

COMUNICADO DE PRENSA

Clichy, 9 de febrero 2023 a las 6.00 p.m.

L'ORÉAL

Resultados anuales 2022

**FUERTE CRECIMIENTO DE LAS VENTAS,
OTRO AÑO DE MEJORES RESULTADOS
EN TODAS LAS DIVISIONES Y TODAS LAS ZONAS**

FUERTE MEJORA DEL MARGEN OPERATIVO

MAYOR CONTRIBUCIÓN SOCIAL Y AMBIENTAL

- **Ventas: 38.26 mil millones de euros**, +18.5 % según las cifras reportadas, +10.9 % en la comparación entre iguales¹; aumento comparable del +23.4 % vs 2019.
- **Fortalecimiento del liderazgo mundial en el mercado de la belleza.**
- **Crecimiento equilibrado entre volumen y valor. 28 % de las ventas en comercio electrónico.**
- **Fuerte mejora del margen operativo: 19.5 %** (+40 bps); beneficio operativo: 7,456.9 millones de euros.
- **Utilidades por acción²: 11.26 euros**, un aumento de +27.6 %.
- **Dividendos³: 6.00 euros.**
- **Tercer plan de propiedad de acciones para empleados** implantado con éxito en más de 60 países.
- **L'Oréal for Youth**: 25,000 oportunidades de trabajo al año para menores de 30 años.
- **Fondo L'Oréal for Women**: ya se han destinado 30.8 millones de euros para ayudar a más de 1.2 millones de mujeres en situación vulnerable en todo el mundo.
- **Programa de abastecimiento solidario** beneficia a 85,000 trabajadores de comunidades discriminadas.
- **Líder en sostenibilidad**: única empresa del mundo que ha obtenido la calificación "AAA" de CDP durante siete años consecutivos; **medalla de platino de EcoVadis**, que clasificó a L'Oréal en el 1% de las mejores empresas del mundo en términos de rendimiento ambiental y social.
- Nominada por 13º año como una de las empresas más éticas del mundo por **Ethisphere**.

Al comentar acerca de las cifras, Nicolas Hieronimus, Director general de L'Oréal, dijo: "Hemos logrado un rendimiento notable este año, gracias a nuestro liderazgo en innovación, nuestras marcas altamente deseables, nuestra agilidad operativa y el enorme compromiso de nuestros equipos. El crecimiento comparable vs. 2019 se aceleró trimestre tras trimestre y alcanzó el +23 % durante todo el año. Nuestro crecimiento equilibrado entre divisiones y regiones demuestra una vez más la importancia de nuestro modelo multipolar: estratégicamente centralizado y operativamente descentralizado, con una fuerte mentalidad empresarial, este modelo se adapta perfectamente al entorno actual. Hemos salido fortalecidos de 2022 y reforzado nuestra posición como empresa líder mundial en belleza. Estos resultados de alta calidad nos permiten respaldar de manera constante nuestros compromisos sociales y ambientales, acorde con nuestra doble ambición de rendimiento económico y corporativo. Conscientes de las incertidumbres actuales, seguimos siendo ambiciosos de cara al futuro, optimistas sobre las perspectivas del mercado de la belleza y confiados en nuestra capacidad para seguir superando al mercado y lograr en 2023 otro año de crecimiento en ventas y beneficios".

¹ Comparación entre iguales: con base en estructuras comparables y tipos de cambio idénticos.

² Utilidades diluidas por acción, con base en las ganancias netas, excluyendo partidas no recurrentes, después de intereses minoritarios.

³ Propuesto en la Junta general anual del 21 de abril de 2023.

Composición del consejo directivo y sus comités

En su junta del 9 de febrero de 2023, bajo la presidencia de Jean-Paul Agon, el Consejo Directivo decidió proponer en la junta general anual del 21 de abril de 2023 la renovación de la permanencia del cargo como directoras la Srita. Sophie Bellon y el Sr. Fabienne Dulac durante un período de cuatro años.

Si en la junta general anual se aprueban las resoluciones propuestas, el consejo directivo continuará estando compuesto por 16 directores, es decir, 14 directores nombrados por el consejo y dos directores que representen a los empleados.

El equilibrio en términos de independencia y diversidad continuarán sin cambios:

- Siete directores independientes de los 14 directores que se nombran en la Junta general anual, es decir, 50 %.
- Siete mujeres y siete hombres de los 14 directores que se nombran en la Junta general anual, es decir, paridad al 50 %

El Consejo decidió revisar la composición de los Comités, que se detalla en la siguiente tabla. Esto surtirá efecto al término de la junta general anual, a reserva de la renovación de los mandatos como directoras de la Srita. Sophie Bellon y la Srita. Fabienne Dulac.

Composición prevista del Consejo y de los Comités al término de la Junta General Anual que se celebrará el 21 de abril de 2023

		COMITÉS DEL CONSEJO				
		Fecha de expiración del mandato	Estrategia y sostenibilidad	Auditoría	Nombramientos y gestión	RRHH y Remuneración
Sr. Jean-Paul Agon	Presidente	2026	P			
Sr. Nicolas Hieronimus	Director General	2025				
Srita. Françoise Bettencourt Meyers	Vicepresidente	2025	■		■	■
Sr. Paul Bulcke	Vicepresidente	2025	■		■	■
Sra. Sophie Bellon	◆	2027			■	P
Sr. Patrice Caine	◆	2026	■		P	
Sra. Fabienne Dulac	◆	2027		■		■
Sra. Belén Garijo	◆	2026				■
Sra. Béatrice Guillaume-Grabisch		2024		■		
Sr. Thierry Hamel	Director rep. de empleados	2026				■
Srita. Ilham Kadri	◆	2024		■		
Sr Jean-Victor Meyers		2024	■			
Sr. Nicolas Meyers		2024		■		
Srita. Virginie Morgon	◆	2025		P		
Sr. Alexandre Ricard	◆	2025	■			
Sr. Benny de Vlieger	Director rep. de empleados	2026		■		

- ◆ Independencia en el sentido de los criterios del Código AFEP-MEDEF evaluada por el Consejo Directivo
- P Presidente/Presidenta del Comité
- Miembro del Comité

VENTAS DE 2022

Las ventas ascendieron a 38.26 mil millones de euros a 31 de diciembre de 2022, lo que supone un aumento del 18.5 %.

En comparación entre iguales, es decir, con base en una estructura comparable y tipo de cambio idénticos, el crecimiento en las ventas del grupo L'Oréal fueron de +10.9 %.

El impacto neto de las variaciones en el perímetro de la consolidación fue de +0.4 %.

Al final de 2022, las fluctuaciones monetarias tuvieron un impacto de +7.2 %.

