

COMPAGNIE GENERALE DES ETABLISSEMENTS MICHELIN
Information financière au 30 juin 2011

Un 1^{er} semestre 2011 conforme à la feuille de route du groupe Michelin
Ventes nettes en croissance de 21 %, à 10,1 milliards d'euros
Résultat opérationnel à 971 millions d'euros et 9,6 % des ventes nettes
Résultat net en augmentation de 32 %

Objectifs 2011 : Volumes revus en hausse et profitabilité confirmée

- Volumes en augmentation de 12,6 %, traduisant la croissance soutenue des marchés sur le semestre et la bonne performance commerciale du Groupe.**
- Politique de prix qui a permis de totalement compenser à fin juin l'effet du renchérissement des matières premières.**
- Résultat opérationnel en hausse de 18 %, à 971 millions d'euros.**
- Avancement du plan d'investissement selon le calendrier prévu.**
- Cash flow libre reflétant l'effet du renchérissement des matières premières et la saisonnalité.**

Perspectives pour 2011

L'environnement au second semestre devrait être marqué par la poursuite de la croissance des marchés à un rythme plus proche des tendances long terme.

Dans ce contexte, le Groupe vise une augmentation de ses volumes pour l'ensemble de l'année de l'ordre de 8 %.

Michelin poursuit avec détermination sa politique de prix, visant à répercuter le renchérissement des matières premières. L'ensemble des augmentations mises en oeuvre ou annoncées à ce jour devrait permettre de compenser ce surcoût estimé à près de 1 800 millions d'euros en année pleine.

Compte tenu de l'effet du renchérissement des matières premières sur le besoin en fonds de roulement (de l'ordre de 400 à 500 millions d'euros sur l'année) et de l'accélération programmée des investissements, le *cash flow* libre devrait être temporairement négatif en 2011.

Michelin renouvelle son objectif pour 2011 d'un résultat opérationnel en croissance.



(EN MILLIONS D'EUROS)	1 ^{er} semestre 2011	1 ^{er} semestre 2010
VENTES NETTES	10 105	8 349
RESULTAT OPERATIONNEL AVANT ELEMENTS NON RECURRENTS	971	822
MARGE OPERATIONNELLE AVANT ELEMENTS NON RECURRENTS	9,6 %	9,8 %
TOURISME CAMIONNETTE ET DISTRIBUTION ASSOCIEE	10,2 %	10,8 %
POIDS LOURD ET DISTRIBUTION ASSOCIE	3,5 %	4,9 %
ACTIVITES DE SPECIALITES	20,2 %	17,1 %
RESULTAT OPERATIONNEL APRES ELEMENTS NON RECURRENTS	971	822
RESULTAT NET	667	504
INVESTISSEMENTS	554	251
ENDETTEMENT NET	2 319	3 428
RATIO D'ENDETTEMENT NET	27 %	53 %
CASH FLOW LIBRE ¹	(634)	(30)
EFFECTIF INSCRIT ²	114 200	110 100

¹ Cash flow libre :

Flux de trésorerie sur activités opérationnelles – flux de trésorerie d'investissements - autres

² En fin de période



Evolution des marchés de pneumatiques

Au cours du 1^{er} semestre 2011, la demande mondiale de pneumatiques a connu une solide croissance dans l'ensemble des zones géographiques. Après un 1^{er} trimestre en forte progression, le rythme de croissance se ralentit pour se rapprocher de ses tendances long terme. Le marché du 1^{er} semestre a été marqué par des hausses continues de tarifs de la part de l'ensemble des pneumaticiens dans un contexte de fort renchérissement des matières premières, ainsi que par un taux d'utilisation élevé des capacités de l'industrie.

