

Resultados financeiros do Grupo Michelin

Informação financeira correspondente a 30 de junho de 2015

Primeiro semestre de 2015: crescimento robusto e fluxo de caixa livre melhorado

Receitas até 8,5 %, de 10,497 milhões de euros

**Resultado operacional até 9 %, de 1262 milhões de euros
(12 % das vendas líquidas)**

Perspetivas 2015: orientação confirmada

- Os volumes subiram 2,4 %, superando os mercados
 - Vendas de pneus de carros de passageiros/camiões ligeiros superaram claramente o mercado
 - Os volumes dos negócios especializado e de pneus de camiões foram ligeiramente melhores do que os seus mercados
 - Crescimento mais rápido de trimestre para trimestre em mercados irregulares que eram fortes em economias maduras e estagnados na maioria dos novos mercados.
- Uma melhoria intertrimestral no composto de preço
 - Como era esperado, as alterações no composto de preço e nos preços das matérias-primas tiveram um efeito negativo líquido, refletindo em particular os ajustes de preço contratuais ao abrigo de cláusulas de indexação baseadas em matérias-primas, e em reposicionamentos controlados de preços.
- Uma melhoria de 132 milhões de euros em fluxo de caixa livre, excluindo a aquisição de Blackcircles.com e o investimento numa plantaçao de seringueira na Indonésia.



Jean-Dominique Senard, presidente do conselho de administração, disse: "A Michelin atingiu um forte crescimento na primeira metade do ano, alavancando o seu portfólio mais abrangente de soluções, expandindo o acesso a clientes e capturando a crescente procura nos mercados tradicionais. O sucesso das nossas linhas mais recentes, como a MICHELIN CrossClimate e os novos pneus BFGoodrich, bem como as nossas posições fortalecidas no segmento de equipamento original, confirmam a importância da inovação para o crescimento do Grupo. Combinada com a implementação esperada do plano de competitividade, a Michelin pode confirmar a sua orientação para todo o ano."

Perspetivas para 2015

Dado que se espera a manutenção da tendência de crescimento da procura de pneus em regiões maduras, mas de desafio em mercados novos, o objetivo da Michelin para a segunda metade é prosseguir as tendências de crescimento observadas nos primeiros seis meses do ano. Espera-se que mudanças no composto de preço e nos preços das matérias-primas tenham um efeito negativo líquido sobre os negócios sujeitos a cláusulas contratuais de indexação de matérias-primas e um efeito líquido neutro nos restantes, ao longo de todo o ano. O desenvolvimento sustentável do plano de competitividade ajudará a desviar a inflação de custos ao longo do ano.

O Grupo confirma o seu objetivo de fornecer um aumento do resultado operacional antes de resultados não recorrentes, excluindo o efeito monetário, um retorno de capital empregado superior a 11 %, e fluxo estrutural de caixa livre de mais de 700 milhões de euros, ao mesmo tempo que prossegue um programa de despesa de capital que totaliza cerca de 1,8 mil milhões de euros.



(EM MILHÕES DE EUROS)	Primeiro semestre 2015	Primeiro semestre 2014 comunicado
VENDAS LÍQUIDAS	10 497	9673
RESULTADO OPERACIONAL ANTES DE ITENS NÃO RECORRENTES	1262	1159
MARGEM OPERACIONAL ANTES DE ITENS NÃO RECORRENTES	12 %	12 %
PNEUS DE CARROS DE PASSAGEIROS/CAMIÕES LIGEIROS E DISTRIBUIÇÃO RELACIONADA	10,8 %	11,4 %
PNEUS DE CAMIÕES E DISTRIBUIÇÃO RELACIONADA	9,6 %	7,7 %
NEGÓCIOS DE ESPECIALIDADE	21,5 %	21,8 %
RESULTADO OPERACIONAL APÓS ITENS NÃO RECORRENTES	1245	1072
LUCRO LÍQUIDO	707	624
RESULTADOS POR AÇÃO (em €)	3,79	3,34
DESPESA DE CAPITAL (excluindo aquisições)	632	703
DÍVIDA LÍQUIDA	1798	892
ALAVANCAGEM	18 %	9 %
OBRIGAÇÕES DE BENEFÍCIOS DOS EMPREGADOS	4780	4025
FLUXO DE CAIXA LIVRE ¹ (excluindo aquisições)	(100)	(232)
COLABORADORES EM FUNÇÕES ²	112 600	111 700

