

Resultados financeiros do Grupo Michelin

Informações financeiras para os nove meses encerrado em 30 de setembro de 2014

A Michelin anuncia umas vendas líquidas de 14.600 milhões de euros e um aumento de 1% nos volumes até finais de setembro

- *A desaceleração do mercado observada desde o segundo trimestre continuou no terceiro:*
 - *O enfraquecimento da procura na Europa, especialmente em pneus de camião.*
 - *A contração da procura de equipamento original em novos mercados, com exceção da China.*
 - *O sustentado crescimento sólido na América do Norte.*
- *O volume de vendas subiu 1% em finais de setembro, refletindo:*
 - *A resiliência da quota de mercado da marca MICHELIN nos segmentos de Ligeiro, Camioneta e Camião.*
 - *O crescimento das atividades de Engenharia Civil em equipamento original e infraestrutura amorteceu os processos de redução do stock dos clientes de pneus de minaria.*
- *O efeito preço-mix foi negativo em 2%.*
 - *Aplicação de cláusulas de indexação contratual e reposicionamentos de preços, num momento de redução dos custos de matérias-primas.*
 - *Efeito mix favorável graças à execução sustentada da estratégia premium.*
- *O efeito cambial foi negativo ao longo dos nove meses, mas tornou-se positivo em setembro.*

Perspetivas para 2014

Num ambiente global formado pela incerteza económica e as dificuldades geopolíticas, a procura de automóveis de pneus de Ligeiro, Camioneta e Camião deve permanecer flutuante na América do Norte e China e estável na Europa. Nos novos mercados, espera-se que a desaceleração observada, especialmente no segmento de equipamentos originais, continue, enquanto a demanda de reposição de pneus deverá continuar robusta no segmento de Ligeiro, Camioneta e regressar um pouco no segmento de Camião.

Dado este ambiente, a Michelin reduziu sua previsão para o crescimento do volume, em linha com o mercado, para um intervalo de 1% a 2% para o ano inteiro. As tonelagens de pneus especiais devem fechar o ano a par com 2013, com comparações favoráveis de anos anteriores, no quarto trimestre de pneus de minaria.

No último trimestre de 2014, a Michelin espera ajustar o seu processo de gestão de custos em resposta às mudanças nas condições de mercado, enquanto desfruta de um ambiente de moeda mais favorável. O plano de competitividade da Michelin, com € 169 milhões em poupança ao longo de nove meses, atesta a sua eficiência industrial. O Grupo confirma o seu objectivo de relatar maior resultado operacional antes de itens não recorrentes e em taxas de câmbio constantes.

A Michelin também confirma seu objetivo de entregar um retorno superior a 11% sobre o capital empregado e gerar fluxo de caixa livre estrutural de mais de € 500 milhões. O programa de investimentos é mantido em cerca de 2 biliões € em 2014 e será revisto em baixa em 2015 e 2016.

VENDAS LÍQUIDAS (MILHÕES DE EUROS)	3º trimestre			Nove primeiros meses		
	2014	2013	% Variação	2014	2013	% Variação
LIGEIRO, CAMIONETA E DISTRIBUIÇÃO ASSOCIADA	2.592	2.702	- 4,1 %	7.759	8.023	- 3,3 %
CAMIÃO E DISTRIBUIÇÃO ASSOCIADA	1.576	1.660	- 5,1 %	4.503	4.781	- 5,8 %
ATIVIDADES DE ESPECIALIDADES ¹	717	761	- 5,8 %	2.296	2.478	- 7,3 %
TOTAL GRUPO	4.885	5.123	- 4,6 %	14.558	15.282	- 4,7 %

¹ Pneus de engenharia civil, agrícolas, duas rodas e avião; Michelin Travel Partner e Michelin Lifestyle.

