



Horizonte

AUSGABE 04
JUNI 2010

BRIEF AN DIE AKTIONÄRE VON MICHELIN

DOSSIER

Grading: Tiefgreifende Neuerung für den Reifen

Seiten 4-5

EDITORIAL



Sehr geehrte Damen und Herren, Sehr geehrte Aktionäre,

vor dem Hintergrund eines Rückgangs unserer Märkte in einem historischen Ausmaß, konnte sich die Michelin Gruppe im vergangenen Geschäftsjahr auf herausragende Weise behaupten. Ich darf Ihnen nun die längerfristigen Aussichten skizzieren.

Erstens: **Unsere Geschäftstätigkeit erfolgt auf einem Markt, der erhebliche Wachstumschancen hat**, denn die Zahl der Fahrzeuge wird sich bis 2030 schätzungsweise verdoppeln.

Zweitens: Der Schwerpunkt des Wachstums im Straßenverkehr hat sich nach Asien und Lateinamerika verschoben. Diese Märkte erfahren erhebliche Zuwachsraten, dort steht das Auto für den Zugang zur Straßenmobilität, während das Transportwesen eine Hebelwirkung auf das Wachstum ausübt. In diesen Ländern stellen unsere Kunden dieselben Anforderungen an ihre Reifen wie in den „reifen“ Märkten. Michelin wird mit gezielten Projekten auch auf diesen Märkten präsent sein.

In den westeuropäischen und nordamerikanischen Ländern wird das Wachstum schwach ausgeprägt sein, unsere Kunden erwarten dort jedoch mehr Leistung, mehr Service und einen höheren Beitrag zur Schonung der Umwelt.

Die Entwicklung des Transportwesens, die umweltrelevanten Anforderungen sowie vielfache Vorschriften und Richtlinien öffnen uns neue Chancen, um unsere technologische Führerschaft - unsere Leadership - noch stärker zu behaupten.

Und drittens: Weltweit werden wir auch in Zukunft die Aufmerksamkeit darauf lenken, dass unsere Reifen länger halten, sicherer sind, Sprit sparen und somit den CO₂-Ausstoß reduzieren.

Unsere Leadership verdanken wir unsere Innovationsfähigkeit und unserem technologischen Vorsprung, die vielfach anerkannt sind.

Damit wird deutlich, sehr geehrte Aktionäre, dass wir langfristig zuversichtlich sind, denn unser Unternehmen hat seine Anpassungsfähigkeit und seine Stärken unter Beweis gestellt.

Michel Rollier,
Geschäftsführer

„ Mit Zuversicht ins Jahr 2010 “



Jean-Dominique Senard,
Geschäftsführer

Welches sind die größten Herausforderungen, denen sich Michelin in der Wirtschaftskrise 2009 stellen musste?

Die Wirtschaftskrise, die praktisch alle Länder der Welt in Mitleidenschaft gezogen hat, hat von den Mitarbeiterteams bei Michelin beispiellose Anstrengungen zur Anpassung

abverlangt. Zunächst haben sie sich auf einen äußerst drastischen Rückgang der Reifenmärkte einstellen müssen, dann musste auch die Leistung der Gruppe gesteuert werden, ohne die strategischen Ziele zu ändern; und schließlich ging es darum, das wirtschaftliche Gleichgewicht des Unternehmens Michelin zu wahren.

Wie ist es Ihnen gelungen, die Verschuldung der Gruppe auf das bisher niedrigste Niveau der Unternehmensgeschichte zu verringern?

Wir haben auf allen Ebenen des Unternehmens, insbesondere bei der Lenkung der Lagerbestände und der Investitionen, eine straffere Steuerung der Geschäftsabwicklung eingeführt. Dadurch konnte ein sehr hoher Free Cash Flow erzeugt werden,

den wir für die Reduzierung der Verbindlichkeiten genutzt haben. Vor diesem Hintergrund betrachten wir das Jahr 2010 mit Zuversicht und konnten in der Hauptversammlung auch vorschlagen, eine gleich hohe Dividende wie im letzten Jahr, nämlich 1 Euro je Aktie, auszuschütten.

