

Resultados financeiros do Grupo Michelin

Informação financeira correspondente a 30 de setembro de 2013

A Michelin anuncia umas vendas líquidas de 15.282 milhões de euros nos nove primeiros meses de 2013
O volume de vendas aumenta 2% no terceiro trimestre, após cair 1,5% no primeiro semestre

- *Como se esperava, boa tendência nos mercados no terceiro trimestre:*
 - *Ligeiro e furgoneta: mercados para a alta, com exceção da Europa do Leste.*
 - *Camião: subida técnica na Europa e um mercado ainda vacilante na América do Norte.*
 - *O mercado mineiro ainda em crescimento no terceiro trimestre, enquanto existem outros mercados de engenharia civil penalizados pela conjuntura.*
- *O volume de vendas aumenta 2% no terceiro trimestre, em linha com o objetivo anual.*
- *O efeito do preço permanece estável em relação ao primeiro semestre.*
 - *Subida dos preços nos países onde a moeda se desvalorizou.*
- *Ambiente de câmbio fortemente desfavorável, que combina os efeitos esperados no princípio do ano de queda do dólar americano e do iene japonês com a descida, no terceiro trimestre, de outras divisas em relação ao euro.*

VENDAS LÍQUIDAS (MILHÕES DE EUROS)	3º trimestre			Nove primeiros meses		
	2013	2012	% Variação	2013	2012	% Variação
LIGEIRO, FURGONETA E DISTRIBUIÇÃO ASSOCIADA	2.702	2.797	- 3,3%	8.023	8.298	- 3,3%
CAMIÃO E DISTRIBUIÇÃO ASSOCIADA	1.660	1.775	- 6,5%	4.781	5.044	- 5,2%
ATIVIDADES DE ESPECIALIDADES ¹	761	864	- 11,9%	2.478	2.800	- 11,5%
TOTAL GRUPO	5.123	5.436	- 5,8%	15.282	16.142	- 5,3%

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

Perspetivas para 2013

Tendo em conta um panorama de crescimento dos volumes no quarto trimestre, a Michelin mantém a confiança no seu objetivo de volumes estáveis para 2013, num contexto de mercados em recuperação, mas ainda fracos, nos países maduros e em crescimento nos novos mercados.

Face a um ambiente de paridades monetárias que se deteriorou desde o Verão, a Michelin deveria constatar um efeito negativo do câmbio mais importante que o esperado no começo do ano.

Neste contexto, o Grupo aponta para um resultado operacional antes de elementos não recorrentes, excluindo os efeitos do câmbio, que poderia superar cerca de 150 milhões de euros ao registado em 2012.

Para compensar os efeitos monetários, a Michelin reforça a gestão dos seus meios, em particular com um controlo reforçado da sua margem ilíquida e do conjunto dos seus custos.

Perante esta conjuntura, o Grupo confirma o seu objetivo de cash flow livre em linha com o objetivo estrutural de 500 milhões de euros e de uma rentabilidade dos capitais empregues superior a 10%.

Evolução do mercado de pneus

Ligeiro e furgoneta

Nove primeiros meses 2013/2012 (número de pneus)	Europa*	América do Norte	Ásia (sem a Índia)	América do Sul	África/Índia/Médio Oriente	Total
Primeiro equipamento	- 2%	+ 4%	+ 3%	+ 9%	- 5%	+ 2%
Substituição	- 1%	+ 4%	+ 6%	+ 9%	+ 5%	+ 3%

Terceiro trimestre 2013/2012 (número de pneus)	Europa*	América do Norte	Ásia (sem a Índia)	América do Sul	África/Índia/Médio Oriente	Total
Primeiro equipamento	+ 2%	+ 5%	+ 4%	- 1%	+ 7%	+ 4%
Substituição	+ 2%	+ 8%	+ 6%	+ 6%	+ 4%	+ 5%

* Incluindo Rússia e Turquia.

