

Resultados financeiros do Grupo Michelin

Informação financeira correspondente a 30 de setembro de 2015

Terceiro trimestre de 2015: A Michelin anuncia umas vendas líquidas de 15.800 milhões de euros, com um crescimento de 8,6% e um aumento dos volumes superior aos mercados

Tendências para 2015 confirmadas

- **Volumes a subir de 2,8 %, superior aos mercados:**
 - Crescimento das atividades de Ligeiro Camioneta sempre superiores aos mercados.
 - Volumes das atividades de Camião e Especialidades ligeiramente superiores que os seus mercados.
- **Melhoria do efeito do mix de preços, trimestre após trimestre, como se esperava.**
- **Aceleração dos efeitos do plano de competitividade, com 167 milhões de euros de ganho no fim de setembro.**

VENDAS LÍQUIDAS (MILHÕES DE EUROS)	3º trimestre			Nove primeiros meses		
	2015	2014	% Variação	2015	2014	% Variação
LIGEIRO, CAMIONETA E DISTRIBUIÇÃO ASSOCIADA	2.978	2.592	+ 14,9%	8.838	7.759	+ 13,9%
CAMIÃO E DISTRIBUIÇÃO ASSOCIADA	1.607	1.576	+ 2,0%	4.675	4.503	+ 3,8%
ATIVIDADES 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 Pneus de engenharia civil, agrícolas, duas rodas e avião; Michelin Travel Partner e Michelin Lifestyle.

Perspetivas confirmadas para 2015

Para finais do ano, os mercados de pneus deveriam seguir as tendências observadas desde o princípio de 2015. Graças ao seu equilibrado posicionamento geográfico, o Grupo Michelin mantém o seu objetivo de crescimento em volume superior ao dos seus mercados para o conjunto do ano.

O seguimento do plano de competitividade permitirá compensar a inflação dos custos no ano. O Grupo confirma o seu objetivo de resultado operacional antes de elementos não recorrentes em crescimento, sem incluir os efeitos do câmbio, uma rentabilidade dos capitais empregues superior a 11% e a geração de um *cash flow* livre estrutural de cerca de 700 milhões de euros, tendo em conta o programa de investimentos de cerca de 1,8 milhões de euros.

No total do ano 2015, e em relação a 2014, a margem operacional antes de elementos não recorrentes do segmento Ligeiro camioneta deveria subir, no segmento Camião deveriam situar-se em claro progresso, enquanto no de Atividades de especialidades estaria em retrocesso limitado.

Evolução do mercado

Ligeiro e Camioneta

Nove meses 2015/2014 (Nº pneus)	Europa, incluindo a Rússia e CEI*	Europa, sem a Rússia e CEI*	América do Norte	Ásia (excluindo a Índia)	América do Sul	África/Índia/ Médio Oriente	Total
Primeiros Equipamentos	+ 4%	+ 6%	+ 4%	- 3%	- 17%	+ 5%	+0%
Substituição	+ 2%	+ 3%	+ 1%	+ 3%	+ 2%	+ 4%	+ 2%

Terceiro trimestre 2015/2014 (Nº pneus)	Europa, incluindo a Rússia e CEI*	Europa, sem a Rússia e CEI*	América do Norte	Ásia (excluindo a Índia)	América do Sul	África/Índia/ Médio Oriente	Total
Primeiros Equipamentos	+ 5%	+ 8%	+ 6%	- 7%	- 22%	+ 10%	- 1%
Substituição	- 1%	+ 1%	+ 3%	+ 5%	+ 3%	+ 4%	+ 2%

*Incluindo a Turquia

*Incluindo a Turquia

Primeiros Equipamentos

- Na Europa, o mercado, a crescer 4% globalmente nos nove meses, regista um crescimento de 6% na Europa Ocidental, graças ao impulso de procura de ligeiros, e uma queda de 25% na Europa do Leste, num contexto económico e monetário sempre difícil.
- Na América do Norte, o mercado progride 4% até ao fim de setembro, sempre sustentado pela procura de camionetas e de SUV, assim como pelo baixo preço dos combustíveis.
- Na Ásia (excluindo a Índia), a procura global retrocede 3% nos nove primeiros meses. Na China, onde se inverteu o mercado durante o verão, a procura permanece estável nos 9 meses, com uma descida de 8% no 3º trimestre e altos stocks na distribuição de automóveis. Os outros mercados da zona (- 7%) continuam a descer, num contexto socioeconómico deprimido.
- Na América do Sul, a procura cai bastante (- 17%) no primeiro semestre, marcada pelo efeito de uma grande queda da produção de veículos). Certos fabricantes de pneus continuam a orientar os seus produtos de Primeira Montagem para o mercado de Substituição com o fim de reduzir os seus stocks.