Zeichnen sich für 2010 erste Aufwärtstrends ab?

Die wirtschaftliche Entwicklung verläuft je nach Weltregion unterschiedlich. In Asien und Südamerika verzeichnen die Reifenmärkte starke Zuwächse, während sich die Wachstumsaussichten auf den Märkten in den reifen Ländern, insbesondere in Europa, noch bekräftigen müssen. Eine weitere Belastung ist auch der starke Anstieg bei den Rohstoffpreisen. Obwohl sich ein Aufschwung in

unserer Branche deutlich abzeichnet, werden wir zusammen mit unseren engagierten Teams die straffe Steuerung, die sich bewährt hat, fortsetzen.

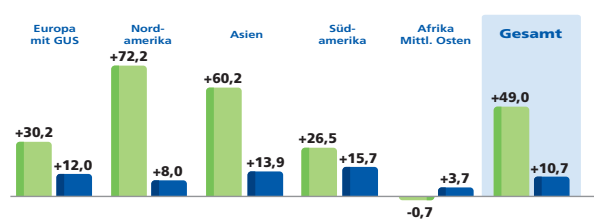
Welches sind angesichts dieser Entwicklung die Aussichten für das Gesamtjahr 2010?

In Märkten, die noch unter dem Niveau von 2007 liegen, dürfte eine Zunahme unseres Absatzvolumens um etwa 10 % möglich sein. Vor dem Hintergrund steigender Rohstoffpreise werden wir unsere Preispolitik mit Entschlossenheit, Reaktivität und Feingefühl umsetzen. Unsere Investitionen werden wieder auf unsere Bedürfnisse und unsere Wachstumsziele abgestimmt, und schließlich halten wir an unserem Ziel eines positiven Free Cash Flow fest.

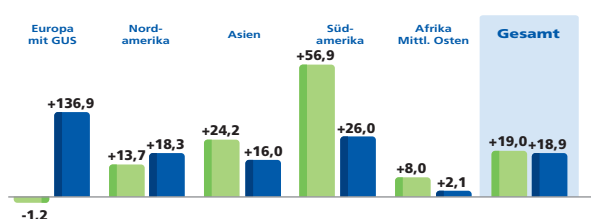
Erstes Quartal 2010: Nettoverkäufe in Höhe von 3,9 Milliarden Euro, das entspricht einem Zuwachs von +12,2 %

Reifenmärkte Stand 31. März 2010 – Q1 2010 / Q1 2009 in %

• Pkw-/Leicht-Lkw



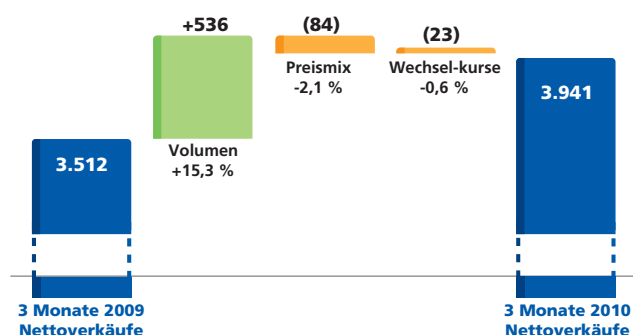
• Lkw



Spürbarer Aufschwung auf allen Reifenmärkten, mit Ausnahme des europäischen Lkw-Erstausrüstungsmarktes (bei günstigen Vergleichsbedingungen)

Erstausrüstung
Ersatzmarkt

• Nettoverkäufe



Das Verkaufsvolumen stieg im 1. Quartal 2010 um 15,3 %, wobei die Zunahme zum Quartalsende hin stärker ausgeprägt war. Diese Entwicklung ist darauf zurückzuführen, dass sich die Marktanteile der Michelin Gruppe gut behaupten konnten.

Der Preismix ging um 2,1 % zurück, was folgende Entwicklung aufzeigt: Einerseits ist der Absatz in der Erstausrüstung höher als auf dem Ersatzmarkt; andererseits sind insbesondere im Bereich Spezialreifen Vertragsbedingungen zur Anpassung der Preise in Abhängigkeit der Rohstoffkosten umgesetzt worden.



