



Horizontes

NÚMERO 10
JUNIO 2014

CARTA A LOS ACCIONISTAS DE MICHELIN

DOSSIER

La Línea de Producto Avión

Páginas 4/5



Estimada señora, estimado señor accionista:

Acabamos de celebrar nuestra última Junta General y quería aprovechar la ocasión para agradecer su confianza incondicional que nos permite ser cada año más fuertes. Todas las resoluciones que les hemos presentado han sido aprobadas y quiero darles las gracias por ello.

Este año 2014 es un año de aniversario, el de los 125 años del grupo que siempre ha sabido capitalizar su historia para inventar su futuro:

125 años durante los cuales no hemos dejado de innovar con pasión para hacer avanzar la movilidad, 125 años de una increíble aventura que se ha ido ampliando progresivamente a todo el mundo.

En un contexto cada vez más volátil y competitivo, nuestro grupo goza de buena salud. Michelin disfruta de un resultado económico basado en la excelencia de nuestros productos y servicios, la competitividad de nuestra industria y el control de nuestros gastos generales. Esto nos permite conseguir una buena rentabilidad y una tasa de endeudamiento muy baja. Otra muestra de esta vitalidad es sin duda la expansión mundial de la marca Michelin. En 2014, nuestra imagen ha seguido mejorando y **Michelin forma parte ahora de las 15 empresas mundiales con mejor reputación. Podemos sentirnos orgullosos. Ustedes pueden sentirse orgullosos.**

Estamos en vías de demostrar que es bueno relacionar estrechamente resultado y responsabilidad. Esta convicción se nutre de la razón de ser de Michelin: ofrecer a cada uno la mejor forma de avanzar. Pueden estar seguros de que nos preocupamos de que Michelin tenga los medios para lograr sus objetivos. Nuestro Grupo ha invertido casi dos mil millones de euros en Investigación y Desarrollo en tres años para dar a sus equipos la capacidad de innovar y desarrollar los neumáticos y servicios que responden a las expectativas de nuestros clientes en todo el mundo. Pero la mentalidad innovadora no puede salir exclusivamente de nuestros centros de Investigación y Desarrollo. Por ello hemos querido que todos los empleados tengan la posibilidad de participar directamente en el proceso de innovación mediante campañas de sugerencias que ya han dado sus frutos.

Esta dinámica forma parte del objetivo de implicar a todos los empleados en la construcción del futuro de nuestra empresa. La propuesta de integrar en el Consejo de Vigilancia a un representante de los empleados del Grupo es un ejemplo y supone un gran avance.

Por último, 125 años después de la fundación de nuestra Casa, 2014 marca asimismo la puesta en marcha de la Fundación Michelin que se enmarca en la larga tradición de mecenazgo del grupo en Francia y en el resto del mundo.

Señoras y señores accionistas, como saben, Michelin tiene objetivos amplios y ambiciosos: ser una de las empresas más innovadoras, responsables y rentables y, al mismo tiempo, ser líder mundial de la movilidad sostenible.

Muchas gracias por su compromiso y fidelidad y pueden tener la garantía de nuestro total compromiso al servicio de esta, su Empresa.

Jean-Dominique Senard
Presidente del grupo Michelin



MICHELIN

La mejor forma de avanzar



Marc Henry,
Director Financiero del Grupo

Información financiera a 31 de marzo de 2014:

- ➔ Crecimiento del volumen de ventas en un 3,4% en el primer trimestre de 2014
- ➔ Ventas netas de 4.800 millones de euros, un incremento del 2,5% con perímetro y tipo de cambio constantes.

➤ Mercados del neumático:

Recuperación de los mercados en Turismo-Camioneta y en Camión, con la excepción de Europa Oriental, mientras que continúa el esperado consumo de stocks de los clientes de minería.



