

COMPAGNIE GENERALE DES ETABLISSEMENTS MICHELIN

Information financière au 30 septembre 2012

Michelin annonce des ventes nettes de 16 142 millions d'euros, en hausse de 6 % par rapport aux neuf premiers mois de 2011

- ❑ **Marchés faibles dans les pays matures dans un contexte macro-économique défavorable, notamment en Europe.**
- ❑ **Volumes de ventes en retrait de 6,7 %, conformément aux attentes, par rapport à des bases de comparaison désormais plus favorables.**
- ❑ **Stabilité des tonnages vendus depuis le 4^{ème} trimestre 2011.**
- ❑ **Maintien d'un effet prix-mix toujours positif, compte tenu des ajustements contractuels intervenus au 1er juillet, notamment dans les activités de Génie civil.**

VENTES NETTES (EN MILLIONS D'EUROS)	3 ^e trimestre			9 mois		
	2012	2011	% Variation	2012	2011	% Variation
TOURISME CAMIONNETTE ET DISTRIBUTION ASSOCIEE	2 797	2 664	+ 5,0%	8 298	7 916	+ 4,8%
POIDS LOURD ET DISTRIBUTION ASSOCIEE	1 775	1 729	+ 2,7%	5 044	4 995	+ 1,0%
ACTIVITES DE SPECIALITES ¹	864	748	+ 15,5%	2 800	2 335	+ 19,9%
TOTAL GROUPE	5 436	5 141	+ 5,7%	16 142	15 246	+ 5,9%

¹ Pneumatiques Génie civil, Agricole, Deux roues et Avion ; Michelin Travel Partner et Michelin Lifestyle.

❑ Perspectives pour 2012

Dans ce contexte, Michelin confirme son objectif pour l'ensemble de l'année 2012 d'un résultat opérationnel avant éléments non récurrents en nette hausse, avec des volumes annuels en retrait de l'ordre de 5 % et un effet favorable des matières premières de 200 à 300 millions d'euros au second semestre.

Prenant en compte des investissements de l'ordre de 2 milliards d'euros sur l'année et avant impact de la cession d'un ensemble immobilier à Paris, le Groupe envisage désormais un cash flow libre positif 400 à 500 millions d'euros.



Evolution des marchés de pneumatiques

□ TOURISME CAMIONNETTE

9 mois 2012/2011 (en nombre de pneus)	EUROPE*	AMERIQUE DU NORD	ASIE (HORS INDE)	AMERIQUE DU SUD	AFRIQUE INDE MOYEN-ORIENT	TOTAL
Première monte	- 5 %	+ 19 %	+ 14%	- 1 %	- 0 %	+ 8 %
Remplacement	- 10 %	- 3 %	+ 1 %	+ 1 %	- 2 %	- 4 %

3 ^e trimestre 2012/2011 (en nombre de pneus)	EUROPE*	AMERIQUE DU NORD	ASIE (HORS INDE)	AMERIQUE DU SUD	AFRIQUE INDE MOYEN-ORIENT	TOTAL
Première monte	- 6 %	+ 14 %	+ 7 %	+ 9 %	- 14 %	+ 3 %
Remplacement	- 8 %	- 4 %	+ 3 %	+ 1 %	- 10 %	- 5 %

* Y compris Russie et Turquie

■ PREMIERE MONTE

- En Europe, la demande de pneus, pénalisée par l'activité des constructeurs automobiles généralistes, s'établit en retrait de 5 %, en dépit d'une progression en Europe orientale (+ 14 %), notamment en Russie.
- Le marché en Amérique du Nord profite du vieillissement du parc automobile et progresse de 19 % à fin septembre.
- En Asie (hors Inde), la demande globale est en hausse de 14 %, avec une croissance des principaux marchés : hausse de 8 % en Chine, en ligne avec les ventes de voitures particulières, fort rebond de la demande japonaise par rapport à 2011 affecté par les conséquences du tsunami, et poursuite de la reprise des marchés d'Asie du Sud-Est (+ 20 %), après les inondations en Thaïlande.
- En Amérique du Sud, les marchés s'établissent en retrait de 1 % à fin septembre, avec une reprise accentuée au 3^{ème} trimestre (+ 9 %) notamment au Brésil (+ 27 % en septembre, suite aux mesures gouvernementales mises en place).

