

Al Capital Markets Day del gruppo Michelin, Florent Menegaux, Presidente Delegato, e Yves Chapot, Direttore Generale e Chief Financial Officer, accompagnati da tutti i membri del Gruppo del Comitato Esecutivo, hanno presentato Michelin in Motion, la strategia "All Sustainable" di Michelin per il 2030.

Il Sig. Menegaux ha spiegato la visione del Gruppo "All Sustainable", che si basa sulla costante ricerca del giusto equilibrio tra Persone, Pianeta e Profitto. Ha anche presentato le ambizioni del gruppo per il 2030, sulla base di dodici indicatori che coprono le sue ambizioni ambientali, sociali, societari e di performance finanziaria. In particolare, ha sottolineato l'impegno del gruppo a:

Persone

- raggiungimento di un tasso di coinvolgimento dei dipendenti superiore all'85%
- aumentare la percentuale di donne in posizioni dirigenziali al 35%
- stabilire lo standard globale in materia di sicurezza sul lavoro, con un TCIR (numero di infortuni e di malattie professionali registrato per 200.000 ore lavorate) inferiore a 0,5

Pianeta

- ridurre drasticamente le proprie emissioni di CO2, negli Scope 1 e 2 (del 50% rispetto al 2010) e nello Scope 3 relativo ai trasporti, con l'obiettivo di raggiungere la neutralità del carbonio in questi ambiti entro il 2050
- aumentare drasticamente il contenuto di materie prime sostenibili in tutti i suoi prodotti fino al 40% entro il 2030, in linea con l'obiettivo del 100% entro il 2050

Profitto

- guidare una crescita sostenuta, con un aumento medio del 5% annuo delle vendite tra il 2023 e il 2030, una volta terminata l'attuale crisi correlata al Covid-19
- Ricavare dal 20% al 30% delle vendite da attività non legate ai pneumatici
- Garantire la creazione di valore significativo, con un ROCE (rendimento del capitale investito) di oltre il 10,5% tra il 2023 e il 2030.

Nuovi territori di crescita non legati ai pneumatici

Michelin continuerà ad espandersi, investire e innovare nelle sue attività di pneumatici. Le tendenze della mobilità post-Covid e l'accelerazione della crescita del mercato dei veicoli elettrici rappresentano una vera opportunità di crescita per il gruppo, che ha sviluppato una leadership tecnologica senza eguali nella progettazione e produzione di pneumatici

appositamente sviluppati per i veicoli elettrici.

Nel segmento del trasporto su strada, il gruppo si concentrerà selettivamente sulla creazione di valore, mentre nel settore minerario, movimento terra, agricolo, aeronautico e altri pneumatici speciali, Michelin intende rimanere il punto di riferimento, capitalizzando sulla differenziazione dei propri prodotti e servizi.

Guidata dalla sua capacità di innovazione e dalla sua esperienza nei materiali, Michelin sta anche cercando di espandere fortemente **cinque segmenti di business intorno e oltre ai pneumatici**: servizi e soluzioni, compositi flessibili, dispositivi medici, stampa 3D in metallo e mobilità a idrogeno.

- In Services & Solutions, il gruppo amplierà e approfondirà il proprio portafoglio di soluzioni per le flotte, in particolare sfruttando le soluzioni smart e il valore dei dati raccolti.
- Michelin spera anche di espandersi in modo significativo nel mercato dei compositi flessibili (trasportatori, nastri, tessuti spalmati, guarnizioni, ecc.) facendo leva sulle sue fusioni creatrici di valore, sulla strategia legata alle acquisizioni e incubando nuovi business.
- Anche i dispositivi medici rappresentano un'opportunità di crescita negli anni a venire.
- Nella stampa 3D in metallo, il gruppo ha sviluppato competenze uniche che supportano la capacità di AddUp, la sua joint venture con Fives, per commercializzare una gamma completa di prodotti e soluzioni su misura per i produttori.
- Nella mobilità a idrogeno, il gruppo sta cercando di diventare un leader mondiale nei sistemi a celle a combustibile attraverso Symbio, la sua joint venture con Faurecia.

Un primo traguardo nel 2023

Durante il Capital Markets Day, Michelin ha anche presentato i vari driver di competitività industriali che consentiranno di risparmiare 80 milioni di euro all'anno, al netto dell'inflazione, tra il 2020 e il 2023. Inoltre, le spese generali, amministrative e di vendita nel settore pneumatici saranno ridotte di 65 milioni, al netto dell'inflazione, entro il 2023 e per un totale di 125 milioni di euro entro il 2025.

