

Information financière au 31 décembre 2009

Dans un environnement de crise, Michelin renforce ses grands équilibres économiques

Ventes nettes de 14,8 milliards d'euros, en baisse limitée de 9,8 %

Marge opérationnelle de 5,8 % avant éléments non récurrents, en légère amélioration

Génération d'un cash flow libre positif de 1,4 milliard d'euros

- **Résultat opérationnel avant éléments non récurrents de 862 millions d'euros, comparés à 920 millions d'euros en 2008, sous l'effet combiné :**
 - de la forte baisse des volumes vendus (- 14,8 %),
 - de l'impact de la sous-utilisation des capacités industrielles, partiellement compensé par :
 - l'évolution du coût des matières premières (impact positif de 318 millions d'euros),
 - la fermeté de la politique de prix du Groupe et la résistance de la marque MICHELIN,
 - l'amélioration structurelle de la compétitivité.
- **Résultat net à 104 millions d'euros, malgré d'importantes charges de restructuration (412 millions d'euros).**
- **Ratio d'endettement net sur fonds propres à un niveau historiquement bas, à 55 %, grâce, notamment, à la maîtrise des besoins en fonds de roulement et au pilotage des dépenses d'investissement.**
- **Maintien d'un objectif de génération de cash flow libre positif en 2010.**
- **Proposition d'un dividende de 1 euro, soumis à l'Assemblée générale des actionnaires du 7 mai 2010.**

Michel Rollier, Gérant, a déclaré : « Dans un environnement de recul historique des marchés du pneumatique, notamment dans les pays matures, Michelin a su faire preuve d'une grande réactivité et d'une flexibilité accrue. Grâce au très fort engagement des équipes du Groupe et à un pilotage resserré, Michelin a réalisé une performance robuste et a su améliorer les grands équilibres économiques, garants de son développement futur.

En ce début de 2010, la visibilité sur les marchés et la hausse des matières premières, notamment du caoutchouc naturel, incitent à une grande vigilance. Préserver ses atouts et accroître son leadership constituent une priorité pour Michelin. Comme en 2009, il s'agit donc de poursuivre nos efforts d'innovation, de maintenir la maîtrise de nos coûts et de renforcer notre potentiel de développement futur avec nos projets d'investissement dans les pays de croissance. Avec le soutien constant des équipes du Groupe, Michelin aborde 2010 avec confiance».



| (EN MILLIONS D'EUROS) | 2009 | 2008 | % Variation |
|---|----------------|----------------|--|
| VENTES NETTES | 14 807 | 16 408 | - 9,8 % |
| RESULTAT OPERATIONNEL AVANT ELEMENTS NON RECURRENTS | 862 | 920 | - 6,3 % |
| MARGE OPERATIONNELLE AVANT ELEMENTS NON RECURRENTS | 5,8 % | 5,6 % | + 0,2 pt |
| TOURISME CAMIONNETTE ET DISTRIBUTION ASSOCIEE | 8,0 % | 4,3 % | + 3,7 pts |
| POIDS LOURD ET DISTRIBUTION ASSOCIE | (1,5 %) | 2,5 % | - 4,0 pts |
| ACTIVITES DE SPECIALITES | 13,3 % | 17,9 % | - 4,6 pts |
| RESULTAT OPERATIONNEL APRES ELEMENTS NON RECURRENTS | 450 | 843 | - 46,6 % |
| RESULTAT NET | 104 | 357 | - 70,9 % |
| INVESTISSEMENTS | 672 | 1 271 | - 47,1 % |
| DETTE FINANCIERE NETTE | 3 051 | 4 273 | - 28,6 % ¹ |
| RATIO D'ENDETTEMENT | 55 % | 84 % | En amélioration de 29 pts ¹ |
| CASH FLOW LIBRE ² | 1 387 | (359) | + 1 746 m€ |
| EFFECTIF INSCRIT ³ | 109 200 | 117 600 | - 7,1 % |

¹ Par rapport au 31 décembre 2008

² Cash-flow libre : Flux de trésorerie sur activités opérationnelles – flux de trésorerie d'investissements

