Grupo Michelin aumenta sus ventas un 20,5%

Las ventas en los primeros nueve meses de 2022 aumentaron un 20,5% hasta los 20.700 millones de euros. En un entorno altamente inflacionista, el Grupo confirma sus previsiones en cuanto al resultado operacional y revisa el cash flow libre estructural.

En un entorno de mercado caracterizado por continuas perturbaciones operativas, una inflación generalizada y una visibilidad limitada sobre la futura demanda, Michelin ha registrado un crecimiento de las ventas durante los primeros nueve meses de 2022, y está orientando sus operaciones para garantizar unos niveles adecuados de existencias. Los mercados mantuvieron una tendencia al alza:

· La demanda del usuario final se mantuvo en la mayoría de las regiones y mercados

· Los mercados de Turismo-Camioneta crecieron un 1,4%, impulsados por una recuperación de la demanda de neumáticos de equipo original (OE) durante el tercer trimestre, principalmente en Norteamérica y China; los mercados de reposición (RT) permanecieron estables, con un mix afectado temporalmente por el aumento de las importaciones asiáticas.

· Los mercados de neumáticos de Camiones -excluyendo China- crecieron un 6,0%, con una aceleración de las ventas durante el tercer trimestre.

· Los mercados de neumáticos de actividades de Especialidades se mantuvieron al alza, excepto en los segmentos Agrícola y Construcción durante el tercer trimestre; la demanda sigue siendo fuerte en Minería. Las ventas netas consolidadas a 30 de septiembre de 2022 asciende a 20.700 millones de euros, lo que supone un aumento interanual del 20,5%, incluyendo un efecto favorable del tipo de cambio del 6,5%:

· Efecto mix-precio precio de neumáticos de +13,4%, que refleja la determinación del Grupo de compensar la inflación de costes, así como el impacto creciente de las cláusulas de indexación de precios.

· Efecto del mix de neumáticos de +0,9%, que refleja el crecimiento en el segmento de los neumáticos de Turismo para llanta de 18” y superiores y en Minería, compensado parcialmente por un efecto mix desfavorable de OE/RT en Turismo-Camioneta.

· Descenso del 2,4% en los volúmenes, afectados por la salida de Rusia y los cierres debidos a las restricciones sanitarias en China, en un contexto de persistentes interrupciones operativas.

· Efecto perímetro favorable, debido principalmente a la consolidación de Allopneus.com.

· Aumento del 22% de las ventas de No Neumáticos, que contribuyen en un 1,1% al crecimiento del resultado neto consolidado del Grupo, en consonancia con la estrategia Michelin in Motion. Orientación anual Se prevé que los mercados de neumáticos de Turismo-Camioneta terminen el año entre un -2% y un +2%, un crecimiento en los mercados de neumáticos de Camiones (excluyendo China) entre un 2% y un 6%, y que los de actividades de Especialidades crezcan entre un 3% y un 7%. En este escenario, Michelin confirma su previsión de un resultado operacional anual de los sectores superior a 3.200 millones de euros a tipos de cambio constantes, y revisa su previsión de cash flow libre estructural1 a 700 millones de euros.