Michelin Außendienstmitarbeiter vor Ort

China: Wachstum im Herzen des Wirtschaftswachstums

China ist nicht nur der größte Warenproduzent der Welt. China ist heute auch der weltweit größte Markt für den Verkauf von Nutzfahrzeug- und Busreifen. Während bis vor einigen Jahren vor allem Diagonalreifen verkauft wurden, haben Radialreifen aufgeholt und liegen heute im Absatz gleichauf. Ursprünglich von Michelin erfunden, bieten Radialreifen nicht nur mehr Sicherheit, höhere Laufleistung und Treibstoffeinsparungen; sie tragen vor allem dazu bei, die Kilometer-Kosten zu senken.

Tatsächlich hat sich in China in den letzten Jahren Vieles getan: Einerseits forciert die chinesische Regierung seit über zehn Jahren eine Ressourcen schonende Energiepolitik. Zu verdanken sind die Fortschritte aber auch der Aufklärungsarbeit von weltweit operierenden Reifenherstellern, wie Michelin: Lag der Anteil der in China verkauften Radialreifen im Jahre 2000 noch bei drei Prozent, so beträgt er heute über 70 Prozent.

Robert Li, ein Michelin-Vertriebsmitarbeiter der ersten Stunde erinnert sich: „Als ich 1999 zu Michelin kam, arbeiteten ganze 40 Mitarbeiter für den Geschäftsbereich Nutzfahrzeugreifen. Mit diesem Team waren wir für ein Land verantwortlich, das ungefähr eine Milliarde Einwohner hat und eine Fläche von der Größe ganz Europas einnimmt!

Damals dachten die Leute oft, wir würden Eis herstellen, da Michelin im Chinesischen „Miqlin“ ausgesprochen wird, was sich so ähnlich wie „Bingqilin“, das chinesische Wort für „Eis, anhört“.

Seither hat sich alles gewaltig verändert. Über 200

Mitarbeiter arbeiten heute für den Geschäftsbereich in China. Unser Wachstum ist wirklich atemberaubend: Heute erzielen wir in einer mittelgroßen Stadt mit fünf Verkaufsstellen zehn mal mehr Umsatz, als noch vor zehn Jahren in einer ganzen Provinz!

Dazu sollte man wohl erklären, dass eine Stadt mit ein bis zwei Millionen Einwohnern, zu den mittleren Städten zählt, während in den Metropolen wie Peking oder Shanghai zehn mal mehr Menschen leben. Jede Provinz hat zig- wenn nicht hunderte von Millionen Einwohner. Heute ist die Marke MICHELIN in China bekannt, für Eisverkäufer hält uns niemand mehr!“

Um den Verkauf seiner Produkte zu gewährleisten, hat Michelin ein Verkaufsnetz aufgebaut. Dazu gehören an erster Stelle die Michelin Service Centers, die eine Vorreiterrolle beim Verkauf von Michelin Lkw-Reifen in China haben.

Als kundenorientiertes Unternehmen hat Michelin in China ein Plattform-Konzept entwickelt, das auf Distributionskunden wie WYX* abzielt. Über 50

Kennzahlen des Geschäftsbereichs Michelin Nutzfahrzeugreifen in China:

- ▶ **8** Handelsniederlassungen:
- ▶ **200** Angestellte, darunter **135** Außendienst-Mitarbeiter
- ▶ **2.100** Distributionskunden
- ▶ **116** Michelin Service Centers
- ▶ **17.000** registrierte WYX*- Kunden
- ▶ **270.000** WYX* - Kundenfahrzeuge im *-Panel

*WYX, Wu You Xing, ein Nfz-Kundenservice (wörtlich übersetzt: „Erleichtern sie sich die Fahrt“)



Robert Li (stehend) Ausbildungsleiter, während einer Schulung

Prozent des Umsatzes erzielt der Geschäftsbereich Nutzfahrzeugreifen im Ersatzmarkt über diese Plattform.

