

**COMPAGNIE GENERALE DES ETABLISSEMENTS MICHELIN**  
**Information financière au 30 septembre 2014**

**Michelin annonce des ventes nettes de 14,6 milliards d'€  
et des volumes en hausse de 1% à fin septembre**

- ❑ **Poursuite du ralentissement des marchés observé depuis le 2<sup>ème</sup> trimestre :**
  - Ralentissement de la demande en Europe, en particulier en Poids lourd,
  - Contraction en première monte dans les nouveaux marchés, à l'exception de la Chine,
  - Maintien d'une croissance solide en Amérique du Nord.
- ❑ **Volume de ventes en progression de 1 % à fin septembre, traduisant :**
  - La bonne résistance des parts de marché à la marque MICHELIN en Tourisme camionnette et Poids lourd,
  - La croissance des activités de Génie Civil Première monte et Infrastructure qui atténue la poursuite du déstockage des pneus miniers.
- ❑ **Effet prix-mix de - 2 % :**
  - Application des clauses contractuelles d'indexation et repositionnements de prix, dans un contexte de coûts de matières premières en baisse,
  - Effet Mix favorable grâce à la poursuite de la stratégie premium.
- ❑ **Parités de change défavorables sur 9 mois, qui s'inversent en septembre.**

❑ **Perspectives pour 2014**

Dans un environnement mondial marqué par des incertitudes macroéconomiques et des difficultés géopolitiques, la demande de pneumatiques Tourisme camionnette et Poids lourd devrait rester porteuse en Amérique du Nord et en Chine, et stable en Europe. Dans les autres nouveaux marchés le ralentissement observé, en particulier en première monte, devrait se poursuivre, l'activité de remplacement devrait rester dynamique en Tourisme camionnette et en léger retrait en Poids lourd.

Dans ce contexte, Michelin ramène sa perspective de croissance des volumes, en ligne avec les marchés, à l'intérieur d'une fourchette de 1 % à 2 % pour l'ensemble de l'année. Les ventes, en tonnage, de pneus de spécialité devraient être proches de celles de 2013, avec un effet de base favorable au 4<sup>ème</sup> trimestre pour les pneus miniers.

Sur le dernier trimestre de 2014, en réponse à l'évolution des marchés, Michelin devrait ajuster le pilotage de ses coûts, tout en bénéficiant de parités plus favorables. Le plan de compétitivité du Groupe, avec 169 millions d'€ d'économies sur 9 mois, témoigne de l'efficacité industrielle. Le Groupe confirme son objectif d'un résultat opérationnel avant éléments non récurrents en croissance hors effets devises.

Michelin confirme également son objectif d'une rentabilité des capitaux employés supérieure à 11 % et d'une génération d'un *cash flow* libre structurel supérieur à 500 millions d'€. Le programme d'investissements est maintenu autour de 2 milliards d'€ en 2014 et sera revu à la baisse pour 2015 et 2016.



VENTES NETTES (EN MILLIONS D'€)	3 <sup>ème</sup> trimestre			9 mois		
	2014	2013	% Variation	2014	2013	% Variation
TOURISME CAMIONNETTE ET DISTRIBUTION ASSOCIEE	<b>2 592</b>	<b>2 702</b>	<b>- 4,1 %</b>	<b>7 759</b>	<b>8 023</b>	<b>- 3,3 %</b>
POIDS LOURD ET DISTRIBUTION ASSOCIEE	<b>1 576</b>	<b>1 660</b>	<b>- 5,1 %</b>	<b>4 503</b>	<b>4 781</b>	<b>- 5,8 %</b>
ACTIVITES DE SPECIALITES <sup>1</sup>	<b>717</b>	<b>761</b>	<b>- 5,8 %</b>	<b>2 296</b>	<b>2 478</b>	<b>- 7,3 %</b>
TOTAL GROUPE	<b>4 885</b>	<b>5 123</b>	<b>- 4,6 %</b>	<b>14 558</b>	<b>15 282</b>	<b>- 4,7 %</b>

<sup>1</sup> Pneumatiques Génie civil, Agricole, Deux roues et Avion ; Michelin Travel Partner et Michelin Lifestyle Limited.



