

LEGRAND EN 2010

2010, renforcement du profil de croissance rentable de Legrand.

- LEGRAND EN 2010
- NOUVELLES ÉCONOMIES
- NOUVEAUX SEGMENTS DE MARCHÉ
- INNOVATION & DESIGN
- DÉVELOPPEMENT DURABLE



« L'évolution très positive de notre profil de croissance s'est accompagnée d'une amélioration structurelle de notre modèle économique »

par Gilles Schnepf, Président-Directeur Général

Le rapport annuel 2010 vous est proposé cette année dans un format innovant puisqu'il est 100% numérique. Plus respectueux de l'environnement, il est également plus concis et plus interactif.

UN TIERS DES VENTES DANS LES NOUVELLES ÉCONOMIES

Tout d'abord, je souhaiterais vous faire partager les transformations opérées par Legrand au cours des dernières années et en particulier l'amélioration de notre profil de croissance. Il s'appuie sur deux dimensions : les nouvelles économies et les nouveaux segments de marché.

Legrand a fortement augmenté son exposition aux nouvelles économies : représentant près d'un tiers du chiffre d'affaires en 2010 contre 16% en 2000, elles devraient représenter la moitié de notre activité dans 5 ans. Le groupe dispose aujourd'hui de positions de premier plan notamment au Brésil, en Russie, en Inde et en Chine ainsi qu'en Turquie, au Mexique, au Chili, au Pérou.

Le groupe accélère par ailleurs son développement dans de nouveaux segments de marché porteurs comme

les infrastructures numériques, l'efficacité énergétique ou encore les systèmes résidentiels, segments qui représentent près de 20% de son chiffre d'affaires en 2010. De façon plus prospective, Legrand se positionne également sur de nouveaux marchés à fort potentiel à moyen/long terme avec notamment l'assistance à l'autonomie ou les bornes de recharge pour véhicules électriques.

UNE AMÉLIORATION STRUCTURELLE DE NOTRE MODÈLE ÉCONOMIQUE

Cette évolution très positive de notre profil de croissance s'est accompagnée d'une amélioration structurelle de notre modèle économique permettant une nette progression de notre rentabilité et de notre capacité à générer de la trésorerie, augmentant ainsi nos ressources pour autofinancer les deux piliers de notre croissance : l'innovation et les acquisitions.

Avec entre 4% et 5% du chiffre d'affaires du groupe dédiés chaque année à la R&D, et près de 2/3 des investissements consacrés aux nouveaux produits, l'innovation et les lancements de nouveaux produits restent l'un des moteurs essentiels de notre croissance. Ces innovations

répondent notamment à de fortes attentes du marché en termes d'optimisation de la consommation électrique (en particulier dans les pays matures) ou de développement de l'accès à l'électricité dans les nouvelles économies. Parmi les nouveautés 2010, citons par exemple les gammes d'appareillage Kaptika en Russie, Nereya au Brésil ou Meidian en Chine, des offres de gestion des systèmes d'éclairage aux États-Unis, en France

En Chine, Legrand est leader sur le marché de l'appareillage et des portiers audio-vidéo.



ou en Italie ou encore le lancement des disjoncteurs de puissance DMX³ dans les nouvelles économies.

Notre croissance passe aussi par l'acquisition de sociétés très prometteuses pour accéder à de nouveaux marchés et pour élargir notre offre produit. Dès le second semestre 2010, le groupe a ainsi saisi deux opportunités dans les nouvelles économies avec les acquisitions d'Inform, leader des UPS (plus communément appelés onduleurs) en Turquie et d'Indo Asian Switchgear, acteur majeur du marché indien de la protection. De même, le groupe a renforcé ses positions dans les nouveaux segments de marché dans les pays matures avec notamment les rachats de Metasystem Energy, spécialiste italien des UPS modulaires, d'Electrorack, spécialiste des armoires VDI pour les datacenters aux Etats-Unis et d'Intervox Systèmes leader incontesté des systèmes de téléassistance en France. Cette dynamique de croissance externe autofinancée et ciblée sur nos métiers va bien sûr se poursuivre en 2011 et dans les années à venir.

Legrand accélère son développement en Turquie avec l'acquisition d'Inform, leader des UPS (onduleurs) en 2010.



Legrand développe des solutions innovantes et performantes pour économiser l'énergie des bâtiments tertiaires.

