

COMPAGNIE GENERALE DES ETABLISSEMENTS MICHELIN
Information financière au 31 mars 2016

1^{er} trimestre 2016 : Michelin annonce des ventes nettes de 5,1 milliards d'€, avec une croissance des volumes supérieure aux marchés
Guidance 2016 confirmée

□ **Volume en hausse de 3,7 %, supérieure aux marchés pour toutes les activités, en Tourisme camionnette (+4 %), en Poids lourd (+3%) et en Spécialités (+ 0 %).** Cette croissance se fait dans le contexte de marché suivant :

- **Marchés Tourisme camionnette et Poids lourd soutenus dans les zones matures,**
- **Demande contrastée sur les nouveaux marchés, avec une demande chinoise soutenue en Tourisme camionnette, un fort dynamisme en Inde et un recul marqué en Amérique du Sud,**
- **Marchés de spécialités encore pénalisés par la fin du déstockage des compagnies minières.**

□ **Effet prix de - 0,8 %, en amélioration grâce au pilotage du Groupe et au succès de ses nouvelles offres de produits et services aux différentes marques du Groupe.**

VENTES NETTES (EN MILLIONS D'€)	1 ^{er} trimestre 2016	1 ^{er} trimestre 2015	% Variation
TOURISME CAMIONNETTE ET DISTRIBUTION ASSOCIEE	2 897	2 777	+ 4,3 %
POIDS LOURD ET DISTRIBUTION ASSOCIEE	1 430	1 474	- 3,0 %
ACTIVITES DE SPECIALITES*	738	771	- 4,2 %
TOTAL GROUPE	5 065	5 022	+ 0,9 %

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

□ **Guidance 2016 confirmée**

Sur l'ensemble de l'année, dans des marchés de pneumatiques toujours contrastés, la demande Tourisme camionnette et Poids lourd devrait demeurer bien orientée dans les marchés matures et poursuivre les tendances observées en 2015 dans les nouveaux marchés. Cette tendance restera favorable pour le groupe Michelin. Le marché des pneus de Spécialités devrait rester influencé par le déstockage des compagnies minières.

Dans cet environnement, pour 2016, Michelin vise une croissance des volumes supérieure à l'évolution mondiale des marchés et confirme ses objectifs d'un résultat opérationnel en croissance avant éléments non récurrents hors effet de change et de génération d'un *cash flow* libre structurel supérieur à 800 millions d'€.

Evolution des marchés de pneumatiques

□ TOURISME CAMIONNETTE

1 ^{er} trimestre 2016/2015 (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	+ 2 %	+ 4 %	+ 4 %	- 0 %	- 23%	+ 7 %	+ 1 %
Remplacement	+ 3 %	+ 3 %	+ 6 %	+ 5 %	- 2%	+ 4 %	+ 4 %

* Y compris Turquie

Le marché mondial des pneumatiques Tourisme et Camionnette, Première monte et Remplacement, est en croissance de 3 % en unités au 1^{er} trimestre 2016.

▪ PREMIERE MONTE

- Premier trimestre dans la continuité de l'année 2015, avec des marchés toujours porteurs en Europe de l'Ouest, en Amérique du Nord, en Chine (+ 4 %) et en Afrique-Inde-Moyen Orient,
- Aucun signe de reprise dans les nouveaux marchés d'Amérique du Sud (- 23 %), dont Brésil (- 43 %), de l'ASEAN (- 7 %) et d'Europe de l'Est (- 29 %).

▪ REMPLACEMENT

- Marchés de l'ensemble des zones géographiques en croissance, à l'exception de l'Amérique du Sud et du Brésil (- 6 %) qui reflètent l'économie morose de la zone,
- Demande toujours bien orientée en Chine (+ 9 %) malgré un ralentissement de l'économie,
- Léger ralentissement de la croissance en mars, par rapport à janvier et février, qui s'explique en partie par une base de comparaison élevée en 2015.

□ POIDS LOURD (RADIAL ET BIAS)

1 ^{er} trimestre 2016/2015 (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	+ 6 %	+ 7 %	- 12 %	- 3 %	- 39%	+ 8 %	- 3 %
Remplacement	+ 2 %	+ 3 %	+ 4 %	- 5 %	- 4%	+ 0 %	- 2 %

* Y compris Turquie

Le marché mondial des pneumatiques Poids lourd neufs, Première monte et Remplacement, est en retrait de 2 % en unités au 1^{er} trimestre 2016; les marchés du rechapage sont également en retrait, particulièrement en Europe.

▪ **PREMIERE MONTE**

- Marchés très contrastés, avec une croissance soutenue en Europe de l'Ouest et un recul dans les marchés émergents globalement et en Amérique du Nord,
- Marché en forte hausse en Inde (+ 12 %) et stabilisation de la demande en Chine (+ 1 %).