Natürlich ist das enorme Wachstum auch eine Chance für die Mitarbeiter von Michelin. In den letzten elf Jahren hat Robert Li in den unterschiedlichsten Bereichen gearbeitet. Er begann als technischer Außendienstmitarbeiter, war als Außendienstler für große Flotten verantwortlich, wurde Schulungsreferent, war dann einige Zeit RVL (Regional Verkaufs Leiter) und ist heute Leiter der technischen Ausbildung (Theorie und Praxis) vor Ort. Er stellt fest: „Der chinesische Markt ist sehr dynamisch – Michelin ist noch dynamischer – und für mich ist das wirklich eine wunderbare Berufserfahrung!“



MICHELIN Reifen in Japan mit neuem Etikett

Grading: Einstufung der Leistungsmerkmale Bahnbrechende Neuerung im Reifenmarkt

Rollwiderstand, Nasshaftung und Geräusentwicklung sowie - je nach Land - Langlebigkeit: Japan, Nordamerika und die Europäische Union machen gemeinsame Sache, um den Endverbraucher über die Leistungsmerkmale von Reifen besser zu informieren. Ähnlich wie bei Haushaltsgeräten werden Pneu künftig ein Label mit den wichtigsten Angaben tragen.

Vor dem Hintergrund einer nachhaltigen und verantwortungsbewussten Mobilität spielen auch bei Reifen Umweltbelastungen und Nutzen für den Endverbraucher eine zentrale Rolle, so das Fazit, zu dem die EU, Nordamerika und Japan im Zuge ihrer Überlegungen gelangt sind.

Im November 2009 hat die Europäische Union eine für alle 27 Mitgliedstaaten verbindliche Richtlinie verabschiedet, die zwei große Neuerungen für Reifen vorschreibt. Zum einen legt die neue Regelung, die ab 2012 in Kraft treten soll, Mindestwerte für bestimmte Leistungsmerkmale fest: Pneu, die diese Kriterien nicht erfüllen, dürfen künftig im europäischen Raum nicht mehr verkauft werden. Zum anderen werden dann mit den Buchstaben A, B, C, E, F, G die Energienutzungswerte, also der Kraftstoffverbrauch sowie die Geräusentwicklung von Pkw-, Leicht-Lkw- und Lkw-Reifen eingestuft. Reifen für Personenkraftwagen müssen nach der neuen Vorschrift außerdem einen Mindestwert bei der Nasshaftung erfüllen.

„Die europäischen Behörden erkennen die Bedeutung der Thematik an“, erläutert Florence Doucy von der Direktion Public Affairs bei Michelin in Brüssel. „Mit der Verabschiedung der europäischen Richtlinie über die Energieeffizienzklassen von Reifen werden künftig jährlich etwa 20 Millionen Tonnen CO₂ eingespart. Die durch die geringeren Kraftstoffausgaben erzielten Ersparnisse erhöhen außerdem die Kaufkraft der europäischen Verbraucher um ganze 8 Milliarden Euro jährlich!“

USA und Japan

Auch in den USA ist die Entscheidung gefallen, eine gleichgeschaltete Vorschrift ab 2011 einzuführen. Die National Highway Traffic Safety Administration (NHTSA) hat beschlossen, Richtwerte für drei Reifenkriterien festzuschreiben: Rollwiderstand, Haftung auf nasser Straße und Langlebigkeit - das Eigenschaftstrio, nach dem Michelin seit Jahren handelt, um beste Ergebnisse bei der Reifenleistung zu erzielen. So werden künftig alle auf dem amerikanischen Markt eingeführten Reifen ein Label aufweisen, auf dem diese drei Leistungsmerkmale mit einer Skala von 0 bis 100 bewertet sind.

Japan wird bereits ab diesem Jahr eine Kennzeichnung auf freiwilliger Basis einführen: Danach werden Pkw-Reifen schrittweise mit einem grün-weißen Aufkleber versehen, auf dem die für den Endverbraucher „unsichtbaren“ Informationen beschrieben sind: Kraftstoff-Einsparpotenzial dank des Faktors „Rollwiderstand“ sowie Haftung auf nasser Straße, was den Bremsweg reduziert.

