

L'Oréal

Dynamique du groupe et de ses activités

Environnement concurrentiel et perspectives stratégiques

Edition – Novembre 2009

Réalisation de l'étude : cette étude a été réalisée par Yoann Pardoux et Vincent Desruelles. Les travaux d'analyses et de synthèses ont été effectués à partir de sources documentaires, électroniques et publications recueillies au cours des deux mois précédant la sortie de l'étude.

Cette étude fait partie d'une collection de 55 groupes. Chaque étude comprend des informations et analyses sur :

- ✓ l'évolution conjoncturelle et son positionnement concurrentiel
- ✓ la structure industrielle
- ✓ les perspectives stratégiques

Sommaire de l'étude : plus de 70 pages de données, d'analyses et de synthèses

0. LA SYNTHÈSE & LES CONCLUSIONS STRATÉGIQUES

1. PROFIL DU GROUPE

1.1. Vue d'ensemble

- 1.1.1. Fiche d'identité
- 1.1.2. Etapes clés du groupe
- 1.1.3. Activités du groupe

1.2. Activités du groupe

Vue d'ensemble

1.3. Répartition géographique

Une présence mondiale

1.4. L'Oréal et le capital humain

La politique RH de L'Oréal

1.5. Répartition par zone de production

Une production très européenne

1.6. Structure de l'actionnariat

Consolidé depuis trois ans

1.7. Structure du groupe

Organes de directions

1.8. Comparaisons internationales

L'Oréal, en tête du secteur

1.9. Données boursières

Fiche d'identité boursière

2. DYNAMIQUE DU GROUPE ET DE SES ACTIVITÉS

2.1. Environnement mondial

L'Oréal face à ses concurrents

2.2. Activité globale de L'Oréal

- 2.2.1. Chiffre d'affaires
- 2.2.2. Activité au 1er semestre de l'exercice 2009
- 2.2.3. Chiffre d'affaires par zone géographique
- 2.2.4. Chiffre d'affaires par division
- 2.2.5. Chiffre d'affaires par métier
- 2.2.6. Marge opérationnelle et résultat net

2.3. Secteurs d'activité

- 2.3.1. Produits grand public
- 2.3.2. Produits de luxe
- 2.3.3. Produits professionnels
- 2.3.4. Cosmétique active
- 2.3.5. Dermatologie : Galderma
- 2.3.6. The Body Shop

3. AXES DE DEVELOPPEMENT

3.1. Développement du groupe

Orientations stratégiques de L'Oréal

3.2. Croissance économique

- 3.2.1. Développement externe
- 3.2.2. Nouveaux segments de marché

3.3. Croissance géographique

Investir de nouveaux territoires

3.4. Croissance technologique

Recherche et développement

3.5. Communication

Construction d'une image forte

3.6. Une croissance durable

Optimiser le processus de production

3.7. Les principaux événements stratégiques

- 3.7.1. Faits marquants récents
- 3.7.2. Lancements et innovations

4. DONNEES FINANCIERES

4.1. Panorama des éléments financiers

Chiffres clés

4.2. Indicateurs économiques & financiers

- 4.2.1. Compte d'exploitation
- 4.2.2. Bilan consolidé en valeur
- 4.2.3. Structure du bilan consolidé
- 4.2.4. Ratios
- 4.2.5. Définitions

