

COMPAGNIE GENERALE DES ETABLISSEMENTS MICHELIN

Information financière au 30 septembre 2009

Michelin annonce des ventes nettes en baisse de 12,5% pour les neuf premiers mois de 2009, à 10,9 milliards d'euros

- **Volumes de ventes en baisse de 20,1% sur les 9 premiers mois de 2009 et de 14,0% au cours du 3^e trimestre, en ligne avec l'évolution des marchés mondiaux de pneumatiques**
- **Mix-prix significativement positif (+ 7,6% sur 9 mois), qui reflète la bonne performance de la marque MICHELIN et la politique de prix du Groupe**
- **Situations contrastées attendues pour les marchés du pneumatique au dernier trimestre 2009, selon les activités et les zones géographiques :**
 - **Tourisme camionnette : effet favorable, d'une part, des programmes de soutien à l'activité automobile et, d'autre part, d'une reprise technique résultant de la fin du déstockage de la distribution et de la demande en pneumatiques hiver**
 - **Poids lourd : stabilisation à un niveau très faible en première monte ; en remplacement, dans un contexte de marché du fret toujours hésitant, le déstockage touche à sa fin tant dans les réseaux de distribution que dans les flottes**
 - **Pneumatiques de spécialités : marchés de première monte extrêmement faibles, dans l'attente notamment des premiers effets des plans gouvernementaux de relance, et segment minier toujours favorablement orienté**
- **Second semestre 2009 : amélioration de la rentabilité du Groupe par rapport au 1^{er} semestre, grâce à un effet favorable des prix des matières premières (550 millions d'euros à taux de change constants). Nouvelle baisse des stocks et confirmation du niveau de 700 millions d'euros pour les investissements annuels**

Dans ce contexte, le Groupe maintient son objectif de génération de cash flow libre positif au second semestre 2009



Ventes nettes par segment de reporting

VENTES NETTES (EN MILLIONS D'EUROS)	3 ^e trimestre			9 mois		
	2009	2008	% Variation	2009	2008	% Variation
TOURISME CAMIONNETTE ET DISTRIBUTION ASSOCIEE	2 093	2 194	- 4,6%	6 042	6 551	- 7,8%
POIDS LOURD ET DISTRIBUTION ASSOCIEE	1 206	1 464	- 17,6%	3 277	4 160	- 21,2%
ACTIVITES DE SPECIALITES ¹	455	554	- 17,8%	1 570	1 740	- 9,8%
TOTAL GROUPE	3 754	4 212	- 10,9%	10 888	12 451	- 12,5%

¹ Pneumatiques génie civil, agricole, deux roues et avion, cartes et guides, ViaMichelin et Michelin Lifestyle.

Ventes nettes – Analyse par effets

(EN MILLIONS D'EUROS)	3 ^e trimestre 2009		9 mois 2009	
VENTES NETTES	3 754		10 888	
	VARIATION T3 2009 / T3 2008		VARIATION 9 MOIS 2009 / 9 MOIS 2008	
VARIATION TOTALE	- 458	- 10,9%	- 1 563	- 12,5%
DONT VOLUMES	- 590	- 14,0%	- 2 507	- 20,1%
MIX / PRIX	+ 144	+ 4,0%	+ 752	+ 7,6%
VARIATION DES TAUX DE CHANGE	- 12	- 0,3%	+ 192	+ 1,8%



Evolution des marchés de pneumatiques

9 mois 2009 / 9 mois 2008	EUROPE yc CEI	AMERIQUE DU NORD	ASIE	AMERIQUE DU SUD	AFRIQUE / MOYEN-ORIENT	TOTAL
TOURISME CAMIONNETTE						
Première Monte	- 28,8%	- 41,1%	- 11,6%	- 17,0%	- 25,0%	- 23,3%
Remplacement	-10,0%**	- 5,8%	- 2,5%	- 5,8%	- 5,2%	- 6,6%
POIDS LOURD *						
Première Monte	- 66,8%	- 44,2%	- 17,5%	- 31,7%	- 25,1%	- 41,4%
Remplacement	- 25,9%	- 15,9%	- 7,4%	- 20,6%	- 7,1%	- 14,0%

