

Legrand en 2006

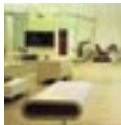
L'électricité plaisir

 **legrand**[®]

www.legrandelectric.com

MESSAGE
DU PRÉSIDENT

02



L'ÉLECTRICITÉ PLUS FACILE
À l'écoute des utilisateurs
et des professionnels

04



L'ÉLECTRICITÉ PLUS BELLE
Priorité au design

10



L'ÉLECTRICITÉ PLUS GRANDE
Une croissance
soutenue et durable

14



L'ÉLECTRICITÉ PLUS RESPONSABLE
L'engagement pour
un développement durable

22



L'ÉLECTRICITÉ PLUS PERFORMANTE
Les résultats financiers et boursiers 2006
et le gouvernement d'entreprise

30

LEGRAND, L'ÉLECTRICITÉ PLAISIR

Convergence des fonctions, nouvelles fonctionnalités, matériaux haut de gamme, Legrand innove en permanence. Spécialiste des produits et systèmes pour installations électriques et réseaux d'information dans les bâtiments, Legrand apporte à ses clients toujours plus de confort, de sécurité et d'esthétisme pour que l'électricité devienne source de plaisir et de bien-être.

Seul spécialiste mondial sur ses marchés, Legrand accompagne ses clients dans près de 180 pays et propose, avec 130 000 références, des solutions adaptées à tous ses clients, distributeurs, électriciens, architectes ou particuliers. Leader mondial de l'appareillage électrique et du cheminement de câbles, Legrand bénéficie de positions commerciales fortes portées par plus de 30 marques reconnues sur leur marché.

En 2006, la nouvelle progression à deux chiffres des ventes, la très forte croissance des résultats et la poursuite de la croissance externe témoignent de la pertinence du modèle économique du groupe. Le succès de son introduction en Bourse en 2006 et la très bonne performance de l'action illustrent l'accueil extrêmement favorable de ce modèle par les marchés financiers. Enfin, l'adhésion de Legrand au *Pacte Mondial* et les progrès réalisés aux plans environnemental et social confirment l'engagement du groupe dans sa démarche de développement durable.



+15 %

de chiffre d'affaires
en 2006

75 %

du chiffre d'affaires
réalisés
à l'international

plus
de **40**

nouvelles gammes
de produits lancées
en 2006

MESSAGE DU PRÉSIDENT



En 2006, Legrand franchit de nouvelles étapes et poursuit avec succès son développement. Retour en Bourse, dépassement de ses objectifs financiers, innovation et montée en gamme sont autant de catalyseurs qui ont stimulé et fait progresser le groupe.

Le retour en Bourse de Legrand en avril 2006 fut un succès, avec une sursouscription de l'offre trente fois supérieure à la demande et une performance boursière au cours de la première année de cotation de plus de 25%. L'accueil réservé à Legrand par les marchés marque la confiance de l'ensemble de nos actionnaires dans son modèle de développement qui a démontré une fois encore son efficacité en 2006.

Legrand a en effet dépassé tous les objectifs qu'il s'était fixés lors de son introduction en Bourse. Le chiffre d'affaires progresse de 15%, la croissance du résultat opérationnel ajusté atteint 21%, le résultat net est plus que doublé et le cash flow libre fait un bond de 39%. En combinant croissance organique

« Legrand franchit une étape majeure et invente l'électricité plaisir »

et acquisitions autofinancées, rentabilité élevée et maîtrise des capitaux employés, Legrand poursuit son développement rapide de création de valeur.

La très forte croissance des ventes dans les pays émergents en est une illustration. Avec près de 22% de l'activité totale du groupe réalisés dans ces pays en 2006 contre seulement 17% en 2004, nous démontrons la capacité de Legrand à se développer rapidement sur ces marchés très prometteurs. De même, l'acquisition de 6 sociétés entre janvier 2006 et janvier 2007, dont une en Chine et une au Brésil, témoigne de la dynamique de croissance externe qui anime le groupe. Dans tous les cas, Legrand élargit ses positions commerciales et gagne des parts de marché.

Legrand franchit également une étape majeure et invente l'électricité plaisir. En mettant l'électricité à l'heure du design et de la convergence des fonctions, nous accompagnons et suscitons la montée en gamme de nos marchés en ajoutant constamment de la valeur à notre offre produits. Grâce notamment aux gammes *Céliane* et *Axolute*, nous traçons définitivement la frontière entre l'appareillage d'hier et celui du XXI^e siècle. Legrand est ainsi un acteur majeur d'une évolution irréversible

de ses marchés, source de croissance pour l'ensemble de ses partenaires – distributeurs, électriciens, architectes ou bureaux d'études. Cette montée en gamme est le fruit d'une politique d'innovation ambitieuse qui s'illustre en 2006 par une augmentation de plus de 8% des dépenses de recherche & développement et le lancement de plus de 40 nouvelles gammes de produits à travers le monde.

À l'écoute de ses parties prenantes, Legrand poursuit également sa politique de développement durable avec en particulier son adhésion au *Pacte Mondial* et la mise en place d'une structure de gouvernement d'entreprise efficace.

L'année 2006 est une année de réussite à tous égards. Avec l'appui de l'ensemble de ses actionnaires, Legrand entend poursuivre dans cette voie en 2007 pour continuer à déployer, grâce à l'enthousiasme de ses équipes et la confiance de ses clients, son modèle de croissance.

Gilles Schnepf
Président-directeur général



Nouveau showroom Legrand en Corée.

138

fonctions pour la seule
gamme d'appareillage
Céliane

+ 14 %

de croissance annuelle moyenne
des ventes de mécanismes
électroniques au cours des
trois dernières années en Italie,
contre + 7 % pour les ventes
de mécanismes traditionnels



L'ÉLECTRICITÉ PLUS FACILE

Les nouvelles technologies font tomber les frontières entre les médias et ouvrent la perspective d'un monde toujours plus communicant. Le téléphone mobile, désormais connecté à Internet, prend des photos et donne accès à la télévision numérique. La convergence des fonctions devient une réalité quotidienne, accessible à tous, tant à la maison que sur le lieu de travail.

LE PLAISIR DES UTILISATEURS

À l'écoute des modes de vie et de travail, Legrand accélère la convergence des fonctions dans les bâtiments et inaugure le pilotage « tout en un ». Le groupe intègre les nouvelles technologies en fusionnant les courants forts et les courants faibles et met l'électricité de demain à la portée de tous, utilisateurs, installateurs, prescripteurs et distributeurs.

Des fonctionnalités sans limites

À l'image du téléphone mobile qui s'enrichit jour après jour de fonctionnalités nouvelles, l'appareillage électrique Legrand devient la plateforme de tous les scénarii imaginables. Les commandes d'éclairage, de chauffage, des volets roulants, des alarmes, du contrôle d'accès convergent dans un seul et même équipement. La programmation des différentes fonctions est des plus simples et permet de créer des ambiances adaptées à chaque moment de la journée. L'alarme se met en marche et le chauffage en veille lorsqu'on quitte le domicile, la lumière se module au fil de la soirée. C'est l'attractivité des automatismes résidentiels et du monde *In One by Legrand* en France, *My Home* en Italie, *Miro*, *Vantage* et *OnQ* aux États-Unis et *Lubnet* en Corée du Sud. Les gammes *Axolute* et *Céliane* vont plus loin en associant les automatismes résidentiels aux portiers vidéo, qui deviennent des outils de gestion de l'installation.

→ Un saut de convergence signé Legrand et Microsoft

La convergence numérique dans l'habitat est en train de s'accélérer avec la connexion, sous forme de prototype, de la technologie *In One by Legrand* au nouveau PC Windows Vista, à l'Ultra Mobile PC et à la XBOX 360 de Microsoft.

Ces équipements multimédia se connectent naturellement, notamment grâce à la prise multimédia universelle de Legrand, et communiquent entre eux. À partir de tout terminal, interrupteur, ordinateur équipé de Windows Vista, ou téléphone, l'utilisateur pourra piloter à la fois ses équipements multimédia et les équipements de confort et de sécurité de son domicile. Cette innovation conjointe de Legrand

et Microsoft illustre la montée des courants faibles dans les installations électriques, en particulier dans les automatismes résidentiels, un segment de marché aux perspectives de développement exponentielles en Europe, aux États-Unis et dans les pays émergents.



Une évolution que Legrand étend aux espaces de travail et aux bâtiments tertiaires, où le nouveau programme *Mosaic* associe les gestions des ambiances lumineuses, de la sécurité et de l'énergie, soit une palette de 200 fonctions configurables à la demande.

