

Resultados financeiros do Grupo Michelin

Informação financeira correspondente a 31 de dezembro de 2015

2015: Forte geração de *cash flow* livre antes de aquisições, de 965 milhões de euros.

Volume em crescimento de 3,2 %, superior aos mercados.

Resultado operacional antes de elementos não recorrentes de 2.577 milhões de euros e 12,2 % das vendas líquidas, em aumento de 407 milhões de euros.

2016: Continuará o crescimento dos volumes

Resultado operacional antes de elementos não recorrentes a subir, excetuando o efeito do câmbio.

- *Volume em crescimento de 3,2%, superior aos mercados para todas as atividades, especialmente em Ligeiro Camioneta (+ 6,7%).*
 - *Crescimento no quatro trimestre de 4,2 % para o Grupo e de 8,7% em Ligeiro Camioneta.*
- *Forte geração de cash flow livre de 965 milhões de euros, excetuando aquisições (312 milhões de euros), tendo em conta investimentos de 1.804 milhões de euros em retrocesso em relação aos de 2014.*
- *Margem operacional em progresso significativo, graças a um muito bom segundo semestre (12,3%) em particular por:*
 - *Segmento Ligeiro Camioneta: 12,2%, um aumento de 2,6 pontos em relação ao segundo semestre de 2014.*
 - *Segmento Camião: 11,1%, um crescimento de 2,6 pontos em relação ao segundo semestre de 2014.*
 - *Boa resistência do segmento de Especialidades: 18,6% no ano.*
 - *Efeito mix de preços/matérias-primas positivo em 105 milhões de euros no segundo semestre, como se esperava.*
- *O plano de competitividade (efeito favorável de 261 milhões de euros) permite de novo assumir a inflação dos custos de produção e as despesas gerais.*
- *Lançamento em janeiro de 2016 de uma nova fase do programa de recompra de ações, após a recompra e anulação em 2015 de ações Michelin por um montante de 451 milhões de euros, isto é, um 2,7% do capital.*
- *Proposta de um dividendo de 2,85 euros por ação, isto é, de uma taxa de distribuição de 37%, que reflete a confiança no futuro do Grupo, que se submeterá à aprovação da Assembleia Geral de Acionistas de 13 de maio de 2016.*

Jean-Dominique Senard, presidente do Grupo Michelin, declarou: “Em 2015 cumprimos o desafio do crescimento rentável, superior ao dos mercados, e ganhámos quota de mercado em todas as nossas atividades, graças à qualidade da oferta do Grupo. O nosso crescimento e a nossa rentabilidade progrediram significativamente. Para o ano 2016 e posteriores, trataremos de aumentar os nossos esforços em quatro áreas: a qualidade do serviço aos nossos clientes, a simplificação dos nossos modos de funcionamento, o desenvolvimento da nossa oferta digital e a responsabilização das nossas equipas. Com estas bases reforçadas, o Grupo está no bom caminho».

Perspetivas para 2016

Em 2016, a procura de pneus de Ligeiro Camioneta e Camião deveria continuar bem orientada nos mercados maduros e manter as tendências observadas em 2015 nos novos mercados. A procura de pneus de Especialidades deveria notar ainda a influência da redução de stocks das companhias mineiras.

Nesta conjuntura a Michelin tem o objetivo em 2016 de um crescimento dos volumes pelo menos de acordo com a evolução mundial dos mercados, de um resultado operacional antes de elementos não recorrentes em crescimento, excetuando o efeito do câmbio e a produção de um *cash flow* livre estrutural superior a 800 milhões de euros.

No horizonte 2016-2020 o Grupo marcou objetivos ambiciosos de margem operacional antes de elementos não recorrentes entre 11% e 15% para o segmento de Ligeiro Camioneta, entre 9% e 13% para o segmento de Camião e entre 17% e 24% para o segmento de Especialidades.

