

## Résultats annuels 2009

### **AVEC DES RESULTATS SOLIDES ET DE QUALITE L'OREAL S'EST BIEN PREPARE POUR UNE REPRISE DE LA CROISSANCE EN 2010**

- **Chiffre d'affaires 2009 : 17,5 milliards d'euros**
- **Bonne qualité du Résultat d'exploitation**
  - Amélioration du taux de marge brute
  - Réduction des frais administratifs et commerciaux
  - Progression des dépenses de recherche et des moyens publi-promotionnels
- **Forte progression du cash flow**
- **Bénéfice net par action\* à 3,42 euros**
- **Augmentation du dividende\*\* à 1,50 euro (+4,2%)**

#### **COMMENTAIRES :**

Le Conseil d'Administration de L'Oréal s'est réuni le 15 février 2010 sous la Présidence de Sir Lindsay Owen-Jones et en présence des Commissaires aux Comptes. Le Conseil a arrêté les comptes consolidés et les comptes sociaux pour l'exercice 2009.

Commentant les résultats annuels, Monsieur Jean-Paul Agon, Directeur Général de L'Oréal, a indiqué :  
« *Après un début d'année difficile dû à une contraction des écoulements et une réduction drastique des inventaires par les distributeurs, le marché cosmétique s'est progressivement amélioré pour finir légèrement positif. Dans ce contexte, L'Oréal a bien traversé la crise et confirme sa position de leader mondial de la beauté.*

*2009 aura été un cru d'innovation exceptionnel, une année de très bonne dynamique des Produits Grand Public, de forte conquête de nouveaux salons de coiffure et de croissance rapide dans les nouveaux marchés. Le groupe termine l'année avec des résultats d'exploitation de qualité, un cash flow record et une situation financière très robuste.*

*Nous avons également consacré l'année à préparer l'avenir par trois changements stratégiques majeurs : l'élargissement de la base de consommateurs avec pour objectif de gagner un milliard de nouveaux consommateurs, la transformation en profondeur de l'entreprise pour la rendre plus forte et plus flexible, enfin, l'augmentation volontariste des investissements en recherche et en moyens publi-promotionnels pour accélérer la croissance.*

*Au total, L'Oréal sort renforcé de l'année 2009 et s'est bien préparé pour repartir, dès 2010, en croissance de son chiffre d'affaires et de ses résultats. »*

Par ailleurs, le Conseil d'Administration a décidé de proposer à l'Assemblée Générale du 27 avril 2010, le versement d'un dividende de 1,50 € par action, en augmentation de +4,2% par rapport à 2008.

A l'issue du Conseil, Sir Lindsay Owen-Jones a déclaré : « *L'année 2009 se conclut par des résultats de grande qualité, dans un contexte économique vraiment exceptionnel. Grâce à l'énergie, l'imagination et la combativité de Jean-Paul Agon et de ses équipes, le groupe a su se renouveler et préparer l'avenir. La proposition du Conseil d'Administration de verser un dividende de 1,50 euro exprime notre confiance dans la solidité de L'Oréal ainsi que le juste souci d'équilibre auquel nous sommes particulièrement attachés. »*

Le Conseil a décidé de reconduire la dissociation des fonctions de Président et de Directeur Général, et de renouveler Sir Lindsay Owen-Jones dans ses fonctions de Président et Monsieur Jean-Paul Agon dans ses fonctions de Directeur Général lors de sa réunion devant se tenir à l'issue de l'Assemblée Générale du 27 avril 2010, sous réserve du renouvellement de leur mandat d'administrateur. Cette reconduction et les rémunérations du Président et du Directeur Général feront prochainement l'objet d'un communiqué mis en ligne sur le site de la société.

\* bénéfice net par action dilué, calculé sur le résultat net hors éléments non récurrents part du groupe.

\*\* proposé à l'Assemblée Générale du 27 avril 2010.

## A – Evolution du chiffre d'affaires 2009

**A données comparables**, c'est-à-dire à structure et taux de change identiques, l'évolution du chiffre d'affaires du groupe L'Oréal ressort à -1,1%.

**L'effet net de changement de structure**, du fait des acquisitions d'YSL Beauté, de CollaGenex Pharmaceuticals et de la consolidation à 100% de Club des Créateurs de Beauté est de +1,9%.

**Les effets monétaires** ont eu un impact négatif de -1,2%.

**La croissance à taux de change constants** ressort à +0,8%.

**A données publiées**, le chiffre d'affaires du groupe, au 31 décembre 2009, a atteint 17,473 milliards d'euros en baisse de -0,4%.

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

	4 <sup>ème</sup> M€	trimestre Croissance Comparables	2009 à données Publiées	Au 31 M€	décembre Croissance Comparables	2009 à données Publiées
<b>Par division opérationnelle</b>						
Produits Professionnels	581,6	-1,5 %	-6,7 %	2 388,5	-3,3 %	-3,4 %
Produits Grand Public <sup>(1)</sup>	2 074,8	5,2 %	-0,2 %	8 555,2	3,2 %	1,5 %
Produits de Luxe	1 159,9	-4,7 %	-9,1 %	4 079,6	-9,0 %	-2,2 %
Cosmétique Active	260,1	1,1 %	-3,4 %	1 233,8	-1,5 %	-4,3 %
<b>Total cosmétique</b>	<b>4 076,4</b>	<b>1,0 %</b>	<b>-4,0 %</b>	<b>16 257,2</b>	<b>-1,5 %</b>	<b>-0,6 %</b>
<b>Par zone géographique</b>						
Europe de l'Ouest	1 714,7	-6,1 %	-6,9 %	7 036,6	-6,3 %	-4,7 %
Amérique du Nord	904,6	-0,8 %	-10,4 %	3 801,9	-3,4 %	1,7 %
Reste du Monde, dont :	1 457,1	12,2 %	4,5 %	5 418,7	7,2 %	3,4 %
- Asie	559,8	12,6 %	4,9 %	2 147,8	8,3 %	16,5 %
- Europe de l'Est	335,8	11,3 %	-3,8 %	1 212,8	3,3 %	-12,1 %
- Amérique latine	320,0	10,3 %	3,7 %	1 138,4	11,2 %	-1,1 %
- Afrique, Orient, Pacifique	241,4	15,3 %	18,7 %	919,7	5,0 %	6,7 %
<b>Total cosmétique</b>	<b>4 076,4</b>	<b>1,0 %</b>	<b>-4,0 %</b>	<b>16 257,2</b>	<b>-1,5 %</b>	<b>-0,6 %</b>
The Body Shop	240,9	3,9 %	-2,0 %	726,3	0,7 %	-3,9 %
Dermatologie <sup>(2)</sup>	151,2	14,2 %	10,3 %	489,1	10,8 %	14,6 %
<b>Total groupe</b>	<b>4 468,5</b>	<b>1,5 %</b>	<b>-3,5 %</b>	<b>17 472,6</b>	<b>-1,1 %</b>	<b>-0,4 %</b>

(1) Après reclassement de l'activité « Vente à distance » dans la Division Produits Grand Public.