Ventas por división y zona geográfica

	4 ^{to} trimestre de 2022			Al 31 de diciembre de 2022		
	€m	Crecimiento		€m	Crecimiento	
		Comparación entre iguales	Reportado		Comparación entre iguales	Reportado
<u>Por división</u>						
Productos para profesionales	1,218.6	+8.1%	+15.0%	4,476.8	+10.1%	+18.3%
Productos de consumo	3,678.6	+7.5%	+11.8%	14,021.3	+8.3%	+14.6%
L'Oréal Luxe	4,154.2	+5.5%	+10.7%	14,638.1	+10.2%	+18.6%
Cosmética activa	1,267.7	+19.4%	+28.0%	5,124.5	+21.9%	+30.6%
Total del grupo	10,319.1	+8.1%	+13.5%	38,260.6	+10.9%	+18.5%
<u>Por zona geográfica</u>						
Europa	2,990.8	+ 8.1%	+8.4%	11,436.7	+11.6%	+12.3%
Norteamérica	2,690.9	+9.4%	+23.5%	10,164.0	+10.4%	+24.6%
Norte de Asia	3,290.9	+4.9%	+8.7%	11,321.4	+6.6%	+14.8%
SAPMENA – SSA ⁴	771.3	+13.4%	+16.6%	2,962.4	+22.0%	+28.1%
Latinoamérica	575.3	+13.8%	+23.1%	2,376.2	+18.6%	+34.1%
Total del grupo	10,319.1	+8.1%	+13.5%	38,260.6	+10.9%	+18.5%

⁴SAPMENA – SSA: Sur de Asia Pacífico, Medio Oriente, Norte de África y África Subsahariana

Resumen por división

PRODUCTOS PARA PROFESIONALES

La división de productos para profesionales terminó el año con un gran crecimiento: +10.1 % en comparación entre iguales y +18.3 % con base en las cifras que se reportaron.

La División reforzó su posición en el mercado de la belleza profesional, mantuvo su impulso de crecimiento en todas las zonas geográficas, con resultados sobresalientes en China continental, India y Brasil. Ha seguido obteniendo buenos resultados en todos los canales de distribución (salones, red SalonCentric en Estados Unidos y comercio electrónico), lo que confirma una vez más el éxito de su estrategia omnicanal.

El crecimiento en el mercado del cuidado capilar de alta gama se vio impulsado en gran medida por los resultados de *Kérastase*, cuyas ventas superaron por primera vez la simbólica marca de los mil millones de euros, y de *Série Expert de L'Oréal Professionnel*, con el éxito de la innovación *Metal Detox*. La División también logró un crecimiento en coloración capilar, con sus líneas icónicas *Shades EQ* de *Redken* e *Inoa* de *L'Oréal Professionnel*.

Como líder de la industria, la división está alentando a todos sus estilistas asociados a participar en la transición a la sostenibilidad al lanzar su programa "Hairstylists for the Future".

PRODUCTOS DE CONSUMO

La división de productos de consumo registró su mejor crecimiento en 20 años: +8.3 % en comparación entre iguales y +14.6 % con base en las cifras que se reportaron.

El crecimiento de la división se ha basado en la innovación y la valorización, sin sacrificar el volumen. Todas las grandes marcas superaron al mercado, gracias al éxito de sus iniciativas en las distintas categorías.

La división logró un crecimiento sostenido en el cuidado del cabello, con *Elvive Hyaluron Plump*, que confirmó su éxito mundial. El maquillaje fue la categoría de mayor crecimiento de la división, con lanzamientos de éxito como *Superstay Vinyl Ink* de *Maybelline New York*, la primera barra de labios líquida, brillante y de larga duración, así como el corrector *Bare With Me* y las *Jumbo False Eyelashes* de *NYX Professional Makeup*. En cuidado de la piel, *Garnier* fue la marca que más creció en la división, destacando su *Vitamin C Brightening Serum*.

América del Norte y Europa registraron resultados muy sólidos. Al mismo tiempo, el crecimiento se aceleró de forma significativa en Latinoamérica y SAPMENA-SSA, con notables resultados en países de gran potencial como México, India y Brasil. Esto compensó con creces las difíciles condiciones del mercado en China, donde la división aceleró sus ganancias de participación en el mercado en el cuarto trimestre.

L'ORÉAL LUXE

L'Oréal Luxe registró un gran crecimiento de +10.2 % en comparación entre iguales y +18.6 % en las cifras que se reportaron, lo que superó a un mercado mundial de la belleza de lujo que ha vuelto a demostrar su dinamismo este año.

L'Oréal Luxe reforzó su liderazgo en fragancias, la categoría de mayor crecimiento en el mercado selectivo. Estos resultados se vieron impulsados por superventas mundiales, como *Libre* de *Yves Saint Laurent*, *La Vie Est Belle* de *Lancôme* y *Acqua di Gio* de *Armani*, así como por lanzamientos que tuvieron un arranque impresionante, como *Prada Paradoxe*. En el cuidado de la piel, la división creció tres veces más rápido que el mercado, impulsada por el segmento ultra premium, con un espectacular rendimiento de *Helena Rubinstein*, innovaciones de vanguardia como el *Rénergie H.C.F Triple Serum* de *Lancôme*, y el éxito de las recientes adquisiciones, incluida la marca japonesa *Takami*. La división también creció en maquillaje, gracias a las iniciativas de *Yves Saint Laurent* y *Urban Decay*.

En un entorno inestable, sobre todo en el segundo semestre con la drástica ralentización del mercado chino, la división confirmó la solidez de su huella geográfica, que le ha permitido reforzar su cuota de participación en el mercado mundial desde 2019. La División creció al ritmo del mercado en Europa y aumentó de manera considerable su posición en el norte de Asia.

COSMÉTICA ACTIVA

La división de cosmética activa terminó el año con un crecimiento excepcional de +21.9 % en comparación entre iguales y +30.6 % con base en las cifras que se reportaron.

Reforzó su liderazgo en prescripción médica, la división de Cosmética Activa reforzó su modelo basado en la recomendación y creció el doble que el mercado de la dermocosmética. La división registró un crecimiento de dos dígitos en todas las zonas, con resultados notables en Norteamérica, SAPMENA-SSA y China continental. La *Roche-Posay* y *CeraVe* contribuyeron por igual al crecimiento de la división. La *Roche-Posay*, la marca más importante de la división, mantuvo su excelente ritmo, impulsada por sus principales pilares, *Cicaplast* y *Effaclar*, y por el éxito de *UVMune 400*, innovación revolucionaria en protección solar. *CeraVe* continuó su expansión internacional, lo que logró un crecimiento espectacular tanto en Estados Unidos como en el resto del mundo. *Vichy* mantuvo su fuerte impulso gracias a *Dercos* y a la franquicia *Capital Soleil UV*, tanto en protección solar estacional como diaria. En el ámbito de la estética, *SkinCeuticals* registró un crecimiento de dos dígitos, impulsado por los excelentes resultados de la crema antiarrugas *A.G.E Interrupter*. La marca *Skinbetter Science*, recientemente adquirida e integrada en la división en el cuarto trimestre, ha mostrado un potencial prometedor.

