

Resultados financieros del Grupo Michelin

Información financiera correspondiente a 30 de junio de 2014

Primer semestre de 2014

Sólido resultado operacional antes de elementos no recurrentes de 1.159 millones de euros, que supone un aumento del 16% a perímetro y tasas de cambio constantes.

Margen operacional antes de elementos no recurrentes, del 12% de las ventas netas.

Resultado neto de 624 millones de euros, en aumento de un 23%

- *Aumento del rendimiento operacional del Grupo, en línea con los objetivos:*
 - *A mitad del periodo, el plan de competitividad planteado para 2012-2016 ha logrado el 60% de su objetivo.*
- *Control del posicionamiento del precio:*
 - *Impacto mejor de lo esperado del mix de precios/materias primas, de 182 millones de euros.*
 - *Aumento de volúmenes de un 1.9%, mientras que la demanda empieza a ralentizarse en el segundo trimestre, especialmente en neumáticos de camión y, tal y como se anunció, en neumáticos de ingeniería civil.*
- *Cash flow libre en línea con las tendencias habituales de la estacionalidad:*
 - *Inversiones por valor de 703 millones de euros.*

Jean-Dominique Senard ha declarado que: “en un entorno competitivo que se mantiene constante a lo largo del primer semestre, el grupo Michelin ha alcanzado su objetivo de obtener una nueva mejora en su rendimiento con un aumento de casi 200 millones de euros en el resultado operacional, a perímetro y tipo de cambio constantes. Un flujo continuo de innovaciones alabadas por los fabricantes de vehículos y una estrategia industrial responsable y ambiciosa han permitido a la marca Michelin mantener su posición global a la vanguardia de la movilidad”.

Perspectivas confirmadas para 2014

En el segundo semestre, la demanda mundial de neumáticos para turismo, camioneta y camión debería continuar progresando en los mercados maduros y China. Por otro lado, el resto de mercados emergentes muestran una desaceleración, especialmente en primera monta. Al mismo tiempo, la demanda de primera monta para neumáticos de ingeniería civil debe continuar su mejora, mientras que en los neumáticos de minería se seguirá realizando una reducción de stock hasta finales de año, aunque el cuarto trimestre será favorable en comparación del año anterior.

Para lo que resta de año, el Grupo pretende mejorar su margen bruto unitario, conservando al mismo tiempo un balance positivo entre la política de precios, el mix de producto y el coste de las materias primas. El plan de competitividad está siendo desarrollado en el plazo previsto.

En este entorno, Michelin mantiene su previsión de que sus volúmenes crecerán alrededor del 3%, en línea con el crecimiento previsto del mercado para 2014. El grupo confirma sus objetivos:

1. Mayor resultado operacional antes de elementos no recurrentes (a tipos de cambio constantes),
2. Rentabilidad del capital empleado superior al 11%
3. Un *cash flow* libre estructural de más de 500 millones de euros, con un programa de inversiones que se mantiene cerca de los dos mil millones de euros.

(EN MILLONES DE EUROS)	1 ^{er} semestre 2014	1 ^{er} semestre 2013
VENTAS NETAS	9.673	10.159
RESULTADO OPERACIONAL ANTES DE ELEMENTOS NO RECURRENTE	1.159	1.153
MARGEN OPERACIONAL ANTES DE ELEMENTOS NO RECURRENTE	12,0%	11,3%
TURISMO, CAMIONETA Y DISTRIBUCIÓN ASOCIADA	11,4%	10,3%
CAMIÓN Y DISTRIBUCIÓN ASOCIADA	7,7%	6,5%
ACTIVIDADES DE ESPECIALIDADES	21,8%	23,3%
RESULTADO OPERACIONAL TRAS ELEMENTOS NO RECURRENTE	1.072	903
RESULTADO NETO	624	507
RESULTADO POR ACCIÓN (EN €)	3,34	2,76
INVERSIONES	703	762
ENDEUDAMIENTO NETO	892	1.114
PORCENTAJE DE ENDEUDAMIENTO NETO	9%	12%
PRESTACIONES SOCIALES	4.025	4.110
CASH FLOW LIBRE ¹	- 243	147
EMPLEADOS ²	111.700	113.200

¹ Cash Flow Libre: cash flow de actividades operacionales menos inversiones.

