

Resultados financieros del Grupo Michelin

Información financiera correspondiente a 30 de junio de 2015

1^{er} semestre 2015: Crecimiento sólido y *cash flow* libre en mejora
Facturación en crecimiento del 8,5 %
hasta los 10.497 millones de euros

Resultado operativo en alza del 9 %, hasta los 1.262 millones de euros
(12 % de las ventas netas)

Perspectivas 2015: Tendencias confirmadas

- **Volúmenes en alza del 2,4 %, mayor que los mercados:**
 - Crecimiento de las actividades de Turismo Camioneta netamente superiores a los mercados.
 - Volúmenes de las actividades de Camión y Especialidades ligeramente mejor orientados que los mercados.
 - Incremento del crecimiento de un trimestre a otro, en mercados contrastados, dinámicos en los países maduros y en retroceso en la mayoría de los nuevos mercados.
- **Mejora del efecto del mix de precios entre los dos primeros trimestres.**
 - Como se esperaba, efecto neto negativo del mix de precios/materias primas, lo que refleja especialmente los ajustes mecánicos de precios relacionados con las cláusulas de indexación en la cotización de las materias primas, así como los reposicionamientos controlados de los precios.
- ***Cash flow* libre aumenta 132 millones de euros, exceptuando la adquisición de Blackcircles.com y la inversión en la plantación de heveas en Indonesia.**

Jean-Dominique Senard, presidente del Grupo Michelin, ha declarado: “El crecimiento dinámico de Michelin en este semestre es fruto del enriquecimiento de su oferta, de un mayor acceso a los clientes y de la evolución favorable de los mercados históricos. El éxito de las gamas más recientes, como el MICHELIN CrossClimate o los nuevos neumáticos BF Goodrich, así como el refuerzo de la posición en Primeros Equipos, confirman la importancia de la innovación para el crecimiento del Grupo. Esto, junto con el esperado desarrollo del plan de competitividad, permite a Michelin confirmar sus objetivos para 2015”.

Perspectivas 2015

Con una demanda de neumáticos que debería mantener el crecimiento en las zonas maduras y experimentar más dificultades en los nuevos mercados, el Grupo tiene como objetivo en el segundo semestre continuar con la tendencia al crecimiento observado en los primeros seis meses. Esto debería reflejar un efecto neto negativo del mix de precio/materias primas en el conjunto del año para las actividades sometidas a las cláusulas contractuales de indexación de las materias primas y neutro para el resto de actividades. Continuar con el plan de competitividad permitirá compensar la inflación de los costes en el año.

El Grupo confirma su objetivo de crecimiento del resultado operativo antes de elementos no recurrentes, exceptuando los efectos del cambio, una rentabilidad de los capitales empleados superior al 11 % y la generación de un *cash flow* libre estructural superior a los 700 millones de euros, teniendo en cuenta el programa de inversiones de alrededor de 1.800 millones de euros.

(EN MILLONES DE EUROS)	1 ^{er} semestre 2015	1 ^{er} semestre 2014
VENTAS NETAS	10.497	9.673
RESULTADO OPERATIVO ANTES DE ELEMENTOS NO RECURRENTE	1.262	1.159
MARGEN OPERATIVO ANTES DE ELEMENTOS NO RECURRENTE	12,0 %	12,0 %
TURISMO, CAMIONETA Y DISTRIBUCIÓN ASOCIADA	10,8 %	11,4 %
CAMIÓN Y DISTRIBUCIÓN ASOCIADA	9,6 %	7,7 %
ACTIVIDADES DE ESPECIALIDADES	21,5 %	21,8 %
RESULTADO OPERATIVO TRAS ELEMENTOS NO RECURRENTE	1.245	1.072
RESULTADO NETO	707	624
RESULTADO POR ACCIÓN (EN €)	3,79	3,34
INVERSIONES (sin adquisiciones)	632	703
ENDEUDAMIENTO NETO	1.798	892
PORCENTAJE DE ENDEUDAMIENTO NETO	18 %	9 %
PRESTACIONES SOCIALES	4.780	4.025
CASH FLOW LIBRE ¹ (sin adquisiciones)	-100	-232
EMPLEADOS ²	112.600	111.700

¹ Cash Flow Libre: cash flow de actividades operativas - flujo de tesorería en inversiones.

