

## COMPAGNIE GENERALE DES ETABLISSEMENTS MICHELIN

### Information financière au 30 septembre 2010

**Michelin annonce des ventes nettes de 13 milliards d'euros, en hausse de 19,4 % par rapport aux neuf premiers mois de 2009**

- **Poursuite de la hausse de l'ensemble des marchés du pneumatique, à un rythme plus rapide qu'attendu en début d'année.**
- **Volumes de ventes en hausse de 13,8 %, conformes à l'objectif annuel et soutenus par chacun des secteurs d'activité du Groupe.**
- **Mix-prix en amélioration de 0,5 %, reflétant l'impact positif des augmentations de prix passées depuis le début de l'année ; celui-ci compense largement l'effet défavorable du mix des ventes Première monte et Remplacement.**

VENTES NETTES (EN MILLIONS D'EUROS)	3 <sup>e</sup> trimestre			9 mois		
	2010	2009	% Variation	2010	2009	% Variation
TOURISME CAMIONNETTE ET DISTRIBUTION ASSOCIEE	<b>2 515</b>	<b>2 093</b>	<b>+ 20,2%</b>	<b>7 136</b>	<b>6 042</b>	<b>+ 18,1%</b>
POIDS LOURD ET DISTRIBUTION ASSOCIEE	<b>1 530</b>	<b>1 206</b>	<b>+ 26,9%</b>	<b>4 096</b>	<b>3 277</b>	<b>+ 25,0%</b>
ACTIVITES DE SPECIALITES <sup>1</sup>	<b>603</b>	<b>455</b>	<b>+ 32,5%</b>	<b>1 765</b>	<b>1 570</b>	<b>+ 12,4%</b>
TOTAL GROUPE	<b>4 648</b>	<b>3 754</b>	<b>+ 23,8%</b>	<b>12 997</b>	<b>10 888</b>	<b>+ 19,4%</b>

<sup>1</sup> Pneumatiques Génie civil, Agricole, Deux roues et Avion, Cartes et Guides, ViaMichelin et Michelin Lifestyle.

- **Dans ce contexte, Michelin confirme avec confiance ses objectifs pour l'année 2010**
  - **Hausse des volumes de ventes de l'ordre de 12 %.**
  - **Poursuite d'une politique de prix réactive, en réponse à l'effet attendu de la hausse des coûts de matières premières (600 à 650 millions d'euros sur l'année).**
  - **Marge opérationnelle approchant 9 % avant éléments non récurrents.**
  - **Génération d'un cash flow libre positif.**



## Evolution des marchés de pneumatiques

### □ TOURISME CAMIONNETTE

9 mois 2010/2009	EUROPE*	AMERIQUE DU NORD	ASIE	AMERIQUE DU SUD	AFRIQUE / MOYEN-ORIENT	TOTAL
Première monte	+ 18 %	+ 54 %	+ 36 %	+ 24 %	+ 17 %	+ 32 %
Remplacement	+ 9 %	+ 5 %	+ 12 %	+ 20 %	+ 4 %	+ 9 %

\* Y compris Russie et Turquie

#### ▪ PREMIERE MONTE

- En Europe, les marchés du pneu poursuivent leur reprise, en ligne avec l'activité des constructeurs automobiles et soutenue par le rebond de plus en plus accentué de la demande en Russie.
- La demande en Amérique du Nord s'établit en fort rebond sur des bases de comparaison très faibles en 2009.
- Le marché chinois est toujours en forte hausse, grâce aux mesures gouvernementales de soutien de la demande automobile.

#### ▪ REMPLACEMENT

- En Europe, le marché a été tiré par la forte demande en pneus hiver qui progresse de 25 % à fin septembre, soutenue par la reconstitution des stocks des distributeurs après les conditions hivernales rigoureuses de la saison 2009-2010. A fin septembre, cet effet saisonnier le porte à un niveau légèrement supérieur à celui de 2007.
- Le marché nord-américain montre une croissance plus modérée à fin septembre, conforme à la saisonnalité. La hausse des marchés américain (+ 7 %) et mexicain (+ 11 %) se poursuit et la demande recule de 14 % au Canada où elle avait été tirée en 2009 par la mise en place de réglementations favorisant l'équipement en pneus hiver.
- En Amérique du Sud, les marchés restent très dynamiques, notamment au Brésil (+ 28 %) et en Argentine (+ 15 %).
- En Asie, la demande en Chine, qui n'avait pas ralenti en 2009, poursuit sa croissance (+ 19 %).

