

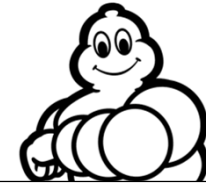


# **VENTES NETTES** **AU 31 MARS 2014**

—  
23 avril 2014



# Volumes en croissance de 3,4%



- ▶ **Marchés** en croissance à part en Europe Orientale
  - TC-PL notamment dans les zones matures sur des bases de comparaisons favorables
  - Le déstockage en cours des clients miniers, comme attendu
- ▶ **Volumes** (+3,4%) traduisant :
  - La performance de la marque MICHELIN
  - Le dynamisme des activités première monte
  - La croissance mondiale en PL (+8%)
  - La croissance des activités AG, 2R, AV permettant de compenser la faiblesse des ventes aux clients miniers
- ▶ **Prix-Mix** (-1%) en retrait reflétant :
  - Dans un contexte de coûts de matières premières en baisse, l'impact des clauses d'indexation et de repositionnements pilotés de prix
  - Des augmentations de prix qui atténuent les effets devises défavorables
  - Un effet Mix favorable avec la poursuite de la stratégie premium
- ▶ **Parités** (-4,6%) comme attendu lié à la force de l'Euro

23 avril 2014



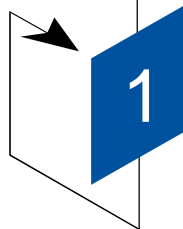
## VENTES NETTES AU 31 MARS 2014

- 1 MARCHÉS EN AMÉLIORATION
- 2 VENTES NETTES EN LIGNE AVEC L'OBJECTIF DE CROISSANCE DU GROUPE
- 3 ACTIVITÉ PAR SEGMENT DE REPORTING
- 4 INNOVATION, CROISSANCE ET COMPÉTITIVITÉ
- 5 CONFIRMATION DE LA GUIDANCE 2014

23 avril 2014

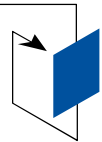
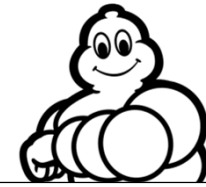


VENTES NETTES AU 31 MARS 2014



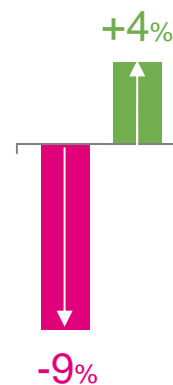
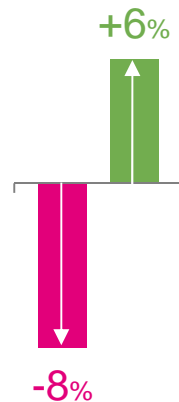
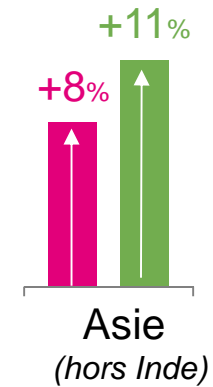
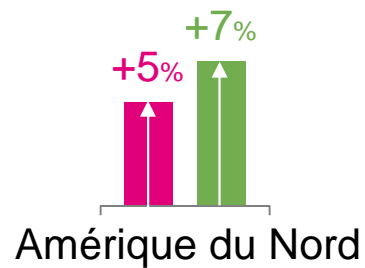
## MARCHÉS EN AMÉLIORATION

# Tourisme Camionnette : marchés en reprise, sauf en Europe Orientale



## Marchés au 31 mars 2014 / 2013

(Variation en %, en nombre de pneus)



TOTAL MONDE

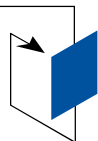


■ Première monte  
■ Remplacement

Source : Michelin

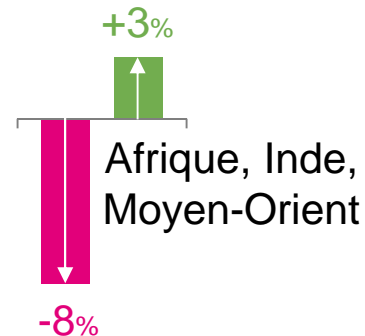
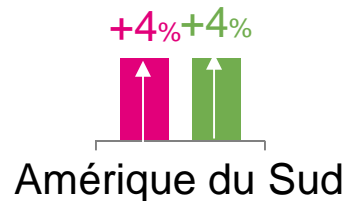
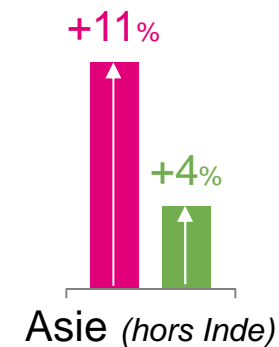
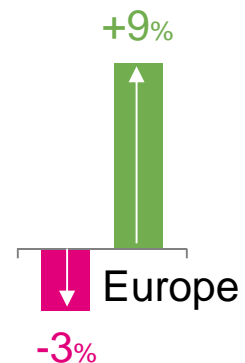
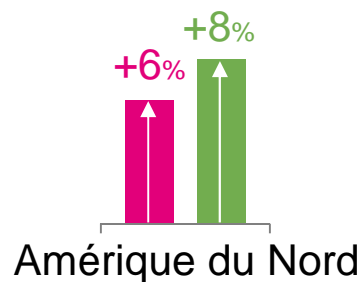


# Poids lourd : marchés bias + radial en rebond technique, à l'exception de l'Europe orientale, de l'Asie du Sud-Est et de l'Inde

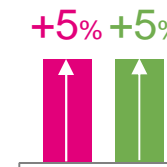


## Marchés au 31 mars 2014 / 2013

(variation en %, en nombre de pneus radial et bias neufs)