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

## 1) Evolution du chiffre d'affaires cosmétique

### PRODUITS PROFESSIONNELS

**Dans un marché de la coiffure fortement impacté par le contexte économique, la Division Produits Professionnels réalise une année 2009 à -3,3% en comparable et renforce significativement ses positions dans toutes les régions du monde, avec une amélioration régulière au cours de la 2<sup>ème</sup> partie de l'année.**

- En 2009 les initiatives mises en œuvre pour contrer les effets de la crise ont permis de convertir un nombre record de salons de coiffure aux marques de la division et d'être ainsi en position de force pour le redémarrage de l'activité.  
*Matrix* a poursuivi son développement dans les relais de croissance ; *Redken* réalise une belle performance aux Etats-Unis; *Pureology* se déploie en Europe de l'Ouest ; *Kérastase* a bien résisté, et *L'Oréal Professionnel* a pris des initiatives majeures pour renforcer son leadership.  
En soin du cheveu, *Force Vector* de *L'Oréal Professionnel* pour les cheveux cassants, *Age Premium* de *Kérastase* et *Rejuvathérapie* de *Matrix* pour les cheveux matures, *Color Extend* de *Redken* pour les cheveux colorés sont les succès de l'année. Les services techniques *Oléo Relax Slim* et *Volumorphose* ont soutenu l'activité de *Kérastase*.  
En coloration, la fin de l'année est marquée par une forte activité avec les lancements de *Dream Age* de *Matrix* et *Cover Fusion* de *Redken* pour les femmes matures. *L'Oréal Professionnel* crée la très grande innovation couleur, *Inoa*, 1<sup>ère</sup> coloration d'oxydation permanente sans ammoniacque à l'Oil Delivery System. Lancée en Septembre 2009 en Europe, *Inoa* rencontre un succès sans précédent et est récompensée par le Prix d'Excellence Marie-Claire.
- En Europe de l'Ouest, la division connaît une légère amélioration depuis septembre, notamment grâce à *Inoa*, et gagne des parts de marché dans de nombreux pays comme l'Allemagne, l'Autriche et les pays scandinaves. En Amérique du Nord, le chiffre d'affaires est affecté par la forte décroissance du marché, mais la division accentue son leadership, en particulier grâce à *Redken*. En décembre, deux nouvelles acquisitions de distributeurs américains, *Maly's Midwest* et *Marshall Salon Services*, sont venues compléter le réseau *SalonCentric*.  
La zone Reste du Monde demeure dynamique avec de fortes croissances au Brésil, en Inde et en Chine où la division connaît un grand succès avec ses permanentes et accroît ses efforts d'éducation pour construire les marchés professionnels de demain.

### PRODUITS GRAND PUBLIC

**La Division Produits Grand Public affiche une croissance annuelle de +3,2% à données comparables avec un 4<sup>ème</sup> trimestre à +5,2%. Le 2<sup>ème</sup> semestre a donc marqué une forte reprise des facturations, soutenue en particulier par les marques *Garnier* et *Maybelline*, la dynamique des nouveaux marchés, et des progressions rapides en soin de la peau. Sur l'ensemble de l'année, la division croît légèrement plus vite que le marché mondial.**

- *L'Oréal Paris* réalise un bon second semestre grâce à un important programme d'innovations dans toutes les catégories, en particulier en maquillage avec les lancements, au 4<sup>ème</sup> trimestre, du fond de teint *Roll'on Accord Parfait* et du mascara *Double Extension* au sérum ré-activant.  
*Garnier* connaît une progression rapide grâce à une forte croissance en soins de la peau, où la marque réalise d'importantes percées en Asie et confirme les positions prises aux Etats-Unis. Elle enregistre de fortes croissances dans les pays relais et réussit son entrée dans ses nouvelles catégories : les déodorants en Amérique latine et en Europe de l'Est et les soins pour hommes en Inde et en Asie.  
*Maybelline* se développe de manière rapide et homogène dans toutes les zones, notamment grâce aux succès du rouge à lèvres *Color Sensational*.
- En Europe de l'Ouest, la division évolue légèrement moins vite que son marché, lequel est resté positif. La situation reste contrastée avec d'un côté la Grande-Bretagne et l'Allemagne qui restent dynamiques à l'écoulement et de l'autre l'Espagne où le marché demeure extrêmement difficile, et où les positions de la division sont traditionnellement fortes.  
En Amérique du Nord, dans un marché resté stable, la division améliore ses positions, avec des gains de part de marché en soins capillaires et en soins de la peau.  
Dans la zone Reste du Monde les marchés poursuivent leur dynamique. En Europe de l'Est, en particulier en Russie, la division progresse dans toutes les catégories, grâce à la percée des déodorants *Garnier* et à la poursuite du succès de *L'Oréal Paris* en coloration.

En Amérique latine, notamment au Brésil, la division connaît une forte croissance tirée par les soins capillaires *Elsève* de *L'Oréal Paris* qui progressent dans toute la zone, et les déodorants *Garnier* qui continuent à gagner des parts de marché.

En Asie, la division enregistre de très fortes croissances avec les soins de la peau *L'Oréal Paris* et *Garnier*. Au Japon, dans un marché très déprimé, la division progresse grâce au succès de *Maybelline*. En Inde, *Garnier* réalise une très forte croissance dans toutes les catégories et implante avec succès sa gamme *Garnier Men*.

