

Valladolid, 25 de abril, 2025

Información financiera del grupo Michelin a 31 de marzo de 2025

Las ventas descendieron un 1,9% debido a una disminución de los volúmenes de equipos originales, compensadas en parte por una mejora significativa del mix de productos. En un entorno muy volátil marcado por la incertidumbre geopolítica y macroeconómica, el Grupo refuerza su gestión y mantiene sin cambios sus previsiones para 2025.

Las ventas consolidadas durante el primer trimestre de 2025 alcanzan una cifra de 6.500 millones de euros, lo que supone un descenso del 1,9%.

- La disminución del 7,3% en los volúmenes refleja la caída de las ventas de equipos originales (OE) en todos los segmentos, en línea con la tendencia observada en el segundo semestre de 2024.
- El efecto mix positivo del 2,5% reflejó la distribución favorable entre el mercado de OE y de reposición (RT), la ampliación de la oferta y el buen comportamiento del Grupo en los mercados objetivo.
- El efecto positivo de los precios refleja la capacidad del Grupo para valorizar su oferta y la solidez de la marca MICHELIN y el impacto diferido de las cláusulas de indexación incluidas en los principales contratos de OE.
- El efecto del tipo de cambio fue favorable durante el primer trimestre, incluso para el dólar estadounidense.

Mercado de neumáticos de Turismo y Camioneta (SR1): aumento de las ventas del 1,2%, impulsadas por un efecto mix positivo.

- El crecimiento de las ventas se vio impulsado por el mercado RT, en particular con un aumento del 4% en los neumáticos de la marca MICHELIN y un buen comportamiento en las dimensiones de alto valor añadido.
- Los volúmenes del segmento (-3%) se vieron afectados por la continua tendencia a la baja de los mercados OE en Europa (-13%) y América del Norte (-8%), así como por el mix desfavorable de marcas y modelos de vehículos.
- Continúa el enriquecimiento estructural del mix, con un crecimiento de las ventas de neumáticos de 18 pulgadas y superiores representando el 67% de las ventas de MICHELIN (+4 puntos), creciendo en línea con el mercado. El exitoso lanzamiento de la gama MICHELIN Primacy 5 amplía el liderazgo tecnológico del Grupo.
- Las actividades de dos ruedas siguen creciendo, impulsadas por los segmentos de motocicletas de ocio y los scooters premium en los mercados europeos y asiático.

Mercado de neumáticos de Camión (SR2): los volúmenes se vieron afectados por la caída del mercado de equipos originales, compensada en parte por el aumento en las ventas del mercado de reposición y las actividades de servicios para flotas.

- Los volúmenes de equipos originales (OE) se vieron afectados por la fuerte caída de los mercados en Europa (-12%) y América del Norte (-14%), así como por las consecuencias de los ajustes de precios negociados entre los fabricantes.
- En el mercado de reposición (RT), las ventas de neumáticos nuevos aumentaron en volumen y cuota de mercado en los segmentos objetivo, gracias a un plan de productos muy dinámico.
- La oferta de servicios para flotas Tire-as-a-Service y Connected Solutions siguieron creciendo, reforzando su posición competitiva en Europa y América del Sur.



Mercado de Actividades de Especialidades (SR3): descenso de las ventas de *Beyond Road*, dinamismo en minería y aviación.

- Con los mercados de equipo original aún en la parte baja del ciclo, tal y como se esperaba (-25%), los volúmenes de *Beyond Road* se vieron muy afectados, principalmente en las actividades Agrícola y Construcción.
- Las ventas de neumáticos para Minería se recuperaron hasta alcanzar los altos niveles del primer trimestre de 2024, gracias al fortalecimiento de la posición del Grupo en un mercado favorable.
- Las ventas de neumáticos para actividades de aeronáutica también crecieron durante el trimestre, impulsadas por unos mercados dinámicos.
- Las ventas de soluciones compuestas de polímeros descendieron ligeramente en un entorno económico incierto, con una tendencia positiva en las correas y las juntas de alta tecnología para aplicaciones industriales críticas.

Un modelo de negocio adaptado para superar las turbulencias de 2025

- Modelo de negocio resistente gracias a una diversificación de mercados, ofertas y geografías.
- Estrategia *local-to-local* ampliamente desplegada, con instalaciones de producción situadas lo más cerca posible de los mercados.
- Excelente solidez financiera reconocida por las recientes mejoras (a A/A2) de las tres principales agencias de calificación crediticia.
- El poder de la marca MICHELIN y la capacidad del grupo para gestionar la rentabilidad.
- Diferenciación basada en la innovación tecnológica, demostrada en 2025 en todos los sectores.
- Gobernanza estable, equipos comprometidos y capacitados y una agilidad demostrada en tiempos de crisis demostrada en los últimos años.

En un contexto de gran incertidumbre para el año 2025, el grupo mantiene sin cambios sus previsiones y espera un resultado operacional de los sectores superior al de 2024 a tipos de cambio constante (3.400 millones de euros) y generar un *free cash flow* antes de adquisiciones superior a 1.700 millones de euros.

Ventas a 31 de marzo de 2025

Ventas (millones de euros)	2025	2024	% de variación (a los tipos de cambio actuales)
SR1 – Turismo-Camioneta*	3.559	3.518	+1,2 %
SR2 – Camión*	1.529	1.584	-3,5 %
SR3 – Actividades de Especialidades*	1.427	1.539	-7,3 %
Total Grupo	6.515	6.642	-1,9 %

* y distribución asociada



Acerca de Michelin

Michelin está construyendo un líder mundial en composites y experiencias que cambian vidas. Pionera en la ciencia de los materiales desde hace más de 130 años, Michelin aprovecha su experiencia única para contribuir significativamente al progreso humano y a un mundo más sostenible.

Gracias a su incomparable dominio de los compuestos poliméricos, Michelin innova constantemente para fabricar neumáticos de alta calidad y componentes críticos para sectores tan exigentes como la movilidad, la construcción, la aeronáutica, la energía baja en carbono y la sanidad.

El cuidado que pone en sus productos y el profundo conocimiento del cliente inspiran a Michelin a ofrecer las mejores experiencias. Éstas comprenden desde soluciones basadas en datos e inteligencia artificial para flotas profesionales hasta el descubrimiento de excelentes restaurantes y hoteles recomendados por la Guía MICHELIN.

DEPARTAMENTO DE COMUNICACIÓN MICHELIN

comunicacion-ib@michelin.com

www.michelin.es

X [@MichelinNews](#) [@Michelinespana](#) [@Michelinespana](#) [@Michelin](#)

Glorieta de Bibendum nº1 – 47009 Valladolid – ESPAÑA