

COMPAGNIE GENERALE DES ETABLISSEMENTS MICHELIN
Information financière au 31 mars 2015

Au 1^{er} trimestre 2015, Michelin affiche des ventes nettes de 5 milliards d'€, avec des volumes en hausse de 1,5 %, supérieure à l'évolution des marchés

- Dans des marchés en retrait, volumes en hausse de 1,5%, sur des bases de comparaison élevées,
 - Croissance des activités Tourisme camionnette supérieure à celle des marchés,
 - Volumes des activités Poids lourd et Spécialités en ligne avec les marchés.
- Prix-mix en retrait dans un contexte de cours de matières premières toujours en baisse, reflétant :
 - l'impact mécanique des clauses d'indexation sur les cours de matières premières,
 - l'effet induit par les ajustements de prix mis en œuvre au cours de l'année 2014 et ceux décidés en début d'année 2015.

VENTES NETTES (EN MILLIONS D'€)	1 ^{er} trimestre 2015	1 ^{er} trimestre 2014	% Variation
TOURISME CAMIONNETTE ET DISTRIBUTION ASSOCIEE	2 777	2 520	+ 10,2 %
POIDS LOURD ET DISTRIBUTION ASSOCIEE	1 474	1 462	+ 0,8 %
ACTIVITES DE SPECIALITES	771	775	- 0,6 %
TOTAL GROUPE	5 022	4 758	+ 5,6 %

* Pneumatiques Génie civil, Agricole, Deux-roues et Avion ; Michelin Travel Partner et Michelin Lifestyle Ltd.

- **Guidance 2015 confirmée et précisée**
 - Avec un impact favorable des matières premières estimé désormais à environ 600 millions d'€ sur l'année, le Groupe a pour objectif un effet Prix-Mix/Matières Premières net positif sur l'année, le 2nd semestre compensant l'effet négatif du 1^{er} semestre,
 - L'effet favorable des parités sur le résultat opérationnel est estimé à ce jour au-delà de 350 millions d'€ pour 2015,
 - Michelin maintient ses objectifs d'une croissance des volumes en ligne avec l'évolution mondiale des marchés sur lesquels le Groupe opère, d'un résultat opérationnel avant éléments non récurrents en croissance au-delà de l'effet de change, d'une rentabilité des capitaux employés supérieure à 11 % et de génération d'un *cash flow* libre structurel d'environ 700 millions d'€, en parallèle du programme d'investissements d'environ 1,8 milliards d'€.
- **Utilisation du Cash :**
 - Michelin poursuivra des investissements créateurs de valeur : activités Tourisme camionnette en croissance, innovation, services aux flottes Poids lourd et Digital, matières premières et produits semi-finis, service aux clients,
 - Le Groupe a décidé le lancement d'un programme de rachat d'actions de 750 millions d'€ échelonné sur 18 à 24 mois.

Evolution des marchés de pneumatiques

□ TOURISME CAMIONNETTE

1 ^{er} trimestre 2015/2014 (en nombre de pneus)	EUROPE*	AMERIQUE DU NORD	ASIE (HORS INDE)	AMERIQUE DU SUD	AFRIQUE INDE MOYEN-ORIENT	TOTAL
Première monte	+ 2 %	+ 2 %	+ 0 %	- 13 %	+ 9 %	+ 1 %
Remplacement	- 1 %	- 6 %	- 2 %	+ 2 %	+ 4 %	- 2 %

* Y compris Russie et Turquie

• PREMIERE MONTE

- En Europe, la demande de pneus, en hausse de 2 %, reflète une croissance de 4 % en Europe de l'Ouest grâce à la reprise des immatriculations et une chute de 19 % en Europe orientale dans un contexte économique et monétaire difficile.
- Le marché en Amérique du Nord progresse de 2 %, malgré les conditions hivernales qui ont ralenti la consommation en Février.
- En Asie (hors Inde), la demande est stable globalement. En Chine, la demande est toujours bien orientée (+ 8 %) tandis que les marchés d'Asie du Sud-Est, du Japon et de Corée du Sud reculent de 9 %. L'évolution de la demande au Japon est pénalisée par la comparaison avec le début d'année 2014 poussé par des anticipations d'achats avant la hausse de TVA du 1er avril.
- En Amérique du Sud, dans un contexte économique instable, le marché recule de 13 % au 1^{er} trimestre, marqué par les difficultés de l'industrie automobile locale.

