

Resultados financeiros do Grupo Michelin

Informação financeira correspondente ao primeiro trimestre de 2013

A Michelin anuncia umas vendas de 4.900 milhões de euros no primeiro trimestre de 2013, em linha com as suas previsões anuais

- *Contextos de mercados fracos na Europa em Ligeiro e Camioneta, decepcionantes na América do Norte e dinâmicos nos novos mercados.*
- *Os volumes mostram:*
 - *O impacto da redução de dois dias úteis no trimestre.*
 - *A diferente evolução dos mercados nas zonas maduras e nas regiões em crescimento.*
 - *A descida das atividades de primeiros equipamentos, especialmente em Engenharia Civil.*
- *O retrocesso do mix de preços ficou afetado por:*
 - *O impacto das cláusulas de indexação, num contexto mais favorável de preços das matérias primas.*
 - *O reposicionamento controlado dos preços, centrado em certas dimensões.*

| VENDAS LÍQUIDAS (EM MILHÕES DE EUROS) | Primeiro Trimestre 2013 | Primeiro Trimestre 2012 | Varição % |
|--|----------------------------|----------------------------|----------------|
| LIGEIRO, CAMIONETA E DISTRIBUIÇÃO ASSOCIADA | 2.582 | 2.760 | - 6,5% |
| CAMIÃO E DISTRIBUIÇÃO ASSOCIADA | 1.477 | 1.604 | - 7,9% |
| ATIVIDADES de ESPECIALIDADES ¹ | 818 | 940 | - 13,0% |
| TOTAL DO GRUPO | 4.877 | 5.304 | - 8,1% |

¹Engenharia Civil, Agrícola, Duas Rodas e Avião; Michelin Travel Partner e Michelin Lifestyle Ltd.

Perspetivas para 2013

Num contexto de mercados fracos nos países maduros e de crescimento nos novos mercados, a Michelin confirma o seu objetivo de volumes estáveis em 2013, aproveitando a sua presença em todo o mundo.

A descida dos preços das matérias primas deveria supor um efeito favorável de cerca de 550 milhões de euros no resultado operacional anual. Nesta hipótese, o efeito das matérias primas compensaria bastante o efeito negativo do mix de preços, que se elevaria a cerca de 300 milhões de euros.

Como se indicou em fevereiro, o programa de investimentos, quase 2.000 milhões de euros, favorecerá o ambicioso objetivo de crescimento da Michelin, com a implementação de novas capacidades de produção nos novos mercados. Isto terá efeitos também sobre a competitividade nos países maduros e sobre a inovação tecnológica.

Nesta conjuntura, o Grupo Michelin confirma os seus objetivos para o ano 2013, um resultado operacional antes de elementos não recorrentes estável, uma rentabilidade dos capitais empregues superior a 10% e a geração de um cash flow livre positivo.

Evolução do mercado

Ligeiro e camioneta

| Primeiro Trimestre Variação interanual % (Nº pneus) | Europa* | América do Norte | Ásia (excluindo a Índia) | América do Sul | África/Índia/ Médio Oriente | Total |
|---|---------|---------------------|--------------------------------|-------------------|--------------------------------|-------|
| Primeiros equipamentos | - 11% | + 1% | + 5% | + 7% | - 8% | - 1% |
| Substituição | - 9% | - 2% | + 7% | + 6% | + 4% | - 2% |

*Incluindo a Rússia e a Turquia

- **Primeiros Equipamentos**

- Na Europa, a procura de pneus retrocedeu 11%, com uma atividade contrastada entre a descida dos construtores generalistas de automóveis, que reduziram os seus stocks, e o melhor rendimento das marcas especializadas e exportadoras. Os mercados da Europa do Leste continuam a crescer (+ 6%).
- O mercado da América do Norte cresceu 1%, em linha com a produção de automóveis novos.
- Na Ásia (excluindo a Índia), a procura cresceu globalmente 5%. O mercado mostra um grande dinamismo na China (+ 15%) e no Sudeste asiático (+ 29%), enquanto no Japão (- 18%) ressentem-se da supressão em finais de 2012 das medidas governamentais de apoio ao automóvel.
- Na América do Sul, continua a dinâmica observada após o outono de 2012 (+ 7%)