### TOTAL MONDE

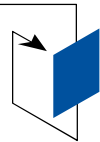
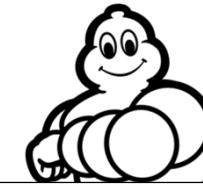


■ Première monte  
■ Remplacement

Source : Michelin

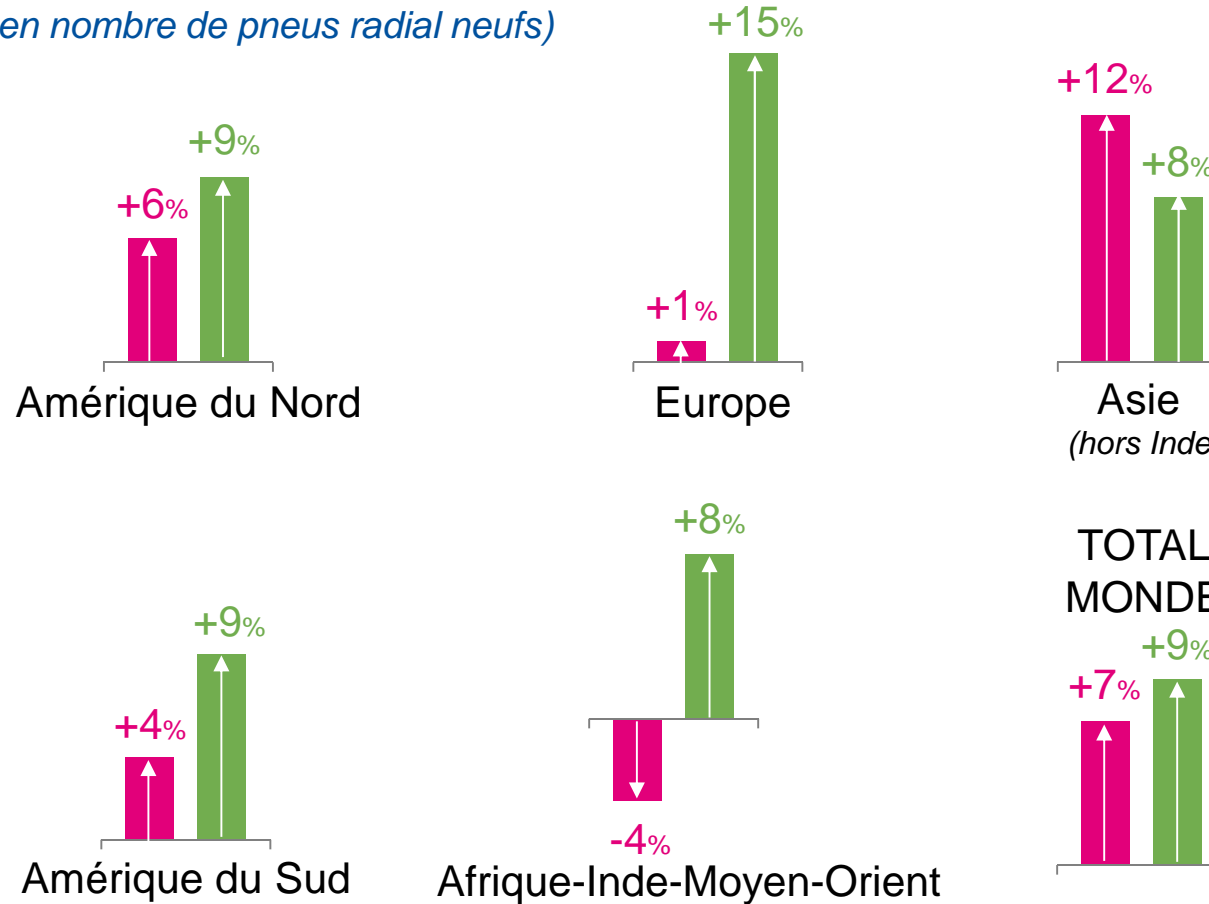


# Poids lourd radial: marchés en reprise, notamment en Amérique du Nord et bénéficiant d'une base de comparaison favorable



## Marchés au 31 mars 2014 / 2013

(variation en %, en nombre de pneus radial neufs)

