

COMPAGNIE GENERALE DES ETABLISSEMENTS MICHELIN
Information financière au 31 mars 2010

Michelin annonce des ventes nettes de 3,9 milliards d'euros, en hausse de 12,2% par rapport au premier trimestre 2009

- ❑ **Rebond sensible de l'ensemble des marchés du pneumatique, à l'exception du marché Première monte Poids lourd Europe, sur des bases de comparaison favorables.**
- ❑ **Volumes de ventes en hausse de 15,3% sur le 1^{er} trimestre 2010, avec une progression plus accentuée en fin de période, portée par la bonne tenue des parts de marché du Groupe.**
- ❑ **Mix-prix en retrait de 2,1%, traduisant, d'une part, la croissance supérieure des ventes en Première monte par rapport à celles du Remplacement et, d'autre part, la mise en œuvre, notamment pour l'activité pneus de spécialités, des clauses contractuelles d'ajustement de prix en fonction du coût de matières premières.**

VENTES NETTES (EN MILLIONS D'EUROS)	1 ^{er} trimestre 2010	1 ^{er} trimestre 2009	% Variation
TOURISME CAMIONNETTE ET DISTRIBUTION ASSOCIEE	2 213	1 946	+ 13,7%
POIDS LOURD ET DISTRIBUTION ASSOCIEE	1 211	1 006	+ 20,4%
ACTIVITES DE SPECIALITES ¹	517	561	- 7,8%
TOTAL GROUPE	3 941	3 512	+ 12,2%

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

❑ **Perspectives pour 2010**

- **Hausse des volumes de ventes de l'ordre de 10% dans un contexte de reprise économique progressive dans les pays matures.**
- **Dans l'hypothèse d'un maintien des cours actuels de matières premières, poursuite d'une politique de prix réactive.**
- **Investissements compris dans une fourchette de 1 000 à 1 200 millions d'euros, en raison notamment des dépenses liées aux projets au Brésil, en Chine et en Inde.**

Dans ce contexte, Michelin maintient son objectif de génération de cash flow libre positif.



Evolution des marchés de pneumatiques

□ TOURISME CAMIONNETTE

2010/2009	EUROPE*	AMERIQUE DU NORD	ASIE	AMERIQUE DU SUD	AFRIQUE / MOYEN-ORIENT	TOTAL
Première monte	+ 30,2 %	+ 72,2 %	+ 60,2 %	+ 26,5 %	- 0,7 %	+ 49,0 %
Remplacement	+ 12,0 %	+ 8,0 %	+ 13,9 %	+ 15,7 %	+ 3,7 %	+ 10,7 %

* Y compris Russie et Turquie

▪ PREMIERE MONTE

- En Europe, les marchés du pneu, à l'exception de l'Allemagne, ont continué à bénéficier de la forte activité des constructeurs automobiles engendrée par les primes à la casse de 2009.
- La demande en Amérique du Nord s'établit en fort rebond sur une base de comparaison très faible au 1^{er} trimestre 2009.
- Le marché chinois, en hausse de 79%, est soutenu par le maintien des mesures gouvernementales de soutien de la demande automobile.

▪ REMPLACEMENT

- La demande en pneumatiques de Remplacement affiche une nette reprise sur l'ensemble des marchés. Les marchés historiques du Groupe demeurent néanmoins globalement inférieurs à leur niveau de 2007, bien que mieux orientés en Europe qu'en Amérique du Nord.
- En Europe, le marché a été soutenu par la forte demande en pneus hiver suscitée par les conditions hivernales prolongées, par les anticipations d'achats préalablement aux hausses de tarifs annoncées et par un restockage partiel de la part des distributeurs dans la perspective d'une remontée des marchés.
- Le marché nord-américain montre une croissance modérée, dans un contexte de concurrence soutenue.
- En Amérique du Sud, les marchés sont très dynamiques, notamment au Brésil (+ 21%) et en Argentine (+ 27,8%).
- En Asie, la Chine, seul marché qui n'avait pas ralenti en 2009, poursuit sa croissance (+ 20,5%).

□ POIDS LOURD

2010/2009	EUROPE**	AMERIQUE DU NORD	ASIE	AMERIQUE DU SUD	AFRIQUE / MOYEN-ORIENT	TOTAL
Première monte *	- 1,2 %	+ 13,7 %	+ 24,2 %	+ 56,9 %	+ 8,0 %	+ 19,0 %
Remplacement *	+ 36,9 %	+ 18,3 %	+ 16,0 %	+ 26,0 %	+ 2,1 %	+ 18,9 %

* Marché radial uniquement

** Y compris Russie et Turquie



▪ PREMIERE MONTE

- En Europe, seul marché Première monte qui reste encore inférieur à son niveau de 2009, la demande est marquée par l'attentisme des acteurs du poids lourd.
- En Amérique du Nord, le redémarrage du marché correspond principalement à une reprise des remorqueurs dont la demande s'était presque totalement arrêtée au plus fort de la crise.
- La forte augmentation du marché en Amérique du Sud ramène la demande Première monte à son niveau du début 2008. Elle tient pour partie au vif redémarrage au Brésil où les aides aux financements industriels sont maintenues.
- En Asie, la Chine, avec une demande en progression de 17,6% sur le trimestre, confirme sa place de 1^{er} marché mondial de pneumatiques Poids lourd.

