

Résultats annuels 2010**FORTE CROISSANCE
DU CHIFFRE D'AFFAIRES ET DES RÉSULTATS**

- **Chiffre d'affaires 2010 : 19,5 milliards d'euros**
 - +11,6% à données publiées
 - +5,6% à données comparables
- **Résultat d'exploitation : +18,6%**
- **Bénéfice net par action* : +17,2%**
- **Confiance en une nouvelle année de croissance du chiffre d'affaires et des résultats**
- **Hausse du dividende** : +20% à 1,80 euro**

Le Conseil d'Administration de L'Oréal s'est réuni le 10 février 2011 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 2010.

Commentant les résultats annuels, Monsieur Jean-Paul Agon, Directeur Général de L'Oréal, a indiqué :
« Dans un contexte de reprise du marché cosmétique, L'Oréal réalise une forte croissance de son chiffre d'affaires. Le groupe progresse dans toutes les zones, tous les circuits et tous les métiers ; plus dynamique que le marché, il renforce sa position de numéro un mondial de la beauté.

2010 est pour le groupe une année de conquêtes au cours de laquelle plusieurs de nos marques ont réalisé des percées spectaculaires : L'Oréal Professionnel avec sa coloration Inoa, Maybelline en maquillage grande diffusion, Yves Saint Laurent qui connaît une véritable renaissance, et La Roche-Posay qui poursuit son expansion.

Le groupe progresse en Europe de l'Ouest, améliore nettement ses positions en Amérique du Nord et poursuit sa conquête des nouveaux marchés stratégiques, en particulier en Asie et en Amérique latine. L'Oréal Chine devient en 2010 la troisième filiale cosmétique du groupe, avec plus de un milliard d'euros de chiffre d'affaires.

Ces performances confirment la pertinence des directions stratégiques prises fin 2008 : innovation accessible, nouvelles catégories de produits, mondialisation accélérée de nos marques, et renforcement de nos investissements en Recherche et en moyens publi-promotionnels.

2010 est également une année de forte progression des résultats ; les actions engagées depuis deux ans en matière d'efficacité opérationnelle continuent de porter leurs fruits.

Bien préparé à saisir toutes les opportunités stratégiques, et porté par l'ambition de séduire un milliard de nouveaux consommateurs, L'Oréal ouvre une nouvelle page de son histoire : celle de l'universalisation et de la beauté pour tous.

Confortés par un début d'année encourageant, nous sommes confiants dans la capacité du groupe à réaliser en 2011 une nouvelle année de croissance du chiffre d'affaires et des résultats. »

Par ailleurs, le Conseil d'Administration a décidé de proposer à l'Assemblée Générale du 22 avril 2011 le versement d'un dividende de 1,80 euro par action, en augmentation de +20% par rapport à 2009.

Le Conseil proposera également à l'Assemblée Générale du 22 avril 2011 le renouvellement des mandats d'administrateur de Madame Liliane BETTENCOURT, de Madame Annette ROUX et de Monsieur Charles-Henri FILIPPI.

A l'issue du Conseil, Sir Lindsay Owen-Jones a déclaré : « Avec ce niveau de croissance et de résultats, le groupe signe en 2010 une belle performance. Grâce à leur énergie et leur imagination, Jean-Paul Agon et ses équipes ont su dégager de nouveaux espaces de croissance et de rentabilité, qui préparent également l'avenir. La proposition du Conseil d'administration de verser un dividende de 1,80 euro exprime notre confiance dans la solidité et le dynamisme du groupe. »

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

** proposé à l'Assemblée Générale du 22 avril 2011.

A – Evolution du chiffre d'affaires 2010

A données comparables, c'est-à-dire à structure et taux de change identiques, la croissance du chiffre d'affaires du groupe L'Oréal ressort à +5,6%.

L'effet net de changement de structure est de +0,4%.

Les effets monétaires ont eu un impact positif de +5,6%.

La croissance à taux de change constants ressort à +6,0%.

A données publiées, le chiffre d'affaires du groupe, au 31 décembre 2010, atteint 19,496 milliards d'euros en progression de +11,6 %.

Chiffre d'affaires par divisions opérationnelles et zones géographiques

	4ème trimestre 2010			Au 31 décembre 2010		
	M€	Croissance à données Comparables	Publiées	M€	Croissance à données Comparables	Publiées
<u>Par division opérationnelle</u>⁽¹⁾						
Produits Professionnels	670,3	3,0%	15,3%	2 717,1	4,1%	13,8%
Produits Grand Public	2 315,4	4,6%	11,6%	9 529,9	5,5%	11,4%
Produits de Luxe	1 258,3	4,0%	9,8%	4 506,6	7,0%	11,5%
Cosmétique Active	304,6	5,9%	11,3%	1 385,6	4,7%	8,9%
Total cosmétique	4 548,5	4,3%	11,6%	18 139,1	5,6%	11,6%
<u>Par zone géographique</u>⁽²⁾						
Europe de l'Ouest	1 753,3	1,5%	2,7%	7 181,0	1,7%	2,6%
Amérique du Nord	1 043,3	2,6%	15,0%	4 291,5	4,1%	12,5%
Nouveaux Marchés, dont :	1 752,0	8,2%	19,8%	6 666,6	11,3%	22,4%
- Asie, Pacifique	843,3	8,5%	23,1%	3 192,2	11,2%	22,9%
- Europe de l'Est	374,7	6,9%	11,6%	1 398,9	8,1%	15,3%
- Amérique latine	402,6	13,0%	25,3%	1 517,7	17,5%	32,6%
- Afrique, Moyen-Orient	131,5	-2,4%	8,9%	557,8	4,1%	13,8%
Total cosmétique	4 548,5	4,3%	11,6%	18 139,1	5,6%	11,6%
The Body Shop	248,5	-3,0%	3,1%	754,9	-1,1%	3,9%
Dermatologie ⁽³⁾	180,3	10,9%	19,2%	601,7	16,1%	23,0%
Total groupe	4 977,3	4,1%	11,4%	19 495,8	5,6%	11,6%