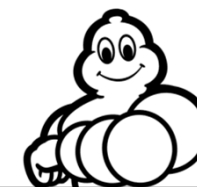


■ Première monte  
■ Remplacement

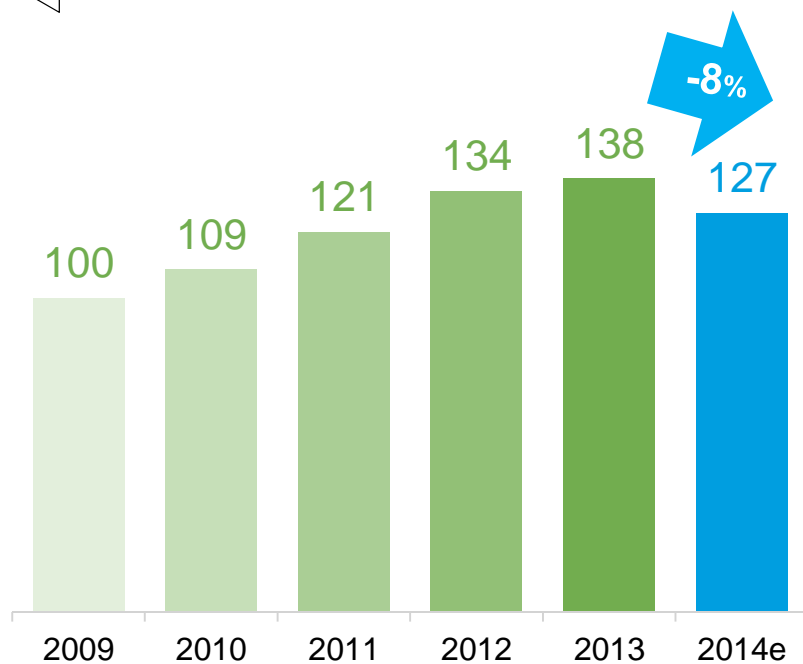
Source : Michelin



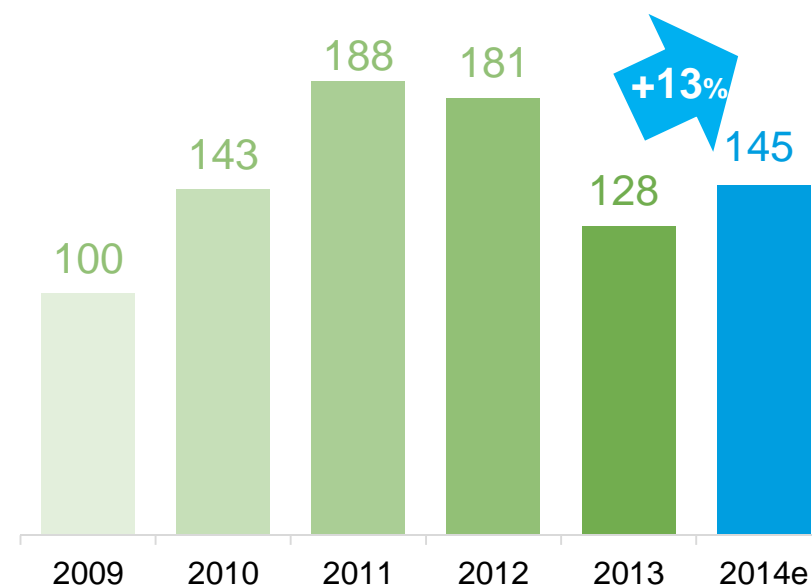
# Marchés Génie civil contrastés



## Marchés Génie civil (base 100 en 2009, en tonnes)



**Minier**

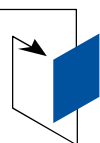


**Infrastructure et Première monte**  
(Europe et Amérique du Nord)



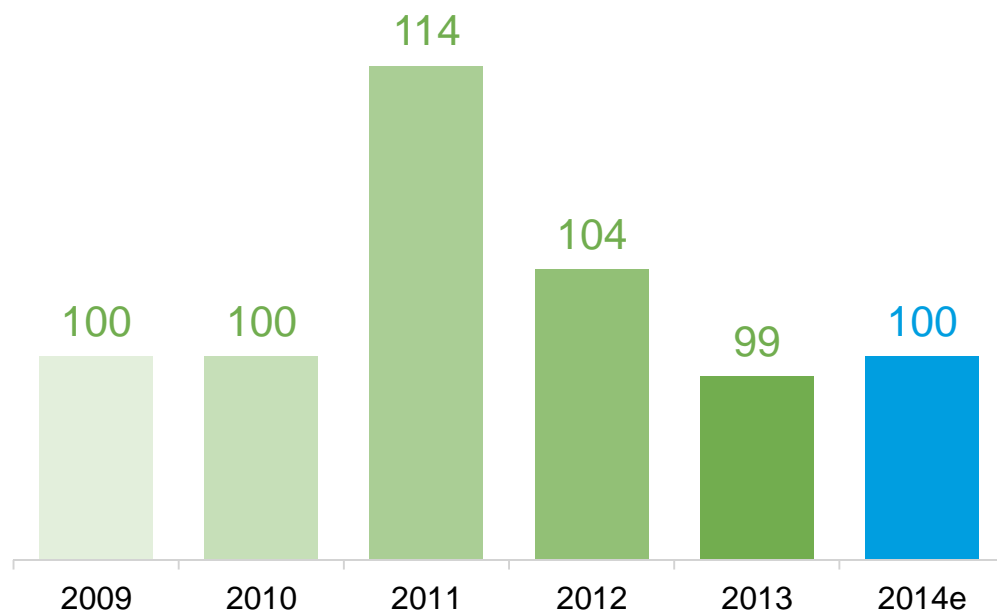


# Agricole : globalement stable mais dynamique sur les pneus techniques



## Marchés agricoles Europe et Amérique du Nord

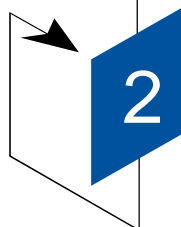
(en nombre de pneus, base 100 en 2009)



23 avril 2014

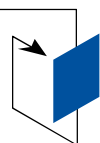
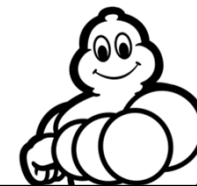