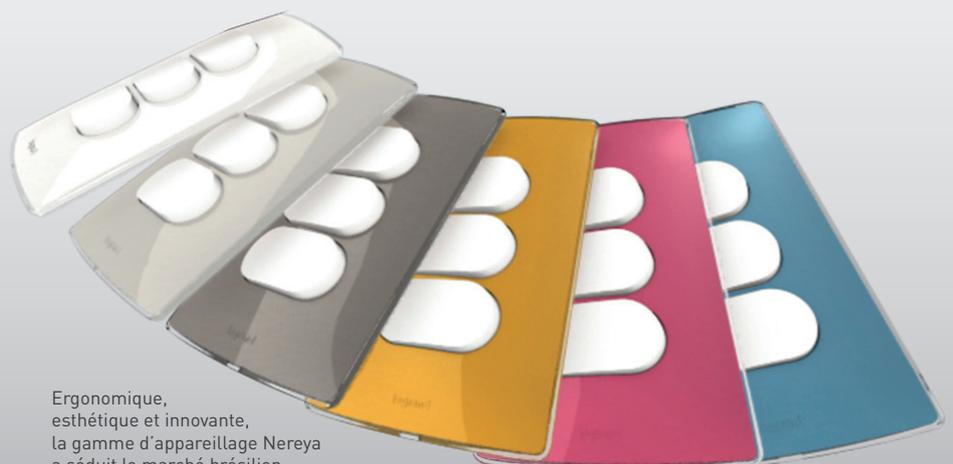
UNE CROISSANCE DURABLE ET RESPONSABLE

Legrand entend par ailleurs assurer une croissance pérenne, durable et responsable de ses activités. À ce titre, le groupe poursuit activement ses efforts en termes de développement durable, avec une véritable démarche de progrès, créatrice de valeur et inscrite au cœur de notre stratégie.

Cette démarche est portée par l'ensemble des collaborateurs du groupe. Elle structure nos prises de décisions et contribue aux objectifs de performance économique.

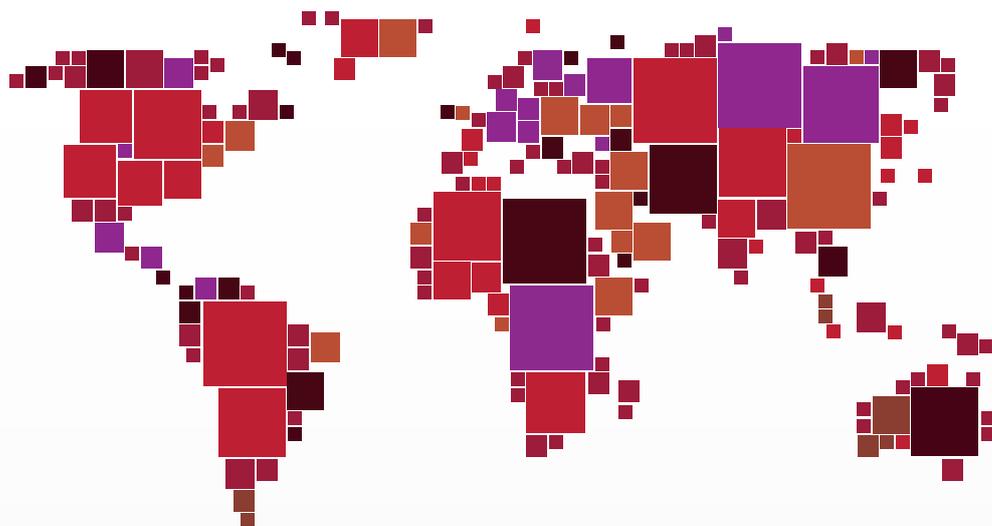
Elle fait bien sûr l'objet d'objectifs concrets et ambitieux en termes de responsabilité sociale, de respect de l'environnement et de gouvernance dont certains sont évoqués dans la partie développement durable de ce rapport.

En conclusion, du fait de l'accélération de notre développement dans les nouvelles économies, des opportunités que représentent les nouveaux segments de marché porteurs, ainsi que de l'efficacité et de la solidité de son modèle économique, Legrand est aujourd'hui en position d'accélérer sa croissance rentable. Nous abordons donc les années à venir avec confiance et enthousiasme.



Ergonomique, esthétique et innovante, la gamme d'appareillage Nereya a séduit le marché brésilien.

Moteur de l'économie mondiale, les nouvelles économies sont un axe prioritaire du développement de Legrand qui entend réaliser dans ces pays 50% de son chiffre d'affaires dans 5 ans.



CHIFFRES CLÉS

33%

DES VENTES RÉALISÉS
DANS LES NOUVELLES ÉCONOMIES

24%

DE CROISSANCE DU CHIFFRE
D'AFFAIRES EN 2010



DES GISEMENTS D'OPPORTUNITÉS

En 2010, le PIB des nouvelles économies a progressé de l'ordre de 7%*. En 2030, ces pays représenteront plus de 60% du PIB mondial* et auront multiplié leur demande en électricité par trois** ! Plusieurs facteurs font de ces pays de solides relais de croissance pour Legrand.

*Source : Fonds Monétaire International.

**Source : Agence Internationale de l'énergie.

> Un poids démographique grandissant

D'ici 2050, la population mondiale aura augmenté de près de 25%, la quasi-totalité de cette croissance (98%) provenant des nouvelles économies qui devraient alors représenter 87% de la population mondiale.

Source : ONU.

> La montée en puissance des classes moyennes

D'ici 2030, le triplement du nombre d'habitants appartenant à la classe moyenne dans les nouvelles économies (1,2 milliard d'habitants contre 400 aujourd'hui) va accélérer les demandes d'accès à l'énergie et à l'information digitale et donc le développement des infrastructures électriques et numériques des bâtiments.

