

**COMPAGNIE GENERALE DES ETABLISSEMENTS MICHELIN**  
Information financière au 31 mars 2014

**Volumes en hausse de 3,4 % au 1<sup>er</sup> trimestre 2014**

**Ventes nettes de 4,8 milliards d'€,  
en hausse de 2,5 % à périmètre et change constants**

- **Reprise des marchés en Tourisme camionnette et en Poids lourd, à l'exception de l'Europe orientale, tandis que le déstockage attendu des clients miniers se poursuit.**
- **Volumes en hausse de 3,4 %, traduisant :**
  - **la performance de la marque MICHELIN,**
  - **le dynamisme des activités Première monte,**
  - **la croissance mondiale des activités Poids lourd,**
  - **la croissance des activités Agricole, Deux-roues, Avion permettant de compenser la faiblesse des ventes aux clients miniers.**
- **Prix-mix en léger retrait reflétant :**
  - **l'impact des clauses d'indexation et de repositionnements de prix pilotés, dans un contexte de coûts de matières premières encore favorable,**
  - **les augmentations de prix qui atténuent l'effet défavorable de certaines devises,**
  - **l'efficacité de la stratégie premium.**
- **Effet défavorable des parités monétaires (- 4,6 %), lié à la force de l'Euro.**

VENTES NETTES (EN MILLIONS D'€)	1 <sup>er</sup> trimestre 2014	1 <sup>er</sup> trimestre 2013	% Variation
TOURISME CAMIONNETTE ET DISTRIBUTION ASSOCIEE	<b>2 520</b>	<b>2 582</b>	<b>- 2,4 %</b>
POIDS LOURD ET DISTRIBUTION ASSOCIEE	<b>1 462</b>	<b>1 477</b>	<b>- 1,0 %</b>
ACTIVITES DE SPECIALITES <sup>1</sup>	<b>775</b>	<b>818</b>	<b>- 5,2 %</b>
TOTAL GROUPE	<b>4 758</b>	<b>4 877</b>	<b>- 2,4 %</b>

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

□ **Perspectives 2014**

**Alors que la demande de pneumatiques affiche au 1<sup>er</sup> trimestre 2014 la dynamique attendue, à l'exception de l'Europe orientale, Michelin maintient son objectif de croissance des volumes autour de 3 % pour l'ensemble de l'année.**

**Le Groupe vise une croissance de sa marge brute unitaire, en conservant un équilibre positif entre politique de prix et coût des matières premières. Le déploiement du plan de compétitivité se poursuit au rythme attendu.**

**Dans ce contexte, Michelin confirme son objectif pour l'année 2014 d'un résultat opérationnel avant éléments non récurrents en croissance hors effets devises, d'une rentabilité des capitaux employés supérieure à 11 % et de génération d'un cash flow libre structurel supérieur à 500 millions d'€, en parallèle du programme d'investissements maintenu autour de 2 milliards d'€.**

## Evolution des marchés de pneumatiques

### □ TOURISME CAMIONNETTE

1 <sup>er</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	+ 6 %	+ 5 %	+ 8 %	- 8 %	- 9 %	+ 5 %
Remplacement	+ 4 %	+ 7 %	+ 11 %	+ 6 %	+ 4 %	+ 7 %

\* Y compris Russie et Turquie

#### ▪ PREMIERE MONTE

- En Europe, la demande de pneus s'établit en hausse de 6 % grâce à la reprise de l'activité des constructeurs généralistes. En Europe orientale, les marchés subissent le ralentissement économique en Russie et l'instabilité politique en Ukraine ; ils sont en retrait de 6 %.
- Le marché en Amérique du Nord progresse de 5 % et profite du rajeunissement du parc automobile.
- En Asie (hors Inde), la demande est en hausse de 8 % globalement, avec des marchés contrastés. En Chine, le marché poursuit sa forte progression (+12 %) tandis que le marché de l'Asie du Sud-Est (- 9 %) subit le contexte politique thaïlandais. La demande au Japon augmente fortement, poussée par des anticipations d'achats avant la hausse de TVA du 1<sup>er</sup> avril.
- En Amérique du Sud, le marché recule de 8 % au 1<sup>er</sup> trimestre, dans un contexte économique hétérogène marqué, au Brésil, par le repli des exportations de véhicules et la hausse programmée de la taxe IPI.

