



Resultados financieros del Grupo Michelin en 2012

Información financiera a fecha de 31 de diciembre de 2012

2012: Resultados elevados en mercados poco favorables.

Cash flow libre superior a 1.000 millones de euros

Resultado operativo antes de elementos no recurrentes de 2.423 millones de euros, un aumento del 25%.

Margen operativo al alza en dos puntos, hasta el 11,3% de las ventas netas.

- *Resultado operativo antes de elementos no recurrentes al alza en un 25% hasta los 2.423 millones de euros, lo que refleja:*
 - *Una eficaz política de precios*
 - *Una presencia mundial*
 - *Una rentabilidad estructuralmente elevada debido a los neumáticos de especialidades*
 - *La recuperación de la rentabilidad de la actividad de neumáticos de camión, a pesar de un mercado en retroceso neto.*
- *Volúmenes a la baja en un 6,4 %, con una demanda aún débil en el segundo semestre.*
- *Cash flow libre superior a 1.000 millones de euros, lo que demuestra:*
 - *La capacidad del Grupo para generar cash estructuralmente*
 - *La toma en consideración del objetivo de creación de valor en todas las entidades.*
- *Rentabilidad de los capitales empleados (ROCE) del 12,8%.*
- *Propuesta de dividendo de 2,40 euros por acción, sujeta a la aprobación de la Asamblea General de Accionistas de 17 de mayo de 2013.*



Perspectivas 2013

En una coyuntura de mercados inciertos en los países maduros y de crecimiento en los nuevos mercados, Michelin prevé volúmenes estables en 2013, gracias a su presencia en todo el mundo.

El precio de las materias primas debería permanecer estable durante el primer semestre, lo que supondrá un nuevo efecto favorable de entre 350 y 400 millones de euros sobre el resultado operativo, que se compensará parcialmente por el efecto de las cláusulas de indexación en las actividades de primeros equipos y de ingeniería civil.

El programa de inversiones (alrededor de 2.000 millones de euros) favorecerá el ambicioso objetivo de crecimiento de Michelin, con la puesta en marcha de nuevas capacidades de producción en las zonas de crecimiento, cuya puesta en servicio incidirá sobre los costes. Esta medida afectará también a la competitividad en los países maduros y a la innovación tecnológica.

Con confianza en sus fortalezas y gracias al lanzamiento de un ambicioso programa de mejora de sus sistemas de gestión, el grupo Michelin confirma sus objetivos para el horizonte de 2015 y pretende, para el año 2013, lograr un resultado operativo, antes de elementos no recurrentes, estable, basado en las paridades de cambio actuales, una rentabilidad de los capitales empleados superior al 10% y la generación de un cash flow libre positivo.



(EN MILLONES DE EUROS)	2012	2011
VENTAS NETAS	21.474	20.719
RESULTADO OPERATIVO ANTES DE ELEMENTOS NO RECURRENTE	2.423	1.945
MARGEN OPERATIVO ANTES DE ELEMENTOS NO RECURRENTE	11,3%	9,4%
TURISMO, CAMIONETA Y DISTRIBUCIÓN ASOCIADA	9,3%	9,4%
CAMIÓN Y DISTRIBUCIÓN ASOCIADA	6,6%	3,5%
ACTIVIDADES DE ESPECIALIDADES	26,0%	21,5%
RESULTADO OPERATIVO TRAS ELEMENTOS NO RECURRENTE	2.469	1.945
RESULTADO NETO	1.571	1.462
INVERSIONES	1.996	1.711
ENDEUDAMIENTO NETO	1.053	1.814
PORCENTAJE DE ENDEUDAMIENTO NETO	12%	22%
CASH FLOW LIBRE ¹	1.075	(19)
ROCE	12,8%	10,9%
EMPLEADOS ²	113.400	115.000

¹ Cash Flow libre: Flujo de tesorería en actividades operativas - flujo de tesorería en inversiones.

² Al final del periodo.



