

COMPAGNIE GENERALE DES ETABLISSEMENTS MICHELIN

Information financière au 31 mars 2009

Michelin annonce des ventes nettes en baisse de 14,2% par rapport au premier trimestre 2008, à 3,5 milliards d'euros

- ❑ **Volumes de ventes en baisse de 24,4%, reflétant essentiellement la chute des marchés de pneumatiques, notamment pour l'activité de Première monte et plus largement pour le Poids lourd, dans l'ensemble des zones de commercialisation du Groupe à l'exception de la Chine**
- ❑ **Mix-prix amplement positif (+ 11,0%) traduisant à la fois l'effet des hausses de prix mises en œuvre en 2008, le meilleur comportement des marchés du Remplacement par rapport à ceux de la Première monte et la bonne performance relative de la marque MICHELIN notamment sur l'activité de Remplacement**
- ❑ **Stabilité des stocks en volume sur les trois premiers mois de l'année, grâce aux mesures de flexibilité industrielle qui seront amplifiées au second trimestre pour optimiser les besoins en fonds de roulement. Le Groupe bénéficiera également de l'impact de la baisse des cours des matières premières sur la valeur de ses stocks**
- ❑ **Baisse sensible des dépenses d'investissement qui seront contenues dans une enveloppe annuelle de 700 millions d'euros, équilibrée entre les premier et second semestres**
- ❑ **Adaptation de l'outil industriel : fermeture du site BFGoodrich d'Opelika (Alabama) à compter d'octobre 2009, en réponse à la dégradation sans précédent de la demande sur le marché nord américain et aux surcapacités ainsi créées ; les charges de restructuration correspondantes sont estimées à 120 millions d'euros environ**
- ❑ **Priorité donnée pour 2009 à la gestion de la trésorerie du Groupe, par l'optimisation du pilotage industriel et la forte réduction de ses investissements, alors que les marchés mondiaux du pneumatique ne devraient se redresser que très progressivement**

Dans ce contexte, le Groupe est en bonne voie pour atteindre son objectif de génération de cash flow libre positif en 2009



Ventes nettes par segment de reporting

VENTES NETTES (EN MILLIONS D'EUROS)	1 ^{er} trimestre 2009	1 ^{er} trimestre 2008	% Variation
TOURISME CAMIONNETTE ET DISTRIBUTION ASSOCIEE	1 946	2 157	- 9,8%
POIDS LOURD ET DISTRIBUTION ASSOCIEE	1 006	1 327	- 24,2%
ACTIVITES DE SPECIALITES ¹	561	607	- 7,6%
TOTAL GROUPE	3 512	4 091	- 14,2%

¹ Pneumatiques génie civil, agricole, deux roues et avion, cartes et guides, ViaMichelin et Michelin Lifestyle.

Ventes nettes – Analyse par effets

(EN MILLIONS D'EUROS)	1er trimestre 2009	
VENTES NETTES	3 512	
VARIATION T1 2009 / T1 2008		
VARIATION TOTALE	- 579	- 14,2%
DONT VOLUMES	- 998	- 24,4%
MIX / PRIX	+ 342	+ 11,0%
VARIATION DES TAUX DE CHANGE	+ 77	+ 2,2%



Evolution des marchés de pneumatiques

1 ^{er} trim. 2009 / 1 ^{er} trim. 2008	EUROPE yc CEI	AMERIQUE DU NORD	ASIE	AMERIQUE DU SUD	AFRIQUE / MOYEN- ORIENT
TOURISME CAMIONNETTE					
Première Monte	- 38,6%	- 52,0%	- 26,4%	- 26,2%	- 25,0%
Remplacement	-10,6%**	- 11,8%	- 9,2%	- 10,6%	- 7,3%
POIDS LOURD*					
Première Monte	- 62,4%	- 45,1%	- 22,2%	- 33,5%	- 25,1%
Remplacement	- 34,7%	- 25,3%	- 12,6%	- 23,4%	- 7,7%

* Radial seulement

** Variation Europe hors CEI : - 4,9%

□ TOURISME CAMIONNETTE

▪ PREMIERE MONTE

- L'ensemble des marchés de pneumatiques, à l'exception du marché chinois, s'est fortement dégradé au cours du premier trimestre en raison des mesures fortes de déstockage décidées par les constructeurs automobiles et de leurs arrêts massifs de production.
- Sur le mois de mars néanmoins, le marché européen du pneumatique semble donner quelques signes de reprise dans les pays qui ont mis en place des mesures de soutien à l'industrie automobile, avec un effet plus favorable sur l'équipement des petits véhicules.

