

COMPAGNIE GÉNÉRALE DES ÉTABLISSEMENTS MICHELIN
Information financière au 31 mars 2020

Au 1^{er} trimestre 2020, dans un contexte de crise systémique liée au COVID 19, Michelin annonce des ventes en baisse de 8,3 % et met en place les mesures nécessaires pour en limiter les impacts sanitaires et économiques.

- ❑ Dans un contexte de pandémie, Michelin agit d'abord pour protéger la santé de ses salariés et de leur famille, en mettant en place les mesures sanitaires requises. Le Groupe s'engage auprès des communautés dans chaque pays où il est implanté, en mettant à disposition son savoir-faire technologique et ses capacités de production, et au travers de dons matériels ou financiers.
- ❑ Au premier trimestre, la demande de pneumatiques a fortement baissé à la suite de l'adoption progressive de mesures de confinement des populations dans les différentes régions du monde, affectant l'ensemble des secteurs d'activité.
 - Les marchés Tourisme camionnette chutent de 15 % à la suite de l'arrêt d'activité des constructeurs automobiles et du confinement des consommateurs.
 - Les marchés Poids lourd sont en retrait de 17 % par rapport à 2019.
 - Pour les Activités de spécialités, certains marchés miniers et les marchés agricoles de remplacement affichent une résilience relative.
- ❑ Les ventes au premier trimestre sont en baisse de 8,3 % à parité courante, traduisant :
 - Une baisse des volumes de 11,7 % qui s'est accélérée sur le mois de mars (-21 %)
 - Un prix mix robuste de + 2,0 % reflétant la solidité de la marque MICHELIN
 - Un effet périmètre de + 1,0 %.
- ❑ Pour amortir les effets financiers de la crise économique majeure qui s'annonce, le Groupe a mis en œuvre dès mi-mars les mesures suivantes :
 - Pilotage hebdomadaire de l'équilibre offre / demande pour maîtriser les stocks,
 - Baisse des investissements de 500 millions €,
 - Réduction de 330 millions € du dividende proposé au vote des actionnaires,
 - Gel du programme de rachat d'actions au-delà des engagements fermes pris pour 2020,
 - Réduction des coûts de structure
- ❑ Par ailleurs le Groupe rappelle que les outils de financement dont il dispose, lui permettent de faire face aux aléas de cette crise. Des tests de résistance, avec des hypothèses de perte de volume sur l'exercice allant de -20 % à -35 %, ont montré que le Groupe disposait de la liquidité suffisante sans tirer sur ses lignes de crédit confirmées de sécurité.

Florent Menegaux, Président, a déclaré : « Je souhaite remercier tous les salariés du Groupe pour leur implication, leur solidarité et leur agilité qui permettront à Michelin, j'en suis certain, de traverser cette crise mondiale inédite et d'une ampleur encore inconnue. Cette situation exceptionnelle renforce notre conviction que l'avenir du Groupe repose sur l'équilibre entre l'engagement de ses équipes sans lesquelles rien n'est possible, le développement durable de ses activités et sa solidité financière. »

À ce jour, l'évolution de la pandémie et ses impacts économiques restent encore trop incertains pour établir avec fiabilité des prévisions de marché et un scénario de résultat associé. Néanmoins dans un contexte de forte baisse des cours de matières premières, le Groupe s'attend à un effet net prix-mix /matières premières renforcé qui lui permettra de légèrement atténuer l'impact beaucoup plus prononcé de la baisse des volumes.

Évolution des ventes au 1^{er} trimestre :

VENTES (EN MILLIONS €)	1 ^{ER} TRIMESTRE 2020	1 ^{ER} TRIMESTRE 2019	% VARIATIONS
SR1 : AUTOMOBILE ET DISTRIBUTION ASSOCIÉE	2 597	2 788	-6,9%
SR2 : TRANSPORT ROUTIER ET DISTRIBUTION ASSOCIÉE	1 360	1 550	- 12,3 %
SR3 : ACTIVITÉS DE SPÉCIALITÉS ET DISTRIBUTION ASSOCIÉE	1 370	1 471	-6,9%
TOTAL GROUPE	5 327	5 809	-8,3%