¹ Fluxo de caixa livre: valor líquido de atividades operacionais menos o valor líquido de atividades de investimento

² No final do período



Análise de mercado

Pneus de carros de passageiros/camiões ligeiros

Primeiro semestre de 2015 % mudança de ano para ano (em número de pneus)	EUROPA*	AMÉRICA DO NORTE	ÁSIA (EXCLUINDO A ÍNDIA)	AMÉRICA DO SUL	ÁFRICA/ÍNDIA/ MÉDIO ORIENTE	TOTAL
Equipamento original	+3 %	+3 %	-1 %	-14 %	+4 %	+0 %
Substituição	+3 %	+0 %	+3 %	+3 %	+4 %	+2 %

Segundo trimestre de 2015 % mudança de ano para ano (em número de pneus)	EUROPA*	AMÉRICA DO NORTE	ÁSIA (EXCLUINDO A ÍNDIA)	AMÉRICA DO SUL	ÁFRICA/ÍNDIA/ MÉDIO ORIENTE	TOTAL
Equipamento original	+2 %	+5 %	-4 %	-16 %	-1 %	-1 %
Substituição	+4 %	+5 %	+7 %	+4 %	+4 %	+5 %

* Incluindo a Rússia e a Turquia

Equipamento original

- O mercado europeu de equipamento original teve um crescimento global de 3 % durante o primeiro semestre, refletindo um aumento de 5 % na Europa ocidental, liderado por uma retoma na produção de fabricantes automóveis e uma queda de 22 % na Europa de leste, num ambiente económico e monetário persistentemente difícil.
- O mercado norte-americano expandiu-se 3 % ao longo desse período, em linha com a crescente procura de veículos, impulsionado pelos baixos preços de combustíveis, pelos termos de financiamento atrativos e pelas campanhas promocionais agressivas.
- Na Ásia (excluindo a Índia), a procura geral foi praticamente estável ao longo dos primeiros seis meses do ano. Apesar do abrandamento de junho, o mercado chinês terminou o período chegando aos 5 %, com um declínio no segmento de pneus *sedan* e um crescimento sustentável no segmento dos SUV. Os outros mercados regionais continuaram a prosseguir uma trajetória descendente, perdendo 8 % ao longo do período, primariamente devido à queda da procura na Tailândia, mas também porque o mercado japonês passou novamente às tendências a longo prazo. Por outro lado, o número japonês refletiu a comparação com o primeiro semestre de 2014, quando o crescimento foi elevado pelas vendas antes de um aumento da taxa de IVA.
- Na América do Sul, o mercado recuou 14 % no primeiro semestre, arrastado pelo forte declínio na produção de automóveis, num ambiente económico diverso.



