



# Résultats du premier semestre 2016

1<sup>er</sup> août 2016

# AGENDA

**1 FAITS MARQUANTS**

**2 ROBUSTES PERFORMANCES AU S1 2016**

**3 MULTIPLES INITIATIVES DE CROISSANCE**

**4 OBJECTIFS 2016 PLEINEMENT CONFIRMÉS**

**5 ANNEXES**

1

FAITS MARQUANTS

## FAITS MARQUANTS

### □ **Robustes performances au S1 2016**

- Croissance organique<sup>(1)</sup> : +1,9%
  - ✓ Solide performance aux Etats-Unis (+5,5%)
  - ✓ Progression dans les pays matures d'Europe (+1,6%)
  - ✓ Stabilité dans les nouvelles économies où les situations sont contrastées suivant les pays
  - ✓ Effet favorable de calendrier estimé à environ 1 jour au S1 2016, qui devrait s'inverser au S2 2016
- Résultat opérationnel ajusté : hausse de +3,1%, principalement tirée par une bonne performance opérationnelle dans un contexte de croissance des ventes

### □ **Multiples initiatives de croissance**

- Poursuite du développement dans les offres connectées
- 7 acquisitions annoncées depuis le 1<sup>er</sup> janvier 2016 : près de 160 M€ de chiffre d'affaires annuel acquis

### □ **Objectifs 2016 pleinement confirmés**

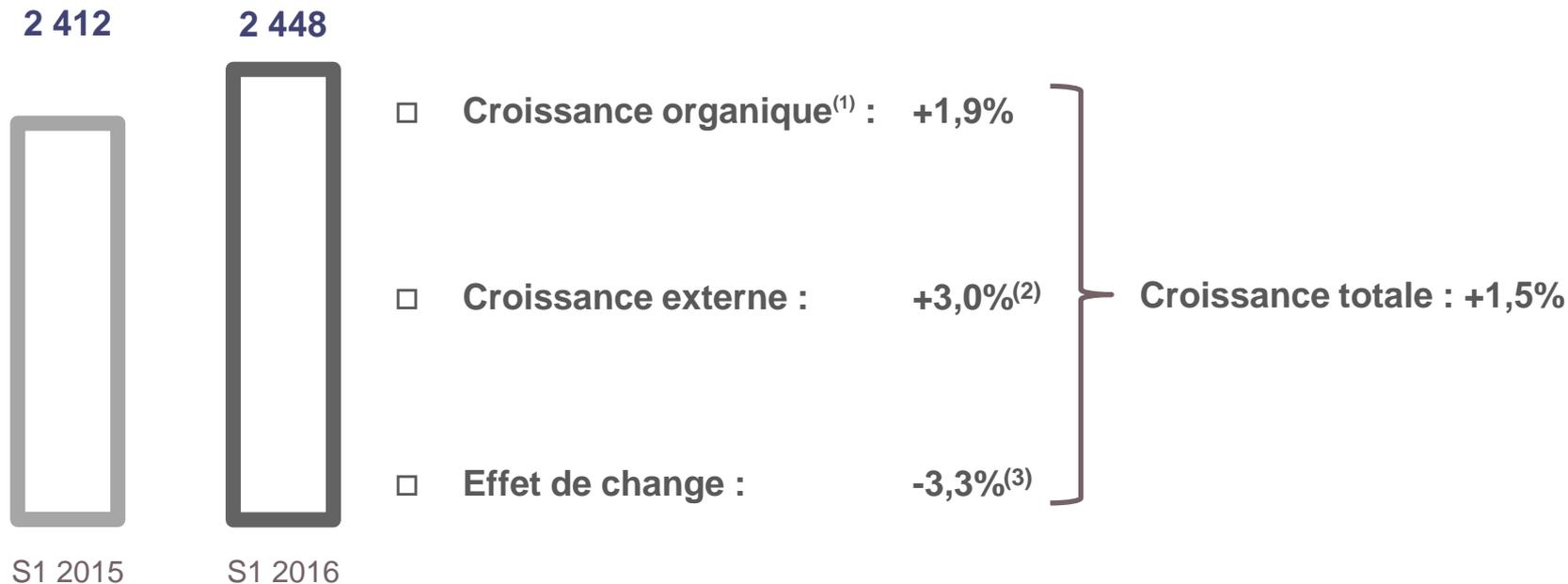
1. Organique : à structure et taux de change constants.

2

**ROBUSTES PERFORMANCES**  
**AU S1 2016**

## EVOLUTION DU CHIFFRE D'AFFAIRES AU S1 2016

En millions d'€



1. Organique : à structure et taux de change constants.

2. Sur la base des acquisitions annoncées et de leur date probable de consolidation, la variation du périmètre de consolidation devrait contribuer à hauteur de plus de +4% à la croissance du chiffre d'affaires du Groupe en 2016.

3. Sur la base des taux de change moyens de juin 2016, l'effet de change s'établirait pour l'année pleine à près de -3%.

## EVOLUTION ORGANIQUE<sup>(1)</sup> DU CHIFFRE D'AFFAIRES AU S1 2016 PAR ZONE GÉOGRAPHIQUE (1/2)

### France

(18,7% des ventes totales du Groupe)

- -2,7% d'évolution organique<sup>(1)</sup>
- Dont -1,5% au T2 2016 bénéficiant d'un effet de calendrier favorable qui devrait s'inverser au S2 2016, en particulier au T3 2016
- Amélioration depuis le début de l'année des indicateurs avancés de la construction neuve résidentielle et non résidentielle – tendance qui ne devrait se refléter dans l'activité de Legrand qu'avec un décalage de plusieurs trimestres

### Italie

(11,1% des ventes totales du Groupe)

- +4,3% de croissance organique<sup>(1)</sup>
- Bonne performance bénéficiant
  - du lancement réussi au cours du S1 2016 de la nouvelle gamme de portiers connectés Class 300X et
  - de projets ponctuels dans la distribution d'énergie

1. Organique : à structure et taux de change constants.

# EVOLUTION ORGANIQUE<sup>(1)</sup> DU CHIFFRE D'AFFAIRES AU S1 2016 PAR ZONE GÉOGRAPHIQUE (2/2)

## Reste de l'Europe

(17,4% des ventes totales du Groupe)

- +6,0% de croissance organique<sup>(1)</sup>
- Belles croissances dans
  - de nombreux pays matures comme en Allemagne, Autriche et en Europe du Sud (Espagne, Grèce, Portugal), et
  - plusieurs nouvelles économies comme en Roumanie, Hongrie, Slovaquie et République tchèque
- Plus particulièrement, progression de l'activité en Russie au S1 2016
- Croissance modérée des ventes au Royaume-Uni au S1 2016 (~2,5% du chiffre d'affaires du Groupe réalisés au Royaume-Uni<sup>(2)</sup>)

## Amérique du Nord et Centrale<sup>(3)</sup>

(27,5% des ventes totales du Groupe)

- +5,7% de croissance organique<sup>(1)</sup>
- +5,5% de croissance organique aux Etats-Unis seuls
  - dans un marché de la construction toujours bien orienté, performance de Legrand supérieure à l'évolution des indicateurs de marché, en particulier tirée par la poursuite du succès de l'offre *Digital Lighting Management* en contrôle d'éclairage à forte efficacité énergétique et de belles réalisations en non-résidentiel
  - hors ces effets ponctuels, progression organique de l'ordre de +3%, en ligne avec l'évolution estimée du marché de Legrand
- Belles progressions également au Mexique et globalement dans les autres pays de la zone

## Reste du Monde

(25,3% des ventes totales du Groupe)

- -2,0% d'évolution organique<sup>(1)</sup>
- Belles progressions enregistrées en Inde, au Chili, en Colombie ou en Algérie qui ne compensent pas les baisses d'activité enregistrées au Brésil ainsi que dans certains pays d'Asie et du Moyen-Orient
- En Chine plus particulièrement, après l'impact ponctuel favorable de mesures gouvernementales en début d'année, le marché a repris sa tendance baissière, et au total les ventes de Legrand sont stables au S1 2016

1. Organique : à structure et taux de change constants.

2. Sur la base des taux de change moyens du premier semestre 2016 et du chiffre d'affaires annuel des dernières acquisitions.

