



Resultados financeiros do Grupo Michelin em 2012

Informação financeira em 31 de dezembro de 2012

2012: Resultados elevados em mercados pouco favoráveis.

Cash flow livre superior a 1.000 milhões de euros

Resultado operacional antes de elementos não recorrentes de 2.423 milhões de euros, um aumento de 25%.

Margem operacional para a alta em dois pontos, até 11,3% das vendas líquidas.

- *Resultado operacional antes de elementos não recorrentes para a alta em 25% até aos 2.423 milhões de euros, o que reflete:*
 - *Uma eficaz política de preços*
 - *Uma presença mundial*
 - *Uma rentabilidade estruturalmente elevada devido aos pneus de especialidades*
 - *A recuperação da rentabilidade da atividade de pneus de camião, apesar de um mercado em claro retrocesso.*
- *Volumes para a baixa em 6,4%, com uma procura ainda fraca no segundo semestre.*
- *Cash flow livre superior a 1.000 milhões de euros, o que demonstra:*
 - *A capacidade do Grupo para gerar cash estruturalmente*
 - *A tomada em consideração do objetivo de criação de valor em todas as entidades.*
- *Rentabilidade dos capitais empregues (ROCE) de 12,8%.*
- *Proposta de dividendo de 2,40 euros por ação, sujeita à aprovação da Assembleia Geral de Acionistas de 17 de maio de 2013.*



Perspetivas 2013

Numa conjuntura de mercados incertos nos países maduros e de crescimento nos novos mercados, a Michelin prevê volumes estáveis em 2013, graças à sua presença no mundo inteiro.

O preço das matérias-primas deveria permanecer estável durante o primeiro semestre, o que suporá um novo efeito favorável de entre 350 e 400 milhões de euros sobre o resultado operacional, que se compensará parcialmente pelo efeito das cláusulas de indexação nas atividades de primeiros equipamentos e de engenharia civil.

O programa de investimentos (cerca de 2.000 milhões de euros) favorecerá o ambicioso objetivo de crescimento da Michelin, com a implantação de novas capacidades de produção nas zonas de crescimento, cuja entrada em serviço incidirá sobre os custos. Esta medida afetará também a competitividade nos países maduros e a inovação tecnológica.

Com confiança nas suas forças e graças ao lançamento de um ambicioso programa de melhoramento dos seus sistemas de gestão, o grupo Michelin confirma os seus objetivos para o horizonte de 2015 e pretende, para o ano 2013, conseguir um resultado operacional, antes de elementos não recorrentes, estável, baseado nas paridades cambiais atuais, uma rentabilidade dos capitais empregues superior a 10% e a geração de um cash flow livre positivo.



(EM MILHÕES DE EUROS)	2012	2011
VENDAS LÍQUIDAS	21.474	20.719
RESULTADO OPERACIONAL ANTES DE ELEMENTOS NÃO RECORRENTES	2.423	1.945
MARGEM OPERACIONAL ANTES DE ELEMENTOS NÃO RECORRENTES	11,3%	9,4%
LIGEIRO, CAMIONETA E DISTRIBUIÇÃO ASSOCIADA	9,3%	9,4%
CAMIÃO E DISTRIBUIÇÃO ASSOCIADA	6,6%	3,5%
ATIVIDADES DE ESPECIALIDADES	26,0%	21,5%
RESULTADO OPERACIONAL APÓS ELEMENTOS NÃO RECORRENTES	2.469	1.945
RESULTADO LÍQUIDO	1.571	1.462
INVESTIMENTOS	1.996	1.711
ENDIVIDAMENTO LÍQUIDO	1.053	1.814
PERCENTAGEM DE ENDIVIDAMENTO LÍQUIDO	12%	22%
CASH FLOW LIVRE ¹	1.075	(19)
ROCE	12,8%	10,9%
EMPREGADOS ²	113.400	115.000

¹ Cash Flow livre: Fluxo de tesouraria em atividades operacionais - fluxo de tesouraria em investimentos.

² No fim do período.



