

## Resultados financieros del Grupo Michelin

### Información financiera correspondiente al primer trimestre de 2013

**Michelin anuncia unas ventas de 4.900 millones de euros en el primer trimestre de 2013, en línea con sus previsiones anuales**

- *Contextos de mercados débiles en Europa en Turismo y Camioneta, decepcionantes en América del Norte y dinámicos en los nuevos mercados.*
- *Los volúmenes han reflejado:*
  - *El impacto de la reducción de dos días laborables en el trimestre.*
  - *La diferente evolución de los mercados en las zonas maduras y las regiones en crecimiento.*
  - *El descenso de las actividades de primeros equipos, especialmente en Ingeniería Civil.*
- *El retroceso del mix de precios se ha visto afectado por:*
  - *El impacto de las cláusulas de indexación, en un contexto más favorable de precios de las materias primas.*
  - *El reposicionamiento controlado de los precios, centrado en ciertas dimensiones.*

VENTAS NETAS (EN MILLONES DE EUROS)	Primer Trimestre 2013	Primer Trimestre 2012	Variación %
TURISMO, CAMIONETA Y DISTRIBUCIÓN ASOCIADA	<b>2.582</b>	<b>2.760</b>	<b>- 6,5%</b>
CAMIÓN Y DISTRIBUCIÓN ASOCIADA	<b>1.477</b>	<b>1.604</b>	<b>- 7,9%</b>
ACTIVIDADES de ESPECIALIDADES <sup>1</sup>	<b>818</b>	<b>940</b>	<b>- 13,0%</b>
<b>TOTAL DEL GRUPO</b>	<b>4.877</b>	<b>5.304</b>	<b>- 8,1%</b>

<sup>1</sup>Ingeniería Civil, Agrícola, Dos Ruedas y Avión; Michelin Travel Partner y Michelin Lifestyle Ltd.

## **Perspectivas para 2013**

En un contexto de mercados débiles en los países maduros y de crecimiento en los nuevos mercados, Michelin confirma su objetivo de volúmenes estables en 2013, aprovechando su presencia en todo el mundo.

La bajada de los precios de las materias primas debería suponer un efecto favorable del orden de 550 millones de euros en el resultado operativo anual. En esta hipótesis, el efecto de las materias primas compensaría ampliamente el efecto negativo del mix de precios, que se elevaría hasta alrededor de 300 millones de euros.

Como se indicó en febrero, el programa de inversiones, casi 2.000 millones de euros, favorecerá el ambicioso objetivo de crecimiento de Michelin, con la puesta en marcha de nuevas capacidades de producción en los nuevos mercados. Esto tendrá efectos también sobre la competitividad en los países maduros y sobre la innovación tecnológica.

En esta coyuntura, el Grupo Michelin confirma sus objetivos para el año 2013, un resultado operativo antes de elementos no recurrentes estable, una rentabilidad de los capitales empleados superior al 10% y la generación de un cash flow libre positivo.

# Evolución del mercado

## Turismo y camioneta

Primer Trimestre Variación interanual % (Nº neumáticos)	Europa*	América del Norte	Asia (excluida la India)	América del Sur	África/India/ Oriente Medio	Total
Primeros equipos	- 11%	+ 1%	+ 5%	+ 7%	- 8%	- 1%
Reemplazo	- 9%	- 2%	+ 7%	+ 6%	+ 4%	- 2%

\*Incluyendo Rusia y Turquía

- **Primeros Equipos**

- En Europa, la demanda de neumáticos ha retrocedido un 11%, con una actividad contrastada entre la bajada de los constructores generalistas de automóviles, que han reducido sus stocks, y el mejor rendimiento de las marcas especializadas y exportadoras. Los mercados de Europa del Este continúan creciendo (+ 6%).
- El mercado de América del Norte ha crecido un 1%, en línea con la producción de coches nuevos.
- En Asia (excluida la India), la demanda ha crecido globalmente un 5%. El mercado muestra un gran dinamismo en China (+ 15%) y en el Sudeste asiático (+ 29%), mientras que en Japón (- 18%) se resiente de la supresión a finales de 2012 de las medidas gubernamentales de apoyo al automóvil.
- En América del Sur, continúa la dinámica observada tras el otoño de 2012 (+ 7%)

- **Reemplazo**

- En Europa, en una coyuntura macroeconómica siempre sombría, el mercado retrocede un 9%. La larga duración del invierno, que ha aplazado el cambio de equipos de marzo a abril, ha pesado especialmente a finales del primer trimestre, sin suponer, sin embargo, una bajada significativa de los stocks de neumáticos de invierno de la distribución, siempre elevados. Así, en marzo, el mercado descendió un 23% en Alemania y un 11% en los países nórdicos.