5. BASE STATISTIQUE

La table des tableaux & graphiques : la source d'information la plus complète

T1	Analyse SWOT de L'Oréal	T32	Répartition du chiffre d'affaires de la division Produits de luxe par métier (2008)
T2	Historique de la constitution du groupe	T33	Chiffre d'affaires de la division Produits professionnels (2004-2008)
T3	Faits marquants	T34	Répartition du chiffre d'affaires de la division Produits professionnels par zone géographique (2008)
T4	Vue d'ensemble des activités du groupe	T35	Répartition du chiffre d'affaires de la division Produits professionnels par métier (2008)
T5	Présentation des activités et chiffres clés des métiers de L'Oréal	T36	Chiffre d'affaires de la division Cosmétique active (2004-2008)
T6	Répartition du chiffre d'affaires par zone géographique en 2008	T37	Répartition du chiffre d'affaires de la division Cosmétique active par zone géographique (2008)
T7	Répartition des ventes de cosmétiques par zone géographique en 2008	T38	Répartition du chiffre d'affaires de la division Cosmétique active par métier (2008)
T8	Répartition des ventes de produits dermatologiques par zone géographique en 2008	T39	Répartition du chiffre d'affaires de la division Dermatologie par zone géographique (2008)
T9	Répartition du personnel par zone géographique (2008)	T40	Chiffre d'affaires de la division Dermatologie (2004-2008)
T10	Implantations industrielles et pôles de recherche et développement de L'Oréal	T41	Répartition des boutiques de The Body Shop par réseau de distribution (2008)
T11	Répartition géographique de la production cosmétique en 2008	T42	Répartition des ventes de détail de The Body Shop par zone géographique (2008)
T12	Actionnariat du groupe L'Oréal au 31/12/2006		
T13	Actionnariat du groupe L'Oréal au 31/12/2008		
T14	Chiffre d'affaires des leaders du secteur des parfums et cosmétiques en 2008		
T15	Fiche d'identité boursière de L'Oréal		
T16	Calendrier corporate 2009-2010		

2. Dynamique du groupe et de ses activités

T17	Taux de marge opérationnelle des groupes de parfums et cosmétiques dans le monde (2007/2008)
T18	Activité et taux de marge opérationnelle des principaux opérateurs mondiaux de parfums et cosmétiques (2007/2008)
T19	Evolution du chiffre d'affaires de L'Oréal (2004-2008)
T20	Chiffre d'affaires de L'Oréal au 1er semestre 2009 par métier et zone géographique
T21	Comptes consolidés du groupe L'Oréal au 1er semestre 2009
T22	Chiffre d'affaires de L'Oréal par zone géographique (2006-2008)
T23	Chiffre d'affaires de L'Oréal par division (2006-2008)
T24	Chiffre d'affaires de L'Oréal par métier (2006-2008)
T25	Evolution de la marge d'exploitation de L'Oréal (2000-2008)
T26	Evolution du résultat net (part du groupe) de L'Oréal (2004-2008)
T27	Chiffre d'affaires de la division Produits grand public (2004-2008)
T28	Répartition du chiffre d'affaires de la division Produits grand public par zone géographique (2008)
T29	Répartition du chiffre d'affaires de la division Produits grand public par métier (2008)
T30	Chiffre d'affaires de la division Produits de luxe (2004-2008)
T31	Répartition du chiffre d'affaires de la division Produits de luxe par zone géographique (2008)

3. Axes de développement

T43	Axes stratégiques de L'Oréal
T44	Répartition du chiffre d'affaires d'YSL par métier (2007)
T45	Chiffre d'affaires de YSL Beauté (2001-2007)
T46	Soins du visage : dépenses moyennes par tranche d'âge (2008)
T47	Répartition du marché cosmétique mondial par zone géographique en 2008
T48	Budget en recherche et développement de L'Oréal (2003-2008)
T49	Brevets déposés par L'Oréal (2003-2008)
T50	Evolution des dépenses publicitaires de L'Oréal (2004-2008)

4. Données financières

T51	Chiffres clés
T52	Compte d'exploitation consolidé
T53	Compte d'exploitation consolidé en % du chiffre d'affaires
T54	Actif
T55	Passif
T56	Actif
T57	Passif
T58	Evolution de l'activité
T59	Evolution de la structure financière
T60	Définitions des ratios et indicateurs sur le secteur

Liste des principaux groupes cités dans l'étude

AVON
BEIERSDORF
CLARINS
COLGATE PALMOLIVE
COTY
ESTEE LAUDER
HENKEL
JOHNSON & JOHNSON

KAO
LVMH
NATURA
PROCTER & GAMBLE
REVLON
SHISEIDO
UNILEVER