Une économie de geste

Commander toutes les fonctions en un seul point et un seul geste, sur place ou à distance, est déjà une réalité. En Australie, l'éclairage de sécurité des bâtiments tertiaires *Axiom* se gère en réseau, à distance et par commande radio. Aux États-Unis, les écrans tactiles de *Vantage* révolutionnent la commande d'éclairage, et en Corée *Lubnet* permet le pilotage des automatismes résidentiels depuis un téléphone mobile ou un assistant personnel. La nouvelle gamme d'appareillage *Céliane* propose 8 façons d'allumer et d'éteindre la lumière : de l'interrupteur classique à bascule ou à levier, à la commande tactile ou à effleurement, au frôlement infrarouge, en passant par l'interrupteur silencieux ou le variateur à LED, et jusqu'au détecteur automatique qui se déclenche au passage du corps, sans même avoir à localiser l'interrupteur.



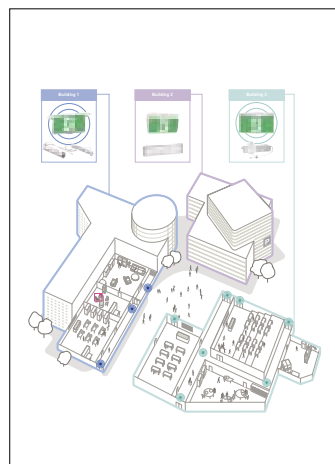
Le *Wi-Jack™ Duo* d'Ortronics, point d'accès Wi-Fi le plus compact au monde, avec un débit de 60 Mb/s.



Écran tactile de pilotage de l'éclairage, par *Vantage* aux États-Unis.



Lubnet permet le pilotage de l'installation électrique depuis un téléphone mobile personnel.



Axiom, un système révolutionnaire d'éclairage de sécurité dont le réseau est géré par une technologie sans fil.

LES EXIGENCES DES PROFESSIONNELS

Si les innovations de Legrand renforcent l'attractivité de l'offre pour les utilisateurs, elles intègrent aussi les attentes des installateurs, des distributeurs, des architectes et des bureaux d'études, et créent de la valeur pour tous les maillons de la chaîne économique.

Faciliter la mise en œuvre

Pour les installateurs, Legrand conçoit des gammes qui répondent à toutes les configurations et simplifient la mise en œuvre. Le nouveau programme *Batibox* en est l'illustration (voir encadré). Les nouvelles prises *Plexo* proposent une grande modularité : 3 références suffisent pour parer à tous les chantiers. L'offre de cheminement de câbles à connexion rapide et la version précâblée de *Plugmold* aux États-Unis permettent de réduire le temps de pose jusqu'à 70%. Les bornes automatiques se généralisent et le peigne universel de *Lexic Auto* inaugure le raccordement sans contrainte et sans outil. Legrand poursuit également ses efforts de formation à destination de ses clients. Près de 1 400 professionnels par an se sont ainsi formés à Innoval en France au cours des 5 dernières années et Legrand a inauguré en 2006 au Chili son nouveau centre de formation Innoval.



Armoires électriques XL³ : une nouvelle génération de systèmes de distribution de puissance, alliant simplicité et liberté d'assemblage.



Raccordement rapide : Legrand propose des solutions pour faciliter la réalisation des chantiers tertiaires.



Une priorité pour Legrand : simplifier la tâche des architectes et des bureaux d'études.

Soutenir les ventes

Pour les distributeurs, Legrand multiplie les outils d'aide à la vente. Des brochures commerciales et des catalogues clairs et largement illustrés, des campagnes de publicité dans la presse et à la télévision suscitent et soutiennent en permanence la demande. Des *corners* valorisent l'offre Legrand, favorisent le plan de vente des distributeurs et incitent les utilisateurs à faire leur choix en amont des chantiers. Le logiciel "Je chiffre, je vends" simplifie l'élaboration des devis et accélère la prise de décision du client.

→ Accompagner les prescripteurs

Investisseurs, architectes et bureaux d'études constituent un maillon stratégique de la chaîne de distribution du matériel électrique. Legrand leur dédie une équipe commerciale : le service Prescription Internationale. Anticiper les choix de matériel dans les grands projets futurs, c'est la mission des 14 collaborateurs spécialisés par secteurs d'activité et par région du monde. Quatre rendez-vous par an réunissent les clients prescripteurs autour d'une grande thématique. Une manière pour Legrand d'accompagner le développement du bâtiment intelligent et d'affiner ses solutions de demain.

→ Batibox : la boîte à astuces

Les boîtes d'encastrement de *Batibox* sont communes aux nouvelles gammes *Mosaic* et *Céliane*, et compatibles avec tous les appareillages du marché. Réversibles, elles se posent à l'horizontale comme à la verticale, et se déclinent en version cloison sèche, maçonnerie, béton et multimatériaux.



Des outils de communication multiples pour promouvoir *Batibox* avec les deux nouvelles gammes *Céliane* et *Mosaic*.



Interrupteur Magenta Glacé de la gamme Céliane.

80%

des clients particuliers s'orientent vers des finitions décoratives dans les magasins équipés du concept de «boutique»

36

finitions pour *Céliane* : bois, cuir, acier, cuivre, porcelaine, verre...



L'ÉLECTRICITÉ PLUS BELLE

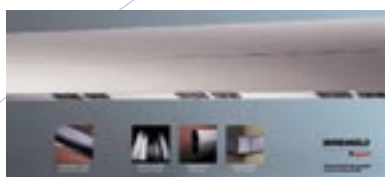
Vecteur de l'image d'un produit ou d'une marque, le design fait désormais partie de notre quotidien. De l'écran plasma à l'ordinateur ultraplat en passant par les équipements de cuisine et de salle de bains, l'élégance devient un critère de choix...

L'IRRÉSISTIBLE MONTÉE EN GAMME

Partout dans le monde, Legrand crée la tendance et embellit ses gammes. Au-delà de l'enrichissement des fonctions, il joue la carte de l'esthétisme, des matières nobles et des couleurs. Ce faisant, il satisfait et renforce la demande de produits à plus forte valeur ajoutée, source de plaisir.

De nouveaux repères pour le marché

En 7 ans, Legrand a revisité l'intégralité de ses gammes d'appareillage, modernisé leurs lignes et valorisé son offre. Mais ses dernières créations vont plus loin. Au même titre que les écrans ultraplats ont condamné les écrans cathodiques encombrants, l'appareillage de Legrand crée de nouveaux repères pour les clients et de nouvelles voies de développement pour le groupe. Aux États-Unis, les ventes du segment décoratif progressent 2 fois plus vite que les gammes standards. Même tendance dans les pays émergents et notamment dans l'est de la Chine, où le marché des produits haut de gamme représente environ 30% du marché total.



Wiremold DS 4000 : un design novateur, une riche palette de couleurs et 33% de capacité supplémentaire.



Le showroom Innoval inauguré au Chili en 2006 valorise les produits Legrand.



De véritables objets de décoration

La nouvelle gamme *Céliane* crée le choc sur le segment de l'appareillage. Son design épuré se décline dans une palette de matières innovantes et de couleurs audacieuses. Cuir, bois naturel, verre ou Corian® prisé des designers, couleurs pastel ou acidulées, métal brossé ou anodisé... *Céliane* offre un choix de 36 finitions qui réveillent les décors d'une note esthétique inédite. Un design qui s'étend à travers le monde avec les lignes d'appareillage haut de gamme *Vela* en Amérique latine et *Galea Life* en Europe, ou l'offre de commande d'éclairage de luxe *InFusion* aux États-Unis. Un design qui gagne tous les lieux de vie et de travail : des locaux techniques avec les armoires vitrées *XL³* aux habitats les plus luxueux avec les gammes d'appareillage *Axolute* et *Art d'Arnould*.

La nouvelle image de Legrand

La montée en gamme des produits s'accompagne de nouvelles mises en scène. Plus de 30 showrooms dans le monde deviennent des espaces dédiés à l'architecture contemporaine. Le déploiement de moyens de communication importants valorise les lancements. 200 soirées pour les clients, 250 valises pour les commerciaux, 45 000 coffrets présentoirs et 80 000 brochures pour les distributeurs ont accompagné le lancement du nouveau programme d'appareillage. Une campagne publicitaire tonique a propulsé le bloc multiprises *Plugmold® Tough* et sa finition "plaque de chevrons" sur le devant de la scène américaine.

