

Resultados financieros del Grupo Michelin

Información financiera correspondiente al 31 de diciembre de 2015

2015: Fuerte generación de *cash flow* libre antes de adquisiciones, de 965 millones de euros.

Volumen en crecimiento del 3,2 %, superior a los mercados, Resultado operativo antes de elementos no recurrentes de 2.577 millones de euros y 12,2 % de las ventas netas, en incremento de 407 millones de euros.

2016: Continuará el crecimiento de los volúmenes Resultado operativo antes de elementos no recurrentes al alza, exceptuando el efecto del cambio.

- *Volumen en crecimiento del 3,2 %, superior a los mercados para todas las actividades, especialmente en Turismo Camioneta (+ 6,7 %).*
 - *Crecimiento en el cuarto trimestre del 4,2 % para el Grupo y del 8,7 % en Turismo Camioneta.*
- *Fuerte generación de cash flow libre de 965 millones de euros, exceptuando adquisiciones (312 millones de euros), teniendo en cuenta inversiones de 1.804 millones de euros en retroceso en relación a las de 2014.*
- *Margen operativo en progresión significativa, gracias a un muy buen segundo semestre (12,3 %) en particular por:*
 - *Segmento Turismo Camioneta: 12,2%, un aumento de 2,6 puntos en relación con el segundo semestre de 2014.*
 - *Segmento Camión: 11,1 %, un crecimiento de 2,6 puntos en relación con el segundo semestre de 2014.*
 - *Buena resistencia del segmento de Especialidades: 18,6 % en el año.*
 - *Efecto mix de precios/materias primas positivo en 105 millones de euros en el segundo semestre, como se esperaba.*
- *El plan de competitividad (efecto favorable de 261 millones de euros) permite de nuevo asumir la inflación de los costes de producción y los gastos generales.*
- *Lanzamiento en enero de 2016 de una nueva fase del programa de recompra de acciones, tras la recompra y anulación en 2015 de acciones Michelin por un montante de 451 millones de euros, es decir, un 2,7 % del capital.*
- *Propuesta de un dividendo de 2,85 euros por acción, es decir, de una tasa de distribución del 37 %, que refleja la confianza en el futuro del Grupo, que se someterá a la aprobación de la Asamblea General de Accionistas del 13 de mayo de 2016.*

Jean-Dominique Senard, presidente del Grupo Michelin, ha declarado: “En 2015, hemos logrado el desafío del crecimiento rentable, superior al de los mercados, y ganado cuota de mercado en todas nuestras actividades, gracias a la calidad de la oferta del Grupo. Nuestro crecimiento y nuestra rentabilidad han progresado significativamente. Para el año 2016 y posteriores, trataremos de incrementar nuestros esfuerzos en cuatro campos: la calidad del servicio a nuestros clientes, la simplificación de nuestros modos de funcionamiento, el desarrollo de nuestra oferta digital y la responsabilización de nuestros equipos. Con estas bases reforzadas, el Grupo está en la buena senda”.

Perspectivas para 2016

En 2016, la demanda de neumáticos de Turismo Camioneta y Camión debería continuar bien orientada en los mercados maduros y mantener las tendencias observadas en 2015 en los nuevos mercados. La demanda de neumáticos de Especialidades debería notar aún la influencia de la reducción de stocks de las compañías mineras.

En esta coyuntura, Michelin tiene como objetivo en 2016 un crecimiento de los volúmenes al menos en línea con la evolución mundial de los mercados, un resultado operativo antes de elementos no recurrentes en crecimiento exceptuando el efecto del cambio y la generación de un *cash flow* libre estructural superior a 800 millones de euros.

En el horizonte 2016-2020, el Grupo se ha fijado objetivos ambiciosos de margen operativo antes de elementos no recurrentes de entre el 11 % y el 15 % para el segmento de Turismo Camioneta, de entre el 9 % y el 13 % para el segmento de Camión y de entre el 17 % y el 24 % para el segmento de Especialidades.

