

**COMPAGNIE GENERALE DES ETABLISSEMENTS MICHELIN**  
**Information financière au 30 septembre 2011**

**Michelin annonce des ventes nettes de 15 246 millions d'euros, en hausse de 17,3 % par rapport aux neuf premiers mois de 2010**

- ❑ **Volumes de ventes en hausse de 9,3 %.**
- ❑ **Marchés en croissance, malgré une moindre dynamique sur le troisième trimestre.**
- ❑ **Bonne performance de la marque MICHELIN.**
- ❑ **Politique de prix dont l'effet positif de 10,0 % à fin septembre permettra de compenser comme annoncé l'effet annuel du renchérissement des matières premières.**

VENTES NETTES (EN MILLIONS D'EUROS)	3 <sup>e</sup> trimestre			9 mois		
	2011	2010	% Variation	2011	2010	% Variation
TOURISME CAMIONNETTE ET DISTRIBUTION ASSOCIEE	<b>2 664</b>	<b>2 515</b>	<b>+ 5,9%</b>	<b>7 916</b>	<b>7 136</b>	<b>+ 10,9%</b>
POIDS LOURD ET DISTRIBUTION ASSOCIEE	<b>1 729</b>	<b>1 530</b>	<b>+ 13,0%</b>	<b>4 995</b>	<b>4 096</b>	<b>+ 22,0%</b>
ACTIVITES DE SPECIALITES <sup>1</sup>	<b>748</b>	<b>603</b>	<b>+ 24,0%</b>	<b>2 335</b>	<b>1 765</b>	<b>+ 32,3%</b>
TOTAL GROUPE	<b>5 141</b>	<b>4 648</b>	<b>+ 10,6%</b>	<b>15 246</b>	<b>12 997</b>	<b>+ 17,3%</b>

<sup>1</sup> Pneumatiques Génie civil, Agricole, Deux roues et Avion ; Michelin Travel Partner et Michelin Lifestyle.

❑ **Perspectives pour 2011**

**En ligne avec les évolutions de l'environnement macroéconomique, les marchés du pneu, notamment au Poids lourd, ont marqué durant l'été une inflexion confirmant l'optimisme mesuré affiché fin juillet par Michelin.**

**Au 4<sup>ème</sup> trimestre, la croissance du segment Tourisme camionnette Remplacement dépendra en Europe des ventes de pneus hiver aux clients finaux. Le marché Poids lourd devrait rester incertain, notamment en Europe, tandis que les marchés de Spécialités resteront fortement porteurs.**

**Dans ce contexte, le Groupe confirme que l'augmentation de ses volumes de ventes annuels devrait tendre vers 8 %.**

**Michelin poursuit le pilotage efficace de ses opérations. Il confirme un cash-flow libre temporairement négatif en 2011, du fait de l'effet matières premières sur le besoin en fond de roulement, et vise à fin décembre 2011 un résultat opérationnel en augmentation sensible par rapport à 2010.**



## Evolution des marchés de pneumatiques

### □ TOURISME CAMIONNETTE

9 mois 2011/2010	EUROPE*	AMERIQUE DU NORD	ASIE (HORS INDE)	AMERIQUE DU SUD	AFRIQUE/INDE/ MOYEN-ORIENT	TOTAL
Première monte	+ 8 %	+ 6 %	- 1 %	+ 6 %	+ 9 %	+ 4 %
Remplacement	+ 8 %	- 0 %	+ 12 %	+ 7 %	+ 3 %	+ 6 %

3 <sup>e</sup> trimestre 2011/2010	EUROPE*	AMERIQUE DU NORD	ASIE (HORS INDE)	AMERIQUE DU SUD	AFRIQUE/INDE/ MOYEN-ORIENT	TOTAL
Première monte	+ 6 %	+ 9 %	+ 6 %	+ 3 %	+ 1 %	+ 6 %
Remplacement	+ 6 %	- 2 %	+ 9 %	+ 5 %	+ 3 %	+ 4 %

\* Y compris Russie et Turquie

#### ▪ PREMIERE MONTE

- En Europe, les marchés du pneu poursuivent leur croissance, à un rythme plus soutenu pour les ventes destinées aux véhicules de haut de gamme et aux véhicules exportés.
- Après un début d'année marqué par un certain attentisme de la part des acheteurs de véhicules, le marché en Amérique du Nord connaît un regain de croissance en dépit du prix élevé des carburants.
- En Asie (hors Inde), le marché chinois, en hausse de 5 % sur le 3<sup>ème</sup> trimestre, retrouve une croissance plus marquée avec le rétablissement des mesures gouvernementales de soutien de la demande automobile. La demande recule de 20 % au Japon et devrait sur l'ensemble de 2011 rester inférieure à celle de 2010 en raison des arrêts de production chez les constructeurs suite au tremblement de terre.
- En Amérique du Sud, la croissance subit au 3<sup>ème</sup> trimestre les ralentissements de production des constructeurs locaux face au succès des importateurs.