□ TOURISME CAMIONNETTE

1er semestre 2011/2010	EUROPE*	AMERIQUE DU NORD	ASIE (HORS INDE)	AMERIQUE DU SUD	AFRIQUE/INDE/ MOYEN-ORIENT	TOTAL
Première monte	+ 8 %	+ 5 %	- 5 %	+ 8 %	+ 13 %	+ 2 %
Remplacement	+ 9 %	+ 1 %	+ 14 %	+ 10 %	+ 3 %	+ 7 %

* Y compris Russie et Turquie

▪ PREMIERE MONTE

- En Europe occidentale, le marché a été touché au 2^{ème} trimestre par les conséquences de la catastrophe naturelle au Japon, tandis que la demande en Europe orientale a poursuivi sa forte hausse.
- La demande en Amérique du Nord, qui avait redémarré au 1^{er} trimestre en ligne avec la reprise du marché des véhicules neufs, a subi au 2^{ème} trimestre l'effet du manque de pièces et composants en provenance du Japon pour les constructeurs automobiles.
- En Asie (hors Inde), la demande est en retrait de 5 % globalement. En Chine, le marché reste porteur (+ 3 %) en dépit des conséquences du tsunami japonais et de la fin des mesures gouvernementales de soutien de la demande automobile.
- En Amérique du Sud, les marchés du pneu profitent d'un nouveau record d'immatriculations d'automobiles et affichent une hausse de 8 %.

▪ REMPLACEMENT

- En Europe, la demande est en hausse de 9 % sur le semestre. Elle a été soutenue par un stockage partiel des distributeurs en anticipation des augmentations de tarifs en début d'année, et par la très bonne tenue du marché hiver.
- En Amérique du Nord, la demande s'accroît de 1 %, après un nombre record de pneus vendus au 1^{er} trimestre. Le renchérissement du carburant au 2^{ème} trimestre et la diminution des distances parcourues qu'il a provoquée, pèsent sur la demande de pneumatiques en fin de période. Les segments *recreational*, *commercial* et haut de gamme (indices de vitesse V et Z) contribuent à la hausse du marché.
- En Asie (hors Inde), les marchés sont en croissance de 14 %. La demande chinoise augmente de 20 %, avec un freinage en fin de semestre lié aux achats d'anticipation des distributeurs qui ont soutenu la demande en début d'année et au ralentissement de l'économie et de la consommation. Le marché



japonais est en forte hausse (+ 15 %), tiré par la reconstitution des stocks disparus lors de la catastrophe naturelle.

- En Amérique du Sud, les marchés du remplacement poursuivent leur hausse (+ 10 %). Le marché brésilien reste bien orienté (+ 7 %) en dépit du renchérissement du crédit mis en place par le gouvernement fédéral face aux poussées inflationnistes.

□ POIDS LOURD

1er semestre 2011/2010	EUROPE**	AMERIQUE DU NORD	ASIE (HORS INDE)	AMERIQUE DU SUD	AFRIQUE/INDE/ MOYEN-ORIENT	TOTAL
Première monte *	+ 61 %	+ 66 %	- 10 %	+ 22 %	+ 115 %	+ 17 %
Remplacement *	+ 18 %	+ 14 %	+ 9 %	+ 17 %	+ 11 %	+ 13 %

* Marché radial uniquement

** Y compris Russie et Turquie

Sur les marchés Poids lourd, la demande en pneus radiaux est en fort rebond dans toutes les zones géographiques, sur des bases de comparaison faibles dans les marchés matures, et particulièrement en première monte (+ 17 %).

▪ PREMIERE MONTE

- En Europe, le marché est en forte hausse (+ 61 %), avec une base de comparaison favorable au 1^{er} trimestre et des exportations soutenues de camions neufs.
- En Amérique du Nord, le marché connaît une croissance marquée (+ 66 %), reflétant le renouvellement du parc rendu nécessaire par l'âge moyen élevé des tracteurs (9 ans).
- En Asie (hors Inde), la demande est en retrait de 10 %, reflétant principalement le recul du marché chinois (- 12 %). Cette baisse en Chine résulte notamment du ralentissement des activités liées à la construction ainsi que du contrôle de l'accès au crédit.
- En Amérique du Sud, le marché est tiré notamment par l'anticipation de la mise en œuvre de nouvelles normes pour les camions et les projets d'infrastructures liés à l'organisation des Jeux Olympiques au Brésil en 2016.