Evolução do mercado de pneus

Ligeiro e camioneta

2012/2011 (Nº pneus)	Europa *	América do Norte	Ásia (excluindo a Índia)	América do Sul	África/Índia/ Médio Oriente	Total
Primeiros equipamentos	- 5%	+ 16%	+ 11%	+ 0%	- 3%	+ 6%
Substituição	- 10%	- 2%	+ 2%	+ 2%	- 3%	- 4%
4º Trimestre 2012/2011 (Nº pneus)	Europa *	América do Norte	Ásia (excluindo a Índia)	América do Sul	África/Índia/ Médio Oriente	Total
Primeiros equipamentos	- 8%	+ 10%	+ 5%	+ 12%	- 12%	+ 2%
Substituição	- 9%	- 1%	+ 4%	+ 4%	- 5%	- 2%

▪ Primeiros Equipamentos

- Na Europa, a procura de pneus diminuiu 5%. A descida das matrículas de veículos novos em 2012 na União Europeia, no seu nível mais baixo há 17 anos, disfarça uma atividade caracterizada pelo contraste entre a queda dos construtores de automóveis generalistas e a melhor resistência das marcas especialistas e exportadoras. Os mercados da Europa do Leste continuam a crescer (+ 11%).
- O mercado da América do Norte aumenta 16% e aproveita as fortes vendas de carros novos, relacionadas com a renovação do parque automobilístico para recuperar os seus níveis de 2007.
- Na Ásia (excluindo a Índia), a procura subiu 11% globalmente. Na China, o mercado, sempre positivo, afrouxou o seu ritmo de crescimento (+ 6%). A procura no Japão (+ 18%) e no sudeste asiático (+ 38%) sobe em relação a um ano 2011 afetado pelas catástrofes naturais.
- Na América do Sul, a procura permanece estável, o dinamismo da procura no segundo semestre (+ 7%) **equilibra o retrocesso do primeiro semestre (- 7%). O mercado brasileiro progride em 3% sustentado pelas medidas governamentais implementadas no outono.**

* Incluindo a Rússia e a Turquia.



▪ Substituição

- Na Europa, num contexto macroeconómico bastante incerto, o mercado desce 10% em relação a 2011. A Europa ocidental sofre assim uma queda record, superior à descida de 2008, acentuada pela redução de stock da distribuição. O mercado de inverno marca uma queda de 16%, como se esperava, e o segmento de pneus de altas performances (17" e superiores) afrouxa de maneira menos acentuada que a média do mercado europeu, o que reflete a continuidade do melhoramento do mix.
- Na América do Norte, a procura, com quedas de 2%, sofre a perda de confiança dos consumidores, apesar da relativa estabilidade das distâncias médias percorridas e do custo dos combustíveis. Após uma recuperação em 2010, o mercado norte-americano volta ao seu nível de 2009, sensivelmente inferior ao número de pneus vendidos em 2007. O mercado dos Estados Unidos, marcado por um importante aumento das importações chinesas após o levantamento das taxas alfandegárias, cai 3%.
- Na Ásia (excluindo a Índia), os mercados aumentam 2% globalmente. A procura chinesa aumenta 4%, apesar da queda no ritmo do crescimento económico. O mercado japonês (- 1%), lastrado em 2011 pelas catástrofes naturais, recupera um volume habitual, com as vendas de pneus de inverno estáveis. Na Coreia, a procura desce 6% numa economia orientada para a exportação e sancionada pelas incertezas económicas mundiais.
- Na América do Sul, o mercado está a subir ligeiramente (+ 2%), com fortes disparidades por países. No Brasil, aumenta 3% até níveis de 2011, graças à manutenção da procura dos clientes finais.



Camião

2012/2011 (Nº pneus)	Europa**	América do Norte	Ásia (excluindo a Índia)	América do Sul	África/Índia/ Médio Oriente	Total
Primeiros equipamentos*	- 4%	+ 2%	- 9%	- 30%	+ 31%	- 5%
Substituição*	- 14%	- 2%	- 6%	+ 3%	+ 8%	- 4%
4º Trimestre 2012/2011 (Nº pneus)	Europa*	América do Norte	Ásia (excluindo a Índia)	América do Sul	África/Índia/ Médio Oriente	Total
Primeiros equipamentos*	- 7%	- 15%	- 10%	- 27%	+ 31%	- 9%
Substituição*	+ 2%	+ 2%	+ 2%	+ 6%	+ 6%	+ 3%

