

COMPAGNIE GENERALE DES ETABLISSEMENTS MICHELIN
Information financière au 31 mars 2011

Michelin annonce des ventes nettes de 5 047 millions d'euros, en hausse de 28% par rapport au premier trimestre 2010

- **Ventes historiquement élevées, avec des volumes en hausse de 16,5% sur le 1^{er} trimestre 2011, grâce à la poursuite du rebond des marchés.**
- **Renforcement des positions de la marque MICHELIN grâce à l'excellence de son plan produit.**
- **Mix-prix en amélioration de 7,7 %, traduisant essentiellement les augmentations de tarifs visant à répercuter le fort renchérissement de l'ensemble des matières premières.**

VENTES NETTES (EN MILLIONS D'EUROS)	1 ^{er} trimestre 2011	1 ^{er} trimestre 2010	% Variation
TOURISME CAMIONNETTE ET DISTRIBUTION ASSOCIEE	2 683	2 213	+ 21,2 %
POIDS LOURD ET DISTRIBUTION ASSOCIEE	1 606	1 211	+ 32,5 %
ACTIVITES DE SPECIALITES ¹	759	517	+ 46,8 %
TOTAL GROUPE	5 047	3 941	+ 28,1 %

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

□ **Perspectives pour 2011**

Sur le premier trimestre 2011, la forte croissance des volumes, qui se compare à un début d'année 2010 encore en reprise dans les pays matures, a été amplifiée par des achats d'anticipation dans un contexte d'augmentations continues des tarifs.

Pour l'ensemble de l'année, le Groupe vise une augmentation des volumes d'au moins 6,5 %. Cet objectif pourrait être revu à la hausse si le bon niveau actuel des ventes aux clients finaux se maintenait sur les prochains mois.

Dans le contexte actuel de renchérissement des matières premières, Michelin poursuit sa politique de hausses de prix. L'ensemble des augmentations mises en oeuvre ou annoncées à ce jour devrait permettre de compenser près de 80 % du surcoût estimé (de l'ordre de 1 800 millions d'euros en année pleine).

Compte tenu de l'effet de ce surcoût sur le besoin en fonds de roulement et de l'accélération programmée des investissements, le *cash flow* libre devrait être temporairement négatif en 2011.

Michelin renouvelle son objectif pour 2011 d'un résultat opérationnel en croissance.



Evolution des marchés de pneumatiques

□ TOURISME CAMIONNETTE

2011/2010	EUROPE*	AMERIQUE DU NORD	ASIE (HORS INDE)	AMERIQUE DU SUD	AFRIQUE/INDE/MOYEN-ORIENT	TOTAL
Première monte	+ 10 %	+ 12 %	- 0 %	+ 1 %	+ 14 %	+ 5 %
Remplacement	+ 12 %	+ 7 %	+ 14 %	+ 8 %	+ 4 %	+ 10 %

* Y compris Russie et Turquie

▪ PREMIERE MONTE

- En Europe, les marchés du pneu, plus dynamiques qu'attendu, bénéficient de l'activité soutenue des constructeurs automobiles et du bon niveau des exportations. En Russie, le marché affiche une progression en ligne avec celle des ventes de véhicules neufs et de leur équipement en pneus hiver. Ainsi, à fin mars, les marchés ont quasiment retrouvé leur niveau d'avant crise.
- Le dynamisme du marché en Amérique du Nord s'appuie sur une reprise de la demande de véhicules légers, soutenue par les rabais et un accès facilité au crédit.
- En Asie, le marché chinois, en hausse de 9 %, reste porteur en dépit de la fin des mesures gouvernementales de soutien de la demande automobile. La demande recule de 15 % au Japon et en Corée.
- En Amérique du Sud, la demande ralentit sa croissance selon la saisonnalité habituelle.

▪ REMPLACEMENT

- En Europe, le marché, toujours bien orienté, a été soutenu par un stockage partiel de la part des distributeurs en anticipation des hausses de tarifs et par la demande en pneus hiver. Le marché est très porteur en Europe centrale (+52 %) où il bénéficie de la consommation intérieure et d'un environnement économique plus favorable.
- Le marché nord-américain poursuit sa reprise, notamment aux Etats-Unis (+7,2 %), avec un nouvel enrichissement du mix lié à la progression des segments *recreational* et indices de vitesse élevés. Le dynamisme du marché traduit également une reconstitution partielle des stocks de la distribution en anticipation des hausses de prix.
- En Asie, la demande chinoise poursuit sa croissance (+ 26 %), tant pour les ventes aux distributeurs que pour celles aux clients finaux, tandis que le marché japonais (+12 %), soutenu en début d'année par la demande en pneus hiver, s'est très fortement ralenti après le tsunami.
- En Amérique du Sud, les marchés restent bien orientés, tant au Brésil (+ 6 %) en dépit de poussées inflationnistes, qu'en Argentine.



