

Resultados financeiros do Grupo Michelin

Informação financeira correspondente a 31 de março de 2016

Primeiro trimestre de 2016: A Michelin anuncia umas vendas líquidas de 5.100 milhões de euros, com um crescimento dos volumes superior aos mercados. Perspetivas para 2016 confirmadas

- **Volume em crescimento de 3,7%, superior aos mercados para todas as atividades: em Ligeiro Camioneta (+4%), em Camião (+3%) e em Especialidades (+0%). Este crescimento ocorre no seguinte contexto de mercado:**
 - Os mercados de Ligeiro Camioneta e de Camião mantêm-se nas zonas maduras.
 - Procura irregular nos mercados emergentes, com uma procura sustentável na China para Ligeiro Camioneta, um forte dinamismo na Índia e um acentuado retrocesso na América do Sul.
 - Os mercados de Especialidades penalizados de novo pela redução dos stocks das companhias mineiras.
- **Efeito preço de -0,8% a melhorar graças ao controlo do Grupo e ao êxito das novas ofertas de produtos e serviços das diversas marcas do Grupo.**

VENDAS LÍQUIDAS (EM MILHÕES DE EUROS)	Primeiro Trimestre 2016	Primeiro trimestre 2015	Varição %
LIGEIRO, CAMIONETA E DISTRIBUIÇÃO ASSOCIADA	2.897	2.777	+4,3%
CAMIÃO E DISTRIBUIÇÃO ASSOCIADA	1.430	1.474	-3,0%
ATIVIDADES DE ESPECIALIDADES ¹	738	771	-4,2%
TOTAL DO GRUPO	5.065	5.022	+0,9%

¹Engenharia Civil, Agrícola, Duas Rodas e Avião; Michelin Travel Partner e Michelin Lifestyle Ltd.

Perspetivas para 2016 confirmadas

Para o conjunto do ano, nuns mercados de pneus bastante irregulares, a procura de Ligeiro Camioneta e Camião deveria continuar a crescer nos mercados maduros e manter as tendências observadas em 2015 nos mercados emergentes. Esta tendência será favorável para todo o Grupo Michelin. A procura de pneus de Especialidades vai continuar influenciada pela redução dos stocks das companhias mineiras.

Nesta conjuntura a Michelin tem o objetivo em 2016 de um crescimento dos volumes superior à evolução mundial dos mercados e confirma os seus objetivos de um resultado operacional antes de elementos não recorrentes em crescimento, antes do efeito do câmbio e a produção de um *cash flow* livre estrutural superior a 800 milhões de euros.

Evolução do mercado

Ligeiro e Camioneta

Primeiro trimestre 2016/2015 (nº 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
Primeiros equipamentos	+2%	+4%	+4%	-0 %	-23%	+7%	+1%
Substituição	+3 %	+3 %	+6%	+5%	-2%	-4%	+4%

* Incluindo a Rússia e a Turquia.

O mercado mundial de pneus de Ligeiro Camioneta, em Primeiros Equipamentos e Substituição tem um crescimento de 3% em unidades, no primeiro trimestre de 2016.

Primeiros Equipamentos

- Primeiro trimestre em continuidade com o ano 2015, com mercados em crescimento na Europa Ocidental, América do Norte, China, (+4%) e na África, Índia e Médio Oriente.
- Sem sinais de recuperação nos mercados emergentes na América do Sul (-23%), incluindo o Brasil (-43%), ASEAN (-7%) e a Europa do Leste (-29%).

Substituição

- Os mercados de todas as regiões em crescimento, exceto a América do Sul e o Brasil (-6%), o que reflete o fraco crescimento económico da zona.
- A procura continua a crescer na China (+9%), apesar da desaceleração da economia.
- Ligeiro afrouxamento do crescimento em março, em relação a janeiro e fevereiro, que se explica, em parte, por uma elevada base de comparação com 2015.

Camião

Primeiro trimestre 2016/2015 (nº de pneus)	Europa com a Rússia e CEI	Europa sem a Rússia nem CEI*	América do Norte	Ásia (sem a Índia)	América do Sul	África/Índia/Médio Oriente	Total
Primeiros equipamentos*	+6%	+7%	-12%	-3%	-39%	+8%	-3%
Substituição*	+2%	+3%	+4%	-5%	+4%	+0%	-2%

* Incluindo a Turquia

O mercado mundial de pneus para Camiões novos, Primeiros Equipamentos e Substituição, reduziu-se 2% em unidades no primeiro trimestre de 2016, os mercados de recauchutagem também diminuíram, acima de tudo na Europa.