* Radial seulement

** Variation Europe hors CEI : - 4,3%

T3 2009 / T3 2008	EUROPE yc CEI	AMERIQUE DU NORD	ASIE	AMERIQUE DU SUD	AFRIQUE / MOYEN-ORIENT
TOURISME CAMIONNETTE					
Première Monte	- 18,2%	- 18,1%	+ 0,6%	- 10,2%	- 25,0%
Remplacement	-5,8%**	+ 3,8%	+ 1,5%	- 2,3%	- 5,2%
POIDS LOURD *					
Première Monte	- 65,3%	- 36,2%	- 9,6%	- 33,4%	- 25,1%
Remplacement	- 16,4%	- 11,9%	+ 1,1%	- 16,4%	- 7,1%

* Radial seulement

** Variation Europe hors CEI : - 0.1%

□ TOURISME CAMIONNETTE

▪ PREMIERE MONTE

- Même si leur évolution cumulée sur les 9 premiers mois de 2009 reste défavorable, l'ensemble des marchés de pneumatiques enregistrent une amélioration au 3^e trimestre par rapport aux tendances des deux trimestres précédents ; le marché chinois poursuit sa croissance (+34,9%) tandis que les marchés matures, notamment en Europe, Amérique du Nord, bénéficient des mesures de soutien à l'industrie automobile.

▪ REMPLACEMENT

- En Europe et en Amérique du Nord, le marché connaît une reprise technique liée à l'achèvement du déstockage des distributeurs ; la demande se raffermi avec la remontée des kilométrages parcourus.



- Sur le 3^e trimestre, le marché européen recule de 5,8% par rapport au même trimestre de 2008, après des baisses de 10,6% et 13,7% pour les 2 premiers trimestres de l'année ; l'approche de l'hiver favorise la reconstitution des stocks de la distribution en pneumatiques hiver. Hors CEI toujours marquée par la chute du marché russe, la demande est en retrait de -0.1% au 3^e trimestre.
- En Amérique du Nord, la demande se redresse au 3^e trimestre (+3,8% par rapport au 3^e trimestre 2008, tandis qu'elle reculait de 11,8% et 9,7% aux 1^{er} et 2^e trimestres) à la faveur notamment d'une reprise des miles parcourus par les automobilistes américains.
- En Asie, les marchés de la zone progressent de 1,5% sur le 3^e trimestre à comparer à un recul de 9,2% et une stabilité aux 1^{er} et 2^e trimestres respectivement. A fin septembre, ils présentent des situations contrastées : ils progressent fortement en Chine (+ 14,8%), dans un environnement de vive concurrence, et reculent au Japon, en Thaïlande, en Inde et en Malaisie.
- Globalement, la structure des prix de ventes ne connaît pas de modification, à l'exception de campagnes de promotion ciblées sur certains types de pneumatiques ou certaines zones géographiques.

□ POIDS LOURD

▪ PREMIERE MONTE

- La demande en pneumatiques reste très faible, notamment en Europe, en Amérique du Nord et en Amérique du Sud, en ligne avec le faible niveau d'activité des constructeurs de poids lourds.
- En Asie, le marché première monte baisse moins fortement qu'au 1^{er} semestre. Le marché chinois reste stable sur 9 mois.

▪ REMPLACEMENT

- Globalement dans les pays matures, les marchés poids lourd de remplacement ont cessé de se détériorer. La fin du déstockage est observée à la fois chez les distributeurs et dans les flottes, comme en atteste une certaine reprise de l'activité de rechapage. Au-delà d'un rebond technique, la reprise des marchés se fera avec le redémarrage du fret et du transport international.
- Le marché chinois est resté globalement stable au cumul des 9 mois de 2009, mais semble donner des signes de reprise.
- En Poids lourd, le niveau des prix reste particulièrement ferme.