Evolução do mercado de pneus

Ligeiro e camioneta

Nove primeiros meses 2014/2013 (número de pneus)	Europa *	América do Norte	Ásia (sem a Índia)	América do Sul	África/Índia/ Médio Oriente	Total
Primeiro equipamento	+ 4%	+ 5 %	+ 6 %	- 18 %	- 2 %	+ 3%
Substituição	+ 3%	+ 5 %	+ 5%	+ 5%	+ 4%	+ 4%

Terceiro trimestre 2014/2013 (número de pneus)	Europa	América do Norte	Ásia (sem a Índia)	América do Sul	África/Índia/ Médio Oriente	Total
Primeiro equipamento	+0%	+ 7%	+ 3%	- 18 %	+ 4%	+ 2%
Substituição	+ 1%	+ 3%	+ 3%	+ 6%	+ 4%	+ 3%

* Incluindo Rússia e Turquia

▪ Primeiros Equipamentos

- Na Europa, o mercado mostra um certo retrocesso (+ 0 %) no trimestre, relacionado com um controlo do stock pelos construtores de veículos generalistas e das suas paragens de produção. Nos mercados da Europa do Leste, a situação geopolítica difícil fez com que a procura diminuísse em 8% nos primeiros nove meses e 13% no terceiro trimestre.
- Na América do Norte, o mercado cresce 5 % nos nove primeiros meses, sustentado pela procura de veículos.
- Na Ásia (sem incluir a Índia), a procura teve um crescimento global de 6% até finais de setembro. Na China, o mercado aumenta 10% nos nove meses. Enquanto subiu até 5% até finais de setembro meses, o mercado japonês está a começar a suavizar sob o impacto da taxa de IVA mais elevada introduzida em 1 de abril passado. O mercado do sudeste asiático (- 8%) reflete o fato de que os stocks de veículos se mantivessem elevados, devido à situação política na Tailândia.

* Incluindo a Rússia e a Turquia.



- Na América do Sul, a demanda caiu 18%, com condições mais apertadas de crédito e uma queda na confiança do consumidor no Brasil e da passagem de medidas económicas e fiscais na Argentina.

▪ Substituição

- Na Europa, o mercado aumenta até 3% até finais de setembro. A procura subiu 1% na Europa Ocidental, liderada pelo rápido crescimento de 8% nas vendas de pneus de inverno, e manteve-se estável na Europa do Leste em comparação com o declínio observado no terceiro trimestre do ano anterior.
- A procura manteve-se forte na América do Norte, ganhando 5% no final de setembro, atrás dos preços dos combustíveis a preços acessíveis e de confiança dos consumidores, enquanto a economia continua a melhorar. O mercado também está a ser impulsionado pelo aumento das importações asiáticas de pneus e forte crescimento no segmento de inverno no Canadá.
- Na Ásia (excluindo Índia), os mercados subiram 5% do total nos primeiros nove meses. A procura chinesa subiu 5% no terceiro trimestre, encerrando o período de nove meses até 7%, assim como os comerciantes implantaram políticas de gestão de inventário mais conservadoras. Depois de ter sido levantado pelas compras de primeiro trimestre antes do aumento da taxa de IVA, o mercado japonês viu uma forte recuperação nas vendas de pneus de inverno, para acabar com os nove meses até 4%. O crescimento no Sudeste Asiático era constante (até 4% no final de setembro) apesar dos sinais da hesitação do comprador pré-eleição na Indonésia.
- O mercado sul-americano continua a expandir, com um ganho de 5% em relação ao período de nove meses e um declínio nas vendas de pneus importados.

Camião

Nove primeiros meses 2014/2013 (número de pneus)	Europa**	América do Norte	Ásia (sem a Índia)	América do Sul	África/Índia/Médio Oriente	Total
Primeiro equipamento*	- 8%	+ 12%	+ 2%	- 18 %	+ 4%	+ 1%
Substituição	+ 3%	+ 9%	+ 3%	- 3%	- 0 %	+ 3%

Terceiro trimestre 2014/2013 (número de pneus)	Europa* *	América do Norte	Ásia (sem a Índia)	América do Sul	África/Índia/Médio Oriente	Total
Primeiro equipamento*	- 10%	+ 12%	- 1 %	- 27%	+ 16%	+0%
Substituição*	- 3%	+ 7%	+ 4%	- 5%	- 1 %	+ 2%

