

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

**1<sup>er</sup> semestre 2014 :**

**Solide résultat opérationnel avant éléments non récurrents de 1 159 millions d'€, à périmètre et parités constants en hausse de 16 %**

**Marge opérationnelle avant non récurrents : 12 % des ventes nettes**

**Résultat net de 624 millions d'€, en progression de 23 %**

- **Hausse de la performance opérationnelle du Groupe en ligne avec les objectifs**
  - **A mi-parcours, le plan de compétitivité 2012-2016 atteint 60 % de son objectif.**
- **Maitrise du positionnement Prix**
  - **Effet Prix-mix/matières premières de 182 millions d'€, meilleur qu'attendu,**
  - **Volumes en hausse de 1,9 %, dans un contexte de ralentissement de la croissance des marchés au deuxième trimestre, notamment en Poids lourd et, comme annoncé, en Génie civil.**
- **Cash flow libre en ligne avec la saisonnalité habituelle**
  - **Investissements de 703M€.**

**Jean-Dominique Senard a déclaré : " Dans un environnement concurrentiel resté soutenu tout au long du semestre, le groupe Michelin a atteint son objectif d'une nouvelle amélioration de sa performance, avec une hausse de près de 200 millions d'€ du résultat opérationnel à périmètre et change constants. Un flux continu d'innovations saluées par les constructeurs, une politique industrielle responsable et ambitieuse ont permis à la marque Michelin de maintenir ses positions mondiales à la pointe de la mobilité."**

□ **Perspectives confirmées pour 2014**

**Au second semestre, la demande mondiale de pneumatiques Tourisme camionnette et Poids lourd devrait rester porteuse dans les pays matures et en Chine. En revanche, les autres nouveaux marchés affichent un ralentissement, en particulier en première monte. En parallèle, pour les marchés de pneus Génie civil, le segment Première monte devrait poursuivre son amélioration sensible, tandis que, pour le segment des pneus miniers, le déstockage devrait se prolonger d'ici la fin de l'année, le 4<sup>ème</sup> trimestre bénéficiant d'un effet de base favorable.**

**Pour 2014, le Groupe vise une augmentation de sa marge brute unitaire, en conservant un équilibre positif entre mix, politique de prix et coût des matières premières.**

**Dans cet environnement, Michelin maintient sa perspective de croissance des volumes autour de 3 %, en ligne avec les marchés pour l'année 2014. Le Groupe confirme son objectif d'un résultat opérationnel avant éléments non récurrents en croissance hors effets devises, 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 MILLIONS D'EUROS)	1 <sup>er</sup> semestre 2014	1 <sup>er</sup> semestre 2013
VENTES NETTES	<b>9 673</b>	<b>10 159</b>
RESULTAT OPERATIONNEL AVANT ELEMENTS NON RECURRENTS	<b>1 159</b>	<b>1 153</b>
MARGE OPERATIONNELLE AVANT ELEMENTS NON RECURRENTS	<b>12,0 %</b>	<b>11,3 %</b>
TOURISME CAMIONNETTE ET DISTRIBUTION ASSOCIEE	<b>11,4 %</b>	<b>10,3 %</b>
POIDS LOURD ET DISTRIBUTION ASSOCIEE	<b>7,7 %</b>	<b>6,5 %</b>
ACTIVITES DE SPECIALITES	<b>21,8 %</b>	<b>23,3 %</b>
RESULTAT OPERATIONNEL APRES ELEMENTS NON RECURRENTS	<b>1 072</b>	<b>903</b>
RESULTAT NET	<b>624</b>	<b>507</b>
RESULTAT PAR ACTION (en €)	<b>3,34</b>	<b>2,76</b>
INVESTISSEMENTS	<b>703</b>	<b>762</b>
ENDETTEMENT NET	<b>892</b>	<b>1 114</b>
RATIO D'ENDETTEMENT NET	<b>9 %</b>	<b>12 %</b>
DETTE SOCIALE	<b>4 025</b>	<b>4 110</b>
CASH FLOW LIBRE <sup>1</sup>	<b>-243</b>	<b>147</b>
EFFECTIF INSCRIT <sup>2</sup>	<b>111 700</b>	<b>113 200</b>

