



Résultats du premier semestre 2015

30 juillet 2015

AGENDA

1 FAITS MARQUANTS

2 RÉALISATIONS AU S1 2015

3 POURSUITE DU DÉVELOPPEMENT

4 OBJECTIFS 2015

5 ANNEXES

1

FAITS MARQUANTS

FAITS MARQUANTS

□ Réalisations au S1 2015

- Croissance totale des ventes : +8,4%
- Augmentation du résultat opérationnel ajusté : +6,5%
- Croissance du résultat net : +5,5%
- Robuste *cash flow* libre normalisé⁽¹⁾ : 13,5% des ventes

□ Poursuite du développement au S1 2015

- États-Unis/Canada : croissance totale de 36%
- 3 nouvelles acquisitions⁽²⁾ : plus de 130M€ de chiffre d'affaires annuel additionnel
- Nouveaux segments de marché⁽³⁾ : ~30% du chiffre d'affaires total du groupe
- Lancement du programme Eliot : accélérer la croissance des ventes de produits connectables

□ Objectifs 2015 confirmés

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
2. Sous réserve des conditions suspensives d'usage pour Raritan Inc. L'acquisition devrait être finalisée au cours du mois d'août 2015.
3. Efficacité énergétique, infrastructures numériques, systèmes résidentiels et assistance à l'autonomie

2

RÉALISATIONS AU S1 2015

□ Réalisations au S1 2015

- Croissance totale des ventes : +8,4%
- Augmentation du résultat opérationnel ajusté : +6,5%
- Croissance du résultat net : +5,5%
- Robuste *cash flow* libre normalisé⁽¹⁾ : 13,5% des ventes

□ Poursuite du développement

- États-Unis/Canada : croissance totale de 36%
- 3 nouvelles acquisitions⁽²⁾ : plus de 130M€ de chiffre d'affaires annuel additionnel
- Nouveaux segments de marché⁽³⁾ : ~30% du chiffre d'affaires total du groupe
- Lancement du programme Eliot : accélérer la croissance des ventes de produits connectables

□ Objectifs 2015 confirmés

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
2. Sous réserve des conditions suspensives d'usage pour Raritan Inc. L'acquisition devrait être finalisée au cours du mois d'août 2015.
3. Efficacité énergétique, infrastructures numériques, systèmes résidentiels et assistance à l'autonomie

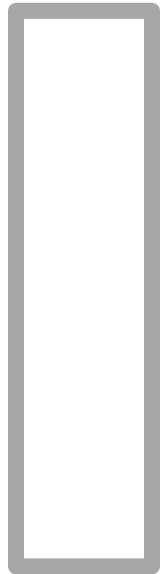
RÉALISATIONS
AU S1 2015

ÉVOLUTION DU CHIFFRE D'AFFAIRES AU S1 2015

En millions d'€

2 225

2 412



S1 2014



S1 2015

□ Effet de change : +6,9%

□ Croissance externe : +1,6%

□ Évolution organique⁽¹⁾: -0,1%

Croissance totale : +8,4%
dont Etats-Unis/Canada : +36%

1. Organique : à structure et taux de change constants

ÉVOLUTION ORGANIQUE⁽¹⁾ DU CHIFFRE D'AFFAIRES AU S1 2015 PAR ZONE GÉOGRAPHIQUE (1/2)

France

- ❑ -3,1% d'évolution organique⁽¹⁾
- ❑ Bonnes performances en interface utilisateur (ex-appareillage), dans les infrastructures numériques, et en éclairage de sécurité
- ❑ T1 2015 pénalisé par l'effet de contrepartie défavorable du quatrième trimestre 2014⁽²⁾
T2 2015 favorisé par de belles performances commerciales en particulier en lien avec des lancements récents, comme en interface utilisateur avec la nouvelle collection Céliane
↳ performance du S1 2015 (-3,1%) dans son ensemble en ligne avec la tendance de fond du marché : la rénovation continue de faire preuve de résistance alors que la construction neuve est toujours en retrait