Resumen por zona geográfica

EUROPA

La zona creció +11.6 % en comparación entre iguales y +12.3 con base en las cifras reportadas.

El mercado europeo de la belleza creció por encima de los niveles prepandémicos, impulsado por las fragancias, el maquillaje y la protección solar. Mantuvo su dinamismo durante el segundo semestre a pesar del aumento de la inflación. L'Oréal ha vuelto a superar de manera significativa al mercado gracias a su oferta diversificada, que responde a las necesidades de todos los segmentos de consumidores, y a su estrategia de valorización, lo que ha permitido a Europa ser el primer contribuyente al crecimiento del Grupo este año. L'Oréal obtuvo mejores resultados en la mayoría de los países, especialmente en Alemania, el Reino Unido y España. Los países de Europa Central registraron un crecimiento muy fuerte. L'Oréal también siguió obteniendo mejores resultados en el comercio electrónico.

La división de productos de consumo logró su mayor crecimiento de los últimos años, impulsada por el repunte del maquillaje y los lanzamientos de gran éxito. L'Oréal Luxe, líder de la categoría de fragancias, cosechó un nuevo éxito. La división de cosmética activa obtuvo mejores resultados en toda la zona gracias al éxito de *La Roche-Posay* y *CeraVe*, que continuaron su rápida expansión. Por último, la división de productos profesionales prosiguió con éxito su estrategia de valorización, contribuyendo de manera significativa crecimiento de los productos capilares de gama alta en la zona.

NORTEAMÉRICA

La zona terminó el año en +10.4 % en comparación entre iguales y +24.6 % con base en las cifras reportadas, alcanzando la marca de 10 mil millones de euros en ventas. La fuerte innovación, la agilidad operativa y la valorización bien ejecutada de la oferta en un contexto de inflación creciente han sido decisivas para lograr este hito.

La División de Productos de Consumo reforzó su posición, superando al mercado de maquillaje liderado por *NYX Professional Makeup* y *Maybelline New York*. L'Oréal Luxe superó al mercado en fragancias, gracias a su portafolio único y a lanzamientos clave como *Prada Paradoxe* y *Viktor & Rolf Good Fortune*. La división de productos profesionales se mantuvo fuerte en el canal de los salones de belleza y a través de la plataforma *SalonCentric*, superando de manera significativa al mercado; sus resultados fueron especialmente buenos en el cuidado del cabello, con *Pureology* y *Kérastase*. La división de cosmética activa cerró el año con un fuerte crecimiento de dos dígitos, muy por delante del mercado de dermocosméticos. *CeraVe* y *La Roche-Posay* mantuvieron un buen ritmo; la adquisición de la marca estadounidense de cuidado de la piel *Skinbetter Science* arrancó con fuerza.

NORTE DE ASIA

La zona terminó el año en +6.6 % en comparación entre iguales y +14.8 % con base en las cifras reportadas.

El exclusivo portafolio de marcas de L'Oréal y su excelencia digital fueron, una vez más, factores clave para obtener mejores resultados en toda la zona, en todos los mercados y en todos los canales. Las divisiones de productos profesionales y cosmética activa han seguido creciendo a un ritmo de dos dígitos, aprovechando su portafolio de marcas de primera calidad. La división de productos de consumo aprovechó el notable éxito de *L'Oréal Paris* en las categorías de cuidado de la piel y del cabello, y el impulso del crecimiento de *3CE Stylenanda*. L'Oréal Luxe logró un sólido crecimiento en un mercado negativo; estos notables resultados fueron impulsados por el cuidado de la piel de primera calidad, las fragancias y la fuerte aceleración de *Yves Saint Laurent* en toda la zona.

En China continental, el mercado de la belleza se vio claramente afectado por las restricciones en materia de salud pública. En este difícil contexto, L'Oréal creció notablemente, con un aumento de dos dígitos en las ventas en línea. Aprovechando el amor por la marca y la agilidad operativa, L'Oréal ha conseguido ofrecer a los consumidores productos innovadores y de primera calidad. Este notable éxito resultó en fuertes ganancias de cuota de participación en el mercado fuera de línea y en línea a lo largo del año, así como durante el Doble 11, el mayor festival de compras del mundo; las marcas de L'Oréal encabezaron las clasificaciones de cada categoría de belleza en Tmall, consolidando aún más el liderazgo del grupo, especialmente en lujo, donde L'Oréal superó el 30 % de cuota de participación en el mercado en 2022.

L'Oréal registró un crecimiento de dos dígitos en Japón y Corea, donde superó al mercado de la belleza, que repuntó con fuerza en 2022.

Todos los centros de L'Oréal en la zona norte de Asia serán "neutros en carbono"⁵ en 2022.

SAPMENA – SSA⁶

La Zona creció con fuerza +22.0 % en comparación entre iguales y +28.1 % con base en las cifras reportadas.

En SAPMENA, el Grupo logró un sólido crecimiento en todos los mercados a pesar de los problemas de abastecimiento. Los consumidores volvieron a las tiendas y L'Oréal registró un auge de ventas en el canal de tiendas físicas. En el Pacífico, el crecimiento se debió principalmente a las categorías de perfumería y cuidado de la piel, sobre todo con la expansión de *La Roche Posay* y *CeraVe*. El maquillaje de *Maybelline New York* y el cuidado de la piel de *Garnier* impulsaron la progresión en el sudeste asiático. El espectacular crecimiento en la India se vio impulsado por el éxito de la división de productos profesionales y la división de productos de consumo en todas las categorías. El crecimiento en los países del Golfo siguió cobrando impulso.

En el África subsahariana, L'Oréal superó de manera significativa al mercado gracias al dinamismo de todas las divisiones, con un crecimiento espectacular de la división de cosmética activa tras el exitoso lanzamiento de *CeraVe* en la región.

LATINOAMÉRICA

La zona reportó un gran crecimiento: +18.6 % en comparación entre iguales y +34.1 % con base en las cifras reportadas.

L'Oréal registró un crecimiento de dos dígitos en países clave y ganó cuota de participación en el mercado. Todas las divisiones contribuyeron a este impresionante rendimiento, encabezadas por la división de productos de consumo, que experimentó un crecimiento espectacular. El grupo siguió aumentando el peso de las ventas en el comercio electrónico, al mismo tiempo que disfrutaba de un crecimiento de dos dígitos en el comercio físico gracias a una estrategia de activación omnicanal ganadora.

La categoría de cuidado de la piel impulsó un crecimiento muy fuerte en México, mientras que los resultados de Brasil se vieron impulsados por el notable crecimiento de la división de productos de consumo y de L'Oréal Luxe.

