

COMPAGNIE GENERALE DES ETABLISSEMENTS MICHELIN
Information financière au 30 septembre 2015

9 mois 2015 : Michelin annonce des ventes nettes de 15,8 milliards d'€, en hausse de 8,6%, avec une croissance des volumes supérieure aux marchés
Guidance 2015 confirmée

- ❑ **Volume en hausse de 2,8 %, supérieure aux marchés :**
 - **Croissance des activités Tourisme camionnette toujours supérieure à celle des marchés,**
 - **Volumes des activités Poids lourd et de Spécialités en hausse légèrement supérieure à celle de leurs marchés.**
- ❑ **Amélioration séquentielle de l'effet Prix-mix, trimestre après trimestre, comme attendu.**
- ❑ **Accélération des effets du plan de compétitivité, avec 167 millions d'€ de gains à fin septembre.**

VENTES NETTES (EN MILLIONS D'€)	3 ^{ème} trimestre			9 mois		
	2015	2014	% Variation	2015	2014	% Variation
TOURISME CAMIONNETTE ET DISTRIBUTION ASSOCIEE	2 978	2 592	+ 14,9 %	8 838	7 759	+ 13,9 %
POIDS LOURD ET DISTRIBUTION ASSOCIEE	1 607	1 576	+ 2,0 %	4 675	4 503	+ 3,8 %
ACTIVITES DE SPECIALITES ¹	724	717	+ 1,0 %	2 294	2 296	- 0,1 %
TOTAL GROUPE	5 309	4 885	+ 8,7 %	15 806	14 558	+ 8,6 %

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

❑ **Guidance 2015 confirmée**

Sur la fin de l'année, les marchés du pneumatique devraient rester sur les tendances observées depuis le début de l'année. Grâce à son positionnement géographique équilibré, le groupe Michelin maintient son objectif d'une croissance en volume supérieure à celle de ses marchés, pour l'ensemble de l'année 2015.

La poursuite du plan de compétitivité permettra de compenser l'inflation des coûts sur l'année. Le Groupe confirme son objectif de résultat opérationnel avant éléments non récurrents en croissance hors effet de change, une rentabilité des capitaux employés supérieure à 11 % et la génération d'un *cash flow* libre structurel supérieur à 700 millions d'€, compte tenu du programme d'investissements d'environ 1,8 milliard d'€.

Pour l'ensemble de l'année 2015 et par rapport à 2014, la marge opérationnelle avant éléments non récurrents du secteur Tourisme camionnette devrait être en hausse, celle du secteur Poids lourd devrait être en net progrès, tandis que celle du secteur Spécialités serait en retrait limité.



Evolution des marchés de pneumatiques

□ TOURISME CAMIONNETTE

9 mois 2015/2014 (en nombre de pneus)	EUROPE Y COMPRIS RUSSIE & CEI*	EUROPE HORS RUSSIE & CEI*	AMERIQUE DU NORD	ASIE (HORS INDE)	AMERIQUE DU SUD	AFRIQUE INDE MOYEN- ORIENT	TOTAL
Première monte	+ 4 %	+ 6 %	+ 4 %	- 3 %	- 17%	+ 5 %	+ 0 %
Remplacement	+ 2 %	+ 3 %	+ 1 %	+ 3 %	+ 2%	+ 4 %	+ 2 %

3ème trimestre 2015/2014 (en nombre de pneus)	EUROPE Y COMPRIS RUSSIE & CEI*	EUROPE HORS RUSSIE & CEI*	AMERIQUE DU NORD	ASIE (HORS INDE)	AMERIQUE DU SUD	AFRIQUE INDE MOYEN- ORIENT	TOTAL
Première monte	+ 5 %	+ 8 %	+ 6 %	- 7 %	- 22%	+ 10 %	- 1 %
Remplacement	- 1 %	+ 1 %	+ 3 %	+ 5 %	+ 3%	+ 4 %	+ 2 %

