



## COMMUNIQUÉ DE PRESSE

**GROUPE**

Paris, le 13 avril 2023

### **Media Day International : Michelin présente les mutations des marchés du pneumatique et la transformation de ses usines**

Michelin a choisi son site industriel de Cuneo, en Italie, la plus grande usine de pneus tourisme en Europe de l'Ouest, et l'une des plus modernes, pour organiser la première édition de son Media Day International, consacré à deux transformations stratégiques pour le Groupe :

- **la mutation des marchés du pneumatique** face aux nouveaux besoins des automobilistes, des constructeurs et au dérèglement climatique ;
- **la transformation de ses sites de production** face aux nouveaux défis humains, technologiques et environnementaux.

**A cette occasion, Michelin est revenu sur son engagement environnemental et plus particulièrement concernant son objectif de 100% de matériaux durables dans ses pneumatiques à horizon 2050.**

#### **Des marchés engagés dans une évolution sans précédent**

Les marchés automobiles connaissent depuis quelques années une profonde mutation. En 30 ans, partout dans le monde, les usages et les besoins des consommateurs ont en effet beaucoup évolué. Les caractéristiques des véhicules, toujours plus lourds, plus personnalisés, plus confortables et plus sûrs, l'autopartage ou encore le développement du leasing en sont des marqueurs visibles. Par ailleurs, le dérèglement climatique et les contraintes environnementales de plus en plus fortes ont également un impact majeur sur de nombreux marchés.

**Dans ce contexte, Michelin est un acteur essentiel pour accompagner les grandes tendances du marché des pneumatiques :**

**1- La taille des pneumatiques augmente**, conséquence de l'alourdissement des véhicules. Cette tendance a une incidence directe sur la consommation et les émissions de CO<sub>2</sub>, à l'heure du changement climatique et de la raréfaction des ressources. A ce paradoxe, Michelin répond par la technologie. La réduction de la résistance au roulement de ses produits a permis par exemple d'économiser 3,4 milliards de litres de carburant sur la durée de vie des pneumatiques en 2021, évitant ainsi l'émission de 8,7 millions de tonnes de CO<sub>2</sub> par rapport à 2010. Michelin va poursuivre ses efforts d'ici à 2030, en améliorant encore cette efficacité énergétique de 10% (données Michelin).

**2- Le pneu toutes saisons se développe fortement en Europe** : longtemps boudé par les automobilistes sur ce continent, le pneu toutes saisons connaît depuis quelques années, avec des ventes multipliées par trois, un succès commercial remarquable en



## GROUPE

Europe. En effet, ce pneu est reconnu pour sa facilité d'utilisation et ses performances remarquables en raison des avancées technologiques développées par Michelin en particulier. Sur ce marché, le Groupe anticipe une croissance de plus de 11% sur les 5 prochaines années.

Cette réussite repose sur plusieurs autres facteurs :

- le dérèglement climatique et la survenance d'épisodes neigeux imprévisibles ;
- l'évolution de la réglementation européenne ;
- les avantages pour le consommateur, qui évite l'acquisition de deux trains de pneus ;
- le développement des flottes de véhicules et du leasing.

**3- Le boom de l'électrique. Avec le développement des véhicules électriques, le pneumatique revient au centre du jeu.** Les performances et les contraintes du véhicule électrique sollicitent en effet beaucoup plus les pneumatiques que sur un véhicule thermique.

Pour être performant, un pneu pour véhicule électrique doit avoir quatre qualités essentielles :

- la **longévité** en raison de l'augmentation du couple à l'accélération et à la décélération,
- la **résistance au roulement**, déterminante pour l'autonomie,
- la **capacité de charge**, fondamentale pour permettre de porter le poids des batteries,
- la réduction du **bruit**, 70% du niveau sonore généré par un véhicule électrique provenant du roulement et non plus du moteur.

Ces exigences constituent une opportunité unique pour Michelin de mettre en valeur ses technologies et son savoir-faire.

### **Des usines engagées dans une transformation en profondeur**

Ce premier Media Day International fait également le point sur les transformations actuellement à l'œuvre au sein des usines du Groupe. Depuis quelques années, le Groupe a engagé une triple révolution dans ses sites de production :

- **Une révolution humaine** avec des questions profondes sur le sens, l'organisation et l'engagement.
- **Une révolution technologique**, avec la généralisation de l'utilisation de la data et des technologies digitales.
- **Une révolution environnementale**, avec l'impératif de concilier activité économique et développement durable.