→ Le lancement événement de Céliane

Alliance de la forme, de la fonction et de la communication, *Céliane* propose bien plus que de l'appareillage : une source d'inspiration, d'esthétique et de bien-être. Soucieux de porter son offre au plus près de l'utilisateur final, Legrand a déployé de nombreux moyens de communication :

- le livre *Céliane*, un défilé de lieux d'image signés des plus grands architectes contemporains aux quatre coins du monde et sublimes par le design de la nouvelle gamme,
- le film *Céliane*, émotion du regard, plaisir du geste, sensualité du toucher... Des instantanés qui suggèrent le nouveau positionnement de Legrand, l'électricité plaisir.



Le livre *Céliane*, un courant de plaisir.



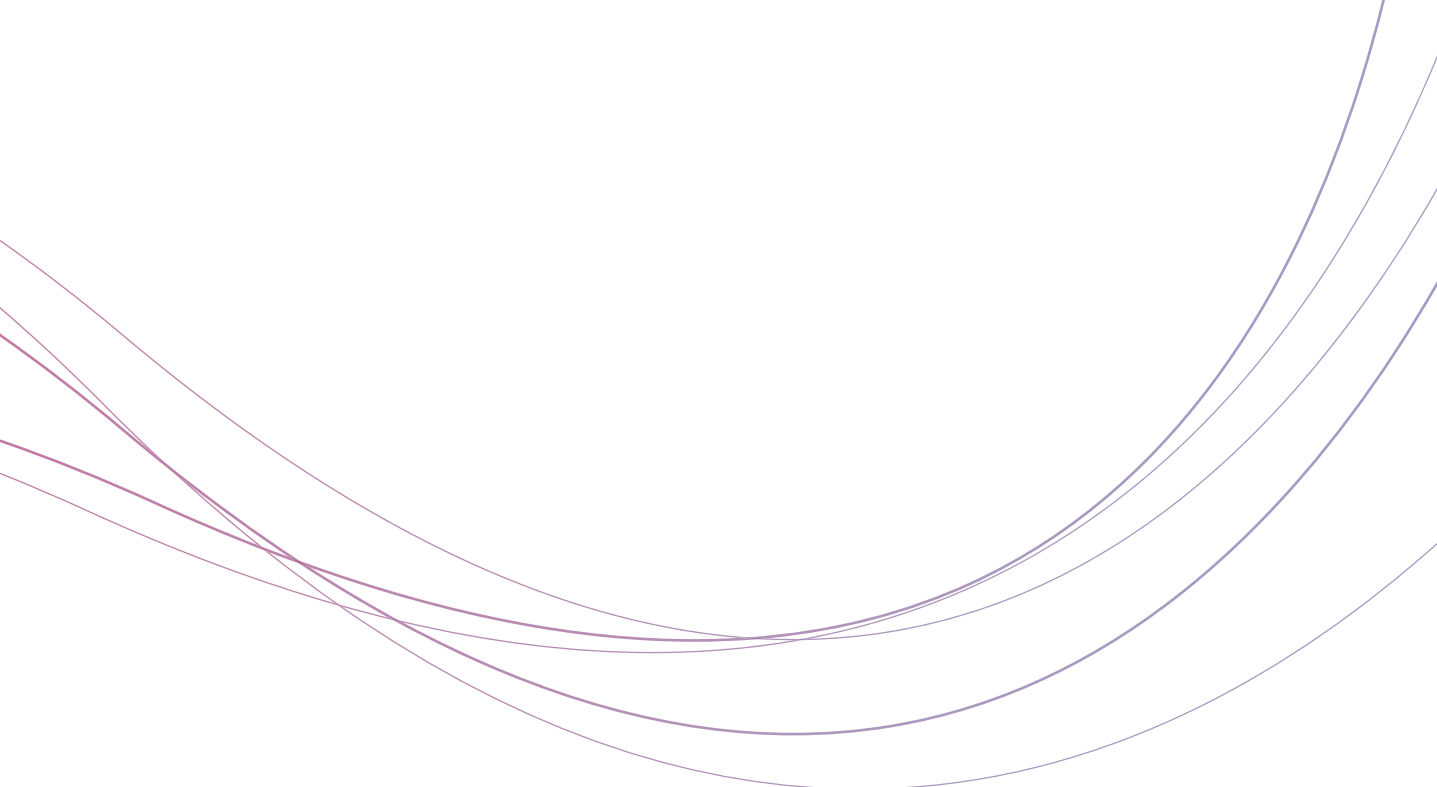
Hong Kong.

22 %

du chiffre d'affaires 2006
du groupe réalisés dans
les pays émergents

+ 20 %

de croissance organique
du chiffre d'affaires dans
les pays émergents en 2006

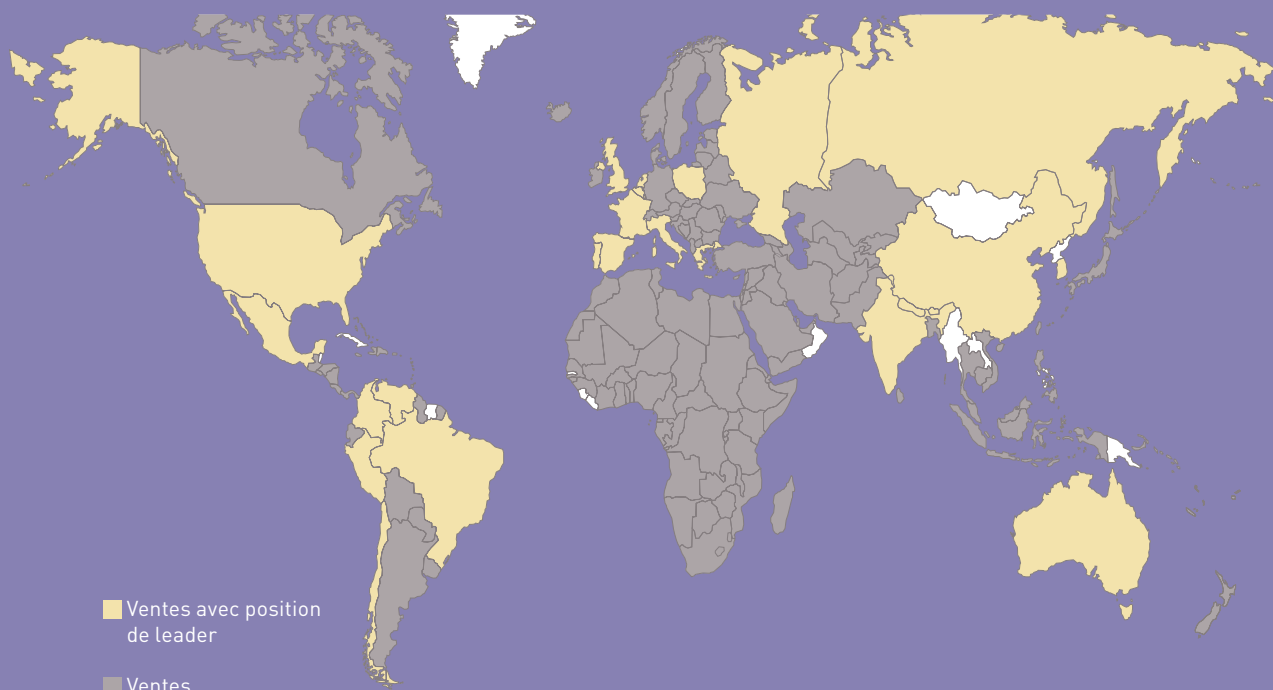


L'ÉLECTRICITÉ PLUS GRANDE

Un tiers de la population mondiale n'a pas accès à l'électricité. Les pays émergents d'Asie, d'Amérique latine, d'Europe de l'Est et du Moyen-Orient, où le besoin de base cohabite avec une demande de produits à plus forte valeur ajoutée, sont des sources de croissances prometteuses. S'appuyant sur une offre à la fois innovante et compétitive, Legrand développe rapidement ses positions sur ces marchés.

UNE LOGIQUE DE CROISSANCE

Le groupe Legrand développe ses positions et étend sa présence par une stratégie d'acquisitions ciblées et autofinancées dans les régions du monde à fort potentiel. Ce déploiement s'accompagne d'une globalisation de la production, des achats et de la logistique. Ce modèle de croissance rentable crée de la valeur pour les actionnaires et les clients, et offre des perspectives d'évolution pour les collaborateurs.



De fortes positions commerciales

N°1 mondial de l'appareillage électrique (avec 19% de part de marché) et du cheminement de câbles (avec 15% de part de marché), Legrand dispose d'une position clé sur au moins une famille de produits dans plus de 20 pays. Au total, le groupe réalise 47% de son chiffre d'affaires avec des produits leaders sur leur marché national.