▪ REMPLACEMENT

- En Europe, la croissance du marché (+ 18 %) a dépassé la hausse de l'activité de fret poids lourd (environ 2 % par an). Cette croissance a été soutenue notamment par un restockage des négociants dans un contexte d'annonces continues de hausses de prix par l'ensemble des manufacturiers et d'une certaine pénurie incitant les négociants à stocker. La croissance globale du marché masque l'effet des disparités de l'activité de fret entre l'Europe du Nord plus dynamique et l'Europe du Sud.
- En Amérique du Nord, le marché est en hausse de 14 %. Les tonnages transportés ont retrouvé leur niveau de 2007. Par ailleurs, les ventes aux distributeurs ont globalement suivi le rythme des ventes aux clients utilisateurs.
- Le marché d'Asie (hors Inde) poursuit sa croissance (+ 9 %) avec des évolutions contrastées par pays. En Chine, le marché en hausse de 10 % sur



le semestre a nettement freiné sa croissance au 2^{ème} trimestre, affecté par le ralentissement des activités liées à la construction et par les mesures de contrôle du crédit.

- En Amérique du Sud, la demande a connu une forte croissance (+ 17 %) dont le rythme s'est cependant ralenti au 2^{ème} trimestre, sans doute sous l'effet de mesures prises pour freiner l'inflation (augmentation des taux d'intérêts au Brésil).

□ PNEUMATIQUES DE SPECIALITES

- **GENIE CIVIL** : la forte croissance du secteur minier se confirme (supérieure à 10 %), tirée par le redémarrage des grands projets et la forte demande en minerais et en énergie. Des tensions commencent à réapparaître sur les disponibilités de pneumatiques. Le marché de premier équipement a connu un fort rebond sans toutefois encore atteindre le niveau exceptionnel de 2008. Le marché des pneumatiques destinés aux infrastructures et aux carrières continue à croître tant en Amérique du Nord qu'en Europe.
- **AGRICOLE** : la demande mondiale sur le marché du premier équipement s'est fortement redressée au 1^{er} semestre, tant en Amérique du Nord qu'en Europe, en particulier pour les engins de forte puissance. Le marché du remplacement a connu une forte progression en Amérique du Nord et continue à croître en Europe.
- **DEUX ROUES** : les marchés motorisés ont connu au 1^{er} semestre une progression en particulier en Amérique du Nord et en Amérique du Sud.
- **AVION** : en aviation commerciale, la croissance du trafic passagers se confirme ainsi que l'amélioration du taux de remplissage. L'activité *General Aviation* se redresse fortement et l'activité Militaire se maintient à un niveau comparable à 2010.

Activité et résultats du 1^{er} semestre 2011

□ VENTES NETTES

Les ventes nettes s'établissent à 10 105 millions d'euros, en progression de 21,0 % à taux de change courants par rapport à 2010.

L'impact positif (+ 12,6 %) des volumes traduit la bonne performance des parts de marché du Groupe, ainsi que la croissance des marchés comparés à 2010.

L'effet mix-prix positif (+ 9,0 %) correspond presque entièrement au maintien d'une politique de prix ferme et aux ajustements contractuels de prix. L'effet mix, neutre, combine l'effet défavorable pour le Poids lourd de la reprise des volumes plus accentuée en première monte et l'effet favorable, notamment en Tourisme camionnette, de l'amélioration des mix segment.

L'impact négatif (- 1,5 %) des parités de change résulte de l'appréciation de l'euro par rapport à la quasi-totalité des devises au 2^{ème} trimestre, notamment le dollar américain.



□ RESULTATS

Le résultat opérationnel du Groupe avant éléments non récurrents s'établit à 971 millions d'euros, soit 9,6 % des ventes nettes, contre 822 millions d'euros et 9,8 % au 1^{er} semestre 2010. Aucun élément non récurrent n'a été enregistré sur l'exercice.

L'amélioration de 149 millions d'euros du résultat opérationnel traduit principalement l'effet favorable de la hausse des volumes (+ 407 millions d'euros) et du prix-mix (+ 829 millions d'euros) dont 842 millions d'euros au titre des prix qui ont permis d'équilibrer entièrement dès fin juin l'effet du renchérissement des matières premières (- 848 millions d'euros). Elle comprend également l'effet de l'effort de croissance du Groupe (- 95 millions d'euros), l'inflation sur les coûts industriels (- 87 millions d'euros) et les gains de productivité (+ 78 millions d'euros).