▪ Primeiros Equipamentos

- Num ambiente económico sofrível, o mercado europeu contraiu-se em 8% nos primeiros nove meses, com uma ligeira queda de 1% na Europa Ocidental e uma queda de 35% na Europa do Leste.
- O mercado norte-americano continua a ver um forte crescimento, com um aumento de 12% nos primeiros nove meses apoiado por um aumento nas vendas de reboques e um aumento especialmente acentuado no segmento de classe 8.
- A procura por pneus radiais e cross-ply na Ásia (excluindo Índia) aumentou 2% do total no período de nove meses. O crescimento na China chegou a 4%, refletindo a desaceleração nas vendas de camiões após o período de preparação antes da introdução de novas normas de emissões. A procura no sudeste da Ásia caiu 25% após cortes de produção, devido à situação política na Tailândia.

* Mercado radial unicamente.

** Incluindo a Rússia e a Turquia.

- Na economia sul-americana menos dinâmica, a demanda caiu drasticamente, de 17% nos primeiros nove meses, e de 27% no terceiro trimestre, após o forte crescimento em 2013, em forte procura por camiões pesados no setor da agricultura.

▪ **Substituição**

- O mercado de reposição europeu terminou os primeiros nove meses até 3% e manteve-se muito abaixo dos seus níveis de 2007. Apesar do aumento mais rápido em vendas de importações de pneus asiáticos na Europa Central, a procura na Europa Ocidental recuou 5% em geral no terceiro trimestre após forte tendência de queda em julho e agosto. A procura no Leste Europeu era praticamente estável ao longo dos primeiros nove meses, apesar de uma contração de 6% no terceiro trimestre.
- Na América do Norte, o mercado radial cresceu 9% nos primeiros nove meses, levantando-o para níveis pré-recessão como a demanda de carga constante e os preços dos combustíveis em declínio.
- Os mercados asiáticos (excluindo a Índia) subiram de 3% para o período de nove meses, mas as tendências de demanda foram desiguais na região. Na China, o mercado ainda está a crescer (até 3% no final de setembro), com, no entanto, um abrandamento da procura de mercadorias. O mercado japonês continua numa tendência de alta sólida, crescendo 13% em relação aos primeiros nove meses, sem qualquer repercussão de compras antes da subida das taxas de IVA. Os mercados do sudeste asiático encerraram os nove meses até 1%, enquanto a procura na Indonésia compensou a contração no mercado tailandês.
- A procura Sul-americana caiu 3% para os primeiros nove meses, mas o crescimento variou por país em função do ambiente económico e de negócios local.

Pneus de especialidades

- **Engenharia civil:** Desde o quarto trimestre de 2013, o mercado de pneus para minaria continua em contração em relação ao ano anterior, penalizado pela atual redução de stocks das companhias mineiras. A descida do preço de certos minerais (ferro, carvão) teve um impacto sobre a atividade de extração.
Os mercados de primeiros equipamentos estão em contração, desde o início do ano nas zonas maduras devido à redução de stock realizada em 2013 pelos construtores.
O mercado de pneus para infraestruturas e pedreiras aumenta nos países maduros, graças ao nível de stock da distribuição, inferior ao do ano anterior. Nas zonas emergentes, os mercados caem.

- **Agrícola:** A procura mundial do mercado de primeiros equipamentos contrai nos países maduros devido a uma importante renovação do parque nos últimos anos e por uma redução nos incentivos fiscais agrícolas nos Estados Unidos.
A subir no primeiro semestre, o mercado de substituição na Europa decresce no terceiro trimestre. Também decresce na América do Norte.

- **Duas rodas:** Os mercados de moto crescem na Europa até finais de setembro, embora mostrem sintomas de enfraquecimento no terceiro trimestre. Entretanto, decresce a América do Norte.

- **Avião:** Os mercados de pneus aviação comercial crescem.