## PRODUITS DE LUXE

**La Division Produits de Luxe termine 2009 à -9% à données comparables et -2,2% en publié avec la consolidation d'YSL Beauté. L'écart important entre les livraisons aux distributeurs et la consommation finale vient d'un effet de déstockage qui a touché la plupart des régions. La fin de l'année a montré un redressement des écoulements et sur l'ensemble de l'année, la division tient ses positions mondiales à l'écoulement. La faiblesse du marché du parfum ainsi que la situation particulièrement difficile de certains marchés d'Europe de l'Ouest, où les marques de la division sont leaders, ont pénalisé sa performance.**

- *Lancôme* réalise deux percées technologiques majeures en soin anti-âge : *Génifique* sur le territoire de la génomique, couronné par le Prix d'Excellence Marie-Claire, connaît un succès commercial retentissant, et *Absolute Precious Cells*, sur celui des cellules souches également. En maquillage, *Lancôme* réalise une grande année en mascara avec les lancements d'*Hypnôse Drama* et d'*Oscillation Power Booster*. *Yves Saint Laurent* connaît une nette accélération de ses écoulements en 2009, particulièrement en fin d'année aux Etats-Unis et en France, grâce aux succès des parfums *La Nuit de l'Homme*, *L'Homme Yves Saint Laurent*, *Parisienne*, et *Opium*, et en maquillage avec *Teint Resist*, Prix d'Excellence Marie-Claire.  
*Kiehl's* enregistre une très forte croissance mondiale, portée notamment par l'Asie, et lance la ligne de soin bio *Açai*. *Diesel* progresse nettement et place le parfum masculin *Only The Brave* parmi les meilleurs lancements. *Biotherm* innove avec *Skin Vivo*, très belle avancée dans le soin de la peau.
- En Europe de l'Ouest, la division enregistre une amélioration de ses écoulements au 4<sup>ème</sup> trimestre, en particulier en France et au Royaume-Uni, grâce à *Yves Saint Laurent*, *Lancôme* et *Diesel*. Le déstockage s'est poursuivi dans les pays d'Europe du Sud.  
En Amérique du Nord, la division évolue en ligne avec le marché, et plus vite sur les marques *Lancôme* et *Yves Saint Laurent*. Elle progresse également fortement dans les distributions alternatives en TV Home shopping et sur internet. Le marché des parfums est resté difficile.  
Dans la zone Reste du Monde, si le Moyen-Orient a été nettement plus difficile, il faut en revanche noter l'accélération en Asie qui affiche une croissance à deux chiffres à l'écoulement, supérieure à celle du marché, en particulier grâce à *Lancôme* et *Kiehl's* dont les ventes progressent très rapidement en Corée et qui a démarré avec succès au Japon et en Chine.  
Le Travel Retail a été en net recul sur l'ensemble de l'année, mais avec un 4<sup>ème</sup> trimestre positif porté par l'Asie.

## COSMETIQUE ACTIVE

**Le chiffre d'affaires annuel de la Division Cosmétique Active est à -1,5 % à données comparables. Le 4<sup>ème</sup> trimestre montre à nouveau une amélioration à +1,1% à données comparables et confirme le redressement de l'activité par rapport au 1<sup>er</sup> semestre. Mondialement, la division confirme sa position de leader de la dermo-cosmétique.**

- *La Roche-Posay* se développe fortement dans toutes les zones géographiques et sur l'ensemble des catégories.  
*Vichy* maintient son leadership grâce à des opérations de recrutement de nouveaux consommateurs et à des activités soutenues sur les soins du visage avec le lancement de *Neovadiol GF*, et dans les autres catégories avec le lancement des *Essentielles*, la nouvelle gamme d'entrée de *Vichy*.  
*SkinCeuticals* réalise une bonne croissance grâce au succès du nouveau sérum *Phloretin CF* et au déploiement de la marque hors Etats-Unis.  
*Innéov* continue à gagner des parts de marché.

- L'Europe de l'Ouest est en retrait, compte tenu du déstockage des grossistes et parapharmacies, mais aussi des difficultés de *Vichy* et d'*Innéov* sur les produits saisonniers. En Amérique du Nord, la division continue à gagner des parts de marché dans un contexte de fort ralentissement de l'activité des cabinets de médecins et des spas. La zone Reste du Monde est contrastée. Du fait des difficultés financières de certains distributeurs, les ventes sont en recul en Europe de l'Est. L'Amérique latine progresse fortement.

## Synthèse multi-divisions par zone géographique

### EUROPE DE L'OUEST

- La performance annuelle s'inscrit à -6,3 % à données comparables. Le groupe évolue toujours favorablement au Royaume-Uni, tandis que la France, l'Italie et plus particulièrement l'Espagne et le Travel Retail continuent à peser sur les performances de la zone. L'effet de déstockage des distributeurs, particulièrement sensible dans le luxe, diminue progressivement.

### AMERIQUE DU NORD

- La situation s'améliore en fin d'année avec un 4<sup>ème</sup> trimestre à -0,8% à données comparables, ce qui permet au groupe de terminer 2009 à -3,4%. Sur l'ensemble de l'année, le groupe évolue légèrement mieux que le marché à l'écoulement. La division Luxe s'est redressée durant les derniers mois avec les succès de *Lancôme* et *Yves Saint Laurent*. Les Produits Professionnels réalisent une de leurs meilleures années en gain de parts de marché grâce notamment à la stratégie de distribution initiée il y a 3 ans avec le rachat de distributeurs. Les Produits Grand Public progressent légèrement plus vite que le marché.

### RESTE DU MONDE

- **Asie :** La croissance du groupe accélère au 4<sup>ème</sup> trimestre à +12,6% à données comparables et +17,9 % hors Japon. Pour l'ensemble de l'année, le groupe affiche une croissance de +8,3%, dans un marché stagnant en raison d'une consommation très déprimée au Japon. Hors Japon, la progression du groupe est de +12,2%. L'Oréal renforce ses positions dans les 3 grands marchés de la zone : Japon, Corée et Chine et dans de nouveaux marchés comme l'Indonésie. La catégorie des soins de la peau se développe toujours rapidement. En Chine, où le groupe enregistre un nouveau gain de part de marché, la gamme de soin du cheveu *L'Oréal Hair Expertise* lancée à l'été connaît un très bon démarrage.
- **Europe de l'Est :** Après un début d'année difficile pour le marché, les ventes ont fortement accéléré au cours du dernier trimestre en croissance de +11,3%, ce qui permet à L'Oréal de finir l'année à +3,3 %. Le groupe renforce ses positions, en particulier les Produits Grand Public. Le contraste est très important : l'évolution de la Hongrie et de la République Tchèque reste négative, tandis que l'Ukraine est en forte croissance, et la Russie connaît une forte progression en fin d'année. Le groupe a créé une filiale au Kazakhstan.
- **Amérique latine :** Les ventes progressent de +11,2% à données comparables. Tous les grands pays ont été en croissance. Le Brésil a accéléré, terminant l'année à +15%. L'Argentine et le Chili affichent des croissances à 2 chiffres. Le Mexique s'améliore progressivement et retrouve une évolution positive avec la percée en capillaire d'*Elvive Total Repair 5* de *L'Oréal Paris*.
- **Afrique, Orient, Pacifique :** Les ventes progressent de +5% à données comparables, avec un 4<sup>ème</sup> trimestre en forte accélération à +15,3%. La situation a été très contrastée : l'Inde en croissance de +31,5 %, est repartie en pleine conquête, tirée par la marque *Garnier*. L'Afrique du Sud connaît une belle croissance. Les Pays du Golfe en revanche, ont connu une année très difficile du fait de la Division Produits de Luxe frappée de plein fouet par la crise de la région. Le groupe a créé des filiales en Egypte et au Pakistan.