□ PNEUMATIQUES DE SPECIALITES

- **GENIE CIVIL** : en dehors de la Chine et de l'Inde, les marchés première monte et Infrastructure demeurent très déprimés au 3^{ème} trimestre. Seul le marché des Mines reste bien orienté : il est tiré par la demande toujours forte de minerais et d'énergie, notamment de la part de l'Asie, et par la reconstitution des stocks de pneus sur les sites miniers.
- **AGRICOLE** : sur les 9 premiers mois, l'ensemble des marchés sont en recul et accentuent leur baisse au 3^{ème} trimestre, même pour les pneus équipant les machines de forte puissance qui avaient jusqu'alors mieux résisté à la crise. Les



clients première monte et remplacement sont dans l'attente par manque de visibilité sur l'évolution des marchés.

- **DEUX ROUES** : les marchés motorisés affichent une baisse sur les 9 premiers mois de l'année, plus accentuée en Amérique du Nord ; en revanche ils ont été mieux orientés au 3^{ème} trimestre avec une légère croissance en Europe.
- **AVION** : dans un contexte de recul des marchés, particulièrement marqué pour l'aviation générale, le taux de radialisation s'accroît à la faveur du retrait accéléré des avions les plus anciens.

Ventes nettes de Michelin

□ EVOLUTION GLOBALE

Sur les 9 premiers mois de l'année, les ventes nettes sont en retrait de 12,5% à taux de change courants, par rapport à la même période de 2008, sous l'effet des facteurs suivants :

- **L'impact négatif (- 20,1%) des volumes** traduit les conséquences sur les ventes du Groupe du recul de la demande en pneumatiques sur l'ensemble de ses marchés, à l'exception de la Chine. L'impact du volume s'atténue au 3^e trimestre, avec un recul de 14% des tonnages vendus.
- **L'effet mix-prix reste significativement positif (+ 7,6%)** ; Michelin a maintenu une politique de prix ferme, tout en ajustant à la baisse au 1^{er} juillet les prix contractuellement indexés sur les coûts de matières premières. Pour mémoire, le 3^e trimestre 2008 avait vu des hausses de tarifs pour les pneumatiques Tourisme camionnette et les pneus de spécialités.
L'enrichissement des mix s'est poursuivi, grâce à la bonne résistance de la marque MICHELIN et un mix marchés remplacement/première monte favorable.
L'effet mix-prix est positif de 4,0% pour le 3^e trimestre.
- **L'impact positif (+ 1,8%) des parités de change** résulte de l'évolution favorable du dollar américain principalement et de l'impact défavorable de la livre sterling. Au 3^e trimestre, l'effet de change est négatif de 0,3% en raison de la dépréciation récente du dollar américain.

□ VENTES NETTES PAR SEGMENT DE REPORTING

▪ TOURISME CAMIONNETTE ET DISTRIBUTION ASSOCIEE

Sur les 9 premiers mois de l'année, les ventes nettes s'élèvent à 6 042 millions d'euros, en diminution de 7,8% par rapport à la même période de 2008.

- L'effet des volumes de ventes reste négatif à fin septembre 2009, quoique en amélioration tendancielle trimestre après trimestre depuis le début de l'année.



- L'impact positif des prix reflète l'effet des hausses de tarifs mises en œuvre en 2008.
- L'évolution du mix continue à bénéficier de la valeur de la marque MICHELIN et de l'amélioration du mix segment / indice de vitesse ; au 3^e trimestre, l'effet favorable de mix s'amenuise en raison de la hausse des ventes de première monte relativement à celles de remplacement.

▪ **POIDS LOURD ET DISTRIBUTION ASSOCIEE**

A fin septembre 2009, les ventes nettes s'élèvent à 3 277 millions d'euros, en diminution de 21,2% par rapport aux 9 premiers mois de 2008.

