

Resultados financieros del Grupo Michelin

Información financiera correspondiente a 30 de septiembre de 2015

Tercer trimestre de 2015: Michelin anuncia unas ventas netas de 15.800 millones de euros, con un crecimiento del 8,6% y un aumento de los volúmenes superior a los mercados

Tendencias para 2015 confirmadas

- **Volúmenes en alza del 2,8 %, mayor que los mercados:**
 - Crecimiento de las actividades de Turismo Camioneta siempre superiores a los mercados.
 - Volúmenes de las actividades de Camión y Especialidades ligeramente superiores que sus mercados.
- **Mejora del efecto del mix de precios, trimestre tras trimestre, como se esperaba.**
- **Aceleración de los efectos de plan de competitividad, con 167 millones de euros de ganancia a finales de septiembre.**

VENTAS NETAS (MILLONES DE EUROS)	3 ^{er} trimestre			Nueve primeros meses		
	2015	2014	% Variación	2015	2014	% Variación
TURISMO, CAMIONETA Y DISTRIBUCIÓN ASOCIADA	2.978	2.592	+ 14,9 %	8.838	7.759	+ 13,9 %
CAMIÓN Y DISTRIBUCIÓN ASOCIADA	1.607	1.576	+ 2,0 %	4.675	4.503	+ 3,8 %
ACTIVIDADES DE ESPECIALIDADES ¹	724	717	+ 1,0 %	2.294	2.296	- 0,1 %
TOTAL GRUPO	5.309	4.885	+ 8,7 %	15.806	14.558	+ 8,6 %

¹ Neumáticos de ingeniería civil, agrícolas, dos ruedas y avión; Michelin Travel Partner y Michelin Lifestyle.

Perspectivas confirmadas para 2015

Para finales de año, los mercados de neumáticos deberían seguir las tendencias observadas desde principios de 2015. Gracias a su equilibrado posicionamiento geográfico, el Grupo Michelin mantiene su objetivo de crecimiento en volumen superior al de sus mercados para el conjunto del año.

El seguimiento del plan de competitividad permitirá compensar la inflación de los costes en el año. El Grupo confirma su objetivo de resultado operativo antes de elementos no recurrentes en crecimiento, sin incluir 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 1,8 millones de euros.

En el total del año 2015, y en relación con 2014, el margen operativo antes de elementos no recurrentes del segmento Turismo camioneta debería estar al alza, en el segmento Camión deberían situarse en progreso neto, mientras que en el Actividades de especialidades estaría en retroceso limitado.

Evolución del mercado

Turismo y Camioneta

Nueve meses 2015/2014 (Nº neumáticos)	Europa, incluyendo Rusia y CEI*	Europa, sin Rusia y CEI*	América del Norte	Asia (excluida la India)	América del Sur	África/India/ Oriente Medio	Total
Primeros Equipos	+ 4 %	+ 6 %	+ 4 %	- 3 %	- 17%	+ 5 %	+ 0 %
Reemplazo	+ 2 %	+ 3 %	+ 1 %	+ 3 %	+ 2%	+ 4 %	+ 2 %

*Incluyendo Turquía

Tercer Trimestre 2015/2014 (Nº neumáticos)	Europa, incluyendo Rusia y CEI*	Europa, sin Rusia y CEI*	América del Norte	Asia (excluida la India)	América del Sur	África/India/ Oriente Medio	Total
Primeros Equipos	+ 5 %	+ 8 %	+ 6 %	- 7 %	- 22%	+ 10 %	- 1 %
Reemplazo	- 1 %	+ 1 %	+ 3 %	+ 5 %	+ 3%	+ 4 %	+ 2 %

*Incluyendo Turquía

Primeros Equipos

- En Europa, el mercado, al alza en un 4 % globalmente en los nueve meses, registra un crecimiento del 6 % en Europa Occidental, gracias al impulso de demanda de turismos, y una caída del 25 % en Europa del Este, en un contexto económico y monetario siempre difícil.
- En Norteamérica, el mercado progresa un 4 % hasta finales de septiembre, siempre sostenido por la demanda de camionetas y de SUV, así como por el bajo precio de los carburantes.
- En Asia (excluida la India), la demanda global retrocede en un 3 % en los nueve primeros meses. En China, donde se invirtió el mercado durante el verano, la demanda permanece estable en los 9 meses, con un descenso del 8 % en el 3^{er} trimestre y altos stocks en la distribución de automóviles. Los otros mercados de la zona (- 7 %) permanecen orientados a la baja, en un contexto socioeconómico deprimido.
- En Sudamérica, la demanda cae fuertemente (- 17 %) en el primer semestre, marcada por el efecto de una fuerte caída de la producción de vehículos). Ciertos fabricantes de neumáticos continúan orientando sus productos de Primera Monta hacia el mercado de Reemplazo con el fin de reducir sus stocks.