<sup>1</sup> Cash flow libre :

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

<sup>2</sup> En fin de période



## Evolution des marchés de pneumatiques

### □ TOURISME CAMIONNETTE

1 <sup>er</sup> semestre 2014/2013 (en nombre de pneus)	EUROPE*	AMERIQUE DU NORD	ASIE (HORS INDE)	AMERIQUE DU SUD	AFRIQUE INDE MOYEN-ORIENT	TOTAL
Première monte	+ 6 %	+ 3 %	+ 7%	- 18 %	- 3 %	+ 4 %
Remplacement	+ 4 %	+ 6 %	+ 6 %	+ 4 %	+ 4 %	+ 5 %

2 <sup>e</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 %	+ 2 %	+ 6 %	- 24 %	+ 5 %	+ 3 %
Remplacement	+ 2 %	+ 4 %	+ 1 %	+ 3 %	+ 5 %	+ 2 %

\* Y compris Russie et Turquie

#### ▪ PREMIERE MONTE

- En Europe, la demande, en hausse de 6 %, combine une croissance de 7 % en Europe de l'Ouest par rapport à un marché faible au début de 2013, et un recul de 5 % en Europe orientale liés aux difficultés géopolitiques.
- Le marché en Amérique du Nord, toujours porteur, progresse de 3 %, soutenu par la hausse continue des ventes de véhicules depuis 2012.
- En Asie (hors Inde), la demande est globalement en hausse de 7 %. En Chine, le marché reste bien orienté (+ 10 %). La demande au Japon a été poussée par les anticipations d'achats avant la hausse de TVA du 1<sup>er</sup> avril, avec un contrecoup limité au 2<sup>ème</sup> trimestre. Le marché de l'Asie du Sud-Est (- 8 %) reste affecté par le contexte politique thaïlandais.
- En Amérique du Sud, la demande en forte baisse (- 18 %) reflète le recul des ventes de véhicules sous l'effet de la Coupe du Monde de football et plus particulièrement accentué en Argentine dans un contexte de hausse des taxes, de restriction des importations et de dévaluation du peso.

#### ▪ REMPLACEMENT

- En Europe, le marché est en hausse de 4 % sur le semestre. En Europe de l'Ouest, il progresse de 7 %, avec une base de comparaison favorable et les stocks des distributeurs s'établissent à des niveaux normatifs, en ligne avec les volumes de marché. Sur le mois de juin, la croissance du marché correspond en totalité à la hausse du segment hiver marqué en juin par des ventes d'anticipation soutenues auxquelles le Groupe n'a pas participé. En Europe orientale, le marché recule de 10 % du fait des situations politique et économique en Russie et en Ukraine.
- En Amérique du Nord, le marché, en augmentation de 6 %, reflète principalement la hausse des importations de pneus. La demande de pneumatiques reste néanmoins soutenue par le prix modéré des carburants et la confiance des ménages dans un contexte économique toujours bien orienté.
- En Asie (hors Inde), la demande progresse globalement de 6 %. Le marché chinois augmente de 9 %, avec un léger ralentissement au 2<sup>ème</sup> trimestre (+ 5 %). Le marché japonais augmente de 5 %, les ventes du 1<sup>er</sup> trimestre ayant profité de la perspective de hausse de TVA. La demande en Asie du Sud-Est bénéficie de la forte hausse des



marché indonésien (+ 7 %) et thaïlandais (+ 6 %, faisant suite au programme *First car owner*).

- En Amérique du Sud, le marché est en hausse de 4 %, tiré par la demande au Brésil en Colombie et dans les pays d'Amérique centrale.