Ces fortes positions commerciales forgent aussi la confiance des grands comptes internationaux, qui voient en Legrand un partenaire capable de les accompagner partout dans le monde.

La dynamique des marchés émergents

Amérique latine, Asie, Europe de l'Est, Moyen-Orient et Afrique sont des marchés d'avenir pour les métiers de l'électricité et des relais de croissance stratégiques pour Legrand. En 3 ans, le chiffre d'affaires réalisé sur ces marchés a progressé de plus de 300 millions d'euros, passant de 17 % à 22 % du chiffre d'affaires total du groupe. Dans le même temps, les effectifs commerciaux et marketing dans ces pays ont évolué de 970 à 2 140 collaborateurs.

En 2006, Legrand accélère aussi son développement au Brésil avec le rachat de Cemar, leader de la distribution d'énergie, et en Chine avec la prise de contrôle de Shidean, n° 1 du contrôle d'accès en milieu résidentiel. L'inauguration d'une usine Cablofil de quelque 6 000 m² à proximité de Shanghai dote le groupe d'une capacité de production de chemins de câbles en fil à destination du marché chinois.

La création de 4 nouvelles implantations en 2006, en particulier en Tunisie et au Koweït, et l'ouverture de 10 nouveaux showrooms, notamment à Singapour, en Corée et en Indonésie, au Moyen-Orient et en Europe de l'Est, renforcent le maillage de Legrand au cœur des marchés émergents.



Campagnes publicitaires 2006 pour les gammes *Galea Life* au Portugal et *LCS 10 Giga* en Turquie.

→ 6 acquisitions autofinancées en 2006 et début 2007 sur des marchés en forte croissance

- **Shidean**, leader des portiers audio et vidéo en Chine : 15 millions d'euros de chiffre d'affaires en 2005, 900 salariés.
- **RM Kabelbaner**, leader du cheminement de câbles métallique au Danemark : 5 millions d'euros de chiffre d'affaires en 2005.
- **Cemar**, leader des coffrets de distribution et des enveloppes industrielles au Brésil : environ 28 millions d'euros de chiffre d'affaires en 2005, 400 salariés.
- **HPM**, n° 2 de l'appareillage électrique en Australie et Nouvelle-Zélande : 100 millions d'euros de chiffre d'affaires et 875 salariés.
- **Vantage**, n° 2 du contrôle d'éclairage haut de gamme aux États-Unis : 20 millions de dollars de chiffre d'affaires en 2005 et une centaine de salariés.
- **USTec**, spécialiste américain du câblage structuré pour le logement : 12 millions de dollars de chiffre d'affaires.

QUELQUES CHANTIERS VITRINES DE 2006

Les investisseurs opèrent désormais à l'échelle planétaire. Le groupe développe une approche transversale qui fédère les marques, les filiales et les solutions pour apporter aux donneurs d'ordre le meilleur de Legrand.

Le terminal 5 de l'aéroport d'Heathrow



- Pose de 400 kilomètres de chemins de câbles en fil d'acier Cablofil.
- Mise en service prévue en 2008 après 5 ans de chantier.
- Les raisons du succès : un faible impact environnemental, une pose rapide et sûre, et une formation sur le chantier du personnel des entreprises d'installation.

→ CEI : la dynamique Legrand

L'entrée du groupe en Russie remonte à 1991. Dès 1993, Legrand s'implante à Moscou et démarre un site de production à Dubna. D'autres bureaux suivent à Saint-Pétersbourg et Ekaterinbourg, puis hors de Russie à Kiev, et jusqu'à Minsk et Almaty. En 2003, fort de son ancrage sur le marché russe, Legrand crée une filiale à Moscou qui confirme son engagement à long terme dans cette région. Suivent les filiales de Kiev en 2005 et du Kazakhstan en 2006. Aujourd'hui, Legrand réunit 255 collaborateurs en CEI dont 125 commerciaux, et affiche un chiffre d'affaires en progression de près de 40 % par an depuis 1993.

Le groupe occupe ainsi des positions clés en Russie, où il est notamment n° 1 de l'appareillage électrique, et compte de grands projets à son actif.

+ 40%

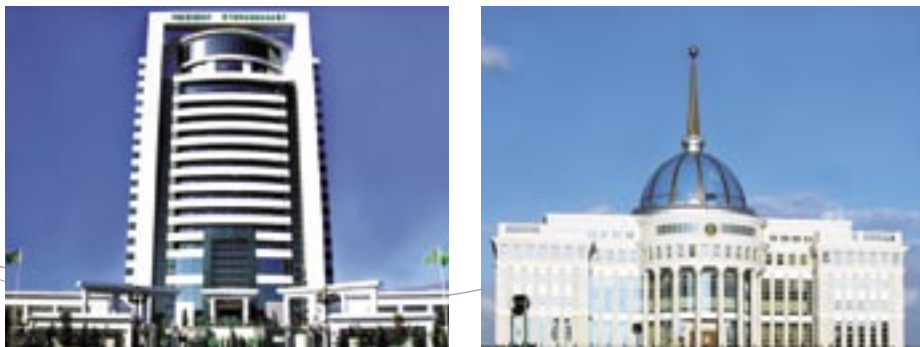
de croissance du chiffre
d'affaires annuel depuis 1993

Les Saba Towers à Dubai



- Deux tours jumelles de plus de 700 appartements.
- Pose de 32 000 mécanismes d'appareillage, de plus de 700 portiers, de 5 000 prises RJ 45, et de plus de 850 armoires et coffrets VDI.
- Mise en service prévue en 2007 après 30 mois de chantier.

Hôtel Président (Turkménistan) et Résidence présidentielle (Kazakhstan)



- Distribution d'énergie(DPX, DX), contrôle commande (*Mosaic*) et cheminement de câbles (DLP).

La Société Générale en Russie



- Agence de la banque Société Générale Vostok (BSGV) en Russie.
- Contrôle commande (*Mosaic*) et VDI (LCS).

LES LEVIERS DU « MODÈLE » LEGRAND

En 2006, Legrand voit aboutir des années de recherche et développement avec le lancement d'un très grand nombre d'innovations, et récolte les fruits de la réorganisation de ses 50 sites de production.

Le moteur de l'innovation

Avec 1800 collaborateurs dans 20 pays et plus de 4600 brevets actifs dans le monde, Legrand confirme le choix de l'innovation comme moteur de sa croissance.

En 2006, la R&D de Legrand signe des innovations majeures dans le domaine des réseaux sans fil. *Wi-Jack™ Duo*, le point d'accès Wi-Fi le plus compact du monde, part à la conquête du marché communicant des États-Unis. *Axiom*, le premier éclairage de sécurité en réseau supervisé par radio est lancé en Australie et primé officiellement aux AEEMA* Awards 2006. En matière de distribution d'énergie, la R&D signe le premier disjoncteur à auto-diagnostic *Stop and Go*, et la gamme de disjoncteurs *DRX* adaptée aux marchés émergents.

Avec Microsoft, Legrand accélère la convergence numérique dans l'habitat. Partie prenante à l'élaboration des normes d'interopérabilité des systèmes radio Zigbee depuis 3 ans, Legrand est aussi membre de deux pôles de compétitivité européens : Elopsys pour ses axes de recherche dans le domaine des systèmes de communication par radiofréquence, SSEE

→ Lean manufacturing : la motivation par le progrès

À l'image de la méthode appliquée dans l'industrie automobile, le *lean manufacturing* de Legrand consiste à rationaliser les process et les gestes de production pour économiser le temps, l'espace et les stocks.

Signe particulier : ces progrès sont imaginés par les salariés eux-mêmes. Initiée aux États-Unis et en Italie, la méthode s'est rapidement développée dans le groupe. En 2006, plus de 240 actions de *lean manufacturing* ont été réalisées, mobilisant environ 1 000 collaborateurs.

Résultat : plus de 5 000 m² de surface gagnés, une plus grande réactivité de la production, des clients plus satisfaits,

un courant de responsabilisation très positif chez les salariés et une amélioration des conditions de travail (moins de fatigue et réduction du stress).



Sites de Mumbai, Inde, et de New London, États-Unis.

(Sciences et Systèmes de l'Énergie Électrique) pour ses travaux dans le domaine de la maîtrise de l'énergie.

2007 sera l'année du triple déploiement des programmes *Céliane*, *Mosaic* et *Batibox*. C'est le résultat de 4 années de recherche d'une centaine de collaborateurs, soit 500 000 heures de développement.

Le levier de la globalisation

Le déploiement de la présence mondiale de Legrand s'accompagne d'une globalisation des ressources et des process, source de rentabilité pour le groupe.