Reemplazo

- En Europa, el mercado aumenta globalmente un 2 % hasta finales de septiembre. En Europa Occidental, se incrementa un 3 %, con un retroceso del 6 % en el segmento de Invierno. En Europa del Este, la demanda se estabiliza en niveles débiles (- 8 %) debido a la situación política y económica en Rusia y Ucrania.
- En Norteamérica, la demanda, en crecimiento del 1 % a finales de septiembre, refleja la dinámica del mercado mexicano. En Estados Unidos, donde el precio de los carburantes sigue bajando y las distancias recorridas crecen en torno al 4 % en los últimos 12 meses, el mercado, casi estable, combina un crecimiento continuo desde comienzos de año para los neumáticos vendidos por los grupos miembros de la asociación americana de fabricantes (+ 5 %), con la caída de un 17 % de los neumáticos importados de China y la liquidación de los stocks de la distribución.
- En Asia (excluida la India), los mercados progresan globalmente un 3 %. El mercado chino continúa dinámico (+ 8 %). Los otros mercados de la zona, fuertemente competitivos, dependientes de las exportaciones y penalizados por el contexto económico, experimentan una evolución limitada (- 1 %) hasta finales de septiembre, con un contraste entre Japón/Corea del Sur en retroceso y el dinamismo de Indonesia, Malasia y Tailandia.
- En Sudamérica, a pesar de la fuerte desaceleración económica en la región, el mercado, al alza en un 2% al cierre de septiembre, mantiene su dinamismo de crecimiento, con una caída de las importaciones.

Camión (Mercados radial y diagonal)

Nueve meses 2015/2014 (Nº neumáticos)	Europa, incluyendo Rusia y CEI*	Europa, sin Rusia y CEI*	América del Norte	Asia (excluida la India)	América del Sur	África/India/Oriente Medio	Total
Primeros Equipos	+ 5 %	+ 10 %	+ 12 %	- 17 %	- 46%	+ 16 %	- 6 %
Reemplazo	- 2 %	+ 8 %	+ 3 %	- 3 %	- 6%	+ 1 %	- 1 %

*Incluyendo Turquía

Tercer Trimestre 2015/2014 (Nº neumáticos)	Europa, incluyendo Rusia y CEI*	Europa, sin Rusia y CEI*	América del Norte	Asia (excluida la India)	América del Sur	África/India/Oriente Medio	Total
Primeros Equipos	+ 7 %	+ 11 %	+ 5 %	- 5 %	- 53%	+ 17 %	- 2 %
Reemplazo	+ 1 %	+ 10 %	+ 0 %	- 2 %	- 5%	+ 2 %	- 1 %

*Incluyendo Turquía

Primeros Equipos

- En Europa, el mercado aumenta un 5 % en los nueve meses, con una demanda más dinámica en Europa Occidental (+ 10 %), mientras que continúa fuertemente deprimida en Europa del Este (- 23 %), en un contexto político y económico desfavorable.
- En Norteamérica, incluso a pesar de experimentar una desaceleración en el último trimestre, el mercado progresa un 12 % hasta final de septiembre, en un entorno económico siempre favorable.
- En Asia (excluida la India), la demanda radial y diagonal baja un 17 %. En China, el mercado está a la baja en un 18 %, en un contexto de menor crecimiento industrial. En el resto países de la zona, la demanda retrocede un 14 %.
- En Sudamérica, el mercado cae un 46 %, con el hundimiento de Brasil (- 49 %) por la recesión económica y la producción de camiones más baja en 10 años.

Reemplazo

- En Europa, el mercado retrocede un 2 % en los nueve primeros meses. En Europa Occidental, el mercado de neumáticos nuevos crece un 8 %, sobre una base de comparación favorable, pero continúa por debajo de su nivel de 2007; los mercados de recauchutado, en fuerte caída, soportan la competencia de los neumáticos nuevos de origen asiático en un contexto de costes de materias primas poco elevados. En Europa del Este, el mercado continúa su caída (- 18 %), debido a las dificultades en Rusia.
- En América del Norte, el mercado continúa su dinámica de crecimiento (+ 3 % en los nueve meses) en una economía siempre dinámica.