Das im Rahmen längerer Gespräche zwischen den Akteuren der Branche, an denen auch Michelin teilgenommen hat, erzielte Kennzeichnungskonzept wird in Japan zunächst produktreihenweise umgesetzt. Die japanische Labelversion unterscheidet 5 Leistungsstufen für den Rollwiderstand und 4 für die Nasshaftung.



20 Millionen Tonnen CO₂ können durch eine gezielte Reifenwahl jedes Jahr in Europa eingespart werden.

2010: Inkrafttreten des Gradings in Japan
2011: Inkrafttreten des Gradings in den USA
2012: Inkrafttreten des Gradings in Europa



” Die Kennzeichnung wird dem Autofahrer bei der Reifenwahl eine Orientierung geben und auch besondere Qualitäten unserer Produkte aufzeigen. “

Pascal Couasnon
 Direktor Technische Kommunikation
 innerhalb der Direktion Kommunikation und Marken

Michelin Public Affairs: umfangreiche Vorarbeit

Patrick Lepercq, Direktor Public Affairs der Gruppe, unterstreicht den Beitrag von Michelin zu diesem Thema: „In Europa, den USA und Japan ging es uns darum, den öffentlichen Instanzen stets alle erforderlichen technischen Angaben frühzeitig zur Verfügung zu stellen, damit fundierte Vorschriften auf der Basis präziser Daten und relevanter Kriterien erarbeitet werden können: Dazu zählen etwa Definition der verschiedenen Leistungskriterien, Einschätzung der positiven Auswirkungen für die gesamte Gesellschaft, Voraussetzungen für das Verständnis der Informationen durch den Endverbraucher, Mess- und Testmethoden.“ Für Michelin, dem als Hersteller seit jeher die Verringerung des ökologischen „Footprints“ bei gleichzeitiger Optimierung von Sicherheit und Langlebigkeit ein besonderes Anliegen ist, ist dieser Schritt die verdiente Belohnung.

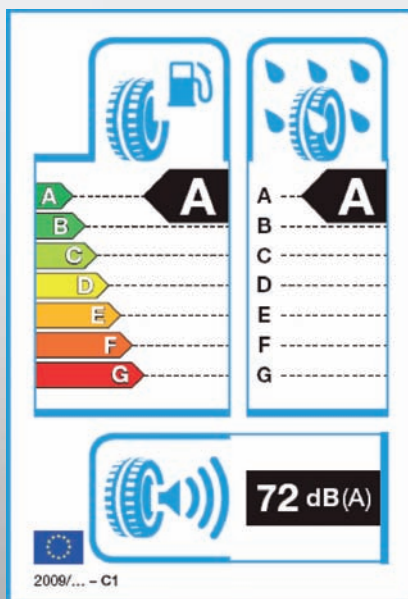
Wieso werden MICHELIN Reifen, die ausgezeichnete Rollwiderstandswerte erzielen, nicht automatisch die Note „A“ erhalten?



Oberhalb eines Mindestwertes (entsprechend der Stufe G) gibt die Einstufung der Reifeneigenschaften von A bis G Aufschluss über den Rollwiderstand des Pneus: Dies erfolgt anhand einer für alle Reifenhersteller identischen Kennzahl, die verbindlich für die kommenden Jahre gilt.

Die Europäische Union hat die Einstufung von Leistungskriterien für Reifen bewusst „sehr hoch“ angesetzt. Die besten Pneus, die aktuell auf dem Markt sind, würden bei „C“ liegen: Und „B“ wäre derzeit die beste Stufe. Es wird also zunächst keine Reifen der Stufe „A“ geben.

Dieser hohe Standard wird Ansporn für künftige Entwicklungen und weitere Fortschritte bis hin zu noch „grüneren“ Reifen sein - zum Vorteil der Umwelt, der Endverbraucher, der Forschung und den Innovationen.





HAUPTVERSAMMLUNG

Michel Rollier **bekräftigt die Ziele der Gruppe**

Am 7. Mai 2010 fand im französischen Clermont-Ferrand die diesjährige Hauptversammlung statt. Etwa 2000 Gäste waren der Einladung gefolgt.