² A fin de periodo

Evolución del mercado

Turismo y Camioneta

Primer Semestre 2015/2014 (Nº neumáticos)	Europa*	América del Norte	Asia (excluida la India)	América del Sur	África/India/ Oriente Medio	Total
Primeros Equipos	+ 3 %	+ 3 %	- 1%	- 14 %	+ 4 %	+ 0 %
Reemplazo	+ 3 %	+ 0 %	+ 3 %	+ 3 %	+ 4 %	+ 2 %

*Incluyendo Rusia y Turquía

Segundo Trimestre 2015/2014 (Nº neumáticos)	Europa*	América del Norte	Asia (excluida la India)	América del Sur	África/India/ Oriente Medio	Total
Primeros Equipos	+ 2 %	+ 5 %	- 4 %	- 16 %	- 1 %	- 1 %
Reemplazo	+ 4 %	+ 5 %	+ 7 %	+ 4 %	+ 4 %	+ 5 %

*Incluyendo Rusia y Turquía

Primeros Equipos

- En Europa, la demanda de neumáticos aumenta en un 3 % globalmente en el semestre, lo que refleja un crecimiento del 5 % en Europa Occidental, animado por el impulso de las actividades de los constructores de vehículos, y una caída del 22 % en Europa del Este, en un contexto económico y monetario siempre difícil.
- En Norteamérica, el mercado progresa un 2 % hasta finales de junio, en línea con la demanda, gracias al bajo precio de los carburantes, las atractivas condiciones financieras y una intensa actividad promocional.
- En Asia (excluida la India), la demanda se mantiene casi estable en los seis primeros meses. En China, la demanda crece un 5 % en el semestre, a pesar de la ralentización en junio, con una bajada de los segmentos de neumáticos para berlinas y una progresión continua del segmento SUV. Los otros mercados de la zona (- 8 %) permanecen en caída bajo los efectos de la bajada de la demanda en Tailandia, especialmente, y de una demanda en Japón que recobra su tendencia a largo plazo y sufre con la comparación con el comienzo de 2014 por las compras anticipadas por la subida del IVA.
- En Sudamérica, el mercado retrocede un 14 % en el primer semestre, marcado por el efecto de una fuerte caída de la producción de vehículos en un contexto económico contrastado.

Reemplazo

- En Europa, el mercado aumenta globalmente un 3 %, en comparación con un primer semestre de 2014 de crecimiento elevado. En Europa Occidental, tras un mes de junio estimulado por la anticipación de la subida de los precios anunciada en el sector, sube un 5 %, con retrocesos en Reino Unido y Alemania y un fuerte repunte en Turquía y en el sur de Europa Central. En Europa del Este, la demanda continúa cayendo (- 6 %) debido a la situación política y económica de Rusia y Ucrania.
- En Norteamérica, la demanda en Estados Unidos está en crecimiento continuo desde inicios de año para los neumáticos vendidos por los miembros de la asociación americana de fabricantes (+ 4 %), mientras que los neumáticos chinos de importación se estabilizan en el segundo trimestre con la liquidación de los stocks de la distribución.
- En Asia (excluida la India), la demanda está en ligero retroceso globalmente (- 1 %). El mercado chino continúa dinámico (+ 9 %) en el semestre, aunque con un crecimiento ralentizado en el primer trimestre (+ 5 %), en comparación con años precedentes, y una progresión en el segundo trimestre (+ 11 %), favorecida por una base de comparación favorable en un contexto de fuerte incertidumbre acentuada por los fenómenos bursátiles actuales. La evolución del resto de mercados de la zona permanece limitada (- 2 %) en el primer semestre, con los mercados de Indonesia y Malasia mejor orientados y el mercado japonés (- 6 %) penalizado por la comparación con el comienzo de 2014 impulsado por las compras anticipadas por la subida del IVA.
- En Sudamérica, la demanda se incrementa en un 3 % en un entorno económico y político heterogéneo. Los mercados de Colombia, Chile, Centroamérica y Caribe progresan, mientras que el mercado brasileño se estabiliza, con una caída de las distancias recorridas y una bajada de las importaciones. La demanda retrocede en Argentina y Venezuela.