3. Comme annoncé, « A partir du 1er janvier 2016, la zone Etats-Unis/Canada devient la zone Amérique du Nord et Centrale et inclut les Etats-Unis, le Canada, le Mexique ainsi que les autres pays d'Amérique centrale. »

## MARGE OPÉRATIONNELLE AJUSTÉE<sup>(1)</sup> AU S1 2016

|                |   |              |
|----------------|---|--------------|
| <b>S1 2015</b> | <b>marge opérationnelle ajustée</b>   | <b>19,8%</b> |
|                | Principalement bonne performance opérationnelle dans un contexte de croissance des ventes | +0,5 pt      |
| <b>S1 2016</b> | <b>marge opérationnelle ajustée avant acquisitions<sup>(2)</sup></b>                      | <b>20,3%</b> |
|                | impact des acquisitions   | -0,2 pt      |
| <b>S1 2016</b> | <b>marge opérationnelle ajustée</b>   | <b>20,1%</b> |

1. Résultat opérationnel ajusté des amortissements des réévaluations d'actifs incorporels pratiquées lors des acquisitions et de s frais/produits liés à celles-ci (pour S1 2015 et S1 2016, de respectivement 21,5 M€ et 21,9 M€) ainsi que, le cas échéant, des pertes de valeur des goodwill, (0€ pour S1 2015 et S1 2016).

2. A périmètre 2015.

## RÉSULTAT NET PART DU GROUPE AU S1 2016

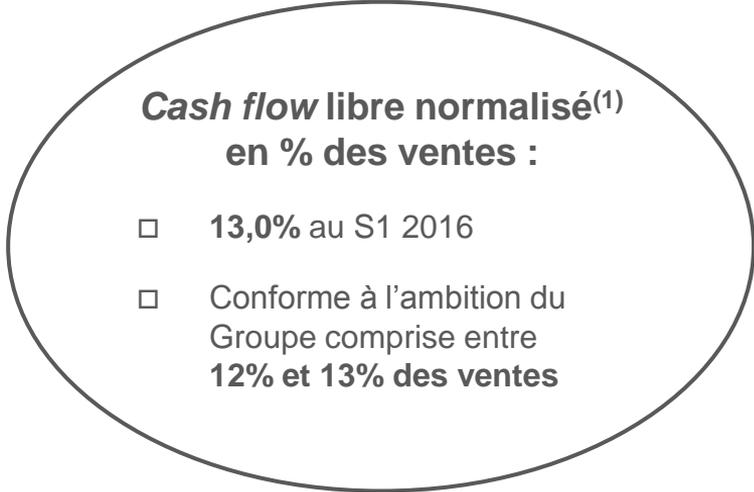
- Bonne performance opérationnelle :  
amélioration de 14,2 M€ du résultat opérationnel
- compensée par
- une augmentation de 5,9 M€ des frais financiers nets (qui restent sous contrôle à moins de 2% du chiffre d'affaires) due en particulier à l'émission en décembre 2015 d'une obligation en anticipation du refinancement de l'obligation d'échéance février 2017
- une hausse de 6,0 M€ du montant de l'impôt sur le résultat (taux d'imposition à 32,9%)
- d'autres éléments (notamment une baisse du résultat de change de 1,2 M€)



**283 M€,  
11,6% des  
ventes**

## GÉNÉRATION DE CASH FLOW LIBRE AU S1 2016

- Marge brute d'autofinancement robuste au S1 2016 : 381 M€, soit 15,5% du chiffre d'affaires
  
- Maîtrise des capitaux employés
  - Besoin en fonds de roulement : 9,5% du chiffre d'affaires
  - Investissements : 2,4% du chiffre d'affaires



### **Cash flow libre normalisé<sup>(1)</sup> en % des ventes :**

- **13,0%** au S1 2016
- Conforme à l'ambition du Groupe comprise entre **12% et 13% des ventes**

1. Sur la base d'un besoin en fonds de roulement représentant 10% du chiffre d'affaires des 12 derniers mois et dont la variation à structure et taux de change constants est ramenée au semestre.

Le cash flow libre normalisé est une bonne mesure de la génération de cash flow libre, en particulier sur une base trimestrielle.

3

## MULTIPLES INITIATIVES DE CROISSANCE

## PRINCIPALES CONCLUSIONS DE LA JOURNÉE INVESTISSEURS 2016

---

- Déploiement des initiatives industrielles et commerciales en ligne avec le plan de marche présenté lors de la journée investisseurs de 2014
  
- Succès du modèle économique de Legrand dans la zone Etats-Unis/Canada
  
- Développement des offres connectées portées par les solides fondamentaux du Groupe
  
- Bonne performance intégrée et capacité à créer de la valeur dans la durée

## POURSUITE DU DÉVELOPPEMENT DANS LES OFFRES CONNECTÉES

### Déploiement du programme Eliot



Après un lancement en France (juillet 2015) et en Italie (septembre 2015), Eliot sera déployé dans de nombreux pays au S2 2016

### Exemples de nouveaux produits connectés lancés au S1 2016



PORTIER CONNECTÉ  
CLASS300X



VARIATEUR  
MODULAIRE NFC

MYHOME PLAY

### Partenariats et alliances



En plus des nombreux partenariats existant (Samsung, Nest, etc.), un nouveau partenariat avec TCL en Chine a été annoncé en juillet 2016



**En avance sur le plan de marche**

## CROISSANCE EXTERNE AU S1 2016

|   | <u>Activité</u>                                   | <u>Pays</u>         | <u>Ventes annuelles</u> |
|---|---|---------------------|-------------------------|
|  | Solutions d'éclairage                             | Etats-Unis          | ~105 M\$                |
|  | Contrôle d'éclairage                              | Royaume-Uni         | ~24 M€                  |
|  | Infrastructures audio/vidéo                       | Etats-Unis          | >20 M\$                 |
|  | UPS <sup>(1)</sup>                                | Italie et Allemagne | <9 M€                   |
|  | Cheminement de câbles et armoires de distribution | Indonésie           | ~6 M€                   |
|  | Assistance à l'autonomie                          | Royaume-Uni         | ~3 M€                   |

↪ **7 acquisitions au S1 2016 : près de 160 M€ de chiffre d'affaires annuel acquis**

↪ **D'ores et déjà, contribution de plus de +4%<sup>(3)</sup> de la variation du périmètre de consolidation à la croissance du chiffre d'affaires en 2016**

1. UPS : Uninterruptible Power Supply ; Alimentation Statique sans Interruption (onduleur).
2. Joint Venture. La participation de Legrand au sein de l'entité s'élève à 80%.
3. Sur la base des acquisitions déjà annoncées et de leur date probable de consolidation.

4

**OBJECTIFS 2016  
PLEINEMENT CONFIRMÉS**

## OBJECTIFS 2016<sup>(1)</sup> PLEINEMENT CONFIRMÉS

---

- Legrand confirme pleinement ses objectifs 2016 :
  - une évolution organique de ses ventes comprise entre -2% et +2%, et
  - une marge opérationnelle ajustée avant prise en compte des acquisitions (à périmètre 2015) comprise entre 18,5% et 19,5% du chiffre d'affaires.
  