Primer semestre 2014/2013 (en número de neumáticos)	EUROPA*	NORTE-AMÉRICA	ASIA (EXCEPTO INDIA)	SUDAMÉRICA	ÁFRICA INDIA ORIENTE PRÓXIMO	TOTAL
Primera monta	+6%	+5%	+8%	-8%	-9%	+5%
Reemplazo	+4%	+7%	+11%	+6%	+4%	+7%



Primer semestre 2014/2013 (en número de neumáticos)	EUROPA*	NORTE-AMÉRICA	ASIA (EXCEPTO INDIA)	SUDAMÉRICA	ÁFRICA INDIA ORIENTE PRÓXIMO	TOTAL
Primera monta**	-3%	+6%	+11%	+4%	-8%	+5%
Reemplazo**	+9%	+8%	+4%	+4%	+3%	+5%

* Rusia y Turquía incluidas
** Mercado radial y bias

➤ Ventas netas de Michelin:

- **Incremento de los volúmenes en un 3,4%**, que refleja el rendimiento de la marca MICHELIN, el dinamismo de las actividades de Primera monta, el crecimiento mundial de las actividades Camión mientras que el incremento de las actividades Agrícola, Dos ruedas, Avión ha permitido compensar la debilidad de las ventas a los clientes de minería
- **Un efecto mix de precios en ligero retroceso** que refleja el impacto de las cláusulas de indexación y reposicionamientos de precios pilotados, en un contexto de costes de materias primas favorable, el aumento de precios que atenúa el efecto desfavorable de algunas divisas y la eficacia de la estrategia premium.
- **Un efecto desfavorable de las paridades monetarias** (-4,6%), vinculado al euro. Una pregunta sobre este tema se planteó a Marc Henry en la última Junta General: véanse las páginas 6-7

VENTAS NETAS (EN MILLONES DE EUROS)	Primer trimestre 2014	Primer trimestre 2013	% de variación
TURISMO CAMIONETA Y DISTRIBUCIÓN ASOCIADA	2 520	2 582	- 2,4 %
CAMIÓN Y DISTRIBUCIÓN ASOCIADA	1 462	1 477	- 1,0 %
ACTIVIDADES DE ESPECIALIDADES ⁽¹⁾	775	818	- 5,2 %
TOTAL GRUPO	4 758	4 877	- 2,4 %

(1) Neumáticos Obra civil, Agrícola, Dos ruedas y Avión; Michelin Travel Partner y Michelin Lifestyle Ltd.

➤ Perspectivas para 2014:

Mientras que la demanda de neumáticos consigue en el primer trimestre de 2014 la dinámica esperada con la excepción de Europa Oriental, **Michelin mantiene su objetivo de crecimiento de volumen aproximadamente en el 3% para todo el año.**

El objetivo del Grupo es aumentar su margen bruto unitario, conservando un equilibrio positivo entre política de precios y coste de las materias primas. El despliegue del plan de competitividad continúa al ritmo previsto.

En este contexto, Michelin confirma sus objetivos para el año 2014, un resultado de explotación antes de elementos no recurrentes en crecimiento sin tener en cuenta el efecto de las divisas, una rentabilidad del capital empleado superior al 11% y generación de cash flow libre estructural superior a 500 millones de euros, junto a un programa de inversiones que se mantiene en torno a los 2.000 millones de euros.

Michelin firma un contrato con Boeing para equipamiento con neumáticos de primera monta

Michelin ha sido elegido para equipar en primera monta el **Boeing 737 MAX**, la nueva versión del avión comercial más vendido del mundo. Los **B737 MAX 7** y **8** llevarán neumáticos radiales **MICHELIN NZG** (Near Zero Growth), líderes del mercado. Boeing Commercial Airplanes confirma que ha elegido a Michelin para fabricar los neumáticos destinados a los modelos de la familia **737 MAX**, que incorporarán, entre muchas otras mejoras, nuevos motores. El **B737 MAX 8** debería entrar en funcionamiento en 2017, seguido del **B737 MAX 7** en 2019. Estos neumáticos también se homologarán para el mercado de segunda monta para su venta a las compañías aéreas. De momento, la cartera de pedidos de **B737 MAX 7** y **8**, ya ha superado los 2.000 aparatos.

COLABORACIÓN

Proyecto TREC (Tire Recycling) para neumáticos usados

Pilotado por Michelin, el proyecto TREC (Tire Recycling) pretende desarrollar dos vías de valorización de neumáticos usados como la TREC Regeneración que consiste en regenerar mezclas de goma para fabricar neumáticos nuevos y la TREC Alcool que va a permitir la producción de un producto químico intermedio necesario para sintetizar las materias primas que se utilizan para fabricar neumáticos.

El alcohol producido de esta forma se utilizará en la filial francesa de producción de butadieno BioButterfly, como complemento de los alcoholes derivados de biomásas tales como azúcares, madera, residuos agrícolas...