• REMPLACEMENT

- En Europe, le marché, globalement en retrait de 1 % par rapport à un 1^{er} trimestre 2014 très élevé. Il augmente de 2 % en Europe de l'Ouest, avec un recul au Royaume-Uni et en Allemagne et un fort rebond de la Turquie, mais recule de 15 % en Europe orientale, du fait des situations politique et économique en Russie et en Ukraine.
- En Amérique du Nord, la demande, en ralentissement de 6 % subit le contrecoup des fortes importations de pneus d'entrée de gamme par la distribution aux Etats-Unis en 2014. Les marchés du Canada et du Mexique restent mieux orientés.
- En Asie (hors Inde), la demande diminue globalement de 2 %. Le marché chinois demeure dynamique (+ 5 %) en *sell-in* comme en *sell-out*, soutenu par la demande de mobilité. Les autres marchés de la zone reculent de 7 %, avec une poursuite de la croissance en Asie du Sud-Est et Australie au même rythme qu'en 2014 et un marché morose au Japon où se combinent les effets de la consommation ralentie des ménages et de l'absence d'hiver.
- En Amérique du Sud, la demande est en hausse de 2 %, tirée par les marchés d'Amérique centrale et des Caraïbes, tandis que le marché brésilien se stabilise, en ligne le recul des statistiques de péages et des ventes de biocarburants, et la demande recule en Argentine.

□ POIDS LOURD

1 ^{er} trimestre 2015/2014 (en nombre de pneus)	EUROPE**	AMERIQUE DU NORD	ASIE (HORS INDE)	AMERIQUE DU SUD	AFRIQUE INDE MOYEN-ORIENT	TOTAL
Première monte *	+ 0 %	+ 21 %	- 17 %	- 37 %	+ 12 %	- 7 %
Remplacement *	- 10 %	+ 3 %	- 4 %	- 3 %	+ 2 %	- 2 %

* Marché radial & *bias*

** Y compris Russie et Turquie

▪ PREMIERE MONTE

- En Europe, le marché est stable. Il subit un certain attentisme économique en Europe de l'Ouest (+ 4 %), tandis qu'il poursuit sa chute en Europe orientale (- 24 %) dans un contexte géopolitique et économique défavorable.
- En Amérique du Nord, le marché augmente de 21 %, sur fond de production soutenue de véhicules dans un environnement économique toujours favorable.
- En Asie (hors Inde), la demande radial et *bias* est en baisse de 17 %. En Chine, le marché, est en baisse de 24 %, lié au ralentissement de la production industrielle. Dans le reste de la zone, la demande rebondit de 12 %, soutenue par une forte reprise en Thaïlande notamment.
- En Amérique du Sud, le marché chute de 37 %, pénalisé par les arrêts de production des manufacturiers et le fort recul des immatriculations de poids lourds liés à la situation économique.

• REMPLACEMENT

- En Europe, le marché s'établit en recul de 10 %. En Europe de l'Ouest (- 1 %), il subit la comparaison avec le début de l'année 2014 qui avait été marqué par des anticipations de reprise économique dans la distribution. Il poursuit sa chute en Europe orientale (- 24 %), en raison des difficultés en Russie.
- En Amérique du Nord, la demande toujours bien orientée (+ 3 %) grâce à la demande de transport qui reste forte dans une économie dynamique.
- Les marchés d'Asie (hors Inde) radial et *bias* s'établissent en retrait de 4 %. En Chine, le marché est stable, avec une activité de transport toujours calme après la période du Nouvel An et l'amorce de déstockage de la part des distributeurs qui craignent des baisses de prix. Dans le reste de la zone, les marchés d'Asie du Sud-Est sont globalement mieux orientés que les marchés d'Australie, de Corée du Sud et du Japon qui reculent. Au Japon, le recul significatif du marché est lié à la comparaison avec le 1^{er} trimestre de 2014 qui avait fortement augmenté avant la hausse de la TVA.
- En Amérique du Sud, le marché radial et *bias* recule de 3 %, avec une chute plus accentuée au Brésil, dans un environnement économique et social plus difficile

□ PNEUMATIQUES DE SPECIALITES

- **GENIE CIVIL** : le marché des pneumatiques pour les mines baisse par rapport à l'année précédente, toujours pénalisé par la poursuite des ajustements de stocks dans les mines et par l'impact négatif des cours des matières premières bas sur l'activité d'extraction de certaines mines.