□ POIDS LOURD

2011/2010	EUROPE**	AMERIQUE DU NORD	ASIE (HORS INDE)	AMERIQUE DU SUD	AFRIQUE/INDE/MOYEN-ORIENT	TOTAL
Première monte *	+ 80 %	+ 66 %	- 16 %	+ 21 %	+ 115 %	+ 15 %
Remplacement *	+ 26 %	+ 25 %	+ 14 %	+ 19 %	+ 11 %	+ 18 %

* Marché radial uniquement

** Y compris Russie et Turquie

▪ PREMIERE MONTE

- En Europe, le marché en fort rebond reflète la progression des commandes de véhicules neufs, mais demeure 17 % en deçà de son niveau de 2007.
- En Amérique du Nord, le redémarrage du marché s'accélère en ligne avec la reprise du marché des véhicules poids lourds, tout en restant inférieur de 25 % à son niveau de 2007.
- Le marché asiatique accélère sa radialisation. La demande recule de 19 % en Chine avec le resserrement des conditions de crédit et un ajustement des stocks des distributeurs.
- En Amérique du Sud, la demande, traditionnellement ralentie à cette période de l'année, est soutenue au Brésil (+ 21 %) par les achats anticipés de camions dans la perspective du changement de normes techniques poids lourd prévu en 2012.
- En Afrique-Inde-Moyen Orient, la forte hausse de la demande bénéficie de la radialisation croissante du marché, notamment en Inde.

▪ REMPLACEMENT

- En Europe, la hausse du marché s'inscrit dans un contexte de faible croissance de l'activité de fret (+ 4 %), avec un fort contraste entre les pays du Nord, stimulés par les exportations et la reprise de la Russie, et les pays du Sud qui restent atones. La hausse du marché reflète également un fort stockage des distributeurs face aux augmentations tarifaires importantes de l'ensemble des concurrents. Le marché du rechapage reste dynamique.
- Le marché des pneus neufs en Amérique du Nord bénéficie d'un environnement plus favorable : les tonnages transportés reviennent vers leur niveau d'avant crise et les transporteurs qui parviennent à répercuter la hausse de leurs coûts dans les prix du fret, sont plus optimistes.
- En Asie, le marché chinois affiche une croissance plus modérée (+ 12 %) qu'en 2010 où il avait bénéficié de forts volumes d'exportation. La demande japonaise, en hausse de 31 %, est ralentie par rapport au début de l'année à la suite du tremblement de terre.
- En Amérique du Sud, l'ensemble des marchés s'établit en hausse, tirés notamment par une reconstitution des stocks. L'appréciation du real brésilien se traduit par une augmentation des importations, notamment en provenance d'Asie.
- La demande historiquement élevée en Afrique-Inde-Moyen Orient est amplifiée par des achats d'anticipation liés aux hausses tarifaires.



❑ PNEUMATIQUES DE SPECIALITES

- **GENIE CIVIL** : le marché du premier équipement poursuit son rapide redressement notamment en Europe et en Amérique du Nord, se rapprochant des niveaux record de 2008. Les marchés de l'infrastructure montrent une tendance favorable partiellement amplifiée par les hausses de prix. La demande dans le secteur minier continue à croître, dopée par les inquiétudes des miniers pour leurs approvisionnements sur le long terme.
- **AGRICOLE** : tirée par les cours élevés des produits agricoles, la demande mondiale en premier équipement est très forte, notamment pour les pneus de technologie radiale basse pression et ceux équipant les machines de forte puissance. Sur le marché du remplacement, la demande demeure soutenue sur tous les marchés.
- **DEUX ROUES** : les marchés Moto sont bien orientés en Europe et continuent à progresser dans les zones de croissance, notamment au Brésil.
- **AVION** : les marchés sont dans l'ensemble bien orientés, avec une forte demande dans le segment Aviation générale.

Ventes nettes de Michelin

❑ EVOLUTION GLOBALE

(EN MILLIONS D'EUROS)	1er trimestre 2011	
VENTES NETTES	5 047	
VARIATION T1 2011 / T1 2010		
VARIATION TOTALE	+ 1 106	+ 28,1 %
DONT VOLUMES	+ 650	+ 16,5 %
PRIX MIX	+ 352	+ 7,7 %
VARIATION DES TAUX DE CHANGE	+ 104	+ 2,1 %

Sur les 3 premiers mois de l'année, les ventes nettes ressortent à 5 047 millions d'euros, en hausse de 28,1 % par rapport à la même période de 2010, sous l'effet des facteurs suivants :

- **L'impact positif (+ 16,5 %) des volumes** traduit la bonne performance des parts de marché dans un contexte de rebond sensible des marchés du pneumatique.
- **L'effet mix-prix positif (+ 7,7 %)** correspond presque entièrement au maintien d'une politique de prix ferme et aux ajustements contractuels de prix ; ces derniers avaient eu un effet défavorable au 1^{er} semestre 2010. 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 positif (+ 2,1 %) des parités de change** résulte des évolutions favorables du real brésilien, du dollar américain et du dollar canadien principalement, par rapport à l'euro.