## 2) Evolution du chiffre d'affaires de The Body Shop

The Body Shop termine l'année en croissance de +0,7%. Les ventes de détail <sup>(1)</sup> ont progressé de +1,0%. A parc de magasins identique <sup>(2)</sup>, les ventes sont à -0,6%. The Body Shop résiste bien dans un marché retail qui a beaucoup souffert et enregistre une progression solide dans la plupart des pays d'Asie, du Moyen Orient et d'Europe continentale. En revanche, la fréquentation des magasins souffre de la conjoncture notamment au Royaume-Uni et en Amérique du Nord.

The Body Shop poursuit sa stratégie d'innovations avec les lancements de *Nutrganics*, sa première gamme de soins de la peau bio et *Love etc.*, parfum à base à base de cane à sucre biologique issue du commerce équitable. La marque a également lancé la gamme *The Originals*, qui regroupe 11 produits emblématiques de The Body shop vendus à un prix attractif.

La marque a étendu sa présence et sa visibilité avec l'ouverture de nouveaux points de vente dans les aéroports.

Fin 2009, The Body Shop compte 2 550 magasins dans 63 pays.

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

<sup>(2)</sup> Ventes de détail à parc de magasins identique : total des ventes aux consommateurs réalisées par les magasins continûment présents entre le 1er janvier et le 31 décembre 2008 et la même période de 2009.

## 3) Evolution du chiffre d'affaires de Galderma

Galderma réalise une année de croissance solide avec un chiffre d'affaires en progression de +10,8% à données comparables. La zone Amérique du Nord a vu ses ventes croître de +9,5%. Les ventes en Europe et dans la zone Reste du Monde sont en croissance à deux chiffres. Le laboratoire enregistre en 2009 la plus forte progression en valeur sur le marché de la dermatologie et atteint une part de marché record.

La molécule adapalène, référence mondiale dans le traitement topique de l'acné, commercialisée à travers *Epiduo* et *Différine*, continue de gagner des parts de marché au niveau mondial. *Epiduo* a été approuvé dans plusieurs nouveaux pays sur les cinq continents et a connu la plus forte croissance du marché dermatologique. Au Japon, *Différine* 0,1% gel poursuit sa conquête du marché des traitements de l'acné, un an après son lancement. *Oracea* (traitement de la rosacée) a été approuvé en Europe, tout comme *Clobex Shampooing* (traitement du psoriasis). *Azzalure*, toxine botulique de type A développée spécifiquement pour corriger les rides glabellaires, a été lancé avec succès sur le marché européen. *Vectical* a été approuvé aux Etats-Unis et s'est rapidement imposé comme un traitement phare contre le psoriasis.

## **B - Faits marquants de la période du 1/10/09 au 31/12/09**

- Le 31 décembre 2009, L'Oréal USA, filiale de L'Oréal a acquis, par sa division SalonCentric, Maly's Midwest et Marshall Salon Services. Ces 2 sociétés fournissent plus de 40 000 salons de coiffure répartis sur 8 états du Middle West à travers un réseau de 120 représentants et de 90 magasins réservés aux professionnels. Ensemble, elles ont réalisé un chiffre d'affaires d'environ 130 M\$ en 2009. Ces deux acquisitions ont été consolidées au 31 décembre 2009.

## C – Résultats 2009

Comptes audités, certification en cours

### 1) Rentabilité d'exploitation et Compte de résultat consolidé

En M€	31.12.2008*	% CA	31.12.2009	% CA
<b>Chiffre d'affaires</b>	<b>17 542</b>	<b>100%</b>	<b>17 473</b>	<b>100%</b>
<i>Coût des ventes</i>	-5 187	29,6%	-5 162	29,5%
<b>Marge brute</b>	<b>12 355</b>	<b>70,4%</b>	<b>12 311</b>	<b>70,5%</b>
<i>Frais de R&amp;D</i>	-588	3,3%	-609	3,5%
<i>Frais publi-promotionnels</i>	-5 269	30,0%	-5 389	30,8%
<i>Frais commerciaux &amp; administratifs</i>	-3 773	21,5%	-3 736	21,4%
<b>Résultat d'exploitation</b>	<b>2 725</b>	<b>15,5%</b>	<b>2 578</b>	<b>14,8%</b>

\* Les pertes et gains de change, précédemment présentés sur une ligne distincte, ont été reclassés dans les différentes lignes composant le résultat d'exploitation. Le chiffre d'affaires et le résultat d'exploitation restent inchangés.

La marge brute ressort à 70,5% du chiffre d'affaires. L'amélioration de 10 points de base résulte de gains d'efficacité des usines et de gains sur achats d'une part et, en contrepartie, de surcoûts liés, notamment, aux parités monétaires. Cette amélioration de la marge brute a été particulièrement sensible au 2<sup>ème</sup> semestre 2009.

Les frais de recherche et développement, comme annoncé, progressent en pourcentage pour atteindre 3,5% du chiffre d'affaires.

Les frais publi-promotionnels, à 30,8% du chiffre d'affaires, sont en augmentation sensible par rapport à l'année 2008 où ils s'établissaient à 30%. Les investissements dans le soutien des marques sont en augmentation dans toutes les divisions et toutes les zones.

Les frais commerciaux et administratifs ont vu leur poids se réduire à 21,4% du chiffre d'affaires soit une diminution de 10 points de base. C'est sur le second semestre que cette baisse a été la plus sensible.

**Le résultat d'exploitation s'élève à 2 578 millions d'euros, en baisse de -5,4%. La diminution en pourcentage de la rentabilité d'exploitation correspond au niveau de hausse des investissements publi-promotionnels en 2009.**

## 2) Résultats d'exploitation par branche et par division

	2008		2009	
	M€	% CA	M€	% CA
<b>Par division opérationnelle</b>				
Produits Professionnels	519	21,0%	477	20,0%
Produits Grand Public <sup>(1)</sup>	1 566	18,6%	1 577	18,4%
Produits de Luxe	767	18,4%	617	15,1%
Cosmétique Active	259	20,1%	250	20,2%
<b>Total des divisions cosmétiques</b>	<b>3 110</b>	<b>19,0%</b>	<b>2 921</b>	<b>18,0%</b>
<i>Non alloué<sup>(2)</sup></i>	<i>-502</i>	<i>-3,1%</i>	<i>-482</i>	<i>-3,0%</i>
<b>Total branche cosmétique</b>	<b>2 608</b>	<b>15,9%</b>	<b>2 439</b>	<b>15,0%</b>
<b>The Body Shop</b>	<b>36</b>	<b>4,8%</b>	<b>54</b>	<b>7,4%</b>
<b>Branche dermatologique<sup>(3)</sup></b>	<b>80</b>	<b>18,7%</b>	<b>85</b>	<b>17,4%</b>
<b>Groupe</b>	<b>2 725</b>	<b>15,5%</b>	<b>2 578</b>	<b>14,8%</b>

<sup>(1)</sup> Après reclassement de l'activité « Vente à distance » dans la Division Produits Grand Public.