Source : Banque mondiale.

> Des plans gouvernementaux ambitieux

Au Brésil, par exemple, le gouvernement investira dans le cadre du plan d'accélération de croissance (PAC 2) 278 milliards de real

(114 Md€) d'ici 2014 pour le financement de logements destinés aux plus défavorisés avec, notamment, le programme « Minha Cas Minha Vida ».

Source : Gouvernement fédéral brésilien.

DEUX MOTEURS DE CROISSANCE

Legrand réalise aujourd'hui un tiers de son chiffre d'affaires dans les nouvelles économies et se développe en s'appuyant sur les deux moteurs de croissance de son modèle économique.

> La croissance organique nourrie par l'innovation

En 2010, Legrand a lancé une dizaine de nouvelles gammes d'appareillage avec, notamment, Kaptika™ en Russie, Nereya™ au Brésil, K5™ et Meidian™ en Chine, etc. Le groupe a, par ailleurs, déployé ses nouvelles solutions dans les nouvelles économies avec, par exemple, l'offre Voix Données Images LCS² en Chine ou l'offre de disjoncteurs DMX³ au Brésil, en Asie, et au Moyen-Orient.

> L'acquisition de sociétés leaders sur leur marché

En 2010, Legrand a accéléré son développement en rachetant des sociétés clés sur leurs marchés, en particulier Inform, numéro 1 des équipements électriques sécurisés en Turquie, et Indo Asian Switchgear, acteur majeur de la protection en Inde.

NOUVELLES ÉCONOMIES



« En Inde, la classe moyenne sera égale à 9 fois la population française en 2030 »

par Palash Nandy, Directeur Marketing Inde

L'économie indienne est aujourd'hui en pleine croissance. En 2010, le PIB a augmenté d'environ 8,5% et nous attendons un taux de croissance annuel de 8,5% à 9% sur les 10 ans à venir.

Cette croissance est due en bonne partie à l'émergence d'une classe moyenne forte qui représentait en 2005 4% de la population totale et qui devrait monter à 40% d'ici 2030, soit environ 9 fois la population actuelle de la France.

UNE TRÈS FORTE CROISSANCE ET DES POSITIONS DE LEADERSHIP

Depuis le rachat en 1996 du leader indien des disjoncteurs modulaires et différentiels, Legrand a accompli une



Depuis son lancement en 2009, la gamme d'appareillages Arteor a rencontré un fort succès sur la scène internationale, et notamment en Inde.

très forte progression sur ce marché, avec une croissance annuelle moyenne d'environ 20% depuis 15 ans. Cette crois-



En Inde, Legrand affiche une croissance annuelle moyenne d'environ 20% depuis 15 ans.

sance très soutenue nous a permis de développer de fortes positions de leadership dans les disjoncteurs modulaires et différentiels, les tableaux de distribution, ainsi que dans l'appareillage haut de gamme.

La forte croissance est également due à notre bonne couverture du marché national : le pays est desservi par 5 agences régionales et 10 bureaux commerciaux, sans parler de nos trois sites de production, tous très bien équipés.

Il est intéressant enfin de noter qu'en 2011, Legrand Inde, avec l'acquisition d'Indo Asian Switchgear, deviendra le septième contributeur du chiffre d'affaires

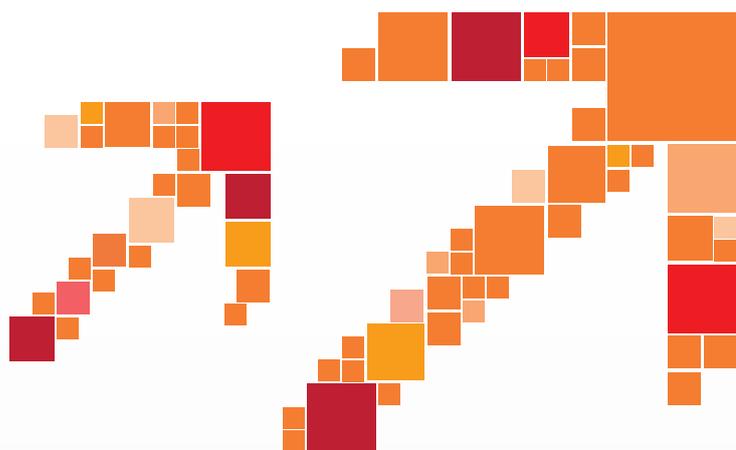
du groupe, avec un effectif total de 3000 collaborateurs dont 600 pour le commercial et le marketing. Et je suis sûr que cette position ne cessera de se renforcer d'année en année.

Legrand compte 3000 collaborateurs en Inde.



NOUVEAUX SEGMENTS DE MARCHÉ

Les évolutions sociétales et technologiques offrent à Legrand de formidables opportunités de croissance.