Évolution des marchés de pneumatiques

- TOURISME CAMIONNETTE

1 ^{er} trimestre 2020/2019 (en nombre de pneus)	EUROPE Y COMPRIS RUSSIE & CEI*	EUROPE HORS RUSSIE & CEI*	AMÉRIQUE DU NORD	AMÉRIQUE CENTRALE	AMÉRIQUE DU SUD	ASIE (HORS INDE)	AFRIQUE INDE MOYEN- ORIENT	TOTAL
Première monte	-15%	-16%	- 12 %**		-18%	-32%	-21%	-23%
Remplacement	-11%	-10%	-11%	- 3 %	- 4 %	-20%	- 3 %	-12%

* Y compris Turquie

** Y compris Amérique centrale

Le marché mondial des pneumatiques Tourisme camionnette, Première monte et Remplacement est en baisse de 15 % sur le premier trimestre 2020, fortement affecté par les conséquences de la crise sanitaire, d'abord en Chine en février, puis à partir de mi-mars dans le reste du monde.

- **PREMIERE MONTE**

- En Europe, le marché est en baisse de 15 % sur le premier trimestre, l'arrêt des usines des constructeurs automobiles à la suite des mesures de confinement liées à la pandémie COVID-19 ayant entraîné une forte chute de la demande de pneumatiques en mars (- 37 %).
- En Amérique du Nord (y compris Amérique centrale), le marché affiche un retrait de - 12 % sur le premier trimestre. Après 2 mois à l'équilibre, la demande s'est effondrée en mars (- 34 %), conséquence de l'arrêt des usines automobiles.
- En Asie (hors Inde), la demande chute globalement de 32 % à fin mars, largement pénalisée par le marché chinois avec un point bas en février à - 81 % dans un contexte de pandémie COVID-19. La baisse du marché en mars de 47 % reflète la reprise progressive de la production automobile. Le reste de l'Asie a été moins pénalisé que la Chine au cours du premier trimestre (- 11 %).
- En Amérique du Sud, les marchés reculent de 18 % à la fin du premier trimestre les effets de la pandémie se faisant ressentir à partir du mois de mars (- 25 %).
- En Afrique Inde Moyen-Orient, le marché décroît de 21 % sur le premier trimestre, avec une forte dégradation au mois de mars (- 46 %).

○ **REPLACEMENT**

- En Europe, le marché recule de 11 % à la fin du premier trimestre, affecté par la crise du COVID-19, avec une accélération de la baisse sur le mois de mars (- 21 %). Avec des mesures de confinement plus strictes et prises plus tôt, les pays d'Europe du Sud (France, Italie, Espagne) ont été plus durement affectés en mars (- 35 %), alors que les marchés d'Europe du Nord (Allemagne, Grande-Bretagne, Pays Nordiques) affichent un recul moindre (- 16 %).
- En Amérique du Nord, la demande est en recul de 11 % traduisant l'arrivée plus tardive de la pandémie et des mesures de confinement moins restrictives. La baisse du marché s'accélère au mois de mars avec un recul de 19 %.
- En Asie (hors Inde), le marché affiche une baisse de 20 % sur le premier trimestre. Le marché chinois a été le premier affecté par la crise sanitaire avec un point bas de la demande en février (- 60 %). La réouverture progressive des réseaux de distribution a limité à - 31 % la baisse du marché en mars. Dans le reste de l'Asie, la demande a été en léger retrait sur les deux premiers mois, le mois de mars montre les premiers effets de la crise sanitaire avec un recul de 14 %.
- En Amérique centrale, le marché affiche une baisse limitée au premier trimestre (- 3 %).
- En Amérique du Sud, la demande chute de 4 % à la même période. Avec un marché stable à fin février, la région a enregistré les premiers effets de la crise sanitaire en mars (- 13 %).
- En Afrique Inde Moyen-Orient, le marché affiche une baisse limitée sur le premier trimestre (- 3 %). La chute de la demande de 19 % liée au COVID-19 en mars a totalement effacé la hausse de 5 % sur les deux premiers mois de l'année.

• **POIDS LOURD (radial & bias)**

1 ^{er} trimestre 2020/2019 (en nombre de pneus)	EUROPE Y COMPRIS RUSSIE & CEI*	EUROPE HORS RUSSIE & CEI*	AMERIQUE DU NORD	AMERIQUE CENTRALE	AMERIQUE DU SUD	ASIE (HORS INDE)	AFRIQUE INDE MOYEN- ORIENT	TOTAL
Première monte	-21%	-21%	- 21 %**		- 8 %	-28%	-21%	-24%
Remplacement	+ 4 %	- 6 %	+ 0 %	- 6 %	- 9 %	-30%	- 4 %	-15%

* Y compris Turquie

** Y compris Amérique centrale

Le marché Poids lourd, en nombre de pneus neufs, est en fort recul au premier trimestre (- 17 % vs 2019). La baisse attendue des marchés Première monte en Asie, en Europe et en Amérique du Nord a été accentuée par la crise sanitaire (- 24 % à fin mars). La chute du marché Remplacement (- 15 % à fin mars) s'explique en grande partie par le recul du marché chinois (- 30 %).