(EN MILLONES DE EUROS)	2015	2014
VENTAS NETAS	21.199	19.553
RESULTADO OPERATIVO ANTES DE ELEMENTOS NO RECURRENTE	2.577	2.170
MARGEN OPERATIVO ANTES DE ELEMENTOS NO RECURRENTE	12,2 %	11,1 %
TURISMO, CAMIONETA Y DISTRIBUCIÓN ASOCIADA	11,5 %	10,5 %
CAMIÓN Y DISTRIBUCIÓN ASOCIADA	10,4 %	8,1 %
ACTIVIDADES DE ESPECIALIDADES	18,6 %	19,3 %
ELEMENTOS NO RECURRENTE	- 370	- 179
RESULTADO OPERATIVO TRAS ELEMENTOS NO RECURRENTE	2.207	1.991
RESULTADO NETO	1.163	1.031
EBITDA ANTES DE ELEMENTOS NO RECURRENTE	3.934	3.286
INVERSIONES	1.804	1.883
ENDEUDAMIENTO NETO	1.008	707
PORCENTAJE DE ENDEUDAMIENTO NETO	11 %	7 %
DEUDA SOCIAL	4.888	4.612
CASH FLOW LIBRE ¹ EXCEPTO CESIONES Y ADQUISICIONES	965	722
ROCE	12,2 %	11,1 %
EMPLEADOS ²	111.700	112.300
RESULTADO NETO POR ACCIÓN	6,28 €	5,52 €
DIVIDENDO POR ACCIÓN ³	2,85 €	2,50 €

¹ Cash Flow libre: Flujo de tesorería en actividades operativas - flujo de tesorería en inversiones.

² Al final del periodo.

³ Dividendo para 2015 sometido a la aprobación de la asamblea general del 13 de mayo de 2016.

Evolución del mercado de neumáticos

Turismo y camioneta

2015/2014 (número de neumáticos)	Europa con Rusia y CEI*	Europa sin Rusia ni CEI*	América del Norte	Asia (sin India)	América del Sur	África/India/ Oriente Medio	Total
Primera monta	+ 4 %	+ 7 %	+ 7 %	+ 4 %	+ 1 %	- 19 %	+ 8 %
Reemplazo	+ 3 %	+ 6 %	+ 6 %	+ 1 %	+ 3 %	+ 1 %	+ 5 %

Cuarto trimestre 2015/2014 (número de neumáticos)	Europa con Rusia y CEI*	Europa sin Rusia ni CEI*	América del Norte	Asia (sin India)	América del Sur	África/India/Ori ente Medio	Total
Primera monta	+ 6 %	+ 8 %	+ 3 %	+ 9 %	- 25 %	+ 15 %	+ 6 %
Reemplazo	+ 10 %	+ 14 %	+ 3 %	+ 1 %	- 1 %	+ 5 %	+ 4 %

▪ Primeros Equipos

- En Europa, la demanda creció globalmente el 4 % , combinando un fuerte aumento del 7 % en Europa Occidental y un retroceso del 24 % (- 25 % en el cuarto trimestre) en Europa del Este en un difícil contexto económico.
- En América del Norte, el mercado, progresa un 4 % en el año, sostenido por la demanda de vehículos, el bajo precio de los carburantes y una coyuntura económica favorable.
- En Asia (sin incluir India), la demanda experimenta un crecimiento global del 1 % hasta finales de diciembre. En China, el mercado continúa en crecimiento anual (+ 5 %), inferior al 9 % de 2014, gracias al repunte de las ventas de pequeños vehículos sostenidas por las ayudas gubernamentales y por el éxito de los modelos SUV. El resto de mercados de la zona, dependientes de las exportaciones mundiales, cae un 5 %.
- En Sudamérica, la demanda baja un 19 % en línea con el retroceso de la producción de automóviles, en un contexto económico de crisis en Brasil y Argentina.

* Incluyendo Turquía.

