art of Hair*, marque haut de gamme de soin « à la japonaise », s'implante avec succès dans les salons les plus sélectifs.
  - *L'Oréal Professionnel* poursuit sa stratégie d'addition de cibles avec le succès de sa nouvelle ligne pour homme, et en particulier de son produit de coloration *Cover 5*.
  - La Division des Produits Professionnels a lancé sa nouvelle marque, *Kéraskin Esthetics*, sur le segment du soin de la peau professionnel en cabine, en fort essor dans les salons de luxe multi services.
- Après un 2<sup>ème</sup> trimestre à +6,7%, la Division des **Produits Grand Public** est en croissance de +5,7% à données comparables.
  - En soins de la peau, la Division continue à enregistrer une très forte croissance et des gains de part de marché significatifs. Chez *L'Oréal Paris*, *Derma Genèse* se confirme comme un très grand succès. Les premiers résultats d'*UltraLift Pro-X* de *Garnier* sont très encourageants.
  - En maquillage, *Maybelline New York* réalise une belle progression avec le lancement du fond de teint *Mineral Power* et les nouvelles formules du mascara *Define-A-Lash* ainsi que du rouge à lèvres *Superstay*.
  - En capillaires, *Elsève Boucles Sublimes* et *Re-Nutrition* de *L'Oréal Paris* ainsi que *Garnier Fructis Blond Brilliance* connaissent des débuts très prometteurs.

- Le chiffre d'affaires de la Division des **Produits de Luxe** est en progression de +4,9% à données comparables.
  - En soin de la peau, les bonnes performances de la Division s'expliquent par la réussite des soins anti-âge de *Lancôme* - l'ensemble de la ligne *Rénergie* et le lancement de *Primordiale Cell Defense* - et de *Biotherm* avec le nouveau soin du corps *Cellulilaser*. Le soin masculin est très dynamique grâce au lancement de *Skin Minerals for Men* de *Giorgio Armani* et à la réussite des soins *Biotherm Homme* et *Kiehl's*.
  - En maquillage, il faut souligner la belle performance du nouveau fond de teint *Photogenic Lumessence* de *Lancôme*.
  - En parfum, le succès de *Diesel Fuel for Life* se confirme, tout comme celui de *Emporio Armani Diamonds*. La Division prépare les grands lancements mondiaux de *Magnifique* de *Lancôme* et *Notorious* de *Ralph Lauren* sur le deuxième semestre.
- **Cosmétique Active** a enregistré une croissance de +4,4% à données comparables, tirée par les bonnes performances de la zone « Reste du Monde » et malgré un 1<sup>er</sup> semestre difficile en Europe de l'Ouest.
  - *Vichy* continue sa progression dans les nouveaux marchés, grâce à la réussite des derniers lancements *Aqualia Thermal*, *Vichy Homme* et *Normaderm*.
  - *La Roche-Posay* maintient une croissance rapide grâce au succès du soin visage et de la toilette *Physiologique*.
  - *Innéov* connaît une forte croissance.
  - *Sanoflore* et *SkinCeuticals* poursuivent leur déploiement progressif en Europe.

## Europe de l'Ouest

Le groupe réalise une croissance de +1,3 % à données comparables à 6 mois, grâce à une progression en soin du visage et en maquillage, et malgré le recul des produits saisonniers (solaires et amincissants).

- Dans un contexte de moindre fréquentation des salons, la Division des *Produits Professionnels* poursuit ses gains de part de marché avec les succès de *Kérastase* en Allemagne et en Grande Bretagne, de *L'Oréal Professionnel* qui continue à gagner de nouveaux salons, et la forte progression de *Matrix* en particulier en France.
- La Division des *Produits Grand Public* continue à gagner des positions dans la catégorie des soins du visage, avec *L'Oréal Paris* qui confirme sa place de n°1. *Maybelline New York* fait une très belle progression en maquillage. La croissance est tirée par l'Allemagne, l'Espagne et les Pays-Bas. L'Italie et la Grande-Bretagne améliorent leur rythme au 2<sup>ème</sup> trimestre.
- La performance des *Produits de Luxe* est satisfaisante, la Division renforçant ses positions dans plusieurs pays notamment en France et en Grande-Bretagne. *Lancôme* connaît une grande réussite sur le soin et le maquillage ; *Helena Rubinstein* réalise une belle croissance du fait du mascara *Féline Black* et du relancement de *Collagenist*.
- La Division *Cosmétique Active* enregistre au 1<sup>er</sup> semestre une performance contrastée : *La Roche-Posay* et *Innéov* poursuivent leur développement rapide. *Vichy* connaît cependant un 1<sup>er</sup> semestre difficile du fait d'un fort recul des ventes de produits saisonniers.