Substituição

- O mercado europeu de pneus de substituição apresentou uma expansão geral de 3 %, face ao ano anterior, já forte. Na Europa Ocidental, as fortes vendas em junho, antes das anunciadas subidas de preços por toda a indústria, incitaram um ganho de 5 % ao longo do primeiro semestre, com declínios no Reino Unido e na Alemanha, e uma recuperação na Turquia e nos países do sul da Europa Central. O mercado da Europa de Leste continuou a contrair, perdendo 6 % devido à situação política e económica da Rússia e da Ucrânia.
- Na América do Norte, a procura dos EUA tem apresentado uma expansão constante desde o início do ano para pneus vendidos por membros da Associação de Fabricantes de Borracha (até 4 %), enquanto as importações chinesas estabilizaram no segundo trimestre, quando os revendedores reduziram o inventário.
- A procura na Ásia (excluindo a Índia) contraiu ligeiramente, em geral na ordem de 1 %. O mercado chinês gozou de maior dinamismo, ganhando 9 % ao longo do primeiro semestre. Porém, o crescimento ano após ano foi sendo cada vez mais lento no primeiro trimestre, em relação aos anos anteriores, começando a 5 % antes da subida de 11 % no segundo trimestre, elevada por comparativos favoráveis do ano anterior, num clima de profunda incerteza, exacerbado pelas atuais condições do mercado bolsista. A procura no resto da região diminuiu uns ainda uns limitados 2 %, ainda que os mercados indonésio e malásio se tenham saído melhor. O Japão observou uma contração de 6 % devido à comparação com o primeiro semestre de 2014, que beneficiou de compras realizadas antes do aumento do IVA no dia 1 de abril.
- A procura na América do Sul aumentou 3 % num ambiente económico e político diverso. Os mercados melhoraram na Colômbia, no Chile, na América Central e nas Caraíbas, mas estabilizaram no Brasil, com poucos quilómetros percorridos e menores importações. A procura recuou na Argentina e na Venezuela.

Pneus de camião (radiais e diagonais)

Primeira metade 2015 Ano a ano (em número de pneus)	EUROPA*	AMÉRICA DO NORTE	ÁSIA (EXCLUINDO ÍNDIA)	AMÉRICA DO SUL	ÁFRICA/ÍNDIA/ MÉDIO ORIENTE	TOTAL
Equipamento original	+4%	+17%	-23%	-42%	+15%	-8%
Substituição	-3%	+5%	-4%	-5%	+2%	-2%

Segundo trimestre 2015 Ano a ano (em número de pneus)	EUROPA*	AMÉRICA DO NORTE	ÁSIA (EXCLUINDO ÍNDIA)	AMÉRICA DO SUL	ÁFRICA/ÍNDIA/ MÉDIO ORIENTE	TOTAL
Equipamento original	+7%	+14%	-22%	-45%	+11%	-8%
Substituição	-0%	+6%	-3%	-7%	+1%	-1%

* Incluindo Rússia e Turquia



Equipamento original

- O mercado europeu cresceu em 4% na primeira metade, impulsionado por uma aceleração de 9% na Europa Ocidental. Contudo, a procura continuou a diminuir na Europa de Leste, onde a instável situação geopolítica e económica provocou uma queda de 24%
- Na América do Norte, o Mercado cresceu 17% durante esse período, enquanto a produção de camiões manteve o seu crescimento numa conjuntura económica favorável.
- A procura de pneus radiais e diagonais na Ásia diminuiu um total de 23% (excluindo a Índia). O mercado chinês caiu 25%, refletindo o abrandamento da produção industrial. No resto da região, a procura diminuiu um total de 14%, com quedas acentuadas na Indonésia e Coreia do Sul, parcialmente contrabalançadas por uma retoma na Tailândia, que começou o ano com valores comparativos muito baixos.
- Envolvido numa conjuntura económica muito difícil, o Mercado da América do Sul caiu a pique 42%, arrastado pela queda de 44% no Brasil, onde as condições económicas conduziram ao encerramento maciço da produção de camiões e autocarros e a um colapso nas matrículas.

