

Resultados semestrales 2023

L'ORÉAL MANTIENE EL RITMO: CONTINÚA EL FUERTE CRECIMIENTO MAYOR MEJORA EN EL MARGEN DE OPERACIÓN

- **Ventas: 20.57 millones de euros**, +13.3 % en términos equivalentes¹; declarado +12.0 %.
- **El mercado mundial de la belleza sigue registrando resultados sobresalientes.**
- **Impulso generalizado en todas las Divisiones**, con un crecimiento récord en Productos de Consumo y otro trimestre sobresaliente en Belleza Dermatológica.
- **Crecimiento en todas las regiones** con un impulso especialmente impresionante en Europa, resultados excelentes en Estados Unidos y una fuerte recuperación en China continental en el segundo trimestre.
- **Progreso bien equilibrado tanto en línea como fuera de línea.**
- **Crecimiento sólido impulsado tanto por el volumen como por el valor.**
- **Margen de explotación del 20.7 %**, sube 30 puntos base.
- **Crecimiento del EPS²: +11.2 % a 6.73 €.**
- **Standard & Poor's Global** ha vuelto a otorgar a L'Oréal 85 puntos de 100 en su **calificación ESG**, lo que refleja el desempeño del Grupo en materia de sustentabilidad.

Nicolas Hieronimus, Director Ejecutivo de L'Oréal, comentó estas cifras:

“En un mercado de la belleza más dinámico que nunca, L'Oréal tuvo un desempeño notable y reforzó aún más su liderazgo mundial en el primer semestre. El crecimiento fue generalizado en todas las divisiones, regiones, categorías y canales, lo que una vez más reivindica nuestro modelo equilibrado y multipolar. El crecimiento siguió impulsado en dos ejes: volumen y valor, lo que prueba el éxito de nuestras innovaciones y del atractivo de nuestras marcas. En consonancia con nuestro círculo virtuoso, mejoramos nuestra rentabilidad, al tiempo que aumentamos significativamente la inversión en nuestras marcas. Al mismo tiempo, en concordancia con nuestra doble ambición de rendimiento económico y corporativo, seguimos invirtiendo en la transición hacia un modelo operativo más sustentable que garantice la creación de valor a largo plazo. En un contexto económico aún incierto, seguimos siendo ambiciosos de cara al futuro, optimistas sobre las perspectivas del mercado de la belleza y confiados en nuestra capacidad para seguir teniendo los mejores resultados del mercado y lograr en 2023 otro año de crecimiento en ventas y utilidades”.

¹Equivalente: con base en una estructura comparable y tipos de cambio idénticos.

²Utilidad diluida por acción, excluidas las partidas no recurrentes, después de participaciones no mayoritarias.

Además, la Junta Directiva, en virtud de la autorización otorgada mediante el voto de la asamblea general anual del 21 de abril de 2023, decidió establecer un programa de recompra de acciones durante el segundo semestre de 2023 por un importe máximo de 500 millones de euros y con una cantidad máxima de acciones a adquirir de 2 millones. Las acciones así recompradas están destinadas a ser canceladas³.

VENTAS SEMESTRALES EN 2023

En términos equivalentes, es decir, con base en un alcance de consolidación comparable y tipos de cambio constantes, las ventas del grupo L'Oréal crecieron en +13.3 %.

El efecto neto de los cambios en el alcance de consolidación fue del +1.1 %.

El crecimiento a tipos de cambio constantes fue del +14.4 %.

Las fluctuaciones monetarias tuvieron un efecto negativo del -2.4 %. Si los tipos de cambio al 30 de junio de 2023, es decir, 1 € = 1,092 USD, se extrapolan hasta el 31 de diciembre, el efecto de las fluctuaciones monetarias en las ventas se situaría en torno al -4.9 % para todo el año 2023.

Con base en las cifras informadas, las ventas del Grupo al 30 de junio de 2023 ascendieron a 20,570 millones de euros, lo que representa un aumento del +12.0 %.

Ventas por división y región

	2.º trimestre 2023			1.º semestre 2023		
	Millones de €	Crecimiento		Millones de €	Crecimiento	
		Equivalente	Declarado		Equivalente	Declarado
Por división						
Productos profesionales	1,170.2	+7.7 %	+4.2 %	2,313.7	+7.6 %	+6.9 %
Productos de consumo	3,865.6	+15.4 %	+10.7 %	7,687.2	+15.0 %	+13.1 %
Luxe	3,558.8	+8.6 %	+4.4 %	7,288.4	+7.6 %	+6.1 %
Belleza dermatológica ⁴	1,599.1	+27.3 %	+24.5 %	3,284.8	+29.0 %	+29.5 %
Total Grupo	10,193.7	+13.7 %	+9.5 %	20,574.1	+13.3 %	+12.0 %
Por región						
Europa	3,163.3	+20.8 %	+16.6 %	6,491.0	+18.2 %	+16.6 %
América del Norte	2,638.6	+9.7 %	+7.9 %	5,332.4	+13.0 %	+14.7 %
Norte de Asia	2,818.7	+5.9 %	+0.0 %	5,652.5	+3.9 %	+0.6 %
SAPMENA-SSA ⁵	807.1	+20.7 %	+11.7 %	1,647.9	+23.6 %	+17.4 %
América Latina	766.0	+24.9 %	+26.4 %	1,450.4	+23.6 %	+28.9 %
Total Grupo	10,193.7	+13.7 %	+9.5 %	20,574.1	+13.3 %	+12.0 %

³ El Documento de Registro de L'Oréal Universal presentado ante la AMF (Autorité des Marchés Financiers) el 16 de marzo de 2023 incluye, en la página 352, los demás datos que deben figurar en la descripción del programa de recompra de acciones de conformidad con el artículo 241-2 del Reglamento General de la AMF.

⁴ Conocida anteriormente como División de Cosméticos Activos.

⁵ SAPMENA-SSA: Sur de Asia-Pacífico, Oriente Medio, Norte de África y África Subsahariana.

Resumen por división

PRODUCTOS PROFESIONALES

En el primer semestre del año, la división de Productos Profesionales registró un crecimiento continuo del +7.6% en términos equivalentes, y declarado del +6.9 %.

La División tuvo un desempeño superior al del mercado, con un notable crecimiento en China continental e India, así como en el Reino Unido. Ha seguido creciendo en todos los canales de distribución: en los salones, en su red *SalonCentric* (en América del Norte), en el comercio electrónico y en el canal selectivo.