- En América del Norte, la demanda (- 2%) continúa en ligero retroceso por tercer año consecutivo. Los distribuidores gestionan sus stocks en un entorno marcado por las incertidumbres fiscales y la bajada de las materias primas. El mercado de los Estados Unidos experimenta un importante aumento de las importaciones asiáticas desde la eliminación de las tarifas aduaneras en otoño de 2012.
- En Asia (excepto la India), los mercados progresan globalmente un 7%. La demanda es muy dinámica en China (+ 11%). El resto de la zona recupera las tendencias de crecimiento a largo plazo, tanto en el mercado japonés (+ 3%), como en el coreano (+ 9%) y los mercados ASEAN (+ 4%), siempre creciente por las exportaciones.
- En América del Sur, el mercado aumenta un 6%, empujado por Brasil y Colombia, en un contexto económico muy favorable.

## Camión

Primer trimestre Variación interanual % (Nº neumáticos)	Europa**	América del Norte	Asia (excluida India)	América del Sur	África/India/ Oriente Medio	Total
Primeros equipos*	- 3 %	- 12 %	+ 5 %	+ 23 %	- 18 %	- 1 %
Reemplazo*	+ 5 %	- 1 %	- 5 %	+ 5 %	+ 8 %	+ 0 %

\*Sólo mercado radial

\*\*Incluyendo Rusia y Turquía

- **Primeros Equipos**

- En Europa, el mercado permanece en retroceso (- 3 %) y combina los efectos de la caída de matriculaciones de camiones en Europa Occidental y de una demanda más potente en Europa del Este.
- En América del Norte, el mercado continúa su fuerte ralentizamiento (- 12 %). Las incertidumbres macroeconómicas y fiscales en los Estados Unidos han pesado sobre las peticiones de nuevos camiones, de manera más acentuada en el segmento "Clase 8".
- En Asia (excepto la India), la demanda crece un 5%, con un aumento en China del 8%, un retroceso del 14% en Japón y una demanda siempre sostenida en el Sudeste asiático (+ 29%).

- En América del Sur, el mercado repunta fuertemente (+ 23%), en comparación con el primer trimestre de 2012, cuando sufrió las consecuencias de la introducción en Brasil de la norma Euro V.

- **Reemplazo**

- En Europa, el mercado sube un 5%. Se sitúa en niveles bajos en Europa Occidental (+ 1%), donde la actividad de transporte continúa débil, y sigue dinámica en Europa del Este (+ 24%).
- En América del Norte, el mercado sufre una bajada limitada del 1%, atribuible en su mayor parte a la demanda de Estados Unidos, donde la actividad de fletes está, sin embargo, en ligero crecimiento, con una menor disponibilidad de carcasas para el recauchutado.
- Los mercados de Asia (excepto la India) se repliegan globalmente en un 5%. La demanda china (- 6%), ralentizada debido al periodo de Año Nuevo, mejora en marzo, mientras que el mercado baja un 2% en Japón, debido a la gestión que los distribuidores hacen de sus stocks, y un 4% en Corea, afectado por la disminución de la actividad de transporte.
- En América del Sur, en un contexto económico más favorable, el mercado aumenta un 5% en el conjunto de la zona. Un sell out bien orientado y una flexibilización de las barreras aduaneras en la zona tiran de la demanda.

## Neumáticos de especialidades

- **Ingeniería civil:** Continúa el crecimiento del sector minero. El mercado continúa en desarrollo para neumáticos radiales de gran dimensión. El mercado de primeros equipos sufre fuertes bajadas en Europa y América del Norte. Penalizado por las incertidumbres económicas y por la política de espera de la distribución, el mercado de neumáticos para infraestructuras y canteras está en contracción en los países maduros.
- **Agricultura:** El mercado mundial de primeros equipos está en ligero retroceso en este primer trimestre, pero permanece a un nivel elevado. La demanda de neumáticos técnicos está en aumento. El mercado de reemplazo no crece en los países maduros.
- **Dos ruedas:** Los mercados de moto caen en las zonas maduras por segundo año consecutivo. En Europa, las incertidumbres económicas y las condiciones climatológicas han pesado en la política de compras de los distribuidores.

- **Avión:** Los mercados civiles experimentan un ligero aumento, mientras que los militares sufren las restricciones presupuestarias de los Gobiernos.

# Ventas netas de Michelin

## Evolución global

Millones de euros	Primer trimestre 2013	
VENTAS NETAS	4.877	
VARIACIÓN PRIMER TRIMESTRE 2013 VARIACIÓN INTERANUAL % EN MILLONES DE EUROS Y %		
VARIACIÓN TOTAL	- 427	- 8,1%
EN VOLUMEN	- 227	- 4,3%
MIX DE PRECIOS	- 138	- 2,7%
EFFECTO DIVISAS	- 61	- 1,2%

En los tres primeros meses del año, las ventas netas ascendieron a 4.877 millones de euros, una caída del 8,1% en comparación con el mismo periodo de 2012, afectadas por los siguientes factores:

- **La bajada (- 4,3%) de los volúmenes**, en un contexto con mercados maduros en retroceso.
- **El efecto del mix de precios en caída de 2,7%**, que corresponde a:
  - o El efecto del precio, de hasta 133 millones de euros, que combina el efecto de las cláusulas contractuales de indexación y los reposicionamientos del precio objetivo en Europa y, en menor medida, en América del Norte. Estos reposicionamientos se han visto facilitados por la evolución más favorable de los costes de las materias primas.
  - o El efecto del mix (- 5 millones de euros), casi estable, a pesar de un mix de segmento favorable.
- **El impacto negativo (- 1,2%) de las paridades monetarias**, resultado principalmente de la apreciación del euro y que afecta especialmente al segmento de Camión y, en menor medida, al de Actividades de Especialidades.

