

DOSSIER DE PRESSE

26 novembre 2014

JIHUA & MICHELIN

Un partenariat pour imaginer
les semelles d'une nouvelle génération

CONTACT PRESSE : +33 1 45 66 22 22

JV INTERNATIONAL





SOMMAIRE

1. JIHUA & MICHELIN :

Un partenariat pour imaginer les semelles d'une nouvelle génération

2. DU PNEU À LA SEMELLE

3. COUP DE PROJECTEUR

sur trois domaines d'utilisation et cinq chaussures :

› **POUR LA MOTO**

TCX ADVENTURE - INFINITY

TCX X-CUBE/X-SQUARE PLUS - URBAN

› **POUR LE VTT**

NORTHWAVE DOLOMITES EVO - ROCK'R

NORTHWAVE SPIDER PLUS 2/SPIDER 2 - X CROSSBOW

› **POUR LA SÉCURITÉ**

DIADORA - ARTIC

4. DES SYNERGIES DE SAVOIRS

5. JIHUA

faits et chiffres clés

6. JV INTERNATIONAL

7. MICHELIN

faits et dates

8. MICHELIN LIFESTYLE :

l'extension du domaine de la marque

► Téléchargez toutes les photos, à l'adresse suivante :
<http://michel.in/11JJKIU>



1. JIHUA & MICHELIN :

Un partenariat pour imaginer les semelles d'une nouvelle génération

En officialisant leur partenariat, **Jihua et Michelin** scellent une alliance pour faire un pas de géant dans le domaine des semelles hautes performances et des chaussures techniques. L'objectif ? Devenir un leader mondial en acquérant, au terme du projet d'ici 5 ans, 5 à 10 % de ce marché qui représente 500 millions de paires de semelles.

Cet accord, révélé le 26 novembre 2014, à Clermont-Ferrand entre Jihua, colosse chinois du secteur textile et de l'habillement technique, et Michelin, leader mondial de la fabrication de pneumatiques qui apporte la puissance de sa marque, va bouleverser le secteur. Il s'agit en effet de trouver des réponses et des solutions pertinentes dans un domaine en attente d'innovations technologiques.

C'est par l'intermédiaire de leurs entités respectives **JV International**, d'une part, et **Michelin Lifestyle**, d'autre part, que Jihua et Michelin combinent leurs expertises techniques et leur savoir-faire. Cette synergie est un formidable atout.

En amont, la filiale Michelin Lifestyle, qui accompagne la marque depuis 2001 avec des produits sous licence permettant de valoriser la sécurité, l'innovation, la performance et le respect de l'environnement. Elle apporte le savoir-faire Michelin sur les mélanges de gomme, les nouveaux matériaux, les sculptures et les technologies innovantes, depuis la conception jusqu'au prototypage.

Pour sa part, JV International, qui fait référence en matière de design, assure la coordination de chaque projet à l'échelle mondiale, depuis l'identification des besoins, en passant par la fabrication jusqu'à la livraison des produits finis. La démarche étant de privilégier une étroite relation d'intégration avec les clients partenaires.

Les premières réalisations sont des semelles techniques destinées aux chaussures de travail, de VTT et aux bottes de moto. Ces premières semelles techniques MICHELIN, distribuées par TCX, Northwave et Diadora, bénéficient directement de la technologie et de l'expertise spécifiques liées aux pneumatiques, procurant des avantages en termes d'adhérence, de durabilité et de confort. Pour Michelin, cette démarche s'inscrit dans la continuité de ses précédentes collaborations particulières qui ont débuté en 2003 avec Babolat, pour des chaussures de tennis puis de Badminton, avec Kempa pour des chaussures de hand-ball et plus récemment, avec Le Chameau, pour des bottes.