* Y compris Turquie

▪ PREMIERE MONTE

- En Europe, le marché, en hausse de 4 % globalement sur les 9 mois, enregistre une croissance de 6 % en Europe de l'Ouest, grâce à la reprise de la demande de véhicules automobiles, et une chute de 25 % en Europe orientale dans un contexte économique et monétaire toujours difficile.
- En Amérique du Nord, le marché progresse de 4 % à fin septembre, toujours soutenu par la demande de *light trucks* et de *SUV* et par le prix des carburants.
- En Asie (hors Inde), la demande globale est en recul de 3 % sur les 9 premiers mois, avec un retrait plus accentué au dernier trimestre. En Chine où le marché s'est inversé au cours de l'été, la demande est stable sur 9 mois, avec une baisse de 8 % au 3^{ème} trimestre et des stocks élevés dans la distribution automobile. Les autres marchés de la zone (- 7 %) restent orientés à la baisse, dans un contexte socio-économique morose.
- En Amérique du Sud, la demande baisse fortement (- 17 %) à fin septembre sous l'effet du fort recul des ventes de véhicules automobiles. Certains pneumaticiens continuent à diriger leurs pneus Première monte vers le marché Remplacement afin de réduire leurs stocks.

▪ REMPLACEMENT

- En Europe, le marché augmente globalement de 2 % à fin septembre. En Europe de l'Ouest, il augmente de 3 %, avec un recul de 6 % du segment Hiver. En Europe orientale, la demande se stabilise à un niveau faible (- 8 %) du fait des situations politique et économique en Russie et en Ukraine.
- En Amérique du Nord, la demande, en hausse de 1 % à fin septembre, reflète la dynamique du marché mexicain. Aux Etats-Unis où le prix des carburants reste bas et les distances parcourues croissent d'environ 4 % sur 12 mois, le marché quasiment stable combine une croissance continue depuis le début de l'année pour les pneus vendus par les groupes membres de l'association



américaine de manufacturiers (+ 5 %), tandis que les pneus d'importation chinois reculent de 17 % avec l'apurement des stocks de la distribution.

- En Asie (hors Inde), les marchés progressent de 3 % globalement. Le marché chinois demeure dynamique (+ 8 %). Les autres marchés de la zone, fortement concurrentiels, dépendants des exportations et pénalisés par le contexte économique, connaissent une évolution limitée (- 1 %) à fin septembre, avec un contraste entre le Japon/Corée du Sud en retrait et le dynamisme de l'Indonésie, la Malaisie et la Thaïlande.
- En Amérique du Sud, en dépit du fort ralentissement économique de la zone, le marché, en hausse de 2 % à fin septembre, maintient sa dynamique de croissance, avec une baisse des importations.

□ POIDS LOURD (RADIAL ET *BIAS*)

9 mois 2015/2014 (en nombre de pneus)	EUROPE Y COMPRIS RUSSIE & CEI*	EUROPE HORS RUSSIE & CEI*	AMERIQUE DU NORD	ASIE (HORS INDE)	AMERIQUE DU SUD	AFRIQUE INDE MOYEN- ORIENT	TOTAL
Première monte	+ 5 %	+ 10 %	+ 12 %	- 17 %	- 46%	+ 16 %	- 6 %
Remplacement	- 2 %	+ 8 %	+ 3 %	- 3 %	- 6%	+ 1 %	- 1 %

3ème trimestre 2015/2014 (en nombre de pneus)	EUROPE Y COMPRIS RUSSIE & CEI*	EUROPE HORS RUSSIE & CEI*	AMERIQUE DU NORD	ASIE (HORS INDE)	AMERIQUE DU SUD	AFRIQUE INDE MOYEN- ORIENT	TOTAL
Première monte	+ 7 %	+ 11 %	+ 5 %	- 5 %	- 53%	+ 17 %	- 2 %
Remplacement	+ 1 %	+ 10 %	+ 0 %	- 2 %	- 5%	+ 2 %	- 1 %