#### ▪ REMPLACEMENT

- En Europe, le marché est tiré par la forte demande en pneus hiver de la part des distributeurs qui reconstituent les stocks qui avaient été quasiment totalement consommés en raison des conditions rigoureuses de l'hiver 2010-2011. La demande reste très bien orientée en Russie.
- Sur le marché nord-américain, les distances parcourues restent quasiment stables malgré la hausse du prix des carburants. Par ailleurs, les segments *recreational* et indices de vitesse élevés (V & Z) poursuivent leur progression plus rapide.
- En Asie (hors Inde), le marché chinois, en croissance de 21 %, est soutenu par la solide demande des consommateurs finaux. Le marché japonais (+ 11 %) bénéficie de l'accélération du marché des véhicules d'occasion, traditionnellement équipés de pneumatiques neufs, après la disparition d'une partie du parc automobile lors du tsunami.



- En Amérique du Sud, les marchés restent bien orientés, notamment au Brésil (+ 5 %) en dépit de poussées inflationnistes.

## □ POIDS LOURD

9 mois 2011/2010	EUROPE**	AMERIQUE DU NORD	ASIE (HORS INDE)	AMERIQUE DU SUD	AFRIQUE/INDE/ MOYEN-ORIENT	TOTAL
Première monte *	+ 48 %	+ 60 %	- 8 %	+ 20 %	+ 114 %	+ 17 %
Remplacement *	+ 10 %	+ 10 %	+ 5 %	+ 11 %	+ 11%	+ 8 %

3 <sup>e</sup> trimestre 2011/2010	EUROPE**	AMERIQUE DU NORD	ASIE (HORS INDE)	AMERIQUE DU SUD	AFRIQUE/INDE/ MOYEN-ORIENT	TOTAL
Première monte *	+ 27 %	+ 53 %	- 1 %	+ 18 %	+ 114 %	+ 19 %
Remplacement *	- 2 %	+ 3 %	+ 3 %	+ 0 %	+ 11 %	+ 3 %

\* Marché radial uniquement

\*\* Y compris Russie et Turquie

### ▪ PREMIERE MONTE

- En Europe, le marché affiche une croissance ralentie au 3<sup>ème</sup> trimestre, en ligne avec l'évolution des commandes de véhicules neufs dans un contexte de confiance plus mesurée de la part des constructeurs.
- En Amérique du Nord, la demande de pneus poursuit sa forte augmentation par rapport à 2010, en ligne avec le niveau élevé des ventes de véhicules poids lourd neufs.
- En Asie (hors Inde), la demande ralentit, notamment en Chine (- 10 %) avec le resserrement de l'accès au crédit observé depuis le début de l'année.
- En Amérique du Sud, la demande reste soutenue par les achats anticipés de camions au Brésil (+ 20 %) dans la perspective du changement de normes techniques poids lourd prévu en 2012.
- En Afrique-Inde-Moyen Orient, la hausse de la demande s'accompagne d'une radialisation croissante du marché, notamment en Inde.

### ▪ REMPLACEMENT

- En Europe, la demande connaît une inflexion depuis juillet, accentuée en Europe occidentale sous l'effet d'un freinage de l'activité de fret et des premières réductions de stocks excédentaires chez les distributeurs. En Russie, le marché demeure extrêmement porteur, avec une demande plus accentuée pour la technologie Radial métallique. Le marché du rechapage reste stable.
- Le marché des pneus neufs en Amérique du Nord retrouve ses tendances de long terme, dans un environnement marqué, d'une part, par des indices de confiance plus hésitants et, d'autre part, par des tonnages transportés stables et en ligne avec leur niveau d'avant crise.



- En Asie (hors Inde), le marché chinois affiche une croissance modérée (+ 2 %) et la demande japonaise rebondit fortement (+ 30 %) après le ralentissement lié au tremblement de terre.
- En Amérique du Sud, la demande marque un ralentissement au 3<sup>ème</sup> trimestre en raison de la baisse des stocks de la distribution après un 1<sup>er</sup> semestre très porteur. Des mesures protectionnistes ont été mises en place dans certains pays, après la forte augmentation des importations engendrées par les évolutions de change en début d'année.