Primeiros Equipamentos

- Mercados muito irregulares, com um forte crescimento na Europa Ocidental e queda nos mercados emergentes em todo o mundo e na América do Norte.
- Mercado em forte crescimento na Índia (+12%) e estabilização da procura na China (+1%).

Substituição

- Procura robusta no primeiro trimestre nos mercados maduros, com um afrouxamento em março pela elevada base de comparação.
- Queda nos mercados emergentes, especialmente na China (-8%), no Brasil (-6%), na Tailândia (-10%) e estabilidade na Índia.



Pneus de especialidades

- **Engenharia civil:** O mercado de pneus para minaria diminui significativamente pelo terceiro ano consecutivo, penalizado pela diminuição do stock das companhias mineiras num contexto de extração estabilizada.

Os mercados de Primeiros Equipamentos caem nas zonas maduras, em continuidade com o quarto trimestre de 2015. O mercado chinês permanece estável a um nível muito baixo.

Os mercados de pneus para infraestruturas e pedreiras estão estáveis no trimestre nos países maduros.

- **Agricultura:** A procura no mercado de Primeiros Equipamentos cresce nos países maduros, após um grande retrocesso em 2015. Contudo, as perspetivas para os próximos meses vão-se manter reduzidas.

Após uma descida em 2015, os mercados de Substituição crescem nos países maduros, animados pelas compras da distribuição. Os mercados da América do Sul permanecem bastante penalizados pelo ambiente económico.

- **Duas rodas:** Os mercados de moto e scooter estão a subir globalmente nos países maduros, animados pelas compras da distribuição na Europa. Os novos mercados mantêm-se em crescimento.

- **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	Primeiro trimestre 2016	
VENDAS LÍQUIDAS	5.065	
VARIÇÃO T1 2016 / T1 2015 EM MILHÕES DE EUROS E%		
VARIÇÃO TOTAL	+43	+0,9%
EM VOLUME*	+188	+3,7%
MIX DE PREÇOS	-68	-1,3%
EFEITO CÂMBIO DE DIVISAS	-96	-1,9%
MUDANÇA DE PERÍMETRO DE CONSOLIDAÇÃO	+19	+0,4%

* Em toneladas

Nos três primeiros meses do ano, as vendas líquidas ascenderam a 5.065 milhões de euros, com um crescimento de 0,9% em relação ao mesmo período de 2015, devido ao efeito dos seguintes fatores:

- **O crescimento dos volumes de +3,7%** no fim de março, superior à evolução dos mercados, reflete o reforço das posições do Grupo, graças ao rendimento da marca MICHELIN e das outras marcas, tanto para pneus como para serviços.
- **O efeito do mix de preços (-1,3%)**, como se esperava, continua a melhorar trimestre após trimestre. O efeito do preço, que ascende a -43 milhões de euros, é devido essencialmente à aplicação das cláusulas de indexação. O efeito do mix (-25 milhões de euros) reflete o efeito favorável do êxito da estratégia premium da marca MICHELIN, compensado pelos efeitos desfavoráveis do aumento das outras marcas, pelo crescimento relativo de Primeiros Equipamentos e Substituição e pela descida das atividades de Engenharia Civil.
- **O impacto desfavorável das paridades de cambio (-1,9%)** está relacionado com a variações do euro em relação às principais divisas com que opera o Grupo: o efeito favorável em relação ao dólar americano só limita parcialmente os efeitos desfavoráveis do real brasileiro, peso argentino e, em menor medida, do peso mexicano, do rublo russo, da lira turca, do rand sul-africano e do yuan chinês.



- Uma variação favorável no perímetro de consolidação de 0,4%, que corresponde principalmente à integração dos grossistas alemães Ihle e Meyer Lissendorf, assim como de Blackcircles, número 1 da venda de pneus pela Internet no Reino Unido.

Vendas líquidas por segmentos

Ligeiro e Camioneta e distribuição associada

Para o primeiro trimestre de 2016, e tendo em conta um efeito desfavorável do câmbio, as vendas líquidas atingem os 2.897 milhões de euros, o que significa um aumento de 4,3%, em comparação com os 2.777 milhões de euros do mesmo período de 2015.