³ En fin de période



Evolution des marchés de pneumatiques

□ TOURISME CAMIONNETTE

| 2009/2008 | EUROPE yc CEI | AMERIQUE DU NORD | ASIE | AMERIQUE DU SUD | AFRIQUE / MOYEN-ORIENT | TOTAL |
|----------------|------------------|---------------------|---------|--------------------|---------------------------|----------|
| Première monte | - 19,9 % | - 32,3 % | + 3,1 % | - 7,9 % | - 16,9 % | - 11,9 % |
| Remplacement | - 5,2 %* | - 2,3 % | - 0,8 % | - 4,4 % | - 4,1 % | - 3,2 % |

* Variation Europe hors CEI : - 1,1 %

▪ PREMIERE MONTE

- Globalement, l'ensemble des marchés de la première monte, à l'exception du marché chinois, s'est établi en fort recul, en raison notamment des politiques de déstockage décidées en début d'année par les constructeurs automobiles et de leurs arrêts massifs de production. Sur la seconde moitié de l'année, la demande s'est ressaisie, notamment dans les marchés matures, sous l'effet favorable des programmes de soutien à l'activité automobile.
- En Asie, la demande chinoise explose (+ 65 %), conduisant pour la première fois le marché à dépasser celui des Etats-Unis.

▪ REMPLACEMENT

- Les marchés de remplacement sont en retrait marqué. Au premier semestre, la demande a été pénalisée, notamment dans les pays matures, par la baisse des kilométrages parcourus, la réduction de la vitesse moyenne et par les politiques de déstockage des distributeurs, tandis que les marchés des pays en développement, progressivement gagnés par le ralentissement économique, s'établissaient en recul, à l'exception de la Chine. Après l'été, les marchés dans leur ensemble ont bénéficié d'une reprise technique résultant de la fin du déstockage de la distribution.
- En Europe, le marché, en recul sensible au premier semestre (- 12,1 %), affiche au second semestre, grâce à la fin du déstockage de la distribution, un rebond technique (+ 2,1 %) amplifié par la bonne performance des pneus hiver. Hors CEI toujours marquée par la chute du marché russe, la demande en Europe est en retrait de 1,1 % sur l'ensemble de l'année.
- Le marché d'Amérique du Nord, après une contraction de 10,7 % sur la première moitié de l'année, se redresse significativement (+ 6,2 %) au second semestre et reflète la remontée des distances parcourues.
- En Asie, les marchés présentent des situations contrastées : en progression en Chine (+ 16,9 %), mais en recul au Japon, en Corée, à Taiwan, en Australie, et en Inde.



□ POIDS LOURD

| 2009/2008 | EUROPE yc CEI | AMERIQUE DU NORD | ASIE | AMERIQUE DU SUD | AFRIQUE / MOYEN-ORIENT | TOTAL |
|------------------|------------------|---------------------|----------|--------------------|---------------------------|----------|
| Première monte * | - 63,7 % | - 37,9 % | - 15,4 % | - 22,4 % | - 62,5 % | - 39,2 % |
| Remplacement * | - 19,8 % | - 11,6 % | - 2,9 % | - 18,6 % | - 4,5 % | - 9,6 % |

* Marché radial uniquement

▪ PREMIERE MONTE

- Les marchés de première monte, fortement impactés par la crise économique, se stabilisent à un niveau très faible, en ligne avec les utilisations de capacité industrielle des constructeurs.
- En Europe, le marché a fortement baissé tout au long de l'année, tant sur le segment des camions que sur celui des remorques
- En Amérique du Nord, la baisse du marché est moins prononcée sur la deuxième moitié de l'année.
- En Amérique du Sud, le marché baisse de 22,4 %, en dépit de la reprise de la demande au Brésil où les effets d'une amélioration économique ont été soutenus par des aides gouvernementales à l'achat de camions neufs.
- En Asie, le marché recule avec de fortes disparités entre les pays matures (baisse du marché à deux chiffres) et les pays tels que la Chine (-4%). Le Japon affiche la plus forte baisse de la zone avec un marché en recul de 49%.