■ REMPLACEMENT

- En Europe, le recul de 10 % du marché traduit les effets de la baisse de la demande, dans un environnement macro-économique toujours morose, et ceux du déstockage massif de la distribution en pneus été. La demande en pneus hiver est en retrait, comme attendu, après un hiver doux 2011 - 2012 et avec l'hypothèse de conditions météorologiques hivernales 2012 -2013 normales. A noter que depuis le début de l'année 2012 et en liaison avec la politique de stockage des distributeurs, les ventes sell-out (ventes des distributeurs aux clients finaux) demeurent mieux orientées que les ventes sell-in (ventes des manufacturiers aux distributeurs).
- En Amérique du Nord, dans un environnement contrasté marqué par le maintien à un niveau élevé et stable des coûts de carburants et des distances moyennes parcourues, la demande est en retrait de 4 %. Anticipant l'arrêt



des droits de douane exceptionnels portant sur les pneus d'origine chinoise, les distributeurs ont déstocké.

- En Asie (hors Inde), les marchés sont globalement stables. La demande chinoise (+ 4 %) augmente à un rythme toutefois moindre qu'en 2011. Le marché recule au Japon (- 4 %), dans une économie très orientée vers les exportations et pénalisée par la faiblesse de l'euro et les incertitudes économiques.
- En Amérique du Sud, le marché est globalement stable (+ 1 %) par rapport à une demande 2011 élevée, avec de fortes disparités par pays. Au Brésil, le marché est en légère hausse (+ 2 %), ainsi qu'en Argentine, tandis qu'il recule fortement en Colombie.

□ POIDS LOURD

9 mois 2012/2011 (en nombre de pneus)	EUROPE**	AMERIQUE DU NORD	ASIE (HORS INDE)	AMERIQUE DU SUD	AFRIQUE INDE MOYEN-ORIENT	TOTAL
Première monte *	- 3 %	+ 9 %	- 8 %	- 31 %	+ 31 %	- 4 %
Remplacement *	- 19 %	- 3 %	- 9 %	+ 1 %	+ 9 %	- 7 %

3 ^e trimestre 2012/2011 (en nombre de pneus)	EUROPE**	AMERIQUE DU NORD	ASIE (HORS INDE)	AMERIQUE DU SUD	AFRIQUE INDE MOYEN-ORIENT	TOTAL
Première monte *	- 4 %	- 7 %	- 10 %	- 30 %	+ 28 %	- 8 %
Remplacement *	- 6 %	+ 0 %	- 12 %	+ 0 %	+ 7 %	- 6 %

* Marché radial uniquement

** Y compris Russie et Turquie

■ PREMIERE MONTE

- En Europe, le marché est en baisse relativement limitée (- 3 %), avec une quasi-stabilité de la demande trimestre après trimestre.
- En Amérique du Nord, le marché s'établit en croissance sur l'ensemble de la période (+ 9 %), avec une inflexion depuis août néanmoins.
- En Asie (hors Inde), la demande est en retrait de 8 %. En Chine, le marché ralentit (- 14 %) en ligne avec les immatriculations de camions, elles-mêmes touchées par un certain ralentissement économique. En Asie du Sud Est, le marché (+ 37 %) reste actif, tandis qu'au Japon, la première monte connaît un fort rebond (+ 24 %) sur une base faible après l'effet du tsunami.
- En Amérique du Sud, le marché est en baisse marquée (- 31 %), comme attendu, enregistrant le contrecoup de la mise en place au Brésil de la norme EURO V.

■ REMPLACEMENT

- En Europe, le marché s'établit en baisse de 19 % alors que l'activité de transport n'a toujours pas retrouvé son niveau de 2008. De surcroît, les réseaux de distribution ont fortement réduit leurs stocks, dans un contexte d'incertitudes macro-économiques.
- En Amérique du Nord, l'activité de fret reste à un niveau supérieur à ceux de 2010 et 2011. Le marché remplacement est en recul de 3 %, en raison de la



croissance de la première monte, de la disponibilité de carcasses pour le rechapage, ainsi que par les achats d'anticipation des grands clients en 2011.