▪ Primeiros Equipamentos

- Na Europa, o mercado experimenta um retrocesso de 4%, inferior aos níveis de 2007 e 2008. Embora a descida tenha permanecido relativamente limitada durante o primeiro semestre (- 2%), o mercado acentuou a sua contração no segundo semestre (- 5%), refletindo assim a degradação do contexto macroeconómico europeu.
- Na América do Norte, após registar um acentuado crescimento no primeiro semestre (+ 17%), o mercado afrouxou bastante na segunda metade do ano para acabar o período com um crescimento limitado de 2%. As incertezas macroeconómicas relacionadas com os problemas fiscais dos Estados Unidos pesaram nas encomendas de camiões novos.
- Na Ásia (excluindo a Índia), a procura retrocedeu 9%. Na China, num contexto de afrouxamento do crescimento económico e em particular das exportações, o mercado desceu (- 15%). No sudeste asiático, o mercado, que continua a sua «radialização», foi muito ativo (+ 42%), assim como no Japão (+ 12%), beneficiando-se ambos de uma base comparativa com 2011 marcada pelas inundações e pelo tsunami.
- Na América do Sul, o mercado experimenta uma queda importante (- 30%) devido à introdução no Brasil da norma EURO V em 2012. As condições de financiamento favoráveis implementadas pelo Governo brasileiro permitiram ao mercado modificar essa tendência e recuperar-se no quarto trimestre.

* Mercado radial unicamente.

** Incluindo a Rússia e a Turquia.



▪ Substituição

- Na Europa, o mercado cai 14%. No primeiro semestre (- 25%), a descida explica-se principalmente pelas elevadas bases de comparação e por um fenómeno de redução de stock na distribuição. No segundo semestre, a debilidade da atividade do transporte e as perspetivas macroeconómicas continuaram a pesar sobre a procura. Na Europa oriental, o retrocesso do mercado (- 3%) está relacionado fundamentalmente com o mesmo fenómeno de redução de stocks.
- Na América do Norte, o mercado experimenta uma descida limitada de 2%, que reflete a prudência das frotas perante a incerteza económica apesar de uma atividade de fretes relativamente robusta. Esta contração também se pode explicar pelo forte crescimento dos primeiros equipamentos e pela disponibilidade de carcaças para a recauchutagem.
- Os mercados da Ásia (excluindo a Índia) caem 6%. Na China, o mercado decresce (- 7%) pela desaceleração do crescimento económico e das exportações. No Japão, o mercado está a descer (- 6%), com uma base de comparação com 2011 elevada pelas subidas de preços do ano passado e pela reconstrução dos stocks em 2011 após o tsunami. Na Coreia, o mercado está igualmente em retrocesso. O afrouxamento da procura mundial pesa sobre as exportações e a atividade do transporte coreano (- 6%).
- Na América do Sul, o mercado cresce 3%. No Brasil, uma mais estrita aplicação dos controlos alfandegários reduziu as importações e, em geral, o conjunto do mercado. No último trimestre, o mercado mostrou os primeiros sintomas de recuperação.



Pneus de especialidades

- **Engenharia civil:** Continua o crescimento do setor mineiro, incentivado pela procura de minerais e energia. O mercado continua em desenvolvimento para os pneus de grande tamanho. Após um primeiro semestre em aumento, o mercado de primeiros equipamentos afrouxou no último trimestre, de maneira mais acentuada na Europa. O mercado de pneus destinados a infraestruturas e pedreiras contrai-se na Europa ocidental. Na América do Norte, após um primeiro semestre de crescimento, o mercado desce a partir do quarto trimestre.
- **Agrícola:** Para a alta no primeiro semestre, a procura mundial no mercado de primeiros equipamentos cai no quarto trimestre, especialmente na Europa. Em 2012, o mercado de substituição contrai-se significativamente nos países maduros, lastrado pelas incertezas económicas.
- **Duas rodas:** Afetados por uma sombria conjuntura económica, os mercados de moto estão a descer nas zonas maduras, exceto na América do Norte. Nos países emergentes, constata-se um crescimento contínuo.
- **Avião:** Em aviação comercial, continua o crescimento do tráfego de passageiros, tanto nos destinos nacionais como internacionais. O transporte de mercadorias está em retrocesso.



Atividade e resultados de 2012

Vendas líquidas

As vendas líquidas situam-se em 21.474 milhões de euros, com um progresso de 3,6%, a taxas de juros correntes, em relação aos 20.719 milhões de euros de 2011.