#### □ POIDS LOURD (radial & bias)

1 <sup>er</sup> semestre 2014/2013 (en nombre de pneus)	EUROPE*	AMERIQUE DU NORD	ASIE (HORS INDE)	AMERIQUE DU SUD	AFRIQUE INDE MOYEN-ORIENT	TOTAL
Première monte	- 7 %	+ 10 %	+ 4 %	- 9 %	- 3 %	+ 1 %
Remplacement	+ 6 %	+ 9 %	+ 2 %	- 3 %	+ 1 %	+ 3 %

2 <sup>e</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 %	+ 13 %	- 5 %	- 21 %	- 4 %	- 4 %
Remplacement	+ 2 %	+ 9 %	+ 0 %	- 6 %	- 3 %	+ 0 %

\* Y compris Russie et Turquie

#### ▪ PREMIERE MONTE

- En Europe, le marché est en recul de 7 % sur le semestre, avec une baisse plus prononcée au 2<sup>ème</sup> trimestre. En Europe de l'Ouest, la demande, soutenue au 1<sup>er</sup> trimestre (+ 8 %) par les achats de camions en anticipation de la norme Euro VI se replie au 2<sup>ème</sup> trimestre (- 4 %), même si les ventes de remorques affichent un bon dynamisme. La crise ukrainienne et le moindre dynamisme économique expliquent la chute des ventes de véhicules neufs en Russie et celle du marché pneumatique (- 36 %).
- En Amérique du Nord, le marché est en forte croissance de 10 %, avec une hausse accentuée du segment Class 8 et un niveau historique des commandes de remorques.
- En Asie (hors Inde), la demande radial et *bias* augmente de 4 %. En Chine, dans un contexte de ralentissement de la croissance de l'économie, le marché est en hausse de 6 % avec une nette décélération au 2<sup>ème</sup> trimestre. En Asie du Sud-Est, le marché a chuté de 23 % compte tenu d'un 1<sup>er</sup> semestre 2013 en très forte croissance et de la crise politique thaïlandaise. Au Japon, la demande de pneus (+ 21 %) profite de la forte hausse des exportations de véhicules poids lourds favorisées par la devise.
- En Amérique du Sud, le marché total recule de 9 %, 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 6 %. La demande en Europe de l'Ouest (+ 9 %) traduit une progression continue sur des bases plus faibles au 1<sup>er</sup> trimestre (+ 16 %) qu'au second (+ 3 %). En revanche, la demande connaît un ralentissement qui s'accroît en Europe orientale (+ 2 %) et en Turquie (- 6 %).
- En Amérique du Nord, le marché s'établit en croissance de 9 % sur le semestre, avec une forte demande de transport qui retrouve son niveau d'avant crise et bénéficie aux pneus importés.
- Les marchés d'Asie (hors Inde) sont en hausse de 2 %, avec des situations contrastées selon les marchés. En Chine, le marché reste atone (+ 1 % au 1<sup>er</sup> trimestre et + 0 % au 2<sup>ème</sup>) face au léger ralentissement économique du pays. En Asie du Sud-Est, le dynamisme de la demande en Indonésie compense l'instabilité du marché thaïlandais.



Au Japon, le marché subit au 2<sup>ème</sup> trimestre le contrecoup des achats d'anticipation qui avaient précédé la hausse de TVA.

- En Amérique du Sud, le marché radial et *bias* est en retrait de 3 %. Le repli du 2<sup>ème</sup> trimestre (- 6%) est annonciateur d'un marché plus difficile au 2<sup>nd</sup> semestre en raison de l'environnement économique et social d'une part et des perspectives favorables pour le rechapage avec l'arrivée des carcasses des pneus radial neufs vendus en nombre en 2013.