- Les marchés d'Asie (hors Inde) sont en baisse de 9 %. En Chine, le marché est en repli (- 9 %), reflétant le ralentissement de la croissance économique et la baisse des kilométrages. Dans les pays de l'ASEAN, dans un contexte d'activités de transport toujours actif, la demande a affiché une hausse de + 2 %. Au Japon, le marché est en baisse (- 23 %) et revient vers ses tendances de long terme après les à-coups de la demande provoqués par la catastrophe naturelle.
- En Amérique du Sud, le marché est stable. Au Brésil, une activité économique modérée pèse sur la demande de pneus (- 4 %) tandis que l'application plus stricte des contrôles douaniers réduit les importations. Dans le reste de la zone, la hausse des marchés au Venezuela, Pérou et Colombie compense la baisse du marché argentin provoquée par les barrières aux importations.

□ PNEUMATIQUES DE SPECIALITES

- **GENIE CIVIL** : la croissance du secteur minier se poursuit tirée par la demande en minerais et en énergie. Le marché demeure tendu notamment pour les pneus radiaux de grande dimension.

La demande en 1^{er} équipement est en croissance sur les 9 premiers mois de l'année en Amérique du Nord, tandis que, après un début d'année favorable, elle est maintenant en forte baisse en Europe.

Les marchés des pneumatiques destinés aux infrastructures et aux carrières poursuivent leur croissance mais à un rythme plus faible. Le marché de l'Europe de l'Ouest est en contraction.

- **AGRICOLE** : en hausse sur le 1^{er} semestre, la demande mondiale sur le marché du 1^{er} équipement est en baisse au 3^{ème} trimestre. Le marché du remplacement subit une baisse significative en Europe du fait des circonstances économiques et en Amérique du Nord en raison des conditions climatiques.
- **DEUX ROUES** : pénalisés par une conjoncture économique morose, les marchés motorisés sont en baisse dans les zones matures, à l'exception de l'Amérique du Nord. Dans les pays émergents, on constate une croissance modérée.
- **AVION** : en aviation commerciale, la croissance du trafic passager continue sur les destinations domestiques et intercontinentales. Le marché du fret est en retrait.



Ventes nettes de Michelin

□ EVOLUTION GLOBALE

(EN MILLIONS D'EUROS)	3 ^e trimestre 2012		9 mois 2012	
VENTES NETTES	5 436		16 142	
	VARIATION T3 2012 / T3 2011		VARIATION 9 MOIS 2012 / 9 MOIS 2011	
VARIATION TOTALE	+ 295	+5,7 %	+ 896	+ 5,9 %
DONT VOLUMES*	- 179	- 3,5 %	- 1 019	- 6,7 %
MIX / PRIX	+ 136	+ 2,7 %	+ 1 168	+ 8,2 %
VARIATION TAUX DE CHANGE	+ 338	+ 6,6 %	+ 747	+ 4,9 %

*Volumes en tonnes

Sur les 9 premiers mois de l'année, les ventes nettes ressortent à 16 142 millions d'euros, en hausse de 5,9 % par rapport à la même période de 2011, sous l'effet des facteurs suivants :

- D'abord, **le maintien d'un effet prix-mix positif (+ 8,2 %)** : l'effet prix (1 080 millions d'euros) traduit l'efficacité du pilotage des marges brutes unitaires du Groupe grâce à sa politique de prix et son action sur les coûts. L'effet mix (88 millions d'euros) traduit l'amélioration des mix segment et mix marque qui fait plus que compenser l'impact défavorable de la croissance plus forte de la première monte par rapport au remplacement.
- **L'effet négatif (- 6,7 %) des volumes**, dans un environnement de marchés faibles, notamment dans les pays matures.
- **L'impact positif (+ 4,9 %) des parités de change** correspond principalement à l'évolution favorable du dollar américain par rapport à l'euro.

□ VENTES NETTES PAR SECTEUR OPERATIONNEL

▪ TOURISME CAMIONNETTE ET DISTRIBUTION ASSOCIEE

Pour les 9 premiers mois de 2012, les ventes nettes s'élèvent à 8 298 millions d'euros, en augmentation de 4,8 % par rapport à la même période de 2011.

- Face à un marché première monte en croissance et des marchés remplacement plus contrastés, les volumes Tourisme camionnette sont en retrait de 5,6 % à fin septembre, contre - 6,4 % à fin juin reflétant la stabilité des volumes vendus depuis fin 2011, par rapport à des bases de comparaison désormais plus favorables. La performance en pneu hiver s'établit en ligne avec les ambitions du Groupe, dans un marché attendu en baisse.