O efeito positivo do mix de preços (+ 6,2%), que atinge os 1.052 milhões de euros, corresponde ao efeito combinado dos aumentos de preços de 2011 e com os ajustes contratuais de preços, relacionados com a indexação sobre o preço das matérias-primas, que supõem quase 30% das vendas do Grupo. Isto compreende igualmente 157 milhões de euros, devidos ao melhoramento do mix apoiado pela estratégia premium e pelo crescimento das atividades de especialidades.

A queda dos volumes (- 6,4%) enquadra-se num contexto de mercados enfraquecidos, especialmente os europeus.

O impacto positivo (+ 4,2%) das paridades cambiais é, principalmente, o resultado da evolução favorável do euro em relação ao dólar americano.

Resultados

O resultado operacional do Grupo, antes de elementos não recorrentes, atinge os 2.423 milhões de euros, isto é, 11,3% das vendas líquidas, em comparação com os 1.945 milhões de euros e o 9,4% de 2011.

A melhoria de 478 milhões de euros em relação ao resultado operacional antes de elementos não recorrentes reflete principalmente o efeito favorável do mix de preços (+1.209 milhões de euros, dos quais 1.052 milhões em conceito de preços) que se conjuga favoravelmente com um efeito negativo limitado das matérias-primas (-76 milhões de euros). Isto inclui também o retrocesso dos volumes (- 504 milhões de euros), o esforço de crescimento do Grupo (custos de arranque e custos nos novos mercados - 176 milhões de euros), a inflação dos custos industriais e das despesas (- 311 milhões de euros) e o efeito sobre a produtividade dos afrouxamentos da produção (+ 3 milhões de euros). A evolução das paridades monetárias fornece 268 milhões de euros. Isto inclui, além disso, os primeiros efeitos do plano de competitividade implantado no princípio de 2012.

O resultado líquido lança um lucro de 1.571 milhões de euros.



Posição financeira líquida

O Grupo gerou um **cash flow livre de 1.075 milhões de euros**, graças ao cash flow disponível, pela venda de um complexo imobiliário em Paris e apesar da aceleração dos investimentos em crescimento.

Em finais de dezembro de 2012, o **rácio de endividamento ascende a 12%**, correspondente a um endividamento financeiro líquido de 1.053 milhões de euros.

Informação setorial

Milhões de euros	Vendas líquidas		Resultado operacional antes de não recorrentes		Margem operacional antes de não recorrentes	
	2012	2011	2012	2011	2012	2011
LIGEIRO CAMIONETA E DISTRIBUIÇÃO ASSOCIADA	11.098	10.780	1.033	1.018	9,3%	9,4%
CAMIÃO E DISTRIBUIÇÃO ASSOCIADA	6.736	6.718	444	233	6,6%	3,5%
ATIVIDADES 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%

▪ Ligeiro, camioneta e distribuição associada

As vendas líquidas do segmento de Ligeiro Camioneta e distribuição associada elevam-se a 11.098 milhões de euros, um aumento de 2,9% em relação a 2011.

A manutenção de uma firme política de preços e o melhoramento contínuo do mix de produto, que beneficia da posição premium da marca MICHELIN, compensaram o efeito da descida dos volumes (- 5,5%). O resultado operacional antes de elementos não recorrentes atinge os 1.033 milhões de euros, isto é, 9,3% das vendas líquidas, em comparação com os 1.018 milhões de euros e o 9,4% conseguidos em 2011.



- **Camião e distribuição associada**

As vendas líquidas do segmento de camião e distribuição associada atingiram os 6.736 milhões de euros, praticamente o mesmo aumento conseguido em 2011.

Num contexto de mercados deprimidos, os volumes decresceram 10,8%, enquanto o Grupo dava prioridade à recuperação e rentabilidade da atividade de camião. Esta estratégia, assim como os vários lançamentos comerciais e aligeiramento dos preços das matérias-primas, levou a um forte aumento do resultado operacional antes de elementos não recorrentes, até atingir os 444 milhões de euros, isto é, 6,6% das vendas líquidas, em relação aos 233 milhões de euros e 3,5% de 2011.

- **Atividades de especialidades**

As vendas líquidas do segmento de Atividades de Especialidades atingiram os 3.640 milhões de euros, uma subida de 13,0% em comparação com 2011.