## Amérique du Nord

Sur un marché très légèrement positif, le groupe connaît un redressement avec un 2<sup>ème</sup> trimestre en progression de +3,0% à données comparables, soit un cumul de -0,5% à fin juin.

- La Division des *Produits Professionnels* a poursuivi ses gains de part de marché en coloration, grâce au relancement de *Logics*, *color DNA system* de *Matrix*, et à la conquête de nouveaux salons. L'activité revende en soin capillaire et coiffage a toutefois été pénalisée par une baisse de fréquentation des salons. *Kérastase* et *PureOlogy* maintiennent un rythme de croissance soutenu dans les salons haut de gamme.
- La Division des *Produits Grand Public* a connu une croissance en accélération au 2<sup>ème</sup> trimestre, en partie liée à des facturations supplémentaires sur *Maybelline* et *Garnier* à fin juin, dûes à la mise en place du système d'information SAP le 1<sup>er</sup> juillet. Dans un contexte très concurrentiel, la Division renforce son leadership en maquillage grâce aux succès de *Infaillible Lip* et de *Bare Natural* de *L'Oréal Paris*, et de la ligne de fond de teint *Mineral Power* de *Maybelline*. *Garnier* gagne des parts de marché en coloration avec *Nutrisse*, et confirme une percée significative en soin du visage avec *Nutritioniste*.

- La Division des *Produits de Luxe* réalise un 2<sup>ème</sup> trimestre en nette amélioration. *Lancôme* renforce sa position de leader en antiâge grâce notamment au lancement de *Collaser 5x*. *Giorgio Armani* connaît un grand succès avec le lancement de *Face Fabric* en fond de teint. *Shu Uemura* accélère sa croissance.
- La Division *Cosmétique Active* poursuit le déploiement qualitatif de *Vichy* et de *La Roche-Posay* dans les drugstores américains alors que *SkinCeuticals* lance son nouveau soin antioxydant *Phloretine CF*.

## Nouveaux marchés

Avec une progression des ventes de +15,7%, très nettement supérieure à la croissance du marché, le groupe continue de réaliser d'importantes conquêtes.

Le rythme de croissance de la **Zone Asie** reste très élevé à +19,4% à données comparables, avec une progression de +4,3% au Japon, et de +23,5% hors Japon.

- Au Japon, dans un marché plat, le groupe croît par les marques de luxe, le succès de *Maybelline* en grande diffusion et la réussite de *Kérastase* et *L'Oréal Professionnel* chez les coiffeurs.
- La Corée enregistre une croissance proche de +20% dans un marché dynamisé par la très belle progression du luxe.
- La Chine connaît à nouveau une croissance supérieure à 30% tirée, en particulier par *L'Oréal Paris* qui continue ses percées en soin de la peau, mais aussi en fond de teint. La Division des *Produits de Luxe* confirme son leadership. La Division des *Produits Professionnels* est en nette accélération grâce notamment au succès de *Matrix* dans les salons populaires.
- Les pays de l'ASEAN, notamment la Thaïlande, l'Indonésie et la Malaisie bénéficient de la très bonne performance de *Garnier* en soin du visage blanchissant et des succès de *Maybelline*.

La **Zone Europe de l'Est** poursuit sa très forte croissance à +25,9% à données comparables.

- En Russie, la croissance reste forte. La performance de la Division *Produits Grand Public* est homogène entre les 3 marques, et est dynamisée par les succès des colorations *Casting Crème Gloss* de *L'Oréal Paris* et *Color Naturals* de *Garnier*. En soin de la peau, *Derma Genèse* s'impose comme une grande réussite. Les *Produits Professionnels* accentuent fortement leur leadership.
- Le rythme de croissance de la Pologne reste très soutenu, grâce à la performance des *Produits Professionnels* et de *Cosmétique Active*, en particulier *La Roche-Posay*.
- Enfin, l'ensemble des autres pays de la région contribuent de manière significative, comme la Roumanie, la Slovaquie, les Pays Baltes.