Camión (Mercados radial y diagonal)

Primer semestre 2015/2014 (Nº neumáticos)	Europa*	América del Norte	Asia (excluida India)	América del Sur	África/India/ Oriente Medio	Total
Primeros Equipos	+ 4 %	+ 17 %	- 23 %	- 42 %	+ 15 %	- 8 %
Reemplazo	- 3 %	+ 5 %	- 4 %	- 5 %	+ 2 %	- 2 %

*Incluyendo Rusia y Turquía

Segundo trimestre 2015/2014 (Nº neumáticos)	Europa*	América del Norte	Asia (excluida India)	América del Sur	África/India/ Oriente Medio	Total
Primeros Equipos	+ 7 %	+ 14 %	- 22 %	- 45 %	+ 11 %	- 8 %
Reemplazo	- 0 %	+ 6 %	- 3 %	- 7 %	+ 1 %	- 1 %

*Incluyendo Rusia y Turquía

Primeros Equipos

- En Europa, el mercado aumenta un 4 % hasta finales de junio. Se beneficia de una aceleración de la demanda en Europa Occidental (+ 9 %), mientras que continúa su caída en Europa del Este (- 24 %), en un contexto geopolítico y económico desfavorable.
- En Norteamérica, el mercado crece un 17 % en el semestre, gracias a una producción de vehículos sostenida en un entorno económico siempre favorable.
- En Asia (excluida la India), la demanda radial y diagonal baja un 23 %. En China, el mercado, que cae un 25 %, va ligado a la ralentización de la producción industrial. En el resto de la zona, la demanda retrocede un 14 %, con una importante caída en Indonesia y Corea, compensada en parte por el impulso en Tailandia sobre bases muy débiles.
- En Sudamérica, en un contexto económico muy difícil, el mercado cae un 42 %, penalizado en Brasil (- 44 %) por la parada masiva de producción de camiones y autobuses y el retroceso de las matriculaciones debido a la situación económica.

Reemplazo

- En Europa, el mercado disminuye un 3 % en los seis primeros meses del año. En Europa Occidental (+ 7 %), se ve impulsado por la favorable evolución de las toneladas/km, sin ningún efecto en esta etapa sobre los precios de los fletes, la fuerte caída en el segmento de recauchutado y, al final del período, por los anuncios de aumentos de precio de algunos fabricantes. En Europa del Este, continúa su caída (- 24 %), debido a las dificultades en Rusia.
- En América del Norte, el mercado permanece siempre bien orientado (+ 5 %), gracias a la demanda del transporte, que sigue fuerte en una economía dinámica.

- Los mercados de Asia (excluida la India), radial y diagonal, se estabilizan en una caída del 4 % en el semestre. En China, el mercado cae un 4 %, con una actividad de transporte penalizada por la ralentización del ritmo del crecimiento económico. En el resto de la zona, los mercados están globalmente en retroceso, con una caída significativa en Tailandia y Japón, donde el mercado sufre una acentuada bajada en comparación con el comienzo de 2014, que había crecido fuertemente antes de la subida del IVA.
- En Sudamérica, los mercados radial y diagonal caen un 5 %, con un descenso más acentuado en Brasil, en un contexto económico difícil.

Neumáticos de especialidades

- **Ingeniería civil:** El mercado de neumáticos para minería baja en relación con el año anterior, siempre penalizado por la continuidad de los ajustes de stock por parte de las compañías mineras y por el impacto negativo de la cotización de las materias primas a la baja sobre la actividad de extracción en algunas minas.

Los mercados de primer equipo continúan marginalmente orientados al alza en las zonas maduras.

Los mercados de neumáticos para infraestructuras y canteras progresan ligeramente en los países maduros, espoleados por Norteamérica.

- **Agricultura:** La demanda mundial en los mercados de Primeros Equipos está siempre en fuerte retroceso en los países maduros, afectada por la bajada de los precios de las materias primas agrícolas y un parque de maquinaria recientemente renovado.

El mercado de Reemplazo disminuye ligeramente en Europa y fuertemente en Norteamérica, afectado por la disminución de la rentas agrícolas.

- **Dos ruedas:** Los mercados de Moto están al alza en los países maduros, sostenidos por una distribución más optimista, especialmente en Europa.
- **Avión:** El mercado de neumáticos para aviones comerciales continúa su crecimiento, impulsado por el aumento en el tráfico de pasajeros.

Ventas netas de Michelin

Información por segmento

MILLONES DE EUROS	VENTAS NETAS		RESULTADO OPERATIVO ANTES DE NO RECURRENTES		MARGEN OPERATIVO ANTES DE NO RECURRENTES	
	PRIMER SEMESTRE 2015	PRIMER SEMESTRE 2014	PRIMER SEMESTRE 2015	PRIMER SEMESTRE 2014	PRIMER SEMESTRE 2015	PRIMER SEMESTRE 2014
TURISMO CAMIONETA Y DISTRIBUCIÓN ASOCIADA	5.860	5.167	632	588	10,8 %	11,4 %
CAMIÓN Y DISTRIBUCIÓN ASOCIADA	3.068	2.927	293	226	9,6 %	7,7 %
ACTIVIDADES DE ESPECIALIDADES	1.569	1.579	337	345	21,5 %	21,8 %
GRUPO	10.497	9.673	1.262	1.159	12,0 %	12,0 %

Turismo camioneta y distribución asociada

Las ventas netas del segmento operativo Turismo camioneta y distribución asociada se elevan a 5.860 millones de euros, en comparación con los 5.167 millones registrados en el mismo periodo de 2014, lo que significa un aumento del 13,4 %.