#### ▪ REMPLACEMENT

- En Europe, le marché progresse de 4 %. Il augmente de 7 % en Europe de l'Ouest par rapport au niveau historiquement bas du 1<sup>er</sup> trimestre 2013, en ligne avec l'effet de la crise économique et l'évolution des kilométrages. Les ventes *sell out* des distributeurs aux clients finaux se redressent sur le mois de mars et les stocks de la distribution sont revenus à des niveaux normaux. En Europe orientale, le marché recule de 8 % du fait des situations politique et économique en Russie et en Ukraine.
- En Amérique du Nord, le marché, en augmentation de 7 %, reflète à la fois la hausse des importations, la demande soutenue, en particulier au Canada, et l'environnement concurrentiel notamment en milieu de gamme.
- En Asie (hors Inde), la demande progresse globalement de 11 %. Le marché chinois augmente de 11 %, soutenu par la demande de mobilité et le repli des taux d'épargne. Le marché japonais augmente de 21 %, soutenu par la perspective de hausse de TVA et les conditions hivernales rigoureuses.
- En Amérique du Sud, la demande est en hausse de 6 %, tirée par les marchés au Brésil, en Colombie et en Argentine. Le marché brésilien augmente de 8 %, en ligne avec les statistiques de péages et les ventes de biocarburants.

## □ POIDS LOURD

1 <sup>er</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 *	- 3 %	+ 6 %	+ 11 %	+ 10 %	- 8 %	+ 5 %
Remplacement *	+ 9 %	+ 8 %	+ 4 %	+ 4 %	+ 3 %	+ 5 %

\* Marché radial & *bias*

\*\* Y compris Russie et Turquie

### ▪ PREMIERE MONTE

- En Europe, la demande reflète en Europe de l'Ouest (+ 8 %) les immatriculations de camions achetés préalablement à la mise en œuvre de la norme Euro VI au 1<sup>er</sup> janvier 2014 et la forte chute en Europe orientale (- 40 %).
- En Amérique du Nord, le marché augmente de 6 %, avec une amélioration du mix soutenue par la croissance plus accentuée du segment Class 8.
- En Asie (hors Inde), la demande radial et *bias* est en hausse de 11 %. En Chine, le marché est en augmentation de 13 %. En Asie du Sud-Est, la demande chute de 12 % en raison de la situation en Thaïlande notamment.
- En Amérique du Sud, le marché total reste bien orienté (+ 10 %) et le renchérissement des financements FINAME au Brésil ne pèse pas encore sur la demande de poids lourds.

### ▪ REPLACEMENT

- En Europe, le marché s'établit en hausse de 9 %. La demande en Europe de l'Ouest (+ 16 %) traduit une reprise technique sur des bases faibles et un relatif restockage des réseaux de distribution en début d'année. En Europe orientale, le marché du pneumatique affiche un retrait qui s'accentue au fil des mois dans le contexte économique et politique actuel de la zone.
- En Amérique du Nord, le marché s'établit en croissance de 8 % sur le trimestre, avec une contribution marquée du segment des pneus importés. La demande de transport reste forte dans une économie plus dynamique.
- Les marchés d'Asie (hors Inde) radial et *bias* s'accroissent de 4 %. En Chine, le marché est en augmentation de 1 % sur le trimestre, avec un certain attentisme des transporteurs face au léger ralentissement économique du pays. En Asie du Sud-Est, les marchés, stables, profitent toujours des progrès de la radialisation. Au Japon, le marché accélère sa croissance, avec une augmentation de 47 % avant la hausse de la TVA.
- En Amérique du Sud, le marché radial et *bias* progresse de 4 %, avec une demande de pneus importés qui reste soutenue.

1 <sup>er</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 *	+ 1 %	+ 6 %	+ 12 %	+ 10 %	- 4 %	+ 7 %
Remplacement *	+ 15 %	+ 9 %	+ 8 %	+ 9 %	+ 8 %	+ 9 %