## Evolution des marchés de pneumatiques

### □ TOURISME CAMIONNETTE

9 mois 2014/2013 (en nombre de pneus)	EUROPE*	AMERIQUE DU NORD	ASIE (HORS INDE)	AMERIQUE DU SUD	AFRIQUE INDE MOYEN-ORIENT	TOTAL
Première monte	+ 4 %	+ 5 %	+ 6 %	- 18%	- 2 %	+ 3 %
Remplacement	+ 3 %	+ 5 %	+ 5 %	+ 5%	+ 4 %	+ 4 %

3 <sup>ème</sup> trimestre 2014/2013 (en nombre de pneus)	EUROPE*	AMERIQUE DU NORD	ASIE (HORS INDE)	AMERIQUE DU SUD	AFRIQUE INDE MOYEN-ORIENT	TOTAL
Première monte	+ 0 %	+ 7 %	+ 3 %	- 18 %	+ 4 %	+ 2 %
Remplacement	+ 1 %	+ 3 %	+ 3 %	+ 6 %	+ 4 %	+ 3 %

\* Y compris Russie et Turquie

#### ▪ PREMIERE MONTE

- En Europe, le marché affiche un certain ralentissement (+ 0 %) sur le trimestre, lié au pilotage des stocks chez les constructeurs généralistes et à leurs arrêts de production. Les marchés d'Europe orientale sont en recul de 8 % sur 9 mois et de 13 % au 3<sup>ème</sup> trimestre, dans un contexte géopolitique difficile.
- En Amérique du Nord, le marché, toujours porteur, progresse de 5 % sur 9 mois, soutenu par la demande de véhicules.
- En Asie (hors Inde), la demande est globalement en hausse de 6 % à fin septembre. En Chine, le marché progresse de 10 % sur 9 mois. Le marché japonais, en hausse de 5 % sur 9 mois, commence à décliner en contrecoup des hausses de TVA du 1<sup>er</sup> avril dernier. Le marché de l'Asie du Sud-Est (- 8 %) traduit le niveau élevé des stocks de véhicules dans le contexte politique thaïlandais.
- En Amérique du Sud, la demande (- 18 %) baisse fortement, avec un accès au crédit plus restreint et un recul de la confiance des consommateurs au Brésil et les mesures économiques et fiscales décidées en Argentine.

#### ▪ REMPLACEMENT

- En Europe, le marché est en progression de 3 % à fin septembre. La demande en Europe de l'Ouest (+ 1 %) enregistre la dynamique du segment hiver (+ 8 %), tandis qu'en Europe orientale, le marché est stable par rapport au repli significatif du 3<sup>ème</sup> trimestre 2013.
- En Amérique du Nord, la demande, en augmentation de 5 % à fin septembre, reste dynamique, soutenue par le prix modéré des carburants et la confiance des ménages dans un contexte économique toujours bien orienté. Le marché est également tiré par la hausse des importations de pneus asiatiques et par la forte augmentation du segment hiver au Canada.
- En Asie (hors Inde), les marchés progressent globalement de 5 % sur 9 mois. En hausse de 5 % sur le trimestre, la demande chinoise augmente de 7 % à fin septembre, tandis que la distribution adopte des politiques plus prudentes



quant aux stocks. Après avoir bénéficié de la perspective de hausse de TVA au 1<sup>er</sup> trimestre, le marché japonais (+ 4 %) enregistre un vif démarrage des ventes de pneus hiver. La croissance en Asie du Sud-Est est stable (+ 4 % à fin septembre) en dépit d'un certain attentisme avant les élections en Indonésie.

- En Amérique du Sud, le marché, en hausse de 5 % à fin septembre, maintient sa dynamique de croissance, avec un retrait du segment des pneus importés.

## □ POIDS LOURD

9 mois 2014/2013 (en nombre de pneus)	EUROPE**	AMERIQUE DU NORD	ASIE (HORS INDE)	AMERIQUE DU SUD	AFRIQUE INDE MOYEN-ORIENT	TOTAL
Première monte *	- 8 %	+ 12 %	+ 2 %	- 17 %	+ 4 %	+ 1 %
Remplacement *	+ 3 %	+ 9 %	+ 3 %	- 3 %	- 0 %	+ 3 %

3 <sup>ème</sup> trimestre 2014/2013 (en nombre de pneus)	EUROPE**	AMERIQUE DU NORD	ASIE (HORS INDE)	AMERIQUE DU SUD	AFRIQUE INDE MOYEN-ORIENT	TOTAL
Première monte *	- 10 %	+ 19 %	- 1 %	- 27 %	+ 16 %	+ 0 %
Remplacement *	- 3 %	+ 7 %	+ 4 %	- 5 %	- 1 %	+ 2 %

