

Resultados financieros del Grupo Michelin

Información financiera correspondiente al 31 de marzo de 2014

Volúmenes en aumento del 3,4 % en el primer trimestre de 2014

Ventas netas de 4.800 millones de euros, un incremento del 2,5 % con perímetro de consolidación y tasa de cambio constantes

- **Recuperación de los mercados de Turismo Camioneta y de Camión, con excepción de Europa del Este, mientras continúa la reducción de stocks de los clientes de minería.**
- **Volúmenes en alza del 3,4 %, lo que refleja:**
 - **La fuerza de la marca MICHELIN.**
 - **El dinamismo de las actividades de Primeros Equipos.**
 - **El crecimiento mundial de las actividades de Camión.**
 - **El crecimiento de las actividades de Agrícola, Dos Ruedas y Avión que permiten compensar la debilidad de las ventas en el mercado de la Minería.**
- **El efecto del mix de precios negativo, que se percibe en:**
 - **El impacto de las cláusulas de indexación y de reposicionamiento de los precios, en un contexto de costes de las materias primas aún favorable.**
 - **Los aumentos de precios que atenúan el efecto desfavorable de algunas divisas.**
 - **La eficacia de la estrategia “Premium”.**
- **El efecto desfavorable de las paridades monetarias (- 4,6 %), relacionado con la fortaleza del euro.**

VENTAS NETAS (EN MILLONES DE EUROS)	Primer Trimestre 2014	Primer Trimestre 2013	Variación %
TURISMO, CAMIONETA Y DISTRIBUCIÓN ASOCIADA	2.520	2.582	- 2,4 %
CAMIÓN Y DISTRIBUCIÓN ASOCIADA	1.462	1.477	- 1,0 %
ACTIVIDADES de ESPECIALIDADES ¹	775	818	- 5,2 %
TOTAL DEL GRUPO	4.758	4.877	- 2,4 %

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

Perspectivas para 2014

Mientras que la demanda de neumáticos muestra en el primer trimestre de 2014 la dinámica esperada, con excepción de Europa del Este, Michelin mantiene su objetivo de crecimiento de los volúmenes en torno al 3 % para el conjunto del año

El Grupo tiene como objetivo un crecimiento de su margen bruto unitario, conservando el equilibrio positivo entre la política de precios y los costes de las materias primas. El desarrollo del plan de competitividad continúa al ritmo esperado.

En este contexto, Michelin confirma su objetivo para el año 2014 de un resultado operativo antes de elementos no recurrentes creciente (a tasa de cambio constante), de una rentabilidad de los capitales empleados superior al 11 % y de la generación de un *cash flow* libre estructural superior a 500 millones de euros, en paralelo a un programa de inversiones que se mantiene en alrededor de 2.000 millones de euros.

Evolución del mercado

Turismo y camioneta

Primer Trimestre 2014/2013 (Nº neumáticos)	Europa*	América del Norte	Asia (excluida la India)	América del Sur	África/India/ Oriente Medio	Total
Primeros equipos	+ 6 %	+ 5 %	+ 8 %	- 8 %	- 9 %	+ 5 %
Reemplazo	+ 4 %	+ 7 %	+ 11 %	+ 6 %	+ 4 %	+ 7 %

*Incluyendo Rusia y Turquía

Primeros Equipos

- En Europa, la demanda de neumáticos crece en un 6 %, gracias al impulso de la actividad de los constructores generalistas de automóviles. En Europa del Este, los mercados experimentan un retroceso del 6 % debido a la ralentización económica en Rusia y a la inestabilidad política en Ucrania.
- El mercado de América del Norte ha crecido un 5 % y se beneficia del rejuvenecimiento del parque automovilístico.
- En Asia (excluida la India), la demanda ha crecido globalmente un 8%, con grandes diferencias entre mercados. En China, el mercado continúa con una gran progresión (+12 %), mientras que el mercado del Sudeste asiático (- 9 %) sufre la situación política en Tailandia. La demanda en Japón aumenta fuertemente, animada por las compras anticipadas antes de la subida del IVA a primeros de abril.
- En América del Sur, el mercado cae un 8 % en el primer trimestre, en un contexto económico heterogéneo, marcado por la caída de las exportaciones de vehículos y la subida prevista del impuesto IPI en Brasil.