## VENTES NETTES AU 31 MARS 2014

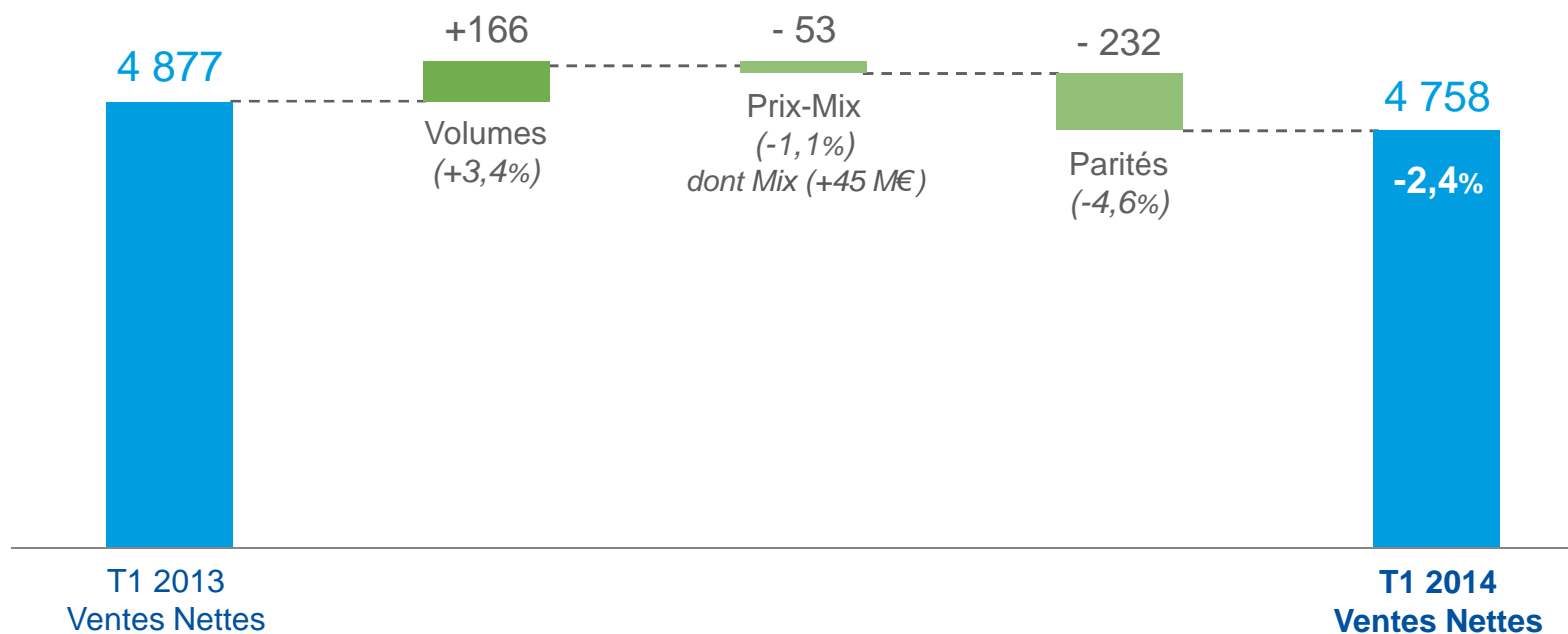


## VENTES NETTES EN LIGNE AVEC L'OBJECTIF DE CROISSANCE DU GROUPE

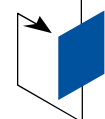
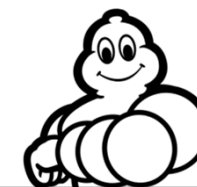
# Ventes nettes en croissance de 2,5% à périmètre et change constants



