

Madrid, 26 de octubre, 2021

Información financiera a 30 de septiembre de 2021

A pesar de un entorno cada vez más difícil, Michelin registró unas ventas de 17.200 millones de euros durante los primeros nueve meses del año, lo que supone un aumento del 15,6% respecto al mismo período del año anterior. El Grupo mantiene sus previsiones para 2021.

El entorno en el que opera el Grupo se caracteriza por:

- la persistencia de la crisis sanitaria
- las fuerte desorganización de las cadenas de suministro
- la inflación de las materias primas y los costes logísticos, que se extiende a los costes energéticos
- el empeoramiento de la escasez de mano de obra en Norteamérica y, en menor medida, en Europa.

En este contexto, y con una base de comparación menos favorable que en el primer semestre, la demanda de neumáticos en el tercer trimestre evolucionó de la siguiente manera:

- En el mercado de neumáticos de turismo y camioneta, fuerte descenso en el segmento de equipo original (-21%) debido especialmente a la continua escasez de semiconductores, y estabilidad en el mercado de reposición
- En los mercados de neumáticos de camión, dinamismo y un sólido aumento fuera de China (+7%) y un considerable descenso de la demanda en este país (-30%)
- Demanda sostenida en el mercado de especialidades, con un importante repunte en los sectores de construcción de equipos originales y agricultura

Con unas ventas de 6.000 millones de euros en el tercer trimestre, las ventas consolidadas del Grupo durante los primeros nueve meses de 2021 se situaron en 17.200 millones de euros, lo que supone un incremento interanual del 15,6%:

- Crecimiento del 14,8% en los volúmenes de neumáticos, incluido un 1,3% en el tercer trimestre
- Aumento del 4,1% por el efecto del mix de precio de los neumáticos, que refleja:
 - los aumentos de precios aplicados para compensar la inflación
 - una mejora continua del mix de productos, con ganancias de cuota de mercado en los neumáticos de la marca MICHELIN para llantas de 18 pulgadas y superiores
 - una combinación favorable de equipo original y de reposición en el mercado de neumáticos de turismo y camioneta
- Aumento del 5,8% en las ventas de productos no relacionados con los neumáticos
- Disminución del 3,5% por el efecto del tipo de cambio, que sigue siendo desfavorable

“A pesar de la actual crisis sanitaria, el Grupo obtuvo unos resultados muy sólidos. En este entorno excepcional, que sigue marcado por importantes perturbaciones en nuestras cadenas de suministro y por fuertes aumentos de los costes, como los de la energía, quiero dar las gracias una vez más a todos los equipos de Michelin. Gracias a su movilización, el Grupo ha demostrado una vez más su capacidad de resistencia y puede proseguir su ambiciosa estrategia de desarrollo”, ha declarado Florent Menegaux, Presidente de Michelin.

En 2021, en un entorno todavía muy complicado, la previsión para el año completo es que los mercados de neumáticos de turismo y camioneta crezcan entre un 6% y un 8%, impactados por la escasez de

semiconductores; mientras que el mercado de camión aumentarían entre un 6% y un 8% y los mercados de especialidades entre un 9% y un 11%. Excluyendo el nuevo efecto sistémico relacionado con el Covid-19¹ y con un aumento de las ventas ligeramente superior al de los mercados, Michelin mantiene sus objetivos: un resultado operativo superior a 2.800 millones de euros a paridad constante y un flujo de caja libre estructural² superior a 1.000 millones de euros.

Gobernanza del grupo:

El 5 de octubre de 2021, la Société Auxiliaire de Gestion (SAGES), en su calidad de socio general no gestor de la Compagnie Générale des Établissements Michelin (CGEM) y con la aprobación del Consejo de Supervisión, tomó la decisión de renovar por cuatro años a Florent Menegaux como Socio General Gestor, y a Yves Chapot como Director General por nuevos mandatos de cuatro años, a partir del vencimiento de sus actuales mandatos al cierre de la próxima Junta General Ordinaria de Accionistas, que se celebrará el 13 de mayo de 2022.

Ventas de Michelin enero-septiembre 2021

EVOLUCIÓN GLOBAL

(En millones de €)		
VENTAS	17.204	
VARIACIÓN 9 MESES 2021 / 9 MESES 2020		
CAMBIO TOTAL	2.316	15,6%
DE LOS CUALES, VOLÚMENES DE NEUMÁTICOS*	2.204	14,8%
MIX DE PRECIOS DE NEUMÁTICOS	618	4,1%
ACTIVIDADES NO RELACIONADAS CON LOS NEUMÁTICOS	47	0,3%
VARIACIÓN DE LOS TIPOS DE CAMBIO	-533	-3,5%
CAMBIO DE PERÍMETRO	-20	-0,1%

*En toneladas

¹ Interrupciones graves de la cadena de suministro o restricciones de la movilidad que provocarían una caída significativa de los mercados de neumáticos.

² Flujo de caja libre antes de adquisiciones, ajustado por el efecto de las variaciones de los precios de las materias primas sobre las cuentas por cobrar, las cuentas por pagar y las existencias.



Michelin tiene la ambición de mejorar de manera sostenible la movilidad de sus clientes. Líder del sector del neumático, Michelin diseña, fabrica y distribuye los neumáticos más adaptados a las necesidades y a los diferentes usos de sus clientes, así como servicios y soluciones para mejorar la eficacia del transporte. Michelin ofrece igualmente a sus clientes experiencias únicas en sus viajes y desplazamientos. Michelin desarrolla también materiales de alta tecnología para diversas utilidades. Con sede en Clermont-Ferrand (Francia), Michelin está presente en 170 países, emplea a más de 123.600 personas y dispone de 71 centros de producción de neumáticos que en 2020 han fabricado 170 millones de neumáticos (www.michelin.es).

DEPARTAMENTO DE COMUNICACIÓN CORPORATIVA

+34 629 865 612

hugo.ureta-alonso@michelin.com



www.michelin.es

 [@MichelinPress](https://twitter.com/MichelinPress)

Ronda de Poniente, 6 – 28760 Tres Cantos – Madrid. ESPAÑA