▪ Reemplazo

- En Europa, el mercado crece globalmente un 3 % hasta finales de diciembre. La demanda en Europa Occidental aumenta un 6 % y refleja el dinamismo del segmento de neumáticos de verano, la demanda sostenida de neumáticos de gama básica, así como los volúmenes de las exportaciones de los distribuidores fuera de la zona euro. Las ventas sell in en neumáticos de invierno caen un 1 %. En Europa del Este, en un contexto económico siempre difícil, la demanda continúa su bajada (- 7 %).
- En América del Norte, la demanda, en aumento del 1 % en el conjunto de la zona, es prácticamente estable en los Estados Unidos y Canadá, mientras que el mercado mexicano progresa fuertemente. Las ventas de neumáticos de los grupos miembros de la Asociación de Fabricantes progresan un 5 %, en un contexto favorable de costes de carburantes y de distancias recorridas, mientras que los neumáticos de importación bajan un 14 % con la liquidación de los excedentes de los stocks que la distribución había acumulado antes de la entrada en vigor de los aranceles a los neumáticos chinos.
- En Asia (sin incluir India), los mercados progresan un 4 %, espoleados por un mercado chino siempre dinámico (+ 8 %). La evolución en el resto de la zona continúa débil (- 1 %) con un mercado japonés en caída del 4 % y los mercados de Indonesia y Tailandia bien orientados.
- En Sudamérica, la demanda aumenta un 1 %, en un contexto económico y político heterogéneo. El mercado brasileño aumenta un 3 % con una caída de las importaciones, los mercados de la costa pacífica están bien orientados y la demanda disminuye en Argentina y Venezuela.

Camión

2015/2014 (número de neumáticos)	Europa con Rusia y CEI*	Europa sin Rusia ni CEI*	América del Norte	Asia (sin India)	América del Sur	África/India/ Oriente Medio	Total
Primera monta	+ 7 %	+ 11 %	+ 7 %	- 19 %	- 48 %	+ 16 %	- 7 %
Reemplazo	+ 1 %	+ 7 %	+ 4 %	- 3 %	- 8 %	+ 1 %	- 1 %

Cuarto trimestre 2015/2014 (número de neumáticos)	Europa con Rusia y CEI*	Europa sin Rusia ni CEI*	América del Norte	Asia (sin India)	América del Sur	África/India/Ori ente Medio	Total
Primera monta	+ 15 %	+ 17 %	- 5 %	- 27 %	- 55 %	+ 12 %	- 12 %
Reemplazo	+ 6 %	+ 8 %	+ 3 %	- 3 %	- 13 %	- 1 %	- 1 %

▪ Primeros Equipos

- En Europa, el mercado crece un 7 %, con una demanda más dinámica en Europa Occidental (+ 11 %), mientras que sigue fuertemente deprimida en Europa del Este (- 20 %) en un contexto geopolítico y económico desfavorable.
- En América del Norte, el mercado aumenta un 7 % en el año, con una desaceleración trimestre tras trimestre sobre la base de comparación con 2014. Esta fuerte demanda se beneficia a la producción sostenida de vehículos para permitir la renovación de un parque relativamente antiguo en un entorno económico siempre favorable.
- En Asia (sin incluir India), la demanda radial y diagonal baja un 19 %. En China, el mercado cae un 21 %, debido a la ralentización de la producción industrial, así como a la búsqueda de la optimización en los diferentes actores del transporte. En los otros países de la zona, la demanda disminuye un 12 %, con una caída importante en Indonesia y Corea, compensada en parte por el crecimiento de Tailandia sobre bases muy débiles.
- En Sudamérica, el mercado está en retroceso del 48 % en un contexto económico muy difícil. En Brasil, el mercado (- 51 %) sufre la parada de producción de camiones y autobuses. Esta caída sigue a una menor demanda nacional, así como a las dificultades económicas en Argentina y Venezuela que pesan sobre las exportaciones de camiones fabricados en Brasil.

* Incluyendo Turquía.

▪ Reemplazo

- En Europa, el mercado aumenta un 1 % anual con una ligera bajada en el mercado ruso en el segundo semestre. En Europa Occidental crece (+ 7 %), animado por la evolución favorable de las toneladas/km, el crecimiento de los neumáticos de bajo coste procedentes de Asia, que compiten en el segmento de recauchutado, y las exportaciones de los distribuidores de fuera de la zona gracias a la bajada del euro. En Europa del Este, el mercado mantiene la caída en el año (- 11 %) debido a las dificultades en Rusia.
- En América del Norte, el mercado continúa siempre bien orientado (+ 4 %) gracias a la demanda de transporte, que sigue fuerte en una economía dinámica.
- Los mercados de Asia (sin incluir India) radial y diagonal bajan un 3 %. En China, la demanda cae un 3 % con una actividad de transporte penalizada por la ralentización del ritmo de crecimiento económico. En el resto de la zona, los mercados están globalmente en retroceso, con una caída especialmente significativa en Tailandia y, en menor medida, en Japón, donde el mercado sufre una bajada acentuada en comparación con el inicio de 2014, que había experimentado un fuerte crecimiento antes de la subida del IVA.
- En Sudamérica, el mercado radial y diagonal cae un 8 %, con una bajada más acentuada en Brasil, en un entorno económico difícil.