2. DU PNEU À LA SEMELLE

La définition du dictionnaire le « Petit Robert » illustre, d'au moins deux façons, le verbe chausser : **« mettre des chaussures à ses pieds » et « garnir de pneus une voiture ».**

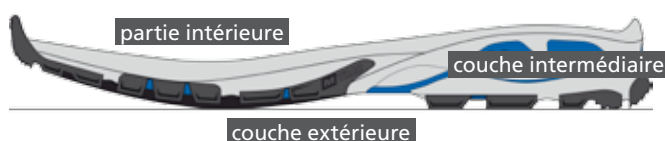
Le constat selon lequel la chaussure est à l'homme ce que le pneumatique est au véhicule prend en l'occurrence toute sa légitimité. Dans les deux cas, c'est le seul lien qui relie l'utilisateur au sol, et le processus d'élaboration du produit, depuis l'identification des besoins de l'utilisateur jusqu'à l'offre de la solution la mieux adaptée, est le même.

Ce constat justifie la pertinence de la démarche d'associer les compétences et les travaux d'un spécialiste comme le Groupe Jihua, au travers de sa filiale JV International, forte de son expérience dans le design de semelles et la conception de chaussures techniques, et de Michelin dont les pneumatiques sont mondialement reconnus pour leurs performances quelles que soient la surface ou les conditions. Les deux entités ont mis en commun leurs équipes et leurs savoir-faire.



Partie basse de la chaussure, la couche extérieure de la semelle est la partie qui se trouve en contact direct avec le sol. C'est sur cette zone que Michelin va pouvoir apporter toute son expertise. La semelle peut être constituée d'une grande variété de matériaux permettant de fournir un niveau d'adhérence souhaité selon les utilisations.

La couche extérieure de la semelle utilise, dans la majorité des cas, le caoutchouc. La couche intermédiaire est généralement faite en mousse EVA (éthylène-acétate de vinyle) et la partie intérieure varie selon les usages.



Les performances de la semelle sont donc logiquement adaptées en fonction du type d'usage auquel elle est destinée.

Les similitudes entre la bande de roulement d'un pneu et la semelle d'une chaussure sont à ce point flagrantes que les chaînes de développement se superposent à l'identique. Compréhension de l'usage et des attentes de l'utilisateur, analyse fonctionnelle, simulations, conception des sculptures, préparation des mélanges de caoutchoucs, tests en laboratoire, conception des prototypes et enfin tests des prototypes sur machine puis auprès d'utilisateurs ciblés, composent le processus d'élaboration.

L'analogie ne s'arrête pas au développement.

D'autres éléments sont communs aux pneumatiques et aux semelles :

- Le niveau de sollicitation en pression de contact qui est très proche : environ 2.5 bars pour un pneu automobile et d'environ 2 bars pour une chaussure.
- Combiner des performances parfois antagonistes comme l'adhérence sur sols sec et mouillé, la longévité et le poids, etc ...
- La diversité des sols : durs (sec ou mouillé), meubles (sable, terre ou boue), neige ou glace.

Les trois paramètres incontournables garantissant la performance d'un pneu que sont l'adhérence, la longévité et le confort se retrouvent à l'identique dans la réalisation d'une semelle, avec le grip, la longévité et la flexibilité. Autant de qualités générées par les matériaux utilisés, comme en particulier le caoutchouc dont Michelin possède la pleine maîtrise.

Dans ce contexte, il n'est donc pas surprenant de constater que les trois premières semelles proposées intègrent des sculptures inspirées tour à tour à des pneus de vélo (MICHELIN Pro4 Grip, MICHELIN Country Mud, MICHELIN Country Trial et MICHELIN Wild Rock'R2), de moto (MICHELIN Anakee II, MICHELIN Anakee 3, MICHELIN Pilot Road 3 et MICHELIN Pilot Road 4) et d'automobile (MICHELIN Alpin 4).



3. COUP DE PROJECTEUR

sur trois domaines d'utilisation
et cinq chaussures

Michelin et JV International sont capables d'apporter des technologies qu'ils sont les seuls à maîtriser. En contact avec le sol, la semelle de la chaussure correspond à la bande de roulement. Il s'agit, dans les deux cas de procurer la meilleure adhérence possible, du sol le plus lisse au plus rugueux, du plus sec au plus humide, du plus dur au plus meuble et cela dans le confort avec le souci d'une bonne longévité.