Jean-Dominique Senard ging zunächst auf das Michelin Finanzjahr 2009 und das erste Quartal 2010 ein: In einem schwierigen wirtschaftlichen Kontext musste Michelin eine straffe Steuerung der Geschäfte vornehmen.

Michel Rollier hob die hohe Flexibilität hervor, die die Gruppe dank der Kompetenz, dem Engagement und der Professionalität ihrer Mitarbeiter unter Beweis stellte. Er informierte darüber, dass sich erste Anzeichen eines Aufschwungs in der Branche bemerkbar machen, und unterstrich die hohen Zuwachsraten, die die asiatischen – insbesondere China – und lateinamerikanischen Märkte erfahren. In dieser „Welt der zwei Geschwindigkeiten“ halte die Michelin Gruppe an ihrer Strategie fest, um „die Fähigkeit, unsere Präsenz in den „reifen“ Ländern auszubauen und unsere Position in den wachstumsträchtigen Märkten zu festigen, in keiner Weise zu schmälern“.

Didier Miraton hat die größte Stärke der Gruppe in den Vordergrund gestellt: die Innovationskraft. „Das ist ein ständiger Kampf, nichts ist für immer gewonnen. Dabei gilt es, unterschiedlich ausgearbeitete Lösungsvorschläge voranzutreiben, um dem Endverbraucher differenzierte Lösungen anzubieten, die den vielfältigen Erwartungen gerecht werden“.

Die Aktionäre sahen außerdem zwei Präsentationen:

- Patrick Oliva, Direktor für Zukunftsforschung und Nachhaltigkeit, hat die drei Dimensionen des Michelin Challenge Bibendum vorgestellt: eine saubere, sichere und vernetzte Mobilität.
- Pascal Couason, Direktor Technische Kommunikation, erläuterte, welchen Nutzen die neue Kennzeichnung – das sog. Grading – von Reifen hat (vgl. Hauptthema).

Die Aktionäre haben das Wort

Die Geschäftsführer sind anschließend in den Dialog mit den im Saal anwesenden Aktionären getreten, unter anderem auch mit dem Beratungsausschuss für Aktionäre. Die meisten Fragen betrafen die Folgen des Preisanstiegs bei Rohstoffen, vor allem bei Naturkautschuk, die Dividende, die Investitionen in Wachstumsländern, bahnbrechende Innovationen und die eventuelle Rückkehr von Michelin in die Formel 1. Bei der Abstimmung wurden alle Beschlüsse der Tagesordnung gebilligt. Im Speziellen stimmten die Aktionäre der Ausschüttung einer Dividende in Höhe von 1 Euro je Aktie zu, zahlbar wahlweise in Form einer Gutschrift oder in Aktien, sowie der Erneuerung der Mandate der Mitglieder des Aufsichtsrates Laurence Parisot und Pat Cox.

Mehr Infos hierzu finden Sie unter:



www.michelin.com/actionnaires,
Rubrik **Assemblée Générale**

STRABENKARTEN

Das Abenteuer geht weiter

Zum hundertjährigen Jubiläum des MICHELIN Kartenmaterials ist eine Sonderausstellung im Museum „Adventure Michelin“ in Clermont-Ferrand zu sehen. Auf anschauliche Weise wird die Entwicklung der Kartografie in den vergangenen 100 Jahren gezeigt.

REISEN

Für die individuelle Planung

Künftig können die Vorteile des Internets mit denen der gedruckten Ausgaben kombiniert werden: Mit ViaMichelin Reisen (<http://reisen.viamichelin.de/>) kann jeder Nutzer seine Reise individuell planen, online eine Auswahl aus den Grünen MICHELIN Reiseführern und dem Hotel- und Restaurantführer treffen und so die Schwerpunkte für unterwegs ganz nach den eigenen Interessen und zeitlichen Rahmenbedingungen legen.