Substituição

- O mercado Europeu diminuiu no geral 3% durante os primeiros seis meses do ano. E a procura aumentou 7% na Europa Ocidental, devido ao aumento de toneladas transportadas/km (que ainda não teve impacto nas taxas de transportes), à queda acentuada no setor dos pneumáticos recauchutados e, no fim do período, ao anúncio do aumento de preços por parte de determinados fabricantes de pneus. O mercado continuou em queda na Europa de Leste, caindo 24%, devido à difícil situação da Rússia.
- Na América do Norte, o mercado manteve-se forte, crescendo 5% graças à procura sustentada de serviços de transportes numa economia vigorosa.
- Na Ásia (excluindo a Índia), a procura por pneus radiais e diagonais de substituição desceu 4% durante este período. O mercado chinês retraiu-se 4% e o arrefecimento da economia afetou a procura. Os mercados no resto da região também diminuíram, com especial declínio na Tailândia e no Japão, onde a procura sofreu uma queda acentuada dos valores da primeira metade de 2014 antes do aumento do IVA.
- O Mercado de substituição radial e diagonal da América do Sul contraiu 5% e a uma maior escala no Brasil, que enfrenta uma conjuntura económica mais adversa.

Pneus especiais

- **Engenharia civil:** o mercado de pneus para minaria baixou os níveis da primeira metade de 2014, enquanto as companhias de extração continuaram a ajustar os seus inventários de pneus e as operações nalgumas minas foram reduzidas como consequência da diminuição dos preços dos produtos.



A procura continuou a crescer em mercados maduros.

A procura por pneus usados em infraestruturas e pedreiras aumentou ligeiramente em mercados maduros, encabeçada pela América do Norte.

- **Pneus agrícolas:** A procura global refletiu um grande enfraquecimento contínuo em mercados maduros, assim como as consequências na redução dos preços dos produtos agrícolas e a venda extensiva de maquinaria agrícola de substituição nos últimos anos.

O mercado de substituição recuou ligeiramente na Europa e mais agressivamente na América do Norte devido à diminuição das receitas agrícolas.

- **Pneus para motocicletas:** os mercados de pneus de motocicletas aumentaram em geografias maduras, apoiados pelo otimismo dos concessionários, especialmente na Europa.
- **Pneus de aviação:** a procura no setor de aviação comercial continuou a crescer, impulsionada pelo aumento do fluxo de passageiros.

Vendas líquidas e Resultados de Michelin

Vendas líquidas

As vendas líquidas nos primeiros seis meses de 2015 perfizeram um total de €10,497 milhões, representando um aumento de 8,5% comparativamente com o período do ano anterior que foi atribuível ao impacto líquido dos seguintes fatores:

- O aumento de 2,4% dos volumes do mercado, impulsionado pela aceleração esperada no crescimento trimestral, pelo desempenho da marca MICHELIN e pela recuperação das outras marcas.
- A queda de 4,3% no composto de preço decorrente da aplicação das cláusulas de indexação e o reposicionamento controlado dos preços. Contudo, como esperado, este efeito melhorou durante o segundo trimestre.
- Os importantes 10,2% de efeitos favoráveis da moeda, refletindo o declínio do euro contra as principais moedas operacionais do Grupo.
- O aumento de 0,5% resultante de mudanças no âmbito da consolidação.

Resultados

O resultado operacional consolidado antes de itens não recorrentes atingiu os €1,262 milhões ou 12,0% de vendas líquidas, mais €103 milhões dos €1,159 milhões e 12,0% registados na primeira metade de 2014. Despesas líquidas antes de itens não recorrentes num valor de €17 milhões, correspondentes ao custo contínuo das organizações do Grupo alinhadas com a conjuntura do mercado prevalecente.

Excluindo os €302 milhões de efeito positivo da moeda, o resultado operativo antes de itens não recorrentes reflete fundamentalmente o aumento de €86 milhões no volume de crescimento e os €426 milhões de impacto negativo líquido da gestão ativa no composto de



preços, dados os €228 milhões de ganho decorrentes dos preços baixos da matéria-prima. Reflete igualmente o esperado aumento de €74 milhões nos custos das depreciações e amortizações, e o aumento de €90 milhões nos custos de produção e outras despesas, assim como o ganho de €64 milhões da implantação contínua do plano de competitividade e o anúncio da redução de €49 milhões em custos iniciais.

Em suma, o resultado líquido para o período alcançou os €707 milhões.