▪ REMPLACEMENT

- Dans un contexte de marché du fret international toujours hésitant après son fort retrait au premier semestre lié au ralentissement économique mondial, les marchés reculent sur l'ensemble de l'année. Néanmoins, depuis l'automne, ils ont cessé de se détériorer en raison de la fin du déstockage mené tant chez les distributeurs que dans les flottes.
- En Europe et en Amérique du Nord, l'activité, quoique toujours en retrait, donne des signes de stabilisation et connaît une évolution plus en ligne avec celle du fret, après avoir fortement chuté au premier semestre. L'activité de rechapage affiche une certaine reprise.
- En Asie, les marchés, en baisse sur l'ensemble de l'année, s'améliorent au second semestre (+5,5%) par rapport au premier semestre (- 12,0 %). La demande en Chine, Inde et ASEAN est en croissance sur l'année, alors que le marché a été déprimé dans le reste de la zone. La radialisation du marché se poursuit.

□ PNEUMATIQUES DE SPECIALITES

- **GENIE CIVIL** : le segment Mines est resté stable, à un niveau historiquement élevé, tiré par une demande forte en minerai et énergie de la part des pays en croissance rapide et alimenté par une plus grande disponibilité en pneus. Le marché du premier équipement reste très déprimé, notamment dans les zones matures, avec néanmoins quelques signes de reprise technique au 4ème trimestre. Le segment Infrastructure est en forte diminution dans l'ensemble des zones géographiques.



- **AGRICOLE** : la demande, en première monte comme en second équipement, a souffert de la baisse de pouvoir d'achat des agriculteurs et de l'attentisme qui en découle. Le fléchissement touche particulièrement l'Europe et l'Amérique du Nord et affecte tous les segments, y compris celui des engins de forte puissance.
- **DEUX ROUES** : les marchés Moto reculent fortement dans les pays matures et poursuivent leur croissance dans les grands marchés émergents.
- **AVION** : le ralentissement économique a affecté l'activité des compagnies aériennes et plus particulièrement celle du segment "General aviation". La demande de pneus en technologie radiale reste moins touchée.

Activité et résultats 2009

□ VENTES NETTES

Les ventes nettes s'établissent à 14 807 millions d'euros, en baisse limitée de 9,8 % à taux de change courants, par rapport à 2008.

Cette baisse traduit l'impact négatif (-14,8 %) des volumes en raison du recul historique des marchés du pneumatique. Ce recul a été sensiblement atténué par un effet de prix-mix toujours positif (+ 5,7 %), grâce à la fermeté de la politique de prix du Groupe, la résistance de la marque MICHELIN et un mix marchés remplacement/première monte favorable.

L'impact positif (+ 0,2 %) des parités de change résulte des évolutions favorables du dollar américain principalement et du yuan chinois et des impacts défavorables de la livre sterling et du peso mexicain.

□ RESULTATS

La marge opérationnelle du Groupe avant éléments non récurrents s'établit à 5,8 %, en légère amélioration par rapport à 2008 (5,6 %).

A 862 millions d'euros, le résultat opérationnel avant éléments non récurrents est en baisse de 6,3 %. Il est fortement pénalisé par le recul des volumes vendus, dont l'impact négatif (1 091 millions d'euros) est presque entièrement compensé par les effets de prix-mix fortement positifs (797 millions d'euros), l'amélioration structurelle de la compétitivité et l'impact favorable de la baisse des coûts des matières premières (318 millions d'euros). L'évolution des parités de change est légèrement défavorable (86 millions d'euros).

Le résultat net s'établit en bénéfice de 104 millions d'euros, après des charges de restructuration de 412 millions d'euros liées au projet de spécialisation de certaines activités industrielles en France, à la mise en œuvre d'un plan de réorganisation industrielle en Amérique du Nord, au plan de départ volontaire en France et à la fermeture du site d'Ota au Japon.