Les marchés du 1^{er} équipement restent orientés à la hausse dans les zones matures.

Les marchés des pneumatiques destinés aux infrastructures et aux carrières progressent légèrement dans les pays matures grâce à une reprise d'activité.

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



Le marché du remplacement diminue en Europe et en Amérique du Nord, impacté par la diminution du revenu agricole.

- **DEUX-ROUES** : le marché Moto est en hausse en Europe et en Amérique du Nord, soutenu par une distribution plus optimiste.
- **AVION** : le marché pneumatique pour les avions commerciaux poursuit sa croissance, portée par la hausse du trafic passager.

Ventes nettes de Michelin

□ VENTES NETTES

(EN MILLIONS D'€)	1er trimestre 2015	
VENTES NETTES	5 022	
VARIATION T1 2015 / T1 2014		
VARIATION TOTALE	+ 264	+ 5,6 %
DONT VOLUMES *	+ 69	+ 1,5 %
PRIX-MIX	- 245	- 5,1 %
VARIATION DES TAUX DE CHANGE	+ 443	+ 9,7 %
ECART DE PERIMETRE	- 2	- 0 %

*en tonnes

Sur les 3 premiers mois de l'année, les ventes nettes ressortent à 5 022 millions d'€, en hausse de 5,6 % par rapport à la même période de 2014, sous l'effet des facteurs suivants :

- **Des volumes en croissance (+ 1,5 %)**, sur des bases de comparaison élevées au 1er trimestre 2014,
- **L'effet prix-mix en recul de 5,1 %** correspondant à :
 - l'effet prix (- 261 millions d'€, - 5,4 %) qui intègre à hauteur de -2,4% l'application des clauses d'indexation et des baisses opérées en 2014,
 - l'effet mix favorable (+ 16 millions d'€, + 0,3 %) qui reflète la poursuite de la stratégie premium à la marque MICHELIN et la nette reprise des volumes des autres marques du Groupe.
- **L'impact favorable (+ 9,7 %) des parités monétaires**, lié au retrait de l'Euro face aux principales devises opérationnelles du Groupe.

□ VENTES NETTES PAR SECTEUR OPERATIONNEL

▪ TOURISME CAMIONNETTE ET DISTRIBUTION ASSOCIEE

Pour le 1^{er} trimestre 2015, les ventes nettes s'élèvent 2 777 millions d'€, en augmentation de 10,2 % par rapport aux 2 520 millions d'€ pour la même période de 2014.

- Les volumes Tourisme camionnette (+ 6 %) affichent une progression supérieure à celle du marché. Ils ont été marqués par la croissance de la marque MICHELIN (+ 5 %), une amélioration du service aux clients et les succès en Amérique du Nord de la marque BFGoodrich avec le lancement des pneus All Terrain KO2.



- Les évolutions de prix reflètent l'application des clauses matières premières en Première monte et les repositionnements au Remplacement de 2014 et 2015 compte tenu de la baisse des cours du pétrole.
- L'effet mix demeure favorable, grâce à la nouvelle croissance (+ 12 %) à la marque MICHELIN dans le segment 17 pouces et plus.

• **POIDS LOURD ET DISTRIBUTION ASSOCIEE**

A fin mars 2015, les ventes nettes s'établissent à 1 474 millions d'€, après 1 462 millions d'€ pour les 3 premiers mois de 2014.

- Dans un marché en baisse, les volumes vendus sont en retrait de 4 % sur des bases de comparaison élevées au 1^{er} trimestre de 2014, avec une bonne performance en Première monte dans les zones matures et une hausse des exportations depuis l'Europe pour répondre à la demande en Amérique du Nord.
- L'évolution des prix traduit l'effet des clauses d'indexation sur les matières premières, ainsi que les ajustements de prix intervenus en 2014.
- MICHELIN X® WORKS™, nouvelle garantie dommage Michelin, gratuite, pilotée et activée en ligne, pour l'approche-chantier en Europe, reçoit un accueil favorable de la part des transporteurs.