□ VENTES NETTES PAR SEGMENT DE REPORTING

▪ **TOURISME CAMIONNETTE ET DISTRIBUTION ASSOCIEE**

Pour le 1^{er} trimestre de 2011, les ventes nettes s'élevaient à 2 683 millions d'euros, en augmentation de 21,2 % par rapport à la même période de 2010.

- Les volumes de ventes s'établissent en croissance de 11,3 %, grâce à la bonne tenue de la marque MICHELIN, au renforcement des positions sur le segment hiver et au lancement réussi du pneu MICHELIN Pilot Super Sport. Ils ont également bénéficié d'anticipations d'achat liées aux annonces de hausses de prix, dans l'ensemble des marchés.
- Sur le trimestre, les ventes nettes sont tirées 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 mars 2011, les ventes nettes s'établissent à 1 606 millions d'euros, en progression de 32,5 % par rapport aux 3 premiers mois de 2010.

- Les volumes de ventes affichent un rebond de 17,8 % sur des bases de comparaison encore faibles en 2010, notamment en première monte. Ils sont soutenus par un phénomène d'anticipation lié aux hausses de prix annoncées et des gains de parts de marché au niveau mondial.
- Dans un contexte de hausse des coûts de matières premières et de disponibilité plus tendue des pneus, le Groupe passe des augmentations de tarifs dans l'ensemble de ses marchés.

▪ **ACTIVITES DE SPECIALITES**

Sur les 3 premiers mois de l'année, les ventes nettes des Activités de spécialités s'élevaient à 759 millions d'euros, en hausse de 46,8 % par rapport au 1^{er} trimestre 2010.

- **Génie civil** : les ventes nettes du Groupe sont en augmentation très significative, reflétant à la fois une forte hausse des volumes et l'application favorable des clauses d'indexation liées aux matières premières. Les ventes nettes en première monte ont plus que doublé, sur une référence basse au 1^{er} trimestre 2010. Elles progressent fortement sur le segment Infrastructure comme dans le secteur minier. Au cours du trimestre, Michelin a de nouveau conforté ses positions sur l'ensemble des marchés.



- **Agricole** : les ventes sont en hausse significative et enregistrent la forte croissance des volumes ainsi que les gains de parts de marchés, en première monte comme en second équipement. Les prix répercutent la hausse du coût des matières premières.
- **Deux roues** : les ventes sont en hausse significative, soutenues par des positions renforcées en Europe et au Brésil ainsi que par le lancement réussi de la gamme Pilot Road 3, premier pneu moto "lamellisé" sur le segment Loisir radial.
- **Avion** : les ventes du Groupe sont en légère hausse, avec une part croissante de la technologie radiale.



Faits marquants du 1^{er} trimestre 2011

- ❑ **Michelin poursuit sa stratégie de hausses de prix face au fort renchérissement des matières premières**
- ❑ **Michel Rollier prépare sa succession et proposera à l'Assemblée Générale de mai 2011 d'adapter la gouvernance du Groupe**
- ❑ **Michelin engage une modernisation majeure de son Centre de Technologie**
- ❑ **La marque MICHELIN reconnue dans le monde entier d'après le palmarès du magazine Fortune**
- ❑ **Michelin renforce son réseau de distribution TyrePlus en Biélorussie**
- ❑ **Lancement du nouveau pneu MICHELIN Pilot Super Sport, étudié pour les berlines sportives**
- ❑ **Lancement du nouveau pneu MICHELIN LATITUDE X-ICE NORTH : la gamme la plus complète de pneus pour 4x4 et SUV**
- ❑ **Lancement de la gamme MICHELIN Pilot Road 3, premier pneu moto "lamellisé" sur le segment Loisir radial**
- ❑ **Le premier avion commercial chinois, le COMAC C919, choisit Michelin pour l'équipement de ses pneumatiques**

La liste complète des Faits marquants du 1^{er} trimestre 2011 est disponible sur le site Internet du Groupe :
www.michelin.com/corporate



CONFERENCE CALL

L'information trimestrielle au 31 mars 2011 sera commentée lors d'une conférence téléphonique en anglais ce jour (jeudi 21 avril 2011) à 19h, heure de Paris (18h TU). Pour vous connecter, veuillez composer à partir de 18h50 l'un des numéros suivants :

- Depuis la France 01 70 77 09 37
- Depuis le Royaume-Uni 0203 367 9458
- Depuis les Etats-Unis (866) 907 5923
- Depuis le reste du monde +44 203 367 9458

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 2011 :

Vendredi 29 juillet 2011 avant Bourse

Information trimestrielle au 30 septembre 2011 :

Mercredi 26 octobre 2011 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	+33 (0) 1 45 66 22 22 groupe-michelin.service-de-presse@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.