(EM MILHÕES DE EUROS)	2015	2014
VENDAS LÍQUIDAS	21.199	19.553
RESULTADO OPERACIONAL ANTES DE ELEMENTOS NÃO RECORRENTES	2.577	2.170
MARGEM OPERACIONAL ANTES DE ELEMENTOS NÃO RECORRENTES	12,2%	11,1%
LIGEIRO, CAMIONETA E DISTRIBUIÇÃO ASSOCIADA	11,5%	10,5 %
CAMIÃO E DISTRIBUIÇÃO ASSOCIADA	10,4%	8,1%
ATIVIDADES DE ESPECIALIDADES	18,6%	19,3%
ELEMENTOS NÃO RECORRENTES	- 370	- 179
RESULTADO OPERACIONAL APÓS ELEMENTOS NÃO RECORRENTES	2.207	1.991
RESULTADO LÍQUIDO	1.163	1.031
EBITDA ANTES DE ELEMENTOS NÃO RECORRENTES	3.934	3.286
INVESTIMENTOS	1.804	1.883
ENDIVIDAMENTO LÍQUIDO	1.008	707
PERCENTAGEM DE ENDIVIDAMENTO LÍQUIDO	11%	7%
DÍVIDA SOCIAL	4.888	4.612
CASH FLOW LIVRE ¹ EXCETO CESSÕES E AQUISIÇÕES	965	722
ROCE	12,2%	11,1%
EMPREGADOS ²	111.700	112.300
RESULTADO LÍQUIDO POR AÇÃO	6,28 €	5,52 €
DIVIDENDO POR AÇÃO ³	2,85 €	2,50 €

¹ Cash Flow livre: Fluxo de tesouraria em atividades operacionais - fluxo de tesouraria em investimentos.

² No final do período.

³ Dividendo para 2015 submetido à aprovação da assembleia geral de 13 de maio de 2016.

Evolução do mercado de pneus

Ligeiro e camioneta

2015/2014 (número de pneus)	Europa com Rússia e CEI*	Europa sem a Rússia nem CEI*	América do Norte	Ásia (sem a Índia)	América do Sul	África/Índia/ Médio Oriente	Total
Primeira montagem	+ 4%	+ 7%	+ 7%	+ 4%	+ 1%	- 19 %	+ 8%
Substituição	+ 3%	+ 6%	+ 6%	+ 1%	+ 3%	+ 1%	+ 5%

Quarto trimestre 2015/2014 (número de pneus)	Europa com Rússia e CEI*	Europa sem a Rússia nem CEI*	América do Norte	Ásia (sem a Índia)	América do Sul	África/Índia/Mé dio Oriente	Total
Primeira montagem	+ 6%	+ 8%	+ 3%	+ 9%	- 25%	+ 15%	+ 6%
Substituição	+ 10%	+ 14%	+ 3%	+ 1%	- 1%	+ 5%	+ 4%

▪ Primeiros Equipamentos

- Na Europa a procura cresceu globalmente 4%, combinando um forte aumento de 7% na Europa Ocidental e um retrocesso de 24% (- 25% no quarto trimestre) na Europa do Leste num difícil contexto económico.
- Na América do Norte o mercado progride 4% no ano, sustentado pela procura de veículos, pelo baixo preço dos combustíveis e uma conjuntura económica favorável.
- Na Ásia (sem incluir a Índia), a procura teve um crescimento global de 1% até finais de dezembro. Na China, o mercado continua em crescimento anual (+ 5%), inferior ao 9% de 2014, graças à subida das vendas de pequenos veículos sustentadas pelas ajudas governamentais e pelo sucesso dos modelos SUV. O resto dos mercados da zona, dependentes das exportações mundiais, cai 5%.
- Na América do Sul a procura desce 19% em linha com o retrocesso da produção de automóveis, num contexto económico de crise no Brasil e na Argentina.

* Incluindo a Turquia.

▪ **Substituição**

- Na Europa, o mercado cresce globalmente 3% até finais de dezembro. A procura na Europa Ocidental aumenta 6% e reflete o dinamismo do segmento de pneus de verão, a procura sustentada de pneus de gama básica, assim como os volumes das exportações dos distribuidores fora da zona euro. As vendas sell in em pneus de inverno caem 1%. Na Europa do Leste, num contexto económico sempre difícil, a procura continua a descer (- 7%).
- Na América do Norte a procura, com um aumento de 1% no conjunto da zona, é praticamente estável nos Estados Unidos e no Canadá, enquanto o mercado mexicano progride bastante. As vendas de pneus dos grupos membros da Associação de Fabricantes progridem 5%, num contexto favorável de custos de combustíveis e de distâncias percorridas, enquanto os pneus de importação descem 14% com a liquidação dos excedentes dos stocks que a distribuição tinha acumulado antes da entrada em vigor dos impostos aos pneus chineses.
- Na Ásia (sem incluir a Índia), os mercados progridem 4%, animados por um mercado chinês sempre dinâmico (+ 8%). A evolução no resto da zona continua fraca (- 1%) com um mercado japonês em queda de 4% e os mercados da Indonésia e Tailândia bem orientados.
- Na América do sul, a procura aumenta 1%, num contexto económico e político heterogéneo. O mercado brasileiro aumenta 3% com uma queda das importações, os mercados da costa pacífica estão bem orientados e a procura diminui na Argentina e Venezuela.