## Variation annuelle (en millions €)

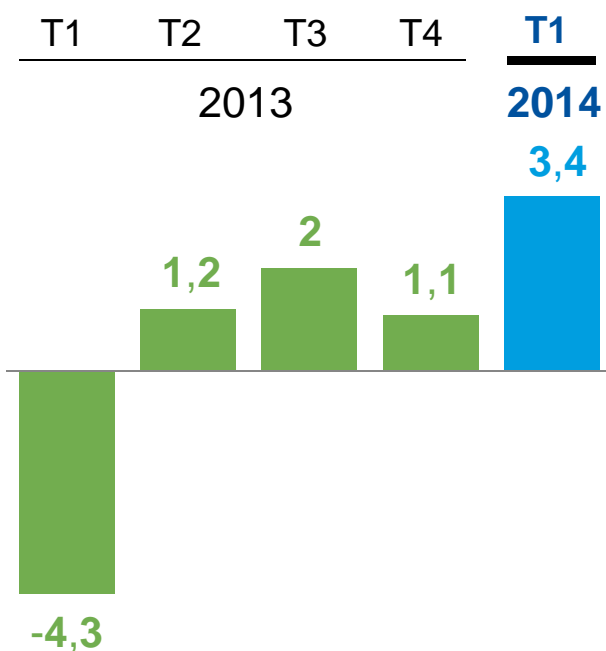


# Des volumes en croissance et des prix maîtrisés

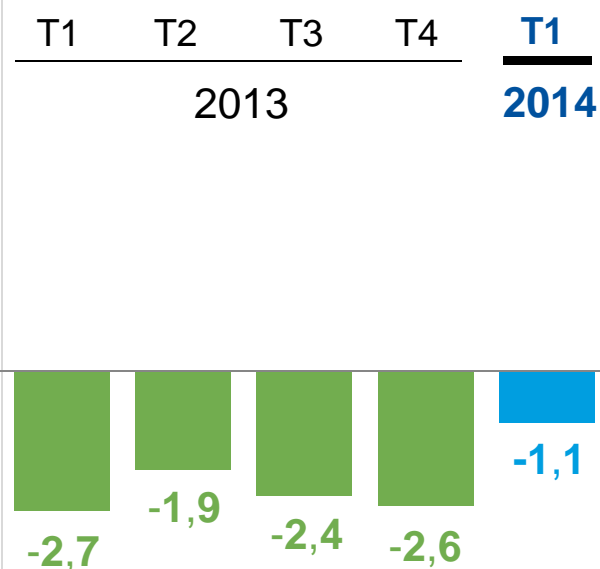


## Variation annuelle (en %)

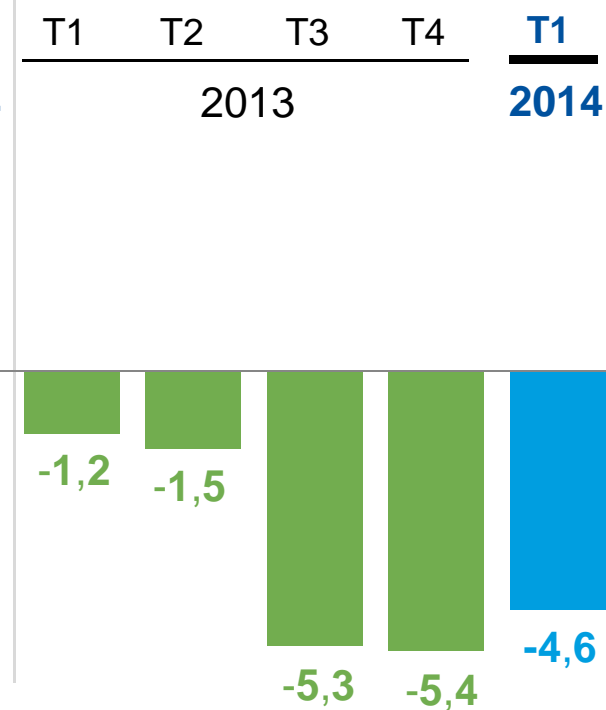
### ► Volumes



### ► Prix-Mix



### ► Parités



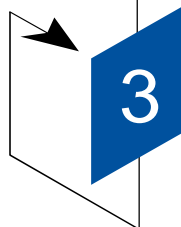


23 avril 2014



---

VENTES NETTES AU 31 MARS 2014



## ACTIVITÉ PAR SEGMENT DE REPORTING

# TC et distribution associée : croissance tirée par la stratégie premium et la marque Michelin



## Tourisme camionnette (en millions €)



	T1 2014	T1 2013	Évolution
<b>Ventes nettes</b> <i>Variation des volumes</i>	<b>2 520</b> +2%	<b>2 582</b>	<b>-2,4%</b>

► Impact défavorable des **Parités** (-4%)

### ► Volumes

- Croissance à la marque Michelin en ligne avec le marché
- En retrait pour les marques BFGoodrich et Kleber lié à l'environnement concurrentiel de prix

### ► Prix-Mix

- Application des clauses Matières premières à l'OE et quelques repositionnements au RT en zones matures
- Hausses de prix pour compenser en partie les effets parités (Brésil, Argentine, Russie, Japon entre autres)
- Poursuite de l'amélioration du Mix ≥ 17"



# PL et distribution associée : bonne dynamique au premier trimestre



## Poids lourd (en millions €)



	T1 2014	T1 2013	Évolution
<b>Ventes nettes</b> <i>Variation des volumes</i>	<b>1 462</b> +8%	1 477	-1,0%

► Impact défavorable des **Parités** (-6%)

### ► Volumes

- Bonne captation de la croissance mondiale
- Croissance plus accentuée sur les marchés OE

### ► Prix-Mix

- Impact des clauses d'indexation à l'OE
- Des augmentations de prix qui atténuent l'effet défavorable de certaines devises
- Effet mix pénalisé par la croissance soutenue à l'OE

# Spécialités : volumes quasi-stables comme attendu



## Spécialités (en millions €)



	T1 2014	T1 2013	Évolution
<b>Ventes nettes</b> <i>Variation des volumes</i>	<b>775</b> +1%	<b>818</b>	<b>-5,2%</b>

- ▶ Impact défavorable des **Parités** (-5%)
- ▶ **Volumes** : croissance dans tous les segments à l'exception du segment minier
  - Volumes miniers stables par rapport au T4 2013, reflétant la poursuite du déstockage des clients miniers, comme anticipé et le niveau soutenu des activités d'extraction
  - Forte progression des volumes Agricole, 2-Roues et Avion
- ▶ **Prix** : application des clauses d'indexation Matières premières