Italie

- ❑ Stabilité organique⁽¹⁾
- ❑ Après plusieurs années de baisse prononcée du marché, accentuée par l'effet de déstockage des distributeurs, la tendance du S1 2015 semble confirmer l'entrée du marché italien dans une phase de stabilisation
- ❑ Dans ce contexte, bonnes performances en interface utilisateur, en cheminement de câbles et dans les *UPS*⁽³⁾ modulaires

1. Organique : à structure et taux de change constants

2. Il est rappelé que l'évolution organique des ventes du T1 2015 de -8,1% avait été impactée, comme annoncé, par un effet défavorable de -5 points de contrepartie à la demande élevée de distributeurs constatée au T4 2014 qui pourrait ne pas se reproduire au T4 2015.

3. UPS : Uninterruptible Power Supply ; ASI : Alimentation Statique sans Interruption (onduleur)

RÉALISATIONS
AU S1 2015

ÉVOLUTION ORGANIQUE⁽¹⁾ DU CHIFFRE D'AFFAIRES AU S1 2015 PAR ZONE GÉOGRAPHIQUE (2/2)

Reste de l'Europe

- +2,3% de croissance organique⁽¹⁾
- Belles progressions
 - en Espagne, au Royaume-Uni et en Allemagne,
 - en Turquie
 - dans de nombreuses nouvelles économies d'Europe de l'Est comme en Hongrie, Roumanie ou République Tchèque
- Activité en retrait dans d'autres pays matures et en Russie

États-Unis/Canada

- +5,2% de croissance organique⁽¹⁾
- Marché de la construction resté globalement favorable : activité résidentielle toujours en progression et marché tertiaire en croissance
Au T2 2015 seul : effet de stockage de la distribution lié à l'annonce du lancement d'un nouveau *GFCI*⁽²⁾ et beaux succès dans le non-résidentiel
- Belles réalisations en contrôle d'éclairage à forte efficacité énergétique, dans les infrastructures numériques et dans le cheminement de câbles en fil
- Comme annoncé, les États-Unis sont devenus en 2015 le 1^{er} pays du groupe en termes de chiffre d'affaires

Reste du Monde

- -2,8% d'évolution organique⁽¹⁾
- Bonne performance dans de nombreux pays comme
 - en Arabie saoudite et Afrique du Sud
 - en Inde, Malaisie et Thaïlande
 - au Mexique, en Colombie et au Chili
- Activité en baisse dans d'autres pays, en particulier en Chine et au Brésil affectés par les conditions économiques actuelles

1. Organique : à structure et taux de change constants

2. GFCI: Ground Fault Circuit Interrupter ; dispositif de protection des personnes intégré à une prise de courant

MARGE OPÉRATIONNELLE AJUSTÉE⁽¹⁾ AU S1 2015

S1 2014	marge opérationnelle ajustée	20,2%⁽²⁾
	<ul style="list-style-type: none"> ▪ constitution de stock de produits fabriqués +0,1 pt ▪ effet lié à la forte croissance dans la zone États-Unis/Canada, principalement tirée par un effet de change positif très marqué, zone où la rentabilité bien qu'en progression continue est inférieure à la moyenne du groupe -0,2 pt ▪ autres éléments, dont le coût de mise en œuvre d'initiatives de productivité -0,1 pt 	20,0%
S1 2015	marge opérationnelle ajustée avant acquisitions⁽³⁾	20,0%
	impact des acquisitions	-0,2pt
S1 2015	marge opérationnelle ajustée	19,8%

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 2014 et S1 2015, de respectivement 16,9 M€ et 21,5 M€) ainsi que, le cas échéant, des pertes de valeur des goodwill (0€ pour S1 2014 et S1 2015)

2. Données au 30 juin 2014 retraitées des éléments détaillés en Note 4 des informations financières consolidées au 30 juin 2015