Les premières réalisations issues de ce partenariat entre Jihua et Michelin confirment cette démarche.

POUR LA MOTO

TCX ADVENTURE - INFINITY

Les nouvelles ADVENTURE EVO GORE sont les bottes emblématiques des motards amateurs de longs trajets, aussi bien sur route qu'en tout terrain. Leur semelle Michelin bénéficie d'une technologie novatrice garantissant les meilleures performances lors de la conduite.

S'inspirant du pneu d'enduro MICHELIN ANAKEE 3, conçu en collaboration avec les utilisateurs, cette semelle présente des caractéristiques techniques répondant parfaitement aux attentes des motards.

Les lamelles favorisent ainsi une excellente expulsion de la boue, des graviers et de l'eau. Elles permettent ainsi une stabilité et une adhérence idéales. La forme crantée des lamelles du pneu a été reproduite sur la semelle pour améliorer la traction, le contrôle et le grip sur route et sur terrains meubles et boueux.

De manière à offrir une plus grande stabilité en position debout sur les cale-pieds, la semelle comprend une zone d'adhérence renforcée en forme de losange. Elle est fabriquée dans un mélange de gomme garantissant une forte adhérence, une grande résistance à la thermo-abrasion et se caractérise par une sculpture résistant à la chaleur.



TCX X-CUBE/X-SQUARE PLUS - URBAN

La semelle Michelin URBAN a été conçue spécialement pour la gamme « Urban Performance de TCX », notamment les « X-Cube EVO » et les « X-Square plus ». Adaptée à la conduite moto de type loisir, cette gamme est idéale pour une utilisation en milieu urbain.

La semelle s'inspire de deux modèles de pneus Michelin, le MICHELIN PILOT ROAD 3 et le MICHELIN PRO GRIP 4.

La partie externe reprend la technologie XST du MICHELIN Pilot Road 3 et MICHELIN Pilot Road 4 permettant d'offrir une excellente évacuation de l'eau et d'améliorer l'adhérence sur tout type de terrain, des routes goudronnées aux pavés. Cette adhérence est particulièrement précieuse au motard lorsqu'il a besoin de marcher, parfois en déplaçant sa moto.

C'est cette technologie du MICHELIN PRO GRIP 4 qui a été adoptée sur la partie interne de la semelle, avec des lamelles arrondies favorisant un grip et un contrôle des pédales exceptionnels dans toutes les conditions climatiques.

Cette semelle est également fabriquée dans un mélange de gomme qui garantit une bonne adhérence et une forte résistance à l'abrasion et à la chaleur.





3. COUP DE PROJECTEUR

sur trois domaines d'utilisation
et cinq chaussures

POUR LE VTT

NORTHWAVE DOLOMITES EVO – ROCK'R

Première semelle conçue en exclusivité pour Northwave, la Rock'R équipe les chaussures DOLOMITES EVO, nouveau modèle haut de gamme de la ligne All Terrain 2015, dédiée à la pratique du VTT.

S'inspirant du pneu Enduro MICHELIN WILD ROCK'R2, elle se caractérise par des parties avant et centrales reproduisant une structure en forme de griffes pour une traction optimale ainsi qu'une sculpture particulière de l'épaule permettant d'apporter une stabilité latérale sur tous types de terrains.

Elle se distingue surtout par des mélanges de gommages différents sur les flancs et la bande centrale. Les zones noires, assurent une résistance et une adhérence élevées. Les parties colorées, situées à des points critiques, sont conçues pour offrir une durabilité élevée et une résistance à l'abrasion exceptionnelle.



NORTHWAVE SPIDER PLUS 2/SPIDER 2 – X CROSSBOW

Pour lancer sa collaboration avec Northwave, Michelin a conçu la semelle extérieure de la Spider Plus et de la Spider 2.