El resultado operativo antes de elementos no recurrentes alcanza los 632 millones de euros, es decir, un 10,8 % de las ventas netas, en comparación con los 588 millones de euros y el 11,4 % obtenidos en el primer semestre de 2014.

Los volúmenes logran un crecimiento del 7 %, muy superior al del mercado, alimentado, en Reemplazo, por el éxito de las nuevas gamas MICHELIN CrossClimate, MICHELIN Premier All-Season, BFGoodrich KO2 y BFGoodrich COMP-2, y en Primeros Equipos obtienen un aumento del 4 %, también superior al mercado. La evolución de los precios refleja la aplicación de las cláusulas de las materias primas en Primeros Equipos, así como un entorno competitivo que se acelera, especialmente en China. El efecto del mix de producto, muy favorable, se compensa por el mix de marca, relacionado con el fuerte crecimiento de las ventas de los segmentos *Tier 2* y *Tier 3*. En Europa, el Grupo ha anunciado subidas de precios en el segundo semestre para compensar el efecto de la bajada euro/dólar sobre los costes de las materias primas.

Camión y distribución asociada

Las ventas netas del segmento de Camión y distribución asociada alcanzan los 3.068 millones de euros, en comparación con los 2.927 millones de los seis primeros meses de 2014.

El resultado operativo antes de elementos no recurrentes se eleva a 293 millones de euros, lo que representa el 9,6 % de las ventas netas, en comparación con los 226 millones de euros y el 7,7 % de las ventas netas del primer semestre de 2014.

La mejora de la rentabilidad refleja, en primer lugar, el mantenimiento de los volúmenes, en ligero retroceso del 1 % sobre bases elevadas, superior a la bajada de los mercados de neumáticos de camión: el fuerte crecimiento en Primeros Equipos en las zonas maduras se conjuga con una buena resistencia de las ventas de recauchutados en un mercado en marcada caída, mientras que las nuevas gamas *Intermediate*, lanzadas en Norteamérica, Sudamérica, África, Oriente Medio y el Sudeste asiático, han encontrado una acogida favorable. El buen control de la actividad, especialmente en cuanto a posicionamiento del precio, aprovisionamiento de los mercados en crecimiento y del control de gastos, ha contribuido igualmente a que la rentabilidad continúe su recuperación. El Grupo ha anunciado también subida de precios en el segundo semestre en Europa.

Neumáticos de especialidades

Las ventas netas del segmento de Actividades de Especialidades alcanzaron los 1.569 millones de euros, lo que representa una estabilidad en relación con los 1.579 millones del primer semestre de 2014.

El resultado operativo antes de elementos no recurrentes se mantiene a un nivel estructuralmente elevado de 337 millones de euros, es decir, el 21,5 % de las ventas netas, en comparación con los 345 millones de euros y el 21,8 % del primer semestre de 2014.

Globalmente, la evolución de los volúmenes vendidos (- 5 %) es mejor que la del mercado, al tiempo que la liberación de stocks de las compañías mineras continúa en un contexto de mercados átonos de materias primas. En paralelo, el efecto retardado de los ajustes de precio relacionados con las cláusulas de indexación de las materias primas penaliza el margen unitario. Están previstas subidas de precio para los neumáticos agrícolas en Europa en el segundo semestre del año.

Compagnie Générale des Etablissements Michelin

La Compagnie Générale des Etablissements Michelin ha tenido un beneficio de 541 millones de euros en el primer semestre de 2015, tras un beneficio de 540 millones para los seis primeros meses del año 2014.

Las cuentas han sido presentadas al Consejo de Vigilancia en su reunión del 23 de julio de 2015. Los procedimientos de auditoría han sido realizados y el informe de auditoría ha sido emitido con fecha de 27 de julio de 2015.