- **Substituição**

- Na Europa, numa conjuntura macroeconómica sempre sombria, o mercado retrocede 9%. A longa duração do inverno, que adiou a mudança de equipamentos de março a abril, pesou especialmente em finais do primeiro trimestre, sem pressupor, no entanto, uma descida significativa dos stocks de pneus de inverno da distribuição, sempre elevados. Assim pois, em março, o mercado desceu 23% na Alemanha e 11% nos países nórdicos.

- O Na América do Norte, a procura (- 2%) continua em ligeiro retrocesso por terceiro ano consecutivo. Os distribuidores gerem os seus stocks num ambiente marcado pelas incertezas fiscais e a descida das matérias primas. O mercado dos Estados Unidos experimenta um importante aumento das importações asiáticas desde a eliminação das tarifas alfandegárias no outono de 2012.

- O Na Ásia (exceto na Índia), os mercados progridem globalmente 7%. A procura é muito dinâmica na China (+ 11%). O resto da zona recupera as tendências de crescimento a longo prazo, tanto no mercado japonês (+ 3%), como no coreano (+ 9%) e nos mercados ASEAN (+ 4%), sempre crescente pelas exportações.

- O Na América do Sul, o mercado aumenta 6%, impulsionado pelo Brasil e pela Colômbia, num contexto económico muito favorável.

Camião

| Primeiro trimestre Variação interanual % (Nº pneus) | Europa** | América do Norte | Ásia (excluindo a Índia) | América do Sul | África/Índia/ Médio Oriente | Total |
|---|----------|---------------------|--------------------------------|-------------------|--------------------------------|-------|
| Primeiros equipamentos* | - 3 % | - 12 % | + 5 % | + 23 % | - 18 % | - 1 % |
| Substituição* | + 5 % | - 1 % | - 5 % | + 5 % | + 8 % | + 0 % |

*Só mercado radial** Incluindo a Rússia e a Turquia

• Primeiros Equipamentos

- O Na Europa, o mercado permanece em retrocesso (- 3 %) e combina os efeitos da queda de matrículas de camiões na Europa Ocidental e de uma procura mais potente na Europa do Leste.

- O Na América do Norte, o mercado continua o seu forte afrouxamento (- 12 %). As incertezas macroeconómicas e fiscais nos Estados Unidos pesaram sobre as petições de novos camiões, de maneira mais acentuada no segmento “Classe 8”.

- O Na Ásia (exceto na Índia), a procura cresce 5%, com um aumento na China de 8%, um retrocesso de 14% no Japão e uma procura sempre sustentável no Sudeste asiático (+ 29%).

- O Na América do Sul, o mercado sobe bastante (+ 23%), em comparação com o primeiro trimestre de 2012, quando sofreu as consequências da introdução no Brasil da norma Euro V.

- **Substituição**

- O Na Europa, o mercado sobe 5%. Situam-se em níveis baixos na Europa Ocidental (+ 1%), onde a atividade de transporte continua fraca, e continua dinâmica na Europa do Leste (+ 24%).
- O Na América do Norte, o mercado sofre uma descida limitada de 1%, devida na maior parte à procura dos Estados Unidos, onde a atividade de fretes está, no entanto, em ligeiro crescimento, com uma menor disponibilidade de carcaças para a recauchutagem.
- O Os mercados da Ásia (exceto a Índia) decrescem globalmente cerca de 5%. A procura chinesa (- 6%), travada devido ao período do Ano Novo, melhora em março, enquanto o mercado desce 2% no Japão, devido à gestão que os distribuidores fazem dos seus stocks, e 4% na Coreia, afetado pela diminuição da atividade do transporte.
- O Na América do Sul, num contexto económico mais favorável, o mercado aumenta 5% no conjunto da zona. Um sell out bem orientado e uma flexibilização das barreiras alfandegárias na zona incentivam a procura.