Au 1^{er} janvier 2010, les divisions et zones géographiques ont fait l'objet des reclassements ci-dessous. Tous les historiques ont été retraités pour tenir compte de ces changements.

(1) L'activité Roger & Gallet a été transférée de la Division des Produits de Luxe à la Division Cosmétique Active.

(2) L'activité Travel Retail d'YSL Beauté, précédemment comptabilisée à 100% en Europe de l'Ouest, est dorénavant ventilée dans les zones Europe de l'Ouest, Amérique du Nord et Nouveaux Marchés.

La zone Reste du Monde devient la zone Nouveaux Marchés avec le découpage suivant :

L'Australie, l'Inde et la Nouvelle Zélande, qui étaient précédemment dans la zone Afrique, Orient, Pacifique, ont été rattachées à la zone Asie qui devient la zone Asie, Pacifique. La zone Afrique, Orient, Pacifique devient la zone Afrique, Moyen-Orient.

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

1) Evolution du chiffre d'affaires cosmétique

PRODUITS PROFESSIONNELS

Dans un marché de la coiffure en légère reprise, la Division des Produits Professionnels réalise une année 2010 à +4,1% en comparable, +13,8% en publié. Ses initiatives, déployées au sein d'un portefeuille de marques très complémentaires, ont permis la conversion de plus de 35.000 nouveaux salons. Plus que jamais, la division affirme son rôle de leader incontesté du circuit.

- En 2010, les initiatives mises en œuvre dans le domaine des produits techniques ont remporté un succès décisif.

En coloration, *Inoa* de *L'Oréal Professionnel* connaît un succès mondial, recrutant et fidélisant consommatrices et coiffeurs. Repositionné sur un prix par application plus accessible, *SoColor* de *Matrix* conquiert de nombreux salons en Europe tandis que *Wonderbrown*, coloration destinée aux cheveux foncés, se développe aux Etats-Unis.

En forme durable, *Optistraight* de *Matrix* et la permanente *Dulcia Advanced* de *L'Oréal Professionnel* conquièrent l'Asie. En Occident, *X-Tenso Moisturist* de *L'Oréal Professionnel* porte le développement mondial du « lissage brésilien ».

Le soin du cheveu progresse, soutenu par des lancements innovants: *Kérastase Chronologiste*, soin de luxe au caviar, *L'Oréal Professionnel Fiberceutic* à l'intracyclane ou encore *Colourist Solutions* de *Pureology*.

L'Oréal Professionnel et *Matrix* tirent la croissance de la division ; *Kérastase* accélère progressivement tandis que *Redken* conforte son leadership aux Etats-Unis.
- En Europe de l'Ouest, la division gagne des parts de marché et affiche une croissance significative en Allemagne, au Royaume-Uni, en Suède et en France. En Amérique du Nord, 2010 voit le retour à la croissance de *Matrix*, le dynamisme de *Mizani* et *Pureology*. L'acquisition de deux distributeurs, CB Sullivan et Peel's, complète le réseau SalonCentric.

Les Nouveaux Marchés sont dynamiques avec de fortes croissances en Inde, en Chine, en Indonésie, mais aussi au Moyen-Orient et au Brésil où *L'Oréal Professionnel* participe à la construction des marchés professionnels de demain en ouvrant son premier Institut de formation de jeunes coiffeurs.

PRODUITS GRAND PUBLIC

La Division des Produits Grand Public enregistre une progression de +5,5% à données comparables et de +11,4% à données publiées. Elle gagne des parts de marché en Amérique du Nord et dans les Nouveaux Marchés. La dynamique du marché du maquillage, première catégorie de la division, a stimulé la croissance dans l'ensemble des zones. Toutes les marques sont en progression, principalement *Maybelline* qui croît de +13,3% à données comparables.

- L'Oréal Paris* réalise une bonne année en soins capillaires avec des progressions importantes en Amérique latine, aux Etats-Unis et en Asie. En soins de la peau, *Code Jeunesse* réalise de bons scores. En maquillage, le mascara *Volume Millions de Cils* rencontre un succès mondial.

Garnier renforce son leadership sur le segment des nettoyants du visage destinés aux peaux jeunes avec le lancement de *Pure Active ExfoBrosse*. La marque poursuit ses avancées dans la nouvelle catégorie des déodorants : elle consolide les positions acquises en Amérique latine et en Europe de l'Est et se déploie en Europe de l'Ouest.