Evolución del mercado de neumáticos

Turismo y camioneta

2012/2011 (Nº neumáticos)	Europa *	América del Norte	Asia (excluida India)	América del Sur	África/India/Oriente Medio	Total
Primeros equipos	- 5%	+ 16%	+ 11%	+ 0%	- 3%	+ 6%
Reemplazo	- 10%	- 2%	+ 2%	+ 2%	- 3%	- 4%
4º Trimestre 2012/2011 (Nº neumáticos)	Europa *	América del Norte	Asia (excluida India)	América del Sur	África/India/Oriente Medio	Total
Primeros equipos	- 8%	+ 10%	+ 5%	+ 12%	- 12%	+ 2%
Reemplazo	- 9%	- 1%	+ 4%	+ 4%	- 5%	- 2%

▪ Primeros Equipos

- En Europa, la demanda de neumáticos disminuyó un 5%. La bajada de las matriculaciones de vehículos nuevos en 2012 en la Unión Europea, en su nivel más bajo desde hace 17 años, enmascara una actividad caracterizada por el contraste entre la caída de los constructores de automóviles generalistas y la mejor resistencia de las marcas especialistas y exportadoras. Los mercados de Europa del Este continúan creciendo (+ 11%).
- El mercado en América del Norte aumenta un 16% y aprovecha las fuertes ventas de coches nuevos relacionadas con la renovación del parque automovilístico para recuperar sus niveles de 2007.
- En Asia (excluyendo India), la demanda ha aumentado un 11% globalmente. En China, el mercado, siempre boyante, ralentiza su ritmo de crecimiento (+ 6%). La demanda en Japón (+ 18%) y en el sudeste asiático (+ 38%) repunta en relación con un año 2011 afectado por las catástrofes naturales.
- En América del Sur, la demanda permanece estable, el dinamismo de la demanda en el segundo semestre (+ 7%) **equilibra el retroceso del primer semestre (- 7%). El mercado brasileño progresa en un 3% sostenido por las medidas gubernamentales puestas en marcha en otoño.**

* Incluyendo Rusia y Turquía



▪ Reemplazo

- En Europa, en un contexto macroeconómico enormemente incierto, el mercado baja un 10% en relación con 2011. Europa occidental sufre así una caída récord, superior al descenso de 2008, acentuada por la reducción de stock de la distribución. El mercado de invierno marca una caída del 16%, como se esperaba, y el segmento de neumáticos de altas prestaciones (17" y superiores) se ralentiza de manera menos acentuada que la media del mercado europeo, lo que refleja la continuidad de la mejora del mix.
- En América del Norte, la demanda, con caídas del 2 %, sufre la pérdida de confianza de los consumidores, a pesar de la relativa estabilidad de las distancias medias recorridas y del coste de los carburantes. Tras una recuperación en 2010, el mercado norteamericano vuelve a su nivel de 2009, sensiblemente inferior al número de neumáticos vendidos en 2007. El mercado de Estados Unidos, marcado por un importante aumento de las importaciones chinas tras el levantamiento de los aranceles aduaneros, cae un 3%
- En Asia (excluyendo India), los mercados aumentan un 2% globalmente. La demanda china aumenta un 4% a pesar de la caída en el ritmo del crecimiento económico. El mercado japonés (- 1%), lastrado en 2011 por las catástrofes naturales, recupera un volumen habitual, con las ventas de neumáticos de invierno estables. En Corea, la demanda baja un 6% en una economía orientada hacia la exportación y penalizada por las incertidumbres económicas mundiales.
- En América del Sur, el mercado está en ligera alza (+ 2%), con fuertes disparidades por países. En Brasil, aumenta un 3% hasta niveles de 2011, gracias al mantenimiento de la demanda de los clientes finales.



Camión

2012/2011 (Nº neumáticos)	Europa **	América del Norte	Asia (excluida India)	América del Sur	África/India/ Oriente Medio	Total
Primeros equipos*	- 4%	+ 2%	- 9%	- 30%	+ 31%	- 5%
Reemplazo*	- 14%	- 2%	- 6%	+ 3%	+ 8%	- 4%
4º Trimestre 2012/2011 (Nº neumáticos)	Europa *	América del Norte	Asia (excluida India)	América del Sur	África/India/ Oriente Medio	Total
Primeros equipos*	- 7%	- 15%	- 10%	- 27%	+ 31%	- 9%
Reemplazo*	+ 2%	+ 2%	+ 2%	+ 6%	+ 6%	+ 3%