\* Marché radial uniquement

\*\* Y compris Russie et Turquie

## □ PNEUMATIQUES DE SPECIALITES

- **GENIE CIVIL** : l'activité d'extraction minière est globalement en croissance. Cependant, et dans la continuité du dernier trimestre 2013, le marché des pneumatiques pour les mines baisse au 1<sup>er</sup> trimestre, pénalisé par le déstockage en cours des compagnies minières.  
Les marchés du 1<sup>er</sup> équipement sont en reprise ce trimestre dans les zones matures. Ils bénéficient de la hausse de la production de machines dans un contexte de stocks faibles chez les constructeurs.  
Les marchés des pneumatiques destinés aux infrastructures et aux carrières s'établissent en léger rebond dans les pays matures, grâce aux anticipations positives de la part de la distribution. Dans les zones émergentes, ils sont en retrait.
- **AGRICOLE** : la demande mondiale sur le marché du 1<sup>er</sup> équipement est en recul dans les pays matures, affectée par la baisse des ventes de machines agricoles.  
Le marché du remplacement est en reprise en Europe, mais toujours en retrait en Amérique du Nord.
- **DEUX-ROUES** : le marché Moto est en hausse en Europe ; il baisse en Amérique du Nord, pénalisé par des conditions météorologiques défavorables.
- **AVION** : le marché pneumatique pour les avions commerciaux est en progression, tandis que les marchés militaires sont en baisse.

## Ventes nettes de Michelin

### □ VENTES NETTES

(EN MILLIONS D'€)		1er trimestre 2014
VENTES NETTES		<b>4 758</b>
VARIATION T1 2014 / T1 2013		
VARIATION TOTALE	<b>- 119</b>	<b>- 2,4 %</b>
DONT VOLUMES	<b>+ 166</b>	<b>+ 3,4 %</b>
PRIX-MIX	<b>- 53</b>	<b>- 1,1 %</b>
VARIATION DES TAUX DE CHANGE	<b>- 232</b>	<b>- 4,6 %</b>

Sur les 3 premiers mois de l'année, les ventes nettes ressortent à 4 758 millions d'€, en retrait de 2,4 % par rapport à la même période de 2013, sous l'effet des facteurs suivants :

- **L'impact négatif (- 4,6 %) des parités monétaires**, lié à la force de l'Euro face notamment au dollar américain, au real brésilien, au dollar canadien, au dollar australien, à la livre turque, au rouble russe, au peso argentin et au rand sud-africain.
- **Des volumes en croissance (+ 3,4 %)**, dans un environnement de marchés globalement mieux orientés, à l'exception de l'Europe orientale et de, comme attendu, du segment minier.

- **L'effet prix-mix en recul de 1,1 %** correspondant à :
  - l'effet prix (- 98 millions d'€) qui combine, à hauteur de 55 %, l'effet des clauses contractuelles d'indexation et, pour le reste, celui des repositionnements de prix ciblés opérés dans un contexte plus favorable de matières premières et des augmentations de prix qui atténuent les effets défavorables de certaines devises.
  - l'effet mix favorable (+ 45 millions d'€) avec la poursuite de la stratégie premium et la dynamique de la marque MICHELIN qui compensent un mix Première monte/Remplacement défavorable.

□ **VENTES NETTES PAR SECTEUR OPERATIONNEL**

▪ **TOURISME CAMIONNETTE ET DISTRIBUTION ASSOCIEE**

Pour le 1<sup>er</sup> trimestre 2014, les ventes nettes s'élèvent à 2 520 millions d'€, après 2 582 millions d'€ pour la même période de 2013.

- Les volumes Tourisme camionnette, en progression de 2 % à fin mars, ont été marqués par une performance de la marque MICHELIN en ligne avec le marché et un retrait des marques BFGoodrich et KLEBER lié à l'environnement concurrentiel de prix.
- Les évolutions de prix reflètent l'application des clauses matières premières en Première monte, quelques repositionnements au Remplacement en zones matures et des hausses de tarifs pour compenser en partie les effets parités notamment en Amérique du Sud.
- L'effet mix demeure favorable, soutenu par les performances du Groupe dans le segment 17 pouces et plus.
- L'effet défavorable des parités pèse à hauteur de - 4 %.

▪ **POIDS LOURD ET DISTRIBUTION ASSOCIEE**

A fin mars 2014, les ventes nettes s'établissent à 1 462 millions d'€, en retrait de 1,0 % par rapport aux 3 premiers mois de 2013.

- Les volumes vendus sont en augmentation de 8 % sur 3 mois reflétant une bonne captation de la croissance sur des marchés mieux orientés.
- L'évolution des prix traduit les ajustements liés aux clauses d'indexation sur les matières premières, ainsi que les hausses de prix intervenues dans certains marchés pour atténuer l'effet défavorable des parités monétaires (- 6 %).
- Le mix Première monte/Remplacement est défavorable du fait de la croissance plus soutenue en Première monte, notamment en Amérique du Nord.