La rationalisation de la production des mécanismes d'appareillage et la compatibilité des solutions technologiques entre les gammes permettent de servir différents marchés et de mutualiser les coûts tant de développement que de production. La standardisation des outils industriels et la centralisation de la fonction achats permettent de négocier des accords Groupe compétitifs avec des fournisseurs globaux. Après l'Asie et l'Amérique latine, le groupe inaugure en 2006 un troisième bureau d'achats internationaux à Budapest.

La production se concentre sur des plates-formes spécialisées communes à plusieurs zones : la plateforme européenne de production des disjoncteurs modulaires et celle des armoires vitrées *XL³*, le site de production unique du standard Nema pour l'Amérique latine redessinent la carte industrielle de Legrand. Les plates-formes logistiques contribuent à l'amélioration de la qualité de service du groupe et renforcent la compétitivité de son offre.

* Australian Electrical and Electric Manufacturers Association.



Site de TCL, Chine.



Stop and Go, le 1^{er} disjoncteur à auto-diagnostic.



DRX, une gamme de disjoncteurs à boîtier moulé spécialement destinée aux marchés en pleine croissance d'Asie, d'Amérique du Sud et du Moyen-Orient.



Site de production à Mumbai, Inde.

2900

entreprises de 100 pays
ont adhéré au *Pacte
Mondial* de l'ONU
depuis son lancement
en juillet 2000

30

années d'expérience
et de progrès continus
depuis le lancement
de la politique sécurité
chez Legrand



L'ÉLECTRICITÉ PLUS RESPONSABLE

Le développement économique de toute entreprise s'appuie sur une conscience sincère de ses responsabilités. Le respect des hommes et des femmes qui la font avancer, de l'environnement et de la communauté au sens large, est au cœur de sa stratégie et donne à son développement une dimension plus ambitieuse.

UN ENGAGEMENT VOLONTAIRE

En 2005, Legrand a publié la *Charte des Fondamentaux* du groupe qui rassemble ses valeurs et ses engagements de développement durable vis-à-vis de toutes ses parties prenantes. En 2006, l'adhésion du groupe au *Pacte Mondial* donne une nouvelle ampleur à la démarche.

Une nouvelle ambition mondiale

Le *Pacte Mondial*, lancé lors du Forum économique mondial de Davos sous l'impulsion de Kofi Annan, Secrétaire général des Nations Unies, vise à doter les marchés mondiaux de valeurs et de pratiques responsables, pour permettre à tous les peuples de bénéficier des avantages de la mondialisation. Ce pacte tient en dix principes touchant au respect des Droits de l'Homme, à l'élimination de la discrimination en matière d'emploi, à la protection de l'environnement et à la lutte contre la corruption. L'adhésion de Legrand au *Pacte Mondial* marque sa volonté de promouvoir son modèle de développement dans l'ensemble du groupe et auprès de ses parties prenantes, ainsi que de déployer des valeurs sociétales, sociales et environnementales à l'échelle mondiale.

Des axes de progrès concrets et mesurés

AXES DE PROGRÈS	INDICATEURS
Identifier et prévenir les risques environnementaux majeurs sur tous les sites industriels du groupe	90 % des sites certifiés ISO 14001 en Europe 72 % des sites certifiés ISO 14001 dans le monde
Étendre l'application de la directive RoHS à tous les produits commercialisés en Europe	100 % des substances visées ont été éliminées des produits concernés par la directive, et des actions sont engagées pour les supprimer des autres produits.
Évaluer de façon formelle les risques professionnels pour au moins 55 % des effectifs	71 % des effectifs du groupe ont fait l'objet d'une évaluation
Consolider les indicateurs de risques professionnels pour 80 % des effectifs	91 % des effectifs du groupe, en incluant les acquisitions réalisées en 2006, ont été inclus dans la consolidation

LEGRAND AGIT POUR L'ENVIRONNEMENT

Dans ses sites industriels comme dans ses produits, Legrand privilégie les matériaux et les process respectueux de l'Homme et de l'environnement. Ce faisant, le groupe réduit l'impact de ses activités en renforçant sa performance économique et l'attractivité de ses offres.

Produire plus propre

En 2006, cinq nouveaux sites industriels ont été certifiés selon la norme internationale ISO 14001. Ainsi 72 % des sites que compte le parc international de Legrand sont certifiés.

Objectif : intégrer au plus tôt le management de l'environnement dans nos sites industriels.

Depuis juillet 2006, la directive européenne sur la restriction de l'utilisation de substances dangereuses (RoHS) interdit, pour certains équipements électriques et électroniques, l'utilisation de produits comme le plomb. Dès 2004, le groupe Legrand a anticipé l'élimination de toutes les substances visées par la directive, y compris dans les équipements n'entrant pas dans le champ d'application de la directive.

Objectif : étendre l'application de la directive européenne à tous les produits du groupe commercialisés en Europe.

→ Être le mieux-disant environnemental

Pour les produits

Pour prendre en compte l'environnement dès la conception de ses produits, Legrand utilise le logiciel EIME (*Environmental Impact and Management Explorer*), basé sur l'analyse du cycle de vie des produits. Les résultats sont communiqués dans le Profil Environnemental Produit, disponible sur le site Internet www.legrand.fr ou remis à tout client qui en formule la demande. L'environnement devient un critère de choix transparent et valorise l'effort d'innovation responsable de Legrand.

Pour les sites

La certification ISO 14001 obtenue en 2006 couronne les efforts des 730 collaborateurs des sites Legrand India.



Réduire les déchets

Pour tous ses déchets, Legrand privilégie un traitement permettant une valorisation matière ou énergétique, ce qui a permis en 2006 d'atteindre un taux de valorisation global de 78 %.

Objectif : maintenir un taux de valorisation des déchets supérieur à 75 % pour l'ensemble des sites dans le monde.

Legrand s'implique dans la collecte et le recyclage des équipements arrivés en fin de vie. En 2006, plus de 120 tonnes de blocs d'éclairage de sécurité ont été reprises dans le cadre d'une offre de remplacement. Dans chaque pays de l'Union européenne, le groupe Legrand met en œuvre des solutions répondant aux attentes des clients et conformes à la directive DEEE.

Économiser et faire économiser l'énergie

Le groupe réduit sa consommation d'énergie tout en contribuant à l'augmentation de sa performance industrielle par des investissements rentables. La sensibilisation du personnel, associée à la mise en œuvre de solutions de gestion de l'éclairage permettent aux sites de faire des économies significatives. C'est notamment le cas au Portugal, en Colombie et en Turquie où les économies s'évaluent à 450 000 kWh. L'installation de nouvelles chaudières couplées à une gestion automatisée a permis à BTicino en Italie de réduire sa consommation de méthane de 800 000 m³ en 2006.

Objectif : réduire les consommations d'énergie dans l'ensemble du groupe.

En 2006, le groupe propose des solutions pour aider l'utilisateur à réduire sa consommation d'énergie. Les scénarii programmés d'*In One by Legrand*, les détecteurs de présence de *The Watt Stopper* et les automatismes d'éclairage du programme *Mosaic* réduisent les dépenses d'éclairage dans les bâtiments résidentiels et tertiaires jusqu'à 35 %.

Objectif : être un acteur majeur du "bâtiment vert" de demain.



Sur le site Legrand de Fontaine (Normandie, France), les matériaux sélectionnés pour la toiture et l'isolation du bâtiment rénové ont permis en 2006 une réduction de 60 % de la consommation d'énergie pour le chauffage.

LEGRAND INVESTIT POUR SES COLLABORATEURS

Ils sont 33 000 répartis dans plus de 60 pays et en sillonnent près de 180 pour promouvoir les produits et services du groupe. Pour eux, Legrand développe une culture de la sécurité et une dynamique des compétences.

La prévention à l'échelle mondiale

La politique de sécurité de Legrand, reconnue pour son exemplarité, continue de progresser. Revue et inscrite dans la *Charte de la Prévention* en juin 2004, elle met en œuvre trois principes : la conformité aux législations et réglementations nationales, l'intégration de la sécurité et de l'environnement à la démarche industrielle, l'harmonisation des stratégies de prévention. Cette politique se concrétise par des actions sur les plans technique, organisationnel et humain :

- une amélioration continue de la maîtrise des risques est réalisée sur les moyens de production, automatiques ou manuels, qu'ils soient conçus en interne ou achetés ;
- un accord groupe pour l'insertion des personnes handicapées a été signé en France en 2006, contenant des engagements précis d'aménagements de poste, de formation des personnes et d'opérations de partenariats ;
- 3 300 collaborateurs français ont été formés à la sécurité en 2006, au cours de 19 100 heures de formation.