○ **PREMIERE MONTE**

- En Europe, alors que la baisse de la demande Première monte sur les deux premiers mois de l'année (- 15%) correspondait à un effet de cycle comme attendu, les premiers effets de la crise sanitaire ont fortement aggravé cette tendance en mars (- 32 %).
- En Amérique du Nord, dans la continuité du quatrième trimestre 2019 (- 14 %), la demande est restée en retrait en janvier et février (- 14 %). Les effets de la crise sanitaire ont été visibles en mars avec une baisse de la demande de 32 %.
- En Asie (hors Inde), le marché affiche un recul de 28 % sur le premier trimestre fortement pénalisé par la baisse de la demande en Chine (- 29 %), où dans un contexte de crise sanitaire, le marché a enregistré un point bas en février (- 51 %), suivi d'un recul moindre de 35 % en mars.
- En Amérique du Sud, le recul du marché de 8 % sur le premier trimestre, s'explique principalement par les premiers effets de la crise sanitaire enregistrés en mars (- 23 %).
- En Afrique Inde Moyen-Orient, le marché chute de 21 % à fin mars.

○ **REPLACEMENT**

- En Europe, le marché progresse de 4 % au premier trimestre. La demande en Russie affiche une croissance de 26 % portée par des achats anticipés avant les hausses de prix annoncées pour avril afin de compenser la dépréciation du Rouble. Le marché européen hors Russie est en baisse de 6 %, dont - 18 % en mars marqué par les premiers effets de la crise sanitaire. Les conséquences des mesures de confinement se font surtout ressentir en Europe du Sud (France, Italie, Espagne) avec un recul du marché de 31 % au mois de mars.
- En Amérique du Nord, la demande est stable à fin mars sur des bases de comparaison favorables (fort déstockage de la distribution au premier trimestre 2019, après des achats massifs fin 2018 en anticipation de droits de douane). Les effets de la crise sanitaire ne sont pas encore visibles sur le marché nord-américain au premier trimestre.
- Les marchés d'Asie (hors Inde) sont fortement pénalisés par les effets de la pandémie en Chine avec un recul du marché de 38 % au premier trimestre (février - 65 %, mars - 36 %).
- En Amérique du Sud, le marché est en recul de 9 % à fin mars, dont - 16 % sur le seul mois de mars avec les premiers effets de la crise sanitaire.

• **ACTIVITÉS DE SPÉCIALITÉS**

- **MINES** : Malgré une légère baisse, le marché des pneumatiques pour les mines de surface présente une relative résilience. Cela traduit l'activité continue des compagnies minières et quelques difficultés d'approvisionnement en raison des fermetures d'usines de pneumatiques. Le recul cyclique se poursuit sur le segment Carrières, amplifié par des fermetures d'usines chez les clients.
- **ACTIVITÉS HORS LA ROUTE** : Les marchés Construction et engins de manutention affichent une chute due notamment aux arrêts de production des constructeurs et aux premières tensions liées au COVID-19. Le marché des pneus agricoles de Remplacement affiche une résilience relative grâce aux besoins soutenus de consommation de la population mondiale.
- **DEUX-ROUES** : Les segments Deux-roues, Loisirs et *Commuting*, reculent fortement avec la crise sanitaire, notamment en Europe, tandis que la demande est stable au Japon.
- **AVION** : Le marché des pneumatiques pour avions commerciaux a progressivement ralenti dans le contexte de la généralisation de la crise sanitaire. À fin mars, la quasi-totalité du trafic aérien mondial est à l'arrêt.
- **BANDES TRANSPORTEUSES** : Les marchés de bandes transporteuses affichent une bonne résistance sur le segment Minier tandis que les clients industriels modèrent leurs commandes en raison de la conjoncture économique.