<sup>(2)</sup> Non Alloué = Frais centraux groupe, recherche fondamentale, stock options et divers. En % du chiffre d'affaires total.

<sup>(3)</sup> Part revenant au Groupe, soit 50 %.

La rentabilité de la Division Produits Professionnels a légèrement baissé à 20,0% du chiffre d'affaires.

La rentabilité de la Division Produits Grand Public est restée pratiquement stable à 18,4% du chiffre d'affaires.

La rentabilité de la Division Produits de Luxe a baissé de 330 points de base dont 100 points de base proviennent de la dilution d'Yves Saint Laurent Beauté.

La rentabilité de Cosmétique Active est en très légère hausse à 20,2% du chiffre d'affaires.

The Body Shop a obtenu, en 2009, une forte amélioration de sa rentabilité qui s'établit à 7,4% du chiffre d'affaires.

Enfin, la rentabilité de la branche Dermatologie, Galderma, a atteint 17,4%. Galderma a investi significativement en 2009 afin de prendre de nouvelles positions dans le domaine de l'acné avec son nouveau médicament *Epiduo*.

## 3) Rentabilité par zone géographique

Résultat d'exploitation	2008		2009	
	M€	% CA	M€	% CA
Europe de l'Ouest	1 634	22,1%	1 470	20,9%
Amérique du Nord	593	15,9%	554	14,6%
Reste du Monde	884	16,9%	896	16,5%
<b>Total des zones cosmétiques</b>	<b>3 110</b>	<b>19,0%</b>	<b>2 921</b>	<b>18,0%</b>

La baisse de la rentabilité en Europe de l'Ouest à 20,9% résulte du poids accru des dépenses de recherche et des moyens publi-promotionnels.

En Amérique du Nord et dans la zone Reste du Monde, la baisse de la rentabilité correspond à l'augmentation des moyens publi-promotionnels.



#### 4) Résultat net par action : 3,42 €

<i>En M€</i>	31.12.2008	31.12.2009
<b>Résultat d'exploitation</b>	<b>2 725</b>	<b>2 578</b>
<i>Coût de l'endettement financier</i>	-181	-89
Dividendes Sanofi-Aventis	245	260
<b>Résultat avant impôt hors éléments non récurrents</b>	<b>2 789</b>	<b>2 749</b>
<i>Impôt sur les résultats hors éléments non récurrents</i>	-722	-749
<i>Intérêts minoritaires</i>	-2,6	-2,7
<b>Résultat net part du groupe hors éléments non récurrents <sup>(1)</sup></b>	<b>2 064</b>	<b>1 997</b>
<b>BNPA<sup>(2)</sup> (en euro)</b>	<b>3,49</b>	<b>3,42</b>
<b>Nombre d'actions moyen dilué</b>	<b>590 920 078</b>	<b>583 797 566</b>

<sup>(1)</sup> Le résultat net part du groupe hors éléments non récurrents exclut les plus ou moins values sur cessions d'actifs à long terme, les dépréciations d'actifs, les coûts de restructuration, les effets d'impôts associés et les intérêts minoritaires.

<sup>(2)</sup> Part du groupe par action dilué, hors éléments non récurrents.

Le coût de l'endettement financier s'est réduit de moitié, à 89 millions d'euros.

Les dividendes reçus de Sanofi-Aventis se sont élevés à 260 millions d'euros, en progression de +6,3%.

L'impôt ressort à 749 millions d'euros soit un taux de 27,3%.

Au total, le résultat net part du groupe hors éléments non récurrents s'élève à 1 997 millions d'euros en baisse de -3,2%, et -2% à taux de change constant.

Le bénéfice net par action s'établit à 3,42€ en baisse de -2,1%, et, à taux de change constant, en diminution de -0,8%.

#### 5) Résultat net part du groupe hors éléments non récurrents : 1 997 M€

<i>En M€</i>	31.12.2008	31.12.2009	
<b>Résultat net part du groupe hors éléments non récurrents</b>	<b>2 064</b>	<b>1 997</b>	<b>-3,20%</b>
<i>Éléments non récurrents net d'impôts</i>	-116	-205	
Résultat net part du groupe	1 948	1 792	
Par action dilué (€)	3,3	3,07	

Les éléments non récurrents s'élèvent à -278 millions d'euros bruts avant impôt (-205 millions d'euros, nets d'impôts) et se décomposent principalement en :

- i. 54 millions d'euros de dépréciations sur des actifs incorporels et écart d'acquisition.
- ii. 223 millions d'euros de coûts de restructuration.

## 6) Marge Brute d'Autofinancement, Bilan et Dette

La marge brute d'auto-financement s'élève à 2 758 millions d'euros, en progression par rapport à 2008. Le besoin en fonds de roulement a évolué de manière extrêmement positive puisqu'il est en diminution de 466 millions d'euros au 31 décembre. Les stocks ont baissé de 170 millions d'euros. Les créances clients ont baissé de 312 millions d'euros.

Les investissements ont été contenus à 3,6% du chiffre d'affaires à comparer à 4,3% en 2008.

Après paiement du dividende, soit 851 millions d'euros, le flux résiduel ressort à 1 809 millions d'euros, en très forte croissance par rapport à 2008.

La structure du bilan est très robuste avec des capitaux propres qui représentent 58% du total de l'actif.

La dette financière nette ressort à 1 958 millions d'euros, soit 14,4% des capitaux propres, à comparer à 3 700 millions d'euros et 32% à fin 2008.

## 7) Dividende proposé à l'Assemblée Générale du 27 avril 2010

Le Conseil d'Administration a décidé de proposer à l'Assemblée Générale des actionnaires du 27 avril 2010, d'approuver un dividende de 1,50 € par action en hausse de +4,2% par rapport au dividende payé en 2009. Ce dividende sera mis en paiement le 5 mai 2010 (date de détachement au 29 avril minuit).

## 8) Capital Social

Enfin, le Conseil d'Administration a arrêté le montant du capital social au 31 décembre 2009 : 598 972 410 actions d'un montant nominal de 0,20 euro soit un total de 119 794 482 euros.