Yves Chapot ha quindi annunciato gli obiettivi finanziari del Gruppo per il 2023. Per quell'anno, a tassi di cambio medi di gennaio 2021, il Gruppo prevede di registrare un fatturato di circa 24,5 miliardi di euro, oltre 3,3 miliardi di euro nel reddito operativo del segmento, 3,3 miliardi di euro di free cash flow strutturale (totale nel 2022 e 2023) e un ROCE (rendimento del capitale investito) del 10,5%.

Inoltre, il gruppo ha iniziato a calcolare i costi di alcune delle sue esternalità negative, come

emissioni di carbonio e uso di acqua e solventi, e si impegna a ridurle di circa il 10% entro il 2023. Infine, il gruppo ha deciso di rivedere la propria politica dei dividendi, con il nuovo obiettivo di erogare il 50% degli utili ante elementi non ricorrenti nel 2021.

Durante il Capital Markets Day, **Florent Menegaux** ha osservato: *“Con questo nuovo piano strategico Michelin In Motion, il gruppo sta intraprendendo un’ambiziosa dinamica di crescita per i prossimi dieci anni. Sono convinto che l’impegno e la capacità di innovazione dei nostri team ci consentiranno di ottenere una miscela armoniosa di performance aziendali importanti, sviluppo continuo dei dipendenti e un impegno per il pianeta e le nostre comunità ospitanti. Anche se rimane fedele al suo DNA, entro il 2030 il profilo del gruppo sarà cambiato in modo significativo con la diffusione di nuovi business ad alto valore aggiunto sia nei nostri mercati che oltre ad essi. È questa capacità di reinventarsi costantemente che sostiene la forza di Michelin da oltre 130 anni e questo oggi ci dà fiducia nel futuro.”*

Chapot ha aggiunto: *“Nonostante l’attuale crisi e l’ambiente economico ancora incerto, Michelin ha dimostrato la resilienza dei suoi fondamentali e la validità del suo modello di business. Questo nuovo piano strategico Michelin In Motion darà al Gruppo i mezzi per registrare una nuova crescita e ridurre l’impatto delle sue principali esternalità negative. Michelin continuerà a sviluppare le sue attività legate ai pneumatici, integrando nuove attività, con un focus costante sul mantenimento di un solido bilancio e margini solidi.”*

Overview of the announced Ambitions for 2030:

<u>AMBITIONS</u>	<u>INDICATOR</u>	<u>2030</u>
Set the global standard in employee engagement	Engagement rate	>85%
Set the global standard in workplace safety	TCIR ⁽¹⁾	<0.5
Set the standard for employee diversity and inclusion	IMDI ⁽²⁾	80/100 points
Lead the industry in creating customer value	Partner NPS ⁽³⁾ End customer NPS ⁽³⁾	up 10 pts vs. 2020 up 5 pts vs. 2020
Drive significant growth in sales, particularly in segments other than tire manufacturing and distribution	Average growth in sales per year, 2023 to 2030 Percentage of consolidated sales from businesses other than tire manufacturing and distribution	5% Between 20% and 30%
Continuously create value	ROCE ⁽⁴⁾	>10.5%
Maintain the strength of the MICHELIN brand	Brand vitality quotient ⁽⁵⁾	up 5 pts vs. 2021
Maintain the sustained pace of product and service innovation	Product/offers vitality index ⁽⁶⁾	>30%
Achieve carbon neutrality in manufacturing and energy use by 2050	Scopes 1 and 2 CO ₂ emissions	down 50% vs. 2010
Help achieve carbon neutrality in use	Products energy efficiency (scope 3)	up 10% vs. 2020
Set the global standard for the environmental footprint of manufacturing facilities	i-MEP ⁽⁷⁾	down one-third vs. 2020
Ensure that tires are made entirely of sustainable materials	Sustainable materials rate	40%

Summary of 2023 objectives⁴:

2023 sales	Around €24.5 billion at January 2021 exchange rates
2023 segment operating income	More than €3.3 billion at January 2021 exchange rates
Segment operating margin	13.5%
2023 segment operating margin, Automotive and related distribution segment	>12%
2023 segment operating margin, Road Transportation and related distribution segment	>10%
2023 segment operating margin, Specialty businesses and related distribution segment	>17%
Total structural free cash flow ^a , 2022-2023	€3.3 billion
2023 ROCE	>10.5%
Average growth in sales excluding tires and related distribution, 2019-2023	5%
Industrial efficiency, 2020-2023	€80 million in savings a year, net of inflation
Reduction in SG&A expenses in the tire business through 2023	€65 million in savings, net of inflation
Cost of negative externalities, 2019	€(330) million
Cost of negative externalities, 2023	€(300) million
Payout ratio as from 2021	50% before non-recurring items

© riproduzione riservata pubblicato il 12 / 04 / 2021