□ POSITION FINANCIERE NETTE

En 2009, le Groupe a généré un **cash flow libre positif de 1 387 millions d'euros**, en dépit d'une forte contribution aux fonds de pension. En 2008, le cash flow libre était négatif de 359 millions d'euros.

Cette amélioration est liée notamment à la qualité de la gestion du fonds de roulement, en particulier la maîtrise des stocks, et au pilotage des dépenses d'investissements, ramenées de 1 271 millions d'euros en 2008 à 672 millions d'euros.

Dans ce contexte, **le ratio d'endettement s'élève à 55 %**, niveau historiquement bas en amélioration de 29 points par rapport au 31 décembre 2008, et l'endettement financier net du Groupe, à 3 051 millions d'euros, recule de 1 222 millions d'euros sur l'année.

□ INFORMATION SECTORIELLE

| MILLIONS D'EUROS | VENTES NETTES | | RESULTAT OPERATIONNEL AVANT NON RECURRENTS | | MARGE OPERATIONNELLE AVANT NON RECURRENTS | |
|---|---------------|---------------|--|------------|---|---------------|
| | 2009 | 2008 | 2009 | 2008 | 2009 | 2008 |
| TOURISME CAMIONNETTE ET DISTRIBUTION ASSOCIEE | 8 280 | 8 668 | 661 | 370 | 8,0 % | 4,3 % |
| POIDS LOURD ET DISTRIBUTION ASSOCIEE | 4 496 | 5 433 | (69) | 138 | (1,5 %) | 2,5 % |
| ACTIVITES DE SPECIALITES | 2 031 | 2 307 | 270 | 412 | 13,3 % | 17,9 % |
| GROUPE | 14 807 | 16 408 | 862 | 920 | 5,8 % | 5,6 % |

▪ TOURISME CAMIONNETTE ET DISTRIBUTION ASSOCIEE

Les ventes nettes du segment Tourisme camionnette et distribution associée s'élèvent à 8 280 millions d'euros, en retrait de 4,5 % par rapport à 2008. L'effet volume, bien que négatif sur l'ensemble de l'année, s'améliore trimestre après trimestre. L'évolution favorable du prix-mix traduit l'effet des hausses de tarifs mises en œuvre en 2008, la bonne résistance de la marque MICHELIN et l'enrichissement du mix segment/indice de vitesse.

Le résultat opérationnel avant éléments non récurrents ressort à 661 millions d'euros, contre 370 millions d'euros en 2008. La reprise des volumes en fin d'année, notamment en pneus hiver, l'effet prix-mix toujours positif, la baisse des coûts de matières premières et l'amélioration de la flexibilité industrielle ont permis de porter la marge opérationnelle à 8,0 % contre 4,3 % en 2008.



▪ **POIDS LOURD ET DISTRIBUTION ASSOCIEE**

Les ventes nettes du segment Poids lourd et distribution associée s'élevaient à 4 496 millions d'euros, en baisse de 17,2 % par rapport à l'année précédente. Les volumes vendus, en recul significatif, reflètent la chute, puis la stabilisation des marchés. L'effet de la baisse des volumes n'a été que très partiellement compensé par le maintien d'une politique de prix extrêmement ferme.

Le résultat opérationnel avant éléments non récurrents, négatif de 163 millions d'euros au premier semestre en raison de la forte baisse des volumes dans un contexte de marchés dégradés, de la faible utilisation des capacités industrielles et de l'impact encore négatif du coût des matières premières, devient positif de 94 millions d'euros au second semestre grâce notamment à la bonne tenue des prix, à l'impact positif du coût des matières premières et à un meilleur taux d'utilisation des capacités. Sur l'année, le résultat opérationnel avant éléments non récurrents est négatif de 69 millions d'euros, correspondant à une marge de - 1,5 %.

▪ **ACTIVITES DE SPECIALITES**

Les ventes nettes du segment Activités de spécialités s'établissent à 2 031 millions d'euros, à comparer à 2 307 millions d'euros en 2008. Elles subissent le recul des volumes dans les segments première monte Génie civil, Infrastructure et Agricole, tandis que l'activité Mines offre une bonne résistance. Au second semestre, en application des clauses d'indexation sur les coûts de matières premières, certains barèmes de prix ont fait l'objet d'ajustements à la baisse.