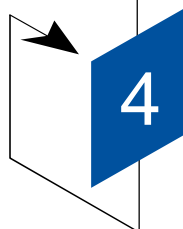






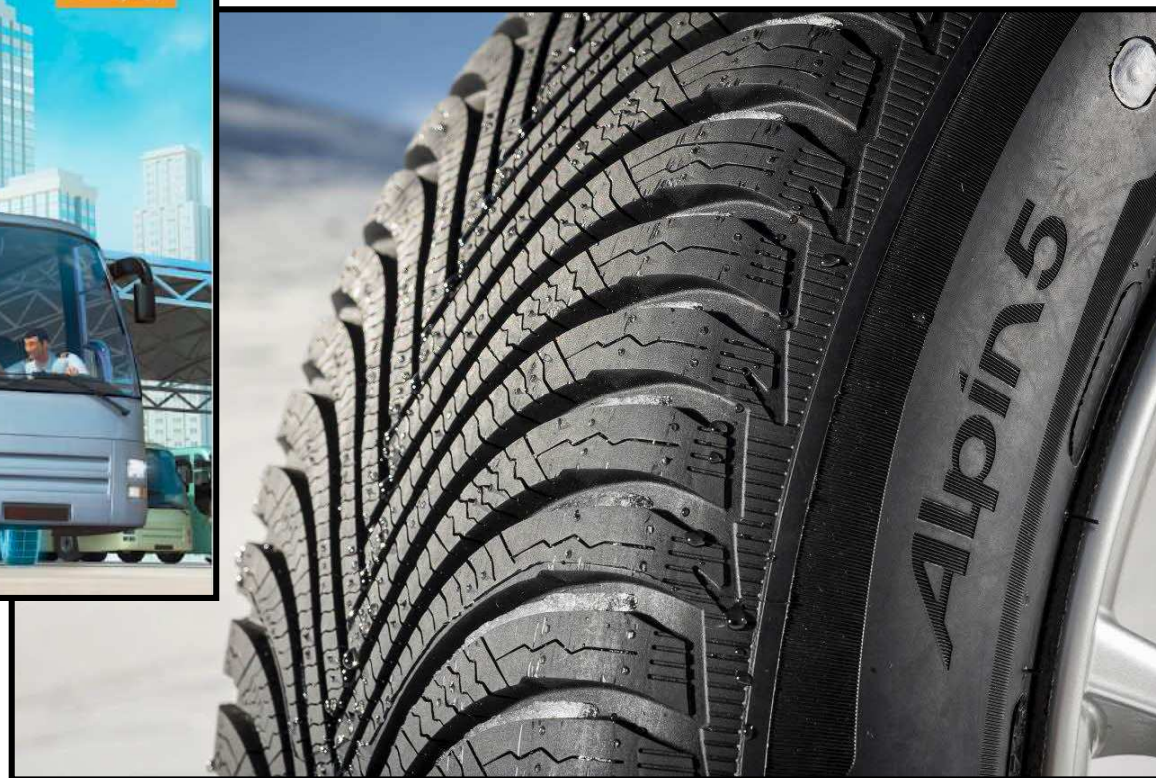
23 avril 2014

VENTES NETTES AU 31 MARS 2014



**INNOVATION, CROISSANCE,  
COMPÉTITIVITÉ**

# Quelques exemples de lancements produits à la marque MICHELIN : X-Coach en Chine et Alpin 5 en TC

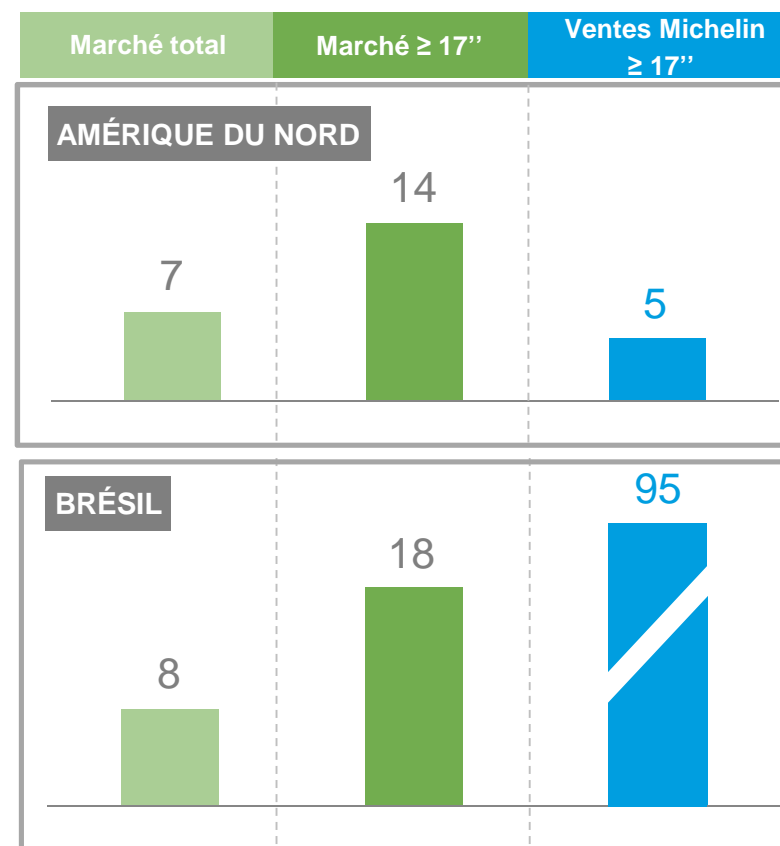
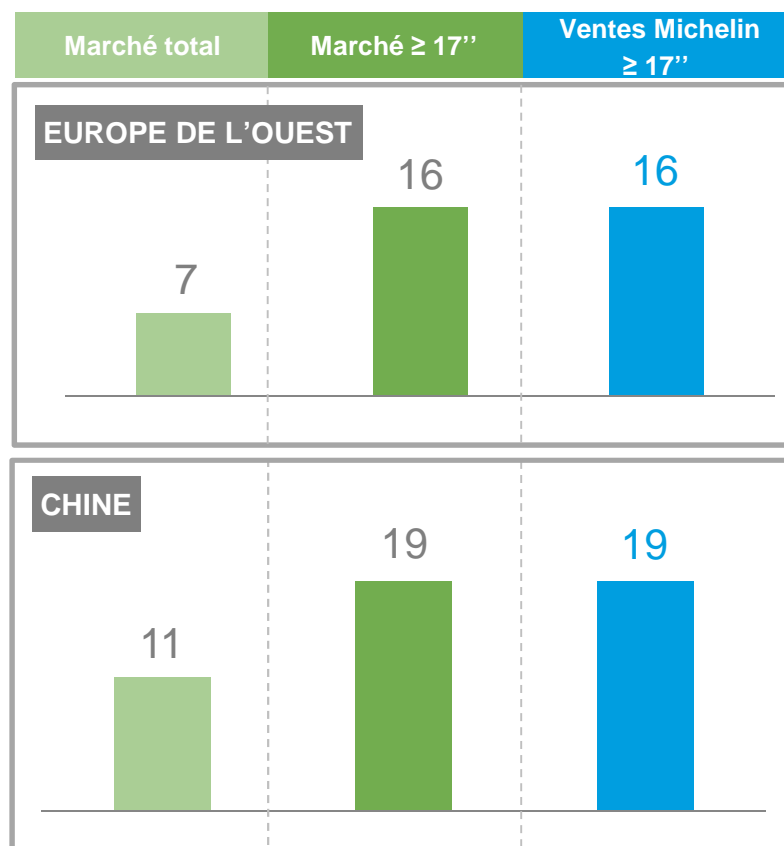


