

**COMPAGNIE GENERALE DES ETABLISSEMENTS MICHELIN**

**Le groupe Michelin organise une Journée Investisseurs  
dans son usine de Shenyang, Chine**

Le groupe Michelin a tenu le 10 novembre une journée investisseurs et analystes dans son usine de Shenyang 2, en Chine.

En présence de Jean-Dominique Senard, Président, et Marc Henry, Directeur financier du Groupe, les différentes présentations ont illustré la stratégie de Michelin et, plus particulièrement, son déploiement en Chine.

Philippe Verneuil, Président de Michelin China, a rappelé l'historique de Michelin en Chine ainsi que les principales caractéristiques du marché chinois des pneumatiques et son environnement concurrentiel. Fort de ses atouts, le Groupe y a pour ambition de multiplier son activité par plus de 2 à l'horizon de 10 ans.

Serge Lafon, Directeur de la ligne produit Poids lourd et membre du Comité Exécutif Groupe, a présenté la segmentation de l'offre Michelin, face à des transporteurs toujours plus soucieux de coûts et de prix et face à une concurrence soutenue, notamment de la part des pneumaticiens chinois. Dans un marché mondial attendu en croissance, notamment dans les nouveaux marchés, le groupe Michelin bénéficiera, pour la marque MICHELIN, de sa capacité d'innovation au service de ses clients, du meilleur coût à l'usage, du déploiement de technologies de pointe et de son offre de solutions et services. L'offre aux marques intermédiaires restera centrée sur la fiabilité et le coût par kilomètre. L'objectif du Groupe pour le segment Poids lourd est, pour les années à venir, d'accroître la part du segment *premium* détenue à la marque MICHELIN, de se développer dans le segment intermédiaire et de poursuivre l'amélioration déjà engagée de sa performance économique. Pour l'atteinte de cet objectif, la ligne produit Poids lourd s'appuiera sur la marque Michelin, la réduction continue des coûts de production et la poursuite du plan de compétitivité, qui devrait contribuer à hauteur de 400 millions d'€ à l'ambition de gains de 1 milliard d'€ pour le Groupe de 2012 à 2016.

Huifeng Lu, Directeur de Michelin Chine, Poids lourd, a précisé que, dans un marché chinois de pneumatiques marqué par une croissance moins accentuée à l'avenir et par la modernisation des acteurs du transport, Michelin cible plus particulièrement des segments à forte valeur ajoutée. Sa connaissance des attentes des clients finaux, son offre produit, son accès au marché et sa marque y sont des atouts au service de son ambition d'une pénétration accrue sur ses segments de marché cibles.



Bruno de Feraudy, Directeur de Michelin Chine, Tourisme camionnette, après avoir rappelé les principales caractéristiques du marché chinois, a mis en avant les forces de Michelin : la performance de ses pneumatiques, la force de sa marque, son réseau de distribution et l'efficacité de sa stratégie. Pour les 10 ans qui s'ouvrent, le défi que s'est fixé le Groupe est de croître plus vite que le marché : l'objectif est de consolider la réponse industrielle du Groupe, d'améliorer sa présence sur le segment Première monte, d'élargir son offre produit et de se développer en « Chine émergente ».

Roc Liu, Manager de la Franchise mondiale TYREPLUS, a démontré l'équilibre gagnant que constitue la franchise pour les clients, les distributeurs durables et pour le Groupe. Michelin a pour objectif de déployer ce modèle qui renforce sa part de compte et la fidélité aux marques du Groupe.

Benoit Heubert, Directeur de l'usine de Shenyang2, a présenté les caractéristiques du plus important des projets industriels en cours au sein du groupe Michelin. Il a confirmé l'objectif d'une capacité annuelle de 220 000 tonnes à l'horizon 2019.

En conclusion, Jean-Dominique Senard a rappelé le rôle clé des nouveaux marchés et de la Chine en particulier pour servir les ambitions stratégiques du groupe Michelin, face à un environnement concurrentiel soutenu.

L'intégralité des présentations est disponible sur le site Internet du groupe ([www.michelin.com/corporate/fr](http://www.michelin.com/corporate/fr)).

<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/fr](http://www.michelin.com/fr). 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.*