Hechos destacados del primer semestre de 2015

- En el Rallye Dakar 2015, los neumáticos MICHELIN Latitude C y MICHELIN D15, en categoría Coche, los neumáticos MICHELIN Desert Race y MICHELIN Bibmousse, en categoría Moto, así como el neumático MICHELIN XZL+ en categoría Camión han demostrado las prestaciones MICHELIN Total Performance (21 de enero de 2015).
- Michelin y Air Liquide se unen a SNCF, Orange y Total para invertir en Ecomobility Ventures, un fondo de inversión europeo dedicado a la innovación en movilidad sostenible (27 de enero de 2015).
- Michelin coloca el año 2015 bajo el signo de las altas prestaciones y de la renovación sus gamas de neumáticos de moto "hypersport" y "circuit" (11 de febrero de 2015).
- Michelin presenta en el SIMA 2015 un mundo de innovaciones para enfrentarse a todos los desafíos agrícolas, demostrando su capacidad de innovación en todos los ámbitos, ya sea con servicios conectados o con la invención de nuevos tipos de neumáticos agrícolas (22-26 de febrero de 2015).
- Michelin North America comercializa 16 nuevas dimensiones del neumático BFGoodrich All-Terrain T/A KO2 (2 de marzo de 2015).
- Michelin recibe los premios "Proveedor del Año" e "Innovación del Año" por parte de John Deere & Company (10 de marzo de 2015).
- MICHELIN X[®] WORKS[™], nueva garantía contra daños de Michelin, gratuita, gestionada y activada on line, para transportistas en intermediaciones de obras en Europa (marzo de 2015).
- Michelin adquiere una participación del 40% en la sociedad Allopneus SAS por un montante de 60 millones de euros (14 de abril de 2015).
- Michelin consigue el título de "Proveedor del Año" de Boeing (16 de abril de 2015).
- Michelin decide el lanzamiento de un programa de compra de acciones por 750 millones de euros, escalonado de 18 a 24 meses (22 de abril de 2015).
- Michelin comercializa en los mercados europeos el MICHELIN CrossClimate, el primer neumático de verano en contar con la homologación para invierno (mayo de 2015).
- Michelin adquiere el 100 % de la compañía Blackcircles.com por 50 millones de libras esterlinas (6 de mayo de 2015).
- Michelin y Barito Pacific Group crean una *joint-venture* para producir caucho natural eco-responsable. Además, Michelin se compromete con la WWF para promover prácticas sostenibles en la industria del caucho natural y realizar varios proyectos de conservación y recuperación de la flora y la fauna de las regiones afectadas (18 de mayo de 2015).
- Michelin coloca con éxito una emisión de obligaciones por 300 millones de euros a 7 años y de 300 millones a 12 años (19 de mayo de 2015).

- **Michelin lanza MEMS (Michelin Earthmover Management System) Evolution3, un sistema evolucionado de captación y transmisión de datos sobre los neumáticos (15 de junio de 2015)**
- **Con motivo del Salón aeronáutico de Bourget, Michelin presenta su nueva gama de neumáticos MICHELIN Air X (15 de junio de 2015).**

La lista completa de los hechos destacados del primer semestre de 2015 está disponible en la web del Grupo: www.michelin.com/corporate

La presentación de los resultados del primer semestre de 2015 puede consultarse también en la página web <http://www.michelin.com/fre>.

CALENDARIO

Información de los nueve meses de 2015, hasta el 30 de septiembre:

Jueves, 22 de octubre de 2015 después del cierre de la bolsa

Ventas netas y resultados de 2015:

Martes, 16 de febrero de 2016 antes de la apertura de la bolsa

PUESTA A DISPOSICIÓN DE LA INFORMACIÓN FINANCIERA CORRESPONDIENTE AL PRIMER SEMESTRE 2015

El informe financiero del primer semestre 2015, en base a las cuentas cerradas el 30 de junio de 2015, está disponible en la dirección de Internet:

<http://www.michelin.com/fre>.

Igualmente se ha presentado ante la AMF (Autorité des Marchés Financiers).

Este documento comprende fundamentalmente:

- El informe de actividad a 30 de junio de 2015,
- Las cuentas consolidadas y los anexos de las cuentas,
- El informe de los comisarios de cuentas sobre la información financiera del primer semestre de 2015.

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, comercializa y distribuye neumáticos para todo tipo de vehículos. Michelin propone igualmente servicios digitales innovadores, como la gestión telemática de flotas de vehículos y herramientas de ayuda a la movilidad. Asimismo, 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 170 países, emplea a 112.300 personas en todo el mundo y dispone de 68 centros de producción implantados en 17 países diferentes. Michelin 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