Ventes de Michelin

• **ÉVOLUTION GLOBALE**

(EN MILLIONS €)		1er trimestre 2020	
VENTES		5 327	
VARIATION T1 2020 / T1 2019			
VARIATION TOTALE		- 482	-8,3%
DONT	VOLUMES *	- 677	- 11,7 %
PRIX-MIX		+ 117	+2,0%
VARIATION DES TAUX DE CHANGE		+ 19	+0,3%
ÉCART DE PERIMETRE		+ 59	+1,0%

*en tonnes

Sur les trois premiers mois de l'année, les ventes s'établissent à 5 327 millions €, en recul de 8,3 % par rapport à 2019, sous l'effet des facteurs suivants :

- Un effet volume fortement négatif de - 11,7 % (- 677 millions €), lié à l'effondrement des marchés provoqué par les mesures sanitaires (confinement des populations et arrêt des productions) prises dans la plupart des régions du monde, pour faire face à la propagation du virus COVID-19. La chute des volumes s'est accélérée sur le mois de mars et tout particulièrement sur la deuxième moitié du mois.
- l'effet prix-mix favorable de + 2,0 % combine deux effets : d'une part un effet prix de + 0,1 %, conjuguant le pilotage prix toujours rigoureux du Groupe et l'effet défavorable attendu de l'ajustement des clauses matières premières au 1^{er} janvier ; d'autre part un effet mix positif de + 1,9%, traduisant la poursuite de l'enrichissement du mix et la force de la marque MICHELIN.
- l'impact favorable (+ 0,3 %) des parités monétaires, le renforcement du Dollar américain étant compensé par la chute du Rouble russe, du Peso argentin et du Real brésilien notamment.
- l'impact périmètre (+ 1,0 %) qui s'explique principalement par l'intégration des acquisitions de Multistrada et Masternaut ainsi que par la vente de BookaTable.

• VENTES PAR SECTEURS OPÉRATIONNELS

□ **Automobiles et distribution associée :**

Pour le premier trimestre 2020, les ventes s'élèvent à 2 597 millions €, en recul de 6,9 % par rapport à la même période en 2019.

Dans des marchés en chute, affectés par les conséquences économiques de la crise sanitaire, le Groupe affiche une baisse des volumes de 10,5 % et consolide ainsi sa part de marché. L'activité bénéficie d'un effet prix mix favorable conjuguant l'effet défavorable attendu de l'actualisation des clauses de matières premières au 1^{er} janvier sur les activités indexées, un pilotage prix rigoureux sur les activités de Remplacement, soutenu par la force de la marque MICHELIN, et la poursuite de l'enrichissement du mix. Le Segment enregistre un effet périmètre net favorable comprenant la consolidation de Multistrada et la sortie de périmètre de BookaTable.

□ **Transport routier et distribution associée :**

À fin mars, les ventes s'élèvent à 1 360 millions € en recul de 12,3 % par rapport au premier trimestre 2019.

Dans des marchés en fort recul à fin mars (- 17 %), le Groupe affiche une perte de volume de 14,9 %, bénéficiant d'un geo mix favorable et de la résilience des offres de services et solutions. Le secteur affiche un effet prix mix robuste, reflétant une approche sélective qui privilégie la création de valeur ainsi qu'un effet périmètre favorable avec l'acquisition de Masternaut.

□ **Activités de spécialités et distribution associée :**

Pour le premier trimestre, les ventes s'élèvent à 1 370 millions € en retrait de 6,9 % par rapport au premier trimestre 2019.

Le secteur affiche un recul de ses volumes de 9,9 % en raison de l'effondrement de certains marchés affectés par la crise sanitaire, partiellement compensé par un fort effet prix mix.

- ▶ Pneus miniers : les ventes de pneus miniers pour les mines de surface résistent, grâce à une activité continue des mines où le Groupe maintient ses solides positions.
- ▶ Activités Hors la route : la politique ferme de prix et la résistance des parts de marché compensent partiellement l'effet du fort recul des volumes résultant de la chute des marchés.
- ▶ Deux roues : Les ventes, qui reculent légèrement, reflètent les gains de parts de marché dans un marché en fort retrait, l'effet des hausses de prix de 2019 et du début d'année, ainsi que l'amélioration du mix liée à la baisse accentuée en Première monte du fait des arrêts de production chez les clients.
- ▶ Avion : les ventes affichent une certaine résistance, portées par la dynamique du marché pour avions commerciaux en début d'année et la résilience du segment Militaire.
- ▶ Bandes transporteuses : Les ventes de Fenner bénéficient du mix géographique et sectoriel de l'activité.
- ▶ Activités Polymères renforcées : les marchés sous-jacents de ces activités, plus résilients, subissent dans une moindre mesure l'incidence de la crise du COVID-19.

