

L'ORÉAL

L'Oréal annonce une prise de participation majoritaire par The Body Shop dans Emporio Body Store au Brésil

Clichy / Rio de Janeiro / Londres 15 octobre 2013 - L'Oréal annonce l'acquisition par The Body Shop de 51 % de **Emporio Body Store** au Brésil avec l'option de porter sa participation à 80 % du capital d'ici à 2019.

Créé en 1997 à Porto Alegre par Tobias Chanan, Emporio Body Store commercialise des gammes complètes de produits cosmétiques qu'il distribue par un réseau de franchisés.

Le Brésil est la première économie d'Amérique Latine avec une population de 200 millions d'habitants et un PIB par habitant de près de 12 100 US\$*. Le marché de la beauté au Brésil connaît une expansion soutenue et régulière qui en fait le 4ème marché au monde**.

Emporio Body Store a réalisé en 2012 un chiffre d'affaires consolidé de 20 millions de Réals (environ 7 millions d'euros). L'affaire s'est fortement développée depuis 2011 et l'entrée au capital de M. Helio Seibel (Grupo Ligna) en tant qu'actionnaire majoritaire, passant de 36 points de vente en 2010 à 84 points de vente fin 2012, et environ 130 fin 2013.

Le fondateur d'Emporio Body Store, M. Tobias Chanan, conserve la direction du groupe avec l'objectif de développer l'affaire dans le circuit de la franchise. La Société proposera aux consommateurs brésiliens une offre élargie avec le meilleur de la gamme The Body Shop ainsi que de nouveaux produits développés localement avec le Centre de Recherche de L'Oréal à Rio de Janeiro et selon le strict cahier des charges et valeurs de la marque The Body Shop.

Jeremy Schwartz, Président-directeur général The Body Shop a déclaré : « *Je suis très heureux de lancer la marque The Body Shop au Brésil au travers de ce nouveau projet avec Emporio Body Store. C'est une formidable opportunité pour proposer les produits The Body Shop aux consommateurs Brésiliens exigeants et en quête de produits naturels et sensoriels* ».

Tobias Chanan, fondateur et CEO de Emporio Body Store, a déclaré : « *Nous sommes enchantés d'associer Emporio Body Store à The Body Shop et au groupe L'Oréal. Nous avons trouvé une grande affinité avec The Body Shop : grâce à nos valeurs, notre vision et notre culture communes, nous aurons l'opportunité d'accélérer fortement notre entreprise au Brésil.* »

L'opération, soumise à l'approbation de l'Autorité Brésilienne Antri-trust CADE, devrait être finalisée avant la fin de l'année.

A propos de L'Oréal

Leader mondial de la beauté, L'Oréal est au service de toutes les beautés du monde depuis plus de 100 ans avec un portefeuille unique de 28 marques internationales, diverses et complémentaires. L'Oréal a réalisé en 2012 un chiffre d'affaires consolidé de 22,5 milliards d'euros et compte 72 600 collaborateurs dans le monde. En 2013, l'Institut Ethisphere, un groupe de réflexion international de premier plan pour l'éthique des affaires, la responsabilité sociale des entreprises et le développement durable a désigné L'Oréal comme l'une des sociétés les plus éthiques au monde. C'est la quatrième fois que L'Oréal reçoit cette distinction.

À propos de L'Oréal Brésil

Présent au Brésil depuis 1959, L'Oréal Brésil est l'un des principaux acteurs du marché de la beauté. Avec un portefeuille de 24 marques internationales distribuées via plusieurs canaux de distribution, L'Oréal Brésil répond à la demande très variée et forte des consommateurs brésiliens. L'Oréal Brésil compte ainsi 2 500 collaborateurs, deux usines, l'une à São Paulo et l'autre à Rio de Janeiro, et un centre de Recherche et Innovation avec 80 chercheurs à Rio de Janeiro. Le laboratoire brésilien a développé des produits ayant rencontré un succès mondial. L'Oréal Brésil est une source d'innovation et d'inspiration pour l'ensemble du groupe L'Oréal.

A propos de The Body Shop

La marque de produits de beauté The Body Shop a été fondée en 1976 par Dame Anita Roddick à Littlehampton en Angleterre. Pionnière dans l'activisme social, cette marque s'est donnée pour philosophie d'agir pour le bien du monde par le commerce. L'Oréal en fait l'acquisition en 2006. Avec pour slogan « De la beauté et du cœur » (« Beauty with Heart »), The Body Shop reste attachée à ses cinq valeurs fondamentales : lutter contre les tests sur animaux, soutenir le commerce équitable, encourager l'estime de soi, défendre les droits de l'homme et protéger la planète. Tous ses produits sont créés avec les meilleurs ingrédients venus des quatre coins du monde. Ils ne sont pas testés sur des animaux. Cette année, The Body Shop été élue « Entreprise internationale de l'année » (International Business of the Year) par la prestigieuse organisation britannique Business in the Community pour son programme d'approvisionnement pionnier dans le domaine du commerce équitable. Ce programme soutient plus de 300 000 personnes dans 21 pays. The Body Shop compte plus de 2 800 points de vente dans 63 pays.

A propos de Emporio Body Store

Emporio Body Store a la conviction que les cosmétiques vont bien au-delà du produit. Parmi ses valeurs phares, la relation des femmes à la beauté est celle d'une expérience de shopping synonyme de plaisir et d'une utilisation des cosmétiques agréable et chaleureuse. Célèbre pour ses crèmes aux parfums intenses et aux textures sensuelles, la société fondée par Tobias Chanan a commencé son histoire en 1997 avec le savon artisanal enrichi en huiles essentielles et en beurre. Au cours des trois dernières années, la marque brésilienne s'est nettement démarquée sur le marché des cosmétiques avec une forte croissance, qui lui vaut de compter environ 130 points de vente dans 58 villes à fin 2013. Le "merchandising" visuel est l'un des principaux atouts de la marque. Dans une ambiance de grand magasin, chaque produit raconte une histoire qui présente l'origine des ingrédients et le concept de chaque modèle, en plus de la possibilité de personnaliser les cadeaux au moment de l'achat.

(*) source : IMF 2012

(**) source : Beauty Market Survey 2012 – Marché beauté hors rasoirs et lames, savons et hygiène orale (prix fabricants)

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

Contacts L'ORÉAL (standard : 01.47.56.70.00)

Actionnaires individuels et Autorités de Marché

M. Jean Régis CAROF
Tel: 01.47.56.83.02
Jean-Regis.CAROF@loreal.com

Analystes financiers et Investisseurs Institutionnels

Mme Françoise LAUVIN
Tel: 01.47.56.86.82
Francoise.LAUVIN@loreal.com

Journalistes

Mme Clémence FUGAIN
Tel: 01.47.56.83.06
Clemence.FUGAIN@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 contacter le numéro vert : 0.800.66.66.66 (appel gratuit).