El crecimiento en el dinámico mercado del cuidado del cabello fue impulsado por *Kérastase*, con un excelente arranque de la gama anticasca *Symbiose* y por *L'Oréal Professionnel*, con el éxito de *Metal Detox*. La división obtuvo buenos resultados en coloración capilar gracias a sus líneas icónicas *Shades EQ* de *Redken* e *Inoa* de *L'Oréal Professionnel*.

Como líder del sector, la división continuó con el despliegue de su programa “Estilistas por el futuro” que apoya a todos los estilistas asociados en su transición ecológica.

PRODUCTOS DE CONSUMO

La división de Productos de Consumo logró el mejor semestre de su historia, con un crecimiento del +15.0 % en términos equivalentes, y declarado del +13.1 %.

Impulsadas tanto por el volumen como por el valor, las ventas de la división aumentaron en unos mil millones de euros, lo que hizo que alcanzara estos resultados récord. La división superó con creces el dinámico mercado de consumo masivo; cabe destacar los excepcionales resultados obtenidos en Europa y en los mercados emergentes de México, Brasil e India, que tienen un gran potencial.

Cada una de las grandes marcas creció dos dígitos. Las cuatro categorías avanzaron firmemente, impulsadas por una ejecución impecable, alianzas con los mejores establecimientos de venta al público e innovaciones disruptivas. Maquillaje fue la más dinámica, impulsada por el recién lanzado *Falsies Surreal Mascara* de *Maybelline New York*, *Telescopic Lift Mascara* de *L'Oréal Paris* y *Fat Oil Gloss* de *NYX Professional Makeup*. El cuidado del cabello se benefició de la estrategia de premiumización que aplicó la división, especialmente con el exitoso lanzamiento de *Elvive Bond Repair*. En coloración, *Good* de *Garnier* tuvo un comienzo muy prometedor. Los productos de cuidado de la piel registraron un crecimiento de dos dígitos gracias al nuevo *Revitalift Clinical Vitamin C SPF50+ fluid* de *L'Oréal Paris* y a la nueva línea antiacné *AHA BHA* de *Garnier*.

LUXE

L'Oréal Luxe se ha acelerado trimestre tras trimestre, registrando un crecimiento del +7.6 % en el primer semestre en términos equivalentes, y declarado del +6.1 %.

L'Oréal Luxe registró un fuerte crecimiento en los primeros seis meses, impulsado por aumentos de dos dígitos en Europa, América del Norte y los mercados emergentes. En China continental, L'Oréal Luxe experimentó una notable recuperación durante el segundo trimestre con un crecimiento de dos dígitos en las ventas y logró otra cuota de mercado récord.

La división superó los resultados del mercado de las fragancias de lujo, con un crecimiento de dos dígitos en todas las regiones, gracias al extraordinario desempeño de las marcas de alta costura, como *Yves Saint Laurent*, *Prada* y *Valentino*. En cuidado de la piel, L'Oréal Luxe siguió avanzando gracias al espectacular éxito de *Helena Rubinstein* y a la recuperación de *Lancôme* en Norteamérica, junto con el éxito de *Takami* en Japón y, más recientemente, en China continental. Maquillaje también creció, impulsado por el éxito de *Yves Saint Laurent* y los alentadores resultados de las marcas especializadas *Urban Decay* y *Shu Uemura*.

La marca *Aēsop* se integrará en el segundo semestre, una vez obtenidas las autorizaciones reglamentarias necesarias.

BELLEZA DERMATOLÓGICA⁶

La división de Belleza Dermatológica registró un extraordinario crecimiento del +29.0 % en términos equivalentes, y declarado del +29.5 %.

En el primer semestre, la división volvió a obtener resultados notables, creciendo muy por encima del dinámico mercado de la dermocosmética, con una fuerte contribución del volumen y del valor. Esto fue impulsado por su cartera de marcas sumamente complementarias, junto con la búsqueda continua del liderazgo en el ámbito médico y en prescripción. En todas las regiones, la división ha registrado avances notables, con resultados especialmente impresionantes en los mercados emergentes y en Europa; en China continental, donde el mercado sigue recuperándose gradualmente, los resultados han sido significativamente superiores.

Todas las marcas mundiales avanzaron dos dígitos: *La Roche-Posay*, primer actor en el crecimiento de la división, mantuvo su fuerte crecimiento, impulsado por *Effaclar*, *Cicaplast* y *UVMune 400*. *CeraVe* mantuvo un gran dinamismo en América del Norte y se aceleró con fuerza en el resto del mundo. *Vichy* se vio impulsada por el éxito de *Dercos* y el sólido impulso de protección solar. *SkinCeuticals* siguió progresando y la recién adquirida *SkinBetter Science* tuvo un comienzo muy prometedor.

Resumen por región

EUROPA

Europa registró un extraordinario crecimiento del +18.2 % en términos equivalentes, y declarado del +16.6 %.

L'Oréal superó el desempeño de un dinámico mercado de la belleza, con notables resultados en países clave como el grupo Alemania-Austria-Suiza, Francia y el Reino Unido, así como en países dinámicos como Polonia, Turquía y los países nórdicos. En el comercio electrónico, el crecimiento se aceleró significativamente en el segundo trimestre.

El crecimiento se vio impulsado por una sólida contribución del valor y un aumento del volumen, lo que demuestra el atractivo de la cartera de marcas de L'Oréal entre los consumidores europeos.

En la división de Productos de Consumo, todas las marcas principales y todas las categorías registraron un impulso extraordinario, encabezadas por el maquillaje y el cuidado de la piel. La división de Belleza Dermatológica siguió registrando un crecimiento muy fuerte y superó notablemente al del mercado, impulsada por *La Roche-Posay* y *CeraVe*, que siguieron obteniendo resultados espectaculares. L'Oréal Luxe reforzó su liderazgo en fragancias, el mayor segmento del mercado europeo de belleza selectiva, impulsado por el éxito continuo de *Paradoxe de Prada* y *Libre de Yves Saint Laurent*. La división de Productos Profesionales siguió ganando terreno en el segmento estratégico prémium del cuidado capilar.

AMÉRICA DEL NORTE

En los primeros seis meses, el crecimiento en América del Norte ascendió al +13.0 % en términos equivalentes, y declarado del +14.7 %. El crecimiento fue generalizado en todas las divisiones y estuvo impulsado por una fuerte contribución tanto de los precios como de la mezcla.