Vendas líquidas da Michelin

Evolução global

(MILHÕES DE EUROS)	3º trimestre 2014		Nove primeiros meses 2014	
VENDAS LÍQUIDAS	4.885		14.558	
	Variação T3 2014 / T3 2013		Variação 9 meses 2014/2013	
Variação total	- 238	- 4,6%	- 724	- 4,7 %
Volumes*	- 62	- 1,2 %	+ 136	+ 0,9 %
Mix/preços	- 115	- 2,2 %	- 284	- 1,9 %
Variação taxa de câmbio	- 27	- 0,6 %	- 484	- 3,2 %
Variação no perímetro de consolidação	- 34	- 0,6 %	- 92	- 0,6 %

Nos nove primeiros meses do ano, **as vendas líquidas alcançam os 14.558 milhões de euros**, com uma contração de 4,7%, em relação ao mesmo período de 2013, sob o efeito dos seguintes fatores:

- **O crescimento de 1 % dos volumes, até finais de setembro**, reflete a boa resistência das quotas de mercado da marca MICHELIN em Ligeiro, Camioneta e Camião, assim como o aumento das atividades de Engenharia Civil em Primeiro equipamento e Infraestruturas e a continuidade dos processos de redução do stock de pneus de minaria.
- **O efeito do mix de preços (- 1,9 % nos nove meses)** reflete, em primeiro lugar, a evolução dos preços (- 397 milhões de euros), do qual cerca de 45 % corresponde aos ajustamentos pelas cláusulas de indexação de preços dos custos das matérias-primas. O efeito favorável do mix (+ 113 milhões de euros em finais de setembro) é devido principalmente ao êxito da estratégia premium da marca MICHELIN.
- **O impacto das paridades de câmbio (- 3,2% em finais de setembro e - 0,6 % no terceiro trimestre)** que, até ao verão refletiu a subida do euro, especialmente sobre o dólar americano, o real brasileiro, o dólar canadiano e o peso argentino, inverteu-se até setembro com a desvalorização do euro em relação ao dólar americano.

* Em toneladas.

Vendas líquidas por segmento

▪ Ligeiro, camioneta e distribuição associada

Para os nove primeiros meses de 2014, e tendo em conta um efeito de câmbio desfavorável de 3%, as vendas líquidas atingiram os 7.759 milhões de euros, em comparação com os 8.023 milhões de euros registados no mesmo período de 2013 (-3,3%).

- Os volumes de Ligeiro e Camioneta aumentam 2 % até finais de setembro, refletindo um crescimento de 3 % para a marca MICHELIN, assim como uma estabilização no terceiro trimestre para o resto das marcas.
- Os ajustamentos de preços correspondem à indexação das matérias-primas para a atividade de Primeiros equipamentos e para os reposicionamentos em Substituição.
- O efeito mix continua a ser favorável, sustentado pelo crescimento de 12 % da marca MICHELIN no segmento de Ligeiro, Camioneta premium.

▪ Camião e distribuição associada

No fim de setembro de 2014, as vendas líquidas foram de 4.503 milhões de euros, contraindo 5,8% em relação aos 4.781 milhões de euros para os nove primeiros meses de 2013.

- Refletindo a prioridade dada a melhoria da rentabilidade da atividade de Camião, os volumes vendidos aumentam 1% nos nove primeiros meses.
- A boa resistência dos preços em Substituição reduz o impacto das cláusulas de indexação em Primeiros equipamentos.
- O efeito desfavorável das paridades monetárias situa-se em 4%.

▪ Atividades de especialidades

Nos nove primeiros meses do ano, as vendas líquidas do segmento de Atividades de especialidades ascendem a 2.296 milhões de euros, em relação aos 2.478 milhões de euros para o mesmo período de 2013. Para além dos ajustamentos de preços relacionados com as cláusulas de indexação nos custos das matérias-primas e do efeito desfavorável das paridades de câmbio (- 3 %), esta contração é devida à descida dos volumes: em finais de setembro, diminuíam 2 %, após registar + 1 % no primeiro trimestre, - 5 % no segundo, e - 2 % no terceiro, e deveriam acabar o ano em volumes próximos aos de 2013.

- **Engenharia civil:** as vendas líquidas caem, penalizadas pela diminuição dos volumes e do efeito desfavorável das cláusulas de indexação das matérias-primas e das taxas de câmbio. As vendas nos segmentos de primeiros equipamentos e Infraestrutura crescem.