- Os volumes em Ligeiro Camioneta tiveram um aumento de 4% no fim de março, que reflete o crescimento de 4% da marca MICHELIN (com um aumento de +11% para os pneus de 17 polegadas e superiores, num segmento que aumenta +10%), assim como um aumento de +8% para as vendas das outras marcas. Globalmente, o Grupo melhora as suas posições nos mercados de Primeiros Equipamentos, nos segmentos de gama básica e, num contexto muito competitivo, em todas as regiões emergentes.
- O efeito do preços reflete a política de preços implementada em 2015 no segmento de Substituição e o impacto das cláusulas de indexação sobre as matérias-primas.
- O efeito do mix continua favorável, o crescimento de +11 % da marca MICHELIN no segmento de 17 polegadas e superiores permite compensar os efeitos menos favoráveis do aumento dos volumes da gama básica em Primeiros Equipamentos nos países emergentes.

Camião e distribuição associada

No fim de março de 2016, tendo em conta o efeito bastante desfavorável das paridades monetárias, as vendas líquidas estabelecem-se em 1.430 milhões de euros, uma queda de 3,0% em comparação com os 1.474 milhões registados nos três primeiros meses de 2015.

- Os volumes de Camião progridem 3%, com os mercados mundiais em retrocesso, graças aos Primeiros Equipamentos, às novas ofertas Intermédias, ao bom comportamento da marca MICHELIN no segmento premium e ao mix geográfico desfavorável.



- Os ajustes de preços são devidos fundamentalmente à execução das cláusulas de indexação sobre os custos das matérias-primas, parcialmente compensados pelos aumentos de preço decididos para defrontar a queda das moedas do Brasil e da Rússia.

Pneus de especialidades

Nos três primeiros meses do ano, e tendo em conta o efeito desfavorável das divisas, as vendas líquidas da Atividade de Especialidades atingem 738 milhões de euros, o que representa uma descida de 4,2% em relação aos 771 milhões do primeiro trimestre de 2015.

- **Engenharia civil:** As vendas líquidas caem, penalizadas pelo impacto desfavorável das cláusulas de indexação do custo das matérias-primas e pela diminuição dos volumes vendidos.
- **Agricultura:** As vendas líquidas permanecem estáveis, o aumento dos volumes compensa o impacto negativo da descida dos preços, relacionada, principalmente, com as cláusulas das matérias-primas e das paridades.
- **Duas rodas:** As vendas líquidas continuam sem alterações, com um aumento dos volumes vendidos que neutraliza o impacto desfavorável do mix geográfico e das paridades.
- **Avião:** As vendas líquidas estão em crescimento graças ao aumento dos volumes.

Fatos destacados do primeiro trimestre de 2016

- **COP21: A Michelin compromete-se com o futuro do nosso planeta e reitera a sua decisão de reduzir entre 2010 e 2030 20% a marca de carbono devida à utilização dos seus pneus (4 de janeiro de 2016).**
- **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).**
- **Michelin MICHELIN Pilot Sport⁴, uma nova geração de pneus para berlinas premium e desportivas (12 de janeiro de 2016).**
- **O MICHELIN[®] Pilot[®] Sport All-Season 3+[™], apresentado em Detroit (15 de janeiro de 2016).**
- **O novo Ford Focus RS equipado exclusivamente com os MICHELIN Pilot Sport Cup 2 e MICHELIN Pilot Super Sport (20 de janeiro de 2016).**
- **Os pneus MICHELIN com tecnologia radial NZG incorporam-se à cadeia de montagem final da Boeing para equipar o 777-300ER (11 de fevereiro de 2016).**
- **A Michelin recebe o prémio Gold Class Sustainability 2016, a mais alta distinção outorgada pelo Dow Jones Sustainability World Index (DJSI) (15 de fevereiro de 2016)**
- **A Michelin lança a última versão da sua gama de Camião MICHELIN X LINE ENERGY Z na América do Norte (28 de fevereiro de 2016).**
- **A Michelin confirma a transparência da sua política de testes de pneus (26 de fevereiro de 2016).**
- **A Michelin adapta a organização das suas atividades em Clermont-Ferrand (1 de março de 2016).**
- **Michelin, fornecedor exclusivo de todas as equipas do campeonato de MotoGP 2016 (8 de março de 2016).**
- **A classificação mundial de 2016 do Reputation Institute (que avalia a reputação das empresas) situa a Michelin no 15º posto, 1ª empresa francesa e 1º fornecedor do sector automóvel (24 de março de 2016).**

A lista completa dos Fatos destacados do primeiro trimestre de 2016
está disponível no site do Grupo: <http://www.michelin.com/fre>



CALENDÁRIO PARA O INVESTIDOR

Vendas líquidas e resultados a 30 de junho de 2016:

Terça-feira, 26 de julho de 2016, antes da abertura da Bolsa.

Informação trimestral em 30 de setembro de 2016:

Quarta-feira, 19 de outubro 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/fre. 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 111.700 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 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