Michelin s'est inspiré de la technologie des pneus MICHELIN COUNTRY MUD et MICHELIN COUNTRY TRAIL. Les sculptures du premier ont été adoptées sur les parties latérales pour garantir une excellente adhérence sur chaussée mouillée et sur sols boueux. À l'avant, les caractéristiques du Country Trail renforcent le grip et la traction sur tous les terrains.

L'angle, la profondeur et les lamelles de la sculpture lui confèrent une adaptabilité et une adhérence optimales. Elle présente un excellent profil autonettoyant grâce à l'espacement des lamelles, pour une traction exceptionnelle.

Le mélange de gomme de cette semelle offre une résistance à l'abrasion élevée.





3. COUP DE PROJECTEUR

sur trois domaines d'utilisation
et cinq chaussures

POUR LA SÉCURITÉ

DIADORA - ARTIC

Toute dernière semelle technique créée par Michelin, la MICHELIN ARTIC est parfaitement adaptée aux quatre modèles de bottes de sécurité novatrices et performantes Diadora Utility.

Conçue pour un usage professionnel et satisfaisant à des critères de sécurité précis, l'ARTIC SOLE répond aux situations les plus difficiles de l'industrie gazière et pétrolière et convient à toutes les conditions extrêmes.

Michelin s'est inspiré du pneu MICHELIN Alpin 4, qui offre des performances élevées en hiver, par temps de pluie et de neige et dans la boue. Le concepteur a également repris la sculpture du pneu MICHELIN ANAKEE 2, qui permet une bonne résistance sur différents terrains. La sculpture « Full Active Tread », quant à elle, a été utilisée pour améliorer la stabilité et la résistance au glissement dans les situations les plus contraignantes, tandis

que les lamelles multidirectionnelles renforcent l'adaptabilité et l'adhérence dans la neige.

Antidérapante et conçue pour présenter une surface de contact maximale avec le sol en toutes circonstances, la semelle satisfait à la norme de sécurité SRC*. La rainure présente sur les deux côtés assure une excellente résistance à la friction. Enfin, elle est recouverte de rainures du même type que celles des pneus Michelin pour une excellente évacuation des liquides.

Conçu spécialement pour cette semelle, le mélange de gomme répond aux exigences de Diadora. Elle satisfait à la norme ESD**, garantit une excellente adhérence et est résistante au déchirement et imperméable aux hydrocarbures.

*Slip resistant test

**Electrostatic discharge





4. DES SYNERGIES DE SAVOIRS

Du pneumatique à la semelle, le vocabulaire est identique. On parle d’empreinte au sol, de semelle et de bande de roulement, de déroulé de mouvement, d’assise et de stabilité, de caoutchouc et de textile... Du développement de pneus hautes performances à la chaussure de marche voire à la marche de compétition, il n’y a finalement qu’un pas.

A plusieurs occasions déjà, Michelin a eu l’occasion de s’investir dans des partenariats permettant de mettre en œuvre des synergies de savoirs. C’est le cas avec Le Chameau (bottes), Babolat (tennis et badminton). A l’inverse la sculpture multidirectionnelle STAR TREAD, développée pour des chaussures hautes performances de hand-ball, a été utilisée sur le pneu de vélo « all season » MICHELIN STAR GRIP.

Terrain de l’innovation poussée à son paroxysme, la compétition est une composante de l’histoire de Michelin et de son développement dans toutes les entités du Groupe, y compris MICHELIN Lifestyle. A ce titre, le partenariat de compétences signé en février 2013 entre Michelin et Yohann Diniz, champion du monde des 50 kilomètres marche, est faite d’évidence et de pertinence. L’objet de cette collaboration consiste à accroître les connaissances des performances des chaussures de sport pour en concevoir de nouvelles.



Yohann Diniz, partenaire de Michelin.



5. JIHUA GROUP

faits et chiffres clés



Coté à la bourse de Shanghai depuis 2010, Jihua Group est le numéro un mondial de la fabrication de vêtements professionnels et d'équipement technique destinés aux services publics de sécurité (uniformes pour l'armée, la police, les pompiers, combinaisons et chaussures d'astronautes).