Maybelline progresse fortement dans toutes les régions. Elle prend le leadership du maquillage aux Etats-Unis grâce au succès du mascara *Falsies* et du fond de teint *L'Effaceur Instant Age Rewind*. En Asie, le soin teinté *BB Cream* connaît un grand succès.

Enfin, la division réalise des progrès notables dans la catégorie des soins pour hommes, notamment en Europe de l'Ouest où *Men Expert* devient n°1 du marché, ainsi qu'en Asie où le lancement de *Garnier Men* vient compléter l'offre de *L'Oréal Paris Men Expert*.
- En Europe de l'Ouest, sur un marché atone, la division progresse grâce au maquillage, aux soins capillaires et aux déodorants, et plus particulièrement au Royaume-Uni, en Allemagne et en Scandinavie.

En Amérique du Nord, dans un marché également stable, la division améliore nettement ses positions avec des gains de parts de marché en maquillage, en coloration, en soins capillaires et en styling.

Les Nouveaux Marchés sont dynamisés par des initiatives régionales fortes : au Brésil et en Argentine, par les soins capillaires *L'Oréal Paris* et les déodorants *Garnier*; en Chine, en Inde, en

Indonésie ou aux Philippines, par les soins capillaires *L'Oréal Paris*, le maquillage, et les soins pour homme *L'Oréal Paris* et *Garnier*.

PRODUITS DE LUXE

La Division Produits de Luxe réalise en 2010 une progression de +7% à données comparables et de +11,5% en publié. Dans un contexte de reprise du marché sélectif, la division affiche une croissance de ses ventes à l'écoulement en ligne avec le marché. Elle consolide ainsi ses positions mondiales, et notamment son leadership dans le Travel Retail. Ses grandes marques stratégiques réalisent de belles performances.

- *Lancôme* renoue avec une croissance forte, soutenue par le succès des soins de la peau, notamment de la ligne *Génifique*, mais aussi par le lancement de *Teint Miracle*, un fond de teint issu de dix années de recherche et couronné par le Prix d'Excellence Marie-Claire. Le parfum *Trésor* de *Lancôme* se développe fortement grâce à une nouvelle communication et au lancement de *Trésor in Love*.
Yves Saint Laurent est en pleine renaissance, avec une croissance à deux chiffres : la marque multiplie les succès en parfums, *L'Homme Yves Saint Laurent*, *La Nuit de L'Homme*, la rénovation d'*Opium* et l'arrivée de *Belle d'Opium*, et revient en force sur le maquillage avec le lancement de *Rouge Pur Couture*.
Giorgio Armani réalise une belle année, tirée par le succès du nouveau parfum féminin *Acqua di Gioia*, sans oublier *Giorgio Armani Cosmetics* dont le mascara *Eyes to kill Excess* séduit les consommatrices.
Kiehl's enfin réalise en 2010 une percée exceptionnelle sur tous les continents.
- En Europe de l'Ouest, la division, nettement leader, évolue en ligne avec le marché. Elle est dynamisée par la France, l'Allemagne, le Royaume-Uni et les pays scandinaves. On notera la bonne performance des marques *Yves Saint Laurent*, *Kiehl's* et *Ralph Lauren*.
En Amérique du Nord, la situation est plus contrastée, mais les marques *Yves Saint Laurent*, *Kiehl's* et *Viktor & Rolf* affichent une forte croissance de leur chiffre d'affaires. *Ralph Lauren* se distingue avec *The Big Pony Collection*.
Dans les Nouveaux Marchés, la division progresse plus vite que le marché : en Asie grâce au dynamisme du Travel Retail, de la Chine, et aux bonnes performances de *Lancôme*, *Kiehl's*, *Giorgio Armani* et *Shu Uemura* ; en Europe de l'Est, où la division poursuit ses conquêtes.

COSMETIQUE ACTIVE

Le chiffre d'affaires annuel de la Division Cosmétique Active croît de +4,7% à données comparables et +8,9% à données publiées. Toutes les marques et toutes les zones sont en progression. Mondialement, la division confirme sa position de leader de la dermo-cosmétique.

- *La Roche-Posay*, grâce en particulier à *Redermic[+]* réalise une croissance à deux chiffres, et gagne des parts de marchés partout.
Vichy confirme le succès de la franchise *LiftActiv* sur le marché de l'anti-âge sur tous les continents et en particulier en Chine. Lancé en fin d'année en Europe de l'Ouest, le soin du corps *NutriExtra* reçoit un très bon accueil. Cette initiative permet à la marque de renforcer sa position en soin du corps, un segment très stratégique en pharmacie.
Innéov, avec un dernier trimestre dynamique sur le segment des produits capillaires, renforce son leadership en Europe de l'Ouest et réalise une percée spectaculaire sur le marché brésilien.
SkinCeuticals connaît une très bonne croissance grâce à son déploiement sur les marchés européens et à l'ouverture de la Chine, du Canada et du Brésil.
L'intégration de *Roger & Gallet* dans la division est très encourageante, avec un début d'internationalisation en Europe de l'Ouest et au Brésil.
- Toutes les zones terminent l'année en croissance, et en particulier l'Europe de l'Ouest. La division accélère sur les Nouveaux Marchés. L'Amérique latine réalise une bonne performance, en particulier au Brésil.