En EE. UU., la División de Productos de Consumo avanzó dos dígitos, un desempeño superior al del mercado en cuidado del cabello y de la piel; el impulso siguió siendo sólido en maquillaje, impulsado por las innovaciones en todas las marcas clave.

L'Oréal Luxe siguió superando el desempeño del mercado de fragancias, impulsado por marcas de alta costura como *Valentino* y *Prada* en maquillaje, *Yves Saint Laurent* y *Armani* crecieron en dos dígitos, impulsadas por los recientes lanzamientos. El crecimiento del comercio electrónico siguió siendo dinámico, con un fuerte impulso en Amazon, donde la introducción de nuevas marcas, incluida *Lancôme*, está redefiniendo la belleza de lujo en la plataforma.

La división de Productos Profesionales superó los resultados del mercado, especialmente en el cuidado del cabello, impulsada por el éxito continuo de *Redken* y *Kérastase*.

L'Oréal Dermatological Beauty mantuvo su impresionante crecimiento, superando significativamente el desempeño del mercado, gracias al éxito continuo de *CeraVe* y al extraordinario impulso de *La Roche-Posay*, la marca de mayor crecimiento de la división.

⁶ Conocida anteriormente como División de Cosméticos Activos.

NORTE DE ASIA

El norte de Asia creció un +3.9 % en términos equivalentes, y declarado en +0.6 %.

El mercado de la belleza en China continental siguió recuperándose progresivamente en el segundo trimestre, impulsado por un fuerte repunte tanto en los canales offline como online. En este contexto, L'Oréal superó significativamente al mercado y logró un fuerte crecimiento en todos los canales y divisiones durante este período. A ello contribuyó la introducción de nuevas marcas como *Valentino*, *Prada* y *Takami*, un proceso de innovación bien encauzado y la expansión gradual a nuevas ciudades. Durante el festival de compras del 18 de junio, ocho marcas del Grupo de las cuatro divisiones se situaron entre los 20 mejores: *L'Oréal Paris* y *Lancôme* ocuparon el primer y segundo puesto, respectivamente, acumulado en todas las plataformas y categorías.

Por categorías, el crecimiento de la región en el primer semestre estuvo impulsado por cuidado del cabello, principalmente por *Kérastase* y *L'Oréal Professionnel*; cuidado de la piel, con *Helena Rubinstein*, *SkinCeuticals* y *Takami*; y las fragancias, con *Maison Margiela* y los lanzamientos de *Prada* y *Valentino*. Luego de un comienzo de año difícil, maquillaje se recuperó notablemente en el segundo trimestre, impulsado tanto por las marcas de consumo de masas como por las selectivas.

El crecimiento se mantuvo fuerte en Hong Kong RAE, que se benefició del repunte de los viajes procedentes de China continental. En Japón, L'Oréal tuvo un desempeño superior al del mercado gracias al importante impulso de los Productos de Consumo, especialmente con *Maybelline New York*, y L'Oréal Luxe, con resultados destacados en *Takami* y *Shu Uemura*.

El negocio de Travel Retail en la Región se vio afectado por el efecto base de la facturación anticipada del año pasado⁷. Además, las ventas se vieron afectadas negativamente por la amplia reorientación de los operadores de Travel Retail hacia un modelo centrado en el viajero individual.

SAPMENA-SSA⁸

SAPMENA-SSA logró un crecimiento sobresaliente del +23.6 % en términos equivalentes y declarado del +17.4 %.

SAPMENA siguió registrando un extraordinario crecimiento de dos dígitos en todas las categorías y divisiones, con ganancias tanto en volumen como en valor. Por categorías, cuidado de la piel fue el principal motor, impulsado por la expansión de *CeraVe* y el fuerte crecimiento de protección solar de *La Roche-Posay*; maquillaje fue la categoría de más rápido crecimiento debido al repunte de *Maybelline New York*; las fragancias registraron otro sólido y amplio rendimiento. Por regiones, el crecimiento estuvo bien equilibrado entre el Pacífico, el Sudeste Asiático, el Sur de Asia, y Oriente Medio y Norte de África. En la región del Pacífico, el crecimiento fue notable, especialmente en el canal de farmacias; en la India, el crecimiento se vio impulsado por la coloración y el cuidado del cabello profesionales y en masa. En el Sudeste Asiático, L'Oréal registró fuertes ventas y obtuvo mejores resultados en Tailandia, Malasia y Singapur, mientras que la División de Productos de Consumo en Vietnam se benefició de la expansión del comercio electrónico. Los Estados del Golfo registraron un excelente crecimiento durante las fiestas religiosas.

En el África Subsahariana (ASS), todos los países registraron un crecimiento de dos dígitos, con un impulso especialmente fuerte en Sudáfrica y Kenia.

AMÉRICA LATINA

América Latina logró un crecimiento sobresaliente del +23.6 % en términos equivalentes y declarado del +28.9 %.

El mercado latinoamericano de la belleza mantuvo su dinamismo en todos los países clave, impulsado por México y Brasil. L'Oréal registró un excelente crecimiento con una contribución positiva del volumen y el valor, respaldada por un proceso de innovación sólido. Todos los países siguieron creciendo en dos dígitos, siendo Brasil y México los que más contribuyeron. Las ventas de comercio electrónico siguieron registrando un rápido crecimiento.

Maquillaje encabezó el crecimiento de dos dígitos en todas las categorías, con el éxito estelar de las innovaciones en *Maybelline New York*. En cuidado de la piel, el crecimiento se vio impulsado por el éxito continuo de *La Roche-Posay* y *CeraVe*, así como de *L'Oréal Paris* y *Garnier*. Las ventas de cuidados para el cabello crecieron gracias a la fortaleza continua de la franquicia *Elvive*.

⁷ La unidad de negocio Asian Travel Retail se reubicó el 1 de julio de 2022, lo que generó la facturación prevista de 90 millones de euros en el primer semestre de 2022.

⁸ SAPMENA-SSA: Sur de Asia-Pacífico, Oriente Medio, Norte de África y África Subsahariana.