Site de *The Watt Stopper*, Santa Clara, USA.



TechnoCentre, France.



Site d'Istanbul, Turquie.

Le référentiel ILO-OSH 2001, dont le déploiement a été lancé en 2005, a déjà permis de mettre en place une base de données mondiale pour consolider les indicateurs « sécurité-santé » et partager les retours d'expériences. Par ailleurs, l'outil informatique SécuRisk permet d'auditer la conformité réglementaire des sites.

La gestion des talents à l'échelle du groupe

En 2006, plus de 435 000 heures de formation ont été dispensées au sein du groupe. Par ailleurs, grâce aux plates-formes de mobilité qui se réunissent mensuellement et aux postes mis à disposition sur Dialég, l'intranet du groupe, la mobilité, qu'elle soit géographique ou professionnelle, a crû de 10 % en un an. En outre, grâce à l'*Organization and Staffing Review*, étendue depuis 2006 aux principales filiales du groupe, et au *Management Center*, les cadres de talent sont recensés et effectuent une formation internationale avec un objectif de développement et de fidélisation.

La diversité à l'aune du Pacte mondial

L'élimination de la discrimination en matière d'emploi, inscrite de longue date dans la politique des ressources humaines de Legrand, prend toute sa dimension avec la signature du *Pacte Mondial*. En France, l'accord sur l'égalité professionnelle hommes-femmes est signé par tous les partenaires sociaux de Legrand. Aux États-Unis, la démarche diversité se formalise à grands pas et tous les managers ont été sensibilisés à la gestion de l'intégration. Le retour d'expérience éclairera la démarche mondiale.

→ Challenge in'Ovation : des idées qui "marchent"

Au-delà de son investissement en recherche et développement, le groupe Legrand mise sur les idées pour faire la différence. Lancé en septembre 2006, le challenge in'Ovation mobilise tous les collaborateurs de tous les métiers et toutes les fonctions en France, en Italie et aux États-Unis dans un marathon créatif de 7 mois. L'objectif : permettre à chaque salarié de proposer des idées d'améliorations touchant tous les domaines de l'entreprise. La sélection repose sur des critères d'efficacité prouvée : application immédiate, impact positif mesurable pour l'entreprise... les récompenses varient selon le potentiel d'extension de l'idée à d'autres

sites nationaux ou internationaux. Après 5 mois de challenge, 1 100 idées ont été retenues et validées.



Affiches et dépliants diffusés au sein du groupe, dans le cadre du challenge in'Ovation.

LEGRAND S'IMPLIQUE DANS LA VIE LOCALE

Europe, Afrique, Amérique latine... le groupe Legrand apporte son soutien à des projets sociaux et culturels dans les pays où il est présent, et tisse des liens durables avec les populations qui l'entourent.

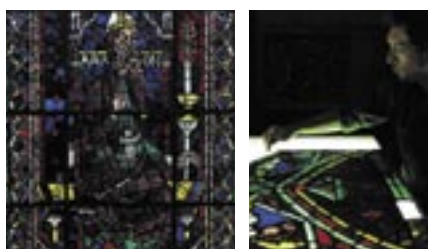
Solidaire des populations en détresse

En octobre 2005, l'ouragan Stan faisait 700 morts et 1 400 personnes portées disparues au Guatemala, 10 000 maisons et des milliers de kilomètres de routes détruites. La filiale BTicino a apporté un soutien de 100 000 dollars au programme *Amis de l'école*, pour reconstruire 6 écoles dans les départements sinistrés par l'ouragan.

Au printemps 2006, la manifestation Vach'art investissait les rues de Paris à la suite des grandes métropoles européennes. Organisée sous le haut patronage du ministère de la Culture, cette opération de promotion de l'art contemporain véhicule une action altruiste : la vente aux enchères de 150 œuvres au profit d'*Africa Alive*, fondation qui lutte contre la malnutrition et le sida en Afrique. Séduit par le caractère à la fois solidaire et design, Legrand a parrainé une vache pétillante d'énergie, créée par l'artiste Ilan Weinmann.

Partenaire de la mémoire de lumière

Le 8 septembre 2006, le chœur de la cathédrale de Chartres retrouvait ses vitraux dans leur éclat d'origine. La filiale Sarlam, fabriquant des produits de balisage et implantée dans la région, participait à la restauration de l'une des 3 verrières : le vitrail d'Aaron, haut de plus de 12 mètres sur 2 mètres de large, et daté du XIII^e siècle. 100 000 euros ont ainsi été investis dans le savoir-faire ancestral de maîtres verriers et dans la splendeur du patrimoine culturel et historique.



Restauration des vitraux de la cathédrale de Chartres, avec le soutien de Sarlam, filiale de Legrand.



La vache créée par Legrand par l'artiste Ilan Weinmann, au profit de la fondation *Africa Alive*.



Site de Madrid, Espagne.

+ 15 %

de croissance du chiffre
d'affaires en 2006

+ 149 %

de croissance du résultat net
en 2006



L'ÉLECTRICITÉ PLUS PERFORMANTE

« Legrand enregistre en 2006 d'excellentes performances. Le chiffre d'affaires est en forte augmentation tant au plan de la croissance organique que de la croissance externe, les marges opérationnelles sont en progression significative après la consolidation de nombreuses acquisitions, le résultat net a plus que doublé et la génération de cash flow libre est très élevée. » **Gilles Schnepf**, Président-directeur général

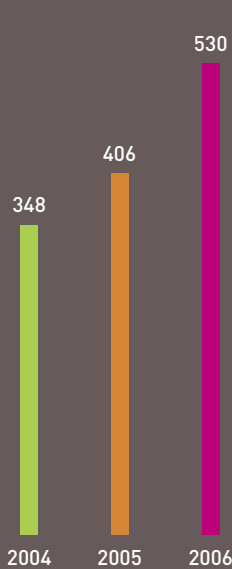
→ CHIFFRE D'AFFAIRES

(en millions d'euros)



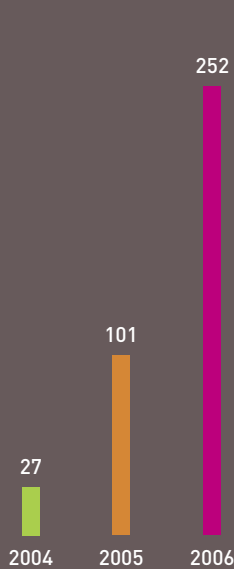
→ RÉSULTAT OPÉRATIONNEL

(en millions d'euros)

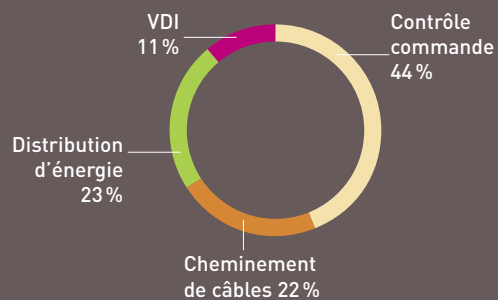
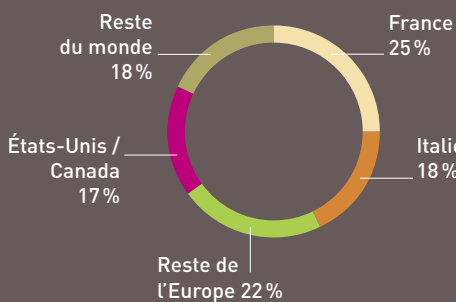


→ RÉSULTAT NET PART DU GROUPE

(en millions d'euros)



→ RÉPARTITION DU CHIFFRE D'AFFAIRES 2006



CHIFFRES CLÉS ET INDICATEURS

Le chiffre d'affaires consolidé du groupe progresse de 15 % en 2006 pour atteindre 3,7 milliards d'euros. Cette très bonne évolution résulte d'une forte croissance organique (7,8 %) et d'une croissance externe soutenue (6,6 %). Legrand poursuit ainsi son développement, élargissant sa couverture géographique et gagnant des parts de marché.

Cette expansion s'accompagne d'une amélioration de la rentabilité, le résultat net ayant plus que doublé. Dans le même temps, la performance environnementale du groupe poursuit sa progression.