- Dans ce contexte, l'effet prix et la performance de la marque MICHELIN demeurent amplement favorables.

▪ **POIDS LOURD ET DISTRIBUTION ASSOCIEE**

A fin septembre 2012, les ventes nettes s'établissent à 5 044 millions d'euros, en progression de 1,0 % par rapport aux 9 premiers mois de 2011.

- Alors que les marchés mondiaux sont toujours difficiles, cette hausse bénéficie d'abord des effets prix-mix et du pilotage des marges unitaires du Groupe, comme visé par la poursuite de la stratégie d'amélioration de la rentabilité du Poids lourd.
- Les volumes vendus, en retrait de 12,4 % par rapport aux 9 premiers mois de 2011, affichent une amélioration légère et continue, trimestre après trimestre depuis la fin de 2011.

▪ **ACTIVITES DE SPECIALITES**

Sur les 9 premiers mois de l'année, les ventes nettes des Activités de spécialités s'élèvent à 2 800 millions d'euros, en hausse de 19,9 % par rapport à fin septembre 2011, grâce à des volumes en hausse de 4,8 % et à l'effet favorable des prix, en dépit de leur ajustement contractuel au 1^{er} juillet lié aux coûts de matières premières.

- **Génie civil** : les ventes nettes du Groupe sont en augmentation très significative, reflétant à la fois une hausse des volumes, l'effet favorable des parités et l'application des clauses contractuelles d'indexation. Les ventes nettes progressent sur tous les segments.
- **Agricole** : les ventes sont en croissance significative grâce à l'augmentation des prix qui répercutent la hausse du coût des matières premières.
- **Deux roues** : les ventes sont stables, l'augmentation des prix compensant la baisse des volumes vendus.
- **Avion** : les ventes du Groupe progressent grâce à la hausse des prix qui répercutent le renchérissement des matières premières.



Faits marquants du 3^{ème} trimestre 2012

- ❑ **Michelin met à jour ses perspectives pour 2015 (19 septembre 2012)**
- ❑ **Inauguration officielle de l'usine Tourisme au Brésil (18 septembre 2012)**
- ❑ **1^{er} pneu Poids lourd produit dans le nouveau site de Shenyang 2 en Chine (18 septembre 2012)**
- ❑ **Michelin au Mondial de l'Automobile à Paris (27 septembre 2012)**
- ❑ **Le Groupe s'engage vis-à-vis des clients avec le MICHELIN Total Performance (27 septembre 2012)**
- ❑ **Michelin présente sa nouvelle offre de pneumatiques Poids lourd au Salon IAA d'Hanovre (20 septembre 2012)**
- ❑ **Michelin dévoile les nouveautés 2013 de son activité Génie Civil lors du Salon MINExpo de Las Vegas, Etats-Unis (24 septembre 2012)**
- ❑ **Le nouveau vélo à assistance électrique MICHELIN, un instrument de mobilité urbaine (28 août 2012)**
- ❑ **Michelin dévoile la campagne internationale de communication sur les 10 règles d'or recommandées pour une route plus sûre (27 septembre 2012)**
- ❑ **Championnat de Monde des Rallyes : 20^{ème} titre "Pilotes" et 22^{ème} titre "Constructeurs" pour Michelin (9 octobre 2012)**

La liste complète des Faits marquants du 3^{ème} trimestre 2012
est disponible sur le site Internet du Groupe :
www.michelin.com/corporate



CONFERENCE CALL

L'information trimestrielle au 30 septembre 2012 sera commentée lors d'une conférence téléphonique en anglais ce jour (lundi 22 octobre 2012) 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 70 77 09 37
- Depuis le Royaume-Uni 0203 367 9453
- Depuis les Etats-Unis (866) 907 5923
- Depuis le reste du monde +44 203 367 9453

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

CALENDRIER

Ventes nettes et résultats 2012 :

Mardi 12 février 2013 avant Bourse

Information trimestrielle au 31 mars 2013 :

Lundi 22 avril 2012 après Bourse

Relations Investisseurs	Relations Presse
Valérie Magloire +33 (0) 1 78 76 45 37 +33 (0) 6 76 21 88 12 (mobile) valerie.magloire@fr.michelin.com	Corinne Meutey +33 (0) 1 78 76 45 27 +33 (0) 6 08 00 13 85 (mobile) corinne.meutey@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.