▪ Primeiros equipamentos

- Na Europa, o mercado estabiliza-se com um retrocesso de 2%, enquanto o final da redução de stock dos construtores de veículos generalistas impulsionou a procura no segundo trimestre (+ 4%) e no terceiro trimestre (+ 2%), após um primeiro trimestre de fortes descidas (- 9%). Os mercados da Europa do Leste afrouxaram cerca de 4%.
- O mercado de América do Norte cresce 4%. Beneficia da renovação das gamas dos construtores e do envelhecimento do parque de veículos.
- Na Ásia (sem incluir a Índia), a procura experimenta um crescimento global de 3%. Na China, o mercado sofre um certo afrouxamento com um aumento de 10% no terceiro trimestre e cresce, no entanto, 12% nos nove primeiros meses. O mercado japonês cai 13% até ao fim de setembro, mas beneficia, com um retrocesso limitado de 6% no trimestre e da recuperação da produção dos construtores face à próxima subida do IVA. O sudeste asiático (+ 9%) mantém o seu crescimento.
- Na América do Sul, a procura cresce 9% até ao fim de setembro, sustentada pelo crescimento dos mercados do Brasil (+ 12%), Argentina e Colômbia.

▪ Substituição

- Na Europa, o mercado retrocede 1% até ao fim de setembro. A subida observada na Europa Ocidental no segundo trimestre (+ 4%) confirma-se no terceiro trimestre (+ 5%). Para os nove primeiros meses, o segmento de inverno, como se esperava, retrocede 7%, enquanto o segmento de pneus de altas performances (17" e superiores) cresce 10%. Na Europa do Leste, o mercado experimenta uma queda de 12% no terceiro trimestre.
- Na América do Norte, a procura, em crescimento de 4% para os nove meses, experimenta uma recuperação com uma subida de 8% no terceiro trimestre, relacionada com a subida das importações chinesas, após o levantamento das taxas alfandegárias nos Estados Unidos. Num contexto de menores custos dos combustíveis, as distâncias médias percorridas mantêm-se estáveis.

- Na Ásia (sem incluir a Índia), os mercados crescem globalmente 6%. Com um crescimento de 8% no trimestre, a procura chinesa aumenta 9% até ao fim de setembro, apesar de um certo afrouxamento. O mercado japonês (+ 2%) recobra a sua tendência a longo prazo.
- Na América do Sul, o mercado cresce 9%, com significativos crescimentos em cada país, especialmente no Brasil, onde a procura de pneus sobe 11% num ambiente de pressões inflacionistas.

Camião

Nove primeiros meses 2013/2012 (número de pneus)	Europa ^{**}	América do Norte	Ásia (sem a Índia)	América do Sul	África/Índia/ Médio Oriente	Total
Primeiro equipamento [*]	+ 0%	- 9%	+ 9%	+ 40%	- 10%	+ 3%
Substituição [*]	+ 9%	- 2%	+ 4%	+ 5%	+ 7%	+ 4%

Terceiro trimestre 2013/2012 (número de pneus)	Europa ^{**}	América do Norte	Ásia (sem a Índia)	América do Sul	África/Índia/ Médio Oriente	Total
Primeiro equipamento [*]	+ 2%	- 1%	+ 8%	+ 39%	- 8%	+ 6%
Substituição [*]	+ 11%	+ 0%	+ 8%	+ 4%	+ 4%	+ 6%

▪ Primeiros equipamentos

- Na Europa, num contexto macroeconómico pouco favorável, o mercado permanece estável no conjunto dos nove primeiros meses, com bases baixas. A procura mais acentuada no terceiro trimestre corresponde a compras antecipadas de camiões antes da entrada em vigor, em 1 de

* Mercado radial unicamente.

** Incluindo Rússia e Turquia.

janeiro próximo, das normas Euro VI, o que se deveria traduzir num encarecimento dos preços de compra e de manutenção.

- Na América do Norte, num contexto de incerteza económica e política, que se refletiu num compasso de espera das frotas, a procura permanece dubitativa, com descidas de 1% no trimestre.
- Na Ásia (sem incluir a Índia), a procura cresce 9% nos nove meses. Na China, o mercado afrouxa o seu crescimento (+ 7% no terceiro trimestre e + 11% até ao fim de setembro). No sudeste asiático, o mercado de primeira montagem, que segue o processo de “radialização”, continua muito ativo (+ 24% nos nove meses). No Japão, o primeiro equipamento (+ 19% no terceiro trimestre e - 2% até ao fim de setembro) beneficia das tendências mais favoráveis do mercado interno.
- Na América do Sul, após as dificuldades da entrada em vigor da norma EURO V, o mercado continua a mostrar uma boa tendência, com uma forte procura de camiões pesados para o sector agrícola.