* Y compris Turquie

▪ PREMIERE MONTE

- En Europe, le marché augmente de 5 % sur 9 mois, avec une demande plus dynamique en Europe de l'Ouest (+ 10 %), tandis qu'il reste fortement déprimé en Europe orientale (- 23 %) dans un contexte économique et politique défavorable.
- En Amérique du Nord, même s'il connaît un ralentissement au dernier trimestre, le marché progresse de 12 % à fin septembre, dans un environnement économique toujours favorable.
- En Asie (hors Inde), la demande radial et *bias* recule de 17 %. En Chine, le marché, est en baisse de 18 %, dans un contexte de moindre croissance industrielle. Dans les autres pays de la zone, la demande est en retrait de 13 %.
- En Amérique du Sud, le marché chute de 46 %, avec un effondrement au Brésil (- 49 %) du fait de la récession économique et de la production de camions au plus bas sur 10 ans.

▪ REMPLACEMENT

- En Europe, la demande s'établit en retrait de 2 % à fin septembre. En Europe de l'Ouest, le marché des pneus neufs progresse de 8 % sur une base de



comparaison favorable, mais demeure en deçà de son niveau de 2007 ; les marchés de pneus rechapés, en forte baisse, subissent la concurrence des pneus neufs d'origine asiatique dans un contexte de cours de matières premières peu élevés. En Europe orientale, le marché poursuit sa chute (- 18 %), en raison des difficultés en Russie.

- En Amérique du Nord, le marché poursuit sa dynamique de croissance (+ 3 % sur 9 mois) dans une économie toujours bien orientée.
- Les marchés d'Asie (hors Inde) radial et *bias* reculent de 3 % à fin septembre. En Chine, le marché se contracte de 2 %, en ligne avec l'efficacité accrue de l'activité de transport et le ralentissement de l'économie. Dans le reste de la zone, les marchés sont globalement en retrait de 3 %, dans un contexte de forte pression sur les prix et de faiblesse de l'économie.
- En Amérique du Sud, le marché radial et *bias* recule de 6 % à fin septembre, avec une chute plus accentuée au Brésil, dans un environnement économique particulièrement difficile.

□ PNEUMATIQUES DE SPECIALITES

- **GENIE CIVIL** : le marché des pneumatiques pour les mines poursuit sa baisse, toujours pénalisé par la diminution des stocks dans les mines et par la réduction de la consommation de pneumatiques (extraction en retrait et efforts de productivité des mines).

Les marchés du 1^{er} équipement restent marginalement orientés à la hausse dans les zones matures. Ils sont en très forte baisse en Chine.

Les marchés de pneumatiques destinés aux infrastructures et aux carrières sont en légère augmentation dans les pays matures, tirés en particulier par l'Amérique du Nord.

- **AGRICOLE** : la demande sur le marché du 1^{er} équipement est toujours en forte baisse dans les pays matures, pénalisée par des cours de matières premières agricoles en retrait et un parc machine récemment renouvelé.

Le marché du remplacement diminue en Europe et plus fortement en Amérique du Nord, affecté par la baisse des revenus agricoles et un parc machine récent.

- **DEUX ROUES** : les marchés moto et scooter sont en hausse dans les pays matures et les pays émergents.
- **AVION** : le marché des pneumatiques pour l'aviation commerciale poursuit sa croissance, portée par la hausse du trafic passager.



Ventes nettes de Michelin

□ EVOLUTION GLOBALE

(EN MILLIONS D'€ ET EN %)	3 ^e trimestre 2015		9 mois 2015	
VENTES NETTES	5 309		15 806	
	VARIATION T3 2015 / T3 2014		VARIATION 9 MOIS 2015 / 9 MOIS 2014	
VARIATION TOTALE	+ 424	+ 8,7%	+ 1 248	+ 8,6 %
DONT VOLUMES*	+ 172	+ 3,5 %	+ 408	+ 2,8 %
Mix / PRIX	- 123	- 2,4 %	- 554	- 3,7 %
VARIATION TAUX DE CHANGE	+ 285	+ 5,7%	+ 1 256	+ 8,6 %
ECART DE PERIMETRE	+ 90	+ 1,9%	+ 138	+ 0,9 %