MICHELIN CHALLENGE BIBENDUM

Brasilien als Gastgeber der „Challenge“

Die Michelin Challenge Bibendum fand in diesem Jahr erstmals in Südamerika statt, auf einem Kontinent, auf dem das Auto eine vielversprechende Zukunft hat. 120 Fahrzeuge, 4000 Gäste, darunter 450 Journalisten, erhielten einen aufschlussreichen Einblick in die moderne Straßenmobilität: sauber, sicher und vernetzt.



Der Peugeot BB1



MOTORRAD

Der leichteste Supersportreifen mit 2CT-Technologie

Vor fünf Jahren führte Michelin den ersten Supersportreifen für Motorräder auf dem Markt ein, der unterschiedliche Gummimischungen im Gürtelbereich und an den Schultern aufweist. Sicherheit und Langlebigkeit wurden damit erheblich optimiert. Die Einführung des MICHELIN Power Pure Reifens steht für besonders niedriges Gewicht, herausragende Handlungseigenschaften und Reaktionsvermögen.

MARKTEINFÜHRUNG

Starke Leistung niedriger Verbrauch

Keines der Leistungsmerkmale wird vernachlässigt – so die gelungene Wette des brandneuen MICHELIN Pilot Sport 3, der überragendes Fahrverhalten mit hoher Umweltschonung in seiner Kategorie kombiniert.

Gegenüber dem Vorgängermodell, das als Referenz galt, verbessert der MICHELIN Pilot

Sport 3 die Kurvenstabilität auf nasser Straße und sein Bremsweg ist drei Meter kürzer.

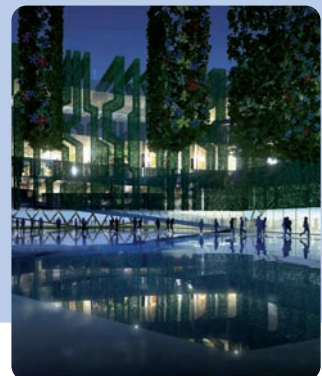
Der neue Pneu bietet eine hohe Lenkpräzision und Sicherheit sowie mehr Fahrspaß – eine Bilanz, die außerdem noch durch seine Spritspareigenschaft und seine höhere Langlebigkeit ergänzt wird.



CHINA

Bibendum auf der Expo

„Bessere Stadt, besseres Leben“ – so das Thema der Weltausstellung in Shanghai, ein Anspruch, dem Michelin mit seinem Slogan „Wir bringen Sie weiter“ bestens gerecht wird. So verwundert es nicht, dass Michelin Partner des Frankreich-Pavillons ist. Bibendum, das beliebte Michelin Männchen, ist mit von der Partie und legt den Schwerpunkt auf ein besonderes Problem in den Städten: Lärm.



Elektronische Einladung zur Hauptversammlung

Was ist eine e-Einladung?

Bisher werden die etwa 200.000 Michelin Aktionäre – allesamt Inhaber von Namensaktien – auf dem Postweg zur Hauptversammlung eingeladen, unabhängig davon, ob sie in Frankreich oder in anderen Ländern wohnen. Der an die Aktionäre adressierte Umschlag enthält die vorgeschriebenen Unterlagen in Papierform, d.h. die Einladung (eine etwa 50 Seiten umfassende Unterlage) und den Abstimmungsbogen. Die e-Einladung ermöglicht dem Unternehmen, die Aktionäre auf elektronischem Wege über das Internet einzuladen und somit auf die Papiersendung zu verzichten. Der Vorteil für den Aktionär: eine vereinfachte elektronische Abstimmung auf einer eigens dafür geschaffenen Website im Internet.

Welche Vorteile bietet die elektronische Einladung?

Für die Michelin Gruppe steht diese Abwicklung voll im Einklang mit ihrer Politik in Sachen Nachhaltigkeit: Reduzierung des Papier- und Tintenverbrauchs. Damit werden auch erhebliche Kosten für Druck, Porto und Verteilung eingespart. Dem Aktionär gibt die e-Einladung die

Sicherheit, dass er alle für die Hauptversammlung notwendigen Unterlagen zeitnah erhält und seine Stimme bzw. seine Teilnahme an der HV fristgerecht abgeben bzw. anmelden kann, da die Antwortkarte nicht mehr vom Postweg abhängig ist.