▪ REMPLACEMENT

- En Europe, la hausse du marché traduit un phénomène d'anticipation positive et de reconstitution de stocks dans l'espoir d'une reprise proche dont semblent attester quelques indicateurs (légère reprise du transport, demandes de cotations de camions neufs, *European freight forwarding index...*)
- La relative reprise du trafic ainsi que les tensions sur le marché du rechapage sous-tendent la hausse du marché de pneus neufs en Amérique du Nord.
- En Amérique du Sud, la reprise du marché est forte au Brésil, dans un contexte de sortie de crise et de demande interne soutenue, tandis qu'elle est plus progressive dans les pays hispaniques.
- Le marché chinois qui était resté globalement stable en 2009, repart à la hausse (+ 14%) et confirme sa position prépondérante dans le marché mondial.

□ PNEUMATIQUES DE SPECIALITES

- **GENIE CIVIL** : le marché minier reste actif, tiré par les demandes chinoise et indienne de matières premières et d'énergie. La première monte redémarre, soutenue par la reconstitution des stocks de machines, même si le niveau d'activité reste très en deçà de 2008. Le segment Infrastructure/Manutention donne des signes de reprise en Amérique du Nord et en Europe de l'Ouest. Les zones de croissance connaissent une activité soutenue.
- **AGRICOLE** : après la chute du 2^{ème} semestre 2009, l'activité première monte montre des signes de reprise mais reste à un niveau très inférieur à celui du 1^{er} trimestre 2009. Le marché du remplacement reste marqué par l'attentisme des différents acteurs.
- **DEUX ROUES** : les marchés Moto sont bien orientés en Europe, mais restent en retrait en Amérique du Nord.
- **AVION** : le trafic passagers et le fret affichent une reprise partielle, notamment en Asie et au Moyen-Orient et restent stables dans les autres zones.



Ventes nettes de Michelin

□ EVOLUTION GLOBALE

(EN MILLIONS D'EUROS)	1er trimestre 2010	
VENTES NETTES	3 941	
VARIATION T1 2010 / T1 2009		
VARIATION TOTALE :	+ 429	+ 12,2%
DONT VOLUMES :	+ 536	+ 15,3%
MIX / PRIX :	- 84	- 2,1%
VARIATION DES TAUX DE CHANGE	- 23	- 0,6%

Sur les 3 premiers mois de l'année, les ventes nettes ressortent à 3 941 millions d'euros, en hausse de 12,2% par rapport à la même période de 2009, sous l'effet des facteurs suivants :

- **L'impact positif (+ 15,3%) des volumes**, plus accentué en fin de trimestre, traduit la bonne tenue des parts de marché dans un contexte de rebond sensible des marchés du pneumatique.
- **L'effet mix-prix négatif (- 2,1%)** : l'effet prix, proche de l'équilibre, combine le maintien d'une politique de prix ferme et les ajustements de prix, principalement pour les pneumatiques de spécialités, contractuellement indexés sur les cours de référence de matières premières, intervenus au 2nd semestre 2009.
En dépit des performances de la marque MICHELIN, l'évolution du mix est défavorable en raison de la part croissante des pneumatiques de Première monte dans les tonnages vendus.
- **L'impact négatif (- 0,6%) des parités de change** résulte de l'évolution défavorable du dollar américain, principalement, et de l'impact favorable du real brésilien, du dollar australien et du dollar canadien.

□ VENTES NETTES PAR SEGMENT DE REPORTING

▪ TOURISME CAMIONNETTE ET DISTRIBUTION ASSOCIEE

Pour le 1^{er} trimestre de 2010, les ventes nettes s'élèvent à 2 213 millions d'euros, en augmentation de 13,7% par rapport à la même période de 2009.

- Les volumes de ventes s'établissent en forte croissance, grâce à la bonne tenue de la marque MICHELIN. Ils ont également bénéficié d'anticipations liées aux annonces de hausses de prix, notamment en Europe. Dans ce contexte, l'utilisation des capacités industrielles s'est fortement redressée dans la plupart des zones.



- L'impact sur le chiffre d'affaires des hausses de prix annoncées reste limité à fin mars et se manifesterà dans les prochains trimestres.
- L'évolution du mix combine les effets de la forte croissance de l'activité Première monte relativement à celle de remplacement et de l'amélioration continue du mix segment / indice de vitesse.