#### □ PNEUMATIQUES DE SPECIALITES

- **GENIE CIVIL** l'activité d'extraction minière reste globalement en croissance. Cependant, et depuis le 4<sup>ème</sup> trimestre 2013, le marché des pneumatiques pour les mines est en baisse par rapport à l'année précédente, pénalisé par la réduction des stocks des compagnies minières. Les marchés du 1<sup>er</sup> équipement sont en reprise au 1<sup>er</sup> semestre dans les zones matures. Ils bénéficient de la hausse de la production de machines dans un contexte de stocks faibles chez les constructeurs et leurs concessionnaires. Les marchés des pneumatiques destinés aux infrastructures et aux carrières sont en augmentation dans les pays matures grâce notamment à un niveau plus faible de stock de la distribution.
- **AGRICOLE** : la demande mondiale sur le marché du 1<sup>er</sup> équipement recule dans les zones matures, pénalisée par le renouvellement important du parc au cours des dernières années et par les modifications de la politique de soutien du secteur aux Etats-Unis (réduction des incitations fiscales). Le marché du remplacement est en reprise en Europe mais toujours en retrait en Amérique du Nord, affecté par l'attentisme des utilisateurs dans un contexte d'incertitude sur leurs revenus futurs.
- **DEUX-ROUES** : les marchés Moto s'établissent en hausse en Europe et en repli en Amérique du Nord, où ils ont souffert des conditions météorologiques au 1<sup>er</sup> trimestre.
- **AVION** : Le marché pour les avions commerciaux est en progression.

### Activité et résultats du 1<sup>er</sup> semestre 2014

#### □ VENTES NETTES

Compte tenu d'un effet de change défavorable de 457 millions d'€ et d'un écart de périmètre de - 58 millions d'€, les **ventes nettes s'établissent à 9 673 millions d'€**, contre 10 159 millions d'€ au 1<sup>er</sup> semestre 2013.

Dans un contexte de cours de matières premières incertain, le Groupe a recherché un pilotage serré de ses prix, tout en assurant une légère hausse des volumes (+ 1,9 %).

Ainsi, l'effet prix-mix négatif s'élève à - 169 millions d'€ (- 1,6 %). Il intègre, à hauteur de - 244 millions d'€, l'effet combiné des ajustements contractuels de prix à la baisse, liés à l'indexation sur les matières premières, et des repositionnements pilotés de prix, dans un environnement de baisse des cours de matières premières. Il comprend également, à hauteur de 75 millions d'€, l'effet de l'amélioration continue du mix liée à la stratégie premium dans le segment 17 pouces et plus.

#### □ RESULTATS

**Le résultat opérationnel du Groupe avant éléments non récurrents s'établit à 1 159 millions d'€, soit 12,0 % des ventes nettes**, contre 1 153 millions d'€ et 11,3 % publiés au 1<sup>er</sup> semestre 2013. Les éléments non récurrents de 87 millions d'€ correspondent pour l'essentiel aux frais de restructuration liés aux projets d'amélioration de la compétitivité industrielle au Canada et en Hongrie.



Hormis l'effet des variations de change (- 173 millions d'€), le résultat opérationnel avant éléments non récurrents enregistre un effet favorable de 182 millions d'€, meilleur qu'attendu, entre l'effet Prix-mix (- 169 millions d'€) et l'impact favorable de la baisse des matières premières (+ 351 millions d'€). Il comprend également l'impact de la légère hausse des volumes (+ 68 millions d'€), les effets du plan de compétitivité (+ 127 millions d'€) conformes au plan de marche, l'inflation des coûts de production et autres frais (- 126 millions d'€), ainsi que l'évolution de dépenses liées notamment au nouvel outil de pilotage de l'entreprise, frais de démarrage et frais dans les nouveaux marchés.

**Le résultat net s'établit en bénéfice de 624 millions d'€.**

#### □ POSITION FINANCIERE NETTE

Au 1<sup>er</sup> semestre, le **cash flow libre s'établit à - 243 millions d'€**, en ligne avec les objectifs annuels du Groupe, compte tenu de la saisonnalité. Les investissements s'élèvent à 703 millions d'€.

Au 30 juin 2014, prenant en compte le *cash flow* libre négatif et le versement des dividendes, **le ratio d'endettement net s'élève à 9 %**, correspondant à un endettement financier net de 892 millions d'€, contre 2 % et 142 millions d'€ à fin décembre 2013.