**Des usines humaines :** née de son modèle de leadership, Michelin a lancé une ambitieuse transformation du travail autour du concept de responsabilisation qui porte aujourd'hui ses fruits. Depuis 15 ans, Michelin développe cette innovation managériale de rupture dans ses usines pour améliorer le travail des équipes de production. Cette évolution en profondeur contribue à une meilleure performance



## GROUPE

économique des usines, mais permet aussi et surtout de répondre au défi de l'attractivité des métiers industriels.

**Des usines technologiques :** la transformation industrielle de Michelin passe également par la digitalisation et l'utilisation de l'intelligence artificielle. Depuis 5 ans, les datas sont stockées pour être réutilisées dans un environnement collaboratif. L'usine 4.0, associant les robots à l'intelligence artificielle, décuple l'ampleur de la transformation, permettant notamment d'anticiper les pannes, d'augmenter la qualité et la flexibilité de la production, d'améliorer les conditions de travail et le niveau de qualification des personnes. Ces innovations ont enfin permis à Michelin de réaliser près de 60 millions d'euros de gain annuel.

**Des usines écologiques :** Michelin a déjà réduit de moitié l'impact environnemental de ses usines entre 2005 et 2019. L'ambition du Groupe va beaucoup plus loin : atteindre zéro émission nette en 2050, avec un objectif intermédiaire de réduction des émissions de CO<sub>2</sub> de 50% entre 2010 et 2030.

Ce défi ne pourra être relevé qu'en accélérant les efforts du groupe en matière de sobriété et de transition vers l'énergie verte. Le CO<sub>2</sub> n'étant pas le seul critère pour lequel Michelin souhaite réduire son impact, le Groupe s'est également engagé à baisser sa consommation d'eau de plus de 30% d'ici 2030.

Michelin opère plus de **85 usines\*** dans le monde, produit chaque année près de **200-millions** de pneumatiques et y emploie près de **81 000 collaborateurs dans l'industrie.**

### Michelin présente deux pneumatiques homologués pour la route à fort taux de matériaux durables

Michelin a franchi une nouvelle étape en dévoilant il y a quelques semaines deux pneumatiques homologués pour la route, un pour automobiles, l'autre pour autobus, contenant respectivement 45% et 58% de matériaux durables. Cette première mondiale est l'illustration concrète de la capacité du Groupe à atteindre son objectif de 100% de taux de matériaux durables dans l'ensemble de ses gammes pneumatiques en 2050. Ils préfigurent les technologies de futurs modèles de série à horizon 2025. Ces avancées, rendues possibles grâce à l'expertise de Michelin dans le domaine des matériaux, à la puissance de sa R&D, et aux partenariats avec des start-up innovantes, bénéficieront à l'ensemble des produits Michelin. Véritable engagement du Groupe, l'intégration de matériaux durables dans le développement de ses pneumatiques ne fait aucun compromis sur les performances et veille à ne pas dégrader l'impact environnemental de chacune des étapes du cycle de vie : conception, fabrication, transport, usage et recyclage.

« Michelin se transforme en permanence. Nous relèverons les défis de la mutation des marchés du pneumatique grâce à un outil industriel où l'humain prend toute sa place, toujours plus innovant et plus respectueux de l'environnement. La culture d'innovation des équipes de Michelin permet au Groupe d'anticiper et d'inventer tous les jours des solutions pour répondre aux aspirations de ses clients et de la société. Nous sommes confiants dans la réalisation de nos ambitions stratégiques : dans le pneu, autour du pneu et au-delà du pneu. » déclare Florent Menegaux, Président de Michelin.

\* Michelin sites /incl. Camso - excl. Fenner



**GROUPE**

---

**À propos de Michelin**

Michelin a pour ambition d'améliorer durablement la mobilité de ses clients. Leader dans le secteur de la mobilité, Michelin conçoit, fabrique et distribue les pneumatiques les plus adaptés à leurs besoins et à leurs usages ainsi que des services et des solutions pour améliorer l'efficacité des transports. Michelin propose également des offres qui font vivre à ses clients des moments uniques au cours de leurs voyages et de leurs déplacements. Michelin développe aussi des matériaux de haute technologie destinés à de nombreux domaines. Basé à Clermont-Ferrand, Michelin est présent dans 175 pays, emploie 132 000 personnes et exploite 67 usines de pneumatiques qui, ensemble, ont produit environ 200 millions de pneus en 2022. ([www.michelin.com](http://www.michelin.com)).

SERVICE DE PRESSE DU GROUPE MICHELIN

**+33 (0) 1 45 66 22 22**

7J/7J

---

[www.michelin.com](http://www.michelin.com)

 [@MichelinNews](https://twitter.com/MichelinNews)

116, avenue Kléber – 75016 Paris