TREC abarca todas las etapas de investigación y desarrollo de procesos, desde los conceptos científicos hasta la validación en un demostrador industrial, pasando por la fase piloto y apoyándose en la complementariedad de competencias y expertises de los socios.

Con las previsiones de crecimiento del mercado mundial del neumático, la demanda de materias primas va a aumentar considerablemente en las próximas décadas.

(Tire Recycling = reciclado de neumáticos)

COLABORACIÓN

BIOBUTTERFLY: un proyecto innovador y responsable

AXENS¹, IFP Energies Nouvelles² y el grupo Michelin unen fuerzas y lanzan un proyecto de investigación en colaboración en el ámbito de la química de las plantas. Se trata del proyecto BioButterfly.

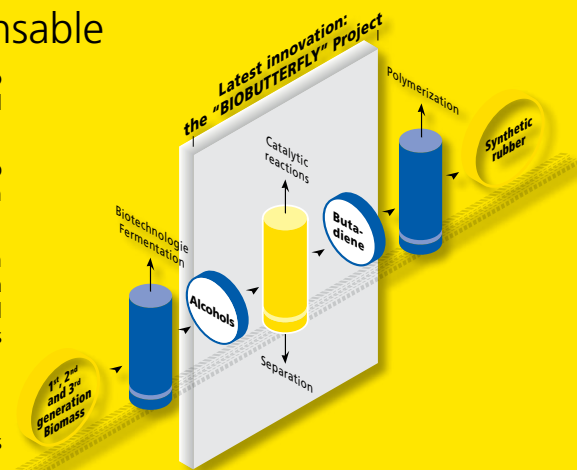
La complementariedad de competencias y experiencias de los tres socios tiene como objetivo desarrollar y comercializar un procedimiento innovador de producción de butadieno de origen biológico, el biobutadieno.

« Esta investigación común con AXENS e IFPEN es una oportunidad excelente para que Michelin encuentre nuevas formas de aprovisionamiento sostenibles para los elastómeros que requiere la calidad de nuestros neumáticos », declaró Terry Gettys, Director de Investigación y Desarrollo. « El proyecto, de ocho años de duración, nos va a procurar nuevos materiales rentables y responsables al mismo tiempo. »

¿ Qué es el butadieno ?

El butadieno es un producto químico intermedio de origen fósil que se utiliza para fabricar cauchos sintéticos y un 60% de la producción mundial del mismo se destina al sector del neumático.

Axens es un proveedor internacional de tecnologías avanzadas, catalizadores, absorbentes y servicios, con fama de excelencia mundial en diseño e ingeniería de base. www.axens.net
IFP Energies nouvelles (IFPEN) es un organismo público de investigación, innovación industrial y formación en el ámbito de la energía, el transporte y el medio ambiente. www.ifpen.fr



PNEUS TOURISME CAMIONNETTE

Siempre seguro, incluso usado

En el salón del automóvil de Detroit, el Grupo ha presentado en primicia el neumático **MICHELIN® Premier® A/S** dotado de la tecnología inédita **EverGrip™**. Incluso usado, este neumático tiene una frenada más corta en suelo mojado que los neumáticos nuevos de la mayoría de marcas de la competencia. Estas prestaciones son posibles gracias a los surcos invisibles que aparecen a medida que el neumático se va gastando, ranuras extensibles para la evacuación de agua que se hacen cada vez más grandes y una mezcla única de goma de gran tracción para mejorar la adherencia en suelo mojado. De esta forma ofrece a los conductores una auténtica mejora de la seguridad. Este nuevo producto forma parte de la estrategia de **MICHELIN Total Performance**. El **MICHELIN® Premier® A/S** se fabrica y vende en Norteamérica, un mercado particular donde las condiciones de rodaje y climáticas son muy diferentes de las europeas. Como la tecnología **EverGrip™** tiene un gran potencial, Michelin no descarta utilizarla para aportar prestaciones a otros productos fuera del mercado americano.





La Línea de producto Avión en el centro del crecimiento del tráfico aéreo

Los veinte próximos años anuncian un potencial de crecimiento sin precedente en el mundo de la aviación comercial en los segmentos de media y larga distancia.