⁵ Un centro puede reclamar el estatus de "neutro en carbono" si cumple los siguientes requisitos: · CO2 directo (Alcance 1) = 0, a excepción de: el gas utilizado para la restauración, el petróleo utilizado para las pruebas de los aspersores, los consumos de energía fósil durante el mantenimiento de las instalaciones renovables en el sitio, las fugas de gas refrigerante si son inferiores a 130 toneladas de CO2eq./año; y · CO2 indirecto basado en el mercado (Alcance 2) = 0. Las fuentes de energía renovables deben estar situadas en el sitio o a menos de 500 kilómetros del centro, y estar conectadas a la misma red de distribución. El estatus de "neutro en carbono", tal y como se ha definido anteriormente, se consigue sin compensación de carbono

⁶ SAPMENA – SSA: Sur de Asia Pacífico, Medio Oriente, Norte de África y África Subsahariana

EVENTOS IMPORTANTES DURANTE EL PERIODO DEL 01/10/22 AL 31/12/22 Y EVENTOS DESPUÉS DEL CIERRE

INVESTIGACIÓN, TECNOLOGÍA DE LA BELLEZA Y DIGITAL

- En enero, L'Oréal presentó **dos nuevas tecnologías de belleza galardonadas con el Premio a la Innovación CES® 2023: HAPTA**, el primer aplicador de maquillaje computarizado portátil del mundo diseñado para usuarios con movilidad limitada de manos o brazos; y **L'Oréal Brow Magic**, el primer aplicador electrónico de maquillaje de cejas para uso doméstico. L'Oréal Brow Magic es fruto de varios años de colaboración con la empresa de microimpresión Prinker Korea Inc, en la que el fondo de capital riesgo BOLD (Oportunidades de negocio para el desarrollo de L'Oréal) realizó una inversión minoritaria.
- En noviembre, **L'Oréal Colorsonic** fue seleccionado por la **revista Time como uno de los mejores inventos de 2022**, en la categoría de tecnología de la belleza. Este dispositivo portátil y ligero utiliza un proceso innovador y sin complicaciones para mezclar el tinte y aplicarlo uniformemente, ofreciendo a los consumidores unos resultados de coloración uniformes en casa.
- En enero, **NYX Professional Makeup** anunció **GORJS**, la primera organización autónoma descentralizada ("DAO") de belleza del mundo centrada en fomentar el desarrollo de la **comunidad de artistas 3D**.
- Para promover la autenticidad, la inclusión y la creatividad para la autoexpresión en el **metaverso**, L'Oréal estrenó en noviembre looks de belleza virtuales a través de la **primera asociación de belleza multimarca con la plataforma líder de avatares Ready Player Me**. *Maybelline New York* y *L'Oréal Professionnel* proporcionan maquillaje y peinados exclusivos para la creación de avatares, que pueden utilizarse en más de 4,000 plataformas y aplicaciones de todo el mundo.
- En enero, el fondo de capital riesgo BOLD (Oportunidades de negocio para el desarrollo de L'Oréal) realizó una inversión minoritaria en la **empresa estadounidense Digital Village**, una plataforma metaverso como servicio y un mercado NFT para marcas, creadores y comunidades.
- **L'Oréal y la biotecnológica francesa Microphyt han anunciado una asociación estratégica**. En noviembre, el fondo de capital riesgo BOLD (Oportunidades de negocio para el desarrollo de L'Oréal) adquirió una participación minoritaria en Microphyt. Esta asociación es una prueba más de la estrategia de investigación e innovación de L'Oréal en el ámbito de las ciencias ecológicas mediante la inversión en nuevas empresas biotecnológicas innovadoras.

RESULTADOS AMBIENTALES, SOCIALES Y DE GOBIERNO

- L'Oréal es la única empresa del mundo que ha recibido una **puntuación "AAA" de CDP** durante siete años consecutivos, por su liderazgo en transparencia corporativa y rendimiento ambiental, a través de su compromiso para hacer frente al cambio climático y tomar medidas para proteger los bosques y la seguridad del agua.
- En diciembre, **todos los centros de L'Oréal Brasil pasaron a ser "neutros en carbono"**⁷ (oficina central, centro de investigación e innovación, fábrica y centro de distribución), tres años antes de lo previsto en sus objetivos de *L'Oréal for the Future*.
- Por sexto año consecutivo, L'Oréal ha sido reconocida por el **Índice de Igualdad de Género de Bloomberg** (IEG) por haber conseguido crear un entorno de trabajo inclusivo e igualitario. L'Oréal es una de las 484 empresas de 45 países y regiones que forman parte del Índice 2023.
- En noviembre, L'Oréal volvió a ser reconocida como empleador líder, ocupando el **5º puesto en la clasificación mundial Universum** de las empresas favoritas de los estudiantes de empresariales, lo que convierte al Grupo en la empresa europea número uno.
- En diciembre, L'Oréal recibió el **máximo galardón a la mejor relación con los accionistas del CAC 40** de la revista *Le Revenu*, que clasifica a las empresas cotizadas en función de la calidad de su relación con los inversores particulares.

⁷ Un centro puede reclamar el estatus de "neutro en carbono" si cumple los siguientes requisitos: • CO2 directo (Alcance 1) = 0, a excepción de: el gas utilizado para la restauración, el petróleo utilizado para las pruebas de los aspersores, los consumos de energía fósil durante el mantenimiento de las instalaciones renovables en el sitio, las fugas de gas refrigerante si son inferiores a 130 toneladas de CO2eq./año; y • CO2 indirecto basado en el mercado (Alcance 2) = 0. Las fuentes de energía renovables deben estar situadas en el sitio o a menos de 500 kilómetros del centro, y estar conectadas a la misma red de distribución. El estatus de "neutro en carbono", tal y como se ha definido anteriormente, se consigue sin compensación de carbono..

RESULTADOS DE 2022

Estados financieros auditados, con certificación en curso.

Rentabilidad operativa en 19.5 % de ventas

Cuentas de pérdidas y ganancias consolidadas: de las ventas a las ganancias operativas.

	2021		2022	
	€m	% de ventas	€m	% de ventas
Ventas	32,287.6	100,0%	38,260.6	100,0 %
Costo de las ventas	-8,433.3	26.1%	- 10,577.4	27.6 %
Ganancias brutas	23,854.3	73.9%	27,683.3	72.4 %
Gastos de I + D	-1,028.7	3.2%	- 1,138.6	3.0 %
Gastos de publicidad y promoción	-10,591.0	32.8%	- 12,059.0	31.5 %
Gastos de venta, generales y administrativos	-6,074.2	18.8%	-7,028.8	18.4 %
Ganancias operativas	6,160.3	19.1%	7,456.9	19.5 %

Las ganancias brutas, con 27,683.3 millones de euros, resultaron en un 72.4 % de las ventas, en comparación con 73.9 % en 2021, una diferencia de 150 puntos base.