CHIFFRES CLÉS

PRÈS DE

20%

DES VENTES RÉALISÉS DANS LES NOUVEAUX SEGMENTS DE MARCHÉ

13%

DE CROISSANCE DU CHIFFRE D'AFFAIRES EN 2010



TROIS ÉVOLUTIONS MAJEURES

> **La convergence numérique** révolutionne les modes de vie par les nouveaux usages qu'elle autorise : grâce à une infrastructure unifiée, les cloisons technologiques entre la téléphonie, la télévision et Internet disparaissent, provoquant la création d'équipements capables de dialoguer les uns avec les autres et une forte augmentation des volumes de données échangées.

> **Les politiques volontaristes initiées** pour lutter contre le réchauffement climatique (Sommet de Cancún où les 194 pays réunis sous l'égide de l'ONU ont formalisé des engagements communs) ont permis d'impulser de nouvelles manières de consommer, plus économes en énergie.

> **Le vieillissement de la population** (la population mondiale comptera en 2050 quatre fois plus de personnes de plus de 80 ans qu'en 2010) pose des défis considérables en matière d'aménagement des logements. Face à l'enjeu crucial du maintien à domicile, les solutions d'assistance à l'autonomie sont déterminantes pour la sécurité et le confort des personnes.

Source : Eurostat 2009.

DES RÉPONSES INNOVANTES

Legrand concentre ses développements sur de nouveaux segments de marché qui représentent aujourd'hui près de 20% de son chiffre d'affaires. Le groupe innove notamment sur trois thèmes clés :

> Les infrastructures numériques

Le développement d'infrastructures numériques intelligentes permet une gestion interactive des différents équipements du bâtiment (protection, contrôle d'accès, gestion d'éclairage, capteurs d'énergie...), facilitant ainsi l'exploitation. Par exemple, la nouvelle structure « I.communicante » utilise le réseau IP pour afficher les consommations mesurées par les compteurs d'énergie EMDX³ sur tout type d'écran équipé d'un navigateur Internet.

> La réduction des coûts et des impacts environnementaux

Legrand développe des solutions simples en matière d'efficacité énergétique qui permettent aux consommateurs de réduire l'impact environnemental de leur bâtiment et dont les performances économiques et écologiques sont clairement annoncées de façon innovante sur des éco-étiquettes développées par le groupe.

> L'assistance à l'autonomie

En réponse au défi majeur de la dépendance tant sur le plan sociétal qu'économique, Legrand développe des solutions adaptées comme les commandes centralisées, les prises à manipulation facile, la télésurveillance ou le chemin lumineux, innovation qui a reçu le Trophée du Grand Âge, dans la catégorie Habitat Environnement en 2010. Cette offre favorisant la qualité est idéalement complétée par les terminaux pour téléassistance d'Intervox Systèmes qui a rejoint le groupe en février 2011.

NOUVEAUX SEGMENTS DE MARCHÉ



« Une nouvelle façon de penser la maison »

Par Ernesto Santini, Directeur Développement et Technologies, Systèmes Résidentiels



L'interscénario Céliane permet d'associer les commandes d'éclairage, de volets et de chauffage pour plus de bien-être.

Durant l'année 2010, nous avons introduit sur le marché une nouvelle façon de penser la maison, basée sur l'électronique. On parle de système, d'une évolution de l'installation électrique tendant vers une nouvelle façon de comprendre le bien-être dans la maison. Deux mots clés caractérisent ces innovations portées par Legrand.

MY HOME ET OPEN WEB NET, DEUX PERFORMANCES SIGNÉES LEGRAND

My Home est un système à forte valeur ajoutée, prenant en charge toutes les fonctions à l'intérieur de la maison comme le suivi de la consommation énergétique, le confort, la sécurité, le contrôle de la température, ou encore

la communication, la voix et même la diffusion sonore.

L'autre mot clé est Open Web Net, soit l'ouverture de la maison équipée du système My Home de Legrand vers l'extérieur. C'est un langage à plusieurs niveaux qui permet le pilotage du bâtiment à travers les communications sous réseau IP (Internet, Ethernet) et de connecter l'infrastructure électrique du domicile au monde de la technologie de l'information.



L'écran tactile Art permet de commander les installations My Home.

UNE CROISSANCE ATTENDUE DANS CE NOUVEAU SEGMENT DE MARCHÉ

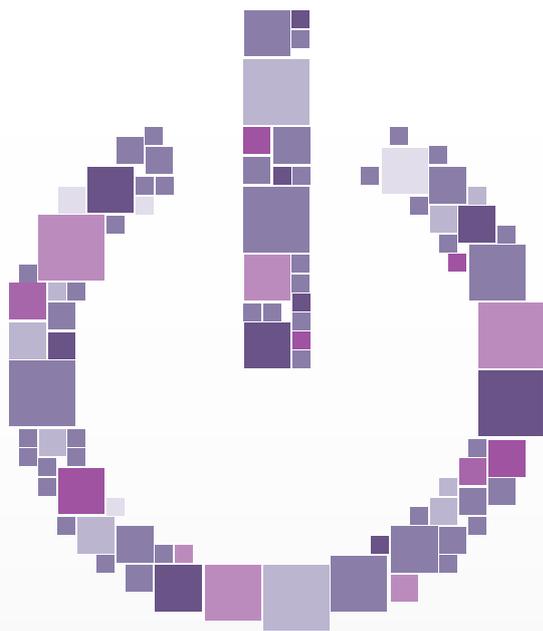
My Home et le langage Open Web Net vont composer un ensemble unique de

fonctionnalités destinées au bien-être de la personne, un domaine où nous attendons une très forte croissance dans les années à venir.