Camião

2015/2014 (número de pneus)	Europa com Rússia e CEI*	Europa sem a Rússia nem CEI*	América do Norte	Ásia (sem a Índia)	América do Sul	África/Índia/ Médio Oriente	Total
Primeira montagem	+ 7%	+ 11%	+ 7%	- 19%	- 48%	+ 16%	- 7%
Substituição	+ 1%	+ 7%	+ 4%	- 3%	- 8%	+ 1%	- 1%

Quarto trimestre 2015/2014 (número de pneus)	Europa com Rússia e CEI*	Europa sem a Rússia nem CEI*	América do Norte	Ásia (sem a Índia)	América do Sul	África/Índia/Mé dio Oriente	Total
Primeira montagem	+ 15%	+ 17%	- 5%	- 27%	- 55%	+ 12%	- 12%
Substituição	+ 6%	+ 8%	+ 3%	- 3%	- 13%	- 1%	- 1%

▪ Primeiros Equipamentos

- Na Europa, o mercado aumenta 7% com uma procura mais dinâmica na Europa Ocidental (+ 11%), enquanto continua bastante deprimida na Europa do Leste (- 20%), num contexto geopolítico e económico desfavorável.
- Na América do Norte o mercado aumenta 7% no ano, com uma desaceleração trimestre após trimestre sobre a base de comparação com 2014. Esta forte procura beneficia da produção sustentada de veículos para permitir a renovação de um parque relativamente antigo num ambiente económico sempre favorável.
- Na Ásia (excluindo a Índia), a procura radial e diagonal desce 19%. Na China, o mercado cai 21% devido ao afrouxamento da produção industrial, assim como à procura da otimização nos diversos agentes do transporte. Nos outros países da zona, a procura diminui 12%, com uma queda importante na Indonésia e na Coreia, compensada em parte pelo crescimento da Tailândia sobre bases muito fracas.
- Na América do Sul, o mercado está em retrocesso de 48% num contexto económico muito difícil. No Brasil, o mercado (- 51%) sofre a paragem da produção de camiões e autocarros. Esta queda é devida a uma menor procura

* Incluindo a Turquia.

nacional, assim como às dificuldades económicas na Argentina e Venezuela que pesam sobre as exportações de camiões fabricados no Brasil.

▪ **Substituição**

- Na Europa, o mercado aumenta 1% anual com uma ligeira descida no mercado russo no segundo semestre. Na Europa Ocidental cresce (+ 7%), animado pela evolução favorável das toneladas/km, pelo crescimento dos pneus de low cost procedentes de Ásia, que competem no segmento de recauchutado, e pelas exportações dos distribuidores de fora da zona graças à descida do euro. Na Europa do Leste, o mercado mantém a queda no ano (- 11%) devido às dificuldades na Rússia.
- Na América do Norte, o mercado continua sempre bem orientado (+ 4%), graças à procura do transporte, que continua forte numa economia dinâmica.
- Os mercados da Ásia (sem incluir a Índia) radial e diagonal descem 3%. Na China, a procura cai 3% com uma atividade de transporte penalizada pelo afrouxamento do ritmo de crescimento económico. No resto da zona os mercados estão globalmente em retrocesso, com uma queda especialmente significativa na Tailândia e, em menor medida, no Japão, em que o mercado desce bastante em comparação com o início de 2014, que tinha crescido bastante antes do aumento do IVA.
- Na América do Sul, o mercado radial e diagonal cai 8%, com uma descida mais acentuada no Brasil, num ambiente económico difícil.

Pneus de especialidades

- **Engenharia civil:** O mercado de pneus para minaria diminui significativamente por segundo ano consecutivo, penalizado pela diminuição do stock das companhias mineiras e pela descida do consumo de pneus (extração em queda e esforços de produtividade das minas).

Os mercados de primeiros equipamentos caem nas zonas maduras, após uma mudança de tendência no quarto trimestre. Descem bastante na China.