- Legrand poursuivra par ailleurs sa stratégie d'acquisitions, créatrice de valeur.

1. Voir Annexe en page 19 pour la formulation complète des objectifs 2016 de Legrand.

5

ANNEXES

## OBJECTIFS 2016

### Extrait de la présentation des résultats annuels 2015

7 

ANNEXES **OBJECTIFS 2016**

- Dans un contexte général incertain, Legrand bénéficie d'un positionnement favorable grâce à une présence limitée
  - dans les nouvelles économies les plus touchées par le ralentissement économique ainsi que
  - dans l'industrie pétrolière et gazière.

De plus, le marché de la construction pourrait avoir atteint un point bas dans certains pays matures d'Europe ou devrait rester porteur dans d'autres pays comme aux Etats-Unis.

Néanmoins pour 2016, les anticipations macroéconomiques sont récemment devenues plus prudentes et certaines nouvelles économies pourraient rester affectées par des conditions économiques défavorables.

Dans ce contexte, Legrand se fixe pour 2016 un objectif d'évolution organique de ses ventes comprise entre -2% et +2%. Le Groupe se fixe également pour 2016 un objectif de marge opérationnelle ajustée avant prise en compte des acquisitions (à périmètre 2015) comprise entre 18,5% et 19,5% du chiffre d'affaires.

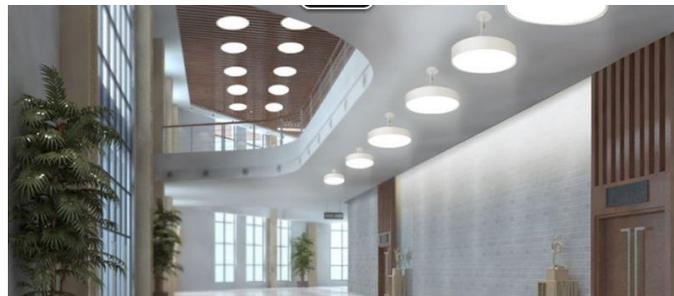
- Legrand poursuivra par ailleurs sa stratégie d'acquisitions, créatrice de valeur.

46

## ACQUISITIONS PINNACLE ARCHITECTURAL LIGHTING



- Un des leaders des solutions d'éclairage architectural pour bâtiments tertiaires aux Etats-Unis
- Chiffre d'affaires annuel d'environ 105 M\$
- 230 employés



- Renforce les positions de Legrand aux Etats-Unis dans le marché de l'éclairage pour bâtiments tertiaires, soutenu par la mise en place régulière de nouvelles réglementations énergétiques
- Permet à Legrand de développer des solutions sur mesure pouvant combiner les 3 principales technologies de contrôle d'éclairage : murale, dans les coffrets d'éclairage, dans le luminaire

## ACQUISITIONS CP ELECTRONICS



- ❑ Leader du contrôle d'éclairage à efficacité énergétique au Royaume-Uni
- ❑ Chiffre d'affaires annuel d'environ 24 M£
- ❑ Environ 180 employés



- ❑ Complète l'offre existante de Legrand à destination du secteur tertiaire au Royaume-Uni

- ❑ Complète le dispositif du Groupe dans le contrôle d'éclairage à efficacité énergétique, un marché soutenu par la mise en place régulière de nouvelles réglementations énergétiques et une demande accrue pour des solutions économes en énergie

## ACQUISITIONS LUXUL WIRELESS

# LUXUL™

- ❑ Leader américain des produits pour infrastructures audio/vidéo<sup>(1)</sup> à destination des bâtiments résidentiels et des bâtiments tertiaires de petite et moyenne taille
- ❑ Chiffre d'affaires annuel de plus de 20 M\$
- ❑ Environ 30 employés

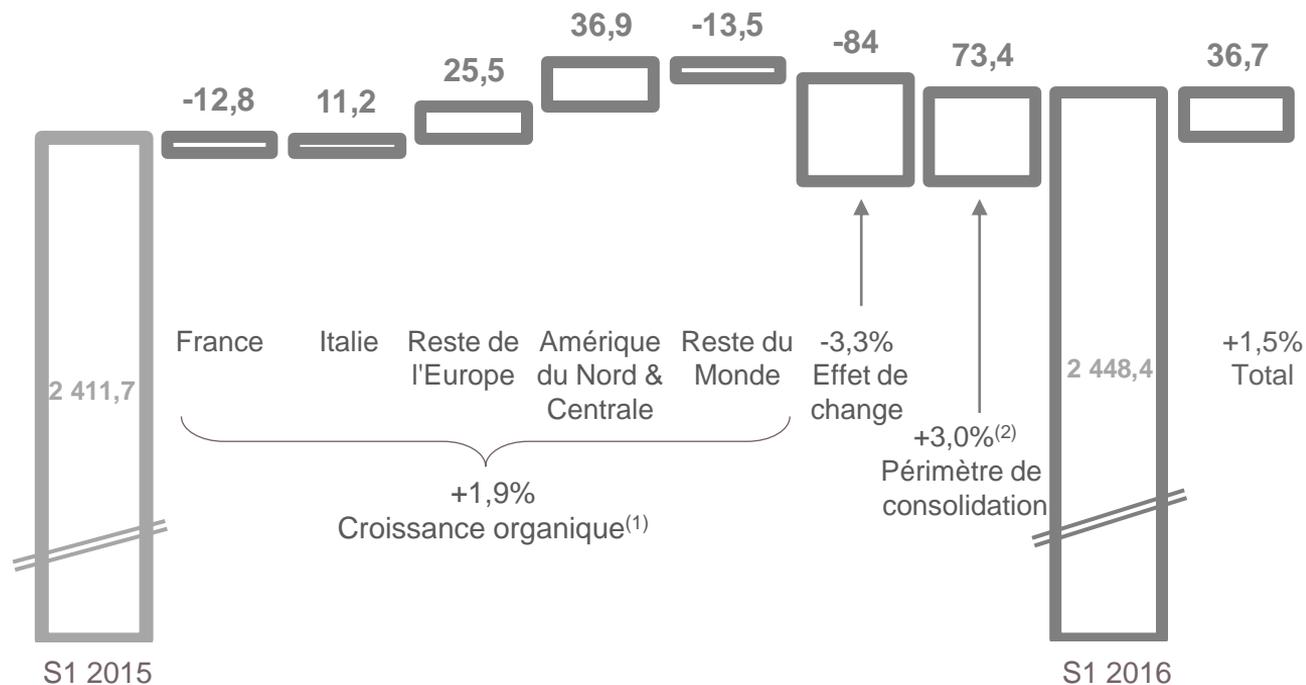


- ❑ Complément idéal à l'offre généraliste de Legrand aux Etats-Unis en câblage structuré pour le logement (On-Q)
- ❑ Complète l'offre du Groupe dans le segment spécialisé et en croissance des applications audio et vidéo aux Etats-Unis

1. *Routeurs sans fil, points d'accès, commutateurs.*

## EVOLUTION DU CHIFFRE D'AFFAIRES

Analyse des variations du chiffre d'affaires par destination au S1 2016 (en M€)



1. Organique : à structure et taux de change constants.
2. Du fait de la consolidation de Raritan, IME, Valrack et QMotion.