Neumáticos de especialidades

- **Ingeniería civil:** El mercado de neumáticos para minería disminuye significativamente por segundo año consecutivo, penalizado por la disminución del stock de las compañías mineras y la bajada del consumo de neumáticos (extracción en caída y esfuerzos de productividad de las minas).

Los mercados de primeros equipos caen en las zonas maduras, tras un cambio de tendencia en el cuarto trimestre. Bajan muy pronunciadamente en China.

El mercado de neumáticos para infraestructuras y canteras está en crecimiento en los países maduros, animados especialmente por América del Norte.

- **Agrícola:** La demanda mundial del mercado de primeros equipos baja fuertemente en los países maduros debido al retroceso de los precios de las materias primas agrícolas y al parque de maquinaria recientemente renovado; la demanda se mantiene estable en el cuarto trimestre. En los países maduros, el mercado de reemplazo disminuye por estas mismas razones.
- **Dos ruedas:** La demanda de Moto y Scooter está al alza tanto en los países maduros como en los nuevos mercados.
- **Avión:** El mercados de neumáticos para aviación comercial continúa creciendo, impulsado por el aumento del tráfico de pasajeros.

Actividad y resultados de 2015

Ventas netas

Las ventas netas alcanzan los 21.199 millones de euros, en un crecimiento del 8,4 % en relación con 2014, bajo el efecto de los siguientes factores:

- El efecto favorable de 624 millones de euros, debido al incremento de los volúmenes del 3,2 %, superior a los mercados.
- El efecto negativo del mix de precios de 687 millones de euros (- 3,4 %). Que incluye - 715 millones de euros, debidos a la evolución de los precios, donde un tercio corresponde a los ajustes relacionados con las cláusulas de indexación de los precios de las materias primas, y el efecto positivo del mix que se eleva a 28 millones de euros; el mix de producto, siempre fuertemente positivo, está parcialmente cercenado por el mix geográfico y los efectos del mix relacionados con la progresión relativa de los neumáticos de gama básica, de los Primeros equipos y la caída de Ingeniería Civil.
- La variación favorable en el perímetro de consolidación (256 millones de euros) corresponde a la integración de Sascar, líder brasileño en gestión digital de flotas, del mayorista alemán Ihle y de Blackcircles.com, número 1 de la venta de neumáticos en Internet en Reino Unido.
- El impacto positivo (1.453 millones de euros) de las paridades de cambio.

Resultados

El resultado operativo del Grupo antes de elementos no recurrentes alcanza los 2.577 millones de euros, es decir, el 12,2 % de las ventas netas, en comparación con los 2.170 millones de euros y el 11,1 % publicados en 2014. Los elementos no recurrentes de 370 millones de euros corresponden, fundamentalmente, a los gastos de reestructuración por proyectos de mejora de la competitividad del Grupo, especialmente en Europa.

El resultado operativo antes de elementos no recurrentes registra el efecto del aumento de los volúmenes (+ 231 millones de euros) y el estricto control del mix de precios (- 687 millones de euros), teniendo en cuenta el impacto favorable del precio de las materias primas (+ 594 millones de euros). Hay que destacar que el Grupo conserva el efecto favorable de las variaciones del cambio (+ 437 millones de euros), en un contexto de mercados particularmente competitivos por el exceso de producción asiática y la caída de los costes de las materias primas. Refleja igualmente el efecto del aumento previsto de las amortizaciones (- 148 millones de euros). Por último, la continuación del plan de competitividad (+ 261 millones de euros) permite, como se había anticipado, absorber la inflación de los costes de producción y los gastos generales (- 271 millones de euros).

El resultado neto arroja un beneficio de 1.163 millones de euros.

