

Paris, le 24 septembre 2015

Michelin, marque préférée des Français

Pour le Baromètre Posternak-lfop, Michelin est devenue l'entreprise préférée des Français. Selon les résultats de l'enquête trimestrielle de septembre sur la perception de trente grandes entreprises, 88% des Français ont une bonne image de Michelin.

Près d'un Français sur trois affirment notamment avoir une très bonne opinion de Michelin, un taux record qui montre la solidité de la réputation acquise par Michelin. Ce score monte à 86% chez les moins de 35 ans, soulignant la capacité de la marque à affirmer son attractivité auprès des jeunes générations.

Pour Michelin, cette distinction vient récompenser une stratégie de marque fondée sur des valeurs et des engagements forts et reconnaître une entreprise qui a su s'internationaliser tout en conservant ses racines en France.

Pour Claire Dorland-Clauzel, membre du Comité exécutif du Groupe Michelin et directrice des Marques et des Relations extérieures, « *Michelin se félicite de l'adéquation entre l'opinion des Français et les valeurs et comportements du Groupe, qui constitue un capital de confiance essentiel pour nos clients* ».

La mission de Michelin, leader de l'industrie pneumatique, est de contribuer de manière durable à la mobilité des personnes et des biens. A ce titre, le Groupe fabrique, commercialise et distribue des pneus pour tous types de véhicules. Michelin propose également des services digitaux innovants, comme la gestion numérique de flottes de véhicules ou des outils d'aide à la mobilité. Il édite des guides touristiques, des guides hôtellerie et restauration, des cartes et des atlas routiers. Le Groupe, dont le siège est à Clermont-Ferrand (France), est présent dans 170 pays, emploie 112 300 personnes dans le monde et dispose de 68 sites de production implantés dans 17 pays. Le Groupe possède un centre de technologie en charge de la recherche et du développement implanté en Europe, en Amérique du Nord et en Asie. (www.michelin.com)