\* Marché radial uniquement

\*\* Y compris Russie et Turquie

### ▪ PREMIERE MONTE

- En Europe, dans un contexte économique peu favorable, le marché s'établit en recul de 8 % sur 9 mois, avec une légère baisse (- 1 %) en Europe de l'Ouest et une chute de 35 % en Europe orientale.
- En Amérique du Nord, le marché poursuit sa forte croissance (+ 12 % à fin septembre), soutenu par une reprise des ventes de remorques et une hausse particulièrement accentuée du segment Class 8.
- En Asie (hors Inde), la demande radial et *bias* est en hausse de 2 % à fin septembre. En Chine, le marché, en augmentation de 4 %, témoigne du ralentissement des ventes de véhicules après les achats anticipés liés à l'introduction de nouvelles normes antipollution. En Asie du Sud-Est, la demande chute de 25 %, en raison des arrêts de production liés à la situation politique en Thaïlande.
- En Amérique du Sud, dans un environnement économique moins porteur, la demande est en baisse marquée (- 17% à fin septembre, - 27 % au 3<sup>ème</sup> trimestre), après une année 2013 qui avait enregistré une forte demande de *Heavy duty trucks* pour le secteur agricole.

### ▪ REMPLACEMENT

- En Europe, le marché s'établit en hausse de 3 % à fin septembre, toujours très en deçà de son niveau de 2007. En Europe de l'Ouest, le marché est en retrait de 5 % au 3<sup>ème</sup> trimestre, après des mois de juillet et août clairement orientés à la baisse, et malgré les importations de pneus asiatiques qui accélèrent en Europe centrale. En Europe orientale, la demande est quasiment stable à fin septembre, malgré un recul de 6 % au 3<sup>ème</sup> trimestre.



- En Amérique du Nord, le marché poursuit sa dynamique de croissance (+ 9 % sur 9 mois) et retrouve son niveau d'avant crise sur fond de progression continue du fret et de baisse du coût des carburants.
- Les marchés d'Asie (hors Inde) sont en hausse de 3 % sur 9 mois, avec des situations contrastées selon les marchés. En Chine, le marché reste porteur (+ 3 % à fin septembre), avec néanmoins un ralentissement du besoin de transport. Au Japon, le marché reste solidement orienté (+ 13 % sur 9 mois), sans contrecoup des achats d'anticipation qui avaient précédé la hausse de TVA. En Asie du Sud-Est (+ 1 % à fin septembre), le dynamisme de la demande en Indonésie compense le recul du marché thaïlandais.
- En Amérique du Sud, le marché recule de 3 % à fin septembre, avec des évolutions contrastées par pays en fonction des environnements économiques et sociaux.

#### □ PNEUMATIQUES DE SPECIALITES

- **GENIE CIVIL** : depuis le 4<sup>ème</sup> trimestre 2013, le marché des pneumatiques pour les mines est en retrait par rapport à l'année précédente, pénalisé par la diminution des stocks constitués par les compagnies minières. La baisse des cours de certains minerais (fer, charbon) a un impact sur l'activité d'extraction.

Les marchés du 1<sup>er</sup> équipement sont en reprise depuis le début de l'année dans les zones matures après le déstockage réalisé en 2013 par les constructeurs.

Les marchés des pneumatiques destinés aux infrastructures et aux carrières sont en hausse dans les pays matures grâce notamment à un niveau de stock de la distribution plus faible que l'an dernier. Dans les zones émergentes, ils sont en recul.

- **AGRICOLE** : la demande mondiale sur le marché du 1<sup>er</sup> équipement recule dans les pays matures, en raison du renouvellement important du parc au cours des dernières années et de la réduction aux Etats-Unis des incitations fiscales de soutien au secteur.

Après une hausse au 1<sup>er</sup> semestre, le marché du remplacement en Europe est en baisse au dernier trimestre. Il est en retrait en Amérique du Nord.

- **DEUX ROUES** : le marché Moto progresse en Europe à fin septembre, mais montre des signes de faiblesse au troisième trimestre ; il baisse en Amérique du Nord.
- **AVION** : le marché des pneumatiques pour l'aviation commerciale est en hausse.