La **Zone Amérique latine** réalise une croissance de +4,6% à données comparables pour l'ensemble du semestre ; la situation est contrastée selon les pays :

- L'Argentine, le Venezuela, l'Uruguay, le Chili et le Panama continuent à être en forte croissance dans toutes les Divisions.
- Le Mexique reste difficile du fait d'un ralentissement de la consommation et d'une attitude très conservatrice des distributeurs.
- Les ventes au Brésil sont en amélioration, mais restent pénalisées par l'application d'une nouvelle loi fiscale touchant les cosmétiques dans l'Etat de Sao Paulo.

La **Zone Autres Pays** progresse de +8,9 % à données comparables.

- Le Maroc et le Moyen-Orient continuent à être dynamiques.
- L'Afrique du Sud connaît également une croissance forte, grâce à la marque *SoftSheen Carson*.
- En Inde, *Color Naturals Homme* et *Fructis Sleek&Shine* de *Garnier* viennent d'être lancés.

## The Body Shop

A données comparables, le chiffre d'affaires de **The Body Shop** a augmenté de +7,4%.

Les ventes de détail (1) ont augmenté de +6,1%. A parc de magasins identique (2), ces ventes se sont accrues de +0,9%.

Les ventes de détail ont été particulièrement fortes en Asie hors Japon et en Europe de l'Est. La situation reste plus difficile aux Etats-Unis.

Le premier semestre a été marqué par le succès de la gamme de bain et corps *Moringa*. En parfum, il faut noter la réussite de *White Musk Blush* et de *Japanese Cherry Blossom*.

39 magasins ont été ouverts depuis le début de l'année portant leur nombre à 2 465.

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

(2) Ventes de détail à parc de magasins identique : total des ventes aux consommateurs réalisées par les magasins continûment présents entre le 1er janvier et le 30 juin 2007 et la même période de 2008.

## Dermatologie

*Galderma* poursuit sa dynamique de croissance avec un chiffre d'affaires en augmentation de +17,5%, à données comparables, et de +21,3% avec l'effet de structure. *Galderma* accroît fortement ses parts de marché, particulièrement aux Etats-Unis.

- Les marques de prescription *Différine*® (acné), *Clobex*® (psoriasis), *Metrogel*® (rosacée) et *Locéryl*® (onychomycose) ont enregistré d'excellents résultats.
- *Epiduo*®, association médicamenteuse unique dans le traitement de l'acné, a été lancé avec succès en Argentine et dans plusieurs pays d'Europe.
- L'acquisition de la société américaine *CollaGenex Pharmaceuticals* est effective depuis le 10 avril 2008. *Oracea*®, le premier produit approuvé pour le traitement de la rosacée par voie orale aux Etats-Unis, vient enrichir le portefeuille de produits de prescription.

## Faits marquants de la période

- L'Assemblée Générale Mixte réunie le 22 avril 2008 a notamment approuvé les comptes sociaux et consolidés de l'exercice 2007, décidé la distribution d'un dividende de 1,38€ par action mis en paiement le 30 avril, ratifié la cooptation de Monsieur Charles-Henri Filippi en qualité d'administrateur et renouvelé le mandat d'administrateur de Monsieur Bernard Kasriel.
- Le 30 juin 2008, L'Oréal et PPR ont signé l'accord définitif de transfert effectif d'Yves Saint Laurent Beauté à L'Oréal, conformément aux termes du projet d'accord stratégique communiqué le 23 janvier 2008. YSL Beauté est consolidée depuis le 30 juin 2008.
- Depuis le 1<sup>er</sup> juin 2008, L'Oréal détient 100 % du capital de *Club des Créateurs de Beauté*, conformément à l'accord signé le 3 mars 2008 avec 3 Suisses International.
- Dans le cadre du programme de rachat d'actions décidé par le Conseil d'Administration du 27 juin 2007, L'Oréal a acquis, entre le 1<sup>er</sup> avril et le 17 juin 2008, 3 257 000 de ses actions pour un montant de 269 M€. Conformément à la 7<sup>ème</sup> résolution votée par l'Assemblée Générale du 22 avril 2008, le Conseil d'Administration a décidé, le 19 juin 2008, le lancement d'un nouveau programme de rachat d'actions L'Oréal pour un montant identique à celui du programme précédent, soit un maximum de 1250 M€. En application de ce nouveau programme, 962 000 actions ont été acquises entre le 20 et le 30 juin 2008, pour un montant de 66,7 M€.