Posición financiera neta

En el ejercicio, el Grupo ha generado un **cash flow libre de 965 millones de euros**, exceptuando adquisiciones, lo que representa una mejora de 243 millones. En 2015, el Grupo ha realizado adquisiciones por un montante total de 312 millones de euros. Especialmente, ha formado una *joint-venture* con Barito Pacific Group para producir caucho natural eco-responsable en Indonesia y ha comprado el 100 % de la sociedad Blackcircles.com y el 90 % de la compañía Livebooking Holdings (BookaTable). Al margen de esto, las inversiones se elevan a 1.804 millones de euros.

A 31 de diciembre de 2015, teniendo en cuenta el *cash flow* libre, las adquisiciones (312 millones de euros), la recompra de acciones (451 millones de euros) y las emisiones obligatorias de 802 millones de euros a 7, 12 y 30 años, el Grupo tiene un **ratio de endeudamiento del 11 %**, que corresponde a un endeudamiento financiero neto de 1.008 millones de euros, contra el 7 % y los 707 millones a finales de diciembre de 2014.

En 2015, el retorno de los capitales invertidos tras impuestos (ROCE) alcanza el 12,2 % asegurando la creación de valor, en comparación con el coste medio ponderado de los capitales del Grupo. Para 2016, Michelin prevé un ROCE tras impuestos de, al menos, el 11%.

Información sectorial

Millones de euros	Ventas netas		Resultado operativo antes de no recurrentes		Margen operativo antes de no recurrentes	
	2015	2014	2015	2014	2015	2014
TURISMO CAMIONETA Y DISTRIBUCIÓN ASOCIADA	12.028	10.498	1.384	1.101	11,5 %	10,5 %
CAMIÓN Y DISTRIBUCIÓN ASOCIADA	6.229	6.082	645	495	10,4 %	8,1 %
ACTIVIDADES DE ESPECIALIDADES	2.942	2.973	548	574	18,6 %	19,3 %
GRUPO	21.199	19.553	2.577	2.170	12,2 %	11,1 %

▪ Turismo, camioneta y distribución asociada

Las ventas netas del segmento de Turismo camioneta y distribución asociada se elevan a 12.028 millones de euros, en comparación con los 10.498 millones para el mismo periodo de 2014, lo que supone un crecimiento del 14,6 %.

El resultado operativo antes de elementos no recurrentes se eleva hasta los 1.384 millones de euros, es decir un 11,5 % de las ventas netas, en comparación con los 1.101 millones de euros y el 10,5 % de 2014.

Esta progresión de un punto del margen operativo antes de elementos no recurrentes está principalmente relacionada con el crecimiento del 6,7 %, muy superior al mercado (+ 2 %), constante en el año y especialmente equilibrado tanto entre las marcas como los segmentos de mercado y las zonas geográficas. El éxito de las nuevas gamas MICHELIN CrossClimate, MICHELIN Premier LTX, BFGoodrich KO2 y BFGoodrich g-Force Comp 2 A/S ha permitido estas fuertes subidas tanto en la marca MICHELIN (+ 6 %), en neumáticos de 17" y superiores (+ 13 %) como en las otras marcas del Grupo (+ 10 %). Los precios, que bajan globalmente, reflejan la aplicación de las cláusulas de indexación en Primeros Equipos, así como el efecto de los reposicionamientos en Reemplazo decididos en 2014 y 2015. El efecto del mix de producto, muy favorable, está compensado por el mix de marca, relacionado con el fuerte crecimiento de las ventas los segmentos *Tier 2* y *Tier 3*.

Para el horizonte 2016-2020, el Grupo se ha fijado para sector operativo Turismo Camioneta un objetivo de margen operativo antes de elementos no recurrentes de entre el 11 % y el 15 % de las ventas netas.

▪ Camión y distribución asociada

Las ventas netas del segmento de Camión y distribución asociada se sitúan en 6.229 millones de euros, en comparación con los 6.082 millones de euros publicados en 2014. Esta caída es el resultado del efecto desfavorable de las paridades monetarias (un - 2,2 %).

El resultado operativo antes de elementos no recurrentes se eleva hasta los 645 millones de euros, representando el 10,4 % de las ventas netas, en relación con los 495 millones de euros y el 8,1 % de las ventas netas de 2014.