Synthèse multi-divisions par zone géographique

EUROPE DE L'OUEST

- Avec une performance de +1,7% à données comparables, et +2,6% à données publiées, le groupe progresse très légèrement plus vite que le marché, notamment au Royaume-Uni, en Allemagne, en Suède ou en France, ainsi que dans le Travel Retail. Toutes les divisions sont en croissance.

AMERIQUE DU NORD

- L'année 2010 marque une nette progression et affiche une croissance bien supérieure à celle du marché, avec +4,1% à données comparables et +12,5% à données publiées. La Division des Produits Grand Public signe une très belle performance, notamment grâce aux excellents résultats de *Maybelline*. La Division des Produits de Luxe confirme le redressement entamé fin 2009. La Division des Produits Professionnels réalise une belle année grâce au succès d'*Inoa*.

NOUVEAUX MARCHES

Avec une croissance de +11,3% à données comparables, et +22,4% à données publiées, le groupe progresse deux fois plus vite que le marché. L'Asie et l'Amérique latine en sont les principaux moteurs.

- **Asie, Pacifique** : Pour l'ensemble de l'année, le groupe affiche une croissance de +11,2% sur la zone à données comparables, +22,9% à données publiées, et de +13,2% hors Japon, à données comparables. Le groupe continue de gagner des parts de marché, notamment en Inde, aux Philippines, en Indonésie, mais aussi en Corée ou à Taiwan.
Avec une nouvelle année de croissance à deux chiffres, L'Oréal Chine, portée par le dynamisme des soins Homme, le maquillage, et les initiatives en soins capillaires, poursuit ses gains de parts de marché et franchit le seuil de 1 milliard d'euros de chiffre d'affaires, devenant ainsi la troisième filiale cosmétique du groupe.
- **Europe de l'Est** : Avec + 8,1% à données comparables et +15,3% à données publiées, la croissance reste soutenue malgré une situation des marchés très contrastée selon les pays. L'Ukraine et la Russie sont les pays les plus dynamiques, notamment par le maquillage, *Garnier*, et la poursuite des avancées de la Division des Produits de Luxe.
- **Amérique latine** : Les ventes progressent de +17,5% à données comparables et de +32,6% à données publiées. Tous les grands pays de la zone sont en progression, en particulier le Brésil et l'Argentine. Le Mexique est reparti en croissance. La Division des Produits Grand Public est le moteur de cette expansion, par les soins capillaires et les déodorants.
- **Afrique, Moyen-Orient** : Les ventes progressent de +4,1% à données comparables et de +13,8% à données publiées, avec des évolutions contrastées. Si la situation reste difficile en Afrique du Sud et en Turquie, le Liban et le Maroc enregistrent une belle croissance.

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

The Body Shop termine l'année à -1,1% à données comparables. Les ventes de détail⁽¹⁾ sont à -2,6%. The Body Shop a connu une année aux performances contrastées entre les pays développés et les Nouveaux Marchés.

2010 est une année de transition pour The Body Shop, qui achève sa réorganisation stratégique. La marque amplifie sa politique d'innovations militantes, avec des lancements comme *Natrulift*, un soin fermeté à la grenade biologique, *Dreams Unlimited*, un parfum à l'alcool équatorien issu du Commerce Equitable, ou encore *Rainforest*, une gamme de soins capillaires éco-conçus.

Surtout, The Body Shop accélère son implantation dans les Nouveaux Marchés, notamment en Europe de l'Est, en Asie, en Inde où la marque a doublé le nombre de ses magasins. La marque a également élargi sa distribution à de nouveaux circuits comme Internet ou le Travel Retail, étendant ainsi sa présence et sa visibilité.

Enfin, les actions engagées sur le plan opérationnel continuent à porter leurs fruits : The Body Shop poursuit l'amélioration régulière de sa rentabilité.

Fin 2010, The Body Shop compte 2 605 magasins.

3) Evolution du chiffre d'affaires de Galderma

Galderma réalise un chiffre d'affaires en progression de +16,1% à données comparables et +23,0% à données publiées, renforçant ainsi sa position au sein des leaders mondiaux de la dermatologie. Galderma enregistre une croissance à deux chiffres dans toutes les grandes zones géographiques. Les écoulements évoluent deux fois plus vite que le marché.

Les marques de prescription stratégiques *Epiduo* (acné), *Oracea* (rosacée), *Clobex* (psoriasis du cuir chevelu), *Metvix* (cancer de la peau), *Rozex/Metro* (rosacée) et *Locéryl* (onychomycose) confirment leurs très bons résultats. Dans le segment de la dermatologie correctrice et esthétique, Galderma renforce sa présence de manière significative. La commercialisation d'*Azzalure* (une toxine botulique de type A spécifiquement conçue pour une utilisation en médecine esthétique) s'est poursuivie dans plusieurs pays européens et le pré-lancement d'*Emervel*, une gamme de produits de comblement des rides à base d'acide hyaluronique, est venu enrichir le portefeuille produits.