- Los mercados de Asia (excluida la India) radial y diagonal, caen un 4 % a finales de septiembre. En China, el mercado se contrae un 2 %, en línea con la mayor eficiencia de la actividad de transporte y la ralentización de la economía. En el resto de la zona, los mercados están globalmente en retroceso del 3 %, en un contexto de fuerte presión sobre los precios y la debilidad de la economía.
- En Sudamérica, los mercados radial y diagonal caen un 6 % hasta fin de septiembre, con un descenso más acentuado en Brasil, en un contexto económico particularmente difícil.

Neumáticos de especialidades

- **Ingeniería civil:** El mercado de neumáticos para minería continúa bajando, siempre penalizado por la disminución de stock en las minas y por la reducción del consumo de neumáticos (extracción en retroceso y esfuerzos de productividad en las minas).

Los mercados de primer equipo continúan marginalmente orientados al alza en las zonas maduras. En China, experimentan una fuerte caída.

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

- **Agricultura:** La demanda en los mercados de Primeros Equipos está 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 caída de ingresos de los agricultores y una maquinaria renovada.

- **Dos ruedas:** Los mercados de Moto y scooter están al alza en los países maduros y en los emergentes.
- **Avión:** El mercado de neumáticos para aviones comerciales continúa su crecimiento, impulsado por el aumento en el tráfico de pasajeros.

Ventas netas de Michelin

Evolución global

(MILLONES DE EUROS)	3 ^{er} trimestre 2015		Nueve primeros meses 2015	
VENTAS NETAS	5.309		15.806	
	Variación T3 2015 / T3 2014		Variación 9 meses 2015 / 2014	
Variación total	+ 424	+ 8,7%	+ 1.248	+ 8,6 %
Volúmenes*	+ 172	+ 3,5 %	+ 408	+ 2,8 %
Mix/precios	- 123	- 2,4 %	- 554	- 3,7 %
Variación tasa de cambio	+ 285	+ 5,7%	+ 1.256	+ 8,6 %
Variación en el perímetro de consolidación	+ 90	+ 1,9%	+ 138	+ 0,9 %

* Toneladas

En los nueve primeros meses del año, las ventas netas alcanzan los 15.806 millones de euros, con un crecimiento del 8,6 %, en relación con el mismo periodo de 2014, bajo el efecto de los siguientes factores:

- **El crecimiento del 2,8 % de los volúmenes** hasta finales de septiembre, superior a la evolución de los mercados, pone de manifiesto el buen resultado de la marca MICHELIN y el repunte de otras marcas
- **El efecto del mix de precios (- 3,7 % en los nueve meses)** como se esperaba, mejora trimestre tras trimestre (pasando del - 5,1 % en el primer trimestre a un - 2,4 % en el tercer trimestre). El efecto del mix, alrededor de - 601 millones de euros, integra la aplicación de las cláusulas de indexación, aproximadamente un tercio de la reducción, y la bajada controlada de los precios. El efecto del mix (+ 47 millones de euros a finales de septiembre) refleja principalmente el éxito de la estrategia premium de la marca MICHELIN.
- **El fuerte impacto favorable de las paridades de cambio (+ 8,6 % a finales de septiembre)** está relacionado con la caída del euro frente a las principales divisas con las que opera el Grupo. Observada desde el último trimestre de 2014, se reducirá fuertemente en el cuarto trimestre.
- La variación en el perímetro de consolidación del 0,9 % corresponde principalmente a la integración de Sascar, líder brasileño en gestión digital de flotas, y del mayorista alemán Ihle.

Para el último trimestre, los elementos de contexto esperados por Michelin deberían conducir, en el conjunto de 2015, a un efecto favorable de las materias primas de en torno a 550 millones de euros y a un efecto neto del mix de precios/materias primas negativo del orden de 100 millones (negativo en el conjunto del año para las actividades sometidas a las cláusulas contractuales de indexación de las materias primas y neutra para el resto de actividades).

Turismo camioneta y distribución asociada

Para los nueve primeros meses de 2015, y teniendo en cuenta un efecto favorable del cambio, las ventas netas se elevan a 8.838 millones de euros, en aumento del 13,9 %, comparación con los 7.759 millones registrados en el mismo periodo de 2014.