EVENTOS IMPORTANTES DURANTE EL PERÍODO DEL 01/04/23 AL 30/06/23 Y POSTERIORES AL CIERRE

ESTRATEGIA

- El 1 de julio, como parte del proyecto Ambition France, el Grupo estableció L'Oréal France como una entidad autónoma, reuniendo sus operaciones comerciales y servicios compartidos, tal como lo aprobó mediante votación la Asamblea General Anual del 21 de abril de 2023.

INVESTIGACIÓN, TECNOLOGÍA Y MUNDO DIGITAL DE LA BELLEZA

- L'Oréal lanzó varias **iniciativas biotecnológicas importantes**. Su fondo de capital de riesgo **BOLD** invirtió en la **empresa biotecnológica estadounidense Debut** para desarrollar conjuntamente una plataforma de más de 7000 ingredientes que cada vez tienen un mejor desempeño y son más sostenibles; el programa de desarrollo conjunto entre L'Oréal y Debut pretende acelerar su salida al mercado. También anunció una **asociación con Bakar Labs, la incubadora biotecnológica pionera de la Universidad de California en Berkeley**; esta colaboración da a las empresas emergentes de Bakar Labs acceso libre a los modelos de piel reconstruidos en 3D de L'Oréal, una herramienta innovadora para realizar pruebas de seguridad y eficacia sin el uso de animales.
- **En Viva Technology 2023, L'Oréal dio a conocer sus últimas innovaciones Beauty Tech:** soluciones inclusivas como HAPTA, diseñada para que las personas con trastornos de movimiento de la mano puedan maquillarse; herramientas de diagnóstico (SPOTSCAN, META PROFILER™, K-SCAN); soluciones personalizadas (3D shu:brow); y soluciones sustentables como WATER SAVER de *L'Oréal Professionnel*, que ha permitido ahorrar más de 66 millones de litros de agua hasta la fecha.
L'Oréal y Verily —una empresa de tecnología sanitaria de precisión de Alphabet— también anunciaron el **lanzamiento de My Skin & Hair Journey**, el estudio plurianual sobre la salud de la piel y el cabello más grande y diverso del mundo. Con la participación de miles de mujeres de EE. UU., el estudio ayudará a los investigadores a comprender mejor los factores biológicos, clínicos y ambientales que contribuyen a la salud de la piel y el cabello.
- En el **Congreso Mundial de Dermatología (WCD)** celebrado en Singapur, L'Oréal dio a conocer nuevas investigaciones sobre la pigmentación y el efecto de las variaciones hormonales en la piel y el cuero cabelludo de las mujeres.

DESEMPEÑO MEDIOAMBIENTAL, SOCIAL Y DE GOBERNANZA

- L'Oréal fue reconocida por **Standard & Poor's Global** por su desempeño en materia de sustentabilidad, con una sólida **calificación ambiental, social y de gobernanza (ASG)** de 85 puntos sobre 100. La puntuación subraya la transformación sostenible de L'Oréal hacia un modelo de negocios más responsable e inclusivo mediante la aplicación de una ambiciosa estrategia de sustentabilidad.
- En la **edición 25 de los Premios Internacionales L'Oréal-UNESCO “La Mujer y la Ciencia”**, cinco científicas recibieron reconocimiento por su trabajo sobresaliente. También se concedió una medalla de honor y una dotación económica a tres investigadoras que vieron obligadas a huir de su país y han demostrado un valor, una resistencia y un compromiso con la ciencia ejemplares.
- Coincidiendo con el Día de la Tierra, L'Oréal anunció en abril **tres nuevos proyectos apoyados por su Fondo para la Regeneración de la Naturaleza. NetZero, ReforesTerra y Mangroves.Now** fueron elegidas por sus enfoques innovadores en materia de secuestro de carbono en el suelo, reforestación y restauración de manglares, así como por su potencial para tener un impacto positivo y de largo alcance en el medio ambiente y las comunidades locales.
- L'Oréal figura en la **lista de los 100 mejores lugares de trabajo para innovadores en 2023, de Fast Company**, que reconoce a organizaciones de todo el mundo que demuestran un compromiso inspirador para fomentar y desarrollar la innovación en todos los niveles.

FINANCIAMIENTO

www.loreal-finance.com/



- En mayo, L'Oréal realizó con éxito **una emisión de bonos⁹ por un total de 2.000 millones de euros**, cuyos ingresos netos se utilizarán para fines corporativos generales, en particular, para la adquisición de Aēsop.

⁹ NO SON PARA SU LANZAMIENTO, PUBLICACIÓN O DISTRIBUCIÓN, DIRECTA O INDIRECTAMENTE, DENTRO O EN LOS ESTADOS UNIDOS, CANADÁ, JAPÓN O AUSTRALIA.

RESULTADOS SEMESTRALES 2023

Los procedimientos de revisión limitada de las cuentas consolidadas semestrales se llevaron a cabo. El informe de revisión limitada está siendo elaborado por los auditores externos.

Utilidad en operación del 20.7 % de las ventas

Cuenta de ganancias y pérdidas consolidadas: de las ventas a la utilidad en operación.

Millones de €	30/6/22	% de ventas	31/12/22	% de ventas	30/6/23	% de ventas	Variación 1.º semestre 2023 vs. 1.º semestre 2022
Ventas	18,366.3	100.0 %	38,260.6	100.0 %	20,574.1	100.0 %	+12.0 %
<i>Costo de ventas</i>	-4,935.8	26.9 %	-10,577.4	27.6 %	-5,291.5	25.7 %	
Utilidad bruta	13,430.6	73.1 %	27,683.3	72.4 %	15,282.6	74.3 %	+13.8 %
<i>Gastos de investigación y desarrollo</i>	-539.6	2.9 %	-1,138.6	3.0 %	-622.8	3.0 %	
<i>Gastos de publicidad y promoción</i>	-5,793.3	31.5 %	-12,059.0	31.5 %	-6,682.6	32.5 %	
<i>Gastos de ventas, generales y administrativos</i>	-3,352.2	18.3 %	-7,028.8	18.4 %	-3,718.5	18.1 %	
Utilidad en operación	3,745.5	20.4 %	7,456.9	19.5 %	4,258.8	20.7 %	+13.7 %

La utilidad bruta, de 15,282.6 millones de euros, se situó en el 74.3 % de las ventas, frente al 73.1 % obtenido en el primer semestre de 2022, lo que constituye un aumento de 120 puntos base.

Los gastos de investigación e innovación, con 622.8 millones de euros, constituyeron el 3.0 % de las ventas.