Situation de trésorerie du Groupe

Au 28 avril 2020, le Groupe disposait de de trésorerie et équivalents de trésorerie de 2,3 milliards € et de lignes de crédit confirmées non tirées de 1,5 milliard €. Dans les pays régulés où des facilités de crédit locales peuvent être mises en place (Chine, Amérique du Sud, Russie, etc.), uniquement 35 % des lignes de trésorerie étaient utilisées.

Depuis le début du mois de mars, avec l'expansion de la pandémie, le Groupe a émis en net 1 milliard de billets de trésorerie avec une maturité moyenne de 7,5 mois, dans le cadre de son programme de billets de trésorerie.

Des tests de résistance ont montré que le Groupe disposait de la liquidité suffisante sans tirer sur ses lignes de crédit confirmées de sécurité. Les hypothèses testées simulent notamment les effets d'une perte de volumes sur l'exercice allant de - 20 % (S1 : - 32 %, S2 :- 10 %) à - 35 % (S1 : - 42 %,S2 : - 27 %), et tiennent compte des mesures de préservation de la trésorerie mises en place.

Par ailleurs le Groupe n'a pas d'échéance obligataire avant le premier semestre 2022.

Faits marquants du premier trimestre 2020

- 17 janvier 2020 - Michelin et HDI Global SE ont conclu un partenariat en faveur de la prévention et de la réduction du risque routier des flottes de véhicules d'entreprises. Michelin enrichit ainsi son offre de solutions connectées.
- 23 janvier 2020 - Le projet d'accord sur le dispositif d'accompagnement social des salariés du site Michelin de La Roche-sur-Yon a été signé par la CFDT, la CFE-CGC, SUD et FO.
- 27 janvier 2020 – Cette année, avec le nouvel emblème formé d'un macaron de couleur vert, le Guide MICHELIN France 2020 met la gastronomie durable à l'honneur.
- 3 février 2020 – Fenner Precision Polymers vient de faire l'acquisition de Fabri Cote, leader dans le développement et la production de tissus enduits de caoutchouc pour des applications aérospatiales.
- 10 février 2020 – En 2019, dans un environnement très instable, le Groupe a réussi à maintenir ses parts de marchés et à améliorer son résultat.
- 18 février 2020- A l'occasion de la 3ème conférence ministérielle mondiale sur la sécurité routière, le Groupe a réaffirmé ses engagements pour une mobilité plus sûre : de nombreux partenariats mondiaux, ainsi que de multiples actions de sensibilisation des pouvoirs publics et des populations.
- 24 février 2020 – Michelin et AS 24, filiale du groupe Total, s'associent pour concevoir et expérimenter une offre connectée inédite « Fleet Diag 24 » : diagnostic des pneumatiques Poids lourd en stations-service.
- 27 février 2020 – Double récompense au salon Tire Tech de Hanovre : Michelin est élu « Manufacturier de l'année » pour la deuxième année consécutive et remporte le « Prix de l'innovation » pour Uptis, son pneumatique increvable.
- 2 mars 2020 – Fenner notamment leader mondial dans la fabrication de courroies de convoyage en Polyuréthane lance une nouvelle gamme - « Eagle Poly-V » destinée aux convoyeurs à rouleaux.

- 1er avril 2020 – COVID-19 : Michelin tiendra son Assemblée générale à huis clos le 23 juin 2020 et réduit le montant du dividende proposé sur le résultat de l'exercice 2019 à 2 €
- 6 avril 2020 – COVID-19 : Dans le contexte de crise sanitaire, en manifestation de solidarité avec toute la communauté des salariés, les gérants, le Comité Exécutif et le Conseil de Surveillance du groupe Michelin revoient leur rémunération à la baisse.
- 8 avril 2020 – COVID-19 : Michelin et d'autres acteurs économiques de la région Auvergne-Rhône-Alpes se mobilisent pour produire à grande échelle un masque de protection réutilisable.
- 8 avril 2020 – COVID-19 : Michelin se mobilise sur tous les fronts pour la production de masques et de visières. Le Groupe est également impliqué dans de nombreux autres projets qu'il s'agisse de pièces pour des appareils médicaux, de billots hospitaliers ou encore de gel hydroalcoolique.
- 15 avril 2020 - Michelin s'associe à Enviro pour développer et industrialiser à grande échelle une technologie de pyrolyse innovante permettant de recycler les pneumatiques en fin de vie. Ce partenariat s'inscrit dans la vision « Tout durable » de Michelin.

La liste complète des Faits marquants des trois premiers mois est disponible sur le site Internet du Groupe : <https://www.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.