Posição financeira líquida

O fluxo de caixa livre terminou na primeira metade com €100 milhões negativos, antes das aquisições, um aumento de €132 milhões de acordo com o objetivo da totalidade do ano. O Grupo realizou aquisições num valor total de 119 milhões para o período, nomeadamente formando uma parceria com o Barito Pacific Group para produzir borracha natural ecorresponsável na Indonésia, e adquirir todas as ações da Blackcircles.com. Além destas aquisições, a despesa de capital perfez um total de €632 milhões para o período.

Tendo em conta o fluxo de caixa livre negativo, as aquisições, a recompra de ações próprias e a emissão de obrigações no valor de €600 milhões em frações de 7 anos e de 12 anos, **a alavancagem manteve-se a 18%** em 30 de junho de 2015, correspondendo a um endividamento líquido de €1,798 milhões, comparando com os 7% e €707 milhões de 31 de dezembro de 2014.

Informação do setor

em € milhões	VENDAS LÍQUIDAS		RESULTADO OPERACIONAL ANTES DE ITENS NÃO RECORRENTES		MARGEM OPERACIONAL ANTES DE ITENS NÃO RECORRENTES	
	H1 2015	H1 2014	H1 2015	H1 2014	H1 2015	H1 2014
PNEUS DE CARROS DE PASSAGEIROS /CAMIÕES LIGEIOS E DISTRIBUIÇÃO RELACIONADA	5,860	5,167	632	588	10.8%	11.4%
PNEUS DE CAMIÕES E DISTRIBUIÇÃO RELACIONADA	3,068	2,927	293	226	9.6%	7.7%
NEGÓCIOS DE ESPECIALIDADE	1,569	1,579	337	345	21.5%	21.8%
GRUPO	10,497	9,673	1,262	1,159	12.0%	12.0%

Pneus de carros de Passageiros/camiões ligeiros e distribuição relacionada

As vendas líquidas no setor dos Pneus de Carros de Passageiros e Camiões Ligeiros e Distribuição Relacionada aumentou 13,4% na primeira metade de 2015, passou de €5,860 milhões a €5,167 milhões do ano anterior.

Consequentemente, o resultado operacional antes de itens não recorrentes perfez €632 milhões ou 10,8% de vendas líquidas, comparando com os €588 milhões e 11,4% registados na primeira metade de 2014.



As tonelagens aumentaram em 7%, ultrapassando rapidamente o mercado, graças ao sucesso do novo MICHELIN CrossClimate, MICHELIN Premier All-Season, BFGoodrich KO2 e BFGoodrich COMP-2 em mercados de substituição e o ganho de 4% no mercado do setor do equipamento original. As variações de preço refletiram a aplicação das cláusulas de indexação na matéria-prima no setor e de um cenário competitivo cada vez mais agressivo, especialmente na China. O impacto altamente favorável da gama de produtos foi atenuado pela mudança na gama da marca decorrente do grande crescimento das vendas nos setores Tier 2 e Tier 3. Na Europa, o aumento dos preços foi anunciado na segunda metade para contrabalançar o impacto da queda do euro em relação ao dólar nos preços da matéria-prima.

Pneus de camiões e distribuição relacionada

As vendas líquidas no setor dos Pneus de Camiões e Distribuição Relacionada mantiveram-se nos €3,068 milhões contra os €2,927 dos primeiros seis meses de 2014.

O resultado operacional antes de itens não recorrentes atingiu os €293 milhões ou 9,6% de vendas líquidas contra os €226 milhões e 7,7% registados no ano anterior.

A melhoria da margem foi principalmente impulsionada por volumes persistentes, que bateram o mercado com apenas uma ligeira diminuição de 1% comparando com os valores elevados do ano anterior. O forte crescimento nas vendas em regiões maduras foi suportado por vendas persistentes de recauchutados num mercado a sofrer um declínio significativo, enquanto as novas linhas intermediárias introduzidas na América do Norte, América do Sul, região de África e Médio Oriente e Sudeste Asiático tiveram um arranque favorável. Uma gestão eficiente do negócio, especialmente nas áreas de posicionamento de preço, fornecimento de mercados em crescimento e controlo de custos também contribuíram para o aumento sustentado na margem de desempenho. Adicionalmente, foram anunciados aumentos de preços na Europa na segunda metade.