Los gastos de investigación y desarrollo, con 3 % of ventas, aumentaron más de +10%.

Los gastos de publicidad y promoción representan el 31.5 % de las ventas, una disminución de 130 puntos base.

Los gastos de venta, generales y administrativos, con 18.4 % de las ventas, disminuyeron 40 puntos base.

En general, las **ganancias operativas** aumentaron un +21.0 % a 7,456.9 millones de euros, y representaron el 19.5 % de las ventas, una mejora de 40 puntos base.

Ganancias operativas por división⁸

	2021		2022	
	€m	% de ventas	€m	% de ventas
Por división				
Productos para profesionales	806.9	21.3%	953.6	21.3%
Productos de consumo	2,466.0	20.2%	2,774.9	19.8%
L'Oréal Luxe	2,816.3	22.8%	3,350.4	22.9%
Cosmética activa	990.5	25.2%	1,303.0	25.4%
Total de las divisiones	7,079.7	21.9%	8,381.9	21.9%
No asignados ⁹	-919.4	-2.8%	-925.1	-2.4%
Grupo	6,160.3	19.1%	7,456.9	19.5%

La rentabilidad de la **división de productos para profesionales** se situó en 21.3 %, estable en comparación a 2021.

La rentabilidad de la división de productos de consumo se situó en 19.8 %, vs 20.2 % en 2021.

La rentabilidad de **L'Oréal Luxe** mejoró puntos base en 22.9 %.

La rentabilidad de la **división de cosmética activa** aumentó 20 puntos base en 25.4 %.

Los gastos no asignados ascendieron a 925.1 millones de euros.

⁸ En 2022, el margen operativo sufrió un impacto negativo de -40 puntos base en cada división y de -20 puntos base a nivel de grupo: a. -20 puntos base en cada división, debido a la reasignación de ciertos costos centrales a las divisiones, compensados simétricamente por una disminución de 20 puntos base en los gastos no asignados; b. -20 puntos base en cada división y a nivel de grupo, ya que el grupo contabilizó en 2022 el costo de configuración y personalización de los programas informáticos utilizados en modo Saas, de conformidad con la decisión del IFRIC de abril de 2021.

⁹ No asignados = gastos del grupo central, gastos de investigación fundamental, gastos de concesión gratuita de acciones y gastos varios.

Ganancias netas

Cuentas de pérdidas y ganancias consolidadas: de las ganancias operativas a las ganancias netas sin partidas no recurrentes.

€m	2021	2022	Crecimiento
Ganancias operativas	6,160.3	7,456.9	+21.0%
<i>Ingresos y gastos financieros sin incluir los dividendos de Sanofi</i>	-59.6	-73.0	
<i>Dividendos de Sanofi</i>	378.3	468.2	
Ganancias antes de impuestos sin partidas no recurrentes	6,478.9	7,852.1	+21.2%
<i>Impuesto sobre la renta sin partidas no recurrentes</i>	-1,535.6	-1,793.4	
<i>Ganancias netas sin partidas no recurrentes de compañías consolidadas por equidad</i>	+0.6	+1.5	
<i>Intereses minoritarios</i>	-5.5	-6.1	
Ganancias netas después de los intereses minoritarios sin partidas no recurrentes	4,938.5	6,054.1	+22.6%
EPS¹⁰ (€)	8.82	11.26	+27.6%
Ganancias netas después de los intereses minoritarios	4,597.1	5,706.6	+24.1%
GPA diluidas después de intereses minoritarios (€)	8.21	10.61	
Número promedio diluido de acciones	559,791,545	537,657,548	

Los **costos financieros netos** ascendieron a 73 millones de euros.

Los **dividendos de Sanofi** ascendieron a 468.2 millones de euros. Este año, además del dividendo anual de 393.7 millones de euros, Sanofi pagó un dividendo adicional en especie en forma de acciones Euroapi de nueva cotización por una cantidad de 74.5 millones de euros.

Los **impuestos sobre la renta sin partidas no recurrentes** ascendieron a 1,793 millones de euros, que representa una tasa de impuestos de 22.8 %.

Las **ganancias netas sin partidas no recurrentes después de intereses minoritarios** ascendieron a 6,054 millones de euros.

Las **ganancias por acción¹⁰**, se situaron en 11.26 euros, aumentaron +27.6 %.

Las **ganancias netas sin partidas no recurrentes después de intereses minoritarios¹¹** ascendieron a 347 millones de euros netos de impuestos.

Las **ganancias netas después de los intereses minoritarios** fueron de 5,706 millones de euros, aumentaron +24.1 %.

Estado de flujo de caja, balance y situación de liquidez

El **flujo de caja bruto** ascendió a 7,289 millones de euros, un aumento de +9.8 %.

El **capital de trabajo necesario** disminuyó 1,010 millones de euros.

Con 1,343.2 millones de euros, las **inversiones** representaron el 3.5 % de las ventas.

El **flujo de caja neto¹²**, se situó en 4,935 millones de euros, disminuyó 12.7%.

El **balance** permaneció sólido, con un capital de los accionistas de 27.2 mil millones de euros.

Dividendos propuestos en la Junta general anual del 21 de abril de 2023

El Consejo directivo decidió proponer en la Junta general anual de accionistas del 21 de abril de 2023 un dividendo de 6.00 euros por acción, un aumento del +25 % en comparación con los dividendos que se pagaron en 2022. Los dividendos se pagarán el 29 de abril de 2023 (fecha de exdividendos 27 de abril a las 0:00 am, hora de París).

Capital social

Hasta el 31 de diciembre de 2022, el capital de la compañía estaba formado por 535,186,562 acciones.

¹⁰ Utilidades diluidas por acción, con base en las ganancias netas sin partidas no recurrentes, después de intereses minoritarios.

¹¹ Los elementos no recurrentes incluyen la depreciación de activos, la ganancia meta de operaciones discontinuadas, costos de reestructuración y efectos de los impuestos sobre elementos no recurrentes.

¹² Flujo de caja neto = flujo de caja bruto + cambios en el capital de trabajo - gastos del capital.

El Consejo directivo de L'Oréal se reunió el 9 de febrero de 2023, bajo la presidencia de Jean-Paul Agon y en presencia de los auditores estatutarios. El Consejo aprobó los estados financieros consolidados y los estados financieros para 2022.

"El presente comunicado de prensa no constituye una oferta de venta o solicitud de una oferta para comprar acciones de L'Oréal. Si desea más información acerca de L'Oréal, consulte los documentos públicos registrados en Francia con la Autorité des Marchés Financiers, disponible también en inglés en nuestro sitio de internet www.loreal-finance.com.