Pneus de especialidades

- **Engenharia civil:** Continua o crescimento do setor mineiro. O mercado continua em desenvolvimento para pneus radiais de grande dimensão. O mercado de primeiros equipamentos sofre grandes descidas na Europa e na América do Norte. Penalizado pelas incertezas económicas e pela política de espera da distribuição, o mercado de pneus para infraestruturas e pedreiras está em contração nos países maduros.
- **Agricultura:** O mercado mundial de primeiros equipamentos está em ligeiro retrocesso neste primeiro trimestre, mas permanece a um nível elevado. A procura de pneus técnicos está a aumentar. O mercado de substituição não cresce nos países maduros.
- **Duas rodas:** Os mercados de moto caem nas zonas maduras por segundo ano consecutivo. Na Europa, as incertezas económicas e as condições climatológicas pesaram na política de compras dos distribuidores.
- **Avião:** Os mercados civis experimentam um ligeiro aumento, enquanto os militares sofrem as restrições orçamentais dos Governos.

Vendas líquidas da Michelin

Evolução global

| Milhões de euros | Primeiro Trimestre 2013 | |
|--|-------------------------|--------|
| VENDAS LÍQUIDAS | 4.877 | |
| VARIAÇÃO PRIMEIRO TRIMESTRE 2013 VARIAÇÃO INTERANUAL % EM MILHÕES DE EUROS E % | | |
| VARIAÇÃO TOTAL | - 427 | - 8,1% |
| EM VOLUME | - 227 | - 4,3% |
| MIX DE PREÇOS | - 138 | - 2,7% |
| EFEITO DIVISAS | - 61 | - 1,2% |

Nos três primeiros meses do ano, as vendas líquidas ascenderam a 4.877 milhões de euros, uma queda de 8,1% em comparação com o mesmo período de 2012, afetadas pelos seguintes fatores:

- **A descida (- 4,3%) dos volumes**, num contexto com mercados maduros em retrocesso.
- **O efeito do mix de preços em queda de 2,7%**, que corresponde a:
 - o Ao efeito do preço, de até 133 milhões de euros, que combina o efeito das cláusulas contratuais de indexação e os reposicionamentos do preço-alvo na Europa e, em menor medida, na América do Norte. Estes reposicionamentos foram facilitados pela evolução mais favorável dos custos das matérias primas.
 - o O efeito do mix (- 5 milhões de euros), quase estável, apesar de um mix de segmento favorável.
- **O impacto negativo (- 1,2%) das paridades monetárias**, resultado principalmente da valorização do euro e que afeta especialmente ao segmento de Camião e, em menor medida, ao de Atividades de Especialidades.

Vendas líquidas por segmentos

- **Ligeiro e camioneta e distribuição associada**

Para o primeiro trimestre de 2013, as vendas líquidas subiram a 2.582 milhões de euros, o que significa uma queda de 6,5% em relação ao mesmo período de 2012.

- Os volumes de venda caíram 2,8 %, os volumes nos novos mercados não compensaram completamente o retrocesso dos mercados maduros.
- O efeito do mix de preços reflete os movimentos controlados de reposicionamento de preços e do efeito favorável do mix, estimulado especialmente pelo segmento de 17” e superior.

- **Camião e distribuição associada**

Em finais de março de 2013, as vendas líquidas foram de 1.477 milhões de euros, quando nos três primeiros meses de 2012 atingiram 1.604 milhões.