La plus grande unité de production de chaussures de travail du Groupe est située en Chine. Jihua est présent également dans la fabrication et la vente de vêtements de sport (à travers différentes marques, dont deux spécialisées dans les vêtements outdoor : Jihua Outdoor et Jihua 1912), de chapeaux, de textiles teints et imprimés, d'accessoires en cuir et en caoutchouc.

Détenu à hauteur de 66,3 % par Xinxing Cathay International Group, une entreprise contrôlée par l'État chinois, Jihua Group a publié en 2013 un chiffre d'affaires d'approximativement 32,5 milliards de dollars US et emploie près de 78 000 personnes. Le Groupe est implanté dans 26 des 30 provinces chinoises via 4 filiales directes et plus de 125 sociétés sous contrôle indirect. En 2014, Xinxing Cathay International Group figure à la 365^e place du classement Fortune 500.

- **Plus de 4,3 milliards de dollars US de chiffre d'affaires en 2013** et un résultat net supérieur à 200 millions de dollars. En 2010, année de son introduction en bourse, le chiffre d'affaires s'élevait à 2,8 milliards de dollars et le résultat net à 110 millions ;

- **40 000 salariés ;**
- Le personnel scientifique et technologique compte - **2 210 collaborateurs**, dont **1 019 dédiés à la recherche et au développement ;**
- **2 280 brevets déposés** en 2013 ;
- **170 millions de chaussures** de travail destinées à différents usages produites chaque année, dont un tiers sur le marché intérieur ;
- **70 filiales** réparties dans 22 provinces en Chine ;
- **10 entreprises** étrangères, présence dans **65 pays ;**
- **31 usines en Chine** au total, dont 7 spécialisées dans la fabrication de chaussures de travail ;
- **6 centres de recherche** scientifique provinciaux ;
- Rôle moteur dans le développement de procédés de moulage et de matériaux antiperforation, résistant aux acides et aux alkalis, antistatiques, étanches, oléofuges, etc.
- **5 participations consécutives à des projets de R&D** portant sur la mise au point de chaussures pour astronautes ;
- **Contribution à la définition de 5 normes nationales** et de 3 normes industrielles déjà publiées ;
- Collaboration à 2 projets dans le cadre du programme Torch du ministère chinois des Sciences et Technologies, 2 plans de production au niveau national, 16 programmes de recherche scientifique au plan provincial.



6. JV INTERNATIONAL

Créé en 2013, JV International est le partenaire stratégique international de Michelin pour la fabrication des semelles techniques de sa marque.

Le consortium gère l'élaboration du plan stratégique, l'orientation de la R&D, le développement du design, le suivi des relations avec les clients et partenaires et les activités de marketing et de communication. Intervenant sur l'ensemble des processus, il crée ainsi une véritable chaîne globale de l'industrie de la chaussure.

JV International s'appuie aujourd'hui sur une structure multinationale, avec cinq sites répartis dans deux pays. Le siège européen est implanté en Italie, plus précisément à Côme, tandis que le centre de design est installé à Vérone. La Chine accueille également un siège à Hong Kong, et deux sites de production – Guorong Changning Rubber Industry Co. Ltd.

et Guorong Qingyuan Rubber Industry Co. Ltd.

Cette dimension internationale n'empêche pas JV International de travailler avec toute la souplesse et la réactivité nécessaires pour s'imposer comme un véritable partenaire dans la mise en œuvre de projets novateurs.

Notre mission : analyser, étudier et adapter aux semelles le savoir-faire Michelin dans le domaine des pneus, et élaborer les meilleurs mélanges pour créer des modèles répondant à toutes les spécificités des semelles performantes et innovantes.

Le consortium entend satisfaire aux critères techniques attendus des marques et des fabricants de chaussures les plus exigeants pour les semelles.

Pour résumer, JV International vise à devenir le leader mondial des semelles techniques à la marque Michelin.