Reemplazo

- En Europa, el mercado progresa un 4 %. En Europa Occidental, aumenta un 7 % en comparación con el nivel históricamente bajo del primer trimestre de 2013, en línea con el efecto de la crisis económica y de la evolución de los kilometrajes. Las ventas *sell out* (de los distribuidores a los clientes finales) se recuperan en el mes de marzo y los *stocks* de la distribución vuelven a los niveles normales. En Europa del Este, el mercado cae un 8 % debido a la situación política y económica de Rusia y Ucrania.
- En América del Norte, el mercado crece un 7 %, lo que refleja a la vez el aumento de las importaciones, la demanda sostenida, en particular en Canadá, y el entorno competitivo, especialmente en gamas medias.
- En Asia (excluida la India), la demanda progresa globalmente un 11 %. El mercado chino aumenta un 11 %, sostenido por la demanda de movilidad y la bajada de la tasa de ahorro. El mercado japonés crece un 21 %, apoyado en la perspectiva del aumento del IVA y las rigurosas condiciones invernales.

- En América del Sur, la demanda se incrementa en un 6 %, espoleada por los mercados de Brasil, Colombia y Argentina. El mercado brasileño crece un 8 %, en línea con las estadísticas de peajes y las ventas de biocarburantes

Camión

Primer trimestre 2014/2013 (Nº neumáticos)	Europa**	América del Norte	Asia (excluida India)	América del Sur	África/India/ Oriente Medio	Total
Primeros equipos*	- 3 %	+ 6 %	+ 11 %	+ 10 %	- 8 %	+ 5 %
Reemplazo*	+ 9 %	+ 8 %	+ 4 %	+ 4 %	+ 3 %	+ 5 %

*Sólo mercado radial

**Incluyendo Rusia y Turquía

Primeros Equipos

- En Europa, la demanda refleja, en Europa Occidental (+ 8 %), las matriculaciones de camiones adquiridos paralelamente a la entrada en vigor de las norma de la norme Euro VI el 1 de enero de 2014 y a la fuerte caída en Europa del Este (- 40 %).
- En América del Norte, el mercado aumenta un 6 %, con una mejora del mix sostenida por un crecimiento más acentuado del segmento Clase 8.
- En Asia (excluida la India), la demanda radial y diagonal crece un 11 %. En China, el mercado se incrementa en un 13 %. En el Sudeste asiático, la demanda cae un 12 %, debido, especialmente, a la situación en Tailandia.
- En América del Sur, el mercado continúa bien orientado (+ 10 %) y el aumento de la financiación FINAME en Brasil aún no pesa sobre la demanda de camiones.

Reemplazo

- En Europa, el mercado crece un 9 %. La demanda en Europa Occidental (+ 16 %) refleja una recuperación técnica a partir de bases débiles y un relativo aumento del stock de las redes de la distribución a comienzos de año. En Europa del Este, el mercado de neumáticos presenta un retroceso que se acentúa con el avance de los meses en el contexto económico y político actual de la zona.
- En América del Norte, el mercado aumenta un 8 % en el trimestre, con una contribución marcada por el segmento de los neumáticos importados. La demanda de transporte sigue fuerte en una economía más dinámica.
- Los mercados de Asia (excluida la India), radial y diagonal, se incrementan en un 4 %. En China, el mercado crece un 1 % en el trimestre, con un cierto compás de espera de los transportistas frente a la ligera ralentización económica del país. En el Sudeste asiático, los mercados, estables, se siguen beneficiando del aumento de la 'radialización'. En Japón, el mercado acelera su crecimiento con un aumento del 47 % antes del aumento del IVA.
- En América del Sur, el mercado radial y diagonal progresa un 4 %, con una demanda de neumáticos importados que se mantiene constante.