Los gastos de publicidad y promoción, con 6,682.6 millones de euros, representaron el 32.5 % de las ventas, un aumento de 100 puntos básicos.

Los gastos de venta, generales y administrativos, un 18.1 % de las ventas, disminuyeron 20 puntos base.

En total, **la utilidad en operación** aumentó un +13.7 %, a 4,258.8 millones de euros, y representó el 20.7 % de las ventas, lo que constituye un aumento de 30 puntos base con respecto al primer semestre de 2022.

Utilidad en operación por división

	30/6/22		31/12/22		30/6/23	
	Millones de €	% de ventas	Millones de €	% de ventas	Millones de €	% de ventas
Por división						
Productos profesionales	458.7	21.2 %	953.6	21.3 %	490.1	21.2 %
Productos de consumo	1,359.8	20.0 %	2,774.9	19.8 %	1,617.4	21.0 %
Luxe	1,647.8	24.0 %	3,350.4	22.9 %	1,687.9	23.2 %
Belleza dermatológica ¹⁰	703.5	27.7 %	1,303.0	25.4 %	933.9	28.4 %
Total divisiones antes de no asignada	4,169.9	22.7 %	8,381.9	21.9 %	4,729.3	23.0 %
No asignada ¹¹	-424.4	2.3 %	-925.1	2.4 %	-470.5	2.3 %
Grupo	3,745.5	20.4 %	7,456.9	19.5 %	4,258.8	20.7 %

El grupo L'Oréal tiene una administración anual. Esto significa que la utilidad en operación semestral no se puede extrapolar al año completo.

La rentabilidad de la **División de Productos Profesionales** se situó en el 21.2 %, en línea con el primer semestre de 2022. La rentabilidad de la **División de Productos de Consumo** aumentó del 20.0 % al 21.0 %.

La rentabilidad de **Luxe** disminuyó 80 puntos base, al 23.2 %.

La rentabilidad de la **División de Belleza Dermatológica** mejoró 70 puntos base, al 28.4 %.

¹⁰ Conocida anteriormente como División de Cosméticos Activos.

¹¹ Gastos no asignados: gastos del Grupo Central, gastos de investigación fundamental, gastos de concesión gratuita de acciones y partidas diversas.

Utilidad neta, excluidas las partidas no recurrentes

Cuenta de ganancias y pérdidas consolidadas: de la utilidad en operación a la utilidad neta, excluidas las partidas no recurrentes.

Millones de €	30/6/22	31/12/22	30/06/23	Variación 1.º semestre 2023 vs. 1.º semestre 2022
Utilidad en operación	3,745.5	7,456.9	4,258.8	+13.7 %
<i>Ingresos y egresos financieros, excluidos los dividendos de Sanofi</i>	-16.4	-73.0	-45.3	
<i>Dividendos de Sanofi</i>	468.2	468.2	420.9	
Utilidad antes de impuestos y empresas asociadas, excluidas las partidas no recurrentes	4,197.3	7,852.1	4,634.4	
<i>Impuesto sobre la renta, excluidas las partidas no recurrentes</i>	-943.0	-1,793.4	-1,013.2	
<i>Utilidad neta, excluidas las partidas no recurrentes de las empresas con patrimonio consolidado</i>	+1.1	+1.5	-	
<i>Participaciones no mayoritarias</i>	-1.3	-6.1	-4.6	
Utilidad neta, excluidas las partidas no recurrentes, después de participaciones no mayoritarias 12	3,254.0	6,054.1	3,616.6	+11.1 %
EPS¹³ (€)	6.05	11.26	6.73	+11.2 %
Cantidad promedio de acciones diluidas	537,541,538	537,657,548	537,136,456	

Los gastos financieros globales fueron de 45.3 millones de euros.

Los dividendos de Sanofi ascendieron a 420.9 millones de euros.

El impuesto sobre la renta, excluidas las partidas no recurrentes ascendió a 1,013.2 millones de euros, es decir, a una tasa impositiva del 21.9 %.

La utilidad neta, excluidas las partidas no recurrentes, después de participaciones no mayoritarias fue de 3,616.6 millones de euros.

El rendimiento por acción, de 6.73 euros, aumentó un +11.2 % respecto al primer semestre de 2022.

¹² La utilidad neta, excluidas las partidas no recurrentes, después de participaciones no dominantes, excluye principalmente las ganancias y pérdidas de capital por enajenación de activos a largo plazo, pérdidas por desvalorización de activos, costos de reestructuración, efectos fiscales y participaciones no mayoritarias.

¹³ Utilidad neta diluida por acción, excluidas las partidas no recurrentes, después de participaciones no mayoritarias.

Utilidad neta

Cuenta de ganancias y pérdidas consolidadas: a partir de la utilidad neta, excluidas las partidas no recurrentes para la utilidad neta.

<i>Millones de €</i>	30/6/22	31/12/22	30/6/23
Utilidad neta, excluidas las partidas no recurrentes, después de participaciones no mayoritarias¹²	3,254.0	6,054.1	3,616.6
Partidas no recurrentes	-31.2	-347.4	-257.6
de las cuales:			
<i>otros ingresos y gastos</i>	-34.5	-241.5	-321.7
<i>efecto fiscal</i>	+3.3	-105.9	+64.1
Utilidad neta después de participaciones no mayoritarias	3,222.8	5,706.6	3,359.0

Las partidas no recurrentes ascendieron a 257.6 millones de euros netos de impuestos.

Flujo de efectivo operativo y balance general

El **flujo de caja bruto** ascendió a 4,378 millones de euros, con un aumento del 14.5 %. El **cambio en el capital de trabajo** fue de -1,556 millones de euros.

Las **inversiones**, de 724 millones de euros, representaron el 3.5 % de las ventas.

El **flujo de efectivo operativo**¹⁴ ascendió a 2,097 millones de euros, con un aumento del 56.9 %.

Al 30 de junio de 2023, teniendo en cuenta los pasivos por arrendamiento financiero por valor de 1,567 millones de euros, la **deuda neta** ascendía a 4,822 millones de euros.

¹⁴ Flujo de efectivo operativo = flujo de efectivo bruto + cambio en el capital de trabajo - gastos de capital.

“Este comunicado de prensa no constituye una oferta de venta, ni una solicitud de oferta de compra de acciones de L'Oréal. Si desea obtener más información sobre L'Oréal, consulte los documentos públicos registrados en Francia ante la Autorité des Marchés Financiers (Autoridad de los Mercados Financieros), también disponibles en inglés en nuestro sitio web www.loreal-finance.com.