### □ POIDS LOURD

9 mois 2010/2009	EUROPE**	AMERIQUE DU NORD	ASIE	AMERIQUE DU SUD	AFRIQUE / MOYEN-ORIENT	TOTAL
Première monte *	+ 45 %	+ 26 %	+ 38 %	+ 57 %	+ 8 %	+ 38 %
Remplacement *	+ 29 %	+ 19 %	+ 13 %	+ 37 %	+ 2 %	+ 18 %

\* Marché radial uniquement

\*\* Y compris Russie et Turquie



## ▪ PREMIERE MONTE

- L'ensemble des marchés s'établit en forte hausse sur des bases de comparaison faibles en 2009, notamment dans les marchés matures.
- En Europe, les commandes de camions neufs continuent leur progression mais restent pour plus de moitié moindres à 2007. Pour les remorques, la progression est plus marquée sur le segment généraliste que spécialiste. La demande de pneumatiques poursuit le fort rebond entamé au printemps, avec une hausse de plus de 80% au 3<sup>ème</sup> trimestre, sur une base de comparaison très faible.
- En Amérique du Nord, la demande reste encore significativement inférieure à son niveau de 2007.
- La forte augmentation du marché continue en Amérique du Sud, notamment au Brésil où les aides aux financements d'acquisition de poids lourds sont maintenues.
- En Chine, la demande en Première monte ralentit au 3<sup>ème</sup> trimestre (- 4 %), après un 1<sup>er</sup> semestre en progression de 63 %.

## ▪ REMPLACEMENT

- En Europe, l'activité de fret se consolide à un niveau global encore inférieur aux années avant crise, avec un dynamisme plus marqué en Allemagne et en Europe Centrale. La demande de pneumatiques progresse sous l'effet de la fin du déstockage en Europe et de la reprise en Russie (+71% à fin septembre).
- Grâce à la remontée des tonnages transportés aux Etats-Unis, la demande en Amérique du Nord s'établit en retrait de 4 % seulement par rapport à son niveau de septembre 2007.
- En Amérique du Sud, la reprise du marché se poursuit. Elle est particulièrement forte au Brésil où l'utilisation accrue des poids lourds et l'augmentation des tonnages transportés s'accompagnent de reconstitutions de stocks par les revendeurs.
- En Asie, le marché du pneu radial progresse de 13 %, avec des hausses de 46 % en Inde et de 10 % en Chine.

## □ PNEUMATIQUES DE SPECIALITES

- **GENIE CIVIL** : La demande mondiale sur les marchés du Premier équipement est en forte hausse et s'est rapprochée des volumes pré-crise au cours du 3<sup>ème</sup> trimestre. Sur le marché Infrastructure, la demande est en hausse globale d'environ 20% par rapport à 2009 qui demeure une référence basse notamment en Europe et en Amérique du Nord. Le secteur minier qui continue à croître, est le seul secteur d'activité qui n'ait pas connu de baisse durant la crise. La forte demande en minerais dans les nouveaux marchés demeure le principal moteur de cette croissance.
- **AGRICOLE** : La demande sur le marché du Premier équipement est en forte hausse sur le 3<sup>ème</sup> trimestre, tirée par la capacité d'investissement des exploitants céréaliers. A fin septembre, le marché est en hausse sensible en Amérique du Nord, mais demeure en retrait en Europe.

Le marché du Remplacement recule en Amérique du Nord, mais reste stable en Europe.



- **DEUX ROUES** : les marchés du Premier équipement sont en baisse, mais ceux du Remplacement croissent dans toutes les zones géographiques à l'exception du Japon.
- **AVION** : les marchés sont en reprise sur toutes les zones avec un taux de remplissage des avions en hausse. Le segment Radial continue sa progression.

## Ventes nettes de Michelin

### □ EVOLUTION GLOBALE

(EN MILLIONS D'EUROS)	3 <sup>e</sup> trimestre 2010		9 mois 2010	
VENTES NETTES	<b>4 648</b>		<b>12 997</b>	
	VARIATION T3 2010 / T3 2009		VARIATION 9 MOIS 2010 / 9 MOIS 2009	
VARIATION TOTALE	<b>+ 894</b>	<b>+ 23,8%</b>	<b>+ 2 109</b>	<b>+ 19,4%</b>
DONT VOLUMES	<b>+ 409</b>	<b>+ 10,9%</b>	<b>+ 1 504</b>	<b>+ 13,8%</b>
MIX / PRIX	<b>+ 147</b>	<b>+ 3,5%</b>	<b>+ 68</b>	<b>+ 0,5%</b>
VARIATION TAUX DE CHANGE	<b>+ 338</b>	<b>+ 7,8%</b>	<b>+ 537</b>	<b>+ 4,3%</b>

Sur les 9 premiers mois de l'année, les ventes nettes ressortent à 12 997 millions d'euros, en hausse de 19,4% par rapport à la même période de 2009, sous l'effet des facteurs suivants :

- **L'impact positif (+ 13,8 %) des volumes** : les volumes bénéficient de marchés en forte hausse, sur des bases encore faibles au 3<sup>ème</sup> trimestre 2009. Dans ce contexte, la marque MICHELIN profite pleinement de son avance technologique.
- **L'effet mix-prix positif (+ 0,5 %)** : l'effet prix favorable profite des hausses de prix mises en œuvre depuis le début de l'année, en particulier l'activation au 3<sup>ème</sup> trimestre des clauses d'indexation sur le coût des matières premières pour l'activité Génie civil. Il est partiellement compensé par l'effet mix défavorable qui, même si le mix dimensionnel continue à s'enrichir, subit l'effet de la croissance plus forte du marché Première monte par rapport à l'activité Remplacement.
- **L'impact positif (+ 4,3%) des parités de change** résulte des évolutions favorables du dollar américain, du real brésilien, du dollar australien, du dollar canadien et du peso mexicain.