## Ventes nettes de Michelin

### □ EVOLUTION GLOBALE

(EN MILLIONS D'€ ET EN %)	3 <sup>e</sup> trimestre 2014		9 mois 2014	
VENTES NETTES	<b>4 885</b>		<b>14 558</b>	
	VARIATION T3 2014 / T3 2013		VARIATION 9 MOIS 2014 / 9 MOIS 2013	
VARIATION TOTALE	<b>- 238</b>	<b>- 4,6 %</b>	<b>- 724</b>	<b>- 4,7 %</b>
DONT VOLUMES*	<b>- 62</b>	<b>- 1,2 %</b>	<b>+ 136</b>	<b>+ 0,9 %</b>
MIX / PRIX	<b>- 115</b>	<b>- 2,2 %</b>	<b>- 284</b>	<b>- 1,9 %</b>
VARIATION TAUX DE CHANGE	<b>- 27</b>	<b>- 0,6 %</b>	<b>- 484</b>	<b>- 3,2 %</b>
ECART DE PERIMETRE	<b>- 34</b>	<b>- 0,6 %</b>	<b>- 92</b>	<b>- 0,6 %</b>

\*en tonnes

Sur les 9 premiers mois de l'année, les ventes nettes ressortent à 14 558 millions d'€, en retrait de 4,7 % par rapport à la même période de 2013, sous l'effet des facteurs suivants :

- **La croissance de 1 % des volumes** à fin septembre, enregistre la bonne résistance des parts de marché à la marque MICHELIN en Tourisme camionnette et Poids lourd, ainsi que la hausse des activités de Génie Civil Première monte et Infrastructure et la poursuite du déstockage des pneus miniers.
- **L'effet prix-mix (- 1,9 % sur 9 mois)** traduit d'abord l'évolution des prix (- 397 millions d'€) dont environ 45 % correspondent aux ajustements liés aux clauses d'indexation sur les coûts de matières premières. L'effet mix (+ 113 millions d'€ à fin septembre) traduit principalement le succès de la stratégie premium de la marque MICHELIN.
- **L'impact des parités de change (- 3,2 % à fin septembre et - 0,6 % au 3<sup>ème</sup> trimestre)** qui jusqu'à l'été traduisait la hausse de l'euro notamment par rapport au dollar américain, au real brésilien, au dollar canadien et au peso argentin, s'inverse à compte de septembre avec le recul de l'euro face au dollar américain.



## □ VENTES NETTES PAR SECTEUR OPERATIONNEL

### ▪ TOURISME CAMIONNETTE ET DISTRIBUTION ASSOCIEE

Pour les 9 premiers mois de 2014 et compte tenu d'un effet défavorable de change de 3 %, les ventes nettes s'élèvent à 7 759 millions d'€, contre 8 023 millions d'€ pour la même période de 2013 (-3,3 %).

- Les volumes Tourisme camionnette, en progression de 2 % à fin septembre, reflètent une croissance de 3 % pour la marque Michelin ainsi qu'une stabilisation au 3<sup>ème</sup> trimestre pour les autres marques.
- Les ajustements de prix correspondent à l'indexation sur les matières premières pour l'activité Première monte et à des repositionnements au Remplacement.
- L'effet mix demeure favorable, soutenu par la croissance de 12 % à la marque MICHELIN sur le segment Tourisme camionnette premium

### ▪ POIDS LOURD ET DISTRIBUTION ASSOCIEE

Afin septembre 2014, les ventes nettes s'établissent à 4 503 millions d'€, en retrait de 5,8 % par rapport aux 4 781 millions d'€ pour les 9 premiers mois de 2013.

- Reflétant la priorité donnée à l'amélioration de la rentabilité de l'activité Poids lourd, les volumes vendus sont en hausse de 1 % sur 9 mois.
- La bonne résistance des prix au Remplacement, hormis l'impact des clauses d'indexation en Première monte.
- L'effet défavorable des parités monétaires pèse à hauteur de 4 %

### ▪ ACTIVITES DE SPECIALITES

Sur les 9 premiers mois de l'année, les ventes nettes des Activités de spécialités s'élèvent à 2 296 millions d'€, contre 2 478 millions d'€ à fin septembre 2013. Outre les ajustements de prix liés aux clauses d'indexation sur les coûts de matières premières et l'effet défavorable des parités de change (- 3 %), ce recul résulte de la baisse des volumes : à fin septembre, ils diminuent de 2 %, après + 1 % au 1<sup>er</sup> trimestre, - 5 % au 2<sup>ème</sup> et - 2 % au 3<sup>ème</sup>, et devraient être proches de ceux de 2013 sur l'ensemble de l'année.