O mercado de pneus para infraestruturas e pedreiras está em crescimento nos países maduros, animados especialmente pela América do Norte.

- **Agrícola:** A procura mundial do mercado de primeiros equipamentos desce bastante nos países maduros devido ao retrocesso dos preços das matérias-primas agrícolas e ao parque de maquinaria recentemente renovado; a procura mantém-se estável no quarto trimestre. Nos países maduros, o mercado de substituição diminui pelas mesmas razões.
- **Duas rodas:** A procura de Moto e Scooter está a subir tanto nos países maduros como nos novos mercados.

- **Avião:** O mercado de pneus para a aviação comercial continua a crescer, impulsionado pelo aumento do tráfego de passageiros.

Atividade e resultados de 2015

Vendas líquidas

As vendas líquidas atingem 21.199 milhões de euros, num crescimento de 8,4% em relação a 2014, devido aos seguintes fatores:

- O efeito favorável de 624 milhões de euros, devido ao aumento dos volumes de 3,2%, superior aos mercados.
- O efeito negativo do mix de preços de 687 milhões de euros (- 3,4%). Que inclui - 715 milhões de euros, devidos à evolução dos preços, em que um terço corresponde aos ajustamentos relacionados com as cláusulas de indexação dos preços das matérias-primas, e o efeito positivo do mix que atinge 28 milhões de euros; o mix de produto, sempre bastante positivo, está parcialmente limitado pelo mix geográfico e pelos efeitos do mix relacionados com o progresso relativo dos pneus de gama básica, dos primeiros equipamentos e da queda da Engenharia Civil.
- A variação favorável no perímetro de consolidação (256 milhões de euros) corresponde à integração da Sascar, líder brasileiro em gestão digital de frotas, do grossista alemão Ihle e da Blackcircles.com, número 1 da venda de pneus na Internet no Reino Unido.
- O impacto positivo (1.453 milhões de euros) das paridades de câmbio.

Resultados

O resultado operacional do Grupo antes de elementos não recorrentes atinge os 2.577 milhões de euros, isto é, 12,2% das vendas líquidas, em comparação com os 2.170 milhões de euros e o 11,1% publicados em 2014. Os elementos não recorrentes de 370 milhões de euros correspondem, fundamentalmente, às despesas de reestruturação por projetos de melhoria da competitividade do Grupo, especialmente na Europa.

O resultado operacional antes de elementos não recorrentes regista o efeito do aumento dos volumes (+ 231 milhões de euros) e o estrito controlo do mix de preços (- 687 milhões de euros), tendo em conta o impacto favorável do preço das matérias-primas (+ 594 milhões de euros). Devemos sublinhar que o Grupo conserva o efeito favorável das variações do câmbio (+ 437 milhões de euros), num contexto de mercados particularmente competitivos pelo excesso da produção asiática e pela queda dos custos das matérias-primas. Reflete igualmente o efeito do aumento previsto das amortizações (- 148 milhões de euros). Por último, a continuação do plano de competitividade (+ 261 milhões de euros) permite, como se tinha antecipado, absorver a inflação dos custos de produção e as despesas gerais (- 271 milhões de euros).

O resultado líquido lança um lucro de 1.163 milhões de euros.



Posição financeira líquida

No exercício, o Grupo produziu um **cash flow livre de 965 milhões de euros**, excetuando aquisições, o que representa uma melhoria de 243 milhões. Em 2015, o Grupo realizou aquisições por um montante total de 312 milhões de euros. Especialmente, formou uma *joint-venture* com o Barito Pacific Group para produzir caucho natural eco-responsável na Indonésia e comprou 100% da sociedade Blackcircles.com e 90% da companhia Livebooking Holdings (BookaTable). À parte disto, os investimentos elevam-se a 1.804 milhões de euros.

Em 31 de dezembro de 2015, tendo em conta o *cash flow* livre, as aquisições (312 milhões de euros), a recompra de ações (451 milhões de euros) e as emissões obrigatórias de 802 milhões de euros a 7, 12 e 30 anos, o Grupo tem um **rácio de endividamento de 11 %**, que corresponde a um endividamento financeiro líquido de 1.008 milhões de euros, contra o 7 % e os 707 milhões em finais de dezembro de 2014.

Em 2015 o retorno dos capitais investidos após impostos (ROCE) atinge 12,2% garantindo a criação de valor, em comparação com o custo médio ponderado dos capitais do Grupo. Para 2016 a Michelin prevê um ROCE após impostos de, pelo menos, 11%.