▪ Primeros Equipos

- En Europa, el mercado experimenta un retroceso del 4%, inferior a los niveles de 2007 y 2008. Aunque la bajada permaneció relativamente limitada durante el primer semestre (- 2 %), el mercado acentuó su contracción en el segundo semestre (- 5 %), reflejando así la degradación del contexto macroeconómico europeo.
- En América del Norte, tras haber registrado un marcado crecimiento en el primer semestre (+ 17%), el mercado se ha ralentizado fuertemente en la segunda mitad del año para acabar el periodo con un crecimiento limitado del 2%. Las incertidumbres macroeconómicas relacionadas con los problemas fiscales de los Estados Unidos han pesado en los pedidos de camiones nuevos.
- En Asia (excluida India), la demanda se ha retraído un 9%. En China, en un contexto de ralentización del crecimiento económico y en particular de las exportaciones, el mercado ha bajado (- 15%). En el sudeste asiático, el mercado, que continúa su 'radialización', ha sido muy activo (+ 42%), al igual que en Japón (+ 12%), beneficiándose ambos de una base comparativa con 2011 marcada por las inundaciones y el tsunami.
- En América del Sur, el mercado experimenta una caída importante (- 30%) como consecuencia de la introducción en Brasil de la norma EURO V en 2012. La puesta en marcha por el Gobierno brasileño de favorables condiciones de financiación ha permitido al mercado modificar esa tendencia y recuperarse en el cuarto trimestre.

** Incluyendo Rusia y Turquía

* Únicamente mercado radial



▪ Reemplazo

- En Europa, el mercado cae un 14%. En el primer semestre (- 25%), la bajada se explica principalmente por las elevadas bases de comparación y por un fenómeno de reducción de stock en la distribución. En el segundo semestre, la debilidad de la actividad del transporte y las perspectivas macroeconómicas han continuado pesando sobre la demanda. En Europa oriental, el retroceso del mercado (- 3%) está relacionado fundamentalmente por el mismo fenómeno de reducción de stocks.
- En América del Norte, el mercado experimenta una bajada limitada del 2%, que refleja la prudencia de las flotas ante la incertidumbre económica a pesar de una actividad de fletes relativamente robusta. Esta contracción puede también explicarse por el fuerte crecimiento de los primeros equipos y por la disponibilidad de carcasas para el recauchutado
- Los mercados de Asia (excluida India) caen un 6%. En China, el mercado decrece (- 7%) por la desaceleración del crecimiento económico y de las exportaciones. En Japón, el mercado está a la baja (- 6 %), con una base de comparación con 2011 elevada por las subidas de precios del año pasado y la reconstrucción de los stocks en 2011 tras el tsunami. En Corea, el mercado está igualmente en retroceso. La ralentización de la demanda mundial pesa sobre las exportaciones y la actividad del transporte coreano (- 6%).
- En América del Sur, el mercado crece un 3%. En Brasil, una más estricta aplicación de los controles aduaneros ha reducido las importaciones y, en general, el conjunto del mercado. En el último trimestre, el mercado ha mostrado los primeros síntomas de recuperación.



Neumáticos de especialidades

- **Ingeniería civil:** Continúa el crecimiento del sector minero, espoleado por la demanda de minerales y energía. El mercado sigue en desarrollo para los neumáticos de gran dimensión. Tras un primer semestre en aumento, el mercado de primeros equipos se ha replegado en el último trimestre, de manera más marcada en Europa. El mercado de neumáticos destinados a infraestructuras y canteras se contrae en Europa Occidental. En América del Norte, tras un primer semestre de crecimiento, el mercado baja a partir del cuarto trimestre.
- **Agrícola:** Al alza en el primer semestre, la demanda mundial en el mercado de primeros equipos cae en el cuarto trimestre, especialmente en Europa. En 2012, el mercado de replazo se contrae significativamente en los países maduros, lastrado por las incertidumbres económicas.
- **Dos ruedas:** Afectados por una sombría coyuntura económica, los mercados de moto están a la baja en las zonas maduras, con la excepción de América del Norte. En los países emergentes, se constata un crecimiento continuado.
- **Avión:** En aviación comercial, continúa el crecimiento del tráfico de pasajeros, tanto en destinos nacionales como internacionales. El transporte de mercancías está en retroceso.