---

*«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 L'ORÉAL** (standard : 01.47.56.70.00)

### Actionnaires individuels et Autorités de Marché

Jean Régis CAROF  
Tel : 01.47.56.83.02  
[jcarof@dgaf.loreal.com](mailto:jcarof@dgaf.loreal.com)

### Analystes financiers et Investisseurs Institutionnels

Caroline MILLOT  
Tel : 01.47.56.86.82  
[cmillot@dgaf.loreal.com](mailto:cmillot@dgaf.loreal.com)

### Journalistes

Guyline 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://loreal-finance.mobi>, ou contacter le numéro vert : 0.800.66.66.66 (appel gratuit).

---

## D - Annexes

### Annexe 1 : Chiffre d'affaires du groupe L'Oréal 2008/2009 (en millions d'euros)

	2008	2009
<u>Premier trimestre :</u>		
Cosmétique	4 118	4 112
The Body Shop	168	162
Dermatologie	73	96
<b>Total premier trimestre</b>	<b>4 359</b>	<b>4 370</b>
<u>Deuxième trimestre :</u>		
Cosmétique	4 016	4 104
The Body Shop	166	161
Dermatologie	105	134
<b>Total deuxième trimestre</b>	<b>4 287</b>	<b>4 399</b>
<u>Premier semestre :</u>		
Cosmétique	8 134	8 216
The Body Shop	334	323
Dermatologie	178	230
<b>Total premier semestre</b>	<b>8 646</b>	<b>8 769</b>
<u>Troisième trimestre :</u>		
Cosmétique	3 978	3 965
The Body Shop	176	162
Dermatologie	112	108
<b>Total troisième trimestre</b>	<b>4 266</b>	<b>4 235</b>
<u>Neuf mois :</u>		
Cosmétique	12 112	12 181
The Body Shop	510	485
Dermatologie	290	338
<b>Total neuf mois</b>	<b>12 912</b>	<b>13 004</b>
<u>Quatrième trimestre :</u>		
Cosmétique	4 247	4 076
The Body Shop	246	241
Dermatologie	137	151
<b>Total quatrième trimestre</b>	<b>4 630</b>	<b>4 469</b>
<u>Année :</u>		
Cosmétique	16 359	16 257
The Body Shop	756	726
Dermatologie	427	489
<b>Total année</b>	<b>17 542</b>	<b>17 473</b>

## Annexe 2 : Comptes de résultat consolidés comparés

<i>En millions d'euros</i>	<b>2009</b>	<b>2008 <sup>(1)</sup></b>	<b>2007 <sup>(1)</sup></b>
<b>Chiffre d'affaires</b>	<b>17 472,6</b>	<b>17 541,8</b>	<b>17 062,6</b>
Coût des ventes	-5 161,6	-5 187,2	-4 923,3
<b>Marge brute</b>	<b>12 311,0</b>	<b>12 354,6</b>	<b>12 139,3</b>
Frais de recherche et développement	-609,2	-587,5	-571,3
Frais publi-promotionnels	-5 388,7	-5 269,1	-5 124,8
Frais commerciaux et administratifs	-3 735,5	-3 773,4	-3 616,0
<b>Résultat d'exploitation</b>	<b>2 577,6</b>	<b>2 724,6</b>	<b>2 827,2</b>
Plus value de cession Sanofi-Aventis			642,8
Autres produits et charges	-277,6	-156,3	-21,2
<b>Résultat opérationnel</b>	<b>2 299,9</b>	<b>2 568,3</b>	<b>3 448,8</b>
Coût de l'endettement financier brut	-92,0	-208,8	-207,5
Produits de la trésorerie et équivalents de trésorerie	16,0	34,6	33,0
<b>Coût de l'endettement financier net</b>	<b>-76,0</b>	<b>-174,2</b>	<b>-174,5</b>
Autres produits et charges financiers	-13,0	-7,2	-7,6
Dividendes Sanofi-Aventis	260,1	244,7	250,3
Quote-part du résultat net des sociétés mises en équivalence	-	-	0,1
<b>Résultat avant impôt</b>	<b>2 471,0</b>	<b>2 631,6</b>	<b>3 517,2</b>
Impôts sur les résultats	-676,1	-680,7	-859,7
<b>Résultat net</b>	<b>1 794,9</b>	<b>1 950,9</b>	<b>2 657,5</b>
dont :			
- part du groupe	1 792,2	1 948,3	2 656,0
- part des minoritaires	2,7	2,6	1,5
Résultat net par action part du groupe (euros)	3,07	3,31	4,42
Résultat net dilué par action part du groupe (euros)	3,07	3,3	4,38
Résultat net par action hors éléments non récurrents part du groupe (euros)	3,42	3,5	3,39
<b>Résultat net dilué par action hors éléments non récurrents part du groupe (euros)</b>	<b>3,42</b>	<b>3,49</b>	<b>3,36</b>

<sup>(1)</sup> Les pertes et gains de change ont été reclassés dans les différentes lignes composant le résultat d'exploitation. Le chiffre d'affaires et le résultat d'exploitation restent inchangés.

### Annexe 3 : Etats consolidés du résultat net et des gains et pertes comptabilisés directement en capitaux propres

<i>En millions d'euros</i>	<b>2009</b>	<b>2008</b>	<b>2007</b>
<b>Résultat net consolidé de l'exercice</b>	<b>1 794,9</b>	<b>1 950,9</b>	<b>2 657,5</b>
<i>Actifs financiers disponibles à la vente</i>	1 142,5	-2 083,9	-1 716,5
<i>Couverture des flux de trésorerie</i>	-154,3	88,3	38,7
<i>Gains et pertes actuariels</i>	-142,9	-160,4	165,2
<i>Effet d'impôts sur les éléments directement reconnus en capitaux propres <sup>(1)</sup></i>	61,4	78,6	-35,1
<i>Réserves de conversion</i>	6,5	-124,5	-364,6
<b>Variation des gains et pertes comptabilisés directement en capitaux propres</b>	<b>913,2</b>	<b>-2 201,9</b>	<b>-1 912,3</b>
<b>Total du résultat net et des gains et pertes comptabilisés directement en capitaux propres</b>	<b>2 708,1</b>	<b>-251,0</b>	<b>745,2</b>
Dont :			
- part du groupe	2 705,4	-253,6	743,7
- part des minoritaires	2,7	2,6	1,5
<sup>(1)</sup> L'effet d'impôt se décline comme suit :			
<i>En millions d'euros</i>	<b>2009</b>	<b>2008</b>	<b>2007</b>
Actifs financiers disponibles à la vente	-19,8	37,7	30,6
Couverture des flux de trésorerie	39,6	-17,4	-10,8
Gains et pertes actuariels	41,6	58,3	-54,9
<b>Total</b>	<b>61,4</b>	<b>78,6</b>	<b>-35,1</b>