² A fin de periodo

Evolución del mercado de neumáticos

Turismo y camioneta

Primer semestre 2014/2013 (número de neumáticos)	Europa*	América del Norte	Asia (excluida la India)	América del Sur	África/India/Oriente Medio	Total
Primera monta	+ 6%	+ 3%	+ 7%	- 18%	- 3%	+ 4%
Reemplazo	+ 4%	+ 6%	+ 6%	+ 4%	+ 4%	+ 5%

Segundo trimestre 2014/2013 (número de neumáticos)	Europa*	América del Norte	Asia (excluida la India)	América del Sur	África/India/Oriente Medio	Total
Primera monta	+ 3%	+ 2%	+ 6%	- 24%	+ 5%	+ 3%
Reemplazo	+ 2%	+ 4%	+ 1%	+ 3%	+ 5%	+ 2%

* Rusia y Turquía incluidas

- **Primera monta**

- En Europa, el incremento del 6% en la demanda, que combina un aumento del 7% en Europa occidental respecto a un mercado a la baja a principios de 2013, y un retroceso del 5% en Europa del Este, causado por las tensiones geopolíticas.
- El mercado sigue fuerte en América del Norte y aumentó un 3%, apoyado en el incremento continuo de las ventas de vehículos desde 2012.
- En Asia (excluida la India), la demanda subió un 7% en su conjunto y continuó en ascenso en China, ganando un 10% durante este periodo. El mercado japonés estuvo estimulado por las compras hechas antes de que entrara en vigor, el 1 de abril, el incremento del IVA, con repercusiones limitadas en el segundo trimestre. Con una bajada del 8%, el mercado del sudeste asiático se mantuvo afectado por la situación política en Tailandia.
- En Sudamérica la pronunciada caída del 18% en la demanda reflejó la ralentización en las ventas de vehículos atribuida al efecto 'Copa del



Mundo' de fútbol, con un retroceso más acentuado en Argentina, dentro de un contexto de subidas de impuestos, restricciones a las importaciones y devaluación del peso.

- **Reemplazo**

- En Europa, el mercado creció un 4% en el semestre subiendo un 7% en Europa occidental, con una base comparativa favorable y unos niveles de stock normales en los distribuidores, en línea con los volúmenes del mercado. En el mes de junio, todo el crecimiento de mercado fue impulsado por las fuertes ventas de neumáticos de invierno antes de la temporada, a las que el Grupo no contribuyó. El mercado de Europa del Este cayó un 10%, debido a la situación socio-política en Rusia y Ucrania.
- En América del Norte el mercado creció un 6%, un dato que refleja principalmente el aumento de las importaciones de neumáticos. Sin embargo, la demanda en el neumático sigue apoyada por la moderación en el precio del combustible y la confianza del consumidor en lo que todavía es una economía positiva.
- En Asia (excluida la India), la demanda total subió un 6%. El mercado chino creció un 9%, con una ligera desaceleración en el segundo trimestre (5%). El mercado japonés aumentó un 5% en el primer trimestre, beneficiándose de las ventas previas a la subida del IVA. La demanda en el sudeste asiático fue liderada por el fuerte crecimiento de Indonesia (7%) y Tailandia (con un incremento del 6% tras la implantación del programa gubernamental 'First Car Owner').
- El mercado sudamericano creció un 4%, impulsado por la demanda en Brasil, Colombia y los países de Centroamérica.