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

- Le 10 décembre 2010, L'Oréal USA, filiale de L'Oréal a acquis, via sa division Salon Centric, l'activité de distribution aux salons de coiffure de Peel's Salon Services, société basée dans le Nebraska implantée dans 12 états du centre des Etats-Unis. Avec cette nouvelle acquisition, la division Salon Centric de L'Oréal USA étend sa distribution qui couvre désormais la vaste majorité du territoire américain.
- Le 13 décembre 2010, Galderma, société Pharmaceutique détenue à parts égales par L'Oréal et Nestlé, a annoncé le lancement d'une offre sur la société suédoise Q-Med spécialisée dans la dermatologie correctrice et esthétique. Cette acquisition devrait permettre à Galderma d'accélérer son développement sur le segment très dynamique de la dermatologie correctrice et esthétique. Ayant reçu le soutien de 77,79% des actionnaires de Q-Med, Galderma a communiqué ce jour, 10 février, que son offre était étendue de 15 jours et portée à 79 SEK par action.

C – Résultats 2010

Comptes audités, certification en cours

1) Rentabilité d'exploitation et Compte de résultat consolidé

	2009		2010	
	M€	% CA	M€	% CA
Chiffre d'affaires	17 473	100%	19 496	100%
<i>Coût des ventes</i>	-5 162	29,5%	-5 697	29,2%
Marge brute	12 311	70,5%	13 799	70,8%
<i>Frais de R&D</i>	-609	3,5%	-665	3,4%
<i>Frais publi-promotionnels</i>	-5 389	30,8%	-6 029	30,9%
<i>Frais commerciaux & administratifs</i>	-3 736	21,4%	-4 049	20,8%
Résultat d'exploitation	2 578	14,8%	3 057	15,7%

La marge brute augmente de +12,1% et ressort à 70,8% du chiffre d'affaires, à comparer à 70,5% en 2009, soit une amélioration de 30 points de base.

Plusieurs facteurs ont joué favorablement, parmi lesquels :

- l'amélioration sensible du prix de revient industriel résultant notamment de la forte croissance des volumes et de bonnes performances sur les achats,
- la meilleure gestion des stocks entraînant une baisse des provisions pour obsolètes et rotations lentes,
- la réduction des coûts de distribution physique.

En contrepartie, deux facteurs ont eu un impact défavorable sur ce poste :

- les effets de l'évolution des parités monétaires,
- l'augmentation modérée des avantages promotionnels consentis aux clients, qui viennent en déduction du chiffre d'affaires.

Les frais de recherche ont augmenté de +9,1% à données publiées (+8,9% à données comparables) et représentent 3,4% du chiffre d'affaires.

Les frais publi-promotionnels ressortent à 30,9% du chiffre d'affaires.

Les frais commerciaux et administratifs ont crû nettement moins rapidement que le chiffre d'affaires, à +2,7% à périmètre et taux de change comparables. Ils sont en amélioration de 60 points de base par rapport à 2009.

Au total, le résultat d'exploitation est en croissance de +18,6% et ressort à 3.057 millions d'euros soit 15,7% du chiffre d'affaires, en amélioration de 90 points de base par rapport à 2009.

2) Résultats d'exploitation par branche et par division

	2009		2010	
	M€	% CA	M€	% CA
<u>Par division opérationnelle</u>				
Produits Professionnels	477	20,0%	552	20,3%
Produits Grand Public	1 577	18,4%	1 765	18,5%
Produits de Luxe ⁽¹⁾	612	15,1%	791	17,5%
Cosmétique Active ⁽¹⁾	255	20,0%	278	20,1%
Total des divisions cosmétiques	2 921	18,0%	3 385	18,7%
<i>Non alloué⁽²⁾</i>	-482	-3,0%	-513	-2,8%
Total branche cosmétique	2 439	15,0%	2 872	15,8%
The Body Shop	54	7,4%	65	8,7%
Branche dermatologique⁽³⁾	85	17,4%	119	19,8%
Groupe	2 578	14,8%	3 057	15,7%

(1) Au 1^{er} janvier 2010, Roger & Gallet a été transféré de la Division Produits de Luxe à la Division Cosmétique Active. L'année 2009 a été retraitée pour tenir compte de ce changement.

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

(3) Part revenant au Groupe, soit 50 %.

Toutes les divisions affichent une croissance de leur rentabilité d'exploitation, notamment la Division Produits de Luxe dont le résultat d'exploitation passe de 15,1% à 17,5%.

L'amélioration est aussi notable au niveau :

- des frais non alloués, en diminution, à 2,8% du chiffre d'affaires,
- de The Body Shop qui poursuit son redressement avec une rentabilité à 8,7%,
- de Galderma dont le résultat d'exploitation continue à progresser à 19,8%.

3) Rentabilité par zone géographique

Résultat d'exploitation	2009		2010	
	M€	% CA	M€	% CA
Europe de l'Ouest	1 472	21,0%	1 552	21,6%
Amérique du Nord	555	14,5%	709	16,5%
Nouveaux Marchés	894	16,4%	1 125	16,9%
Total des zones cosmétiques⁽¹⁾	2 921	18,0%	3 385	18,7%

(1) Avant non alloué.