7. MICHELIN

faits et dates



Date de création

1889

Implantation industrielle

67 sites de production répartis dans 17 pays

Nombre de salariés

111 200 dans le monde

Centre de Technologie

plus de 6 600 personnes travaillant en Recherche et Développement et implantées en Europe, Amérique du Nord, Amérique du Sud et Asie

Budget annuel en Recherche et Développement

plus de 640 millions d'euros

Production annuelle

171 millions de pneus produits, plus de 13 millions de cartes et de guides vendus dans plus de 170 pays et 1,2 milliards d'itinéraires calculés par ViaMichelin

Ventes nettes 2013

20,2 milliards d'euros

Un large portefeuille de marques pour couvrir tous les segments de marché

MICHELIN, BFGoodrich, KLEBER, UNIROYAL, WARRIOR, Kormoran, RIKEN, TAURUS, TIGAR, Pneu Laurent, Recamic, MICHELIN Remix

Plus de 3 500 points de vente intégrés et franchisés dans 29 pays

Euromaster en Europe et TCi aux États-Unis ; TyrePlus en Asie, Moyen-Orient, Russie, Australie et Mexique ; Michelin Commercial Service Network aux États-Unis ; Michelin Truck Service Center en Poids lourd en Asie, Moyen-Orient et Algérie.



8. MICHELIN LIFESTYLE : l'extension du domaine de la marque

Créée en 2000, la filiale Michelin Lifestyle a pour vocation de développer la notoriété de la marque Michelin et de renforcer les relations avec les consommateurs à travers des produits autres que le pneumatique. L'objectif est d'initier un lien privilégié plus fort et plus fréquent avec les utilisateurs, de manière à renforcer l'image de Michelin en favorisant une meilleure mobilité des biens et des personnes.

Depuis plus d'un siècle, Michelin s'est engagé pour le progrès de la mobilité des personnes et des biens afin de la rendre plus sûre, plus rapide, plus confortable et plus agréable, tout en minimisant son impact sur l'environnement. En conséquence, Michelin a ajouté à son offre de pneumatiques et de services liés au voyage, une large gamme d'accessoires.

Ces accessoires sont définis en accord avec la mission et les valeurs de Michelin. Ils intègrent le savoir-faire et l'expertise de Michelin pour offrir aux consommateurs des performances uniques.

Michelin Lifestyle accompagne la marque Michelin avec des produits sous licence qui permettent de souligner ses atouts : sécurité, innovation, performance et respect de l'environnement. Tous sont conçus pour apporter une plus value à leurs utilisateurs, soit à travers leur concept, leur design ou leur spécificité.

Trois domaines sont privilégiés :

- les accessoires pour automobiles, motos et vélos. Ils sont très pratiques et conçus pour améliorer

la sécurité, permettant par exemple d'obtenir la juste pression de gonflage, ou d'améliorer la visibilité avec des balais d'essuie-glace et des kits de sécurité d'ampoules. Ils concourent aussi à améliorer la mobilité, comme les outils destinés aux conditions hivernales extrêmes, telles des chaînes à neige.

- Les semelles techniques et les chaussures. Il s'agit de semelles techniques ou de chaussures de haute précision pour le travail ou les loisirs, développés à la marque Michelin. Le partenariat avec JV International en est la parfaite illustration.
- les articles valorisant le patrimoine de Michelin et de Bibendum. Il peut s'agir tout autant de cadeaux, d'articles de collection, de vêtements ou d'accessoires.

De façon systématique, les produits développés sous licence appartiennent au segment premium de leurs marchés respectifs et commercialisés par des distributeurs spécialisés et des magasins sélectionnés. Intégrant le savoir-faire et l'expertise de Michelin, cette gamme d'accessoires endosse logiquement le rôle d'ambassadeur de la marque.

En 2013, les activités de MICHELIN LIFESTYLE ont représenté :

- 65 partenariats de licences dans le monde
- Plus de 18 millions de produits vendus
- 50 000 points de vente dans 85 pays
- Un chiffre d'affaires cumulé de 260 millions d'euros.