Informação sectorial

Milhões de euros	Vendas líquidas		Resultado operacional antes de não recorrentes		Margem operacional antes de não recorrentes	
	2015	2014	2015	2014	2015	2014
LIGEIRO CAMIONETA E DISTRIBUIÇÃO ASSOCIADA	12.028	10.498	1.384	1.101	11,5%	10,5%
CAMIÃO E DISTRIBUIÇÃO ASSOCIADA	6.229	6.082	645	495	10,4%	8,1%
ATIVIDADES 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%

▪ **Ligeiro, camioneta e distribuição associada**

As vendas líquidas do segmento de Ligeiro camioneta e distribuição associada atingem os 12.028 milhões de euros, em comparação com os 10.498 milhões para o mesmo período de 2014, o que significa um crescimento de 14,6%.

O resultado operacional, antes de elementos não recorrentes, atinge os 1.384 milhões de euros, isto é, 11,5% das vendas líquidas, em comparação com os 1.101 milhões de euros e o 10,5% de 2014.

Este progresso de um ponto da margem operacional antes de elementos não recorrentes está principalmente relacionado com o crescimento de 6,7 %, muito superior ao mercado (+ 2%), constante no ano e especialmente equilibrado tanto entre as marcas como os segmentos de mercado e as zonas geográficas. O sucesso das novas gamas MICHELIN CrossClimate, MICHELIN Premier LTX, BFGoodrich KO2 e BFGoodrich g-Force Comp 2 A/S permitiu estas grandes subidas tanto na marca MICHELIN (+ 6%), em pneus de 17" e superiores (+ 13 %) como nas outras marcas do Grupo (+ 10%). Os preços, que descem globalmente, refletem a aplicação das cláusulas de indexação em Primeiros Equipamentos, assim como o efeito dos reposicionamentos em Substituição decididos em 2014 e 2015. O efeito do mix de produto, muito favorável, é compensado pelo mix de marca, relacionado com o forte crescimento das vendas nos segmentos *Tier 2* e *Tier 3*.

Para o horizonte 2016-2020, o Grupo marcou para o sector operacional Ligeiro Camioneta um objetivo de margem operacional antes de elementos não recorrentes entre 11% e 15% das vendas líquidas.

▪ **Camião e distribuição associada**

As vendas líquidas do segmento de Camião e distribuição associada situam-se em 6.229 milhões de euros, em comparação com os 6.082 milhões de euros publicados em 2014. Esta queda é o resultado do efeito desfavorável das paridades monetárias (- 2,2%).

O resultado operacional antes de elementos não recorrentes atinge os 645 milhões de euros, representando 10,4 % das vendas líquidas, em relação aos 495 milhões de euros e 8,1 % das vendas líquidas de 2014.

A melhoria de 2,3 pontos da rentabilidade reflete, em primeiro lugar, a resistência dos volumes, em progresso de 0,3%, num mercado de camião que desce 2 %: o forte crescimento em Primeiros Equipamentos nos mercados maduros equilibrou as tensões no



mercado de recauchutado, enquanto as novas gamas *Intermédias* lançadas na América do Sul, no Oriente Médio africano e no Sudeste asiático encontraram um acolhimento favorável. O bom controlo da atividade, especialmente do posicionamento do preço, o aprovisionamento dos mercados em crescimento e a gestão das despesas, contribuíram também para a continuidade da recuperação da rentabilidade.

No horizonte 2016-2020, o Grupo marcou para o segmento de Camião um objetivo de margem operacional antes de elementos não recorrentes entre 9% e 13% das vendas líquidas.

▪ **Atividades de especialidades**

As vendas líquidas do segmento de Atividades de especialidades atingem os 2.942 milhões de euros, quase estáveis em comparação com os 2.973 milhões de euros de 2014.

O resultado operacional antes de elementos não recorrentes determina-se em 548 milhões de euros, isto é, 18,6 % das vendas líquidas, em comparação com os 574 milhões de euros e o 19,3% de 2014.