Compte tenu des évolutions au 2^{ème} trimestre des parités monétaires et de l'implantation géographique du Groupe, les effets de change ont pesé pour 41 millions d'euros au 1^{er} semestre et pourraient atteindre dans les conditions de parités actuelles 150 millions d'euros environ sur l'année.

Le résultat net s'établit en bénéfice de 667 millions d'euros.

□ POSITION FINANCIERE NETTE

Sur le semestre, le Groupe a généré un **cash flow libre négatif de 634 millions d'euros**. Le renchérissement des matières premières a pesé à hauteur de 610 millions d'euros. Par ailleurs, la saisonnalité habituelle des activités de Michelin, liée à la préparation de la saison hiver, conduit à ce que le cash flow libre généré au 1^{er} semestre soit plus faible que celui généré au second semestre.

A fin juin 2011, **le ratio d'endettement s'élève à 27 %, correspondant à un endettement** financier net de 2 319 millions d'euros.

□ INFORMATION SECTORIELLE

MILLIONS D'EUROS	VENTES NETTES		RESULTAT OPERATIONNEL AVANT NON RECURRENTS		MARGE OPERATIONNELLE AVANT NON RECURRENTS	
	S1 2011	S1 2010	S1 2011	S1 2010	S1 2011	S1 2010
TOURISME CAMIONNETTE ET DISTRIBUTION ASSOCIEE	5 252	4 621	535	497	10,2 %	10,8 %
POIDS LOURD ET DISTRIBUTION ASSOCIEE	3 266	2 566	115	126	3,5 %	4,9 %
ACTIVITES DE SPECIALITES	1 587	1 162	321	199	20,2 %	17,1 %
GRUPE	10 105	8 349	971	822	9,6 %	9,8 %



▪ **TOURISME CAMIONNETTE ET DISTRIBUTION ASSOCIEE**

Les ventes nettes du segment Tourisme camionnette et distribution associée s'élevaient à 5 252 millions d'euros, en augmentation de 13,7 % par rapport à la même période de 2010. Les volumes de ventes s'établissent en croissance de 7,2 %, grâce à la bonne tenue de la marque MICHELIN et aux lancements de nouveaux produits (MICHELIN Pilot Super Sport, BFGoodrich® Rugged Terrain, ...). Sur le semestre, les ventes nettes sont également tirées par la politique de prix du Groupe. L'évolution du mix, légèrement positif, traduit les effets des croissances relatives des activités Première monte et Remplacement et ceux de l'amélioration continue du mix segment / indice de vitesse.

La forte augmentation des volumes, soutenue par la croissance de l'ensemble des marchés Tourisme camionnette et par la bonne performance de la marque MICHELIN, l'effet prix-mix largement positif face au renchérissement des matières premières et la bonne maîtrise des coûts industriels ont permis de porter le résultat opérationnel avant éléments non récurrents à 535 millions d'euros, soit 10,2 % des ventes nettes, contre 497 millions d'euros et 10,8 % au 1^{er} semestre 2010.

▪ **POIDS LOURD ET DISTRIBUTION ASSOCIEE**

Les ventes nettes du segment Poids lourd et distribution associée s'élevaient à 3 266 millions d'euros, en hausse de 27,3 % par rapport aux 6 premiers mois de 2010. Les volumes de ventes s'établissent en croissance de 15,6 %, soutenus par une bonne performance commerciale et au 1^{er} trimestre par des achats d'anticipation des augmentations de tarifs. Michelin a notamment bénéficié du lancement réussi de nouveaux produits et services.

Dans un contexte de forte hausse des coûts de matières premières que les hausses de tarifs n'ont pas entièrement compensée à fin juin, le résultat opérationnel avant éléments non récurrents ressort, malgré l'évolution négative des changes, à 115 millions d'euros ou 3,5 % des ventes nettes en raison de la croissance des volumes, plus forte en première monte qu'au remplacement.