▪ **REEMPLACEMENT**

- Demande robuste au 1^{er} trimestre dans les marchés matures, avec un ralentissement en mars lié à une base de comparaison élevée
- Recul des marchés émergents, notamment en Chine (- 8 %), au Brésil (- 6 %), en Thaïlande (- 10 %), et stabilité en Inde.

□ **PNEUMATIQUES DE SPECIALITES**

- **GENIE CIVIL** : le marché des pneumatiques pour les mines est en baisse significative pour la troisième année consécutive, pénalisé par la diminution des stocks dans les mines dans un contexte d'extraction stabilisée.

Les marchés du 1^{er} équipement reculent dans les zones matures dans la continuité du 4^{ème} trimestre 2015. Le marché chinois est stable, à un niveau très bas.

Les marchés de pneumatiques destinés aux infrastructures et aux carrières sont stables ce trimestre dans les pays matures.

- **AGRICOLE** : la demande sur le marché du 1^{er} équipement connaît une augmentation dans les pays matures, après une très forte baisse en 2015. Les perspectives pour les mois à venir restent cependant mal orientées.

Après une baisse en 2015, les marchés du remplacement sont en reprise dans les pays matures, tirés par les achats de la distribution. Les marchés d'Amérique du Sud restent fortement pénalisés par l'environnement économique.

- **DEUX ROUES** : les marchés moto et scooter sont globalement en hausse dans les zones matures, tirés par la hausse des achats de la distribution en Europe. Les nouveaux marchés restent bien orientés.
- **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'€)	1 ^{er} trimestre 2016	
VENTES NETTES	5 065	
VARIATION T1 2016 / T1 2015		
VARIATION TOTALE	+ 43	+ 0,9 %
DONT VOLUMES *	+ 188	+ 3,7 %
PRIX-MIX	- 68	- 1,3 %
VARIATION DES TAUX DE CHANGE	- 96	- 1,9 %
ECART DE PERIMETRE	+ 19	+ 0,4 %

*en tonnes

Sur les 3 premiers mois de l'année, les ventes nettes ressortent à 5 065 millions d'€, en hausse de 0,9 % par rapport à la même période de 2015, sous l'effet des facteurs suivants :

- **La croissance de 3,7 % des volumes** à fin mars, supérieure à l'évolution des marchés, traduit le renforcement des positions du Groupe grâce aux performances de la marque MICHELIN et des autres marques, tant pour les pneumatiques que pour les services.
- **L'effet prix-mix (- 1,3 %)** comme attendu, poursuit son amélioration trimestre après trimestre. L'effet prix, pour un montant de - 43 millions d'€, correspond essentiellement à l'application des clauses d'indexation. L'effet mix (- 25 millions d'€) reflète l'effet favorable lié au succès de la stratégie premium de la marque MICHELIN, plus que compensé par les effets défavorables de l'augmentation des autres marques, des croissances relatives en Première monte et au Remplacement et de la baisse des activités Génie civil.
- **L'impact défavorable des parités de change (- 1,9 %)** est lié aux variations de l'Euro face aux principales devises opérationnelles du Groupe : l'effet favorable lié au dollar américain ne limite que partiellement les impacts défavorables du real brésilien, du peso argentin et dans une moindre mesure du peso mexicain, du rouble russe, de la livre turque, du rand sud-africain et du yuan chinois.
- Un écart de périmètre favorable de 0,4 %, correspondant principalement à l'intégration des grossistes allemands Ihle et Meyer Lissendorf et de Blackcircles, numéro 1 de la vente de pneumatiques sur Internet au Royaume-Uni.

□ VENTES NETTES PAR SECTEUR OPERATIONNEL

▪ **TOURISME CAMIONNETTE ET DISTRIBUTION ASSOCIEE**

Pour le 1^{er} trimestre 2016 et compte tenu d'un effet défavorable de change, les ventes nettes s'élèvent à 2 897 millions d'€, en hausse de 4,3 % par rapport à 2 777 millions d'€ pour la même période de 2015-

- Les volumes Tourisme camionnette s'établissent en hausse de 4 % à fin mars ; ils reflètent une croissance de 4 % pour la marque MICHELIN (dont une hausse de 11 % pour les pneus de 17 pouces et plus, dans un segment lui-même en progression de 10 %), ainsi qu'une augmentation de 8 % pour les ventes des autres marques. Globalement, le Groupe améliore ses positions sur les marchés de Première monte, dans les segments d'entrée de gamme et, dans un contexte pourtant très concurrentiel, dans toutes les régions émergentes.
- L'effet de prix reflète la politique de prix mise en oeuvre en 2015 sur le segment Remplacement et l'impact des clauses d'indexation sur les matières premières.
- L'effet mix demeure favorable, la croissance de 11 % à la marque MICHELIN sur le segment 17 pouces et plus ayant permis de compenser les effets moins favorables de la hausse des volumes en entrée de gamme, en première monte et dans les pays émergents.