## 1<sup>er</sup> SEMESTRE 2016 – CHIFFRE D’AFFAIRES PAR DESTINATION<sup>(1)</sup>

| (M€)                         | S1 2015        | S1 2016        | Evolution totale | Effet périmètre | Croissance organique | Effet change |
|------------------------------|----------------|----------------|------------------|-----------------|----------------------|--------------|
| France                       | 466,7          | 457,4          | <b>-2,0%</b>     | 0,7%            | <b>-2,7%</b>         | 0,0%         |
| Italie                       | 255,3          | 270,7          | <b>6,0%</b>      | 1,6%            | <b>4,3%</b>          | 0,0%         |
| Reste de l'Europe            | 412,8          | 426,7          | <b>3,4%</b>      | 2,7%            | <b>6,0%</b>          | -5,1%        |
| Amérique du Nord et Centrale | 605,0          | 674,2          | <b>11,4%</b>     | 6,7%            | <b>5,7%</b>          | -1,2%        |
| Reste du monde               | 671,9          | 619,4          | <b>-7,8%</b>     | 2,1%            | <b>-2,0%</b>         | -7,9%        |
| <b>Total</b>                 | <b>2 411,7</b> | <b>2 448,4</b> | <b>1,5%</b>      | <b>3,0%</b>     | <b>1,9%</b>          | <b>-3,3%</b> |

1. Zone dans laquelle la vente est enregistrée.

## 1<sup>er</sup> TRIMESTRE 2016 – CHIFFRE D’AFFAIRES PAR DESTINATION<sup>(1)</sup>

| (M€)                         | T1 2015        | T1 2016        | Evolution totale | Effet périmètre | Croissance organique | Effet change |
|------------------------------|----------------|----------------|------------------|-----------------|----------------------|--------------|
| France                       | 222,8          | 215,9          | <b>-3,1%</b>     | 0,9%            | <b>-4,0%</b>         | 0,0%         |
| Italie                       | 131,0          | 139,4          | <b>6,4%</b>      | 1,6%            | <b>4,7%</b>          | 0,0%         |
| Reste de l'Europe            | 203,0          | 210,2          | <b>3,5%</b>      | 2,6%            | <b>5,4%</b>          | -4,2%        |
| Amérique du Nord et Centrale | 283,1          | 328,1          | <b>15,9%</b>     | 7,0%            | <b>7,6%</b>          | 0,7%         |
| Reste du monde               | 324,8          | 296,0          | <b>-8,9%</b>     | 1,8%            | <b>-2,4%</b>         | -8,3%        |
| <b>Total</b>                 | <b>1 164,7</b> | <b>1 189,6</b> | <b>2,1%</b>      | <b>3,0%</b>     | <b>1,9%</b>          | <b>-2,8%</b> |

1. Zone dans laquelle la vente est enregistrée.

## 2<sup>e</sup> TRIMESTRE 2016 – CHIFFRE D’AFFAIRES PAR DESTINATION<sup>(1)</sup>

| (M€)                         | T2 2015        | T2 2016        | Evolution totale | Effet périmètre | Croissance organique | Effet change |
|------------------------------|----------------|----------------|------------------|-----------------|----------------------|--------------|
| France                       | 243,9          | 241,5          | <b>-1,0%</b>     | 0,6%            | <b>-1,5%</b>         | 0,0%         |
| Italie                       | 124,3          | 131,3          | <b>5,6%</b>      | 1,7%            | <b>3,9%</b>          | 0,0%         |
| Reste de l'Europe            | 209,8          | 216,5          | <b>3,2%</b>      | 2,8%            | <b>6,6%</b>          | -5,8%        |
| Amérique du Nord et Centrale | 321,9          | 346,1          | <b>7,5%</b>      | 6,5%            | <b>4,1%</b>          | -3,0%        |
| Reste du monde               | 347,1          | 323,4          | <b>-6,8%</b>     | 2,3%            | <b>-1,5%</b>         | -7,5%        |
| <b>Total</b>                 | <b>1 247,0</b> | <b>1 258,8</b> | <b>0,9%</b>      | <b>3,1%</b>     | <b>1,9%</b>          | <b>-3,8%</b> |

1. Zone dans laquelle la vente est enregistrée.

## 1<sup>er</sup> SEMESTRE 2016 – CHIFFRE D’AFFAIRES PAR ORIGINE<sup>(1)</sup>

| (M€)                         | S1 2015        | S1 2016        | Evolution totale | Effet périmètre | Croissance organique | Effet change |
|------------------------------|----------------|----------------|------------------|-----------------|----------------------|--------------|
| France                       | 524,3          | 511,0          | <b>-2,5%</b>     | 1,1%            | <b>-3,6%</b>         | 0,0%         |
| Italie                       | 268,7          | 286,8          | <b>6,7%</b>      | 2,6%            | <b>4,1%</b>          | 0,0%         |
| Reste de l'Europe            | 405,4          | 412,8          | <b>1,8%</b>      | 1,9%            | <b>5,6%</b>          | -5,4%        |
| Amérique du Nord et Centrale | 620,3          | 688,0          | <b>10,9%</b>     | 6,9%            | <b>4,9%</b>          | -1,1%        |
| Reste du monde               | 593,0          | 549,8          | <b>-7,3%</b>     | 1,7%            | <b>-0,1%</b>         | -8,8%        |
| <b>Total</b>                 | <b>2 411,7</b> | <b>2 448,4</b> | <b>1,5%</b>      | <b>3,0%</b>     | <b>1,9%</b>          | <b>-3,3%</b> |

1. Zone de facturation.

## 1<sup>er</sup> TRIMESTRE 2016 – CHIFFRE D’AFFAIRES PAR ORIGINE<sup>(1)</sup>

| (M€)                         | T1 2015        | T1 2016        | Evolution totale | Effet périmètre | Croissance organique | Effet change |
|------------------------------|----------------|----------------|------------------|-----------------|----------------------|--------------|
| France                       | 250,3          | 239,3          | <b>-4,4%</b>     | 1,0%            | <b>-5,4%</b>         | 0,0%         |
| Italie                       | 137,2          | 147,5          | <b>7,5%</b>      | 2,6%            | <b>4,8%</b>          | 0,0%         |
| Reste de l'Europe            | 200,4          | 205,0          | <b>2,3%</b>      | 1,9%            | <b>5,2%</b>          | -4,6%        |
| Amérique du Nord et Centrale | 290,3          | 334,5          | <b>15,2%</b>     | 7,0%            | <b>6,9%</b>          | 0,8%         |
| Reste du monde               | 286,5          | 263,3          | <b>-8,1%</b>     | 1,7%            | <b>-0,6%</b>         | -9,1%        |
| <b>Total</b>                 | <b>1 164,7</b> | <b>1 189,6</b> | <b>2,1%</b>      | <b>3,0%</b>     | <b>1,9%</b>          | <b>-2,8%</b> |

1. Zone de facturation.

## 2<sup>e</sup> TRIMESTRE 2016 – CHIFFRE D’AFFAIRES PAR ORIGINE<sup>(1)</sup>

| (M€)                         | T2 2015        | T2 2016        | Evolution totale | Effet périmètre | Croissance organique | Effet change |
|------------------------------|----------------|----------------|------------------|-----------------|----------------------|--------------|
| France                       | 274,0          | 271,7          | <b>-0,8%</b>     | 1,2%            | <b>-2,1%</b>         | 0,0%         |
| Italie                       | 131,5          | 139,3          | <b>5,9%</b>      | 2,6%            | <b>3,3%</b>          | 0,0%         |
| Reste de l'Europe            | 205,0          | 207,8          | <b>1,4%</b>      | 1,8%            | <b>6,1%</b>          | -6,1%        |
| Amérique du Nord et Centrale | 330,0          | 353,5          | <b>7,1%</b>      | 6,8%            | <b>3,2%</b>          | -2,8%        |
| Reste du monde               | 306,5          | 286,5          | <b>-6,5%</b>     | 1,7%            | <b>0,5%</b>          | -8,5%        |
| <b>Total</b>                 | <b>1 247,0</b> | <b>1 258,8</b> | <b>0,9%</b>      | <b>3,1%</b>     | <b>1,9%</b>          | <b>-3,8%</b> |