Negócios de especialidade

As vendas líquidas no Negócio de Especialidade mantiveram-se nos €1,569 milhões durante o período, isto é, virtualmente inalteradas quando comparadas com os €1,579 milhões registados no ano anterior.

O resultado operacional antes de itens não recorrentes para os negócios de Especialidade manteve-se estruturalmente elevado na primeira metade de 2015, €1,579 milhões de vendas líquidas, comparando com os €345 milhões e 21,8% do mesmo período do ano anterior.

Em suma, a queda de 5% nos volumes é ligeiramente melhor do que o mercado, ao mesmo tempo as companhias de mineração continuaram a reduzir o inventário e os mercados de produtos mantiveram níveis baixos. Ao mesmo tempo, as unidades de margem foram esmagadas pelo impacto retardado dos ajustes dos preços ao abrigo das cláusulas de indexação da matéria-prima. Na segunda metade do trimestre, serão introduzidos aumentos nos pneus agrícolas na Europa.



A Compagnie Générale des Etablissements Michelin

A Compagnie Générale des Etablissements Michelin terminou o primeiro ano com um resultado líquido de €541 milhões, comparando com os €540 milhões nos primeiros seis meses de 2014.

Os relatórios financeiros foram apresentados ao Conselho Fiscal na reunião de 23 de julho de 2015. Foi realizada uma auditoria e o relatório dos auditores foi emitido em 27 de julho de 2015.



Destaques do primeiro semestre de 2015

- A estratégia Michelin Total Performance foi demonstrada durante o Dakar de 2015, com prestações de excelência dos pneus para automóveis MICHELIN Latitude C e MICHELIN D15, dos pneus para motos MICHELIN Desert Race com anéis MICHELIN Bib mousse e dos pneus para camiões MICHELIN XZL+ (21 de janeiro)
- A Michelin e a Air Liquide uniram esforços com a SNCF, a Orange e a Total para investirem na Ecomobility Ventures, um fundo de investimento europeu dedicado à inovação na área da mobilidade sustentável (27 de janeiro)
- Na sua busca pelo alto desempenho, a Michelin anunciou planos para o lançamento de novos pneus para motos "hypersport" e "track" em 2015 (11 de fevereiro)
- Na feira SIMA 2015, a Michelin demonstrou a diversidade das suas capacidades de inovação para superar desafios na atual indústria agrícola, em áreas tão distintas como os serviços relacionados e a invenção de novos pneus agrícolas (22-26 de fevereiro)
- A Michelin North America lançou 16 novos tamanhos do pneu BFGoodrich All-Terrain T/A KO2 (2 de março)
- A Michelin conquistou os prémios para "Fornecedor do Ano" e "Inovação do Ano" da Deere & Company (10 de março)
- A Michelin lançou a garantia de danos gratuita MICHELIN X[®] WORKS[™] que é gerida e ativada através da Internet para as atividades de fornecimento dos espaços de trabalho dos operadores de camiões na Europa (março)
- A Michelin adquiriu uma participação de 40% na Allopneus SAS por € 60 milhões (14 de abril)
- A Michelin foi eleita "Fornecedor do Ano" pela Boeing (16 de abril)
- Um programa de recompra de ações no valor de €750 milhões será implementado ao longo de um período de 18 a 24 meses (22 de abril)
- O MICHELIN CrossClimate, o primeiro pneu de verão certificado para uso no inverno, foi introduzido nos mercados europeus (maio)
- A Michelin adquiriu todas as ações em circulação da Blackcircles.com por um valor de £ 50 milhões (6 de maio)
- A Michelin e o Barito Pacific Group criaram uma parceria com vista à produção de uma borracha natural ecologicamente responsável. Ao mesmo tempo, a Michelin uniu esforços com a WWF para promover práticas sustentáveis para a indústria da borracha natural e para realizar diversos projetos direcionados para a proteção e recuperação da fauna e flora nas regiões afetadas (18 de maio)
- A Michelin efetuou, com sucesso, uma emissão obrigacionista constituída por uma parcela de € 300 milhões a 7 anos e uma parcela de € 300 milhões a 12 anos (19 de maio)
- A Michelin lançou o MEMS (Michelin Earthmover Management System) Evolution3, um sistema avançado de captação e transmissão de dados relacionados com pneus (15 de junho)
- A Michelin apresentou a sua nova gama de pneus MICHELIN Air X no Festival Aéreo de Paris (15 de junho)