Este comunicado de prensa puede contener ciertas afirmaciones de carácter prospectivo. Aunque la empresa considera que estas afirmaciones se basan en hipótesis razonables en la fecha de publicación de este comunicado de prensa, por su naturaleza están sujetas a riesgos e incertidumbres que pueden dar lugar a una discrepancia entre las cifras reales y las indicadas o sugeridas en estas afirmaciones”.

Esta es una traducción libre al español del comunicado de prensa publicado en lengua francesa y se facilita únicamente para comodidad de los lectores hispanohablantes. En caso de discrepancia, prevalecerá la versión francesa.



Sobre L'Oréal

Desde hace más de 110 años, L'Oréal, líder mundial de la belleza, se dedica a una sola cosa: satisfacer las aspiraciones de belleza de los consumidores de todo el mundo. Nuestro propósito, crear la belleza que mueve al mundo, define nuestro enfoque de la belleza como inclusivo, ético, generoso y comprometido con la sustentabilidad social y medioambiental. Con nuestra amplia cartera de 36 marcas internacionales y los ambiciosos compromisos de sustentabilidad de nuestro programa L'Oréal para el Futuro, ofrecemos a todas las personas en todo el 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, consumo masivo, tiendas departamentales, farmacias, peluquerías, ventas al público por marca y de viaje), en 2022 el Grupo generó ventas por valor de 38,260 millones de euros. Con 20 centros de investigación en 11 países y un equipo de más de 4000 científicos y 5500 profesionales tecnológicos y digitales, L'Oréal se concentra en inventar el futuro de la belleza y convertirse en una potencia en tecnologías de la belleza.

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

PERSONAS CONTACTO DE L'ORÉAL

	Accionistas individuales y autoridades del mercado	Relaciones con los inversionistas	Periodistas
Central telefónica +33 (0) 1 47 56 70 00	Pascale Guerin +33 (0) 1 49 64 18 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
		Eva Quiroga +33 (0) 7 88 14 22 65 eva.quiroga@loreal.com	Christine Burke +33 (0) 6 75 54 38 15 christine.burke@loreal.com

Para obtener más información, póngase en contacto con su banco, corredor o institución financiera (código I.S.I.N.: FR0000120321), y consulte los periódicos habituales, la página web para accionistas e inversores, www.loreal-finance.com o la aplicación L'Oréal Finance; como alternativa, llame al +33 (0) 1 40 14 80 50.



Este comunicado de prensa está protegido y autenticado con la tecnología blockchain. Puede verificar su autenticidad en el sitio web www.wiztrust.com



APÉNDICES

Apéndice 1: Ventas del grupo L'Oréal 2022/2023 (millones de €)

	2022	2023
Primer trimestre	9,060.5	10,380.4
Segundo trimestre	9,305.8	10,193.7
Total primer semestre	18,366.3	20,574.1
Tercer trimestre	9,575.2	
Total en nueve meses	27,941.5	
Cuarto trimestre	10,319.1	
Total año completo	38,260.6	

Apéndice 2: Comparativa de estado de ganancias y

Millones de €	1.º semestre 2023	1.º semestre 2022	2022
Ventas netas	20,574.1	18,366.3	38,260.6
Costo de ventas	-5,291.5	-4,935.8	-10,577.4
Utilidad bruta	15,282.6	13,430.6	27,683.3
Gastos de investigación e innovación	-622.8	-539.6	-1,138.6
Gastos de publicidad y promoción	-6,682.6	-5,793.3	-12,059.0
Gastos de ventas, generales y administrativos	-3,718.5	-3,352.2	-7,028.8
Utilidad en operación	4,258.8	3,745.5	7,456.9
Otros ingresos y gastos	-321.7	-34.5	-241.5
Utilidad en operación	3,937.1	3,711.0	7,215.4
Costos financieros de la deuda bruta	-80.7	-14.0	-70.4
Ingresos financieros por efectivo y equivalentes de efectivo	65.6	29.0	69.8
Costos financieros, netos	-15.1	15.0	-0.6
Otros ingresos y gastos financieros	-30.2	-31.4	-72.3
Dividendos de Sanofi	420.9	468.2	468.2
Utilidad antes de impuestos y asociados	4,312.7	4,162.8	7,610.6
Impuesto sobre la renta	-949.1	-940.0	-1,899.4
Participación en utilidades de asociados	-	1.1	1.4
Utilidad neta	3,363.6	3,224.0	5,712.6
Atribuible a:			
• propietarios de la empresa	3,359.0	3,222.8	5,706.6
• participaciones no mayoritarias	4.6	1.2	6.0
Rendimiento por acción atribuible a los propietarios de la empresa (euros)	6.27	6.02	10.65
Rendimiento diluido por acción atribuible a los propietarios de la empresa (euros)	6.25	6.00	10.61
Rendimiento por acción atribuible a los propietarios de la empresa, excluidas las partidas no recurrentes (euros)	6.75	6.07	11.30
Rendimiento diluido por acción atribuible a los propietarios de la empresa, excluidas las partidas no recurrentes (euros)	6.73	6.05	11.26

Apéndice 3: Estado de ganancias y pérdidas globales

Millones de €	1.º semestre 2023	1.º semestre 2022	2022
Utilidad neta consolidada del periodo	3,363.6	3,224.0	5,712.6
Coberturas de flujo de efectivo	-47.9	-38.0	288.5
Ajustes de conversión acumulados	-359.3	680.9	195.1
Impuesto sobre la renta por partidas que pueden reclasificarse como ganancias o pérdidas ⁽¹⁾	6.3	6.9	-58.0
Partidas que pueden reclasificarse como ganancias o pérdidas	-400.9	649.8	425.6
Activos financieros a valor razonable con cargo a otros ingresos integrales	972.6	913.2	152.1
Ganancias y pérdidas actuariales	57.8	342.1	395.6
Impuesto sobre la renta por partidas que no pueden reclasificarse como ganancias o pérdidas ⁽¹⁾	-45.0	-116.9	-111.5
Partidas que no pueden reclasificarse como ganancias o pérdidas	985.4	1,138.4	436.2
Otros ingresos integrales	584.5	1,788.2	861.8
Utilidad integral consolidada	3,948.1	5,012.2	6,574.4
Atribuible a:			
• propietarios de la empresa	3,943.7	5,010.8	6,567.6
• participaciones no mayoritarias	4.4	1.4	6.8