Substituição

- Na Europa, o mercado aumenta globalmente até 2% até finais de setembro. Na Europa Ocidental, aumenta 3%, com um retrocesso de 6% no segmento de Inverno. Na Europa do Leste, a procura estabiliza-se em níveis fracos (- 8%) devido à situação política e económica da Rússia e da Ucrânia.
- Na América do Norte, a procura, em crescimento de 1% no fim de setembro, reflete a dinâmica do mercado mexicano. Nos Estados Unidos, onde o preço dos combustíveis continua a descer e as distâncias percorridas crescem cerca de 4% nos últimos 12 meses, o mercado, quase estável, combina um crescimento contínuo desde o princípio do ano para os pneus vendidos pelos grupos membros da associação americana de fabricantes (+ 5%), com a queda de 17% dos pneus importados da China e a liquidação dos stocks da distribuição.
- Na Ásia (excluindo a Índia), os mercados progridem globalmente 3%. O mercado chinês continua dinâmico (+ 8%). Os outros mercados da zona, bastantes competitivos, dependentes das exportações e penalizados pelo contexto económico, têm uma evolução limitada (- 1%) até ao fim de setembro, com um contraste entre o Japão/Coreia do Sul em retrocesso e o dinamismo da Indonésia, Malásia e Tailândia.
- Na América do Sul, apesar da forte desaceleração económica na região, o mercado, a subir 2% no encerramento de setembro, mantém o seu dinamismo de crescimento, com uma queda das importações.

Camião (Mercados radial e diagonal)

Nove meses 2015/2014 (Nº pneus)	Europa, incluindo a Rússia e CEI*	Europa, sem a Rússia e CEI*	América do Norte	Ásia (excluindo a Índia)	América do Sul	África/Índia/Médio Oriente	Total
Primeiros Equipamentos	+ 5%	+ 10%	+ 12%	- 18 %	- 46%	+ 16 %	- 6%
Substituição	- 2%	+ 8%	+ 3%	- 3%	- 6 %	+ 1%	- 1%

Terceiro trimestre 2015/2014 (Nº pneus)	Europa, incluindo a Rússia e CEI*	Europa, sem a Rússia e CEI*	América do Norte	Ásia (excluindo a Índia)	América do Sul	África/Índia/Médio Oriente	Total
Primeiros Equipamentos	+ 7%	+ 11%	+ 5%	- 5%	- 53%	+ 17 %	- 2%
Substituição	+ 1%	+ 10%	+0%	- 2%	- 5%	+ 2%	- 1%

*Incluindo a Turquia

*Incluindo a Turquia

Primeiros Equipamentos

- Na Europa, o mercado aumenta 5% nos nove meses, com uma procura mais dinâmica na Europa Ocidental (+ 10%), enquanto continua bastante deprimida na Europa do Leste (- 23%), num contexto político e económico desfavorável.
- Na América do Norte, inclusive apesar de estar a desacelerar no último trimestre, o mercado progride 12% até ao fim de setembro, num ambiente económico sempre favorável.
- Na Ásia (excluindo a Índia), a procura radial e diagonal desce 17%. Na China, o mercado está a descer 18%, num contexto de menor crescimento industrial. No resto dos países da zona, a procura retrocede 14%.
- Na América do Sul, o mercado cai 46%, com o afundamento do Brasil (- 49%) pela recessão económica e a produção de camiões mais baixa em 10 anos.

Substituição

- Na Europa, o mercado retrocede 2% nos nove primeiros meses. Na Europa Ocidental, o mercado de pneus novos cresce 8%, sobre uma base de comparação favorável, mas continua abaixo do seu nível de 2007; os mercados de recauchutado, em forte queda, suportam a concorrência dos pneus novos de origem asiática num contexto de custos de matérias-primas pouco elevados. Na Europa do Leste, o mercado continua a cair (- 18%), devido às dificuldades na Rússia.
- Na América do Norte, o mercado segue a sua dinâmica de crescimento (+ 3% nos nove meses) numa economia sempre dinâmica.

- Os mercados da Ásia (excluindo a Índia), radial e diagonal, caem 4% no fim de setembro. Na China, o mercado contrai 2%, em conformidade com a maior eficiência da atividade de transporte e o afrouxamento da economia. No resto da zona, os mercados estão globalmente em retrocesso de 3%, num contexto de forte pressão sobre os preços e a debilidade da economia.
- Na América do Sul, os mercados radial e diagonal caem 6% até ao fim de setembro, com uma descida mais acentuada no Brasil, num contexto económico bastante difícil.