▪ **ACTIVITES DE SPECIALITES**

Les ventes nettes du segment Activités de spécialités s'élevaient à 1 587 millions d'euros, en hausse de 36,6 % par rapport au 1^{er} semestre 2010. Les volumes des pneus de spécialités augmentent de 29,1 % dans un contexte de rebond rapide des marchés et de cours élevés des matières premières et des denrées agricoles. Les ventes nettes enregistrent l'effet favorable des clauses d'indexation.

A 321 millions d'euros ou 20,2 % des ventes nettes, le résultat opérationnel avant éléments non récurrents des Activités de spécialités se maintient à un niveau structurellement élevé, comparé à 199 millions d'euros et 17,1 % des ventes nettes au 1^{er} semestre 2010. La hausse des tonnages vendus (+ 29,1 %), la contribution significative de l'activité Génie civil et les ajustements contractuels à la hausse des prix ont largement compensé l'impact défavorable des variations de change.



Compagnie Générale des Etablissements Michelin

La Compagnie Générale des Etablissements Michelin a réalisé un bénéfice de 276 millions d'euros pour le 1^{er} semestre de 2011.

Les comptes ont été présentés au Conseil de Surveillance qui s'est réuni le 25 juillet 2011. Les procédures d'audit ont été effectuées et le rapport d'audit a été émis à la même date.



Faits marquants du 1^{er} semestre 2011

- ❑ **Michelin poursuit sa stratégie de hausses de prix face au renchérissement des matières premières**
- ❑ **Le groupe Michelin signe un protocole d'accord avec les groupes Double Coin et Huayi**
- ❑ **En Amérique du Nord, Michelin investit 200 millions de dollars dans l'usine de Lexington, en Caroline du Sud, pour augmenter ses capacités de production Tourisme camionnette**
- ❑ **Lancement du nouveau pneu MICHELIN Pilot Super Sport, étudié pour les berlines sportives**
- ❑ **Lancement en Chine du nouveau pneu Michelin Energy™ XM2 spécialement étudié pour les conditions d'usage des pays BRIC**
- ❑ **Michelin lance en Europe la gamme Poids lourd MICHELIN X® MultiWay™3D**
- ❑ **Le premier avion commercial chinois, le COMAC C919, choisit Michelin pour l'équipement de ses pneumatiques**

La liste complète des Faits marquants du 1^{er} semestre 2011 est disponible sur le site Internet du Groupe : www.michelin.com/corporate/finance



PRESENTATION ET CONFERENCE CALL

Les résultats au 30 juin 2011 seront commentés aux analystes et investisseurs lors d'une présentation en anglais accessible par conférence téléphonique, simultanément traduite en français ce jour (vendredi 29 juillet 2011) 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 70 77 09 32 (en français)
- Depuis la France 01 70 77 09 41 (en anglais)
- Depuis le Royaume-Uni 0203 367 9462 (en anglais)
- Depuis les USA +1 866 907 5925 (en anglais)
- Depuis le reste du monde +44 203 367 9462 (en anglais)

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

CALENDRIER

- **Information trimestrielle au 30 septembre 2011 :**
Mercredi 26 octobre 2011 après Bourse
- **Ventes nettes et résultats au 31 décembre 2011 :**
Vendredi 10 février 2012 avant Bourse

MISE A DISPOSITION DU RAPPORT FINANCIER SEMESTRIEL 2011

Le rapport financier semestriel 2011 portant sur les comptes clos le 30 juin 2011 est disponible sur le site Internet : www.michelin.com/corporate - rubrique Finance - Information réglementée.

Il a également été déposé auprès de l'Autorité des Marchés Financiers (AMF).

Ce document comprend notamment :

- le rapport d'activité au 30 juin 2011,
- les comptes consolidés et annexes aux comptes consolidés,
- le rapport des commissaires aux comptes sur l'information financière semestrielle 2011.

Relations Investisseurs	Relations Presse
Valérie Magloire +33 (0) 1 78 76 45 37 +33 (0) 6 76 21 88 12 (mobile) valerie.magloire@fr.michelin.com	Corinne Meutey +33 (0) 1 78 76 45 27 +33 (0) 6 08 00 13 85 (mobile) corinne.meutey@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	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.