El presente comunicado de prensa puede contener algunas declaraciones a futuro. Aunque la compañía considera que dichas declaraciones se basan en hipótesis razonables en la fecha de publicación del presente comunicado, por su naturaleza, están sujetas a riesgos e incertidumbres que podrían causar que los resultados reales difieran materialmente de aquellos que se indicaron o proyectaron en dichas declaraciones".

Esta es una traducción libre al inglés del comunicado de prensa de Resultados anuales del 2022 publicado en idioma francés y se proporciona únicamente para la comodidad de los lectores de habla inglesa. En caso de discrepancias, prevalecerá la versión francesa.

Acerca de L'Oréal

Durante más de 110 años, L'Oréal, el líder mundial en productos de belleza, se ha dedicado solamente a una cosa: cumplir con las aspiraciones de belleza de los consumidores en todo el mundo. Nuestro propósito, crear una belleza que mueva al mundo, define nuestro enfoque de la belleza como inclusivo, ético, generoso y comprometido con la sostenibilidad social y ambiental. Con nuestro amplio portafolio de 36 marcas internacionales y los ambiciosos compromisos de sostenibilidad de nuestro programa L'Oréal for the future, le ofrecemos a cada persona del mundo lo mejor en términos de calidad, eficacia, seguridad, sinceridad y responsabilidad al tiempo que celebramos la belleza en su infinita pluralidad.

Con 87 400 empleados comprometidos, una huella geográfica equilibrada y ventas en todas las redes de distribución (comercio electrónico, mercado de masas, tiendas departamentales, farmacias, salones de belleza, comercios minoristas en sitios turísticos y comercios minoristas de marca) en 2022 el grupo generó ventas que alcanzaron los 38.26 mil millones de euros. Con 20 centros de investigación en 11 países alrededor del mundo, un equipo de investigación y desarrollo dedicado de 4,000 científicos y más de 5,500 técnicos profesionales, L'Oréal se enfoca en inventar el futuro de la belleza y transformarse en una potencia de la tecnología de la belleza.

Más información en <https://www.loreal.com/en/mediaroom>

CONTACTOS EN L'ORÉAL

	Accionistas individuales y autoridades del mercado	Relaciones con inversionistas	Periodistas
Conmutador +33 (0) 1 47 56 70 00	Pascale Guérin +33 (0) 1 49 64 28 89 Pascale.guerin@loreal.com	Françoise Lauvin +33 (0) 1 47 56 86 82 francoise.lauvin@loreal.com	Noëlle Camilleri +33 (0) 6 79 92 99 39 noelle.camilleri@loreal.com
			Christine Burke +33 (0) 6 75 54 38 15 christine.burke@loreal.com

Para más información, póngase en contacto con su banco, corredor o institución financiera (código I.S.I.N.: FR0000120321), y consulte sus periódicos habituales, el sitio de Internet para accionistas e inversores, www.loreal-finance.com o la aplicación L'Oréal Finance, de forma alternativa, llame al +33 1 40 14 80 50.



Este comunicado de prensa fue asegurado y autenticado con tecnología de cadena de bloques. Puede verificar su autenticidad en el sitio web www.wiztrust.com

Anexos

Anexo 1: ventas del grupo L'Oréal 2021/2022 (millones de €)

	2021	2022		
	€m	€m	Evolución en ventas comparables	Evolución que se reportó
Primer trimestre	7,614.5	9,060.5	+13.5 %	+19.0 %
Segundo trimestre	7,582.1	9,305.8	+13.4 %	+22.7 %
Total de la primera mitad	15,196.6	18,366.3	+13.5 %	+20.9 %
Tercer trimestre	7,996.6	9,575.2	+9.1 %	+19.7 %
Total a los nueve meses	23,193.1	27,941.5	+12.0 %	+20.5 %
Cuarto trimestre	9,094.4	10,319.1	+8.1 %	+13.5 %
Total de todo el año	32,287.6	38,260.6	+10.9 %	+18.5 %

Anexo 2: estados consolidados de ingresos comparados

millones de €	2022	2021	2020
Ventas netas	38,260.6	32,287.6	27,992.1
Costo de las ventas	-10,577.4	-8,433.3	-7,532.3
Ganancias brutas	27,683.3	23,854.3	20,459.8
Gastos de investigación y desarrollo	-1,138.6	-1,028.7	-964.4
Gastos de publicidad y promoción	-12,059.0	-10,591.0	-8,647.9
Gastos de venta, generales y administrativos	-7,028.8	-6,074.2	-5,638.5
Utilidad de operación	7,456.9	6,160.3	5,209.0
Otros ingresos y gastos	-241.5	-432.0	-709.0
Ganancias operativas	7,215.4	5,728.3	4,500.0
Costos financieros sobre la deuda bruta	-70.4	-38.0	-79.2
Ingresos financieros sobre el efectivo y los equivalentes de efectivo	69.8	18.5	19.8
Costos financieros, netos	-0.6	-19.4	-59.4
Otros ingresos financieros y gastos	-72.3	-40.2	-36.5
Dividendos de Sanofi	468.2	378.3	372.4
Beneficio antes de impuestos y asociados	7,610.6	6,046.9	4,776.5
Impuesto a las ganancias	-1,899.4	-1,445.4	-1,209.8
Participación en los beneficios de los asociados	1.4	0.6	0.9
Ganancia neta	5,712.6	4,602.2	3,567.6
Atribuible a:			
• los dueños de la compañía	5,706.6	4,597.1	3,563.4
• Intereses minoritarios	6.0	5.1	4.2
Ganancias por acción atribuibles a los dueños de la compañía (euros)	10.65	8.24	6.37
Utilidades diluidas por acción atribuibles a los dueños de la compañía (euros)	10.61	8.21	6.34
Ganancias por acción atribuibles a los dueños de la compañía sin partidas no recurrentes (euros)	11.30	8.86	7.33
Ganancias diluidas por acción atribuibles a los dueños de la compañía sin partidas no recurrentes (euros)	11.26	8.82	7.30

Anexo 3: estados consolidados de ingresos globales

Millones de €	2022	2021	2020
Ganancias netas consolidadas del periodo	5,712.6	4,602.2	3,567.6
Coberturas de flujo de efectivo	288.5	-203.7	129.1
Ajustes de conversión acumulados	195.1	610.5	-790.2
Impuesto sobre la renta de las partidas que pueden reclasificarse en ganancias o pérdidas ⁽¹⁾	-58.0	41.5	-23.3
Partidas que pueden reclasificarse en ganancias o pérdidas	425.6	448.3	-684.4
Activos financieros a valor de mercado a través de ganancias o pérdidas	152.1	1,192.2	-1,269.1
Ganancias y pérdidas actuariales	395.6	585.5	-225.6
Impuesto sobre la renta de las partidas que no pueden reclasificarse en ganancias o pérdidas ⁽¹⁾	-111.5	-181.7	97.8
Partidas que no pueden reclasificarse en ganancias o pérdidas	436.2	1,596.0	-1,396.9
Otros ingresos globales	861.8	2,044.3	-2,081.3
INGRESOS GLOBALES CONSOLIDADOS	6,574.4	6,646.5	1,486.3
Atribuibles a:			
• los dueños de la compañía	6,567.6	6,641.4	1,482.1
• Intereses minoritarios	6.8	5.1	4.2