Actividad y resultados de 2012

Ventas netas

Las ventas netas se sitúan en 21.474 millones de euros, con una progresión del 3,6% a tipos de cambio corrientes, en relación con los 20.719 millones de euros de 2011.

El efecto positivo del mix de precios (+ 6,2%), que alcanza los 1.052 millones de euros, se corresponde con efecto combinado de los aumentos de tarifas de 2011 y con los ajustes contractuales de precios, relacionados con la indexación sobre el precio de las materias primas, que suponen casi el 30% de las ventas del Grupo. Esto comprende igualmente 157 millones de euros, debidos a la mejora del mix apoyada por la estrategia premium y el crecimiento de las actividades de especialidades.

La caída de los volúmenes (- 6,4%) se enmarca en un contexto de mercados debilitados, especialmente los europeos.

El impacto positivo (+ 4,2%) de las paridades de cambio es, principalmente, el resultado de la evolución favorable del euro en relación al dólar americano.

Resultados

El resultado operativo del Grupo antes de elementos no recurrentes alcanza los 2.423 millones de euros, es decir, el 11,3% de las ventas netas, en comparación con los 1.945 millones de euros y el 9,4% de 2011.

La mejora de 478 millones de euros en relación al resultado operativo antes de elementos no recurrentes refleja principalmente el efecto favorable del mix de precios (+ 1.209 millones de euros, de ellos 1.052 millones en concepto de precios), que se conjuga favorablemente con un efecto negativo limitado de las materias primas (- 76 millones de euros). Esto incluye también el retroceso de los volúmenes (- 504 millones de euros), el esfuerzo de crecimiento del Grupo (costes de arranque y costes en los nuevos mercados - 176 millones de euros), la inflación de los costes industriales y los gastos (- 311 millones de euros) y el efecto sobre la productividad de las ralentizaciones de la producción (+ 3 millones de euros). La evolución de las paridades monetarias aporta 268 millones de euros. Esto incluye, además, los primeros efectos del plan de competitividad puesto en marcha a comienzos de 2012.

El resultado neto arroja un beneficio de 1.571 millones de euros.



Posición financiera neta

El Grupo ha generado un **cash flow libre de 1.075 millones de euros**, gracias al cash flow disponible, por la venta de complejo inmobiliario en París y a pesar de la aceleración de las inversiones en crecimiento.

A finales de diciembre de 2012, **el ratio de endeudamiento asciende al 12%**, correspondiente a un endeudamiento financiero neto de 1.053 millones de euros.

Información sectorial

Millones de euros	Ventas netas		Resultado operativo antes de no recurrentes		Margen operativo antes de no recurrentes	
	2012	2011	2012	2011	2012	2011
TURISMO CAMIONETA Y DISTRIBUCIÓN ASOCIADA	11.098	10.780	1.033	1.018	9,3%	9,4%
CAMIÓN Y DISTRIBUCIÓN ASOCIADA	6.736	6.718	444	233	6,6%	3,5%
ACTIVIDADES DE ESPECIALIDADES	3.640	3.221	946	694	26,0%	21,5%
GRUPO	21.474	20.719	2.423	1.945	11,3%	9,4%

▪ Turismo, camioneta y distribución asociada

Las ventas netas del segmento de Turismo camioneta y distribución asociada se elevan a 11.098 millones de euros, un aumento del 2,9% respecto a 2011.

El mantenimiento de una firme política de precios y la continua mejora del mix de producto, que se beneficia de la posición premium de la marca MICHELIN, han compensado el efecto de la bajada de los volúmenes (- 5,5%). El resultado operativo antes de elementos no recurrentes alcanza los 1.033 millones de euros, es decir, un 9,3% de las ventas netas, en comparación con los 1.018 millones de euros y el 9,4% logrados en 2011.



- **Camión y distribución asociada**

Las ventas netas del segmento de camión y distribución asociada alcanzaron los 6.736 millones de euros, prácticamente la misma cantidad lograda en 2011.