A evolução do resultado operacional provém, além dos efeitos do volume e da taxa de câmbio, dos ajustamentos de preços relacionados com as cláusulas de indexação num contexto de descida de preço das matérias-primas

À parte dos efeitos da paridade do câmbio, esta evolução da margem operacional regista a evolução dos volumes vendidos (- 4%), num mercado em contração de 6% pela redução de stocks das companhias mineiras, pela queda das extrações e pela descida mundial da procura de pneus agrícolas. Em paralelo, o efeito retardado dos ajustamentos de preço relacionados com as cláusulas de indexação dos preços das matérias-primas penaliza a margem unitária.

Para o horizonte 2016-2020, o Grupo marcou para o sector operacional Atividades de Especialidades um objetivo de margem operacional antes de elementos não recorrentes entre 17% e 24% das vendas líquidas.

Compagnie Générale des Etablissements Michelin



A Compagnie Générale des Etablissements Michelin teve um lucro de 590 milhões de euros no exercício de 2015, após obter um lucro de 555 milhões de euros em 2014.

As contas foram apresentadas ao Conselho de Vigilância na sua reunião de 11 de fevereiro de 2016. Os procedimentos de auditoria foram realizados e o relatório de auditoria foi emitido em 15 de fevereiro de 2016.

O presidente do Grupo convocou uma Assembleia Geral de Acionistas para a sexta-feira dia 13 de maio de 2016, às 9 horas, em Clermont-Ferrand.

O presidente do Grupo vai submeter à aprovação dos acionistas o pagamento de um dividendo de 2,85 euros por ação, contra os 2,50 euros por título do exercício anterior.

Fatos destacados de 2015

- A Michelin North America comercializa 16 novas dimensões do pneu BFGoodrich All-Terrain T/A KO2 (2 de março de 2015).
- A Michelin recebe os prémios «Fornecedor do ano» e "Inovação do ano" da John Deere & Company (10 de março de 2015).
- A Michelin adquire uma participação de 40% na sociedade Allopneus SAS por um montante de 60 milhões de euros (14 de abril de 2015).
- A Michelin consegue o diploma de “Fornecedor do ano” da Boeing (16 de abril de 2015).
- A Michelin lança um programa de compra de ações por 750 milhões de euros, escalonado de 18 a 24 meses (22 de abril de 2015).
- A Michelin comercializa nos mercados europeus o MICHELIN CrossClimate, o primeiro pneu de verão com homologação para inverno (maio de 2015).
- A Michelin adquire 100% da companhia Blackcircles.com por 50 milhões de libras esterlinas (6 de maio de 2015).
- A Michelin e o Barito Pacific Group criam uma joint-venture para produzir caucho natural eco-responsável. Além disso, a Michelin compromete-se com a WWF para promover práticas sustentáveis na indústria do caucho natural e realizar vários projetos de conservação e recuperação da flora e da fauna das regiões afetadas (18 de maio de 2015).
- A Michelin coloca com êxito uma emissão de obrigações por 300 milhões de euros a 7 anos e de 300 milhões a 12 anos (19 de maio de 2015).
- A Michelin lança o MEMS (Michelin Earthmover Management System) Evolution3, um sistema evolucionado de captação e transmissão de dados sobre os pneus (15 de junho de 2015)
- A Michelin compra a Meyer Lissendorf, especialista em distribuição de pneus de ligeiro na Alemanha (30 de julho 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).
- 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 Michelin reorganiza as suas atividades no Reino Unido, Itália e Alemanha (3 de novembro de 2015).
- Considerando a evolução dos mercados, a Michelin confirma a interrupção do seu projeto de fábrica para Engenharia Civil na Índia (3 de novembro de 2015).
- Cancelamento de 4.961.534 ações próprias recompradas em 2015, isto é, 2,66% do capital (dezembro de 2015).
- A Michelin lança uma nova fase do seu programa de recompra de ações (8 de janeiro de 2016).
- Com a aquisição da BookaTable, a Michelin torna-se no líder europeu de reservas on-line de restaurantes (11 de janeiro de 2016).

A lista completa dos fatos destacados de 2015 está disponível no Site do Grupo:

<http://www.michelin.com/corporate/finance>

Calendário

- **Informação trimestral em 31 de março de 2016:**

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

- **Vendas líquidas e resultado a 30 junho de 2016:**

Terça-feira, 26 de julho de 2016, antes da abertura 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, na França. Igualmente pode consultá-los no nosso site: www.michelin.com. Este comunicado pode conter algumas declarações de caráter 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. dos Enquartes, 19
28760 Tres Cantos – Madrid – ESPANHA
Tel.: 0034 914 105 167 – Fax: 0034 914 105 293