- **Agrícola:** as vendas líquidas descem ligeiramente. O progresso dos volumes nos países maduros e nos novos mercados compensa a aplicação desfavorável das cláusulas de indexação das matérias-primas, assim como do impacto negativo das taxas de câmbio.
- **Duas rodas:** as vendas líquidas aumentam, animadas pelo aumento dos volumes nas zonas maduras e em crescimento, o que compensa os efeitos negativos das paridades.
- **Avião:** as vendas líquidas aumentam, graças ao crescimento dos volumes e do processo de «radialização».

Fatos destacados do terceiro trimestre de 2014

- **A Michelin finaliza a compra da Sascar (1 de setembro de 2014).**
- **Distribuição: TYREPL abre o seu Centro Número 1.000 na China (8 de setembro de 2014).**
- **Braskem, Amuylis e a Michelin unem-se para acelerar a produção e comercialização de isopreno renovável (9 de setembro de 2014).**
- **Fórmula E: a primeira corrida do Campeonato FIA de Fórmula E decorre ao pé do estádio Olímpico de Pequim, na China (13 de setembro de 2014).**
- **24 Horas de Le Mans Moto 2014: A MICHELIN e a equipa Yamaha France GMT 94, campeões do mundo (22 de setembro de 2014).**
- **MICHELIN® Solutions no Salão IAA de Hannover (Alemanha): EFFIFUEL™ da MICHELIN® Solutions oferece economia de combustível (23 de setembro – 2 de outubro de 2014).**
- **Michelin, parceiro oficial de A320neo: o primeiro voo equipado com os pneus radiais MICHELIN® AIR X® (25 de setembro de 2014).**
- **MICHELIN Ultraflex Technologies, melhora até 4 % o rendimento agrícola (30 de setembro de 2014).**
- **Lançamento da gama de Camião MICHELIN X® MULTI™ na Ásia: diversas dimensões para responder às diferentes necessidades dos clientes (7 de outubro de 2014).**

A lista completa dos fatos destacados do terceiro trimestre de 2014 está disponível no Site do Grupo: www.michelin.com/corporate

APRESENTAÇÃO

A apresentação dos resultados em 30 de setembro de 2014 pode-se consultar no site www.michelin.com/corporate.

CALENDÁRIO

- **Vendas líquidas e resultados 2014:**
Terça-feira 10 de fevereiro de 2015 antes da abertura da Bolsa
- **Informação trimestral a 31 de março de 2015:**
Quarta-feira 22 de abril de 2015 depois do encerramento da Bolsa



ADVERTÊNCIA

Este comunicado de imprensa não constitui uma oferta de venda ou a solicitação de oferta de compra de ações Michelin. Se quiser mais informação acerca da Michelin, por favor consulte os documentos públicos depositados em l’Autorité des marchés financiers, na França. Igualmente pode consultá-los no nosso site: www.michelin.com. Este comunicado pode conter algumas declarações de caráter provisório. Embora a companhia estime que as suas declarações estão baseadas em hipóteses razoáveis na data de publicação do documento, as mesmas estão inerentemente sujeitas a riscos e incertezas que podem fazer com que haja alguma diferença entre os resultados reais e aqueles indicados ou induzidos nestas declarações.

*A missão da **Michelin**, líder do setor do pneu, é contribuir de maneira sustentável para a mobilidade das pessoas e dos bens. Por esta razão, o Grupo fabrica e comercializa pneus para todo o tipo de viaturas, desde aviões até automóveis, veículos de duas rodas, engenharia civil, agricultura e camiões. A Michelin também propõe serviços informáticos de ajuda à mobilidade (ViaMichelin.com), e edita guias turísticos, de hotéis e restaurantes, mapas e Atlas de estradas. O Grupo, que tem a sua sede em Clermont-Ferrand (França), está presente em mais de 170 países, emprega a 111.200 pessoas em todo o mundo e dispõe de 67 centros de produção implantados em 17 países diferentes. O Grupo possui um Centro de Tecnologia que se encarrega da investigação e desenvolvimento com implantação na Europa, América do Norte e Ásia (www.michelin.es).*

DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO

Avda. de Los Encuartes, 19
28760 Tres Cantos – Madrid – ESPANHA
Tel.: 0034 914 105 167 – Fax: 0034 914 105 293