L'application iMyHome pour Iphone permet, par exemple, de commander à distance l'éclairage, la vidéosurveillance et l'arrosage automatique de la maison. iPhone est une marque Apple Inc.

Les évolutions sociétales et technologiques offrent à Legrand de formidables opportunités de croissance.



CHIFFRES CLÉS

38 %

DU CHIFFRE D'AFFAIRES RÉALISÉS
AVEC DES PRODUITS NOUVEAUX

4,5 %

DU CHIFFRE D'AFFAIRES 2010
INVESTIS EN R&D

1 860

COLLABORATEURS DÉDIÉS À LA R&D



DES EXIGENCES ACCRUES

> Les attentes sont grandissantes en matière de produits intelligents et personnalisables, adaptés aux besoins, aux goûts et au style de vie des consommateurs. L'esthétique, la simplicité, l'ergonomie sont devenues des critères de choix essentiels. Le rapide succès des smartphones témoigne de cette aspiration. Ils représentaient déjà 30% des ventes de téléphones portables en 2010 en France et devraient atteindre 90% à 95% du marché en 2014-2015.

Source : Institut GFK, janvier 2011.

CRÉATEUR D'IDÉES ET DE VALEUR

Depuis toujours, Legrand a fait de l'innovation technologique et du design un moteur de sa croissance, apportant une différenciation de l'offre et une forte création de valeur pour l'ensemble de ses partenaires (distributeurs, installateurs, prescripteurs et utilisateurs finaux).

> Les moyens importants que Legrand consacre à la Recherche et Développement lui permettent d'explorer de nouveaux territoires. S'appuyant sur une veille permanente, le groupe innove pour accélérer son développement, en particulier sur les segments porteurs (l'efficacité énergétique, les infrastructures numériques, les systèmes résidentiels) et se positionner sur des marchés d'avenir : les bornes de recharge pour véhicules électriques, les « smart grids » (réseaux électriques intelligents) et l'assistance à l'autonomie.

> S'inscrivant dans une ambition plus large, le groupe développe des partenariats avec d'autres industriels de la filière pour faire émerger des solutions communes, porteuses d'avancées majeures. L'élargissement de l'EV Plug Alliance, cofondée en mars 2010 avec deux autres acteurs du secteur, est une bonne illustration de cette stratégie, la vocation de l'entente étant de promouvoir une solution standardisée de branchement pour le véhicule électrique en Europe.

INNOVATION & DESIGN



« Quand on parle de R&D et d'innovation, on parle forcément de design »

par Pierre-Yves Panis, Directeur du Design Produits et Directeur Artistique

Quand on parle de R&D et d'innovation, on parle forcément de design. Chez Legrand, le design apporte la cohérence et l'équilibre de toutes les initiatives de développements de produits. Le design est garant de la pertinence des réponses en termes de fonctionnalité, d'usage et bien sûr de forme. Par ailleurs, la R&D n'est pas une entité à part, elle est partie intégrante des structures qui sont responsables des nouvelles initiatives du groupe en termes de produits nouveaux. D'un point de vue process, le travail autour de la mise au point de produits est piloté conjointement par un trinôme constitué du Marketing, du Design et du Développement produit.

DU SENS ET DE LA VALEUR

Legrand est leader incontesté dans l'association de l'esthétique et de la technologie. Pour ce faire, le design

Legrand dispose de plus de 4 000 brevets actifs.



Le programme d'appareillage haut de gamme Arteor allie design et fonctionnalités.

Legrand injecte dans ses produits du vrai sens et de la valeur, pour toutes les typologies d'utilisateurs.

Dans cette démarche, Legrand s'appuie sur des outils innovants comme le motion design qui nous permet de mettre en situation un nouveau produit ou un nouveau concept.

DEUX EXEMPLES D'UNE APPROCHE INTÉGRÉE

Cette démarche généralisée est appliquée partout dans le groupe. Deux exemples illustrent bien la valeur ajoutée du design dans cette approche intégrée :

> Arteor est un programme tout à fait international, il embarque des fonc-

tions d'automatisme haut de gamme qui doivent être rapidement adoptées par les utilisateurs sur la planète entière. Pour cela, le design a développé sur les écrans de commande des pictogrammes qui permettent une prise en main facile.