Pneus de especialidades

- **Engenharia civil:** O mercado de pneus para minaria continua a descer, sempre penalizado pela diminuição do stock nas minas e pela redução do consumo de pneus (extração em retrocesso e esforços de produtividade nas minas).

Os mercados de primeiro equipamento continuam a crescer marginalmente nas zonas maduras. Na China caem bastante.

Os mercados de pneus para infraestruturas e pedreiras aumentam ligeiramente nos países maduros, impulsionados especialmente pela América do Norte.

- **Agricultura:** A procura mundial nos mercados de Primeiros Equipamentos está em forte retrocesso nos países maduros, afetada pela descida dos preços das matérias-primas agrícolas e um parque de maquinaria recentemente renovado.

O mercado de Substituição diminui ligeiramente na Europa e bastante na América do Norte, afetado pela queda de rendimentos dos agricultores e uma maquinaria renovada.

- **Dois rodas:** Os mercados de Moto e scooter estão a crescer nos países maduros e nos emergentes.
- **Avião:** O mercado de pneus para aviões comerciais continua o seu crescimento, impulsionado pelo aumento no tráfego de passageiros.

Vendas líquidas da Michelin

Evolução global

(MILHÕES DE EUROS)	3º trimestre 2015		Nove primeiros meses 2015	
VENDAS LÍQUIDAS	5.309		15.806	
	Variação T3 2015 / T3 2014		Variação 9 meses 2015 / 2014	
Variação total	+ 424	+ 8,7%	+ 1.248	+ 8,6%
Volumes*	+ 172	+ 3,5%	+ 408	+ 2,8%
Mix/preços	- 123	- 2,4%	- 554	- 3,7%
Variação taxa de câmbio	+ 285	+ 5,7%	+ 1.256	+ 8,6%
Variação no perímetro de consolidação	90	+ 1,9%	+ 138	+ 0,9 %

* Toneladas

Nos nove primeiros meses do ano, as vendas líquidas alcançam os 15.806 milhões de euros, com um crescimento de 8,6%, em relação ao mesmo período de 2014, sob o efeito dos seguintes fatores:

- **O crescimento de 2,8% dos volumes** até ao fim de setembro, superior à evolução dos mercados, põe de manifesto o bom resultado da marca MICHELIN e o crescimento de outras marcas
- **O efeito do mix de preços (- 3,7% nos nove meses)**, como se esperava, melhora trimestre após trimestre (passando de - 5,1% no primeiro trimestre para - 2,4% no terceiro trimestre). O efeito do mix, cerca de - 601 milhões de euros, integra a aplicação das cláusulas de indexação, aproximadamente um terço da redução, e a descida controlada dos preços. O efeito do mix (+ 47 milhões de euros no fim de setembro) reflete principalmente o êxito da estratégia premium da marca MICHELIN.
- **O forte impacto favorável das paridades de câmbio (+ 8,6% no fim de setembro)** está relacionado com a queda do euro face às principais divisas com que opera o Grupo. Observada desde o último trimestre de 2014, reduzir-se-á bastante no quarto trimestre.
- A **variação no perímetro de consolidação de 0,9 %** corresponde principalmente à integração da Sascar, líder brasileiro em gestão digital de frotas, e do grossista alemão Ihle.

Para o último trimestre, os elementos de contexto esperados pela Michelin deveriam conduzir, no conjunto de 2015, a um efeito favorável das matérias-primas de cerca de 550 milhões de euros e a um efeito líquido do mix de preços/matérias-primas negativo de cerca de 100 milhões (negativo no conjunto do ano para as atividades submetidas às cláusulas contratuais de indexação das matérias-primas e neutra para o resto das atividades).

Ligeiro camioneta e distribuição associada

Para os nove primeiros meses de 2015, e tendo em conta um efeito favorável do câmbio, as vendas líquidas elevam-se a 8.838 milhões de euros, com um aumento de 13,9%, em comparação com os 7.759 milhões registados no mesmo período de 2014.

- Os volumes de Ligeiro camioneta conseguem crescer 6% até ao fim de setembro, muito superior ao 1% conseguido pelo mercado. Isto reflete um crescimento de 6% da marca MICHELIN (com um aumento de 13% para os pneus de 17 polegadas e superiores, num segmento que cresce 8%).
- Os ajustes dos preços refletem a aplicação das cláusulas de matérias-primas em Primeira montagem e os reposicionamentos decididos no princípio do ano no segmento de Substituição. Isto tem também em conta os primeiros efeitos dos aumentos das tarifas implementadas no princípio de julho para os pneus de verão na Europa.
- O efeito do mix favorável, sustentado especialmente pelo crescimento de 13% da marca MICHELIN no segmento de 17 polegadas e superiores.