#### □ PNEUMATIQUES DE SPECIALITES

- **GENIE CIVIL** : le marché du premier équipement poursuit son fort développement dans les zones matures, avec des carnets de commandes de machines en hausse significative par rapport à l'année précédente. Les marchés de l'infrastructure connaissent un niveau d'activité élevé, même si la fin du 3<sup>ème</sup> trimestre marque une relative stabilisation en Europe. La demande du secteur minier continue à croître à un rythme supérieur à 10 % par an.
- **AGRICOLE** : tirée par les cours élevés des produits agricoles, la demande mondiale en premier équipement est nettement supérieure à celle de 2010. Sur le marché du remplacement, la demande montre des signes de ralentissement en Europe au 3<sup>ème</sup> trimestre, mais demeure soutenue en Amérique du Nord et dans les nouveaux marchés.
- **DEUX ROUES** : les marchés sont bien orientés, avec des signes de stabilisation. L'enrichissement du mix se poursuit.
- **AVION** : les marchés restent bien orientés.

### Ventes nettes de Michelin

#### □ EVOLUTION GLOBALE

(EN MILLIONS D'EUROS)	3 <sup>e</sup> trimestre 2011		9 mois 2011	
VENTES NETTES	<b>5 141</b>		<b>15 246</b>	
	VARIATION T3 2011 / T3 2010		VARIATION 9 MOIS 2011 / 9 MOIS 2010	
VARIATION TOTALE	<b>+ 493</b>	<b>+10,6 %</b>	<b>+ 2 249</b>	<b>+ 17,3 %</b>
DONT VOLUMES*	<b>+ 153</b>	<b>+ 3,3 %</b>	<b>+ 1 209</b>	<b>+ 9,3 %</b>
MIX / PRIX	<b>+ 568</b>	<b>+ 11,9 %</b>	<b>+ 1 418</b>	<b>+ 10,0 %</b>
VARIATION TAUX DE CHANGE	<b>- 228</b>	<b>- 4,2 %</b>	<b>- 378</b>	<b>- 2,4 %</b>

\*Volumes en tonnes



Sur les 9 premiers mois de l'année, les ventes nettes ressortent à 15 246 millions d'euros, en hausse de 17,3 % par rapport à la même période de 2010, sous l'effet des facteurs suivants :

- **L'impact positif (+ 9,3 %) des volumes** reflète la bonne performance du Groupe dans des marchés de pneumatiques toujours en croissance.
- **L'effet mix-prix positif (+ 10,0 %)** traduit l'efficacité de la politique de prix qui vise à compenser en totalité l'effet du renchérissement des matières premières. L'effet mix, neutre, combine la reprise des volumes plus accentuée en première monte et l'amélioration des mix segment, mix géographique et mix marque.
- **L'impact négatif (- 2,4 %) des parités de change** correspond principalement à l'évolution défavorable du dollar américain par rapport à l'euro.

#### □ VENTES NETTES PAR SEGMENT DE REPORTING

##### ▪ **TOURISME CAMIONNETTE ET DISTRIBUTION ASSOCIEE**

Pour les 9 premiers mois de 2011, les ventes nettes s'élèvent à 7 916 millions d'euros, en augmentation de 10,9 % par rapport à la même période de 2010.

- Les volumes de ventes s'établissent en croissance de 5,6 %, grâce au renforcement des positions sur le segment hiver et au succès des gammes MICHELIN Pilot Super Sport et MICHELIN Primacy HP. Cette croissance a permis une pleine utilisation des capacités industrielles sur la période.
- Les ventes nettes sont également soutenues par la bonne dynamique des prix du Groupe. L'évolution du mix, légèrement positif, traduit les effets des croissances relatives des activités Première monte et Remplacement et ceux de l'amélioration continue du mix segment / indice de vitesse.

##### ▪ **POIDS LOURD ET DISTRIBUTION ASSOCIEE**

A fin septembre 2011, les ventes nettes s'établissent à 4 995 millions d'euros, en progression de 22,0 % par rapport aux 9 premiers mois de 2010.

- Les tonnages de ventes affichent une augmentation de 10,5 %, en ligne avec l'évolution des marchés. Néanmoins, dans un contexte plus incertain en particulier en Europe, les programmes de production des usines sont en cours d'ajustement suite à l'évolution de la demande sur la fin de l'année.
- Le Groupe a poursuivi sa politique d'augmentations de tarifs dans l'ensemble de ses marchés, tandis que le rebond des ventes en Première monte, plus marqué que celui du Remplacement, a pénalisé le mix.