## Annexe 4 : Bilans consolidés comparés

### Actif

En millions d'euros	31.12.2009	31.12.2008 <sup>(1)</sup>	31.12.2007 <sup>(1)</sup>	01.01.2007 <sup>(1)</sup>
<b>Actifs non courants</b>	<b>17 350,4</b>	<b>16 380,3</b>	<b>17 029,6</b>	<b>19 250,8</b>
Ecart d'acquisition	5 466,0	5 532,5	4 344,4	4 053,9
Autres immobilisations incorporelles	2 042,4	2 038,2	1 959,2	1 792,8
Immobilisations corporelles	2 599,0	2 753,3	2 651,1	2 628,4
Actifs financiers non courants	6 672,2	5 557,4	7 608,9	10 168,5
Titres mis en équivalence				82,0
Impôts différés actifs	570,8	498,9	466,0	525,2
<b>Actifs courants</b>	<b>5 941,1</b>	<b>6 526,5</b>	<b>6 102,1</b>	<b>5 505,9</b>
Stocks	1 476,7	1 635,5	1 547,6	1 404,4
Créances clients	2 443,3	2 694,6	2 617,5	2 558,5
Autres actifs courants	732,8	985,8	807,9	730,1
Impôts sur les bénéfices	115,2	133,6	42,5	31,7
Trésorerie et équivalents de trésorerie	1 173,1	1 077,1	1 086,7	781,2
<b>Total</b>	<b>23 291,5</b>	<b>22 906,9</b>	<b>23 131,7</b>	<b>24 756,6</b>

(1) Les bilans au 01/01/2007, 31/12/2007 et au 31/12/2008 ont été retraités pour tenir compte des changements de méthodes comptables relatifs aux frais publi-promotionnels, aux programmes de fidélisation clients et à la reconnaissance des écarts actuariels liés aux engagements sociaux.

### Passif

En millions d'euros	31.12.2009	31.12.2008 <sup>(1)</sup>	31.12.2007 <sup>(1)</sup>	01.01.2007 <sup>(1)</sup>
<b>Capitaux propres</b>	<b>13 598,3</b>	<b>11 562,5</b>	<b>13 462,7</b>	<b>14 348,6</b>
Capital	119,8	120,5	123,6	127,9
Primes	996,5	965,5	963,2	958,5
Autres réserves	10 141,3	9 232,1	8 598,9	8 877,5
Éléments constatés directement en capitaux propres	2 169,9	1 263,2	3 340,7	4 888,3
Réserve de conversion	-552,9	-559,4	-434,9	-70,3
Actions auto-détenues	-1 071,6	-1 410,6	-1 787,2	-2 496,3
Résultat net part du groupe	1 792,2	1 948,3	2 656,0	2 061,0
<b>Capitaux propres - part du groupe</b>	<b>13 595,2</b>	<b>11 559,6</b>	<b>13 460,3</b>	<b>14 346,6</b>
Intérêts minoritaires	3,1	2,8	2,4	2,0
<b>Passifs non courants</b>	<b>4 306,6</b>	<b>3 978,0</b>	<b>4 059,7</b>	<b>3 636,4</b>
Provisions pour retraites et autres avantages	1 021,4	961,6	856,7	1 110,3
Provisions pour risques et charges	125,6	111,4	148,5	154,1
Impôts différés passifs	418,0	398,4	471,5	479,6
Emprunts et dettes financières non courants	2 741,6	2 506,6	2 583,0	1 892,4
<b>Passifs courants</b>	<b>5 386,5</b>	<b>7 366,4</b>	<b>5 609,3</b>	<b>6 771,6</b>
Dettes fournisseurs	2 603,1	2 656,6	2 528,7	2 485,0
Provisions pour risques et charges	510,0	431,1	285,7	272,0
Autres passifs courants	1 750,5	1 848,4	1 741,7	1 623,6
Impôts sur les bénéfices	133,2	159,7	176,5	173,0
Emprunts et dettes financières courants	389,7	2 270,6	876,8	2 218,0
<b>Total</b>	<b>23 291,5</b>	<b>22 906,9</b>	<b>23 131,7</b>	<b>24 756,6</b>

(1) Les bilans au 01/01/2007, 31/12/2007 et au 31/12/2008 ont été retraités pour tenir compte des changements de méthodes comptables relatifs aux frais publi-promotionnels, aux programmes de fidélisation clients et à la reconnaissance des écarts actuariels liés aux engagements sociaux.