- **Génie civil** : les ventes nettes sont en retrait, pénalisées par la diminution des volumes et l'effet défavorable des clauses d'indexation sur les matières premières et des taux de change. Les volumes de ventes des segments OE et Infrastructure sont en augmentation.
- **Agricole** : les ventes nettes sont en légère baisse. La hausse des volumes dans les pays matures et les nouveaux marchés compense l'application défavorable des clauses d'indexation liées aux matières premières ainsi que l'impact défavorable des taux de change.
- **Deux roues** : les ventes nettes augmentent, tirées par la hausse des volumes dans les zones matures et de croissance qui fait plus que compenser l'effet négatif des parités.
- **Avion** : les ventes nettes sont en hausse grâce à l'augmentation des volumes et la poursuite de la radialisation.



## Faits marquants du 3<sup>ème</sup> trimestre 2014

- ❑ Michelin finalise l'acquisition de Sascar (1<sup>er</sup> septembre 2014)
- ❑ Distribution : Un 1000<sup>ème</sup> TYREPLUS en Chine (8 septembre 2014)
- ❑ Braskem s'unit à Amyris et Michelin pour accélérer la production et la commercialisation d'isoprène renouvelable (9 septembre 2014)
- ❑ Formula E : la première course du Championnat FIA Formula E a eu lieu au pied du stade Olympique de Pékin en Chine (13 septembre 2014)
- ❑ 24 heures du Mans moto 2014 : MICHELIN et le Team Yamaha France GMT 94 Champions du monde (22 septembre 2014)
- ❑ MICHELIN<sup>®</sup> solutions au Salon IAA d'Hanovre (Allemagne) : EFFIFUEL<sup>™</sup> de MICHELIN<sup>®</sup> solutions, des économies de carburant au rendez-vous (23 septembre – 2 octobre 2014)
- ❑ Michelin, partenaire officiel du A320neo : les pneumatiques radiaux MICHELIN<sup>®</sup> AIR X<sup>®</sup> ont équipés le premier vol (25 septembre 2014)
- ❑ MICHELIN Ultraflex Technologies jusqu'à 4 % de gains de rendement agronomique (30 septembre 2014)
- ❑ Lancement de la gamme Poids lourd MICHELIN X<sup>®</sup> MULTI<sup>™</sup> en Asie : plusieurs dimensions et positions pour répondre aux différents besoins des clients (7 octobre 2014)

La liste complète des Faits marquants du 3<sup>ème</sup> trimestre 2014 est disponible sur le site Internet du Groupe : <http://www.michelin.com/fre>



## PRESENTATION ET CONFERENCE CALL

L'information trimestrielle au 30 septembre 2014 sera commentée lors d'une conférence téléphonique en anglais, ce jour (mercredi 22 octobre 2014) à 18h30, heure de Paris. Pour vous connecter, veuillez composer à partir de 18h15 l'un des numéros suivants :

- Depuis la France 01 70 77 09 34
- Depuis le Royaume-Uni +44 (0) 203 367 9453
- Depuis l'Amérique du Nord (+1) 866 907 59 28
- Depuis le reste du monde +44 (0) 203 367 9453

La présentation de l'information financière au 30 septembre 2014 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 31 décembre 2014 :**  
Mardi 10 février 2015 avant Bourse
- **Information trimestrielle au 31 mars 2015 :**  
Mercredi 22 avril 2014 après Bourse

Relations Investisseurs	Relations Presse
Valérie Magloire +33 (0) 1 78 76 45 37 +33 (0) 6 76 21 88 12 (mobile) <a href="mailto:valerie.magloire@fr.michelin.com">valerie.magloire@fr.michelin.com</a>	Corinne Meutey +33 (0) 1 78 76 45 27 +33 (0) 6 08 00 13 85 (mobile) <a href="mailto:corinne.meutey@fr.michelin.com">corinne.meutey@fr.michelin.com</a>
Matthieu Dewavrin +33 (0) 4 73 32 18 02 +33 (0) 6 71 14 17 05 (mobile) <a href="mailto:matthieu.dewavrin@fr.michelin.com">matthieu.dewavrin@fr.michelin.com</a>	<b>Actionnaires Individuels</b> Jacques Engasser +33 (0) 4 73 98 59 08 <a href="mailto:jacques.engasser@fr.michelin.com">jacques.engasser@fr.michelin.com</a>

## 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](http://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.*