##### ▪ **ACTIVITES DE SPECIALITES**

Sur les 9 premiers mois de l'année, les ventes nettes des Activités de spécialités s'élèvent à 2 335 millions d'euros, en hausse de 32,3 % par rapport à fin



septembre 2010, soutenues par des volumes en hausse de 24,1 % et l'effet favorable des clauses d'indexation sur les coûts de matières premières.

- **Génie civil** : les ventes nettes du Groupe, en augmentation très significative, reflètent à la fois une forte hausse des volumes et la répercussion aux clients des hausses de coût des matières premières. La progression des ventes nettes est très soutenue sur tous les segments, Mines, Première monte et Infrastructure.
- **Agricole** : les ventes sont en hausse significative, en premier comme en second équipement. Les prix répercutent la hausse du coût des matières premières et le Groupe renforce ses positions.
- **Deux roues** : les ventes sont en hausse, soutenues par des positions renforcées en Europe et au Brésil. Les ventes sur le segment Loisir radial progressent fortement grâce au succès de la gamme Pilot Road 3, premier pneu moto "lamellisé".
- **Avion** : même si elles subissent l'effet des variations de change, les ventes du Groupe sont en légère hausse, en ligne avec celle du transport aérien.



## Faits marquants du 3<sup>ème</sup> trimestre 2011

- ❑ **Le groupe Michelin confirme la signature d'un contrat de joint-venture en Chine avec les groupes Double Coin et Huayi**
- ❑ **Lancement du nouveau pneu Michelin Energy™ XM2 spécialement étudié pour les conditions d'usage des pays BRIC (Brésil, Russie, Inde, Chine)**
- ❑ **Michelin présente en avant-première son nouveau pneumatique MICHELIN Primacy 3, la sécurité puissance 3**
- ❑ **Michelin lance une nouvelle offre de Produit et Service Poids Lourd en Europe, le pneu MICHELIN X® Works™**
- ❑ **Lancement des nouvelles offres Poids lourd 275/70 X InCity XZU en Europe et 315/80 XZE3 R(enforcée) pour le Marché Régional Chinois**
- ❑ **L'Usine Michelin du Puy inaugure 17 000 panneaux photovoltaïques sur son toit**
- ❑ **Bibendum est désigné « icône de l'année » par le magazine Advertising Week et fait son entrée sur le Madison Avenue Advertising Walk Of Fame**

La liste complète des Faits marquants du 3<sup>ème</sup> trimestre 2011 est disponible sur le site Internet du Groupe :  
[www.michelin.com/corporate](http://www.michelin.com/corporate)



## CONFERENCE CALL

L'information trimestrielle au 30 septembre 2011 sera commentée lors d'une conférence téléphonique en anglais ce jour (mercredi 26 octobre 2011) à 18h30, heure de Paris (17h30 TU). Pour vous connecter, veuillez composer à partir de 18h20 l'un des numéros suivants :

- Depuis la France 01 70 77 09 42
- Depuis le Royaume-Uni 0203 043 2439
- Depuis les Etats-Unis (866) 907 5924
- Depuis le reste du monde +44 203 043 2439

Des informations pratiques relatives à cette conférence téléphonique se trouvent sur le site [www.michelin.com/corporate](http://www.michelin.com/corporate).

## CALENDRIER

### Ventes nettes et résultats 2011 :

Vendredi 10 février 2012 avant Bourse

### Information trimestrielle au 31 mars 2012 :

Lundi 23 avril 2012 après Bourse

Relations Investisseurs	Relations Presse
Valérie Magloire +33 (0) 1 78 76 45 37 +33 (0) 6 76 21 88 12 (mobile) <a href="mailto:valerie.magloire@fr.michelin.com">valerie.magloire@fr.michelin.com</a>	Corinne Meutey +33 (0) 1 78 76 45 27 +33 (0) 6 08 00 13 85 (mobile) <a href="mailto:corinne.meutey@fr.michelin.com">corinne.meutey@fr.michelin.com</a>
Alban de Saint Martin +33 (0) 4 73 32 18 02 +33 (0) 6 07 15 39 71 (mobile) <a href="mailto:alban.de-saint-martin@fr.michelin.com">alban.de-saint-martin@fr.michelin.com</a>	<b>Actionnaires Individuels</b> Jacques Engasser +33 (0) 4 73 98 59 08 <a href="mailto:jacques.engasser@fr.michelin.com">jacques.engasser@fr.michelin.com</a>

## AVERTISSEMENT

*Ce communiqué de presse 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). Ce communiqué 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.*