⁽¹⁾ El efecto fiscal es el siguiente:

Millones de €	1.º semestre 2023	1.º semestre 2022	2022
Coberturas de flujo de efectivo	6.3	6.9	-58.0
Partidas que pueden reclasificarse como ganancias o pérdidas	6.3	6.9	-58.0
Activos financieros a valor razonable con cargo a otros ingresos integrales	-30.6	-28.5	-6.1
Ganancias y pérdidas actuariales	-14.4	-88.4	-105.5
Partidas que no pueden reclasificarse como ganancias o pérdidas	-45.0	-116.8	-111.5
TOTAL	-38.7	-110.0	-169.5

Apéndice 4: Comparativa de balances consolidados

Activos

Millones de €	30.06.2023	30.06.2022	31.12.2022
Activo fijo	33,536.2	32,578.9	32,794.5
Plusvalía	11,362.0	11,353.9	11,717.7
Otros activos intangibles	3,610.9	3,501.0	3,640.1
Activos por derecho de uso	1,443.0	1,491.8	1,482.7
Propiedad, planta y equipo	3,626.7	3,441.0	3,481.7
Activos financieros a largo plazo	12,710.3	11,956.5	11,652.8
Inversiones contabilizadas por el método de la participación	18.2	10.9	18.4
Activos por impuestos diferidos	765.2	823.8	801.1
Activo circulante	17,571.6	14,590.0	14,049.6
Inventarios	4,258.0	3,988.3	4,079.4
Cuentas por cobrar comerciales	5,483.6	5,064.6	4,755.5
Otros activos circulantes	2,668.9	2,399.6	2,423.2
Activo circulante por impuestos	164.2	150.3	173.9
Efectivo y equivalentes de efectivo	4,996.9	2,987.4	2,617.7
TOTAL	51,107.9	47,168.9	46,844.2

Pasivo y capital

Millones de €	30.06.2023	30.06.2022	31.12.2022
Patrimonio	27,961.6	25,932.4	27,186.5
Capital en acciones	107.2	107.3	107.0
Capital pagado adicional	3,368.7	3,265.6	3,368.7
Otras reservas	14,215.5	12,085.9	11,675.6
Otros ingresos integrales	7,348.6	6,845.8	6,404.4
Ajustes de conversión acumulados	-443.2	401.7	-83.8
Acciones de tesorería	-	-	-
Utilidad neta atribuible a los propietarios de la empresa	3,359.0	3,222.8	5,706.6
Capital atribuible a los propietarios de la empresa	27,955.7	25,929.1	27,178.5
Participaciones no mayoritarias	5.9	3.3	8.0
Pasivo a largo plazo	6,027.2	5,527.3	5,937.9
Provisiones para obligaciones de jubilación de empleados y prestaciones relacionadas	447.0	62.1	457.9
Provisiones para otros pasivos y gastos	68.3	61.9	67.7
Pasivo fiscal a largo plazo	245.7	290.9	275.6
Pasivos por impuestos diferidos	849.5	896.5	905.6
Préstamos y deuda a largo plazo	3,250.2	3,009.4	3,017.6
Deuda a largo plazo por arrendamiento financiero	1,166.5	1,206.5	1,213.5
Pasivo circulante	17,119.0	15,709.2	13,719.6
Cuentas por pagar comerciales	6,074.9	6,467.6	6,345.6
Provisiones para otros pasivos y gastos	1,149.4	1,245.0	1,205.6
Otros pasivos circulantes	4,251.9	3,821.1	4,484.6
Impuesto sobre la renta	239.9	396.1	264.2
Préstamos y deuda a corto plazo	5,002.0	3,336.4	1,012.8
Deuda a corto plazo por arrendamiento financiero	400.9	443.0	407.0
TOTAL	51,107.9	47,168.9	46,844.2

Apéndice 5: Estados consolidados de cambios en el

Millones de €	Acciones ordinarias en circulación	Capital en acciones	Capital pagado adicional	Utilidades retenidas y utilidad neta	Otros ingresos integrales	Acciones de tesorería	Ajustes de conversión acumulados	Capital atribuible a los propietarios de la empresa	Participaciones no mayoritarias	Patrimonio
AI 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
Efecto de la aplicación de la decisión de IFRIC sobre los contratos de SaaS				-151.2				-151.2		-151.2
AI 01.01.2022 ⁽¹⁾	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
Utilidad neta consolidada del periodo				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>							195.3	195.3	-0.2	195.1
Otros ingresos globales que pueden reclasificarse como ganancias y pérdidas					229.7		195.3	425.0	0.6	425.6
<i>Activos financieros a valor razonable con cargo a 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 pueden reclasificarse como ganancias y pérdidas					436.1		-	436.1	0.1	436.2
Utilidad integral consolidada				5,706.6	665.8		195.3	6,567.6	6.8	6,574.4
Aumento de capital	1,317,073	0.3	103.1	-0.2				103.2		103.2
Anulación de acciones de Tesorería		-4.8		-9,437.7		9,442.5		-		-
Dividendos pagados (no pagados con acciones de Tesorería)				-2,601.2				-2,601.2	-4.4	-2,605.6
Pagos en acciones				169.0				169.0		169.0
Variación neta en acciones de Tesorería	-1,542,871					-502.3		-502.3		-502.3
Cambios en el alcance de la consolidación								-		-
Otros movimientos				7.7				7.7	-1.2	6.5
AI 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
Utilidad neta consolidada del periodo				3,359.0				3,359.0	4.6	3,363.6
<i>Coberturas de flujo de efectivo</i>					-41.2			-41.2	-0.4	-41.6
<i>Ajustes de conversión acumulados</i>							-359.5	-359.5	0.2	-359.3
Otros ingresos globales que pueden reclasificarse como ganancias y pérdidas					-41.2		-359.5	-400.7	-0.2	-400.9
<i>Activos financieros a valor razonable con cargo a otros ingresos integrales</i>					942.0			942.0		942.0
<i>Ganancias y pérdidas actuariales</i>					43.4			43.4		43.4
Otros ingresos globales que no pueden reclasificarse como ganancias y pérdidas					985.4		-	985.4	-	985.4
Utilidad integral consolidada				3,359.0	944.2		-359.5	3,943.7	4.4	3,948.1
Aumento de capital	776,525	0.2		-0.2				-		-
Anulación de acciones de Tesorería								-		-
Dividendos pagados (no pagados con acciones de Tesorería)				-3,248.4				-3,248.4	-6.2	-3,254.6
Pagos en acciones				81.3				81.3		81.3
Variación neta en acciones de Tesorería								-		-
Cambios en el alcance de la consolidación								-		-
Otros movimientos				0.6				0.6	-0.3	0.3
AI 30.06.2023	535,963,087	107.2	3,368.7	17,574.5	7,348.6	-	-443.2	27,955.7	5.9	27,961.6

⁽¹⁾ Teniendo en cuenta la decisión final del IFRIC de abril de 2021 sobre los costos de instalación y personalización del software de los contratos de tipo SaaS.