> Comme second exemple, la borne de recharge pour véhicules électriques « Green'up » constitue une véritable plateforme d'hébergement nouvelle. Elle sert de lien entre l'infrastructure électrique et digitale du bâtiment et le véhicule. C'est un concentré de technologie qui permet des recharges automatisées.

Dans une optique de développement à long terme, Legrand s'attache à promouvoir un modèle de croissance responsable. Celui-ci repose sur trois domaines : l'engagement social, la démarche environnementale et la gouvernance, qui prône l'éthique, la transparence et le dialogue.



CHIFFRES CLÉS

PRÈS DE

100 %

DES OBJECTIFS CHIFFRÉS 2010 ATTEINTS

L'ACTION LEGRAND INCLUSE DANS

4

INDICES ISR MAJEURS



UN ENJEU CLÉ

Le développement durable représente un enjeu majeur.

> Les pratiques répondant aux exigences de la responsabilité sociale s'harmonisent au plan mondial avec l'adoption, fin 2010, de la norme internationale ISO 26000. Élaborée par l'ensemble des parties prenantes de 99 pays participants, elle fixe pour la première fois des lignes directrices sur la base d'un consensus international.

> Les réglementations nationales évoluent. Ainsi, en France, la promulgation de la loi Grenelle II en juillet 2010 précise les orientations de la loi Grenelle I dans de nombreux domaines et secteurs (réduction des consommations d'énergie des bâtiments, évolution des infrastructures de transport...).

> Au-delà de ces préoccupations environnementales et sociales, les consommateurs comme les entreprises exigent des solutions économiquement performantes permettant une optimisation de leur consommation et une amélioration de leur confort de vie.

UNE DÉMARCHE DE PROGRÈS CONTINU

Le développement durable se concrétise par une démarche d'amélioration continue portée par toute l'entreprise et par une politique d'innovation dynamique qui vise à répondre toujours mieux aux attentes des parties prenantes (consommateurs, salariés, fournisseurs), à limiter l'impact environnemental du groupe et à constamment progresser sur le volet social.

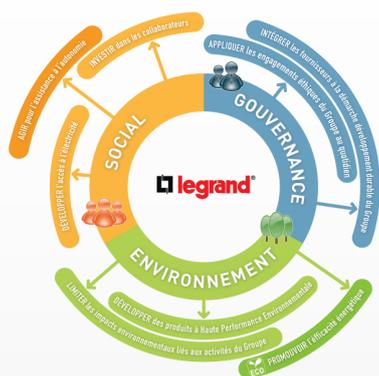
> En 2010, cette démarche structurée s'est poursuivie autour de trois domaines déclinés en huit axes prioritaires dotés d'objectifs. Des avancées importantes ont été réalisées aussi bien dans les domaines de l'écoconception, de l'efficacité énergétique et de l'engagement social avec, notamment, le soutien de l'organisation non gouvernementale « Électriciens sans Frontières ».

DÉVELOPPEMENT DURABLE



« Notre engagement en matière de responsabilité sociale d'entreprise »

par Nelly Navarro, Responsable du Développement Durable



82 % des sites industriels Legrand sont certifiés ISO 14001 dans le monde.

En 2010, Legrand a défini trois domaines déclinés en huit axes qui constituent notre engagement en matière de responsabilité sociale d'entreprise. Ces axes sont bien sûr adaptés à l'organisation de notre groupe et à nos activités. C'est sur la base de cette approche, que nous définissons nos nouveaux objectifs en matière de « responsabilité sociale d'entreprise ». Nous souhaitons notamment progresser dans le développement

des démarches d'écoconception et réduire l'empreinte carbone de nos activités. En 2010, des progrès significatifs ont été faits sur les huit axes mentionnés. Citons par exemple le renforcement du partenariat de Legrand avec l'association Électriciens sans Frontières. Cette année encore, nous avons fourni à l'association des produits et des fonds pour de nombreux projets d'accès à l'électricité, que se soit au Cambodge, en Inde ou au Vietnam.

Enfin, dans le domaine de la gouvernance, nous continuons à travailler avec les équipes achats et qualité afin de développer des outils qui nous permettront d'intégrer systématiquement des critères de développement durable dans l'évaluation de la performance de nos fournisseurs.

79 % des bureaux d'étude déploient une démarche d'écoconception.



DES PROGRAMMES D'ÉCOCONCEPTION

Des projets d'écoconception ont également été menés à bien. En Italie, nos équipes R&D ont développé un disjoncteur de la gamme Lexic2 dont l'impact environnemental a été réduit de 20% par rapport à la gamme précédente.

Le développement de l'accès à l'électricité, en partenariat avec Électriciens sans Frontières, est une des missions de Legrand.