# Segment Premium TC : leadership technologique et marque MICHELIN

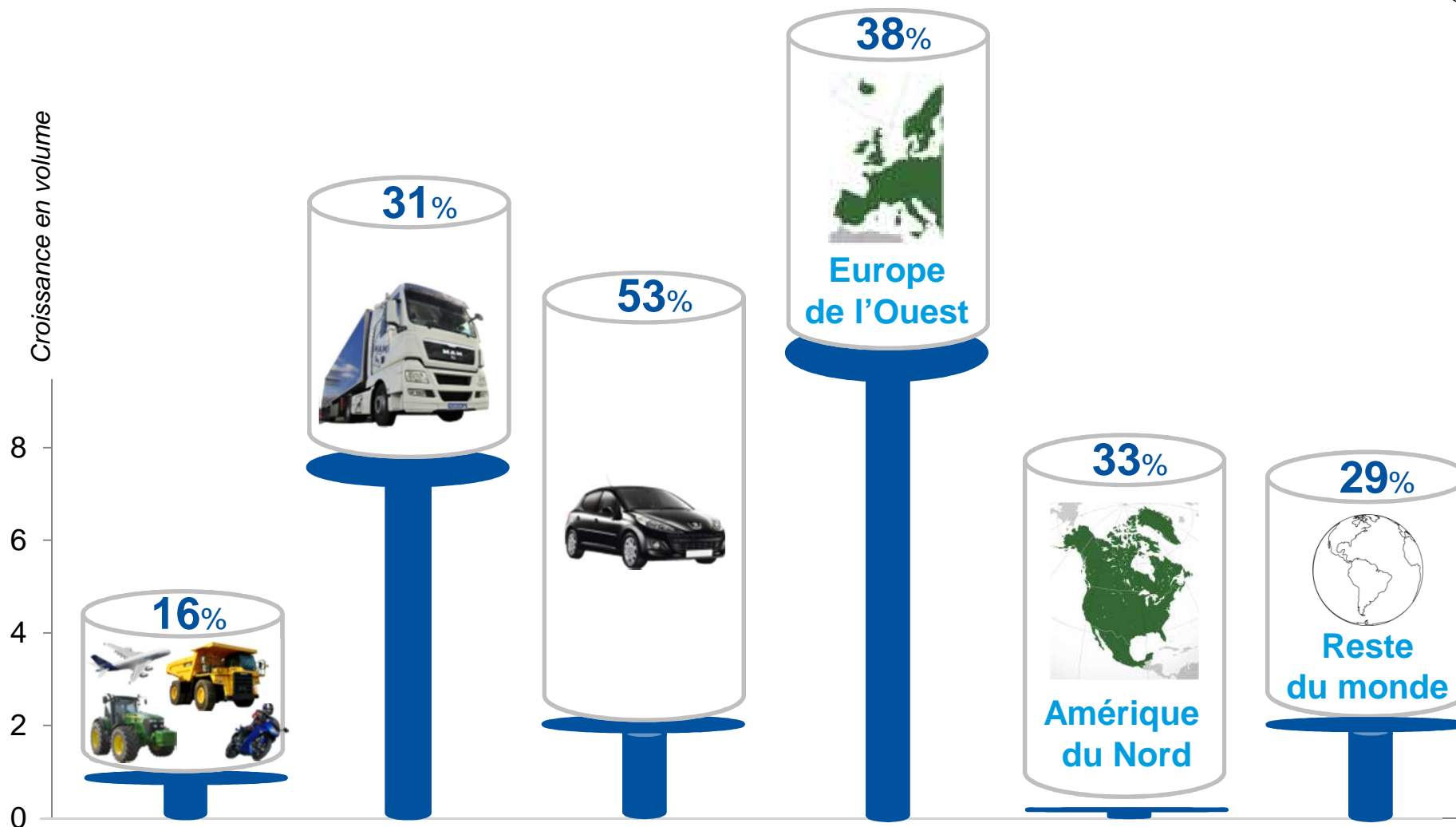


## Marchés Tourisme camionnette remplacement

(Variation annuelle T1 2014/2013, en %)



# Une couverture naturelle à travers un mix géographique et produits équilibré



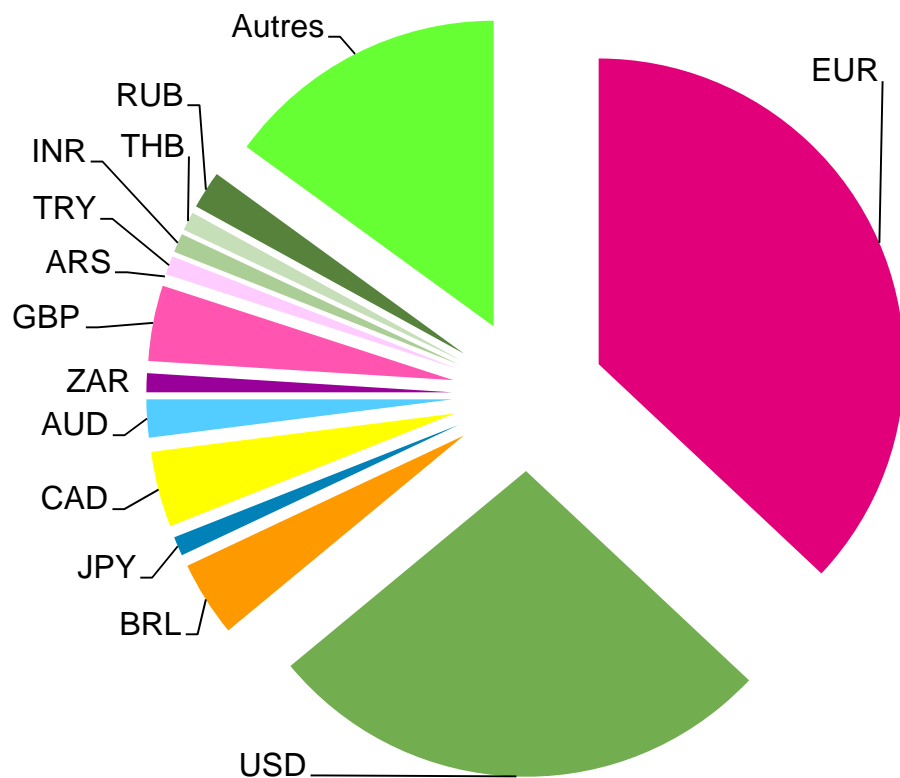
Poids du segment / zone dans les ventes nettes Groupe du 1<sup>er</sup> trimestre 2014