Au 1^{er} janvier 2010 : L'activité Travel Retail d'YSL Beauté, précédemment en Europe de l'Ouest, est ventilée dans les différentes zones.

La zone Reste du monde devient la zone Nouveaux Marchés.

L'année 2009 a été retraitée pour tenir compte de ces changements.

Toutes les zones ont vu leur rentabilité s'améliorer.

4) Résultat net par action⁽²⁾ : 4,01 €

En M€	2009	2010
Résultat d'exploitation	2 578	3 057
Coût de l'endettement financier	-89	-36
Dividendes Sanofi-Aventis	260	284
Résultat avant impôt hors éléments non récurrents	2 749	3 305
Impôt sur les résultats hors éléments non récurrents	-749	-932
Intérêts minoritaires	-2,7	-2,3
Résultat net part du groupe hors éléments non récurrents⁽¹⁾	1 997	2 371
BNPA⁽²⁾ (€)	3,42	4,01
Nombre d'actions moyen dilué	583 797 566	591 392 449

(1) 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, ainsi qu'en 2010 les litiges concurrence, les effets d'impôts associés et les intérêts minoritaires.

(2) Part du groupe par action dilué, hors éléments non récurrents.

Le coût de l'endettement financier s'établit à 35,6 millions d'euros, en forte réduction, essentiellement du fait de la diminution très significative de la dette nette.

Les dividendes reçus de Sanofi-Aventis se sont élevés à 284 millions d'euros, en croissance de +9,1%.

L'impôt s'est élevé à 932 millions d'euros, soit un taux de 28,2%, légèrement supérieur à celui de 2009 qui ressortait à 27,3%.

Le résultat net hors éléments non récurrents s'élève à 2 371 millions d'euros, en croissance de +18,7%.

Le Bénéfice Net Par Action, à 4,01 euros, est en croissance de +17,2%.

5) Résultat net part du groupe hors éléments non récurrents : 2 371 M€

En M€	2009	2010	
Résultat net part du groupe hors éléments non récurrents	1 997	2 371	
Eléments non récurrents net d'impôts	-205	-131	
Résultat net part du groupe	1 792	2 240	+25%
Par action dilué (€)	3,07	3,79	

Après prise en compte des éléments non récurrents, c'est-à-dire une charge, nette d'impôts, de 131 millions d'euros, le résultat net s'élève à 2 240 millions d'euros, en croissance de +25%.

6) Marge Brute d'Autofinancement, Bilan et Dette

La marge brute d'autofinancement s'élève à 3 171 millions d'euros, en progression de +15% par rapport à 2009.

Le besoin de roulement a évolué de manière très positive puisqu'il a diminué en 2010, pour la seconde année consécutive, de 132 millions d'euros.

Les investissements sont restés contenus, à 3,5% du chiffre d'affaires.

Après paiement du dividende, prises de participations et compte tenu des levées d'options, le flux résiduel ressort à 1 891 millions d'euros.

Le bilan dont la structure était déjà robuste, se renforce avec des capitaux propres représentant 62% du total de l'actif.

La dette financière nette ressort à 41 millions d'euros, soit 0,3% des capitaux propres.

7) Dividende proposé à l'Assemblée Générale du 22 avril 2011

Le Conseil d'Administration a décidé de proposer à l'Assemblée Générale des actionnaires du 22 avril 2011, d'approuver un dividende de 1,80 euro par action en hausse de +20% par rapport au dividende payé en 2010. Ce dividende sera mis en paiement le 4 mai 2011 (date de détachement au 29 avril à 0h00).

8) Capital Social

Enfin, le Conseil d'Administration a constaté que le montant du capital social au 31 décembre 2010 est de : 600 992 585 actions d'un montant nominal de 0,20 euro soit un total de 120 198 517 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. 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
icarof@dgaf.loreal.com

Analystes financiers et Investisseurs Institutionnels

Mme Françoise LAUVIN
Tel : 01.47.56.79.15
flauvin@dgaf.loreal.com

Journalistes

Mme Guylaine MERCIER
Tel : 01.47.56.40.24
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 2009/2010 (en millions d'euros)

	2009	2010
<u>Premier trimestre :</u>		
Cosmétique	4 112	4 445
The Body Shop	162	164
Dermatologie	96	112
Total premier trimestre	4 370	4 722
<u>Deuxième trimestre :</u>		
Cosmétique	4 104	4 617
The Body Shop	161	170
Dermatologie	134	158
Total deuxième trimestre	4 399	4 945
<u>Premier semestre :</u>		
Cosmétique	8 216	9 062
The Body Shop	323	334
Dermatologie	230	271
Total premier semestre	8 769	9 667
<u>Troisième trimestre :</u>		
Cosmétique	3 965	4 529
The Body Shop	162	172
Dermatologie	108	151
Total troisième trimestre	4 235	4 852
<u>Neuf mois :</u>		
Cosmétique	12 181	13 591
The Body Shop	485	506
Dermatologie	338	421
Total neuf mois	13 004	14 518
<u>Quatrième trimestre :</u>		
Cosmétique	4 076	4 549
The Body Shop	241	249
Dermatologie	151	180
Total quatrième trimestre	4 469	4 977
<u>Année :</u>		
Cosmétique	16 257	18 139
The Body Shop	726	755
Dermatologie	489	602
Total année	17 473	19 496