▪ REMPLACEMENT

- Le recul du marché dans son ensemble s'est accentué au cours du premier trimestre par rapport à la tendance observée sur la fin de l'année 2008. D'une part, la baisse des kilométrages parcourus, la réduction de la vitesse moyenne des véhicules ainsi que la politique de déstockage des distributeurs se sont poursuivies. D'autre part, le ralentissement économique a progressivement gagné les marchés émergents.
- Sur le trimestre, la demande en Europe recule de 10,6%, en raison de l'effondrement de la demande en Russie ; hors CEI, elle est en retrait de 4,9%.
- En Amérique du Nord, la demande semble se stabiliser à un niveau extrêmement faible.
- Le marché « sell-out », ventes des distributeurs aux clients finaux, est mieux orienté ; il laisse à penser que les stocks des distributeurs, notamment en Europe et en Amérique du Nord, pourraient être proches de leur point bas.
- L'hiver rigoureux en Amérique du Nord et en Europe a permis aux réseaux de distribution de réduire leurs stocks de pneus neige.



- En Asie, les marchés présentent des situations contrastées, en recul au Japon (- 21%) et en Thaïlande, proches de la stabilité en Inde et en Malaisie et en progression en Chine (+ 7,7%).

□ POIDS LOURD

▪ PREMIERE MONTE

- La chute brutale de la demande en pneumatiques intervenue à l'automne 2008 en Europe et en Amérique du Nord se prolonge et gagne les autres zones de commercialisation du fait de la généralisation de la crise économique.
- La plupart des constructeurs ont fortement réduit leur production de véhicules, pour préserver leur situation financière et optimiser leur niveau de stocks.
- Le resserrement du crédit, le ralentissement économique et les achats anticipés avant la mise en œuvre des nouvelles réglementations contribuent également à la forte baisse sur le trimestre. L'âge moyen des flottes est peu élevé.
- En Europe et au Japon, les marchés sont également pénalisés par le poids des exportations, en baisse, dans leur économie.
- Le marché chinois reste mieux orienté, soutenu par la poursuite du renouvellement du parc.

▪ REMPLACEMENT

- Globalement, les marchés subissent le recul du fret lié au ralentissement économique mondial et au retrait du commerce international ; ils sont également affectés par la politique de déstockage menée par la distribution pour des raisons de financement et par les moindres commandes des flottes qui utilisent leurs stocks de pneus ou recyclent les pneus de leurs camions immobilisés.
- A noter que l'activité de fret ne recule que de 10% aux Etats-Unis et 20 % en Europe, alors que le marché du pneu de remplacement baisse de 25% et 35 % respectivement.

□ PNEUMATIQUES DE SPECIALITES

- **GENIE CIVIL :** dans un secteur minier qui reste actif à l'exception de celui du nickel, les sociétés d'extraction ont poursuivi la reconstitution de leurs stocks, soutenant ainsi la demande en pneumatiques de qualité sur le premier trimestre ; en revanche, la demande en première monte a été très pénalisée par le quasi arrêt de l'activité des constructeurs. Enfin, le segment « Infrastructure » subit le ralentissement économique ; aux Etats-Unis, ce segment qui avait été touché dès la fin de 2007, est désormais stabilisé.
- **AGRICOLE :** la demande en première monte connaît un fort ralentissement, moins marqué pour les pneus destinés aux tracteurs de forte puissance (150 CV et plus). Le marché du remplacement est en légère baisse.
-



- **DEUX ROUES** : la distribution a significativement réduit sa demande afin de préserver sa structure financière.
- **AVION** : l'activité des compagnies aériennes est affectée par la détérioration de l'environnement économique, mais la demande de pneus en technologie radiale reste soutenue.

Ventes nettes de Michelin

□ EVOLUTION GLOBALE

Sur les 3 premiers mois de l'année, les ventes nettes sont en retrait de 14,2% à taux de change courants, par rapport à la même période de 2008, sous l'effet des facteurs suivants :

- **L'impact négatif (- 24,4%) des volumes** traduit les conséquences sur les ventes du Groupe du recul marqué de la demande en pneumatiques sur l'ensemble de ses marchés, à l'exception de la Chine.
- **L'effet mix-prix fortement positif (+ 11,0%)**, en amélioration continue pour le sixième trimestre consécutif. Il marque d'abord l'effet en année pleine des hausses de prix mises en œuvre tout au long de l'année 2008 pour faire suite au renchérissement des matières premières. Début 2009, Michelin a poursuivi sa politique de prix volontariste en ajustant ses tarifs dans les pays qui ont connu des dévaluations monétaires (Royaume-Uni, Europe centrale, Russie, Corée, Brésil, Mexique ...). Globalement, les hausses de prix du Groupe tiennent dans un marché qui reste concurrentiel.
L'enrichissement des mix s'est poursuivi, grâce à la bonne résistance de la marque MICHELIN et un mix marchés remplacement/première monte favorable.
- **L'impact positif (+ 2,2%) des parités de change.** Il tient notamment compte des variations relativement à l'euro du dollar américain (+ 15%) principalement et du yuan chinois (+ 20%), et malgré celles du dollar canadien (- 7%), du real brésilien (- 14%) et de la livre sterling (- 17%).