Camión

Primer semestre 2014/2013 (número de neumáticos)	Europa*	América del Norte	Asia (excluida la India)	América del Sur	África/India/ Oriente Medio	Total
Primera monta*	- 7%	+ 10%	+ 4%	- 9%	- 3%	+ 1%
Reemplazo*	+ 6%	+ 9%	+ 2%	- 3%	+ 1%	+ 3%

Segundo trimestre 2014/2013 (número de neumáticos)	Europa*	América del Norte	Asia (excluida la India)	América del Sur	África/India/ Oriente Medio	Total
Primera monta	- 10%	+ 13%	- 5%	- 21%	- 4%	- 4%
Reemplazo	+ 2%	+ 9%	+ 0%	-6%	- 3%	+ 0%

* Rusia y Turquía incluidos

• Primera monta

- El mercado europeo ha disminuido un 7% en este semestre, con un descenso más pronunciado en el segundo trimestre. En Europa occidental, la demanda de la primera monta subió un 8% en los primeros tres meses, impulsada por las ventas de camiones previas a la entrada en vigor de la norma Euro VI, pero bajó al 4 % en el segundo trimestre, a pesar del fuerte crecimiento sostenido en las ventas de remolques. La crisis ucraniana y la desaceleración de la economía arrastraron hacia abajo las ventas de vehículos nuevos en Rusia, causando una caída del 36% en la demanda de neumáticos de primera monta.
- El mercado de América del Norte aumentó un 10%, con un crecimiento acentuado en el segmento Clase 8 y un nivel histórico en los pedidos de remolques.
- La demanda asiática (excluida la India) de neumático radial y diagonal subió un 4 % en su conjunto. Con una economía que se está enfriando, el mercado chino terminó la primera mitad con un incremento del 6%, pero con una clara desaceleración en el segundo trimestre. En el sudeste de Asia, el mercado de primera monta se desplomó un 23% debido a la comparativa con el fuerte crecimiento en la primera mitad de 2013 y la crisis política en Tailandia. En Japón, el fuerte crecimiento en las exportaciones de camión, apoyado por un yen fuerte, favoreció el aumento de la demanda de neumáticos hasta el 21%.

- En Sudamérica, el mercado total cayó un 9%, tras el fuerte crecimiento en 2013, impulsado por la fuerte demanda de grandes convoys pesados para el segmento agrícola.
- **Reemplazo**
 - En Europa, el mercado subió un 6%. El aumento del 9% en la demanda de Europa occidental reflejó el crecimiento continuo sobre las comparativas de años previos, que fueron más bajas en el primer trimestre (+ 16%) que en el segundo (+ 3%). Por otra parte, la demanda está debilitándose cada vez más en Europa del este (+ 2%) y Turquía (- 6%).
 - El mercado de América del Norte cerró la primera mitad con un subida del 9%, con una fuerte demanda del transporte que ha vuelto a los niveles previos a la crisis, beneficiando a la importación de neumáticos.
 - Los mercados asiáticos (excluida la India), subieron un 2 %, pero con fuertes contrastes en los diferentes mercados. La ligera desaceleración de la economía china mantuvo el mercado lento, con un incremento del 1 % en el primer trimestre y un crecimiento nulo en el segundo, mientras que en el sudeste de Asia la fuerte demanda en Indonesia compensó la inestabilidad del mercado tailandés. En Japón, la demanda cayó en el segundo trimestre tras el incremento de las ventas previas al aumento del IVA.
 - En Sudamérica el mercado radial y diagonal se redujo un 3%. La caída del 6% en el segundo trimestre presagia un mercado más difícil en la segunda mitad del ejercicio, debido al ambiente económico y laboral y a las expectativas favorables para el segmento del recauchutado con la llegada de las carcassas de neumáticos radiales nuevos que se vendieron en 2013.

Neumáticos de especialidades

- **Ingeniería civil:** La industria de la minería sigue creciendo en general. Sin embargo, desde el cuatro trimestre de 2013 el mercado del neumático para minas está disminuyendo de forma continua, penalizado por la reducción constante de stock por parte de las compañías mineras. La demanda de primera monta se recuperó en los países maduros durante este periodo, empujada por un incremento en la producción de maquinaria en un contexto de reducción stocks en los fabricantes y sus distribuidores. La demanda de neumáticos utilizados en obra pública y canteras subió en los países maduros, gracias particularmente a un menor stock de los distribuidores.
- **Agrícola:** La demanda mundial del mercado de primera monta terminó el semestre a la baja en los países maduros, penalizada por la importante renovación del parque en los últimos años y una reducción en los incentivos fiscales agrícolas en los Estados Unidos. El mercado de reemplazo se ha recuperado en Europa pero sigue a la baja en los Estados Unidos, afectado por la indecisión del usuario durante una época de incertidumbre por los ingresos a medio plazo.
- **Dos ruedas:** Los mercados de moto subieron en Europa pero disminuyeron en América del Norte, donde sufrieron las condiciones meteorológicas desfavorables durante el primer trimestre.
- **Avión:** Los mercados de aviación comercial mejoraron durante este periodo.