El crecimiento del mercado se debe a la necesidad de movilidad de las nuevas clases medias mundiales y al crecimiento de las megaciudades.

El crecimiento está asimismo inducido por la renovación de los aviones actuales en un contexto de elevada competencia económica entre compañías aéreas que permiten reducir el coste de utilización de las flotas (consumo de carburante, turn around time en el hub⁽¹⁾, coste de mantenimiento).

El neumático radial para avión, inventado por Michelin en 1981, está actualmente en el centro de este crecimiento mundial y se concreta para Michelin con **el despliegue de la tecnología NZG⁽²⁾** y sus evoluciones tanto en Airbus como en Boeing.

La tecnología NZG permite reducir en gran medida el coste global de utilización de un neumático en una flota. No solo mejorando el número de aterrizajes, sino también influyendo en el consumo de carburante, reduciendo la masa y la resistencia a las agresiones en las fases de rodaje (FOD)⁽³⁾.

Esta tecnología se beneficia asimismo de todos los conocimientos técnicos de Michelin acumulados durante décadas en cuanto a la fiabilidad ejemplar de los neumáticos Michelin en todos los segmentos aeronáuticos (especialmente el militar y Business Jets).

El despliegue de una nueva tecnología en un mercado de gran crecimiento también es un desafío humano único para todos los protagonistas de la Línea de Producto.

La presencia mundial de los equipos comerciales de Michelin lo más cerca posible de nuestros clientes fabricantes de aviones y de las compañías aéreas por una parte, y la posibilidad de producir neumáticos NZG nuevos o renovados en nuestras tres fábricas de Estados Unidos (Norwood NC), Francia (Bourges) y Tailandia (Nong Kae) por otra, son grandes ventajas que garantizan el éxito de esta nueva etapa de crecimiento.

Numerosos desafíos que la Línea de producto Avión está dispuesta a superar con el fin de instalarse a largo plazo en una fase de crecimiento rentable.

(1) Tiempo que pasa un avión en tierra junto a la puerta de embarque.

(2) NZG, Near Zero Growth, es una tecnología de neumáticos radiales que utiliza cables reforzados con aramida, que reduce los fenómenos de expansión de la carcasa del neumático (bajo los efectos de inflado o centrifugación) y prolongar considerablemente su duración.

(3) FOD: Foreign Object Damaged o cualquier objeto "no invitado" en una pista de aviación tales como clavos, utensilios de todo tipo, piedras...



Un neumático radial NZG para cada segmento del mercado (del más pequeño al más grande):

- Aviación en general:** Dassault Falcon 5X
- Militar:** Lockheed F35A
- Regional:** Regional Bombardier Serie C
- Comercial:** Airbus A350

Comparación entre el esfuerzo que se exige a un neumático de Avión y a los de un automóvil

	AUTOMÓVIL	COMPARACIÓN	AVIÓN
Dimensión	205/75 R15	~ =	27.75 x 8.75-14.5
Diámetro total	27.2"	~ =	27.75"
Anchura de sección	8.1"	~ =	8.75"
Presión nominal	2.5 bar	x9	22 bar
Carga nominal	750 kg	x13	10 000 kg
Velocidad máx.	230 km/h	x1.8	420 km/h
Temperatura del neumático	estable 110°C	x2.3	variable, hasta 250°C