▪ **Substituição**

- Na Europa, o mercado cresce 9% até ao fim de setembro, mas mantém-se a um nível baixo, com uma queda de cerca de 25% em comparação com 2007. Beneficia de um início de reconstrução de stocks, bem como da redução do número de carcaças disponíveis para recauchutar. Nos nove primeiros meses do ano, a procura de pneus radiais continua especialmente dinâmica na Turquia (+ 12%) e na Europa do Leste (+ 13%).
- Na América do Norte, o mercado, que cai 2% nos nove meses, inicia uma inflexão para a alta no terceiro trimestre, animado por uma atividade de sell-out que aumenta em relação a 2012.
- Os mercados da Ásia (sem incluir a Índia) crescem 8% no trimestre e confirmam a dinâmica iniciada no segundo trimestre. Na China, o mercado aumenta 7% no terceiro trimestre e 4% nos nove meses. No sudeste asiático, os mercados, dominados por uma crescente “radialização”, alcançam um crescimento de 8% no trimestre e 5% até ao fim de setembro. No Japão, o mercado progride 10% (+ 7% nos nove meses) e beneficia da recuperação das exportações esporadas pela descida do iene.

- Na América do Sul, o mercado cresce 5% até fim de setembro, com evoluções acentuadas entre o Brasil, em subida de 11%, e os retrocessos da Colômbia e da Venezuela. Há que destacar que as importações de pneus continuam a manter-se apesar da descida do real brasileiro.

Pneus de especialidades

- **Engenharia civil:** O mercado de pneus para minaria continua a crescer e em desenvolvimento para os pneus radiais de grandes dimensões.

A procura de primeiros equipamentos sofre uma forte queda na Europa e América do Norte, penalizada, em particular, pela redução de stock dos construtores, situando-se a níveis de 2010.

O mercado de pneus para infraestruturas e pedreiras está em retrocesso claro nos países maduros, em especial na América do Norte, onde a descida é acentuada, penalizada por um importante aumento do stock dos distribuidores e um nível de atividade em queda.

- **Agrícola:** A procura mundial do mercado de primeiros equipamentos está globalmente em ligeiro retrocesso nos países maduros. Entretanto, a procura de pneus técnicos sobe.

O mercado de substituição experimenta uma leve descida na Europa e uma queda constante na América do Norte.

- **Duas rodas:** Os mercados de moto contraem nos países maduros por segundo ano consecutivo. No terceiro trimestre, a procura melhora ligeiramente na Europa, mas permanece decrescente na América do Norte.

- **Avião:** Os mercados de aviação comercial permanecem estáveis. O mercado militar sofre as restrições orçamentais dos governos.

Vendas líquidas da Michelin

Evolução global

(MILHÕES DE EUROS)	3º trimestre 2013		Nove primeiros meses 2013	
VENDAS LÍQUIDAS	5.123		15.282	
	Variação Terceiro Trimestre 2013 / 2012		Variação 9 meses 2013 / 2012	
Variação total	- 313	- 5,8%	- 860	- 5,3%
Volumes*	+ 110	+ 2,0%	- 52	- 0,3%
Mix/preços	- 135	- 2,4%	- 377	- 2,3%
Variação taxa de câmbio	- 288	- 5,3%	- 431	- 2,7%

Nos nove primeiros meses do ano, **as vendas líquidas alcançam os 15.282 milhões de euros**, com um retrocesso de 5,3%, em relação ao mesmo período de 2012, sob o efeito dos seguintes fatores:

- **O efeito favorável de 2% dos volumes no trimestre**, após a melhoria observada no segundo trimestre, gera uma prática estabilidade no final de setembro, em consonância com o objetivo anual do Grupo.
- **O efeito do mix de preços (- 2,4% no terceiro trimestre)** reflete, em primeiro lugar, a estabilização dos preços de substituição, após os reposicionamentos levados a cabo para certas gamas de Ligeiro e Furgoneta e os ajustes contratuais relacionados com as matérias-primas. O efeito do mix (+ 60 milhões de euros no final de setembro) responde principalmente ao posicionamento premium da marca MICHELIN.
- **O efeito das paridades de câmbio (- 5,3% no terceiro trimestre e - 2,7% no final de setembro)** combina a descida do dólar americano e canadiano (até 30% do efeito nos nove meses), do iene japonês (10%), do real brasileiro, do peso argentino (20%) e de outras divisas.

Vendas líquidas por segmento

- **Ligeiro, furgoneta e distribuição associada**

* Em toneladas.

Para os nove primeiros meses de 2013, as vendas líquidas alcançaram os 8.024 milhões de euros, em comparação com os 8.298 milhões de euros para o mesmo período de 2012 (- 3,3%).