→ CASH FLOW LIBRE

(en millions d'euros)



→ DÉPENSES DE R&D

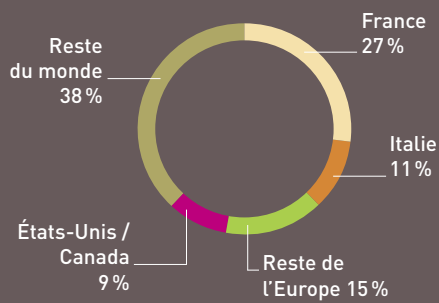
(en millions d'euros)



→ EFFECTIFS



→ RÉPARTITION DES EFFECTIFS



→ INDICATEURS ENVIRONNEMENTAUX

Indicateurs*	2004	2005	2006 **
Sites certifiés ISO 14001 (%)	59	65	72
Quantité de déchets produits (tonnes)	38 621	40 408	44 095
Part de déchets valorisés (%)	77	77	78
Consommation d'énergie (MWh)	530 063	544 056	543 436
Consommation d'eau (m ³)	1 492 245	1 476 959	1 481 246
Formation et sensibilisation à l'environnement (heures)	12 760	17 871	16 322
Personnes en charge de l'environnement (nombre)	60	53	62

* valeurs arrondies à l'entier inférieur ou supérieur

** + 4 sites par rapport à 2005

GOVERNEMENT D'ENTREPRISE

Attentif aux règles de bonne gouvernance, Legrand dispose d'une structure de gouvernement d'entreprise efficace, munie d'un règlement intérieur qui fixe le détail de la composition, de l'organisation et du fonctionnement du conseil d'administration et de ses comités, ainsi que les droits et obligations des administrateurs. A ce titre une charte des administrateurs a été intégrée dans le règlement intérieur.

Le comité de direction



Gilles Schnepf
Président-directeur général



Olivier Bazil
Vice-Président directeur
général délégué



Guy Durand
Directeur de
la division Industrie



François Frugier
Directeur des
Ressources humaines



Pierre Mazabraud
Directeur général
adjoint, directeur de la
division Appareillage



Gérard Pelletier
Directeur Commercial
France



Paolo Perino
Administrateur délégué
et Directeur général
de BTicino



John Selldorff
Président-directeur
général de Legrand
North America



Eric Seurin
Directeur Achats
et Logistique



Philippe Weber
Directeur de la division
Protection

Le conseil d'administration

Legrand est administré par un conseil composé de onze membres dont deux administrateurs indépendants. Tous sont élus pour une période de six ans renouvelable. Le conseil d'administration qui se réunit au minimum cinq fois par an détermine les orientations de l'activité et suit attentivement leur mise en œuvre. Il se saisit de toutes les questions concernant la bonne marche de l'entreprise et règle par délibérations les affaires qui la concernent. Le conseil procède une fois par an à l'évaluation de son fonctionnement. En 2006, le conseil s'est réuni neuf fois. Il a en particulier approuvé les comptes consolidés du groupe présentés par la direction générale chaque trimestre, nommé la société Deloitte Touche Tohmatsu comme deuxième commissaire aux comptes titulaire et a désigné le cabinet BEAS comme commissaire aux comptes suppléant. Le conseil a, en outre, adopté une charte de déontologie boursière. Une formation spécifique des membres du conseil d'administration sur le sujet et sur les problématiques relatives à la détention d'informations privilégiées a été effectuée au cours de l'année 2006. Les réunions du conseil ont également été mises à profit par la direction générale pour communiquer aux membres du conseil d'administration des informations relatives à la stratégie, au développement et aux résultats du groupe Legrand. La participation des administrateurs aux réunions du conseil a été satisfaisante puisque le taux de présence pour l'année 2006 s'élève à 70 %. Les représentants du comité central d'entreprise sont présents lors des réunions du conseil.

→ Membres du conseil d'administration

M. Gilles Schnepf

Président-directeur général

M. François Grappotte

Président d'honneur

M. Olivier Bazil

Vice-Président directeur général délégué

M. Arnaud Fayet

Administrateur

M. Jacques Garai'alde

Administrateur

M. Edward A. Gilhuly

Administrateur

M. Henry Kravis

Administrateur

M. Jean-Bernard Lafonta

Administrateur

M. Gérard Lamarche

Administrateur indépendant

M. Ernest-Antoine Seillière

Administrateur

M. Thierry de La Tour d'Artaise

Administrateur indépendant

Les comités spécialisés

Trois comités spécialisés assistent le conseil d'administration dans ses réflexions :

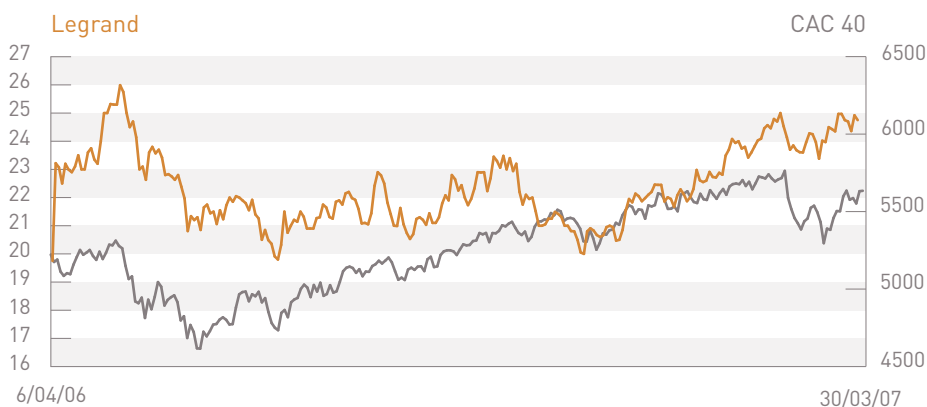
Le comité d'audit : composé de trois membres et présidé par M. Gérard Lamarche, il assiste le conseil d'administration pour veiller à l'exactitude et à la sincérité des comptes ainsi qu'à la qualité du contrôle interne et de l'information destinée aux actionnaires. Le comité d'audit s'est réuni quatre fois au cours de l'exercice 2006. Le comité s'est réuni début 2007 et a approuvé les conclusions de l'audit des comptes de l'exercice 2006 qui lui ont été présentées. Le comité d'audit a également revu en détail la qualité des comptes sociaux et consolidés de l'exercice clos le 31 décembre 2006 ainsi que les états financiers publiés chaque trimestre. En outre, le comité a examiné le programme et les résultats des missions d'audit interne et externe.

Le comité des nominations et rémunérations : composé de quatre membres et présidé par M. Jean-Bernard Lafonta, il assiste le conseil d'administration en matière de recrutement et de rémunérations des dirigeants de la société. Le comité des rémunérations s'est réuni à deux reprises en 2006 pour fixer les rémunérations au titre des années 2006 et 2007 des dirigeants du groupe et préciser les modalités et le cadre du plan d'options d'actions et du plan d'attribution gratuite d'actions de Legrand. Il a également déterminé les jetons de présence à allouer aux administrateurs en fonction de leur participation aux conseils et comités.

Le comité stratégique : composé de quatre membres et présidé par M. Jacques Garaïalde, il a pour mission d'assister le conseil d'administration dans les grandes orientations stratégiques du groupe. Le comité s'est réuni trois fois durant l'année 2006 et a revu, en particulier, le budget du groupe, les investissements principaux et suivi l'ensemble des dossiers d'acquisition.

PERFORMANCES BOURSIÈRES

Cours de l'action Legrand



Cours d'introduction	19,75 €
Cours le plus haut	25,99 €
Cours le plus bas	19,75 €
Cours de clôture le 30/03/07	24,75 €
Variation depuis l'introduction	+ 25,3 %

→ FICHE SIGNALÉTIQUE

- Code ISIN : FR0010307819
- Code mnémonique : LR
- Place de cotation : Euronext Paris
- Marché : Euronext Paris - Eurolist - Compartiment A (Blue Chips)
- PEA : éligible
- SRD : éligible

Calendrier des publications

3 mai 2007
Résultats du 1^{er} trimestre 2007

15 mai 2007
Assemblée générale

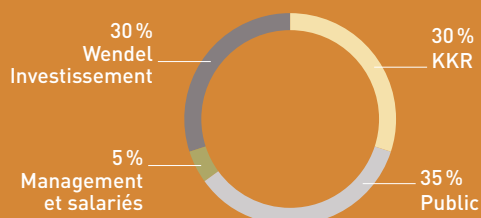
26 juillet 2007
Résultats du 1^{er} semestre 2007

8 novembre 2007
Résultats des 9 premiers mois 2007

→ Capital au 30 mars 2007

- Capitalisation boursière :
6,67 milliards d'euros
- Nombre de titres total :
269 693 376
- Nombre total de droits de vote
attachés à l'ensemble des titres :
269 693 376
- Date d'introduction :
06/04/2006