1. Zone de facturation.

## 1<sup>er</sup> SEMESTRE 2016 – COMPTE DE RÉSULTAT

| En millions d'euros  | S1 2015        | S1 2016                    | Evolution en % |
|--|----------------|----------------------------|----------------|
| <b>Chiffre d'affaires</b>  | <b>2 411,7</b> | <b>2 448,4</b>             | <b>+1,5%</b>   |
| Marge brute  | 1 258,3        | 1 305,6                    | +3,8%          |
| <i>En % du chiffre d'affaires</i>  | 52,2%          | 53,3%                      |                |
| <b>Résultat opérationnel ajusté<sup>(1)</sup></b>  | <b>478,1</b>   | <b>492,7</b>               | <b>+3,1%</b>   |
| <i>En % du chiffre d'affaires</i>  | <b>19,8%</b>   | <b>20,1%<sup>(2)</sup></b> |                |
| Amortissements des réévaluations d'actifs incorporels pratiquées lors des acquisitions et frais/produits liés aux acquisitions | (21,5)         | (21,9)                     |                |
| Résultat opérationnel  | 456,6          | 470,8                      | +3,1%          |
| <i>En % du chiffre d'affaires</i>  | 18,9%          | 19,2%                      |                |
| Produits et charges financiers   | (39,7)         | (45,6)                     |                |
| Gains/(pertes) de change   | 1,0            | (0,2)                      |                |
| Impôts sur le résultat   | (133,8)        | (139,8)                    |                |
| Résultat des entités mises en équivalence  | 0,0            | (0,3)                      |                |
| Résultat net   | 284,1          | 284,9                      | +0,3%          |
| <b>Résultat net part du Groupe</b>   | <b>283,4</b>   | <b>283,5</b>               | <b>+0,0%</b>   |

1. *Résultat opérationnel ajusté des amortissements des réévaluations d'actifs incorporels pratiquées lors des acquisitions et de frais/produits liés à celles-ci (pour S1 2015 et S1 2016, de respectivement 21,5 M€ et 21,9 M€) ainsi que, le cas échéant, des pertes de valeur des goodwill, (0€ pour S1 2015 et S1 2016).*
2. *20,3% hors acquisitions (à périmètre 2015).*

## 1<sup>er</sup> TRIMESTRE 2016 – COMPTE DE RÉSULTAT

| En millions d'euros   | T1 2015                    | T1 2016                    | Evolution en % |
|---|----------------------------|----------------------------|----------------|
| <b>Chiffre d'affaires</b>   | <b>1 164,7</b>             | <b>1 189,6</b>             | <b>+2,1%</b>   |
| Marge brute   | 599,3                      | 630,2                      | +5,2%          |
| <i>En % du chiffre d'affaires</i>   | 51,5%                      | 53,0%                      |                |
| <b>Résultat opérationnel ajusté<sup>(1)</sup></b>   | <b>218,6</b>               | <b>226,7</b>               | <b>+3,7%</b>   |
| <i>En % du chiffre d'affaires</i>   | <b>18,8%</b>               | <b>19,1%<sup>(2)</sup></b> |                |
| Amortissements des réévaluations d'actifs incorporels pratiqués lors des acquisitions et frais/produits liés aux acquisitions | (10,1)                     | (10,7)                     |                |
| Résultat opérationnel   | 208,5                      | 216,0                      | +3,6%          |
| <i>En % du chiffre d'affaires</i>   | 17,9%                      | 18,2%                      |                |
| Produits et charges financiers  | (19,2)                     | (22,0)                     |                |
| Gains/(pertes) de change  | (0,6)                      | (3,7)                      |                |
| Impôts sur le résultat  | (60,7)                     | (62,1)                     |                |
| Résultat des entités mises en équivalence   | 0,0                        | 0,0                        |                |
| Résultat net  | 128,0                      | 128,2                      | +0,2%          |
| <b>Résultat net part du Groupe</b>  | <b>127,4<sup>(3)</sup></b> | <b>127,4<sup>(3)</sup></b> | <b>+0,0%</b>   |

1. Résultat opérationnel ajusté des amortissements des réévaluations d'actifs incorporels pratiqués lors des acquisitions et des frais/produits liés à celles-ci (pour T1 2015 et T1 2016, de respectivement 10,1 M€ et 10,7 M€) ainsi que, le cas échéant, des pertes de valeur des goodwill, (0€ pour T1 2015 et T1 2016).
2. 19,2% hors acquisitions (à périmètre 2015).
3. Hors impact du résultat de change, le résultat net part du Groupe serait au premier trimestre 2016 de 130,0 M€ contre 127,7 M€ au premier trimestre 2015 et ressortirait ainsi en hausse de près de +2%.

## 2<sup>e</sup> TRIMESTRE 2016 – COMPTE DE RÉSULTAT

| En millions d'euros  | T2 2015        | T2 2016                    | Evolution en % |
|--|----------------|----------------------------|----------------|
| <b>Chiffre d'affaires</b>  | <b>1 247,0</b> | <b>1 258,8</b>             | <b>+0,9%</b>   |
| Marge brute  | 659,0          | 675,4                      | +2,5%          |
| <i>En % du chiffre d'affaires</i>  | 52,8%          | 53,7%                      |                |
| <b>Résultat opérationnel ajusté<sup>(1)</sup></b>  | <b>259,5</b>   | <b>266,0</b>               | <b>+2,5%</b>   |
| <i>En % du chiffre d'affaires</i>  | <i>20,8%</i>   | <i>21,1%<sup>(2)</sup></i> |                |
| Amortissements des réévaluations d'actifs incorporels pratiquées lors des acquisitions et frais/produits liés aux acquisitions | (11,4)         | (11,2)                     |                |
| Résultat opérationnel  | 248,1          | 254,8                      | +2,7%          |
| <i>En % du chiffre d'affaires</i>  | 19,9%          | 20,2%                      |                |
| Produits et charges financiers   | (20,5)         | (23,6)                     |                |
| Gains/(pertes) de change   | 1,6            | 3,5                        |                |
| Impôts sur le résultat   | (73,1)         | (77,7)                     |                |
| Résultat des entités mises en équivalence  | 0,0            | (0,3)                      |                |
| Résultat net   | 156,1          | 156,7                      | +0,4%          |
| <b>Résultat net part du Groupe</b>   | <b>156,0</b>   | <b>156,1</b>               | <b>+0,1%</b>   |

1. *Résultat opérationnel ajusté des amortissements des réévaluations d'actifs incorporels pratiquées lors des acquisitions et de s frais/produits liés à celles-ci (pour T2 2015 et T2 2016, de respectivement 11,4 M€ et 11,2 M€) ainsi que, le cas échéant, des pertes de valeur des goodwill, (0€ pour T2 2015 et T2 2016).*
2. *21,4% hors acquisitions (à périmètre 2015).*

# 1<sup>er</sup> SEMESTRE 2016 – RÉSULTAT OPÉRATIONNEL AJUSTÉ AVANT ET APRÈS AUTRES PRODUITS (CHARGES) OPÉRATIONNELS PAR RÉGION GÉOGRAPHIQUE