En un contexto de mercados deprimidos, los volúmenes han decrecido un 10,8%, mientras que el Grupo daba prioridad a la recuperación y rentabilidad de la actividad de camión. Esta estrategia, así como los múltiples lanzamientos comerciales y aligeramiento de los precios de las materias primas, ha llevado a un fuerte aumento del resultado operativo antes de elementos no recurrentes, hasta alcanzar los 444 millones de euros, es decir, el 6,6% de las ventas netas, en relación con los 233 millones de euros y el 3,5% de 2011.

- **Actividades de especialidades**

Las ventas netas del segmento de Actividades de Especialidades alcanzaron los 3.640 millones de euros, una subida del 13,0% en comparación con 2011.

Con 946 millones de euros, el 26,0% de las ventas netas, el resultado operativo antes de elementos no recurrentes confirma la rentabilidad estructuralmente elevada de estas actividades. En un entorno de cambio particularmente favorable, se benefician del efecto aún positivo de las cláusulas de indexación sobre los precios de las materias primas y de la progresión de los volúmenes (+ 1,7%).



Compagnie Générale des Etablissements Michelin

La Compagnie Générale des Etablissements Michelin ha tenido un beneficio de 465 millones de euros en el ejercicio 2012.

Las cuentas han sido presentadas al Consejo de Vigilancia en su reunión del 7 de febrero de 2013. Los procedimientos de auditoría han sido realizados y el informe de auditoría ha sido emitido en la misma fecha.

El presidente del Grupo ha convocado una Asamblea General de Accionistas para el viernes 17 de mayo de 2013, a las 9 horas, en Clermont-Ferrand.

El presidente del Grupo someterá a la aprobación de los accionistas el pago de un dividendo de 2,40 euros por acción realizable, a la elección de cada accionista, en efectivo o en acciones.



Hechos destacados de 2012

- La agencia Standard & Poor's eleva la nota crediticia de Michelin a "BBB+" (23 de marzo de 2012)
- Michelin refuerza su posición como líder mundial en el mercado de ingeniería civil con el anuncio de la construcción de una nueva factoría y la ampliación de otra en América del Norte (10 de abril de 2012)
- La agencia Moody's revisa al alza la nota de Michelin hasta "Baa1" (24 de abril de 2012)
- Primer neumático de turismo camioneta fabricado en la planta de Pau, Brasil (9 de febrero de 2012)
- Más allá de la etiqueta, MICHELIN Total Performance, una estrategia que permite poner en valor toda la tecnología del neumático "Michelin no vende goma, sino prestaciones" (29 de junio de 2012)
- Michelin lanza su nueva web MICHELIN Restaurants en Francia (25 de mayo de 2012)
- El Grupo celebra los 10 años de la declaración *Resultado y Responsabilidad Michelin* (18 de junio de 2012)
- Michelin coloca con éxito un préstamo obligatorio de 400 millones de euros a 7 años (19 de junio de 2012)
- Michel Rollier pasa el relevo a Jean-Dominique Senard en la Asamblea General del 11 de mayo de 2012
- Michelin actualiza sus previsiones para 2015 (19 de septiembre de 2012).
- Primer neumático de camión fabricado en la nueva factoría Shenyang 2 en China (18 de septiembre de 2012)
- Michelin presenta su nueva oferta de neumáticos de camión en el Salón IAA de Hannover (20 de septiembre de 2012)
- Michelin desvela las novedades para 2013 de su gama de ingeniería civil en el Salón MINExpo de Las Vegas, Estados Unidos (24 de septiembre de 2012)
- Campeonato del Mundo de Rally: 20º título en "pilotos" y 22º en "constructores" para Michelin (9 de octubre de 2012)
- Michelin organiza una Jornada para Inversores en el Centro de Tecnología de Ladoux, Francia (5 de noviembre de 2012)



La lista completa de los hechos destacados de 2012 está disponible en la web del Grupo:
www.michelin.com/corporate/finance

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 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, pasando por las dos ruedas, la ingeniería civil, la agricultura y los camiones. Michelin propone igualmente servicios digitales de ayuda a la movilidad (ViaMichelin.com), y edita guías turísticas, de alojamiento y restauración, mapas y atlas de carreteras. El Grupo, que tiene su sede en Clermont-Ferrand (Francia), está presente en más de 170 países, emplea a 115.000 personas en todo el mundo y dispone de 69 centros de producción implantados en 18 países diferentes (www.michelin.com).

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