• **ACTIVITES DE SPECIALITES**

Sur les 3 premiers mois de l'année, les ventes nettes des Activités de spécialités s'élèvent à 771 millions d'€, quasi stables par rapport aux 775 millions d'€ du 1^{er} trimestre 2014. Cette variation combine les effets des ajustements de prix liés aux clauses d'indexation sur les coûts de matières premières, du recul des volumes (- 4 %) et de l'effet favorable des parités de change.

- **Génie civil** : les ventes nettes sont en légère baisse sous l'effet de la diminution des volumes et de l'effet défavorable des clauses d'indexation sur les matières premières, malgré l'impact favorable des taux de change. Les volumes de ventes des segments OE et Infrastructure sont en augmentation. Michelin a lancé le pneu XDR 250 qui apporte jusqu'à 25 % de productivité supplémentaire aux compagnies minières.
- **Agricole** : le recul des ventes nettes reflète la baisse des volumes en lien avec l'évolution des marchés, l'effet favorable des taux de change compensant l'impact négatif des clauses matières.
- **Deux-roues** : les ventes nettes sont en hausse, tirées par l'augmentation des volumes dans les pays matures et émergents.
- **Avion** : les ventes nettes progressent grâce à l'impact favorable des parités. Les volumes livrés diminuent légèrement, pénalisés par des ventes militaires en retrait.

Faits marquants du 1^{er} trimestre 2015

- Michelin met en œuvre un Programme de Rachat d'Actions tel qu'autorisé par l'Assemblée Générale Mixte des actionnaires du 16 mai 2014 (9 janvier 2015)
- Au Rallye Dakar 2015, le pneu MICHELIN Latitude C et le pneu MICHELIN D15, en Catégorie auto, les pneus MICHELIN Desert Race et MICHELIN Bibmousse, en Catégorie moto, et le pneu MICHELIN XZL+ en Catégorie camions font preuve des qualités MICHELIN Total Performance (21 janvier 2015)
- Michelin et Air Liquide rejoignent SNCF, Orange et Total en investissant dans Ecomobility Ventures, le fonds d'investissement européen dédié à l'innovation dans la mobilité durable (27 janvier 2015)
- Michelin place l'année 2015 sous le signe de la haute performance et renouvelle sa gamme de pneus moto "hypersport" et "circuit" (11 février 2015)
- Michelin apporte au SIMA 2015 la démonstration de sa capacité d'innovation dans tous les domaines, que ce soit dans les services connectés ou l'invention de nouveaux types de pneumatiques agricoles (22-26 février 2015)
- En mai 2015, Michelin commercialise sur les marchés européens, MICHELIN CrossClimate, le tout premier pneu été doté de la certification hiver (2 mars 2015)
- Michelin reçoit les prix de "Fournisseur de L'année" et "Innovation de l'année" de la part de John Deere & Company (10 mars 2015)
- MICHELIN X® WORKS™, nouvelle garantie dommage Michelin, gratuite, pilotée et activée en ligne, pour les transporteurs en approche-chantier en Europe (Mars 2015)
- Michelin prend une participation de 40% dans la société Allo pneus SAS pour un montant de 60 millions d'euros (14 avril 2015)
- Michelin remporte le titre de « Fournisseur de L'année » décerné par Boeing (16 avril 2015)

La liste complète des Faits marquants du 1^{er} trimestre 2015 est disponible sur le site Internet du Groupe : <http://www.michelin.com/fre>



PRESENTATION ET CONFERENCE CALL

L'information trimestrielle au 31 mars 2015 sera commentée lors d'une conférence téléphonique en anglais ce jour (mercredi 22 avril 2015) 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 39
- Depuis le Royaume-Uni (0) 203 367 9453
- Depuis l'Amérique du Nord +1 866 907 5928
- Depuis le reste du monde +44 (0) 203 367 9453

La présentation de l'information financière au 31 mars 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 30 juin 2015 :**
Mardi 28 juillet 2015 avant Bourse
- **Information trimestrielle au 30 septembre 2015 :**
Mercredi 22 octobre 2015 après Bourse

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.