- Los volúmenes de Turismo camioneta logran un crecimiento del 6 % hasta finales de septiembre, muy superior al 1 % logrado por el mercado. Esto refleja un crecimiento del 6 % de la marca MICHELIN (con un aumento del 13 % para los neumáticos de 17 pulgadas y superiores, en un segmento que crece un 8 %).
- Los ajustes de precios reflejan la aplicación de las cláusulas de materias primas en Primea monta y los reposicionamientos decididos a principios de año en el segmento de Reemplazo. Esto tiene también en cuenta los primeros efectos de las subidas de las tarifas implementadas a primeros de julio para los neumáticos de verano en Europa.
- El efecto del mix favorable, sostenido especialmente por el crecimiento del 13 % de la marca MICHELIN en el segmento de 17 pulgadas y superiores.

Camión y distribución asociada

A finales de septiembre de 2015, considerando el efecto favorable de las paridades monetarias, las ventas netas alcanzan los 4.675 millones de euros, en un aumento del 3,8 % en comparación con los 4.503 millones de los nueve primeros meses de 2014.

- Los volúmenes de Camión se mantienen estables, en un mercado mundial en retroceso del 2 %.
- Los ajustes de precios corresponden fundamentalmente a la aplicación de las cláusulas de indexación sobre los precios de las materias primas y a la buena resistencia de los precios en Reemplazo. En Europa, el Grupo ha llevado a cabo subidas de precios el 1 de agosto para compensar el efecto de la paridad euro/dólar sobre los costes de las materias primas.

Neumáticos de especialidades

En los nueve primeros meses del año, las ventas netas de Actividades de Especialidades alcanzaron los 2.294 millones de euros, estables en relación con los 2.296 millones hasta septiembre de 2014. El efecto favorable de las paridades de cambio ha compensado los ajustes de precios relacionados con las cláusulas de indexación de los precios de las materias primas y los volúmenes a la baja (- 4 %) en los mercados en retroceso. Este efecto favorable del cambio se reducirá fuertemente en el cuarto trimestre.

- **Ingeniería civil:** las ventas netas están en ligero retroceso por la disminución de los volúmenes y de los efectos desfavorables de las cláusulas de las materias primas, mientras que el impacto de las tasas de cambio es favorable. Los volúmenes de ventas de Infraestructuras y primeros equipos aumentan.
- **Agricultura:** las ventas netas caen, en línea con los volúmenes. Las tasas de cambio favorables compensan el impacto negativo de las bajadas de precios, principalmente relacionadas con las cláusulas de indexación sobre las materias primas.
- **Dos ruedas:** las ventas netas crecen, impulsadas por los volúmenes en los países maduros y emergentes.
- **Avión:** las ventas netas están al alza, gracias al efecto favorable de las paridades. Los volúmenes progresan ligeramente, sostenidos por las ventas en radial.

Hechos destacados del tercer trimestre de 2015

- Michelin recibe el premio “Mejor Proveedor” por CNH Industrial (29 de julio de 2015).
- Michelin compra Meyer Lissendorf, especialista en distribución de neumáticos de turismo en Alemania (30 de julio de 2015).
- Michelin entra en el capital de Luli Information Technology, una start-up de coche compartido en China (25 de agosto de 2015).
- El Grupo Michelin y Fives se asocian para crear FIVES MICHELIN ADDITIVE SOLUTIONS y convertirse en actor principal en impresiones 3D en metal (7 de septiembre de 2015).
- Michelin lanza el segundo tramo (200 millones de euros) de su programa de recompra de acciones (9 de septiembre de 2015).
- Michelin en el 66º Salón Internacional del Automóvil de Fráncfort (15 de septiembre de 2015).
- Michelin, número 1 del sector de equipamiento para automóviles por su política de desarrollo sostenible, según la clasificación DJSI World (22 de septiembre de 2015).
- Michelin coloca con éxito un préstamo obligatorio de 209 millones de euros a 30 años (28 de septiembre de 2015).
- Michelin Tire Care: lanzamiento mundial del primer conjunto de oferta de servicios digitales y conectados del mercado para los transportistas con vistas a maximizar la disponibilidad del vehículo y el control de los costes (5 de octubre de 2015).

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

La presentación de la información financiera a 30 de septiembre de 2015 puede consultarse también en la página web <http://www.michelin.com/fre>.

CALENDARIO

Ventas netas y resultados de 2015:

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

Información trimestral a 31 de marzo de 2016:

Miércoles, 20 de abril de 2016 después del cierre de la bolsa

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 previsional. 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