Poderá encontrar uma descrição completa dos destaques do primeiro semestre de 2015 no website da Michelin: <http://www.michelin.com>

APRESENTAÇÃO E TELECONFERÊNCIA

Os resultados do primeiro semestre de 2015 serão analisados em conjunto com analistas e investidores durante uma teleconferência realizada hoje, terça-feira, 28 de julho pelas 11:00h, CEST. A conferência será realizada em inglês, com interpretação simultânea em francês. Caso pretenda participar, marque um dos seguintes números a partir das 10:50h, CEST:

- Em França 01 70 77 09 30 (francês)
- Em França 01 70 77 09 41 (inglês)
- No Reino Unido (0) 207 107 1613 (inglês)
- Na América do Norte +1 (877) 642 3018 (inglês)
- No resto do mundo +44 (0) 207 107 1613 (inglês)

A apresentação dos resultados do primeiros semestres de 2015 pode ser consultada em <http://www.michelin.com/eng>. O website também inclui informações práticas relativas à teleconferência.

CALENDÁRIO PARA OS INVESTIDORES

- **Informação financeira para os nove meses findos a 30 de setembro de 2015:**
Quinta-feira, 22 de outubro de 2015 após o fecho dos mercados.
- **Vendas e resultados líquidos de 2015:**
Terça-feira, 16 de fevereiro de 2016 antes da abertura dos mercados.

RELATÓRIO FINANCEIRO INTERCALAR DE 2015

O relatório financeiro intercalar relativo aos seis meses findos a 30 de junho de 2015 pode ser transferido a partir de: <http://www.michelin.com/eng>

Também foi arquivado junto da Autorité des marchés financiers (AMF).

Inclui, em particular:

- A revisão operacional relativa aos seis meses findos a 30 de junho de 2015.
- As demonstrações financeiras consolidadas e notas.
- O relatório do auditor sobre a informação financeira relativa aos seis meses findos a 30 de junho de 2015.

EXONERAÇÃO DE RESPONSABILIDADE

Este comunicado de imprensa não é uma oferta de compra nem uma solicitação para recomendar a compra de ações da Michelin. Para obter informações mais detalhadas sobre a Michelin, consulte os documentos arquivados em França junto da Autorité des marchés financiers, que estão igualmente disponíveis no website www.michelin.com/eng. Este comunicado de imprensa poderá conter algumas declarações prospetivas. Embora a empresa acredite que estas declarações são baseadas em pressupostos razoáveis no momento da publicação deste documento, estas estão, por natureza, sujeitas a riscos e contingências que possam traduzir-se numa diferença entre os dados reais e as previsões realizadas ou inferidas por tais 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, comercializa e distribui pneus para todo o tipo de viaturas. A Michelin propõe igualmente serviços digitais inovadores, como a gestão telemática de frotas de viaturas e ferramentas de ajuda à mobilidade. De igual modo, edita guias turísticos, de hotéis e restaurantes, mapas e Atlas de estradas. O Grupo, que tem a sede em Clermont-Ferrand (França), está presente em 170 países, emprega 112.300 pessoas em todo o mundo e tem 68 centros de produção implantados em 17 países diferentes. A Michelin 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