▪ POIDS LOURD ET DISTRIBUTION ASSOCIEE

A fin mars 2016, prenant en compte l'effet fortement défavorable des parités monétaires, les ventes nettes s'établissent à 1 430 millions d'€, en retrait de 3,0 % par rapport aux 1 474 millions d'€ pour les 3 premiers mois de 2015.

- Les volumes Poids lourd affichent une nouvelle progression, de 3 %, dans des marchés mondiaux en retrait, grâce à la Première monte, aux nouvelles offres *Intermediate*, à la bonne tenue de la marque MICHELIN dans le segment Premium et au mix géographique favorable.
- Les ajustements de prix correspondent essentiellement à la mise en œuvre des clauses d'indexation sur les cours de matières premières, partiellement compensées par les hausses de prix décidées face à la chute des monnaies au Brésil et en Russie.

▪ ACTIVITES DE SPECIALITES

Sur les 3 premiers mois de l'année et compte tenu d'un effet défavorable des devises, les ventes nettes des Activités de spécialités s'élèvent à 738 millions d'€, en baisse de 4,2 % par rapport aux 771 millions d'€ à fin mars 2015.

- Génie civil : les ventes nettes baissent, pénalisées par l'effet défavorable des clauses matières premières et la diminution des volumes vendus.
- Agricole : les ventes nettes sont stables, la hausse des volumes compensant l'impact négatif des baisses des prix liées aux clauses matières principalement et des parités.
- Deux-roues : les ventes nettes sont inchangées, avec une progression des volumes vendus qui neutralise l'impact défavorable du mix géographique et des parités.
- Avion : les ventes nettes sont en hausse grâce à l'augmentation des volumes.

Faits marquants du 1^{er} trimestre 2016

- ❑ **COP21 : Michelin s'engage pour l'avenir de notre planète et réitère son engagement à réduire de 20 % l'empreinte carbone issue de l'utilisation de ses pneus entre 2010 et 2030 (4 janvier 2016)**
- ❑ **Michelin lance une nouvelle tranche de 150 millions d'€ de son programme de rachat d'actions (08 janvier 2016)**
- ❑ **Avec l'acquisition de BookaTable, Michelin devient le leader européen de la réservation en ligne de restaurants (11 janvier 2016)**
- ❑ **MICHELIN Pilot Sport4, une nouvelle génération de pneu pour berlines premium et sportives (12 janvier 2016)**
- ❑ **Le MICHELIN® Pilot® Sport All-Season 3+™, dévoilé à Détroit (15 janvier 2016)**
- ❑ **La nouvelle Ford Focus RS se chausse exclusivement chez Michelin : MICHELIN Pilot Sport Cup 2 et MICHELIN Pilot Super Sport (20 janvier 2016)**
- ❑ **Les pneus MICHELIN à technologie radiale NZG s'invitent sur la chaîne d'assemblage final de Boeing pour équiper le 777-300ER (11 février 2016)**
- ❑ **Michelin reçoit le Gold Class Sustainability Award 2016, la plus haute distinction attribuée par le Dow Jones Sustainability World Index (DJSI) (15 février 2016)**
- ❑ **Michelin lance la dernière version de sa gamme Poids lourd MICHELIN X LINE ENERGY Z en Amérique du Nord (28 février 2016)**
- ❑ **Michelin confirme la transparence de sa politique de tests de pneus (26 février 2016)**
- ❑ **Michelin adapte l'organisation de ses activités à Clermont-Ferrand (1^{er} mars 2016)**
- ❑ **Michelin, équipementier exclusif de toutes les écuries du championnat de MotoGP 2016 (08 mars 2016)**
- ❑ **Le classement mondial 2016 du Reputation Institute, (consacré à la réputation des entreprises) place Michelin à la 15^{ème} place au classement général, 1^{ère} entreprise française et 1^{er} équipementier automobile. (24 mars 2016)**

La liste complète des Faits marquants du 1^{er} trimestre 2016
est disponible sur le site Internet du Groupe : <http://www.michelin.com/fre>



PRESENTATION ET CONFERENCE CALL

L'information trimestrielle au 31 mars 2016 sera commentée lors d'une conférence en anglais, ce jour (mercredi 20 avril 2016) à 18h30, heure de Paris. Des informations pratiques relatives à cette conférence téléphonique sont disponibles sur le site <http://www.michelin.com/fre>.

Vous pourrez suivre cette présentation, avec synchronisation des slides sur le site <http://www.michelin.com/fre>

Au cas où vous souhaiteriez poser des questions, veuillez composer l'un des numéros suivants :

- | | |
|-----------------------------|-------------------|
| • Depuis la France | 01 70 77 09 34 |
| • Depuis le Royaume-Uni | 0203 367 94539456 |
| • Depuis l'Amérique du Nord | +1 855 402 77 61 |
| • Depuis le reste du monde | +44 203 367 9453 |

CALENDRIER

- **Ventes nettes et résultats au 30 juin 2016 :**
Mardi 26 juillet 2016 avant Bourse
- **Information trimestrielle au 30 septembre 2016 :**
Mercredi 19 octobre 2016 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/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.