Actividad y resultados del primer semestre de 2014

Ventas netas

Teniendo en cuenta el efecto de un cambio desfavorable de 457 millones de euros y de una desviación de 58 millones de euros en el perímetro de consolidación, **las ventas netas se consolidan en 9.673 millones de euros**, mientras que en el primer semestre de 2013 fueron de 10.159 millones.

En un contexto de incertidumbre por el precio de las materias primas, el Grupo se esforzó por mantener una disciplina de precio mientras conseguía un aumento de los volúmenes (+1,9%).

El efecto negativo del mix de precios se sitúa en -169 millones de euros (-1,6%). Incluye -244 millones de euros, por el efecto combinado de los ajustes contractuales de precios, relacionados con la indexación de estos a los de las materias primas, y los reposicionamientos de precios en ciertas dimensiones, en un entorno de caídas de precio de las materias primas. Integra, igualmente, 75 millones de euros por el efecto de la mejora del mix relacionado con la estrategia premium en el segmento de 17" y superiores.

Resultados

El resultado operacional del Grupo antes de elementos no recurrentes alcanza los 1.159 millones de euros, es decir, el 12% de las ventas netas, en comparación con los 1.153 millones de euros (11,3%) obtenidos en el primer semestre de 2013. Los elementos no recurrentes de 87 millones de euros corresponden a los costes de reestructuración de los proyectos de mejora de la competitividad industrial en Canadá y Hungría.

Aparte del efecto de las variaciones del cambio (-173 millones de euros), el resultado operacional antes de elementos no recurrentes registró un efecto favorable de 182 millones de euros mejor de los esperado, entre el efecto negativo del mix de precios (-169 millones de euros) y el impacto positivo de la disminución del coste de las materias primas (351 millones de euros). Registra, igualmente, el impacto del leve aumento del volumen (+68 millones de euros), los efectos del plan de competitividad, (+127 millones de euros), en línea con los objetivos fijados, la inflación de los costes de producción y de otros gastos (-126 millones de euros), así como el incremento de los gastos en la nueva herramienta de pilotaje de la empresa, costes de arranque y gastos en los nuevos mercados.

El resultado neto alcanza un beneficio de 624 millones de euros.

Posición financiera neta

En el primer semestre, el Grupo ha generado **un cash flow libre de -243 millones de euros**, en línea con los objetivos anuales del Grupo, teniendo en cuenta las variaciones estacionales. Las inversiones totales para este periodo fueron de 703 millones de euros.

A 30 de junio de 2014, teniendo en cuenta el *cash flow* libre negativo y el pago de dividendos, la **ratio de endeudamiento ascendió al 9%**, correspondiente a un endeudamiento financiero neto de 892 millones de euros, en comparación con el 2% y los 142 millones de euros registrados a finales de diciembre de 2013.



Información por segmento

MILLONES DE EUROS	VENTAS NETAS		RESULTADO OPERACIONAL ANTES DE NO RECURRENTES		MARGEN OPERACIONAL ANTES DE NO RECURRENTES	
	PRIMER SEMESTRE 2014	PRIMER SEMESTRE 2013	PRIMER SEMESTRE 2014	PRIMER SEMESTRE 2013	PRIMER SEMESTRE 2014	PRIMER SEMESTRE 2013
TURISMO CAMIONETA Y DISTRIBUCION ASOCIADA	5.167	5.321	588	550	11,4%	10,3%
CAMIÓN Y DISTRIBUCIÓN ASOCIADA	2.927	3.121	226	203	7,7%	6,5%
ACTIVIDADES DE ESPECIALIDADES	1.579	1.717	345	400	21,8%	23,3%
GRUPO	9.673	10.159	1.159	1.153	12,0%	11,3%

- **Turismo, camioneta y distribución asociada**

Las ventas netas del segmento de Turismo, Camioneta y distribución asociada alcanzan los 5.167 millones de euros, en comparación con los 5.321 millones del mismo periodo de 2013. Excluyendo el efecto adverso de los tipos de cambio (-4%), subieron un 1,1%.