Neumáticos de especialidades

Primer trimestre 2014/2013 (Nº neumáticos)	Europa**	América del Norte	Asia (excluida India)	América del Sur	África/India/ Oriente Medio	Total
Primeros equipos*	+ 1 %	+ 6 %	+ 12 %	+ 10 %	- 4 %	+ 7 %
Reemplazo*	+ 15 %	+ 9 %	+ 8 %	+ 9 %	+ 8 %	+ 9 %

- **Ingeniería civil:** La actividad de extracción minera crece globalmente. Sin embargo, y en línea con el último trimestre de 2013, el mercado de neumáticos para minería cae en el primer trimestre, penalizado por la actual reducción de stocks de las compañías mineras.

Los mercados de primer equipo se recuperan en este trimestre en las zonas maduras. Se benefician del aumento de la fabricación de maquinarias en un contexto de *stocks* débiles de los fabricantes.

Los mercados de neumáticos para infraestructuras y canteras experimentan un ligero repunte en los países maduros, gracias a las anticipaciones positivas por parte de la distribución. En las zonas emergentes, los mercados caen.

- **Agricultura:** La demanda mundial en los mercados de primeros equipos cae en los países maduros, afectada por la bajada de las ventas de maquinaria agrícola.

El mercado de reemplazo se recupera en Europa, pero cae en América del Norte.

- **Dos ruedas:** El mercado de Moto aumenta en Europa y baja América del Norte, penalizada por las condiciones meteorológicas desfavorables.
- **Avión:** El mercado de neumáticos para aviones comerciales crece, mientras que los mercados militares están a la baja.

Ventas netas de Michelin

Evolución global

Millones de euros	Primer trimestre 2014	
VENTAS NETAS	4.758	
VARIACIÓN T1 2014 / T1 2013 EN MILLONES DE EUROS Y %		
VARIACIÓN TOTAL	- 119	- 2,4 %
EN VOLUMEN	+ 166	+ 3,4 %
MIX DE PRECIOS	- 53	- 1,1 %
EFEECTO DIVISAS	- 232	- 4,6 %

En los tres primeros meses del año, las ventas netas ascendieron a 4.758 millones de euros, en una caída del 2,4 % en relación con el mismo periodo de 2013, afectadas por el efecto de los siguientes factores:

- **El impacto negativo (- 4,6 %) de las paridades monetarias**, resultado principalmente de la fortaleza del euro, especialmente frente al dólar americano, al real brasileño, al dólar canadiense, al dólar australiano, a la lira turca, al rublo ruso, al peso argentino y al rand sudafricano.
- **Los volúmenes en crecimiento (+ 3,4 %)**, en una coyuntura de mercados globalmente mejor orientados, con excepción de Europa del Este y, como se preveía, del segmento minero.
- **El efecto del mix de precios en caída del 1,1%**, que responde a:
 - El efecto del precio (- 98 millones de euros) que combina, en un 55 %, el efecto de las cláusulas contractuales de indexación y, para el resto, los reposicionamientos de los precios, en un contexto favorable de costes de las materias primas y aumentos de precio que atenúan los efectos desfavorables de algunas monedas.
 - El efecto favorable del mix (+ 45 millones de euros) con el mantenimiento de la estrategia premium y la dinámica de la marca MICHELIN, que compensa un mix desfavorable de Primeros Equipos/Reemplazo.

Ventas netas por segmentos

Turismo y camioneta y distribución asociada

Para el primer trimestre de 2014, las ventas netas alcanzan los 2.520 millones de euros, en comparación con los 2.582 millones de euros registrados en el mismo periodo de 2013.

- Los volúmenes en Turismo Camioneta, en crecimiento del 2 % a finales de marzo, han estado marcados por el rendimiento de la marca MICHELIN en línea con el mercado y por un retroceso de las marcas BFGoodrich y KLEBER, relacionado con el competitivo contexto de precios.
- La evolución de los precios reflejan la aplicación de las cláusulas de las materias primas en Primeros Equipos, algunos reposicionamientos en Reemplazo en zonas maduras y el aumento de las tarifas para compensar en parte el efecto de las paridades, especialmente en América del Sur.
- El efecto del mix continúa favorable, sostenido por el rendimiento del Grupo en el segmento de 17 pulgadas y superiores.
- El efecto desfavorable de las paridades se sitúa en un - 4 %.