▪ **ACTIVITES DE SPECIALITES**

Sur les 3 premiers mois de l'année, les ventes nettes des Activités de spécialités s'élèvent à 775 millions d'€, en baisse de 5,2 % par rapport au 1<sup>er</sup> trimestre 2013. Ce recul combine les effets des ajustements de prix liés aux clauses d'indexation sur les coûts de matières premières, de la légère hausse des volumes (+ 1 %) et de l'effet défavorable des parités de change (- 5 %).

- **Génie civil** : les ventes nettes sont en baisse, pénalisées par le retrait des volumes et l'impact défavorable des taux de change. Seules les ventes sur le



segment OE sont en augmentation grâce à la croissance des volumes. A noter que les volumes Mining sont stables par rapport au 4<sup>ème</sup> trimestre 2013, reflétant la poursuite du déstockage des clients miniers, comme anticipé, et le niveau soutenu des activités d'extraction minière.

- **Agricole** : les ventes nettes sont en hausse. La progression des volumes dans les zones matures et les pays émergents 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 s'établissent en augmentation, la hausse des volumes et l'effet mix géographique faisant plus que compenser l'effet négatif des parités.
- **Avion** : les ventes nettes sont en progrès grâce à l'augmentation des volumes et des effets de mix produits favorables.

## Faits marquants du 1<sup>er</sup> trimestre 2014

- **Le Groupe a présenté un pneu auto-régénérant toujours sûr, même usé, MICHELIN® Premier® A/S doté de la technologie inédite EverGrip™ (15 janvier 2014)**
- **MICHELIN fait main basse sur les podiums du 36<sup>ème</sup> rallye Dakar (18 janvier 2014)**
- **Lancement du nouveau pneu hiver pour automobiles, le MICHELIN Alpin 5 (4 février 2014)**
- **Le CEA, Michelin, Protéus (Groupe PCAS) et SDTech vont développer ensemble deux voies innovantes de valorisation de pneumatiques usagés (28 janvier 2014)**
- **Michelin Canada annonce une réduction des capacités de production de pneumatiques de petites dimensions de son usine de Pictou County, au Canada, d'ici à juillet 2015. Michelin annonce également un investissement de 66,5 millions CAD pour renforcer l'outil de production de ses trois usines canadiennes (3 mars 2014)**
- **Michelin figure à nouveau dans le "Sustainability Yearbook" 2014, publié par RobecoSAM, avec la distinction "Silver class" (4 mars 2014)**
- **Michelin signe un contrat d'équipement de pneumatiques en première monte avec Boeing pour les B737 MAX 7 et 8 (10 mars 2014)**
- **Lancement de la nouvelle gamme Poids lourd de MICHELIN X® LINE™ Energy™ Séries 80 & 65 : plus de performances dans un même pneu (21 mars 2014)**
- **Michelin vient d'inaugurer sa première usine destinée à produire du caoutchouc composite à Hat Yai en Thaïlande (avril 2014)**

La liste complète des Faits marquants du 1<sup>er</sup> trimestre 2014 est disponible sur le site Internet du Groupe : [www.michelin.com/corporate/finance](http://www.michelin.com/corporate/finance)

#### **PRESENTATION ET CONFERENCE CALL**

L'information trimestrielle au 31 mars 2014 sera commentée lors d'une conférence téléphonique en anglais ce jour (mercredi 23 avril 2014) à 18h, heure de Paris (17h TU). Pour vous connecter, veuillez composer à partir de 17h50 l'un des numéros suivants :

- Depuis la France 01 70 77 09 38
- Depuis le Royaume-Uni (0) 203 367 9453
- Depuis l'Amérique du Nord 866 907 5928
- Depuis le reste du monde +44 (0) 203 367 9453

La présentation de l'information financière au 31 mars 2014 peut être consultée sur le site [www.michelin.com/corporate](http://www.michelin.com/corporate), ainsi que des informations pratiques relatives à cette conférence téléphonique.

#### **CALENDRIER**

- **Ventes nettes et résultats au 30 juin 2014 :**  
Mardi 29 juillet 2014 avant Bourse
- **Information trimestrielle au 30 septembre 2014 :**  
Mercredi 22 octobre 2014 après Bourse

<b>Relations Investisseurs</b>	<b>Relations Presse</b>
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](http://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.*