El resultado operacional antes de elementos no recurrentes ha sido de 588 millones de euros, es decir, el 11,4% de las ventas netas, en comparación con los 550 millones de euros y el 10,3% para el primer semestre de 2013.

A pesar del efecto de los tipos de cambio, este aumento se debe al efecto positivo del mix de precios, respecto a la bajada de los precios de las materias primas y a una estricta política de precios. La continua mejora del mix de producto está apoyado por el éxito de la estrategia en neumáticos de llanta 17" y superiores y en el aumento del volumen (+2,4%).

- **Camión y distribución asociada**

Las ventas netas del segmento de camión y distribución asociada alcanzan los 2.927 millones de euros, en comparación con los 3.121 millones de euros de los seis primeros meses de 2013. Los resultados se han reducido en un 5,4% debido a las desfavorables tipos de cambio.

El resultado operacional antes de elementos no recurrentes ha sido de 226 millones de euros, es decir, el 7,7% de las ventas netas, en comparación con los 203 millones de euros y el 6,5% de las ventas netas del primer semestre de 2013.

En línea con la búsqueda de la recuperación de la rentabilidad, la mejora se traduce en el siguiente efecto: un aumento del 2,4% de toneladas vendidas, un estricto control sobre los costes de producción y los gastos generales, y un mantenimiento del precio en un entorno

competitivo basado en una bajada del precio en las materias primas.

- **Actividades de Especialidades**

Las ventas netas del segmento de Actividades de Especialidades alcanzaron los 1.579 millones de euros, disminuyendo un 8,0%, en comparación con el primer semestre de 2013, debido al efecto desfavorable de las paridades de cambio (- 4,6%).

El resultado operacional antes de elementos no recurrentes se mantiene a un nivel estructuralmente elevado de 345 millones de euros, es decir, el 21,8% de las ventas netas, en comparación con los 400 millones de euros y el 23,3% del primer semestre de 2013 y los 245 millones de euros y el 17,3% del segundo semestre de 2013.

La evolución de este resultado operacional proviene de: los ajustes de precios ligados a las cláusulas de indexación, en un contexto de bajada de las materias primas, las variaciones de las tasas de cambio, y la reducción de volúmenes del 1,8%, ya que la caída del segmento minero no se ha compensado totalmente por el crecimiento de otros segmentos.

Compagnie Générale des Etablissements Michelin

La Compagnie Générale des Etablissements Michelin ha tenido un beneficio de 540 millones de euros en el primer semestre de 2014.

Las cuentas han sido presentadas al Consejo de Vigilancia en su reunión del 24 de julio de 2014. Los procedimientos de auditoría han sido realizados y el informe de auditoría ha sido emitido con fecha de 28 de julio de 2014.