Camión y distribución asociada

A finales de marzo de 2014, las ventas netas se establecen en 1.462 millones de euros, con un retroceso del 1,0 % en comparación con los tres primeros meses de 2013.

- Los volúmenes vendidos aumentan un 8 % en los tres meses, reflejando una buena captación del crecimiento en los mercados mejor orientados.
- La evolución de los precios refleja los ajustes relacionados con las cláusulas de indexación de las materias primas, así como los aumentos de precios en ciertos mercados para atenuar el efecto desfavorable de las paridades monetarias (- 6 %).
- El mix Primeros Equipos/Reemplazo es desfavorable debido al crecimiento más sostenido en Primeros Equipos, especialmente en América del Norte.

Neumáticos de especialidades

En los tres primeros meses del año, las ventas netas de la Actividad de Especialidades se elevan a 775 millones de euros, lo que representa una disminución del 5,2 % en comparación con el primer trimestre de 2013. Esta caída combina los efectos de los ajustes de precio relacionados con las cláusulas de indexación sobre los costes de las materias primas, con el ligero aumento de los volúmenes (+ 1 %) y con el efecto desfavorable de las paridades de cambio (- 5 %).

- **Ingeniería Civil:** Las ventas netas caen, penalizadas por la bajada de los volúmenes y el impacto desfavorable de las tasas de cambio. Solo aumentan las ventas en el segmento OE, gracias al crecimiento de los volúmenes. Hay que destacar que los volúmenes en Minería permanecen

estables en relación con el cuarto trimestre de 2013, lo que refleja el mantenimiento de la reducción de *stocks* de los clientes de minería, como se había anticipado, y el nivel sostenido de las actividades de extracción minera.

- **Agricultura:** Las ventas netas aumentan. La progresión de los volúmenes en las zonas maduras y los países emergentes compensa la aplicación desfavorable de las cláusulas de indexación relacionadas con las materias primas, así como del impacto desfavorable de las tasas de cambio.
- **Dos ruedas:** El crecimiento de las ventas netas, el aumento de los volúmenes y el efecto del mix geográfico compensan más que suficientemente el efecto negativo de las paridades.
- **Avión:** Las ventas netas progresan gracias al aumento de los volúmenes y de los efectos favorables del mix de producto.

Hechos destacados del primer trimestre de 2014

- El Grupo presenta el neumático MICHELIN® Premier® A/S, con la tecnología inédita EverGrip™, que se autorregenera, maniéndose seguro a pesar del desgaste. (15 de enero de 2014)
- MICHELIN acapara los podios de la 36ª edición del Rally Dakar. (18 de enero de 2014)
- El CEA, Michelin, Protéus (Groupe PCAS) y SDTech desarrollarán conjuntamente dos innovadoras vías de valoración de neumáticos usados. (28 de enero de 2014)
- Lanzamiento del neumático de invierno para turismos, MICHELIN Alpin 5. (4 de febrero de 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 figura de nuevo en el "Sustainability Yearbook" 2014 ("Anuario de las Sostenibilidad"), publicado por RobecoSAM, con la distinción "Silver class" (Categoría de plata). (4 de marzo de 2014)
- Michelin firma un contrato de equipamiento de neumáticos en primer equipo 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)
- Michelin inaugura su primera planta para la producción de caucho composite en Hat Yai, Tailandia. (Abril de 2014)

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

CALENDARIO PARA EL INVERSOR

Ventas netas y resultados a 30 de junio de 2014

Martes, 29 de julio de 2014, antes de la apertura de la bolsa.

Información trimestral a 30 de septiembre de 2014 de 2014:

Miércoles, 22 de octubre de 2014, 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. Este comunicado puede contener algunas declaraciones de carácter provisional. 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 y desarrollo 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