Premier semestre 2016  
(en millions d'euros)

|   | France       | Italie       | Reste de l'Europe | Amérique du Nord et Centrale | Reste du monde | Total                 |
|---|--------------|--------------|-------------------|------------------------------|----------------|-----------------------|
| <b>Chiffre d'affaires à tiers</b>   | <b>511,0</b> | <b>286,8</b> | <b>412,8</b>      | <b>688,0</b>                 | <b>549,8</b>   | <b>2 448,4</b>        |
| Coût des ventes   | (184,0)      | (99,7)       | (234,4)           | (323,1)                      | (301,6)        | (1 142,8)             |
| Frais administratifs, commerciaux, R&D  | (209,8)      | (83,6)       | (106,7)           | (237,7)                      | (154,8)        | (792,6)               |
| Déduction des amortissements et frais et produits liés aux acquisitions comptabilisés dans les frais administratifs, commerciaux et R&D | (2,2)        | (0,1)        | (1,2)             | (12,0)                       | (6,4)          | (21,9)                |
| <b>Résultat opérationnel ajusté avant autres produits (charges) opérationnels</b>   | <b>119,4</b> | <b>103,6</b> | <b>72,9</b>       | <b>139,2</b>                 | <b>99,8</b>    | <b>534,9</b>          |
| <b>en % du chiffre d'affaires</b>   | <b>23,4%</b> | <b>36,1%</b> | <b>17,7%</b>      | <b>20,2%</b>                 | <b>18,2%</b>   | <b>21,8%</b>          |
| Autres produits (charges) opérationnels   | (12,3)       | (0,5)        | (5,7)             | (9,5)                        | (14,2)         | (42,2) <sup>(1)</sup> |
| Déduction des amortissements et frais et produits liés aux acquisitions comptabilisés dans les autres produits (charges) opérationnels  | 0,0          | 0,0          | 0,0               | 0,0                          | 0,0            | 0,0                   |
| <b>Résultat opérationnel ajusté</b>   | <b>107,1</b> | <b>103,1</b> | <b>67,2</b>       | <b>129,7</b>                 | <b>85,6</b>    | <b>492,7</b>          |
| <b>en % du chiffre d'affaires</b>   | <b>21,0%</b> | <b>35,9%</b> | <b>16,3%</b>      | <b>18,9%</b>                 | <b>15,6%</b>   | <b>20,1%</b>          |

1. Frais de restructuration (13,7 M€) et autres éléments divers (28,5 M€).

# 1<sup>er</sup> SEMESTRE 2015 – RÉSULTAT OPÉRATIONNEL AJUSTÉ AVANT ET APRÈS AUTRES PRODUITS (CHARGES) OPÉRATIONNELS PAR RÉGION GÉOGRAPHIQUE

Premier semestre 2015  
(en millions d'euros)

|   | France       | Italie       | Reste de l'Europe | Amérique du Nord et Centrale | Reste du monde | Total                 |
|---|--------------|--------------|-------------------|------------------------------|----------------|-----------------------|
| <b>Chiffre d'affaires à tiers</b>   | <b>524,3</b> | <b>268,7</b> | <b>405,4</b>      | <b>620,3</b>                 | <b>593,0</b>   | <b>2 411,7</b>        |
| Coût des ventes   | (190,8)      | (92,9)       | (230,2)           | (299,9)                      | (339,6)        | (1 153,4)             |
| Frais administratifs, commerciaux, R&D  | (206,6)      | (82,7)       | (106,0)           | (207,3)                      | (170,8)        | (773,4)               |
| Déduction des amortissements et frais et produits liés aux acquisitions comptabilisés dans les frais administratifs, commerciaux et R&D | (3,2)        | 0,0          | (1,3)             | (8,8)                        | (8,2)          | (21,5)                |
| <b>Résultat opérationnel ajusté avant autres produits (charges) opérationnels</b>   | <b>130,1</b> | <b>93,1</b>  | <b>70,5</b>       | <b>121,9</b>                 | <b>90,8</b>    | <b>506,4</b>          |
| <b>en % du chiffre d'affaires</b>   | <b>24,8%</b> | <b>34,6%</b> | <b>17,4%</b>      | <b>19,7%</b>                 | <b>15,3%</b>   | <b>21,0%</b>          |
| Autres produits (charges) opérationnels   | (8,5)        | (0,2)        | (7,4)             | (4,2)                        | (8,0)          | (28,3) <sup>(1)</sup> |
| Déduction des amortissements et frais et produits liés aux acquisitions comptabilisés dans les autres produits (charges) opérationnels  | 0,0          | 0,0          | 0,0               | 0,0                          | 0,0            | 0,0                   |
| <b>Résultat opérationnel ajusté</b>   | <b>121,6</b> | <b>92,9</b>  | <b>63,1</b>       | <b>117,7</b>                 | <b>82,8</b>    | <b>478,1</b>          |
| <b>en % du chiffre d'affaires</b>   | <b>23,2%</b> | <b>34,6%</b> | <b>15,6%</b>      | <b>19,0%</b>                 | <b>14,0%</b>   | <b>19,8%</b>          |

1. Frais de restructuration (12,8 M€) et autres éléments divers (15,5 M€).

# 1<sup>er</sup> TRIMESTRE 2016 – RÉSULTAT OPÉRATIONNEL AJUSTÉ AVANT ET APRÈS AUTRES PRODUITS (CHARGES) OPÉRATIONNELS PAR RÉGION GÉOGRAPHIQUE

Premier trimestre 2016  
(en millions d'euros)

|   | France       | Italie       | Reste de l'Europe | Amérique du Nord et Centrale | Reste du monde | Total                 |
|---|--------------|--------------|-------------------|------------------------------|----------------|-----------------------|
| <b>Chiffre d'affaires à tiers</b>   | <b>239,3</b> | <b>147,5</b> | <b>205,0</b>      | <b>334,5</b>                 | <b>263,3</b>   | <b>1 189,6</b>        |
| Coût des ventes   | (89,0)       | (51,0)       | (116,5)           | (158,9)                      | (144,0)        | (559,4)               |
| Frais administratifs, commerciaux, R&D  | (108,4)      | (42,0)       | (52,7)            | (117,2)                      | (74,6)         | (394,9)               |
| Déduction des amortissements et frais et produits liés aux acquisitions comptabilisés dans les frais administratifs, commerciaux et R&D | (1,2)        | (0,1)        | (0,6)             | (5,6)                        | (3,2)          | (10,7)                |
| <b>Résultat opérationnel ajusté avant autres produits (charges) opérationnels</b>   | <b>43,1</b>  | <b>54,6</b>  | <b>36,4</b>       | <b>64,0</b>                  | <b>47,9</b>    | <b>246,0</b>          |
| <b>en % du chiffre d'affaires</b>   | <b>18,0%</b> | <b>37,0%</b> | <b>17,8%</b>      | <b>19,1%</b>                 | <b>18,2%</b>   | <b>20,7%</b>          |
| Autres produits (charges) opérationnels   | (6,2)        | (0,6)        | (3,3)             | (3,9)                        | (5,3)          | (19,3) <sup>(1)</sup> |
| Déduction des amortissements et frais et produits liés aux acquisitions comptabilisés dans les autres produits (charges) opérationnels  | 0,0          | 0,0          | 0,0               | 0,0                          | 0,0            | 0,0                   |
| <b>Résultat opérationnel ajusté</b>   | <b>36,9</b>  | <b>54,0</b>  | <b>33,1</b>       | <b>60,1</b>                  | <b>42,6</b>    | <b>226,7</b>          |
| <b>en % du chiffre d'affaires</b>   | <b>15,4%</b> | <b>36,6%</b> | <b>16,1%</b>      | <b>18,0%</b>                 | <b>16,2%</b>   | <b>19,1%</b>          |

1. Frais de restructuration (€7,0m) et autres éléments divers (€12,3m).

# 1<sup>er</sup> TRIMESTRE 2015 – RÉSULTAT OPÉRATIONNEL AJUSTÉ AVANT ET APRÈS AUTRES PRODUITS (CHARGES) OPÉRATIONNELS PAR RÉGION GÉOGRAPHIQUE