Annexe 2 : Comptes de résultat consolidés comparés

<i>En millions d'euros</i>	2010	2009	2008
Chiffre d'affaires	19 495,8	17 472,6	17 541,8
Coût des ventes	-5 696,5	-5 161,6	-5 187,2
Marge brute	13 799,3	12 311,0	12 354,6
Frais de recherche et développement	-664,7	-609,2	-587,5
Frais publi-promotionnels	-6 029,1	-5 388,7	-5 269,1
Frais commerciaux et administratifs	-4 048,6	-3 735,5	-3 773,4
Résultat d'exploitation	3 056,9	2 577,6	2 724,6
Autres produits et charges	-153,2	-277,6	-156,3
Résultat opérationnel	2 903,7	2 299,9	2 568,3
Coût de l'endettement financier brut	-43,8	-92,0	-208,8
Produits de la trésorerie et équivalents de trésorerie	17,2	16,0	34,6
Coût de l'endettement financier net	-26,6	-76,0	-174,2
Autres produits et charges financiers	-9,0	-13,0	-7,2
Dividendes Sanofi-Aventis	283,8	260,1	244,7
Résultat avant impôt	3 151,9	2 471,0	2 631,6
Impôts sur les résultats	-909,9	-676,1	-680,7
Résultat net	2 242,0	1 794,9	1 950,9
dont :			
- part du groupe	2 239,7	1 792,2	1 948,3
- part des minoritaires	2,3	2,7	2,6
Résultat net par action part du groupe (euros)	3,82	3,07	3,31
Résultat net dilué par action part du groupe (euros)	3,79	3,07	3,30
Résultat net par action hors éléments non récurrents part du groupe (euros)	4,04	3,42	3,50
Résultat net dilué par action hors éléments non récurrents part du groupe (euros)	4,01	3,42	3,49

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

<i>En millions d'euros</i>	2010	2009	2008
Résultat net consolidé de l'exercice	2 242,0	1 794,9	1 950,9
<i>Actifs financiers disponibles à la vente</i>	-852,3	1 142,5	-2 083,9
<i>Couverture des flux de trésorerie</i>	-8,0	-154,3	88,3
<i>Gains et pertes actuariels</i>	-213,5	-142,9	-160,4
<i>Effet d'impôts sur les éléments directement reconnus en capitaux propres ⁽¹⁾</i>	92,0	61,4	78,6
<i>Réserves de conversion</i>	463,3	6,5	-124,5
Variation des gains et pertes comptabilisés directement en capitaux propres	-518,5	913,2	-2 201,9
Total du résultat net et des gains et pertes comptabilisés directement en capitaux propres	1 723,5	2 708,1	-251,0
Dont :			
- part du groupe	1 721,2	2 705,4	-253,6
- part des minoritaires	2,3	2,7	2,6

⁽¹⁾ L'effet d'impôt se décline comme suit :

<i>En millions d'euros</i>	2010	2009	2008
Actifs financiers disponibles à la vente	14,6	-19,8	37,7
Couverture des flux de trésorerie	1,1	39,6	-17,4
Gains et pertes actuariels	76,3	41,6	58,3
Total	92,0	61,4	78,6

Annexe 4 : Bilans consolidés comparés

Actif

<i>En millions d'euros</i>	31.12.2010	31.12.2009	31.12.2008
Actifs non courants	17 048,2	17 350,4	16 380,3
Ecart d'acquisition	5 729,6	5 466,0	5 532,5
Autres immobilisations incorporelles	2 177,5	2 042,4	2 038,2
Immobilisations corporelles	2 677,5	2 599,0	2 753,3
Actifs financiers non courants	5 837,5	6 672,2	5 557,4
Impôts différés actifs	626,1	570,8	498,9
Actifs courants	6 996,3	5 941,1	6 526,5
Stocks	1 810,1	1 476,7	1 635,5
Créances clients	2 685,3	2 443,3	2 694,6
Autres actifs courants	846,0	732,8	985,8
Impôts sur les bénéfices	104,5	115,2	133,6
Trésorerie et équivalents de trésorerie	1 550,4	1 173,1	1 077,1
Total	24 044,5	23 291,5	22 906,9

Passif

<i>En millions d'euros</i>	31.12.2010	31.12.2009	31.12.2008
Capitaux propres	14 865,8	13 598,3	11 562,5
Capital	120,2	119,8	120,5
Primes	1 148,3	996,5	965,5
Autres réserves	11 107,1	10 141,3	9 232,1
Eléments constatés directement en capitaux propres	1 188,1	2 169,9	1 263,2
Réserve de conversion	-89,6	-552,9	-559,4
Actions auto-détenues	-850,9	-1 071,6	-1 410,6
Résultat net part du groupe	2 239,7	1 792,2	1 948,3
Capitaux propres - part du groupe	14 862,9	13 595,2	11 559,6
Intérêts minoritaires	2,9	3,1	2,8
Passifs non courants	2 596,6	4 306,6	3 978,0
Provisions pour retraites et autres avantages	1 129,0	1 021,4	961,6
Provisions pour risques et charges	181,3	125,6	111,4
Impôts différés passifs	462,0	418,0	398,4
Emprunts et dettes financières non courants	824,3	2 741,6	2 506,6
Passifs courants	6 582,1	5 386,5	7 366,4
Dettes fournisseurs	3 153,5	2 603,1	2 656,6
Provisions pour risques et charges	536,9	510,0	431,1
Autres passifs courants	1 958,1	1 750,5	1 848,4
Impôts sur les bénéfices	166,6	133,2	159,7
Emprunts et dettes financières courants	767,0	389,7	2 270,6
Total	24 044,5	23 291,5	22 906,9