#### □ INFORMATION SECTORIELLE

MILLIONS D'€	VENTES NETTES		RESULTAT OPERATIONNEL AVANT NON RECURRENTS		MARGE OPERATIONNELLE AVANT NON RECURRENTS	
	S1 2014	S1 2013	S1 2014	S1 2013	S1 2014	S1 2013
TOURISME CAMIONNETTE ET DISTRIBUTION ASSOCIEE	<b>5 167</b>	<b>5 321</b>	<b>588</b>	<b>550</b>	<b>11,4 %</b>	<b>10,3 %</b>
POIDS LOURD ET DISTRIBUTION ASSOCIEE	<b>2 927</b>	<b>3 121</b>	<b>226</b>	<b>203</b>	<b>7,7 %</b>	<b>6,5 %</b>
ACTIVITES DE SPECIALITES	<b>1 579</b>	<b>1 717</b>	<b>345</b>	<b>400</b>	<b>21,8 %</b>	<b>23,3 %</b>
GRUPE	<b>9 673</b>	<b>10 159</b>	<b>1 159</b>	<b>1 153</b>	<b>12,0 %</b>	<b>11,3 %</b>

#### ▪ TOURISME CAMIONNETTE ET DISTRIBUTION ASSOCIEE

Les ventes nettes du secteur opérationnel Tourisme camionnette et distribution associée s'élèvent à 5 167 millions d'€, contre 5 321 millions d'€ pour la même période de 2013. Hormis l'effet défavorable des parités (- 4 %), elles augmentent de 1,1%.

Le résultat opérationnel avant éléments non récurrents s'est ainsi établi à 588 millions d'€ soit 11,4 % des ventes nettes, contre 550 millions d'€ et 10,3 % pour le 1<sup>er</sup> semestre 2013.

Outre l'effet des parités, cette progression reflète principalement un effet prix/mix positif par rapport à la baisse des cours de matières premières, suivant la politique de pilotage serré des prix. L'amélioration continue du mix est soutenue par le succès de la stratégie dans le segment 17 pouces et plus et la progression des volumes (+ 2,4 %).



- **POIDS LOURD ET DISTRIBUTION ASSOCIEE**

Les ventes nettes du secteur opérationnel Poids lourd et distribution associée s'élèvent à 2 927 millions d'€, contre 3 121 millions d'€ pour les 6 premiers mois 2013. Elles subissent à hauteur de - 5,4 %, l'effet défavorable des parités monétaires.

Le résultat opérationnel avant éléments non récurrents s'élève à 226 millions d'€, représentant 7,7 % des ventes nettes, à comparer à 203 millions d'€ et 6,5 % des ventes nettes au 1<sup>er</sup> semestre 2013.

En ligne avec la poursuite du redressement de la rentabilité, cette amélioration traduit l'impact des parités, l'augmentation des volumes vendus (+ 2,4 %) , la stricte gestion des coûts industriels et frais généraux et surtout, la bonne résistance des prix dans un environnement concurrentiel lié à la baisse des cours de matières premières.

- **ACTIVITES DE SPECIALITES**

Les ventes nettes du secteur opérationnel des Activités de spécialités s'élèvent à 1 579 millions d'€, en retrait de 8,0 % par rapport au 1<sup>er</sup> semestre 2013 en incluant l'impact négatif des changes (- 4,6 %).

Le résultat opérationnel avant éléments non récurrents se maintient à un niveau structurellement élevé, à 345 millions d'€ soit 21,8 % des ventes nettes, contre 400 millions d'€ et 23,3 % pour le 1<sup>er</sup> semestre 2013 et 245 millions d'€ et 17,3 % pour le 2<sup>nd</sup> semestre 2013.