INDICATEURS FINANCIERS

APERÇU

3 891 M€
DE CHIFFRE D'AFFAIRES EN 2010

LEADERSHIP
N° 1 MONDIAL
DE L'APPAREILLAGE ÉLECTRIQUE
ET DU CHEMINEMENT DE CÂBLES

2/3
DU CHIFFRE D'AFFAIRES 2010 RÉALISÉS AVEC
DES PRODUITS N° 1 OU N° 2 SUR LEUR MARCHÉ

VENTES DANS

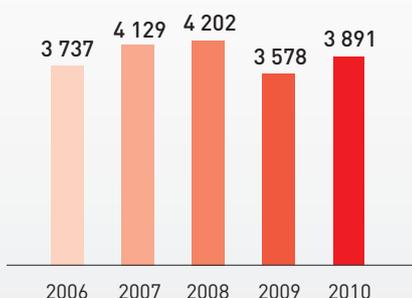
180 PAYS

33 % DES VENTES RÉALISÉS DANS
LES NOUVELLES ÉCONOMIES

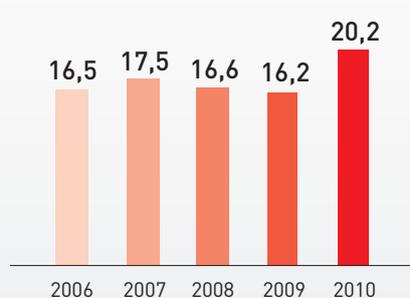
178 000 RÉFÉRENCES

EFFECTIFS
PLUS DE 31 000 COLLABORATEURS DANS LE MONDE
DONT PLUS DE 50% DANS LES NOUVELLES ÉCONOMIES

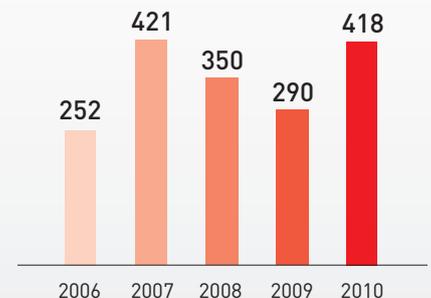
FINANCE



CHIFFRE D'AFFAIRES
en millions d'euros



MARGE OPÉRATIONNELLE AJUSTÉE
en % du chiffre d'affaires

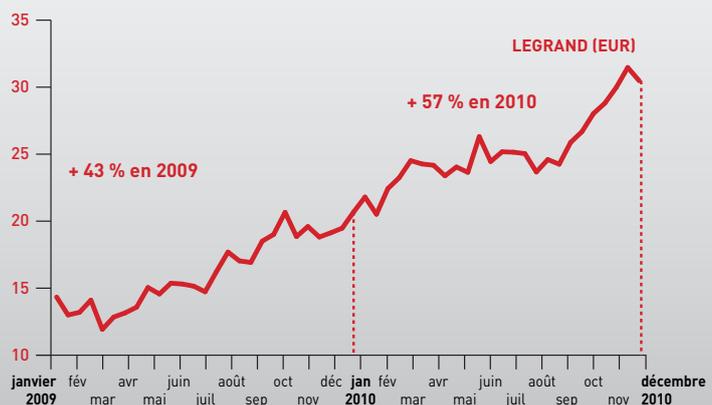


RÉSULTAT NET PART DU GROUPE
en millions d'euros



DIVIDENDE PAR ACTION
en euros

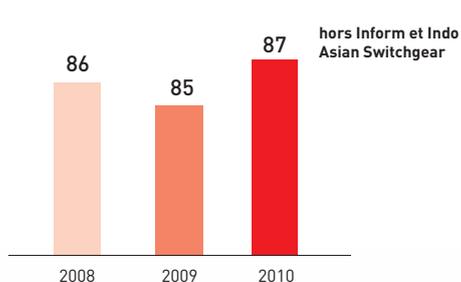
* Sous réserve de l'approbation par l'Assemblée générale des actionnaires du 26 mai 2011



COURS DE L'ACTION LEGRAND EN 2009 ET 2010

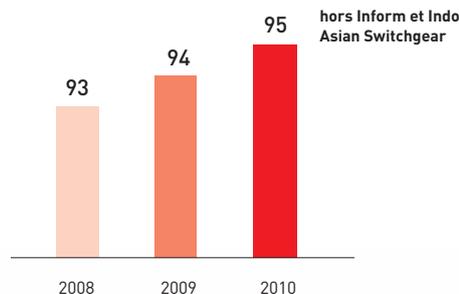
INDICATEURS DE DÉVELOPPEMENT DURABLE

DONNÉES SOCIALES



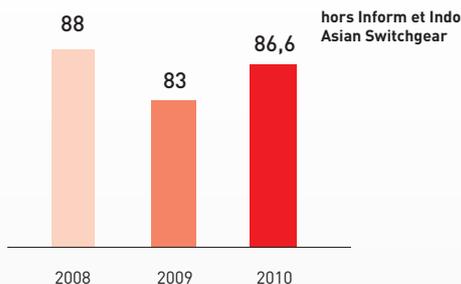
COMITÉS DE SÉCURITÉ ET DE SANTÉ (CSS)

proportion en % des effectifs du groupe représentés par un Comité de sécurité et santé
 Objectif 2010 atteint :
 maintenir un taux supérieur à 85%