Premier trimestre 2015  
(en millions d'euros)

|   | France       | Italie       | Reste de l'Europe | Amérique du Nord et Centrale | Reste du monde | Total                 |
|---|--------------|--------------|-------------------|------------------------------|----------------|-----------------------|
| <b>Chiffre d'affaires à tiers</b>   | <b>250,3</b> | <b>137,2</b> | <b>200,4</b>      | <b>290,3</b>                 | <b>286,5</b>   | <b>1 164,7</b>        |
| Coût des ventes   | (93,8)       | (46,8)       | (113,4)           | (142,4)                      | (169,0)        | (565,4)               |
| Frais administratifs, commerciaux, R&D  | (103,4)      | (41,6)       | (52,3)            | (99,8)                       | (82,5)         | (379,6)               |
| Déduction des amortissements et frais et produits liés aux acquisitions comptabilisés dans les frais administratifs, commerciaux et R&D | (1,5)        | 0,0          | (0,6)             | (3,8)                        | (4,2)          | (10,1)                |
| <b>Résultat opérationnel ajusté avant autres produits (charges) opérationnels</b>   | <b>54,6</b>  | <b>48,8</b>  | <b>35,3</b>       | <b>51,9</b>                  | <b>39,2</b>    | <b>229,8</b>          |
| <b>en % du chiffre d'affaires</b>   | <b>21,8%</b> | <b>35,6%</b> | <b>17,6%</b>      | <b>17,9%</b>                 | <b>13,7%</b>   | <b>19,7%</b>          |
| Autres produits (charges) opérationnels   | (5,3)        | (0,8)        | (1,7)             | (2,0)                        | (1,4)          | (11,2) <sup>(1)</sup> |
| Déduction des amortissements et frais et produits liés aux acquisitions comptabilisés dans les autres produits (charges) opérationnels  | 0,0          | 0,0          | 0,0               | 0,0                          | 0,0            | 0,0                   |
| <b>Résultat opérationnel ajusté</b>   | <b>49,3</b>  | <b>48,0</b>  | <b>33,6</b>       | <b>49,9</b>                  | <b>37,8</b>    | <b>218,6</b>          |
| <b>en % du chiffre d'affaires</b>   | <b>19,7%</b> | <b>35,0%</b> | <b>16,8%</b>      | <b>17,2%</b>                 | <b>13,2%</b>   | <b>18,8%</b>          |

1. Frais de restructuration (€5,4m) et autres éléments divers (€5,8m).

## 2<sup>e</sup> TRIMESTRE 2016 – RÉSULTAT OPÉRATIONNEL AJUSTÉ AVANT ET APRÈS AUTRES PRODUITS (CHARGES) OPÉRATIONNELS PAR RÉGION GÉOGRAPHIQUE

Deuxième trimestre 2016  
(en millions d'euros)

|   | France       | Italie       | Reste de l'Europe | Amérique du Nord et Centrale | Reste du monde | Total                 |
|---|--------------|--------------|-------------------|------------------------------|----------------|-----------------------|
| <b>Chiffre d'affaires à tiers</b>   | <b>271,7</b> | <b>139,3</b> | <b>207,8</b>      | <b>353,5</b>                 | <b>286,5</b>   | <b>1 258,8</b>        |
| Coût des ventes   | (95,0)       | (48,7)       | (117,9)           | (164,2)                      | (157,6)        | (583,4)               |
| Frais administratifs, commerciaux, R&D  | (101,4)      | (41,6)       | (54,0)            | (120,5)                      | (80,2)         | (397,7)               |
| Déduction des amortissements et frais et produits liés aux acquisitions comptabilisés dans les frais administratifs, commerciaux et R&D | (1,0)        | 0,0          | (0,6)             | (6,4)                        | (3,2)          | (11,2)                |
| <b>Résultat opérationnel ajusté avant autres produits (charges) opérationnels</b>   | <b>76,3</b>  | <b>49,0</b>  | <b>36,5</b>       | <b>75,2</b>                  | <b>51,9</b>    | <b>288,9</b>          |
| <b>en % du chiffre d'affaires</b>   | <b>28,1%</b> | <b>35,2%</b> | <b>17,6%</b>      | <b>21,3%</b>                 | <b>18,1%</b>   | <b>23,0%</b>          |
| Autres produits (charges) opérationnels   | (6,1)        | 0,1          | (2,4)             | (5,6)                        | (8,9)          | (22,9) <sup>(1)</sup> |
| Déduction des amortissements et frais et produits liés aux acquisitions comptabilisés dans les autres produits (charges) opérationnels  | 0,0          | 0,0          | 0,0               | 0,0                          | 0,0            | 0,0                   |
| <b>Résultat opérationnel ajusté</b>   | <b>70,2</b>  | <b>49,1</b>  | <b>34,1</b>       | <b>69,6</b>                  | <b>43,0</b>    | <b>266,0</b>          |
| <b>en % du chiffre d'affaires</b>   | <b>25,8%</b> | <b>35,2%</b> | <b>16,4%</b>      | <b>19,7%</b>                 | <b>15,0%</b>   | <b>21,1%</b>          |

1. Frais de restructuration (6,7 M€) et autres éléments divers (16,2 M€).

## 2<sup>e</sup> TRIMESTRE 2015 – RÉSULTAT OPÉRATIONNEL AJUSTÉ AVANT ET APRÈS AUTRES PRODUITS (CHARGES) OPÉRATIONNELS PAR RÉGION GÉOGRAPHIQUE

Deuxième trimestre 2015  
(en millions d'euros)

|   | France       | Italie       | Reste de l'Europe | Amérique du Nord et Centrale | Reste du monde | Total                 |
|---|--------------|--------------|-------------------|------------------------------|----------------|-----------------------|
| <b>Chiffre d'affaires à tiers</b>   | <b>274,0</b> | <b>131,5</b> | <b>205,0</b>      | <b>330,0</b>                 | <b>306,5</b>   | <b>1 247,0</b>        |
| Coût des ventes   | (97,0)       | (46,1)       | (116,8)           | (157,5)                      | (170,6)        | (588,0)               |
| Frais administratifs, commerciaux, R&D  | (103,2)      | (41,1)       | (53,7)            | (107,5)                      | (88,3)         | (393,8)               |
| Déduction des amortissements et frais et produits liés aux acquisitions comptabilisés dans les frais administratifs, commerciaux et R&D | (1,7)        | 0,0          | (0,7)             | (5,0)                        | (4,0)          | (11,4)                |
| <b>Résultat opérationnel ajusté avant autres produits (charges) opérationnels</b>   | <b>75,5</b>  | <b>44,3</b>  | <b>35,2</b>       | <b>70,0</b>                  | <b>51,6</b>    | <b>276,6</b>          |
| <b>en % du chiffre d'affaires</b>   | <b>27,6%</b> | <b>33,7%</b> | <b>17,2%</b>      | <b>21,2%</b>                 | <b>16,8%</b>   | <b>22,2%</b>          |
| Autres produits (charges) opérationnels   | (3,2)        | 0,6          | (5,7)             | (2,2)                        | (6,6)          | (17,1) <sup>(1)</sup> |
| Déduction des amortissements et frais et produits liés aux acquisitions comptabilisés dans les autres produits (charges) opérationnels  | 0,0          | 0,0          | 0,0               | 0,0                          | 0,0            | 0,0                   |
| <b>Résultat opérationnel ajusté</b>   | <b>72,3</b>  | <b>44,9</b>  | <b>29,5</b>       | <b>67,8</b>                  | <b>45,0</b>    | <b>259,5</b>          |
| <b>en % du chiffre d'affaires</b>   | <b>26,4%</b> | <b>34,1%</b> | <b>14,4%</b>      | <b>20,5%</b>                 | <b>14,7%</b>   | <b>20,8%</b>          |