⁽¹⁾ El efecto impositivo es el siguiente:

Millones de €	2022	2021	2020
Coberturas de flujo de efectivo	-58.0	41.5	-23.3
Partidas que pueden reclasificarse en ganancias o pérdidas	-58.0	41.5	-23.3
Activos financieros a valor de mercado a través de otros ingresos globales	-6.1	-37.3	40.4
Ganancias y pérdidas actuariales	-105.5	-144.4	57.4
Partidas que no pueden reclasificarse en ganancias o pérdidas	-111.5	-181.7	97.8
TOTAL	-169.5	-140.2	74.5

Anexo 4: balances consolidados comparados

ACTIVOS

Millones de €	31.12.2022	31.12.2021	31.12.2020
Activos no circulantes	32,794.5	30,937.6	29,046.8
Fondo de comercio	11,717.7	11,074.5	10,514.2
Otros activos intangibles	3,640.1	3,462.8	3,356.3
Activos por derecho de uso	1,482.7	1,507.6	1,525.3
Propiedad, planta y equipo	3,481.7	3,266.2	3,225.2
Activos financieros no circulantes	11,652.8	10,920.2	9,604.8
Inversiones contabilizadas por el método de participación	18.4	9.9	11.1
Activos fiscales diferidos	801.1	696.5	809.9
Activos circulantes	14,049.6	12,075.8	14,560.1
Inventarios	4,079.4	3,166.9	2,675.8
Cuentas comerciales por cobrar	4,755.5	4,021.0	3,511.3
Otros activos circulantes	2,423.2	2,037.9	1,732.7
Activos fiscales circulantes	173.9	136.2	234.4
Efectivo y equivalentes de efectivo	2,617.7	2,713.8	6,405.9
TOTAL	46,844.2	43,013.4	43,606.9

PATRIMONIO NETO Y PASIVOS

Millones de €	31.12.2022	31.12.2021	31.12.2020
Patrimonio neto	27,186.5	23,592.6	28,998.8
Capital social	107.0	111.5	112.0
Capital adicional pagado	3,368.7	3,265.6	3,259.8
Otras reservas	11,675.6	19,092.2	18,642.5
Otros ingresos globales	6,404.4	5,738.6	4,304.5
Ajustes de conversión acumulados	-83.8	-279.1	-889.2
Autocartera	—	-8,940.2	—
Ganancias netas atribuibles a los dueños de la compañía	5,706.6	4,597.1	3,563.4
Capital atribuible a los dueños de la compañía	27,178.5	23,585.7	28,993.0
Intereses minoritarios	8.0	6.9	5.8
Pasivos no circulantes	5,937.9	2,837.6	3,478.0
Provisiones para obligaciones de jubilación del personal y beneficios relacionados	457.9	360.6	1,013.5
Provisiones para pasivos y cargas	67.7	63.8	56.8
Pasivos fiscales no circulantes	275.6	344.8	397.9
Pasivos fiscales diferidos	905.6	810.3	706.6
Préstamos y deudas no corrientes	3,017.6	10.7	8.5
Deuda de arrendamiento no corriente	1,213.5	1,247.5	1,294.7
Pasivos circulantes	13,719.6	16,583.2	11,130.1
Cuentas comerciales por pagar	6,345.6	6,068.1	4,764.5
Provisiones para pasivos y cargas	1,205.6	1,223.3	1,224.7
Otros pasivos corrientes	4,484.6	3,980.8	3,682.5
Impuesto a las ganancias	264.2	268.9	215.1
Préstamos y deudas no corrientes	1,012.8	4,619.4	856.4
Deuda de arrendamiento corriente	407.0	422.8	386.9
TOTAL	46,844.2	43,013.4	43,606.9

Anexo 5: estados consolidados de cambios en el patrimonio neto

Millones de €	Acciones comunes en circulación	Capital	Capital adicional pagado	Ganancias retenidas y ganancias netas	Otros ingresos globales	Autocartera	Ajustes de conversión acumulados	Capital atribuible a los dueños de la compañía	Intereses minoritarios	Capital total
Al 31.12.2019	558,117,205	111.6	3,130.2	20,681.0	5,595.8	—	-99.2	29,419.3	6.7	29,426.0
Ganancias netas consolidadas del periodo				3,563.4				3,563.4	4.2	3,567.6
Coberturas de flujo de efectivo					105.6			105.6	0.2	105.8
Ajustes de conversión acumulados							-801.8	-801.8	-0.3	-802.1
Hiperinflación							11.9	11.9		11.9
Otros ingresos globales que se pueden reclasificar en ganancias y pérdidas					105.6		-789.9	-684.3	-0.1	-684.4
Activos financieros a valor de mercado a través de otros ingresos integrales					-1,228.8			-1,228.8		-1,228.8
Ganancias y pérdidas actuariales					-168.1			-168.1		-168.1
Otros ingresos globales que no se pueden reclasificar en ganancias y pérdidas					-1,396.9			-1,396.9		-1,396.9
Ingresos globales consolidados				3,563.4	-1,291.3		-789.9	1,482.1	4.2	1,486.3
Aumento del capital	1,754,375	0.4	129.6	-0.2				129.8		129.8
Cancelación de autocartera										
Dividendos pagados (no pagados sobre la autocartera)				-2,172.6				-2,172.6	-4.9	-2,177.5
Pago por acciones				129.7				129.7		129.7
Cambios netos en la autocartera										
Cambios en el alcance de la consolidación										
Otros movimientos				4.8				4.8	-0.1	4.7
Al 31.12.2020	559,871,580	112.0	3,259.8	22,206.0	4,304.5		-889.1	28,993.0	5.8	28,998.8
Ganancias netas consolidadas del periodo				4,597.1				4,597.1	5.1	4,602.2
Coberturas de flujo de efectivo					-161.9			-161.9	-0.3	-162.2
Ajustes de conversión acumulados							582.4	582.4	0.3	582.7
Hiperinflación							27.8	27.8		27.8
Otros ingresos globales que se pueden reclasificar en ganancias y pérdidas					-161.9		610.2	448.3	—	448.3
Activos financieros a valor de mercado a través de otros ingresos integrales					1,154.9			1,154.9		1,154.9
Ganancias y pérdidas actuariales					441.1			441.1		441.1
Otros ingresos globales que no se pueden reclasificar en ganancias y pérdidas					1,596.0			1,596.0		1,596.0
Ingresos globales consolidados				4,597.1	1,434.1		610.2	6,641.4	5.1	6,646.5
Aumento del capital	800,780	—	5.8					5.8		5.8
Cancelación de autocartera		-0.5		-1,104.3		1,104.8				
Dividendos pagados (no pagados sobre la autocartera)				-2,264.4				-2,264.4	-4.7	-2,269.1
Pago por acciones				155.2				155.2		155.2
Cambios netos en la autocartera	-25,260,000					-10,045.0		-10,045.0		-10,045.0
Cambios en el alcance de la consolidación										
Otros movimientos ⁽¹⁾				99.8				99.8	0.6	100.4
Al 31.12.2021	535,412,360	111.5	3,265.6	23,689.3	5,738.6	-8,940.2	-279.1	23,585.7	6.9	23,592.6