*en tonnes

Sur les 9 premiers mois de l'année, les ventes nettes ressortent à 15 806 millions d'€, en hausse de 8,6 % par rapport à la même période de 2014, sous l'effet des facteurs suivants :

- **La croissance de 2,8 % des volumes** à fin septembre, supérieure à l'évolution des marchés, enregistre la performance de la marque MICHELIN et le rebond des autres marques.
- **L'effet prix-mix (- 3,7 % sur 9 mois)** comme attendu, s'améliore trimestre après trimestre (de - 5,1 % au 1^{er} trimestre à - 2,4 % au 3^{ème} trimestre). L'effet prix, pour un montant de - 601 millions d'€, intègre l'application des clauses d'indexation, à hauteur d'un tiers, et des baisses de prix pilotées. L'effet mix (+ 47 millions d'€ à fin septembre) traduit principalement le succès de la stratégie premium de la marque MICHELIN.
- **Le fort impact favorable des parités de change (+ 8,6 % à fin septembre)** est lié au retrait de l'Euro face aux principales devises opérationnelles du Groupe, observé depuis le dernier trimestre de 2014. Il sera donc fortement réduit au 4^{ème} trimestre.
- Un écart de périmètre favorable de 0,9 %, correspondant principalement à l'intégration de Sascar, leader brésilien de la gestion digitale de flottes, et du grossiste allemand Ihle.

Pour le dernier trimestre, les éléments de contexte attendus par Michelin devraient conduire sur l'ensemble de 2015 à un effet favorable des matières premières d'environ 550 millions d'€ et un effet net Prix-mix/Matières premières négatif de l'ordre de 100 millions d'€ (négatif sur l'ensemble de l'année pour les activités soumises à des clauses contractuelles d'indexation sur les matières premières et neutre pour les autres activités).



□ VENTES NETTES PAR SECTEUR OPERATIONNEL

▪ **TOURISME CAMIONNETTE ET DISTRIBUTION ASSOCIEE**

Pour les 9 premiers mois de 2015 et compte tenu d'un effet favorable de change, les ventes nettes s'élèvent à 8 838 millions d'€, en hausse de 13,9 % par rapport à 7 759 millions d'€ pour la même période de 2014.

- Les volumes Tourisme camionnette affichent une hausse de 6 % à fin septembre, très supérieure à celle de 1 % pour le marché. Ils reflètent une croissance de 6 % pour la marque MICHELIN (dont une hausse de 13 % pour les pneus de 17 pouces et plus, dans un segment lui-même en progression de 8 %), ainsi qu'une augmentation de 8 % pour les autres marques.
- Les ajustements de prix reflètent l'application des clauses matières premières en Première monte et les repositionnements décidés en début d'année sur le segment Remplacement. Ils prennent également en compte les premiers effets des hausses de tarifs mises en place au 1^{er} juillet pour les pneus été en Europe.
- L'effet mix demeure favorable, soutenu notamment par la croissance de 13 % à la marque MICHELIN sur le segment 17 pouces et plus.

▪ **POIDS LOURD ET DISTRIBUTION ASSOCIEE**

A fin septembre 2015, prenant en compte l'effet favorable des parités monétaires, les ventes nettes s'établissent à 4 675 millions d'€, en progression de 3,8 % par rapport aux 4 503 millions d'€ pour les 9 premiers mois de 2014.

- Les volumes Poids lourd sont stables, dans un marché mondial en retrait de 2 %.
- Les ajustements de prix correspondent essentiellement à la mise en œuvre des clauses d'indexation sur les cours de matières premières et à la bonne résistance des prix au Remplacement. En Europe, le Groupe a mis en place des hausses de prix au 1^{er} août pour compenser l'effet de la parité Euro/Dollar sur les coûts de matières premières.

▪ **ACTIVITES DE SPECIALITES**

Sur les 9 premiers mois de l'année, les ventes nettes des Activités de spécialités s'élèvent à 2 294 millions d'€, stables par rapport aux 2 296 millions d'€ à fin septembre 2014. L'effet favorable des parités de change a compensé les ajustements de prix liés aux clauses d'indexation sur les coûts de matières premières et les volumes en baisse (- 4 %) dans des marchés en recul. Cet effet favorable de change sera fortement réduit au 4^{ème} trimestre.