- Embora os mercados maduros continuem fracos e o segmento de inverno em retrocesso, como se esperava, os volumes de Ligeiro e Furgoneta, aumentam 0,9% até ao fim de setembro, acelerando o seu crescimento no terceiro trimestre (+ 4%).
- Os preços, que foram alvo de reposicionamento controlado no princípio do ano, continuam globalmente estáveis em relação ao primeiro semestre.
- O efeito mix continua favorável, sustentado pelo resultado do Grupo no segmento de 17 polegadas e superiores.

▪ **Camião e distribuição associada**

No fim de setembro de 2013, as vendas líquidas foram de 4.781 milhões de euros, caindo 5,2%, em relação aos 5.044 milhões de euros para os nove primeiros meses de 2012.

- Refletindo a prioridade devido à melhoria da rentabilidade da atividade de Camião, os volumes vendidos sofrem um ligeiro retrocesso nos nove primeiros meses (-0,6%), enquanto a evolução dos custos das matérias-primas gera um impacto positivo.
- O efeito desfavorável das paridades monetárias era de esperar pelas subidas de preços em certos mercados.

▪ **Atividades de especialidades**

Nos nove primeiros meses do ano, as vendas líquidas do segmento de Atividades de especialidades ascendem a 2.478 milhões de euros, em comparação com os 2.800 milhões de euros para o mesmo período de 2012. A queda de 11,5% resulta dos ajustes de preço relacionados com as cláusulas de indexação nos custos das matérias-primas, da descida dos volumes (- 4,2%) e do efeito desfavorável das paridades de câmbio.

- **Engenharia civil:** As vendas líquidas do Grupo caem. A atividade mineira experimenta uma ligeira descida das vendas, a subida dos volumes não compensa os efeitos negativos das cláusulas de indexação das matérias-primas e dos tipos de câmbio. As vendas nos segmentos de primeiros equipamentos e infraestrutura sofrem uma forte descida, sob o efeito de uma acentuada descida dos volumes.

- **Agrícola:** As vendas líquidas experimentam uma ligeira subida. O aumento dos volumes (especialmente graças a um reforço das posições em primeiros equipamentos) compensa a aplicação desfavorável das cláusulas de indexação das matérias-primas e do impacto negativo dos tipos de câmbio.
- **Duas rodas:** As vendas líquidas sofrem uma pequena queda, o que reflete principalmente os efeitos desfavoráveis do mix geográfico e do mix de produto. Apesar do retrocesso dos mercados, os volumes aumentam, graças aos significativos ganhos de quota de mercado de alguns mercados, em particular na América do Norte.
- **Avião:** As vendas líquidas diminuem, penalizadas por uma atividade militar em retrocesso e o excepcional resultado de 2012.

Factos destacados do terceiro trimestre de 2013

- **A Michelin compromete-se com seis objetivos principais no horizonte de 2020 (18 de setembro de 2013).**
- **Primeiro protótipo de pneu de Camião em Chennai, Índia (19 de julho de 2013).**
- **No 65º Salão de Frankfurt, A Michelin demonstra mais uma vez que a inovação está no centro de todas as suas atividades (10 de setembro de 2013).**
- **Lançamento do MICHELIN Primacy 3ST no Sudeste asiático e Austrália (13 de outubro de 2013).**
- **A Michelin anuncia a sua participação ativa no Campeonato FIA Fórmula E (10 de setembro de 2013).**
- **Inovação: A Michelin apresenta uma roda motorizada para o autocarro do futuro (18-23 de outubro de 2013).**
- **A Michelin amplia a sua gama de pneus de Engenharia Civil: quatro novas dimensões em 25 polegadas (16 de setembro de 2013).**
- **O Grupo Michelin apresenta o maior pneu do mundo para trator (22 de outubro de 2013)**

A lista completa dos factos destacados do terceiro trimestre de 2013 está disponível no site do Grupo: www.michelin.com/corporate

APRESENTAÇÃO

A apresentação dos resultados financeiros em 30 de setembro de 2013 pode-se consultar no site www.michelin.com/corporate.

CALENDÁRIO

- **Vendas líquidas e resultados 2013:**
Terça-feira, 14 de fevereiro de 2014 antes da abertura da bolsa
- **Informação trimestral em 31 de março de 2014:**
Quarta-feira, 23 de abril de 2014 após o encerramento da Bolsa

ADVERTÊNCIA

Este comunicado de imprensa não constitui uma oferta de venda ou um pedido de oferta de compra de ações Michelin. Se quiser mais informação acerca da Michelin, agradecemos que 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 tenha 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 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 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