Wie wird die e-Einladung funktionieren?

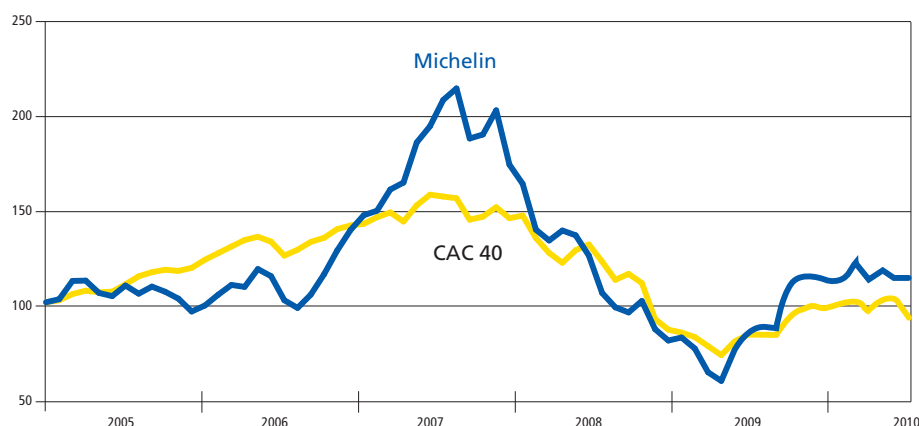
Wir wollen das neue System bereits für die nächste Hauptversammlung im Mai 2011 einsetzen. Allerdings verlangt der Gesetzgeber, dass der Inhaber von Namensaktien schriftlich bestätigt, dass er auf die Zusendung der Unterlagen in Papierform verzichtet und stattdessen eine elektronische Übermittlung wünscht. In den kommenden Monaten werden wir daher alle unsere Aktionäre anschreiben und sie bitten, sofern sie mit dieser Abwicklung einverstanden sind, uns ihre E-Mailadresse mitzuteilen.

Was bedingt den Erfolg des neuen Prozesses?

Der Erfolg hängt natürlich davon ab, wie viele Aktionäre mit der elektronischen Einladung einverstanden sein werden. Wir sind davon überzeugt, dass wir mit Ihrer Unterstützung rechnen können.

ENTWICKLUNG DES AKTIENKURSES

(Basis 100 = Kurs vom 31.12.2004)



Kenndaten

Stand Ende Mai 2010

ISIN-Code: FR0000121261

Anzahl der Aktien: 147.436.357

Schlusskurs: 54,50 €

Veränderung seit dem 01.01.2010: 1,62 %

Börsenkapitalisierung: 8,04 Mrd. €

Verteilung des Kapitals:

▶ Beschäftigte **2,12 %**

▶ Einzelaktionäre **13,75 %**

▶ Gebietsansässige institutionelle Anleger **31,92 %**

▶ Nicht gebietsansässige institutionelle Anleger **52,21 %**

Termine

Umsatz und Ergebnisse

▶ **30.07.2010**
Ergebnisse erstes Halbjahr 2010

▶ **26.10.2010**
Umsatzerlöse 3. Quartal 2010

Aktionärstreffen in Frankreich

▶ **24.06.2010:** Reims

▶ **09.11.2010:** Nizza

▶ **19./20.11.2010:**
Messe „Actionaria“ im Pariser Palais des Congrès*

▶ **30.11.2010:** Nantes

▶ **15.12.2010:** Straßburg

* Das jährliche Aktionärstreffen in Paris unter Vorsitz der drei Michelin Geschäftsführer wird im Rahmen der Messe Actionaria am Nachmittag des 19.11.2010 stattfinden



Haben Sie Fragen?

Bereich Investors Relations
(Einzelaktionäre)

Telefon: + 33 (0) 4 73 98 59 00

Fax: + 33 (0) 4 73 98 59 04

E-Mail: actionnaires-individuels@fr.michelin.com

Gesellschaftssitz: Compagnie Générale des Établissements Michelin
12 cours Sablon
F 63040 Clermont-Ferrand
Cedex 9 – Frankreich



www.michelin.com/actionnaires