Camião e distribuição associada

No fim de setembro de 2015, considerando o efeito favorável das paridades monetárias, as vendas líquidas atingem os 4.675 milhões de euros, num aumento de 3,8% em comparação com os 4.503 milhões dos nove primeiros meses de 2014.

- Os volumes de Camião mantêm-se estáveis, num mercado mundial em retrocesso de 2%.
- Os ajustes de preços correspondem fundamentalmente à aplicação das cláusulas de indexação sobre os preços das matérias-primas e à boa resistência dos preços em Substituição. Na Europa, o Grupo levou a cabo aumentos de preços no dia 1 de agosto para compensar o efeito da paridade euro/dólar sobre os custos das matérias-primas.

Pneus de especialidades

Nos nove primeiros meses do ano, as vendas líquidas de Atividades de Especialidades atingiram os 2.294 milhões de euros, estáveis em relação aos 2.296 milhões até setembro de 2014. O efeito favorável das paridades de câmbio compensou os ajustes de preços relacionados com as cláusulas de indexação dos preços das matérias-primas e dos volumes a descer (- 4%) nos mercados em retrocesso. Este efeito favorável do câmbio reduzir-se-á bastante no quarto trimestre.

- **Engenharia civil:** as vendas líquidas estão em ligeiro retrocesso devido à diminuição dos volumes e dos efeitos desfavoráveis das cláusulas das matérias-primas, enquanto o impacto das taxas de câmbio é favorável. Os volumes de vendas de Infraestruturas e primeiros equipamentos aumentam.

- **Agricultura:** as vendas líquidas caem, em conformidade com os volumes. As taxas de câmbio favoráveis compensam o impacto negativo das descidas de preços, principalmente relacionadas com as cláusulas de indexação sobre as matérias-primas.
- **Duas rodas:** As vendas líquidas crescem, impulsionadas pelos volumes nos países maduros e emergentes.
- **Avião:** As vendas líquidas crescem graças ao efeito favorável das paridades. Os volumes progridem ligeiramente, sustentados pelas vendas em radial.

Fatos destacados do terceiro trimestre de 2015

- A Michelin recebe o prémio “Melhor Fornecedor” pela CNH Industrial (29 de julho de 2015).
- A Michelin compra a Meyer Lissendorf, especialista em distribuição de pneus de ligeiro na Alemanha (30 de julho de 2015).
- A Michelin entra no capital da Luli Information Technology, uma start-up de automóvel partilhado na China (25 de agosto de 2015).
- O Grupo Michelin e a Fives associam-se para criar a FIVES MICHELIN ADDITIVE SOLUTIONS e tornar-se em protagonista em impressões 3D em metal (7 de setembro de 2015).
- A Michelin lança a segunda parte (200 milhões de euros) do seu programa de recompra de ações (9 de setembro de 2015).
- A Michelin no 66º Salão Internacional do Automóvel de Frankfurt (15 de setembro de 2015).
- Michelin, número 1 do sector de equipamento para automóveis pela sua política de desenvolvimento sustentável, segundo a classificação DJSI World (22 de setembro de 2015).
- A Michelin coloca com êxito um empréstimo obrigatório de 209 milhões de euros a 30 anos (28 de setembro de 2015).
- Michelin Tire Care: lançamento mundial do primeiro conjunto de oferta de serviços digitais e conectados do mercado para as empresas de transportes para assim maximizar a disponibilidade do veículo e o controlo dos custos (5 de outubro de 2015).

A lista completa dos fatos destacados do terceiro trimestre de 2015 está disponível no site do Grupo: www.michelin.com/corporate

A apresentação da informação financeira em 30 de setembro de 2015 também se pode consultar no site <http://www.michelin.com/fre>.

CALENDÁRIO

Vendas líquidas e resultados de 2015:

Terça-feira 16 de fevereiro de 2016 antes da abertura da Bolsa

Informação trimestral em 31 de março de 2016:

Quarta-feira 20 de abril de 2016 depois do encerramento da Bolsa

ADVERTÊNCIA

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, em França. Igualmente pode consultá-los no nosso site: www.michelin.com. Este comunicado pode conter algumas declarações de carácter 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, líder do setor dos pneus, é contribuir de maneira sustentável para a mobilidade das pessoas e dos bens. Por este motivo, o Grupo fabrica, comercializa e distribui pneus para todo o tipo de veículos. A Michelin propõe igualmente serviços digitais inovadores, como a gestão telemática de frotas de veículos e ferramentas de ajuda à mobilidade. De igual forma, edita guias turísticos, de hotéis e restaurantes, mapas e mapas de estradas. O Grupo, que tem a sua sede em Clermont-Ferrand (França), está presente em 170 países, emprega 112 300 pessoas em todo o mundo e dispõe de 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