□ VENTES NETTES PAR SEGMENT DE REPORTING

- **TOURISME CAMIONNETTE ET DISTRIBUTION ASSOCIEE**

Sur les 3 premiers mois de l'année, les ventes nettes s'élèvent à 1 946 millions d'euros, en diminution de 9,8% par rapport au premier trimestre de 2008 malgré une baisse d'activité plus brutale qu'anticipée.



- Les ventes nettes bénéficient d'un fort effet prix grâce aux augmentations de tarifs de l'année 2008.
- L'évolution du mix première monte / remplacement a un effet positif. Le mix segment / indice de vitesse continue à s'améliorer, alimenté par le mix des véhicules neufs vendus au cours des dernières années.
- Globalement, la marque MICHELIN se comporte bien, notamment au Remplacement : la demande des clients pour des marques « Tier 1 » offrant de la valeur, comme la marque MICHELIN, reste soutenue.

▪ **POIDS LOURD ET DISTRIBUTION ASSOCIEE**

Au premier trimestre de 2009, les ventes nettes du segment sont en retrait de 24,2% par rapport à la même période de 2008, à 1 006 millions d'euros. Ce recul est largement attribuable à la forte chute de la plupart des marchés mondiaux de pneumatiques poids lourd, extrêmement marquée en première monte.

▪ **ACTIVITES DE SPECIALITES**

Sur les 3 premiers mois de l'année, les ventes nettes des Activités de spécialités s'établissent à 561 millions d'euros, en recul de 7,6% par rapport au premier trimestre 2008.

- **Génie civil** : le Groupe affiche une bonne résistance dans le secteur minier où il profite d'une demande accrue en pneumatiques de qualité. Sur le segment « Infrastructure », l'effet du recul de la demande dans les pays matures est partiellement compensé par ses gains en part de marché et par la progression de son activité en Asie et en Océanie. L'activité de première monte, en revanche, est en recul significatif.
- **Agricole** : les ventes sont globalement en diminution en raison notamment du fort ralentissement de la demande en première monte.
- **Deux roues** : les ventes sont en recul marqué et subissent le contrecoup de la bonne performance commerciale du Groupe en Europe et aux Etats-Unis en fin d'année 2008.
- **Avion** : les ventes du Groupe continuent à bénéficier de la radialisation du marché malgré un environnement déprimé.



Faits marquants du 1^{er} trimestre 2009

- **Michelin confirme son avance dans le domaine des pneus à basse consommation de carburant**
 - Les pneus MICHELIN Energy™ Saver et Primacy HP récompensés par l'ADAC
 - Millionième pneu MICHELIN Energy™ Saver livré à PSA Peugeot Citroën
 - Un nouveau pneu MICHELIN Energy™ Saver All-Season pour l'Amérique du Nord

- **Michelin a procédé avec succès, le 15 avril, au placement d'un emprunt obligataire de 750 millions d'euros, d'une maturité de 5 ans et offrant un coupon de 8,625%**

- **Succès du réseau Michelin Retread Technologies en Amérique du Nord : Snider Tire Inc. rejoint le réseau MRT**

- **Nouvelle réglementation européenne sur la performance des pneumatiques adoptée par le Parlement Européen le 10 mars 2009**

La liste complète des Faits marquants du premier trimestre 2009 est disponible sur le site Internet du Groupe :
www.michelin.com/corporate



CONFERENCE CALL

L'information trimestrielle au 31 mars 2009 sera commentée lors d'une conférence téléphonique en anglais ce jour (mercredi 28 avril 2009) 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 09 84
- Depuis le Royaume-Uni 0207 107 1613
- Depuis les Etats-Unis 1 866 907 5928
- Depuis le reste du monde +44 207 107 1613

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

CALENDRIER

Ventes nettes et les résultats du 1^{er} semestre 2009 :

Vendredi 31 juillet 2009 avant Bourse

Information trimestrielle au 30 septembre 2009 :

Lundi 26 octobre 2009 après Bourse

Relations Investisseurs	Relations Presse
Valérie Magloire +33 (0) 4 73 32 24 53 +33 (0) 1 45 66 16 15 valerie.magloire@fr.michelin.com	Fabienne de Brébisson +33 (0) 1 45 66 10 72 +33 (0) 6 08 86 18 15 fabienne.de-brebisson@fr.michelin.com
Jacques-Philippe Hollaender +33 (0) 4 73 32 18 02 +33 (0) 6 87 74 29 27 jacques-philippe.hollaender@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.