## Ventas netas por segmentos

- **Turismo y camioneta y distribución asociada**

Para el primer trimestre de 2013, las ventas netas se han elevado hasta los 2.582 millones de euros, lo que supone una caída del 6,5% en relación con el mismo periodo de 2012.

- Los volúmenes de venta han caído un 2,8 %, los volúmenes en los nuevos mercados no han compensado completamente el retroceso de los mercados maduros.
- El efecto del mix de precios refleja los movimientos controlados de reposicionamiento de precios y del efecto favorable del mix, estimulado especialmente por el segmento de 17" y superior.

- **Camión y distribución asociada**

A finales de marzo de 2013, las ventas netas fueron de 1.477 millones de euros, cuando en los tres primeros meses de 2012 alcanzaron los 1.604 millones.

- Los volúmenes de venta han retrocedido un 5,6%, en comparación con el primer trimestre de 2012, y se recuperan ligeramente en relación con el cuarto trimestre de 2012, lo que refleja la prioridad otorgada a la recuperación y rentabilidad del segmento de Camión.
- Las ventas netas también se han visto afectadas por la debilidad del sell out de la distribución integrada, ralentizada por el entorno macroeconómico, especialmente en Europa.
- En menor medida, las ventas netas sufren el efecto desfavorable de las paridades monetarias.

- **Neumáticos de especialidades**

En los tres primeros meses del año, las ventas netas de las Actividades de Especialidades alcanzan los 818 millones de euros, un descenso del 13,0% en comparación con el primer trimestre de 2012.

Las ventas netas reflejan, principalmente, el retroceso global de los volúmenes (- 6,9%), relacionado con la bajada en Infraestructuras y en primeros equipos en Ingeniería Civil y

Agrícola, así como los ajustes contractuales de precios a comienzos de año en el segmento minero y en primeros equipos.

- O **Ingeniería Civil:** Las ventas netas del Grupo caen, reflejando a la vez, la bajada de los volúmenes (primeros equipos e Infraestructuras), la aplicación desfavorables de las cláusulas de indexación relacionadas con las materias primas y la subida del euro en comparación con el dólar americano.
  
- O **Agricultura:** Las ventas experimentan una ligera bajada, afectadas por la caída de los volúmenes, los ajustes contractuales del precio de las materias primas y la apreciación del euro sobre el dólar americano.
  
- O **Dos ruedas:** Las ventas netas retroceden ligeramente, lo que refleja, sobre todo, un mix geográfico y los efectos desfavorables del cambio. La bajada de los mercados se compensa ampliamente por las significativas ganancias de partes del mercado.
  
- O **Avión:** Las ventas del Grupo bajan a causa de la caída de la actividad militar, en comparación con el mismo periodo de 2012, cuando fueron excepcionalmente elevadas.

## Hechos destacados del primer trimestre de 2012

- Michelin ha inaugurado una nueva fábrica en Shenyang, China (26 de enero de 2013).
- Los nuevos neumáticos MICHELIN PILOT SPORT CUP2 equipan en exclusiva al Mercedes-Benz SLS AMG Coupé Black Series (5 de marzo de 2013).
- Michelin anuncia el lanzamiento comercial de su gama de neumáticos de Camión MICHELIN X® LINE™ Energy™ (4 de abril de 2013).
- Michelin Ingeniería Civil lanza MICHELIN® OperTrak en América del Norte (11 de enero de 2013).
- Firma de un acuerdo de cooperación con el fabricante chino de cargadoras XCMG (28 de marzo de 2013).
- Michelin lanza en los mercados internacionales seis nuevos neumáticos de moto, parte de una misma estrategia: MICHELIN Total Performance (28 de marzo de 2013).
- Michelin innova contribuyendo a la excelencia energética del prototipo Hybrid Air de Citroën (5 de marzo de 2013).
- Seguridad vial: Michelin y la FIA se asocian para denunciar el peligro del uso de los teléfonos móviles al conducir (19 de febrero de 2013).
- Michelin: Suministrador oficial del Campeonato Mundial FIA de Fórmula E (29 de marzo de 2013).

La lista completa de los hechos destacados del primer trimestre de 2012 está disponible en la web del Grupo: [www.michelin.com/corporate](http://www.michelin.com/corporate)

### CALENDARIO PARA EL INVERSOR

#### **Ventas netas y resultados del primer semestre 2013**

Jueves, 27 de julio de 2013, antes de la apertura de la bolsa.

#### **Información trimestral de los nueve primeros meses de 2013:**

Lunes, 28 de octubre de 2013, tras el cierre de la bolsa.

## 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](http://www.michelin.com). 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](http://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 113.400 personas en todo el mundo y dispone de 69 centros de producción implantados en 18 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](http://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