Com 946 milhões de euros, 26,0% das vendas líquidas, o resultado operacional antes de elementos não recorrentes confirma a rentabilidade estruturalmente elevada destas atividades. Num ambiente de mudança particularmente favorável, beneficiam do efeito ainda positivo das cláusulas de indexação sobre os preços das matérias-primas e do progresso dos volumes (+ 1,7%).



Compagnie Générale des Etablissements Michelin

A Compagnie Générale des Etablissements Michelin teve um lucro de 465 milhões de euros no exercício 2012.

As contas foram apresentadas ao Conselho de Vigilância na reunião de 7 de fevereiro de 2013. Os procedimentos de auditoria foram realizados e o relatório de auditoria foi emitido na mesma data.

O presidente do Grupo convocou uma Assembleia Geral de Acionistas para a sexta-feira dia 17 de maio de 2013, às 9 horas, em Clermont-Ferrand.

O presidente do Grupo vai submeter à aprovação dos acionistas o pagamento de um dividendo de 2,40 euros por ação, que se pode pagar em numerário ou em ações, segundo prefira cada acionista.



Fatos destacados de 2012

- **A agência Standard & Poor's eleva a nota creditícia da Michelin para "BBB+" (23 de março de 2012)**
- **A Michelin reforça a sua posição como líder mundial nos mercados de engenharia civil com o anúncio da construção de uma nova fábrica e a ampliação de outra na América do Norte (10 de abril de 2012).**
- **A agência Moody's subiu a nota da Michelin para "Baa1" (24 de abril de 2012)**
- **Primeiro pneu de ligeiro camioneta fabricado na fábrica de Pau, Brasil (9 de fevereiro de 2012)**
- **Para além da etiqueta, MICHELIN Total Performance, uma estratégia que permite valorizar toda a tecnologia do pneu: «A Michelin não vende borracha, mas sim performances» (29 de junho de 2012)**
- **A Michelin lança o seu novo site MICHELIN Restaurantes na França (25 de maio de 2012)**
- **O Grupo celebra os 10 anos da declaração *Resultado e Responsabilidade Michelin* (18 de junho de 2012)**
- **A Michelin coloca com êxito um empréstimo obrigatório de 400 milhões de euros a 7 anos (19 de junho de 2012)**
- **Jean-Dominique Senard sucede a Michel Rollier na Assembleia Geral de 11 de maio de 2012**
- **A Michelin atualiza as suas previsões para 2015 (19 de setembro de 2012).**
- **Primeiro pneu de camião fabricado na nova fábrica Shenyang 2 na China (18 de setembro de 2012)**
- **A Michelin apresenta a sua nova oferta de pneus de camião no Salão IAA de Hannover (20 de setembro de 2012)**
- **A Michelin revela as suas novidades da sua gama de engenharia civil para 2013 no Salão MINExpo de Las Vegas, Estados Unidos (24 de setembro de 2012).**
- **Campeonato do Mundo de Rally: 20º título em "pilotos" e 22º em "construtores" para a Michelin (9 de outubro de 2012)**
- **A Michelin organiza uma Jornada para Investidores no Centro de Tecnologia de Ladoux, França (5 de novembro de 2012)**



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

AVISO

Este comunicado de imprensa não constitui uma oferta de venda ou a solicitação de oferta de compra de ações Michelin. Se quiser mais informação 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 alguns 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 é contribuir de maneira duradoura para a mobilidade das pessoas e bens. Por esta razão, o Grupo fabrica e comercializa pneus para todo o tipo de viaturas, desde aviões até automóveis, passando pelas duas rodas, a engenharia civil e agrícola e pelos camiões. A Michelin também propõe serviços informáticos de ajuda à mobilidade (ViaMichelin.com), e edita guias turísticos, guias de hotéis e restaurantes, mapas e Atlas de estrada. O Grupo, que tem a sua sede em Clermont-Ferrand (França), está presente em mais de 170 países, emprega a 115.000 pessoas em todo o mundo e dispõe de 69 centros de produção implantados em 18 países diferentes (www.michelin.com).

DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO

Avda. dos Encuartes, 19
28760 Tres Cantos – Madrid – ESPANHA
Tel.: 0034 914 105 167 – Fax: 0034 914 105 293