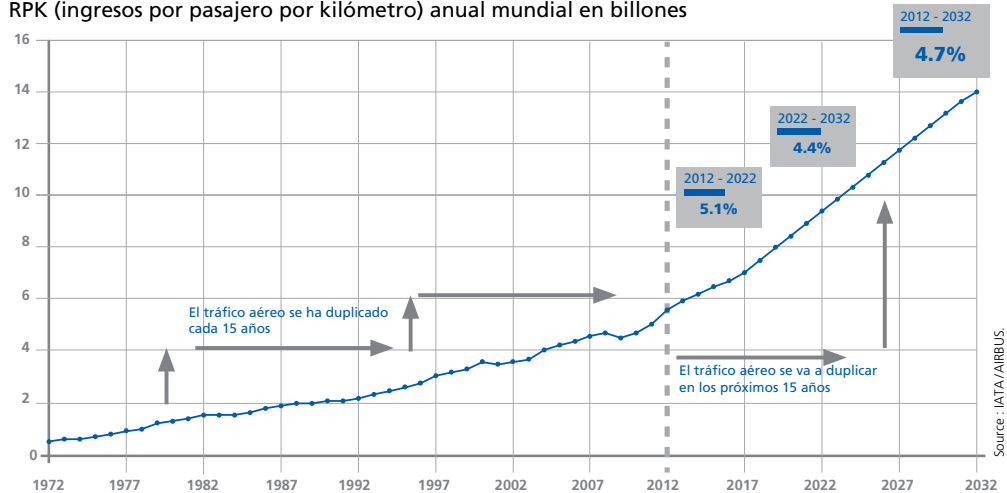


El último neumático radial de tecnología NZG para el Airbus A 350
Peso 126,5 Kg y altura 1,32 m

RETOS DE MICHELIN

Crecimiento del tráfico aéreo

RPK (ingresos por pasajero por kilómetro) anual mundial en billones



Un siglo separa al Airbus A380 del Bréguet, avión construido por Michelin durante la primera guerra mundial.





La Junta General de Accionistas se celebró el viernes 16 de mayo de 2014 en Clermont-Ferrand con la presencia de más de 1.700 personas

El Gerente, Jean-Dominique Senard, abrió la sesión hablando de los hechos destacados de 2013 y dió la palabra a Marc Henry, Director Financiero y miembro del Comité Ejecutivo del Grupo, para que explicara con detalle los buenos resultados de 2013.

Marc Henry subrayó la calidad del pilotaje de los resultados y la sólida estructura financiera de la Empresa. « Es el cuarto año consecutivo de creación de valor para el Grupo, con un nivel de endeudamiento a finales de 2013 de los más bajos de su historia », señaló.

Como todos los años, a través de la Junta General intentamos que los accionistas perciban lo que vivimos y darles a conocer actividades importantes para el Grupo. Este año hemos elegido dos temas: el primero, Michelin y la competición; el otro, las actividades y ventajas de Michelin en el Sudeste Asiático.

Pascal Couasonon, Director de Michelin Motorsport, declara « Vamos a ser pioneros; la competición es un soporte con tres pilares: la Marca, la tecnología y el negocio. Este año, el Grupo va a superar un nuevo desafío tecnológico participando a partir del mes de septiembre en el nuevo campeonato FIA de Fórmula 1 eléctrica, la Fórmula e. »

Lionel Dantiacq, Director de la Zona del Sudeste Asiático-Oceanía, presentó una « zona impresionante por su tamaño, 25 países, y sus desafíos de crecimiento ». En estos mercados, la tasa de desarrollo es de aproximadamente un 5% anual y se mantiene constante. Además es una Zona donde los consumidores son jóvenes y la presencia de Internet es muy fuerte: « Una gran oportunidad para el Grupo », declaró.

La Junta General adoptó a continuación todas las resoluciones sometidas a su aprobación, especialmente el reparto de un dividendo de 2,50 € por acción, pagaderos en metálico el 23 de mayo de 2014, la designación como nuevo miembro del Consejo de Vigilancia del Sr. **Cyrille Poughon**, empleado del Grupo, por un periodo de cuatro años, y la renovación de los mandatos de la Sra. **Laurence Parisot** y del Sr. **Pat Cox** por cuatro años.



Fundación Michelin para Empresas

Durante su alocución, Jean-Dominique Senard también anunció la creación, al principio del año, de la Fundación de Empresa Michelin y explicó que la Fundación « se inscribe con total naturalidad en la larga tradición de mecenazgo y compromiso social del Grupo y que tiene la misión de ejecutar la política de mecenazgo del Grupo en Francia y en el resto del mundo. »

Los cinco ámbitos de actividad de la Fundación serán: la movilidad sostenible, la protección del medio ambiente, la salud y el deporte, la educación y la solidaridad, la cultura y el patrimonio.

DIÁLOGO CON LOS ACCIONISTAS



“ El Grupo Michelin se ha comprometido con éxito con la globalización. Ha respondido y se ha adaptado a la demanda del mercado en cada una de las zonas económicas, incluidos los denominados países « emergentes ». En 2013, estos últimos experimentaron una reducción de su crecimiento y cambios inesperados en sus divisas que afectaron a las operaciones y a la actividad del Grupo Michelin.

¿Con qué medios cuenta el Grupo Michelin para prever estos riesgos en el futuro, gestionarlos y limitar su impacto en los resultados?