## Annexe 5 : Tableaux de variations des capitaux propres consolidés

	Nombre d'actions en circulation	Capital	Primes	Autres réserves et résultat	Éléments constatés directement en capitaux propres	Actions auto- détenues	Réserves de conversion	Capitaux propres part du groupe	Intérêts minoritaires	Capitaux propres
En millions d'euros										
<b>Situation au 31.12.2006</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>
Changements de méthodes comptables au 01.01.2007				-96,9	-178,6			-275,5	-0,1	-275,6
<b>Situation au 01.01.2007 <sup>(1)</sup></b>	<b>605 722 110</b>	<b>127,9</b>	<b>958,5</b>	<b>10 938,5</b>	<b>4 888,3</b>	<b>-2 496,3</b>	<b>-70,3</b>	<b>14 346,6</b>	<b>2,0</b>	<b>14 348,6</b>
Résultat consolidé de l'exercice				2 656,0				2 656,0	1,5	2 657,5
<i>Actifs financiers disponibles à la vente</i>					-1 685,9			-1 685,9		-1 685,9
<i>Couverture des flux de trésorerie</i>					27,9			27,9		27,9
<i>Gains et pertes actuariels</i>					110,3			110,3		110,3
<i>Réserves de conversion</i>							-364,6	-364,6		-364,6
Variations des gains et pertes comptabilisés directement en capitaux propres					-1 547,7		-364,6	-1 912,3		-1 912,3
Total du résultat net et des gains et pertes comptabilisés directement en capitaux propres				2 656,0	-1 547,7		-364,6	743,7	1,5	745,2
Augmentation de capital	75 050		4,7					4,7		4,7
Annulation d'actions auto-détenues		-4,3		-1 704,8		1 709,1				
Dividendes versés (hors actions propres)				-711,6				-711,6	-0,9	-712,5
Rémunérations payées en actions				69,1				69,1		69,1
Variation nette des titres L'Oréal auto-détenus	-10 486 487			-1,6		-1 000,0		-1 001,6		-1 001,6
Autres variations				9,3				9,3	-0,1	9,2
<b>Situation au 31.12.2007 <sup>(1)</sup></b>	<b>595 310 673</b>	<b>123,6</b>	<b>963,2</b>	<b>11 254,9</b>	<b>3 340,6</b>	<b>-1 787,2</b>	<b>-434,9</b>	<b>13 460,2</b>	<b>2,4</b>	<b>13 462,7</b>
Résultat consolidé de l'exercice				1 948,3				1 948,3	2,6	1 950,9
<i>Actifs financiers disponibles à la vente</i>					-2 046,2			-2 046,2		-2 046,2
<i>Couverture des flux de trésorerie</i>					70,9			70,9		70,9
<i>Gains et pertes actuariels</i>					-102,1			-102,1		-102,1
<i>Réserves de conversion</i>							-124,5	-124,5		-124,5
Variations des gains et pertes comptabilisés directement en capitaux propres					-2 077,4		-124,5	-2 201,9		-2 201,9
Total du résultat net et des gains et pertes comptabilisés directement en capitaux propres				1 948,3	-2 077,4		-124,5	-253,6	2,6	-251,0
Augmentation de capital	37 600		2,3					2,3		2,3
Annulation d'actions auto-détenues		-3,1		-1 285,8		1 288,9				
Dividendes versés (hors actions propres)				-817,1				-817,1	-1,1	-818,2
Rémunérations payées en actions				85,9				85,9		85,9
Variation nette des titres L'Oréal auto-détenus	-12 207 805			-0,2		-912,3		-912,5		-912,5
Autres variations				-5,6				-5,6	-1,1	-6,7
<b>Situation au 31.12.2008 <sup>(1)</sup></b>	<b>583 140 468</b>	<b>120,5</b>	<b>965,5</b>	<b>11 180,4</b>	<b>1 263,2</b>	<b>-1 410,6</b>	<b>-559,4</b>	<b>11 559,6</b>	<b>2,8</b>	<b>11 562,5</b>
Résultat consolidé de l'exercice				1 792,2				1 792,2	2,7	1 794,9
<i>Actifs financiers disponibles à la vente</i>					1 122,7			1 122,7		1 122,7
<i>Couverture des flux de trésorerie</i>					-114,7			-114,7		-114,7
<i>Gains et pertes actuariels</i>					-101,3			-101,3		-101,3
<i>Réserves de conversion</i>							6,5	6,5		6,5
Variations des gains et pertes comptabilisés directement en capitaux propres					906,7		6,5	913,2		913,2
Total du résultat net et des gains et pertes comptabilisés directement en capitaux propres				1 792,2	906,7		6,5	2 705,4	2,7	2 708,1
Augmentation de capital	527 200	0,1	31,0					31,1		31,1
Annulation d'actions auto-détenues		-0,8		-271,5		272,3		-		
Dividendes versés (hors actions propres)				-839,7				-839,7	-2,4	-842,1
Rémunérations payées en actions				76,7				76,7		76,7
Variation nette des titres L'Oréal auto-détenus	1 067 992			-1,7		66,7		65,0		65,0
Autres variations				-2,9				-2,9		-2,9
<b>Situation au 31.12.2009</b>	<b>584 735 660</b>	<b>119,8</b>	<b>996,5</b>	<b>11 933,5</b>	<b>2 169,9</b>	<b>-1 071,6</b>	<b>-552,9</b>	<b>13 595,2</b>	<b>3,1</b>	<b>13 598,3</b>

<sup>(1)</sup> après prise en compte des changements de méthodes comptables.

## Annexe 6 : Tableaux des flux de trésorerie consolidés comparés

<i>En millions d'euros</i>	<b>2009</b>	<b>2008</b>	<b>2007</b>
<b>Flux de trésorerie liés à l'activité</b>			
Résultat net part du groupe	1 792,2	1 948,3	2 656,0
Intérêts minoritaires	2,7	2,6	1,5
Elimination des charges et des produits sans incidence sur la trésorerie ou non liés à l'activité :			
amortissements et provisions	834,0	706,1	598,5
variation des impôts différés	51,7	6,6	38,3
charge de rémunération des plans de stock-options	76,7	85,9	69,1
plus ou moins values de cessions d'actifs	0,9	-3,6	-11,7
plus-value de cession Sanofi-Aventis nette d'impôt	-	-	-631,9
quote part de résultat des sociétés mises en équivalence nette des dividendes reçus	-	-	0,5
<b>Marge brute d'autofinancement</b>	<b>2 758,2</b>	<b>2 745,9</b>	<b>2 720,4</b>
Variation du besoin en fonds de roulement lié à l'activité	466,3	-148,8	-76,3
<b>Flux de trésorerie généré par l'activité (A)</b>	<b>3 224,5</b>	<b>2 597,1</b>	<b>2 644,0</b>
<b>Flux de trésorerie liés aux opérations d'investissement</b>			
Acquisitions d'immobilisations corporelles et incorporelles	-628,0	-745,9	-776,0
Cessions d'immobilisations corporelles et incorporelles	27,5	9,2	30,1
Cession Sanofi-Aventis nette d'impôt	-	-	1 465,3
Variation des autres actifs financiers (y compris les titres non consolidés)	36,7	-9,4	-10,2
Incidence des variations de périmètre	-160,2	-1 299,1	-604,4
<b>Flux net de trésorerie lié aux opérations d'investissement (B)</b>	<b>-723,9</b>	<b>-2 045,2</b>	<b>104,8</b>
<b>Flux de trésorerie liés aux opérations de financement</b>			
Dividendes versés	-851,5	-849,2	-725,7
Augmentation de capital de la société mère	31,1	2,3	4,7
Valeur de cession/(acquisition) des actions propres	65,0	-912,6	-1 001,6
Emission (remboursement) d'emprunts à court terme	-1 886,0	1 262,5	-1 439,1
Emission d'emprunts long terme	350,3	1,1	753,2
Remboursement d'emprunts long terme	-98,4	-62,8	-10,1
<b>Flux net de trésorerie lié aux opérations de financement (C)</b>	<b>-2 389,4</b>	<b>-558,7</b>	<b>-2 418,7</b>
Incidence des variations de cours des devises et de juste valeur (D)	-15,3	-2,8	-24,6
<b>Variation de trésorerie (A+B+C+D)</b>	<b>96,0</b>	<b>-9,6</b>	<b>305,5</b>
<b>Trésorerie d'ouverture (E)</b>	<b>1 077,1</b>	<b>1 086,7</b>	<b>781,2</b>
<b>Trésorerie de clôture (A+B+C+D+E)</b>	<b>1 173,1</b>	<b>1 077,1</b>	<b>1 086,7</b>