Cambios en el primer semestre de 2022

Millones de €

	Acciones ordinarias en circulación	Capital en acciones	Capital pagado adicional	Utilidades retenidas y utilidad neta	Otros ingresos integrales	Acciones de tesorería	Ajustes de conversión acumulados	Capital atribuible a los propietarios de la empresa	Participaciones no mayoritarias	Patrimonio
AI 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
Efecto de la aplicación de la decisión de IFRIC sobre los contratos de SaaS				-152.5				-152.5		-152.5
AI 01.01.2022 ⁽¹⁾	535,412,360	111.5	3,265.6	23,536.8	5,738.6	-8,940.2	-279.1	23,433.2	6.9	23,440.1
Utilidad neta consolidada del periodo				3,222.8				3,222.8	1.2	3,224.0
<i>Coberturas de flujo de efectivo</i>					-31.2			-31.2	0.1	-31.1
<i>Ajustes de conversión acumulados</i>							680.8	680.8	0.1	680.9
Otros ingresos globales que pueden reclasificarse como ganancias y pérdidas					-31.2		680.8	649.6	0.2	649.8
<i>Activos financieros a valor razonable con cargo a otros ingresos integrales</i>					884.7			884.7		884.7
<i>Ganancias y pérdidas actuariales</i>					253.7			253.7		253.7
Otros ingresos globales que no pueden reclasificarse como ganancias y pérdidas					1,138.4			1,138.4	-	1,138.4
Utilidad integral consolidada				3,222.8	1,107.2		680.8	5,010.8	1.4	5,012.2
Aumento de capital	868,249	0.2	-0.2					-		-
Anulación de acciones de Tesorería		-4.5	-8,935.8			8,940.2		-		-
Dividendos pagados (no pagados con acciones de Tesorería)			-2,601.2					-2,601.2	-4.4	-2,605.6
Pagos en acciones			86.8					86.8		86.8
Variación neta en acciones de Tesorería								-		-
Cambios en el alcance de la consolidación								-		-
Otros movimientos				-0.6				-0.6	-0.5	-1.1
AI 30.06.2022	536,280,609	107.3	3,265.6	15,308.6	6,845.8	—	401.7	25,929.1	3.3	25,932.4

⁽¹⁾ Teniendo en cuenta la decisión final del IFRIC de abril de 2021 sobre los costos de instalación y personalización del software de los contratos de tipo SaaS.

Apéndice 6: Comparativa de estados de flujo de efectivo consolidados

Millones de €	1.º semestre 2023	1.º semestre 2022	2022
Flujo de efectivo de las actividades de operación			
Utilidad neta atribuible a los propietarios de la empresa	3,359.0	3,222.8	5,706.6
Participaciones no mayoritarias	4.6	1.2	6.0
Eliminación de ingresos y egresos sin efecto en el flujo de efectivo:			
• depreciación, amortización, provisiones y pasivos fiscales a largo plazo	911.3	626.8	1,536.1
• cambios en los impuestos diferidos	-5.0	-57.3	-96.5
• pagos en acciones (incluidas las acciones gratuitas)	81.3	86.8	169.0
• ganancias y pérdidas de capital por enajenación de activos	2.9	-0.5	7.6
Otras transacciones no monetarias	24.2	-53.6	-38.7
Participación en las utilidades de empresas asociadas, neta de dividendos recibidos	-	-1.1	-0.5
Flujo de efectivo bruto	4,378.3	3,825.1	7,289.6
Cambios en el capital de trabajo	-1,556.6	-1,849.8	-1,011.3
Efectivo neto procedente de actividades de operación (A)	2,821.7	1,975.4	6,278.3
Flujo de efectivo procedente de actividades de inversión			
Compras de propiedad, planta y equipo, y de activos intangibles	-724.1	-638.3	-1,343.2
Enajenación de propiedad, planta y equipo, y de activos intangibles	1.7	3.6	9.2
Cambios en otros activos financieros (incluidas las inversiones en empresas no consolidadas)	-41.9	-54.2	-142.8
Efecto de los cambios en el alcance de la consolidación	-159.4	-10.2	-746.9
Efectivo neto procedente de actividades de inversión (B)	-923.7	-699.1	-2,223.8
Flujo de efectivo procedente de actividades de financiamiento			
Dividendos pagados	-3,398.2	-2,641.2	-2,689.9
Aumento de capital de la empresa matriz	-	-	103.2
Ampliación de capital de las subsidiarias	-	-	-
Enajenación (adquisición) de acciones de Tesorería	-	-	-502.3
Compra de participaciones no mayoritarias	-	-	-
Emisión (amortización) de préstamos a corto plazo	2,218.2	-1,216.6	-3,563.8
Emisión de endeudamiento a largo plazo	2,015.4	2,997.8	3,019.9
Amortización de préstamos a largo plazo	-29.9	-	-
Amortización de deuda por arrendamiento financiero	-211.2	-216.7	-446.9
Flujo de efectivo neto procedente de actividades de financiamiento (C)	594.2	-1,076.7	-4,079.9
Efecto neto de las variaciones del tipo de cambio y del valor razonable (D)	-113.0	73.9	-70.7
Variación del efectivo y los equivalente de efectivo (A+B+C+D)	2,379.2	273.5	-96.1
Efectivo y equivalentes de efectivo al inicio del periodo (E)	2,617.7	2,713.8	2,713.8
EFFECTIVO Y EQUIVALENTES DE EFFECTIVO AL FINAL DEL PERIODO (A+B+C+D+E)	4,996.9	2,987.4	2,617.7