Pregunta de un miembro del Comité Consultivo de Accionistas, Xavier DECROOQ



Respuesta de Marc Henry, Director Financiero del Grupo

« Su pregunta aborda dos temas: por una parte, la gestión del riesgo de tipo de cambio, relacionado con la paridad monetaria y, por otra, el objetivo de crecimiento del grupo y el crecimiento de los mercados.

En lo que se refiere al riesgo de tipo de cambio, nos enfrentamos a diversos riesgos. El primero de ellos es el que denominamos un riesgo en las transacciones, los flujos en divisas extranjeras respecto a nuestros clientes o proveedores. Nuestra estrategia consiste en cubrir un 100% de este riesgo a corto plazo y por tanto no experimentar pérdidas por tipo de cambio en la cuenta de resultados.

El segundo riesgo es un riesgo económico, vinculado a la actual fortaleza del euro y a la desvalorización de las monedas de los países emergentes y del dólar. La mejor forma de protegernos es aumentar nuestros precios de venta en estos países, obviamente en la medida en que la situación local de competencia lo permita. De esta forma se garantiza como mínimo el margen en moneda local.

En lo que se refiere al crecimiento del mercado del neumático, en las zonas emergentes se desaceleró ligeramente en 2013 así como a principios de 2014. Es cierto que en 2014 se produce la recuperación de los mercados maduros que conllevará crecimiento para el grupo Michelin.

Espero que también comprenden la ventaja fundamental que supone la presencia mundial del grupo.»

Un accionista preguntó a Jean-Dominique Senard sobre la posibilidad de que MICHELIN repartiera acciones gratuitas para motivar a los accionistas teniendo en cuenta su fidelidad.



Jean-Dominique Senard, Presidente del grupo Michelin

« Gracias por plantear esta pregunta. A decir verdad, me la esperaba hasta cierto punto. La asignación de acciones gratuitas es una tradición de algunas empresas del CAC 40, no muchas por otra parte... No es una tradición de Michelin y actualmente no consideramos que sea oportuno porque no por aumentar el número de acciones se aumenta naturalmente el valor del patrimonio global de la empresa ni del suyo... Preferimos hacerlo incrementando el dividendo regularmente y gracias a las señales claras que hemos querido dar este año como el aumento de la tasa de distribución en un 35% o mediante la compra de las acciones excedentarias que se habrían emitido para evitar la dilución del accionariado... »

Anticipándose a la pregunta, Jean-Dominique Senard aprovechó para explicar la posición del grupo Michelin sobre un dividendo aumentado:

« ¿Por qué no adoptar un dividendo aumentado para nuestros accionistas más fieles?

No creo que adoptemos esta idea: en primer lugar porque muy pocas empresas lo hacen aunque tengan razones para ello... A continuación, nos preocupa mucho que todos los accionistas reciban un trato igualitario. Hay un límite legal que nos prohíbe asignarlas a los accionistas que posean más del 0,5% del capital. Lo que quiere decir que muchos de nuestros accionistas en Francia y en todo el mundo que por motivos legales no podrían acceder a dicho dividendo aumentado. En este momento no nos parece aceptable. El trato igualitario de los accionistas se rompería y por lo tanto preferimos no hacerlo. Y esa es la razón. Créanme cuando les digo que la evolución del dividendo nos preocupa realmente y creo que las señales que hemos dado este año han sido positivas. »



LOS PASILLOS DE LA JUNTA GENERAL

Distribuir 1.411 mandos para el voto electrónico en una hora

Desde hace seis meses, un equipo de unas 20 personas dedicado a la organización del evento prepara el día D: 36 personas, todas de la plantilla de Michelin, prestaron su servicio en 18 mesas de inscripción, recibieron a 1.411 accionistas, es decir, casi 1.700 personas con acompañantes incluidos.





Agenda

Nuestras citas financieras

- ▶ **29 julio 2014**
Resultados del primer semestre de 2014 (antes de la apertura de la Bolsa)
- ▶ **22 octubre 2014**
Información financiera trimestral (después del cierre de la Bolsa)

Nuestros encuentros con los accionistas

- 5 junio 2014:** Nantes
- 19 junio 2014:** Lille
- 25 septiembre 2014:** Dijon
- 12 noviembre 2014:** Toulouse
- 15 diciembre 2014:** Biarritz

COMITÉ CONSULTIVO DE ACCIONISTAS MICHELIN

Al final de la campaña de solicitud de candidaturas lanzada en nuestra Carta a los Accionistas de mayo de 2013, el CCA cuenta ahora con cinco nuevos miembros. Tras su primera participación en la reunión del 11 de abril de 2014, preguntamos a algunos de ellos sus primeras impresiones.