Annexe 5 : Tableaux de variations des capitaux propres consolidés

<i>En millions d'euros</i>	Nombre d'actions en circulation	Capital	Primes	Autres réserves et résultat	Eléments comptabilisés directement en capitaux propres	Actions auto-détenues	Réserves de conversion	Capitaux propres part du groupe	Intérêts minoritaires	Capitaux propres
Situation au 31.12.2008	583 140 468	120,5	965,5	11 180,4	1 263,2	-1 410,6	-559,4	11 559,6	2,8	11 562,5
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
Situation au 31.12.2009	584 735 660	119,8	996,5	11 933,5	2 169,9	-1 071,6	-552,9	13 595,2	3,1	13 598,3
Résultat consolidé de l'exercice				2 239,7				2 239,7	2,3	2 242,0
<i>Actifs financiers disponibles à la vente</i>					-837,7			-837,7		-837,7
<i>Couverture des flux de trésorerie</i>					-6,8			-6,8		-6,8
<i>Gains et pertes actuariels</i>					-137,3			-137,3		-137,3
<i>Réserves de conversion</i>							463,3	463,3		463,3
Variations des gains et pertes comptabilisés directement en capitaux propres					-981,8		463,3	-518,5		-518,5
Total du résultat net et des gains et pertes comptabilisés directement en capitaux propres				2 239,7	-981,8		463,3	1 721,2	2,3	1 723,5
Augmentation de capital	2 520 175	0,5	151,8					152,3		152,3
Annulation d'actions auto-détenues		-0,1		-37,8		37,9		-		
Dividendes versés (hors actions propres)				-878,8				-878,8	-2,2	-881,0
Rémunérations payées en actions				84,8				84,8		84,8
Variation nette des titres L'Oréal auto-détenus	2 400 068			1,1		182,8		183,9		183,9
Rachat d'intérêts minoritaires				-2,9				-2,9		-2,9
Autres variations				7,2				7,2	-0,3	6,9
Situation au 31.12.2010	589 655 903	120,2	1 148,3	13 346,8	1 188,1	-850,9	-89,6	14 862,9	2,9	14 865,8

Annexe 6 : Tableaux des flux de trésorerie consolidés comparés

<i>En millions d'euros</i>	2010	2009	2008
Flux de trésorerie liés à l'activité			
Résultat net part du groupe	2 239,7	1 792,2	1 948,3
Intérêts minoritaires	2,3	2,7	2,6
Elimination des charges et des produits sans incidence sur la trésorerie ou non liés à l'activité :			
amortissements et provisions	734,2	834,0	706,1
variation des impôts différés	110,0	51,7	6,6
charge de rémunération des plans de stock-options	84,8	76,7	85,9
plus ou moins values de cessions d'actifs	0,1	0,9	-3,6
Marge brute d'autofinancement	3 171,1	2 758,2	2 745,9
Variation du besoin en fonds de roulement lié à l'activité	132,5	466,3	-148,8
Flux de trésorerie généré par l'activité (A)	3 303,6	3 224,5	2 597,1
Flux de trésorerie liés aux opérations d'investissement			
Acquisitions d'immobilisations corporelles et incorporelles	-677,9	-628,0	-745,9
Cessions d'immobilisations corporelles et incorporelles	18,3	27,5	9,2
Variation des autres actifs financiers (y compris les titres non consolidés)	2,3	36,7	-9,4
Incidence des variations de périmètre	-160,7	-160,2	-1 299,1
Flux net de trésorerie lié aux opérations d'investissement (B)	-818,0	-723,9	-2 045,2
Flux de trésorerie liés aux opérations de financement			
Dividendes versés	-921,6	-851,5	-849,2
Augmentation de capital de la société mère	152,3	31,1	2,3
Valeur de cession/(acquisition) des actions propres	184,0	65,0	-912,6
Rachat d'intérêts minoritaires	-8,7	-	-
Emission (remboursement) d'emprunts à court terme	-132,6	-1 886,0	1 262,5
Emission d'emprunts long terme	4,0	350,3	1,1
Remboursement d'emprunts long terme	-1 462,5	-98,4	-62,8
Flux net de trésorerie lié aux opérations de financement (C)	-2 185,1	-2 389,4	-558,7
Incidence des variations de cours des devises et de juste valeur (D)	76,9	-15,3	-2,8
Variation de trésorerie (A+B+C+D)	377,4	96,0	-9,6
Trésorerie d'ouverture (E)	1 173,1	1 077,1	1 086,7
Trésorerie de clôture (A+B+C+D+E)	1 550,4	1 173,1	1 077,1