Hechos destacados del primer semestre de 2014

- El Grupo presenta el neumático MICHELIN® Premier® A/S, con la tecnología inédita EverGrip™, que se autorregenera, manteniéndose seguro a pesar del desgaste. (15 de enero de 2014)
- Lanzamiento del neumático de invierno para turismos, MICHELIN Alpin 5. (4 de febrero de 2014).
- MICHELIN Pilot Road 4, el nuevo neumático de moto de la Línea de Dos Ruedas (febrero 2014).
- Michelin Canadá anuncia una reducción de sus capacidades de producción de neumáticos de pequeña dimensión en sus instalaciones de Pictou County, en Canadá, antes de julio de 2015. Michelin informa también de una inversión de 66,5 millones de CAD (dólares canadienses) para reforzar sus herramientas de producción de sus tres fábricas en el país. (3 de marzo de 2014)
- Michelin firma un contrato de equipamiento de neumáticos en primera monta con Boeing para las aeronaves B737 MAX 7 y 8. (10 de marzo de 2014).
- Lanzamiento de la nueva gama de camión MICHELIN X® LINET™ Energy™ Series 80 y 65: más prestaciones en un mismo neumático. (21 de marzo de 2014).
- A través de la red de proveedores de servicios en Norteamérica, Michelin ofrece su servicio Michelin Truck Care de mantenimiento de calidad para flotas (4 de abril de 2014).
- Michelin inaugura su primera planta para la producción de caucho composite en Hat Yai, Tailandia. (Abril de 2014).
- Michelin prevé reconfigurar su presencia industrial en Hungría y anuncio del proyecto de cerrar su planta de producción de neumáticos para camión de Budapest. (6 de mayo de 2014).
- El nuevo neumático MICHELIN X-STRADDLE 2: ofrece más seguridad y productividad en las actividades portuarias. (14 de mayo de 2014).
- Política de Responsabilidad Social Corporativa del Grupo: 20 actores sociales, con influencia en la sociedad francesa, fueron invitados por Michelin a Clermont-Ferrand. (13-14 de mayo de 2014).
- Michelin anuncia su intención de adquirir Sascar, empresa brasileña líder en la gestión digital de flotas. (9 de junio de 2014).
- Michelin y Audi vencen en la 82ª edición de Las 24 Horas de Le Mans. (14-15 de junio de 2014).

La lista completa de los hechos destacados del primer semestre de 2014 está disponible en la web del Grupo: www.michelin.com/fre



La presentación de los resultados del primer semestre de 2014 puede consultarse también en la página web <http://www.michelin.com/fre>.

CALENDARIO

- **Información de los nueve meses de 2014, hasta el 30 de septiembre:**
Miércoles 22 de octubre de 2014 después del cierre de la bolsa
- **Ventas netas y resultados de 2014:**
Martes 10 de febrero de 2015 antes de la apertura de la bolsa

PUESTA A DISPOSICIÓN DE LA INFORMACIÓN FINANCIERA CORRESPONDIENTE AL PRIMER SEMESTRE 2014

El informe financiero del primer semestre 2014, en base a las cuentas cerradas el 30 de junio de 2014, está disponible en la dirección de Internet:

<http://www.michelin.com/fre>.

Igualmente se ha presentado ante la AMF (Autorité des Marchés Financiers).

Este documento comprende fundamentalmente:

- El informe de actividad a 30 de junio de 2014,
- Las cuentas consolidadas y los anexos de las cuentas,
- El informe de los comisarios de cuentas sobre la información financiera del primer semestre de 2014.

ADVERTENCIA

Este comunicado de prensa no constituye una oferta de venta o la solicitud de oferta de compra de acciones Michelin. Si desea obtener información más detallada acerca de Michelin, por favor consulte los documentos públicos depositados en l’Autorité des marchés financiers, en Francia. Igualmente puede consultarlos en nuestra página web: www.michelin.com/eng. Este comunicado puede contener algunas declaraciones de carácter previsional. Si bien la compañía estima que sus declaraciones están basadas en hipótesis razonables a fecha de publicación del documento, éstas están inherentemente sujetas a riesgos e incertidumbres que pueden hacer que haya alguna diferencia entre los resultados reales y aquellos indicados o inducidos en estas declaraciones.



*La misión de **Michelin**, líder del sector del neumático, es contribuir de manera sostenible a la movilidad de las personas y los bienes. Por esta razón, el Grupo fabrica y comercializa neumáticos para todo tipo de vehículos, desde aviones hasta automóviles, vehículos de dos ruedas, ingeniería civil, agricultura y camiones. Michelin propone igualmente servicios digitales de ayuda a la movilidad (ViaMichelin.com), y edita guías turísticas, de hoteles y restaurantes, mapas y atlas de carreteras. El Grupo, que tiene su sede en Clermont-Ferrand (Francia), está presente en más de 170 países, emplea a 111.200 personas en todo el mundo y dispone de 67 centros de producción implantados en 17 países diferentes. El Grupo posee un Centro de Tecnología encargado de la investigación, desarrollo e industrialización con implantación en Europa, América del Norte y Asia. (www.michelin.es).*

DEPARTAMENTO DE COMUNICACIÓN

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