▪ **POIDS LOURD ET DISTRIBUTION ASSOCIEE**

A fin mars 2010, les ventes nettes s'établissent à 1 211 millions d'euros, en progression de 20,4% par rapport aux 3 premiers mois de 2009.

- Les volumes de ventes affichent un rebond sur des bases de comparaison faibles en 2009 ; ils sont soutenus par des gains de parts de marché à la marque MICHELIN et par un phénomène d'anticipation lié aux hausses de prix annoncées, notamment en Europe.
- Dans ces conditions, l'activité des usines s'est orientée à la hausse.
- L'effet prix intègre les premières augmentations de tarifs passées avec succès en Amérique du Nord en février.

▪ **ACTIVITES DE SPECIALITES**

Sur les 3 premiers mois de l'année, les ventes nettes des Activités de spécialités s'élèvent à 517 millions d'euros, en recul de 7,8% par rapport au 1^{er} trimestre 2009.

- **Génie civil** : malgré des volumes stables, les ventes du secteur minier sont en retrait de 10% en valeur ; cette évolution résulte de l'application contractuelle des clauses d'ajustement liées aux matières premières, la réduction des prix intervenue au 2nd semestre 2009 étant la conséquence de la baisse des cours de référence. Les ventes en première monte augmentent légèrement en volume, mais sont également pénalisées par les clauses d'indexation des prix. Sur le segment Infrastructure, les ventes sont en légère hausse en volume et en légère baisse en valeur, affectées par un mix zone / produit défavorable.
- **Agricole** : les ventes sont en retrait de 13%, affectées principalement par la forte baisse de l'activité première monte, comparée à la même période de 2009. Les prix sont stables sur le marché du remplacement et en baisse en première monte, en application des clauses contractuelles.
- **Deux roues** : les ventes sont en hausse significative, soutenues par une forte activité Moto remplacement et le dynamisme de l'offre produit du Groupe.
- **Avion** : les ventes du Groupe sont en léger retrait, mais suivent la tendance du marché en Commercial et Régional.



Faits marquants du 1^{er} trimestre 2010

- ❑ **Michelin étend à l'Europe sa campagne publicitaire mondiale, qui reflète la nouvelle stratégie de communication « globale » de la marque MICHELIN**
- ❑ **Michelin lance le pneu MICHELIN Pilot Sport 3, pneumatique pour véhicules sportifs qui procure une adhérence hors pair**
- ❑ **Michelin Amérique du Nord lance la dernière génération de son pneu Poids lourd extra-large MICHELIN X ONE XDA Energy™ pour essieu moteur**
- ❑ **MICHELIN Power Pure, le pneu moto bi-gomme le plus léger jamais conçu**
- ❑ **Michelin détient la totalité du capital de Shanghai Michelin Warrior Tire Co après le rachat de 30% supplémentaires du capital de la société**
- ❑ **En France, Michelin et Taqui Pneu signent un accord de coopération avec prise de participation**
- ❑ **Michelin renforce son réseau de distribution en Inde**
- ❑ **Michelin lance une nouvelle solution voyage, ViaMichelin Voyage, née de l'association du site ViaMichelin avec Le Guide Vert nouvelle formule**

La liste complète des Faits marquants du 1^{er} trimestre 2010
est disponible sur le site Internet du Groupe :
www.michelin.com/corporate



CONFERENCE CALL

L'information trimestrielle au 31 mars 2010 sera commentée lors d'une conférence téléphonique en anglais ce jour (jeudi 29 avril 2010) 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 72 00 15 25
- Depuis le Royaume-Uni 0203 367 9455
- Depuis les Etats-Unis (866) 907 5923
- Depuis le reste du monde +44 203 367 9455

Des informations pratiques relatives à cette conférence téléphonique se trouvent sur le site www.michelin.com/corporate.

CALENDRIER

Ventes nettes et résultats du 1^{er} semestre 2010 :

Vendredi 30 juillet 2010 avant Bourse

Information trimestrielle au 30 septembre 2010 :

Mardi 26 octobre 2010 après Bourse

Relations Investisseurs	Relations Presse
Valérie Magloire +33 (0) 1 45 66 16 15 +33 (0) 6 76 21 88 12 (mobile) valerie.magloire@fr.michelin.com	Fabienne de Brébisson +33 (0) 1 45 66 10 72 +33 (0) 6 08 86 18 15 (mobile) fabienne.de-brebisson@fr.michelin.com
Alban de Saint-Martin +33 (0) 4 73 32 18 02 +33 (0) 6 07 15 39 71 (mobile) alban.de-saint-martin@fr.michelin.com	Actionnaires individuels Jacques Engasser +33 (0) 4 73 98 59 08 jacques.engasser@fr.michelin.com

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. 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.