→ Composition du capital



ÉTATS FINANCIERS CONSOLIDÉS

Compte de résultat consolidé *(exercice clos le 31 décembre)*

En millions d'euros

	2006	2005	2004
Chiffre d'affaires	3 736,8	3 247,9	2 926,3
Charges opérationnelles			
Coût des ventes	-1 881,7	-1 675,4	-1 505,7
Frais administratifs et commerciaux	-977,7	-835,6	-760,9
Frais de recherche et développement	-237,9	-238,6	-233,9
Autres produits (charges) opérationnels	-109,9	-92,6	-77,5
Résultat opérationnel	529,6	405,7	348,3
Charges financières	-157,4	-206,5	-257,5
Produits financiers	33,7	25,4	26,1
Gains (pertes) de change	40,4	-32,3	5,8
Perte sur extinction de dette	-109,0	0,0	-50,7
Charges financières (nettes)	-192,3	-213,4	-276,3
Quote-part du résultat des entreprises associées	0,8	1,3	2,6
Résultat avant impôts	338,1	193,6	74,6
Impôts sur les résultats	-82,9	-89,8	-46,6
Résultat net de l'exercice	255,2	103,8	28,0
Résultat net revenant à :			
- Legrand	252,0	101,4	26,8
- Intérêts minoritaires	3,2	2,4	1,2
Résultat net par action (euros) *	1,019	0,534	0,141
Résultat net dilué par action (euros) *	1,009	0,527	0,139

* Le 24 février 2006, le nombre d'actions a été divisé par 4. De ce fait, le résultat net par action et le résultat net dilué par action ont été recalculés à fin décembre 2005 et à fin décembre 2004.

Le résultat net par action et le résultat net dilué par action publiés au 31 décembre 2005, avant division, étaient respectivement de 0,134 et 0,132 euro.

Le résultat net par action et le résultat net dilué par action publiés au 31 décembre 2004, avant division, étaient respectivement de 0,035 et 0,035 euro.

Bilan consolidé (au 31 décembre)

En millions d'euros

	2006	2005	2004
ACTIF			
Actifs courants			
Trésorerie et équivalents de trésorerie	178,9	133,2	68,3
Valeurs mobilières de placement	0,4	0,6	13,1
Dépôt bloqué	0,0	0,0	27,0
Créances impôt courant ou exigible	14,2	6,1	1,9
Créances clients et comptes rattachés	620,8	563,2	495,7
Autres créances	132,2	127,5	130,3
Stocks et en-cours	560,1	474,5	422,0
Autres actifs financiers courants	22,2	33,4	66,2
Total actifs courants	1 528,8	1 338,5	1 224,5
Actifs non courants			
Immobilisations incorporelles	1 840,0	1 861,3	1 903,3
Goodwills	1 633,2	1 780,0	1 335,1
Immobilisations corporelles	789,2	833,6	816,0
Participations dans les entreprises associées	10,5	9,5	12,5
Autres titres immobilisés	5,0	4,1	5,9
Impôts différés	124,6	61,5	62,9
Autres actifs non courants	4,8	4,6	4,3
Total actifs non courants	4 407,3	4 554,6	4 140,0
Total actif	5 936,1	5 893,1	5 364,5


	2006	2005	2004
PASSIF			
Passifs courants			
Emprunts courants	790,7	319,3	203,6
Dettes d'impôt courant ou exigible	32,7	22,3	17,7
Dettes fournisseurs et comptes rattachés	454,4	377,0	311,3
Provisions et autres passifs courants	436,8	406,9	362,8
Autres passifs financiers courants	66,6	59,9	159,1
Total passifs courants	1 781,2	1 185,4	1 054,5
Passifs non courants			
Impôts différés	663,9	720,3	697,4
Provisions et autres passifs non courants	109,8	134,0	99,8
Avantages du personnel	147,6	139,7	131,0
Emprunts non courants	1 055,5	1 803,3	1 674,4
Titres subordonnés à durée indéterminée	9,5	28,5	68,9
Emprunt entre parties liées	0,0	1 334,8	1 275,8
Total passifs non courants	1 986,3	4 160,6	3 947,3
Capitaux propres			
Capital social	1 078,8	759,4	759,4
Réserves	1 217,6	(157,1)	(259,5)
Réserves de conversion	(136,6)	(64,3)	(144,7)
Capitaux propres revenant au groupe	2 159,8	538,0	355,2
Intérêts minoritaires	8,8	9,1	7,5
Total capitaux propres	2 168,6	547,1	362,7
Total passif	5 936,1	5 893,1	5 364,5

Tableau des flux de trésorerie consolidés (exercice clos le 31 décembre)

En millions d'euros

	2006	2005	2004
Résultat net de l'exercice	255,2	103,8	28,0
Mouvements des actifs et passifs n'ayant pas entraîné de flux de trésorerie :			
– Amortissement des immobilisations corporelles	142,0	144,0	141,8
– Amortissement des immobilisations incorporelles	98,0	111,0	133,6
– Amortissement des frais de développement	3,4	0,4	0,0
– Amortissement des charges financières	2,1	3,2	0,6
– Perte sur extinction de dette	109,0	0,0	50,7
– Variation des impôts différés	-14,5	12,9	-24,4
– Variation des autres actifs et passifs non courants	0,2	16,4	2,5
– Quote-part du résultat des entreprises associées	-0,8	-1,3	-2,6
– Perte (gain) de change	-0,9	18,1	-1,8
– Autres éléments n'ayant pas d'incidence sur la trésorerie	26,1	25,3	47,2
(Plus-values) moins-values sur cessions d'actifs	-1,1	7,1	-5,6
(Plus-values) moins-values sur cessions de placements	0,0	0,1	0,3
Variation des autres actifs et passifs opérationnels :			
– Stocks et en-cours	-74,5	-6,6	-40,8
– Créances clients et comptes rattachés	-38,4	-5,2	9,8
– Dettes fournisseurs et comptes rattachés	62,4	33,9	60,9
– Autres actifs et passifs opérationnels	13,3	-12,6	29,2
Flux de trésorerie issus des opérations courantes	581,5	450,5	429,4
Produit résultant de la vente d'immobilisations corporelles et incorporelles	27,5	10,9	45,4
Investissements	-130,8	-112,0	-95,7
Frais de développement capitalisés	-22,1	-21,5	-17,1
Variation des autres actifs et passifs financiers non courants	-0,5	0,0	0,0
Trésorerie provenant de cessions de valeurs mobilières de placement	0,1	0,3	138,4
Acquisition de valeurs mobilières de placement	0,0	40,2	-18,5
Acquisition de filiales (sous déduction de la trésorerie acquise)	-85,9	-399,8	0,0
Investissements en participations non consolidées	-2,0	0,0	-0,1
Flux de trésorerie générés par les investissements	-213,7	-481,9	52,4
– Augmentation de capital	866,2	0,0	0,0
– Dividendes payés par Legrand	-110,6	0,0	0,0
– Dividendes payés par des filiales de Legrand	-3,2	-1,2	-0,8
– Amortissement des TSDI	-19,0	-40,5	-39,9
– Nouveaux emprunts & utilisation de lignes de crédit	2 255,8	179,2	929,7
– Remboursement d'emprunts	-3 444,9	0,0	-1 324,1
– Frais d'émission de la dette	-6,1	0,0	-6,3
– Perte sur extinction de dette	-109,0	0,0	0,0
– Augmentation (diminution) des concours bancaires courants	258,5	-49,7	-40,2
Flux de trésorerie issus des opérations financières	-312,3	87,8	-481,6
– Effet net des conversions sur la trésorerie	-9,8	8,5	0,2
Variation nette de la trésorerie	45,7	64,9	0,4
Trésorerie en début d'exercice	133,2	68,3	67,9
Trésorerie à la clôture de l'exercice	178,9	133,2	68,3
Détail de certains éléments issus des opérations courantes			
– intérêts payés au cours de l'exercice	122,1	150,7	182,9
– impôts sur les bénéfices payés au cours de l'exercice	86,3	57,8	45,5

L'intégralité des comptes de Legrand est disponible dans le document de référence 2006 enregistré auprès de l'AMF (Autorité des marchés financiers).
Le document de référence 2006 est téléchargeable sur le site de l'AMF www.amf-france.org ainsi que sur le site de Legrand www.legrandelectric.com.

Conception, création, rédaction, réalisation :  Publicis Consultants |
Photos : Stéphane de Bourgies, Legrand, Getty Images, DR.



Siège social

128, avenue de Lattre de Tassigny
87045 Limoges Cedex

France

tél. : + 33 (0) 5 55 06 87 87

fax : + 33 (0) 5 55 06 88 88

www.legrandelectric.com