MAITRISE DES RISQUES

proportion en % des effectifs du groupe pour lesquels les indicateurs de risque sont consolidés
 Objectif 2010 rempli :
 atteindre un taux supérieur à 95%



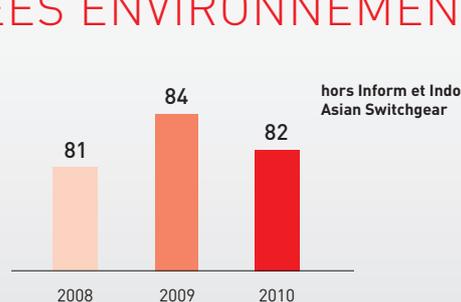
ÉVALUATION DES RISQUES

proportion en % des effectifs du groupe faisant l'objet d'une évaluation des risques formalisée
 Objectif 2010 atteint :
 maintenir un taux supérieur à 80%

RÉPARTITION DES EFFECTIFS en %

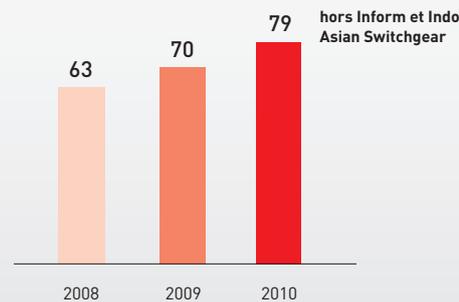
par âge	femmes	hommes
< 26 ans	7 %	5 %
26 - < 36 ans	12 %	17 %
36 - < 46 ans	10 %	20 %
46 - < 56 ans	9 %	13 %
≥ 56 ans	3 %	4 %

DONNÉES ENVIRONNEMENTALES



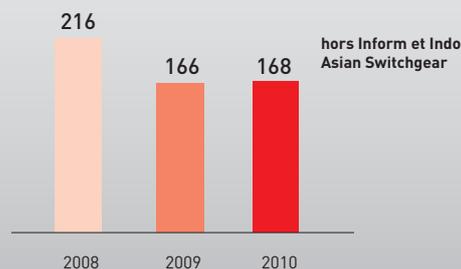
SITES CERTIFIÉS ISO 14001

en %
 Objectif 2010 atteint :
 maintenir un taux supérieur à 70%



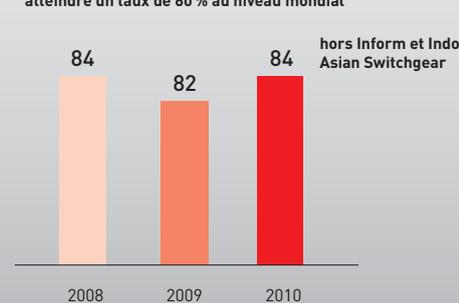
PART DES BUREAUX D'ÉTUDE DÉPLOYANT UNE DÉMARCHE D'ÉCOCONCEPTION

en %
 Objectif 2010 rempli :
 atteindre un taux de 60% au niveau mondial



ÉMISSIONS DE CO₂ LIÉES AUX CONSOMMATIONS D'ÉNERGIE

en milliers T.eq. CO₂
 Objectif 2010 atteint : -10% par rapport au niveau de 2006 (216 milliers T.eq. CO₂)



DÉCHETS VALORISÉS

en %
 Objectif 2010 atteint :
 maintenir un taux supérieur à 80%

Le comité de direction se compose de 8 membres

COMITÉ DE DIRECTION



Gilles SCHNEPP
Président-Directeur Général



Olivier BAZIL
Vice-Président-Directeur
Général délégué



Xavier de FROMENT
Directeur France



Jean-Paul LEDUC
Directeur Export



Paolo PERINO
Administrateur délégué
et Directeur Général de BTicino



John SELLDORFF
Président-Directeur Général
de Legrand North America



Patrice SOUDAN
Directeur Général adjoint,
Directeur Division Appareillage
et Systèmes Résidentiels



Philippe WEBER
Directeur Général adjoint,
Directeur Division
Distribution d'Énergie et
Applications Industrielles

CONSEIL D'ADMINISTRATION

GILLES SCHNEPP, Président du conseil d'administration - OLIVIER BAZIL, Vice-Président du conseil d'administration
MATTIA CAPRIOLI, Administrateur - THIERRY DE LA TOUR D'ARTAISE, Administrateur indépendant⁽¹⁾
JACQUES GARAÏALDE, Administrateur - EDWARD A. GILHULY, Administrateur - FRANÇOIS GRAPPOTTE,
Administrateur et Président d'Honneur du conseil d'administration - GÉRARD LAMARCHE, Administrateur indépendant⁽¹⁾
FRÉDÉRIC LEMOINE, Administrateur - ERNEST-ANTOINE SEILLIÈRE, Administrateur
PATRICK TANGUY, Administrateur.

⁽¹⁾ Un administrateur est indépendant lorsqu'il n'entretient aucune relation de quelque nature que ce soit avec la société, son groupe ou sa direction qui puisse compromettre l'exercice de sa liberté de jugement.