L'évolution du résultat opérationnel ci-dessus provient des ajustements de prix liés aux clauses d'indexation dans un contexte de baisse des matières premières, des variations de change et des volumes en retrait de 1,8 %, le recul sur le segment minier n'étant pas compensé en totalité par la croissance sur les autres segments

## **Compagnie Générale des Etablissements Michelin**

La Compagnie Générale des Etablissements Michelin a réalisé un bénéfice de 540 millions d'€ pour le 1<sup>er</sup> semestre de 2014.

Les comptes ont été présentés au Conseil de Surveillance qui s'est réuni le 24 juillet 2014. Les procédures d'audit ont été effectuées et le rapport d'audit a été émis en date du 28 juillet 2014.



## Faits marquants du 1<sup>er</sup> semestre 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)
- ❑ Lancement du nouveau pneu hiver pour automobiles, le MICHELIN Alpin 5 (4 février 2014)
- ❑ Le pneu MICHELIN Pilot Road 4, le dernier né de la gamme 2 Roues moto (février 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 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)
- ❑ Grâce à son réseau de fournisseurs de services en Amérique du Nord, Michelin offre aux flottes Michelin Truck Care, un service de maintenance de qualité (4 avril 2014)
- ❑ Michelin inaugure sa première usine destinée à produire du caoutchouc composite à Hat Yai en Thaïlande (avril 2014)
- ❑ Michelin envisage de reconfigurer sa présence industrielle en Hongrie et annonce le projet de fermeture de son usine de production de pneumatiques Poids lourd de Budapest, en Hongrie (6 mai 2014)
- ❑ Le nouveau pneumatique MICHELIN X-STRADDLE 2 : encore plus de sécurité et de productivité pour les activités portuaires (14 mai 2014)
- ❑ La politique de développement durable du Groupe - 20 parties prenantes, acteurs influents de la société civile invités par Michelin à Clermont-Ferrand (13 - 14 mai 2014)
- ❑ Michelin annonce son intention d'acquérir Sascar, leader brésilien de la gestion digitale de flotte (9 juin 2014)
- ❑ Michelin et Audi remportent la 82<sup>ème</sup> édition des 24 Heures du Mans (14 - 15 juin 2014)

La liste complète des Faits marquants du 1<sup>er</sup> semestre 2014 est disponible sur le site Internet du Groupe : <http://www.michelin.com/fre>



## PRESENTATION ET CONFERENCE CALL

Les résultats au 30 juin 2014 seront commentés aux analystes et investisseurs lors d'une présentation en anglais accessible par conférence téléphonique, simultanément traduite en français ce jour (mardi 29 juillet 2014) à 11h, heure de Paris (9h TU). Pour vous connecter, veuillez composer à partir de 10h50 l'un des numéros suivants :

- Depuis la France 01 70 77 09 23 (en français)
- Depuis la France 01 70 77 09 43 (en anglais)
- Depuis le Royaume-Uni (0) 203 367 9457 (en anglais)
- Depuis l'Amérique du Nord (+1) 866 907 5928 (en anglais)
- Depuis le reste du monde +44 (0) 203 367 9457 (en anglais)

La présentation des résultats du 1<sup>er</sup> semestre 2014 peut être consultée sur le site <http://www.michelin.com/fre>, ainsi que des informations pratiques relatives à cette conférence téléphonique.

## CALENDRIER

- **Information trimestrielle au 30 septembre 2014 :**  
Mercredi 22 octobre 2014 après Bourse
- **Ventes nettes et résultats au 31 décembre 2014 :**  
Mardi 10 février 2015 avant Bourse

## MISE A DISPOSITION DU RAPPORT FINANCIER SEMESTRIEL 2014

Le rapport financier semestriel 2014 portant sur les comptes clos le 30 juin 2014 est disponible sur le site Internet :

<http://www.michelin.com/fre>

Il a également été déposé auprès de l'Autorité des marchés financiers (AMF).

Ce document comprend notamment :

- le rapport d'activité au 30 juin 2014,
- les comptes consolidés et annexes aux comptes consolidés,
- le rapport des commissaires aux comptes sur l'information financière semestrielle 2014.

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.***