- Les volumes de ventes restent en recul significatif par rapport à la même période de 2008, en ligne avec les marchés du pneumatique poids lourd. L'activité Première monte se stabilise à un niveau bas, tandis que les ventes Remplacement voient leur écart défavorable par rapport à 2008 se réduire trimestre après trimestre.
- L'effet prix demeure positif, sans tassement d'un trimestre à l'autre et reflète ainsi la bonne tenue des hausses de tarifs mises en œuvre précédemment.

▪ **ACTIVITES DE SPECIALITES**

Sur les 9 premiers mois de l'année, les ventes nettes des Activités de spécialités s'établissent à 1 570 millions d'euros, en recul de 9,8% par rapport aux neuf premiers mois de 2008. Les barèmes de prix ont fait l'objet d'un ajustement contractuel pour refléter la baisse des coûts des matières premières.

- **Génie civil** : le Groupe affiche une bonne résistance dans le secteur minier où il progresse en parts de marché, en tonnage et en ventes nettes. Sur le segment « Infrastructure », les ventes surperforment le marché grâce à des gains en parts de marché dans toutes les zones. L'activité de première monte amplifie son recul par rapport au 1^{er} semestre.
- **Agricole** : en dépit de gains de parts de marché en première monte, les ventes sont en forte diminution tant en première monte qu'au remplacement.
- **Deux roues** : les ventes de pneumatiques pour motos et scooters se redressent sur le 3^{ème} trimestre en Europe, au Brésil et dans l'ASEAN grâce à une offre renouvelée et au succès de la gamme Michelin Power One ; elles restent en retrait en Amérique du Nord.
- **Avion** : les ventes du Groupe continuent à progresser et bénéficieront sur l'ensemble de l'année 2009 d'un contexte de prix favorable. Les contrats de livraison à l'US Air Force se déroulent selon les plans.



Faits marquants du 3^e trimestre 2009

- ❑ **Michelin lance une campagne publicitaire mondiale, qui reflète la nouvelle stratégie de communication « globale » de la marque MICHELIN**

- ❑ **Deux nouveaux pneus hiver pour camionnettes : MICHELIN Agilis Alpin et MICHELIN Agilis X-Ice North**

- ❑ **Michelin acquéreur des participations dans Shanghai Michelin Warrior Tire Co. Ltd (SMWT)**

- ❑ **Accord au sein de l'Union européenne sur un système d'étiquetage énergétique des pneumatiques à compter de 2012**

La liste complète des Faits marquants du 3e trimestre 2009
est disponible sur le site Internet du Groupe :
www.michelin.com/corporate



CONFERENCE CALL

L'information trimestrielle au 30 septembre 2009 sera commentée lors d'une conférence téléphonique en anglais ce jour (mercredi 26 octobre 2009) 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 72 00 13 69
- Depuis le Royaume-Uni 0203 367 9453
- Depuis les Etats-Unis 1 866 907 5923
- Depuis le reste du monde +44 203 367 9453

Des informations pratiques relatives à cette conférence téléphonique se trouvent sur le site www.michelin.com/corporate.

CALENDRIER

Ventes nettes et les résultats de l'exercice 2009 :

Vendredi 12 février 2010 avant Bourse

Information trimestrielle au 31 mars 2009 :

Lundi 29 avril 2010 après Bourse

Relations Investisseurs	Relations Presse
Valérie Magloire +33 (0) 1 45 66 16 15 +33 (0) 6 76 21 88 12 (mobile) valerie.magloire@fr.michelin.com	Fabienne de Brébisson +33 (0) 1 45 66 10 72 +33 (0) 6 08 86 18 15 (mobile) fabienne.de-brebisson@fr.michelin.com
Jacques-Philippe Hollaender +33 (0) 4 73 32 18 02 +33 (0) 6 87 74 29 27 (mobile) jacques-philippe.hollaender@fr.michelin.com	Actionnaires individuels Jacques Engasser +33 (0) 4 73 98 59 08 jacques.engasser@fr.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.