- **Génie civil** : les ventes nettes sont en léger retrait du fait de la diminution des volumes et des effets défavorables des clauses matières premières, tandis que l'impact des taux de change est favorable. Les volumes de ventes Infrastructure & OE sont en augmentation.
- **Agricole** : les ventes nettes reculent, en ligne avec les volumes. Les taux de change favorables compensent l'impact négatif des baisses de prix principalement liées aux clauses d'indexation sur les matières premières.
- **Deux roues** : les ventes nettes sont en hausse, tirées par l'augmentation des volumes dans les pays matures et émergents.



- **Avion** : les ventes nettes sont en hausse grâce à l'effet favorable des parités. Les volumes livrés sont en légère progression, soutenus par les ventes en radial.



Faits marquants du 3^{ème} trimestre 2015

- ❑ Michelin reçoit le prix du "meilleur fournisseur" par CNH Industrial (29 juillet 2015)
- ❑ Michelin acquiert Meyer Lissendorf, spécialiste de la redistribution de pneus tourisme en Allemagne (30 juillet 2015)
- ❑ Michelin entre au capital de Luli Information Technology, start-up de covoiturage en Chine (25 août 2015)
- ❑ Le groupe Michelin et Fives s'associent pour créer FIVES MICHELIN ADDITIVE SOLUTIONS et devenir un acteur majeur de l'impression 3D Métal (7 septembre 2015)
- ❑ Michelin lance la deuxième tranche (200 millions d'€) de son programme de rachat d'actions (9 septembre 2015)
- ❑ Michelin au 66ème salon International de l'Automobile de Francfort (15 septembre 2015)
- ❑ Michelin, numéro 1 du secteur des équipementiers automobiles pour sa politique de développement durable, selon le classement DJSI World (22 septembre 2015)
- ❑ Michelin a placé avec succès un emprunt obligataire de 209 millions d'euros à 30 ans (28 septembre 2015)
- ❑ Michelin Tire Care : lancement mondial du premier ensemble d'offres de service digitales et connectées du marché pour les transporteurs en vue de maximiser la disponibilité du véhicule et le contrôle des coûts (5 octobre 2015)

La liste complète des Faits marquants du 3^{ème} trimestre 2015 est disponible sur le site Internet du Groupe : <http://www.michelin.com/fre>



PRESENTATION ET CONFERENCE CALL

L'information trimestrielle au 30 septembre 2015 sera commentée lors d'une conférence téléphonique en anglais, ce jour (mercredi 22 octobre 2015) à 18h30, heure de Paris. Pour vous connecter, veuillez composer à partir de 18h15 l'un des numéros suivants :

- Depuis la France 01 70 77 09 37
- Depuis le Royaume-Uni +44 (0) 203 367 9456
- Depuis l'Amérique du Nord +1 866 907 59 28
- Depuis le reste du monde +44 (0) 203 367 9456

La présentation de l'information financière au 30 septembre 2015 peut être consultée sur le site <http://www.michelin.com/fre>, ainsi que des informations pratiques relatives à cette conférence téléphonique.

CALENDRIER

- **Ventes nettes et résultats au 31 décembre 2015 :**
Mardi 16 février 2016 avant Bourse
- **Information trimestrielle au 31 mars 2016 :**
Mercredi 20 avril 2016 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
Matthieu Dewavrin +33 (0) 4 73 32 18 02 +33 (0) 6 71 14 17 05 (mobile) matthieu.dewavrin@fr.michelin.com	Actionnaires Individuels Jacques Engasser +33 (0) 4 73 98 59 08 jacques.engasser@fr.michelin.com
Humbert de Feydeau +33 (0) 4 73 32 68 39 +33 (0) 6 82 22 39 78 (mobile) humbert.de-feydeau@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/fre. 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.