### □ VENTES NETTES PAR SEGMENT DE REPORTING

- **TOURISME CAMIONNETTE ET DISTRIBUTION ASSOCIEE**



Pour les 9 premiers mois de 2010, les ventes nettes s'élèvent à 7 136 millions d'euros, en augmentation de 18,1% par rapport à la même période de 2009.

- Les tonnages vendus s'établissent en forte croissance, en Première monte comme en Remplacement, sur l'ensemble des zones géographiques.
- L'impact favorable des hausses de prix mises en place est en partie absorbé par les effets de mix liés à la forte croissance de l'activité Première monte relativement à celle de Remplacement.

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

A fin septembre 2010, les ventes nettes s'établissent à 4 096 millions d'euros, en progression de 25,0% par rapport aux 9 premiers mois de 2009.

- Les volumes de ventes affichent un rebond, sur des bases de comparaison faibles en 2009 en particulier en Première monte.
- Dans ce contexte, l'ensemble des usines affiche une bonne performance industrielle.
- L'effet prix bénéficie progressivement des augmentations de tarifs passées dans les principales zones de commercialisation.

#### ▪ **ACTIVITES DE SPECIALITES**

Sur les 9 premiers mois de l'année, les ventes nettes des Activités de spécialités s'élèvent à 1 765 millions d'euros, en hausse de 12,4% par rapport à fin septembre 2009.

- **Génie civil** : les ventes nettes sont en hausse et bénéficient au 3<sup>ème</sup> trimestre de l'application des clauses d'ajustement contractuelles sur les matières premières pour les marchés du Premier équipement et les marchés miniers. Michelin a maintenu ses positions dans le segment des mines, tandis que, sur le segment Infrastructure, il maintient ses positions historiques en Europe et gagne des parts de marché en Amérique du Nord.
- **Agricole** : la légère hausse des ventes nettes résulte à la fois de l'application contractuelle des clauses de matières premières au Premier équipement et des positions de marché du Groupe.
- **Deux roues** : les ventes sont en hausse, grâce à des gains de parts de marchés en Europe et en Amérique du Nord, et à la compétitivité de l'offre sur les segments haut de gamme.
- **Avion** : les ventes du Groupe continuent à profiter de la radialisation progressive du marché Commercial et de la présence accrue du Groupe auprès des compagnies aériennes européennes (signature du contrat Air France/KLM).



## Faits marquants du 3<sup>e</sup> trimestre 2010

- ❑ Succès de l'augmentation de capital d'environ 1,2 milliard d'euros de Michelin
- ❑ Le pneu MICHELIN Alpin 4 obtient la note maximale de 3 étoiles à l'ADAC (Allgemeiner Deutscher Automobil Club) et remporte le test
- ❑ Michelin et Rodi envisagent un rapprochement de leurs réseaux de distribution en Espagne
- ❑ Michelin vend le millionième pneu extra-large X One pour poids lourd en Amérique du Nord
- ❑ Les pneus Avion MICHELIN plébiscités par les constructeurs et les compagnies aériennes

La liste complète des Faits marquants du 3<sup>e</sup> trimestre 2010  
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 2010 sera commentée lors d'une conférence téléphonique en anglais ce jour (jeudi 26 octobre 2010) à 18h30, heure de Paris (16h30 TU). Pour vous connecter, veuillez composer à partir de 18h20 l'un des numéros suivants :

- Depuis la France 01 72 00 09 82
- Depuis le Royaume-Uni 0203 367 94 53
- Depuis les Etats-Unis +1 866 907 59 23
- Depuis le reste du monde +44 203 367 94 53

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 de l'exercice 2010 :

Vendredi 11 février 2011 avant Bourse

### Information trimestrielle au 31 mars 2011 :

Jeudi 21 avril 2011 après Bourse

Relations Investisseurs	Relations Presse
Valérie Magloire +33 (0) 1 45 66 16 15 +33 (0) 6 76 21 88 12 (mobile) <a href="mailto:valerie.magloire@fr.michelin.com">valerie.magloire@fr.michelin.com</a>	Fabienne de Brébisson +33 (0) 1 45 66 10 72 +33 (0) 6 08 86 18 15 (mobile) <a href="mailto:fabienne.de-brebisson@fr.michelin.com">fabienne.de-brebisson@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.*