- Os volumes de venda retrocederam 5,6%, em comparação com o primeiro trimestre de 2012, e recuperam-se ligeiramente em relação ao quarto trimestre de 2012, o que reflete a prioridade concedida à recuperação e rentabilidade do segmento de Camião.
- As vendas líquidas também foram afetadas pela debilidade do sell out da distribuição integrada, travada pelo ambiente macroeconómico, especialmente na Europa.
- Em menor medida, as vendas líquidas sofrem o efeito desfavorável das paridades monetárias.

- **Pneus de especialidades**

Nos três primeiros meses do ano, as vendas líquidas das atividades de Especialidades atingem 818 milhões de euros, uma queda de 13,0% em comparação com o primeiro trimestre de 2012.

As vendas líquidas refletem, principalmente, o retrocesso global dos volumes (- 6,9%), relacionado com a descida em Infraestruturas e em primeiros equipamentos em Engenharia Civil e Agrícola, assim como os ajustes contratuais de preços no princípio do ano no segmento mineiro e em primeiros equipamentos.

- O **Engenharia civil:** As vendas líquidas do Grupo caem, refletindo ao mesmo tempo, a descida dos volumes (primeiros equipamentos e Infraestruturas), a aplicação desfavorável das cláusulas de indexação relacionadas com as matérias primas e a subida do euro em comparação com o dólar americano.

- O **Agricultura:** As vendas experimentam uma ligeira descida, afetadas pela queda dos volumes, os ajustes contratuais do preço das matérias primas e a valorização do euro sobre o dólar americano.

- O **Duas rodas:** As vendas líquidas retrocedem ligeiramente, o que reflete, acima de tudo, um mix geográfico e os efeitos desfavoráveis do câmbio. A descida dos mercados compensa-se amplamente pelos significativos ganhos de partes do mercado.

- O **Avião:** As vendas do Grupo descem por causa da queda da atividade militar, em comparação com o mesmo período de 2012, quando foram excepcionalmente elevadas.

Fatos destacados do primeiro trimestre de 2012

- A Michelin inaugurou uma nova fábrica em Shenyang, China (26 de janeiro de 2013).
- Os novos pneus MICHELIN PILOT SPORT CUP2 equipam em exclusivo o Mercedes-Benz SLS AMG Coupé Black Series (5 de março de 2013).
- A Michelin anuncia o lançamento comercial da sua gama de pneus de Camião MICHELIN X[®] LINE[™] Energy[™] (4 de abril de 2013).
- A Michelin Engenharia Civil lança MICHELIN[®] OperTrak na América do Norte (11 de janeiro de 2013).
- Assinatura de um acordo de cooperação com o fabricante chinês de carregadoras XCMG (28 de março de 2013).
- A Michelin lança nos mercados internacionais seis novos pneus de moto, parte de uma mesma estratégia: MICHELIN Total Performance (28 de março de 2013).
- A Michelin inova contribuindo para a excelência energética do protótipo Hybrid Air da Citroën (5 de março de 2013).
- Segurança rodoviária: A Michelin e a FIA associam-se para denunciar o perigo de usar telemóveis ao conduzir (19 de fevereiro de 2013).
- Michelin: Fornecedor oficial do Campeonato Mundial FIA de Fórmula E (29 de março de 2013).

A lista completa dos fatos destacados do primeiro trimestre de 2012 está disponível no site do Grupo: www.michelin.com/corporate

CALENDÁRIO PARA O INVESTIDOR

Vendas Líquidas e resultados do primeiro semestre 2013

Quinta-feira, 27 de julho de 2013, antes da abertura da Bolsa.

Informação trimestral dos nove primeiros meses de 2013:

Segunda-feira, 28 de outubro de 2013, após o fecho da Bolsa.

ADVERTÊNCIA

Este comunicado de imprensa não é uma oferta de venda ou a solicitação de oferta de compra de ações Michelin. Se quiser informação adicional 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 170 países, emprega a 113.400 pessoas em todo o mundo e dispõe de 69 centros de produção implantados em 18 países diferentes. O Grupo possui um Centro de Tecnologia que se encarrega da investigação, desenvolvimento e industrialização 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