⁽¹⁾ De los cuales €102.2 millones pertenecen a la interpretación del IFRIC 2021 sobre la interpretación de IAS19 "Beneficios para el empleado" sobre la atribución de la prestación a los periodos de servicio.

Millones de €	Acciones comunes en circulación	Capital	Capital adicional pagado	Ganancias retenidas y ganancias netas	Otros ingresos globales	Autocartera	Ajustes de conversión acumulados	Capital atribuible a los dueños de la compañía	Intereses minoritarios	Capital total
Al 31.12.2021	535,412,360	111.5	3,265.6	23,689.3	5,738.6	-8,940.2	-279.1	23,585.7	6.9	23,592.6
Impacto de la aplicación de la decisión de IFRIC sobre los contratos SaaS				-151.2				-151.2	—	-151.2
Al 01.01.2022 ⁽²⁾	535,412,360	111.5	3,265.6	23,538.1	5,738.6	-8,940.2	-279.1	23,434.5	6.9	23,441.4
<i>Ganancias netas consolidadas del período</i>				5,706.6				5,706.6	6.0	5,712.6
<i>Coberturas de flujo de efectivo</i>					229.7			229.7	0.8	230.5
<i>Ajustes de conversión acumulados</i>							127.5	127.5	-0.2	127.3
<i>Hiperinflación</i>							67.8	67.8	—	67.8
Otros ingresos globales que se pueden reclasificar en ganancias y pérdidas					229.7		195.3	425.0	0.6	425.6
<i>Activos financieros a valor de mercado a través de otros ingresos integrales</i>					146.1			146.1		146.1
<i>Ganancias y pérdidas actuariales</i>					290.0			290.0	0.1	290.1
Otros ingresos globales que no se pueden reclasificar en ganancias y pérdidas					436.1			436.1	0.1	436.2
Ingresos globales consolidados				5,706.6	665.8		195.3	6,567.6	6.8	6,574.4
Aumento del capital	1,317,073	0.3	103.1	-0.2				103.2		103.2
Cancelación de autocartera		-4.8		-9,437.7		9,442.5		—		—
Dividendos pagados (no pagados sobre la autocartera)				-2,601.2				-2,601.2	-4.4	-2,605.6
Pago por acciones				169.0				169.0		169.0
Cambios netos en la autocartera	-1,542,871					-502.3		-502.3		-502.3
Cambios en el alcance de la consolidación								—		—
Otros movimientos ⁽²⁾				7.7				7.7	-1.2	6.5
Al 31.12.2022	535,186,562	107.0	3,368.7	17,382.2	6,404.4	—	-83.8	27,178.5	8.0	27,186.5

⁽²⁾ Después de tomar en cuenta la decisión final del IFRIC de abril de 2021 sobre los costos de instalación y personalización de los programas informáticos de los contratos de tipo SaaS.

Anexo 6: estados de flujos de efectivo consolidados comparados

Millones de €	2022	2021	2020
Flujos de efectivo de actividades operativas			
Ganancias netas atribuibles a los dueños de la compañía	5,706.6	4,597.1	3,563.4
Intereses minoritarios	6.0	5.1	4.2
Eliminación de gastos e ingresos sin impacto en los flujos de efectivo:			
• depreciación, amortización, provisiones y pasivos por impuestos no corrientes	1,536.1	1,781.0	2,028.1
• cambios en los impuestos diferidos	-96.5	83.6	-10.1
• pago por acciones (incluyendo las acciones gratuitas)	169.0	155.2	129.7
• ganancias y pérdidas de capital por enajenación de activos	7.6	0.5	3.6
Otras transacciones no monetarias	-38.7	16.5	5.8
Participación en las ganancias en asociados netos de los dividendos recibidos	-0.5	1.3	-0.6
Flujo de caja bruto	7,289.6	6,640.4	5,724.1
Cambios en el capital de trabajo	-1,011.3	88.0	729.2
Efectivo neto procedente de las actividades de explotación (A)	6,278.3	6,728.4	6,453.3
Flujo de caja procedente de las actividades de inversión			
Compras de propiedades, plantas y equipo y activos intangibles	-1,343.2	-1,075.2	-972.4
Baja de propiedades, plantas y equipo y activos intangibles	9.2	14.5	26.6
Cambios en otros activos financieros (incluidas inversiones en compañías no consolidadas)	-142.8	-117.3	-66.5
Efecto de los cambios en el alcance de la consolidación	-746.9	-455.7	-1,626.8
Efectivo neto (utilizado en) de actividades de inversión (B)	-2,223.8	-1,633.7	-2,639.1
Flujos de efectivo de actividades de financiamiento			
Dividendos pagados	-2,689.9	-2,352.1	-2,190.6
Aumento del capital de la compañía matriz	103.2	5.8	129.7
Enajenación (adquisición) de autocartera	-502.3	-10,060.9	—
Compra de intereses minoritarios	—	—	—
Emisión (reembolso) de préstamos a corto plazo	-3,563.8	3,939.4	-74.8
Emisión de préstamos a largo plazo	3,019.9	—	—
Reembolso de préstamos a largo plazo	—	—	-3.6
Reembolso de la deuda por arrendamiento	-446.9	-396.4	-451.8
Efectivo neto (utilizado) en actividades de financiamiento (C)	-4,079.9	-8,864.2	-2,591.1
Efecto neto de los cambios en las tasas de cambio y el valor de mercado (D)	-70.7	77.4	-103.2
Variación del efectivo y equivalentes de efectivo (A+B+C+D)	-96.1	-3,692.1	1,119.9
Efectivo y equivalentes de efectivo al inicio del año (E)	2,713.8	6,405.9	5,286.0
EFFECTIVO Y EQUIVALENTES DE EFFECTIVO AL FINAL DEL AÑO (A+B+C+D+E)	2,617.7	2,713.8	6,405.9