La marge opérationnelle se maintient à un niveau élevé, à 13,3 %, à comparer à 17,9 % en 2008. La baisse des volumes vendus n'a été que partiellement compensée par l'effet toujours favorable du prix-mix en dépit du réajustement de certains tarifs indexés sur les cours de matières premières.

Compagnie Générale des Etablissements Michelin

La Compagnie Générale des Etablissements Michelin a réalisé un bénéfice de 116 millions d'euros pour l'exercice 2009.

Les comptes ont été présentés au Conseil de Surveillance qui s'est réuni le 8 février 2010. Les procédures d'audit ont été effectuées et le rapport d'audit est en cours d'émission.

Les Gérants du Groupe convoqueront une Assemblée générale des actionnaires le vendredi 7 mai 2010 à 9 heures à Clermont-Ferrand.

Les Gérants soumettront à l'approbation des actionnaires le versement d'un dividende de 1 euro par action, payable au choix de l'actionnaire, en numéraire ou en actions.



Faits marquants de 2009

- ❑ Projets de développement industriel dans les pays émergents (Chine, Inde, Brésil)
- ❑ Plan de réorganisation industrielle en Amérique du Nord et fermeture du site d'Opelika
- ❑ Spécialisation des sites de production en France et renforcement des activités de recherche et développement
- ❑ Annonce de l'arrêt de la production de pneumatiques à l'usine d'Ota au Japon
- ❑ Acquisition des participations dans Shanghai Michelin Warrior Tire Co. Ltd (SMWT)
- ❑ Lancement d'une campagne publicitaire MICHELIN pour la première fois au niveau mondial
- ❑ Avance confirmée dans le domaine des pneus à basse consommation de carburant
 - Les pneus MICHELIN Energy™ Saver et Primacy HP récompensés par l'ADAC
 - Millionième pneu MICHELIN Energy™ Saver livré à PSA Peugeot Citroën
 - Un nouveau pneu MICHELIN Energy™ Saver All-Season pour l'Amérique du Nord
- ❑ Trois nouveaux « J.D. Power Awards » pour Michelin aux Etats-Unis et un au Japon
- ❑ Elargissement de l'offre de pneus Poids lourd : nouvelles générations Michelin Durable Technologies
- ❑ Développement de l'activité rechapage en Amérique du Nord : Snider Tire Inc. rejoint le réseau Michelin Retread Technologies
- ❑ Extension des réseaux de distribution et services TyrePlus, Euromaster et Michelin Truck Service Center
- ❑ MICHELIN OmniBib, une offre complète au service de la productivité des exploitations agricoles
- ❑ Nouvelle réglementation européenne sur la performance des pneumatiques adoptée par le Parlement Européen le 10 mars 2009
- ❑ Structure financière renforcée grâce au placement d'un emprunt obligataire de 750 millions d'euros

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



PRESENTATION ET CONFERENCE CALL

Les résultats au 31 décembre 2009 seront commentés aux analystes et investisseurs lors d'une présentation accessible par conférence téléphonique, simultanément traduite en anglais ce jour (vendredi 12 février 2010) à 11h, heure de Paris (10h TU). Pour vous connecter, veuillez composer à partir de 10h50 l'un des numéros suivants :

- Depuis la France : 01 72 00 13 67
- Depuis le UK : 0808 238 1769
- Depuis le reste du monde : +44 808 238 1769
- Depuis les USA : +1 866 907 5925

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

CALENDRIER

- **Information trimestrielle au 31 mars 2010 :**
Jeudi 29 avril 2010 après Bourse
- **Ventes nettes et résultats au 30 juin 2010 :**
Vendredi 30 juillet 2010 avant 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) 1 45 66 11 07 +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 |
| Alban de Saint Martin +33 (0) 4 73 32 18 02 +33 (0) 6 07 15 39 71 (mobile) alban.de-saint-martin@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.