1. Frais de restructuration (7,4 M€) et autres éléments divers (9,7 M€).

## 1<sup>er</sup> SEMESTRE 2016 – RÉCONCILIATION DE LA MARGE BRUTE D'AUTO-FINANCEMENT ET DU RÉSULTAT NET

| En millions d'euros   | S1 2015      | S1 2016      |
|---|--------------|--------------|
| <b>Résultat net</b>   | <b>284,1</b> | <b>284,9</b> |
| Amortissements et dépréciations   | 84,7         | 84,0         |
| Variation des autres actifs et passifs non courants et des impôts différés non courants | 8,4          | 15,1         |
| (Gains)/pertes de change latents  | 3,5          | (4,6)        |
| (Plus-values) moins-values sur cessions d'actifs  | 0,3          | 0,2          |
| Autres éléments n'ayant pas d'incidence sur la trésorerie                               | 0,3          | 0,9          |
| <b>Marge brute d'autofinancement</b>  | <b>381,3</b> | <b>380,5</b> |

# 1<sup>er</sup> SEMESTRE 2016 – RÉCONCILIATION DU CASH FLOW LIBRE ET DU CASH FLOW LIBRE NORMALISÉ AVEC LA MARGE BRUTE D'AUTO-FINANCEMENT

| En millions d'euros                                       | S1 2015      | S1 2016      | Evolution en % |
|---|--------------|--------------|----------------|
| <b>Marge brute d'autofinancement</b>                      | <b>381,3</b> | <b>380,5</b> | <b>-0,2%</b>   |
| <i>En % du chiffre d'affaires</i>                         | <i>15,8%</i> | <i>15,5%</i> |                |
| Baisse (Hausse) du besoin en fonds de roulement           | (84,2)       | (130,8)      |                |
| <b>Flux de trésorerie des opérations courantes</b>        | <b>297,1</b> | <b>249,7</b> | <b>-15,9%</b>  |
| <i>En % du chiffre d'affaires</i>                         | <i>12,3%</i> | <i>10,2%</i> |                |
| Investissements (dont frais de développement capitalisés) | (55,6)       | (59,2)       |                |
| Produit résultant des cessions d'actifs                   | 0,7          | 0,7          |                |
| <b>Cash flow libre</b>                                    | <b>242,2</b> | <b>191,2</b> | <b>-21,1%</b>  |
| <i>En % du chiffre d'affaires</i>                         | <i>10,0%</i> | <i>7,8%</i>  |                |
| Hausse (Baisse) du besoin en fonds de roulement           | 84,2         | 130,8        |                |
| (Hausse) Baisse du besoin en fonds de roulement normalisé | 0,3          | (4,4)        |                |
| <b>Cash flow libre normalisé</b>                          | <b>326,7</b> | <b>317,6</b> | <b>-2,8%</b>   |
| <i>En % du chiffre d'affaires</i>                         | <i>13,5%</i> | <i>13,0%</i> |                |

1. La marge brute d'autofinancement est définie comme la somme des flux de trésorerie issus des opérations et de la variation du besoin en fonds de roulement.
2. Sur la base d'un besoin en fonds de roulement représentant 10% du chiffre d'affaires des 12 derniers mois et dont la variation à structure et taux de change constants est ramenée au semestre.

## PÉRIMÈTRE DE CONSOLIDATION

| 2015                            | T1              | S1              | 9M              | Année pleine    |
|---------------------------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| <b>Intégration globale</b>      |                 |                 |                 |                 |
| Valrack                         | Bilan seulement | Bilan seulement | Bilan seulement | 10 mois         |
| IME                             |                 | Bilan seulement | Bilan seulement | 7 mois          |
| Raritan                         |                 |                 | Bilan seulement | 3 mois          |
| QMotion                         |                 |                 |                 | Bilan seulement |
| 2016                            | T1              | S1              | 9M              | Année pleine    |
| <b>Intégration globale</b>      |                 |                 |                 |                 |
| Valrack                         | 3 mois          | 6 mois          | 9 mois          | 12 mois         |
| IME                             | 3 mois          | 6 mois          | 9 mois          | 12 mois         |
| Raritan                         | 3 mois          | 6 mois          | 9 mois          | 12 mois         |
| QMotion                         | 3 mois          | 6 mois          | 9 mois          | 12 mois         |
| Fluxpower & Primetech           | Bilan seulement | Bilan seulement | À déterminer    | À déterminer    |
| Pinnacle Architectural Lighting |                 | Bilan seulement | À déterminer    | À déterminer    |
| Luxul Wireless                  |                 | Bilan seulement | À déterminer    | À déterminer    |
| Jontek                          |                 | Bilan seulement | À déterminer    | À déterminer    |
| Trias                           |                 | Bilan seulement | À déterminer    | À déterminer    |
| CP Electronics                  |                 | Bilan seulement | À déterminer    | À déterminer    |
| <b>Mise en équivalence</b>      |                 |                 |                 |                 |
| TBS <sup>(1)</sup>              |                 | 6 mois          | 9 mois          | 12 mois         |

1. Créée conjointement avec un partenaire, TBS a pour activité la fabrication et la commercialisation au Moyen-Orient de transformateurs et de systèmes de canalisations électriques préfabriquées.

## AVERTISSEMENT

Les informations contenues dans cette présentation n'ont pas fait l'objet d'une vérification indépendante et aucun confort ou garantie, expresse ou implicite, n'est donné quant à la sincérité, l'exactitude, l'exhaustivité ou la véracité de l'information ou des opinions contenues dans le présent document.

Cette présentation contient des informations sur les marchés de Legrand et le positionnement de Legrand sur ces marchés. A la connaissance de Legrand, il n'existe aucun rapport officiel de l'industrie ou de marché couvrant ou traitant ses marchés. Legrand réunit des données sur ses marchés par l'intermédiaire de ses filiales qui compilent annuellement des données sur les marchés concernés à partir de contacts formels ou informels avec des professionnels de l'industrie, des distributeurs de produits électriques, de statistiques du bâtiment et de données macroéconomiques. Legrand estime sa position sur ses marchés sur la base des données précitées et sur la base du chiffre d'affaires réel réalisé sur les marchés en cause sur la même période.

Le présent document peut contenir des estimations et/ou des informations prospectives. Ces informations ne constituent pas des prévisions relatives aux résultats de Legrand ou à d'autres indicateurs de performance, mais des tendances ou des objectifs, selon le cas. Ces informations sont par nature sujettes à des risques et incertitudes, dont la plupart ne sont pas du ressort de Legrand, dont notamment les risques décrits dans le document de référence de Legrand disponible sur son site internet ([www.legrand.com](http://www.legrand.com)). Ces informations ne constituent pas des garanties quant aux performances futures de Legrand qui sont susceptibles de différer de manière significative. Legrand ne s'engage pas à publier de mise à jour de ces informations en vue de tenir compte d'événements ou de circonstances postérieurs à la date de publication de ce document.

Ce document ne constitue dans aucun pays, une offre de vendre ou la sollicitation d'une offre d'achat de titres Legrand.

ADR non sponsorisés. Legrand ne sponsorise pas de programme d'American Depositary Receipt (ADR) concernant ses actions. Tout programme d'ADR existant actuellement est « non sponsorisé » et n'a aucun lien, de quelque nature que ce soit, avec Legrand. Legrand décline toute responsabilité concernant un tel programme.