# Forte exposition aux parités compte tenu de la présence mondiale du Groupe



## Répartition des Ventes Nettes du T1 par devises



Poids des devises en %		Hypothèses devises 2014
EUR	37%	
USD	27%	1,38
BRL	4%	3,23
JPY	1%	141,24
CAD	4%	1,53
AUD	2%	1,53
ZAR	1%	14,88
GBP	4%	0,83
ARS	0,5%	10,77
TRY	1%	3,06
INR	1%	84,45
THB	1%	44,78
RUB	2%	49,45
Autres	15%	



## Pictou (annonce Mars 2014): un gain annuel de productivité d'environ 46M CAD à terme



<i>En millions de CAD</i>	2014	2015	2016	2017	
					<b>Total</b>
<b>Charge non récurrente</b>	(87)	0	0	0	(87)
<b>dont Cash out</b>	(23)	(27)	(11)	0	(61)
					<b>Gains annuels après 2017</b>
<b>Gains de productivité</b>	+2	+8	+45	+46	+46

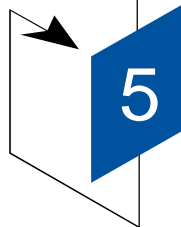


23 avril 2014



---

VENTES NETTES AU 31 MARS 2014



## CONFIRMATION DE LA GUIDANCE 2014

# Guidance 2014 confirmée



	2013	Guidance 2014	
<b>Volume</b>	+ 0%	Hausse d'environ 3%	<b>confirmé</b>
<b>Effet matières premières</b>	+ 619 M€	Tailwind (rappel : stock de matières premières valorisé au coût moyen pondéré)	<b>confirmé</b>
<b>Prix / matières premières</b>	+ 69 M€	Positif	<b>confirmé</b>
<b>Compétitivité / frais industriels</b>	+ 30 M€	Equilibre	<b>confirmé</b>
<b>Variation des SG&amp;A</b>	- 1 M€	En légère hausse	<b>confirmé</b>
<b>Résultat opérationnel avant NR</b>	2 234 M€	Bénéfice de la croissance, aux effets de change près	<b>confirmé</b>
<b>Marge opérationnelle avant NR – SR1</b>	10,2%	Milieu de la fourchette 10-12%	<b>confirmé</b>
<b>Marge opérationnelle avant NR – SR2</b>	7,8%	Haut de la fourchette 7-9%	<b>confirmé</b>
<b>Marge opérationnelle avant NR – SR3</b>	20,6%	Bas de la fourchette 20-24%	<b>confirmé</b>
<b>ROCE</b>	11,9%	Supérieur à 11%	<b>confirmé</b>
<b>CAPEX</b>	1 980 M€	Environ 2 000 M€	<b>confirmé</b>
<b>FCF structurel</b>	749 M€	Supérieur à 500 M€	<b>confirmé</b>





# Prochains rendez-vous



Entre le 15 et le 20 du mois	Tendances des marchés
16 mai 2014	Assemblée générale des actionnaires
19 mai 2014	Dernier jour de négociation coupon attaché
20 mai 2014	Détachement du dividende (ex date)
22 mai 2014	Arrêté des positions chez EUROCLEAR (Record date)
23 mai 2014	Mise en paiement du dividende (Payment date)
29 juillet 2014	Résultats du 1 <sup>er</sup> semestre 2014
22 octobre 2014	Ventes nettes au 30 septembre 2014
10 novembre 2014	Journée investisseurs à Shenyang (Chine)
10 février 2015	Résultats 2014

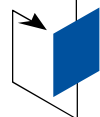
## Avertissement



*" Cette présentation ne constitue pas une offre de vente ou la sollicitation d'une offre d'achat de titres Michelin. Si vous souhaitez obtenir des informations plus complètes concernant Michelin, nous vous invitons à vous reporter aux documents publics déposés en France auprès de l'Autorité des marchés financiers, également disponibles sur notre site Internet [www.michelin.com](http://www.michelin.com).*

*Cette présentation peut contenir certaines déclarations de nature prévisionnelle. Bien que la Société estime que ces déclarations reposent sur des hypothèses raisonnables à la date de publication du présent document, elles sont par nature soumises à des risques et incertitudes pouvant donner lieu à un écart entre les chiffres réels et ceux indiqués ou induits dans ces déclarations."*

# Contacts



## Relations Investisseurs

**Valérie MAGLOIRE**  
**Matthieu DEWAVRIN**

**+33 (0) 1 78 76 45 36**

27, cours de l'île Seguin  
92100 Boulogne-Billancourt - France

*[investor-relations@fr.michelin.com](mailto:investor-relations@fr.michelin.com)*