Xavier DECROOCQ, 51 años, Director Financiero

« Las primeras reuniones me han servido para constatar la profesionalidad de los equipos y de la organización del grupo Michelin. He comprobado con satisfacción que los debates apasionados han dado lugar a acciones concretas en el ámbito de intervención del CCA. »

Stéphane LEGRAND, 39 años, Responsable Comercial Banco Asesor - Gestión de Patrimonio

« Tengo el privilegio de vivir una inmersión organizada dentro de la Empresa, lo que da pie a intercambios enriquecedores entre los accionistas de Michelin, y lamento no haberlo realizado desde hace 125 años. »

Dominique SERIN, 39 años, Director Asociado del Gabinete de Asesoría Médico-Social

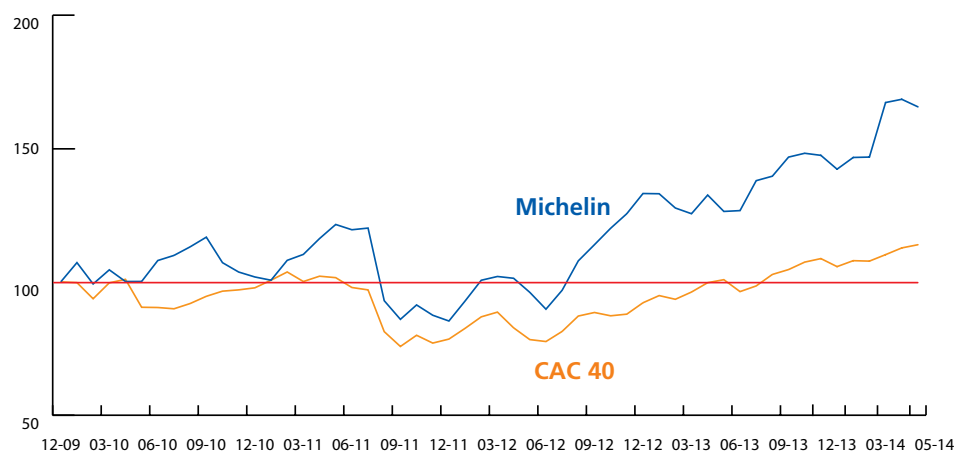
« Un día marcado por el deseo compartido de construir juntos la comunicación de asuntos financieros con el accionariado en el que la atención, apertura y comentarios constructivos fueron la norma. Espero el próximo con impaciencia. »

Jean-Louis REYNAL, 39 años, Director de información Médica

« Un gran equipo que sabe compartir y con el que vamos a aprender mucho de la empresa Michelin y de los valores que la convierten en un grupo multinacional profundamente humano y regional. »

EVOLUCIÓN DE LA COTIZACIÓN DE LA ACCIÓN

(base 100: 31 diciembre 2009)



Un equipo a su servicio

Servicio de Relaciones con los Accionistas Particulares

Llamada gratuita desde un teléfono fijo (sólo en Francia): 0 800 000 222

Teléfono: +33 (0) 4 73 98 59 00

Fax: +33 (0) 4 73 98 59 30

Dirección de correo electrónico:

actionnaires-individuels@fr.michelin.com

Sede social:

Compagnie Générale
des Établissements Michelin
12 cours Sablon
63040 Clermont-Ferrand Cedex 9 – Francia



www.michelin.com/

Ficha de identidad de la acción. Cifras a 31 de mayo de 2014:

Código ISIN: FR0000121261

Número de acciones: 185.789.643

Cotización de cierre: 90,40 €

Variación desde el 01/01/14: 17,02%

Capitalización bursátil: 16,8 millones de euros

Distribución del capital 31/05/2014:

- ▶ Personal **1,7%**
- ▶ Accionistas particulares **10,2%**
- ▶ Autocartera **0,1%**
- ▶ Institucionales residentes **27,8%**
- ▶ Institucionales no residentes **60,2%**