---

*«Ce communiqué ne constitue pas une offre de vente ou la sollicitation d'une offre d'achat de titres L'Oréal. Si vous souhaitez obtenir des informations plus complètes concernant L'Oréal, nous vous invitons à vous reporter aux documents publics déposés en France auprès de l'Autorité des Marchés Financiers, également disponibles en version anglaise sur notre site Internet [www.loreal-finance.com](http://www.loreal-finance.com). Ce communiqué peut contenir certaines déclarations de nature prévisionnelle. Bien que la Société estime que ces déclarations reposent sur des hypothèses raisonnables à la date de publication du présent communiqué, elles sont par nature soumises à des risques et incertitudes pouvant donner lieu à un écart entre les chiffres réels et ceux indiqués ou induits dans ces déclarations.»*

**Contacts à L'ORÉAL (standard : 01.47.56.70.00)**

Actionnaires individuels  
et Autorités de Marché  
**M. Jean-Régis CAROF**  
Tel : 01.47.56.83.02  
[icarof@dgaf.loreal.com](mailto:icarof@dgaf.loreal.com)

Analystes financiers et  
Investisseurs Institutionnels  
**Mme Caroline MILLOT**  
Tel : 01.47.56.86.82  
[cmillot@dgaf.loreal.com](mailto:cmillot@dgaf.loreal.com)

Journalistes  
**Mme Guylaine MERCIER**  
tel : 01.47.56.40.24  
[gmercier@dgc.loreal.com](mailto:gmercier@dgc.loreal.com)

Pour plus d'informations, veuillez consulter les banques, les sociétés de bourse ou les établissements financiers (Code I.S.I.N. : FR0000120321), ainsi que vos journaux habituels ou le site Internet dédié aux actionnaires et investisseurs, <http://www.loreal-finance.com>, ou sa version mobile sur votre téléphone portable, <http://mobile.loreal-finance.com>, ou contacter le numéro vert : 0.800.66.66.66 (appel gratuit).

Annexe :

**Chiffre d'affaires du groupe L'Oréal 2007/2008**  
(En millions d'euros)

	<b>2007</b>	<b>2008</b>
<u>Premier trimestre :</u>		
Cosmétique	4 030	4 118
The Body Shop	169	168
Dermatologique	69	73
<b>Total premier trimestre</b>	<b>4 268</b>	<b>4 359</b>
<u>Deuxième trimestre :</u>		
Cosmétique	3 984	4 016
The Body Shop	172	166
Dermatologique	90	105
<b>Total deuxième trimestre</b>	<b>4 246</b>	<b>4 287</b>
<u>Premier semestre :</u>		
Cosmétique	8 014	8 134
The Body Shop	341	334
Dermatologique	159	178
<b>Total premier semestre</b>	<b>8 514</b>	<b>8 646</b>
<u>Troisième trimestre :</u>		
Cosmétique	3 849	
The Body Shop	180	
Dermatologique	96	
<b>Total troisième trimestre</b>	<b>4 125</b>	
<u>Neuf mois :</u>		
Cosmétique	11 863	
The Body Shop	521	
Dermatologique	255	
<b>Total neuf mois</b>	<b>12 639</b>	
<u>Quatrième trimestre :</u>		
Cosmétique	4 045	
The Body Shop	266	
Dermatologique	112	
<b>Total quatrième trimestre</b>	<b>4 423</b>	
<u>Année :</u>		
Cosmétique	15 908	
The Body Shop	787	
Dermatologique	368	
<b>Total année</b>	<b>17 063</b>	