La mejora de 2,3 puntos de la rentabilidad refleja, en primer lugar, la resistencia de los volúmenes, en progresión de 0,3 %, en un mercados de camión que baja un 2 %: el fuerte crecimiento en Primeros Equipos en los mercado maduros ha equilibrado las tensiones en el mercado de recauchutado, mientras que las nuevas gamas *Intermedias* lanzadas en Sudamérica en el Medio Oriente africano y el Sudeste asiático han encontrado una acogida favorable. El buen control de la actividad, especialmente del posicionamiento del precio, el aprovisionamiento de los mercados en crecimiento y la gestión de los gastos, ha contribuido también a la continuidad de la recuperación de la rentabilidad.

En el horizonte 2016-2020, el Grupo se ha fijado para el segmento de Camión un objetivo de margen operativo antes de elementos no recurrentes de entre el 9 % y el 13 % de las ventas netas.

▪ **Actividades de especialidades**

Las ventas netas del segmento de Actividades de especialidades alcanzan los 2.942 millones de euros, casi estables en comparación con los 2.973 millones de euros de 2014.

El resultado operativo antes de elementos no recurrentes se establece en 548 millones de euros, es decir, el 18,6 % de las ventas netas, en comparación con los 574 millones de euros y el 19,3 % de 2014.

La evolución del resultado operativo proviene, además de los efectos del volumen y de la tasa de cambio, de los ajustes de precios relacionados con las cláusulas de indexación en un contexto de bajada de precio de las materias primas.

Aparte de los efectos de la paridad del cambio, esta evolución del margen operativo registra la evolución de los volúmenes vendidos (- 4 %), en un mercado en contracción del 6 % por la reducción de stocks de las compañías mineras, la caída de las extracciones y la bajada mundial de la demanda de neumáticos agrícolas. En paralelo, el efecto retardado de los ajustes de precio relacionados con las cláusulas de indexación de los precios de las materias primas penaliza el margen unitario.

Para el horizonte 2016-2020, el Grupo se ha fijado para sector operativo Actividades de especialidades un objetivo de margen operativo antes de elementos no recurrentes de entre el 17 % y el 24 % de las ventas netas.

Compagnie Générale des Etablissements Michelin

La Compagnie Générale des Etablissements Michelin ha tenido un beneficio de 590 millones de euros en el ejercicio 2015, tras obtener un beneficio de 555 millones de euros en 2014.

Las cuentas han sido presentadas al Consejo de Vigilancia en su reunión del 11 de febrero de 2016. Los procedimientos de auditoría han sido realizados y el informe de auditoría ha sido emitido el 15 de febrero de 2016.

El presidente del Grupo ha convocado una Asamblea General de Accionistas para el viernes 13 de mayo de 2016, a las 9 horas, en Clermont-Ferrand.

El presidente del Grupo someterá a la aprobación de los accionistas el pago de un dividendo de 2,85 euros por acción, contra los 2,50 euros por título del ejercicio precedente.

Hechos destacados 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 adquiere una participación del 40% en la sociedad Allopeus 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 pone en marcha 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 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)
- Michelin compra Meyer Lissendorf, especialista en distribución de neumáticos de turismo en Alemania (30 de julio 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, 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).

- Michelin reorganiza sus actividades en el Reino Unido, Italia y Alemania (3 de noviembre de 2015).
- Considerando la evolución de los mercados, Michelin confirma la interrupción de su proyecto de factoría para Ingeniería Civil en La India (3 de noviembre de 2015).
- Cancelación de 4.961.534 acciones propias recompradas en 2015, es decir el 2,66 % del capital (diciembre de 2015).
- Michelin lanza una nueva fase de su programa de recompra de acciones (8 de enero de 2016).
- Con la adquisición de BookaTable, Michelin se convierte en el líder europeo de reservas on line de restaurantes (11 de enero de 2016).

La lista completa de los hechos destacados de 2015 está disponible en la web del Grupo:
<http://www.michelin.com/corporate/finance>

Calendario

- **Información trimestral a 31 de marzo de 2016:**
Miércoles, 20 de abril de 2016 tras el cierre de la Bolsa.
- **Ventas netas y resultado a 30 junio de 2016:**
Martes, 26 de julio de 2016 antes de la apertura 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, estas 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