3. À périmètre 2014

GÉNÉRATION DE CASH FLOW LIBRE AU S1 2015

- Marge brute d'autofinancement robuste :
381 M€, soit 15,8% des ventes

- Maîtrise des capitaux employés
 - Besoin en fonds de roulement en % des ventes :
10,0% au S1 2015 contre 10,5% au S1 2014
 - Investissements en % des ventes : 2,3% au
S1 2015 comme au S1 2014

Cash flow libre normalisé⁽¹⁾ en % des
ventes :

13,5%⁽²⁾

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

2. Sur longue période et sur une base annuelle, le cash flow libre normalisé devrait représenter entre 12% et 13% des ventes

RÉSULTAT NET⁽¹⁾ AU S1 2015

Hausse de **5,5%** à **283M€**

i.e. **11,8%** des ventes

3

POURSUITE DU DÉVELOPPEMENT

□ Réalisations au S1 2015

- Croissance totale des ventes : +8,4%
- Augmentation du résultat opérationnel ajusté : +6,5%
- Croissance du résultat net : +5,5%
- Robuste *cash flow* libre normalisé⁽¹⁾ : 13,5% des ventes

□ Poursuite du développement

- États-Unis/Canada : croissance totale de 36%
- 3 nouvelles acquisitions⁽²⁾ : plus de 130M€ de chiffre d'affaires annuel additionnel
- Nouveaux segments de marché⁽³⁾ : ~30% du chiffre d'affaires total du groupe
- Lancement du programme Eliot : accélérer la croissance des ventes de produits connectables

□ Objectifs 2015 confirmés

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
2. Sous réserve des conditions suspensives d'usage pour Raritan Inc. L'acquisition devrait être finalisée au cours du mois d'août 2015.
3. Efficacité énergétique, infrastructures numériques, systèmes résidentiels et assistance à l'autonomie

PROGRESSION DANS LA ZONE ÉTATS-UNIS/CANADA AU S1 2015

 Chiffre d'affaires⁽¹⁾

Résultat opérationnel ajusté

- Croissance organique⁽²⁾ : +5,2%
- Croissance externe : +5,1%
- Effet de change : +22,7%

+36%

 +45%
de 66 M€ à 96 M€

États-Unis seuls :
pays **N°1**
du groupe en termes
de chiffre d'affaires

1. Par destination

2. Organique : à structure et taux de change constants

3 acquisitions annoncées au S1 2015



Acteur de premier plan en Amérique du Nord dans le segment des *PDU*⁽²⁾ intelligents et des commutateurs *KVM*⁽³⁾

Ventes annuelles : 114 M\$



Acteur italien de premier plan et spécialiste européen de la mesure des paramètres de l'installation électrique

Ventes annuelles : 23 M€



Acteur indien spécialisé dans les baies, armoires Voix-Données-Images et produits associés pour *datacenters*⁽⁴⁾

Ventes annuelles : <10 M€



➡ **100% dans les nouveaux segments de marché⁽⁵⁾**

1. Sous réserve des conditions suspensives d'usage. L'acquisition devrait être finalisée au cours du mois d'août 2015.
2. PDU: Power Distribution Unit ; Unité de Distribution d'Alimentation
3. KVM: Keyboard, Video, Mouse ; Clavier, Écran et Souris
4. Centre de données
5. Efficacité énergétique, infrastructures numériques, systèmes résidentiels et assistance à l'autonomie

EXPANSION DANS LES NOUVEAUX SEGMENTS DE MARCHÉ⁽¹⁾ AU S1 2015

Croissance totale

+11,8%

% des ventes du groupe

~30%

LEGRAND ET L'INTERNET DES OBJETS (IdO) (1/5)

VUE D'ENSEMBLE DE L'IdO : D'UN MARCHÉ DE NICHE À UN MARCHÉ DE MASSE

Nombre d'objets connectés
dans le monde⁽¹⁾

14Mds → 50Mds

2014

2020

Répartition du marché mondial
des objets connectés⁽²⁾ d'ici 2020

Business to Business

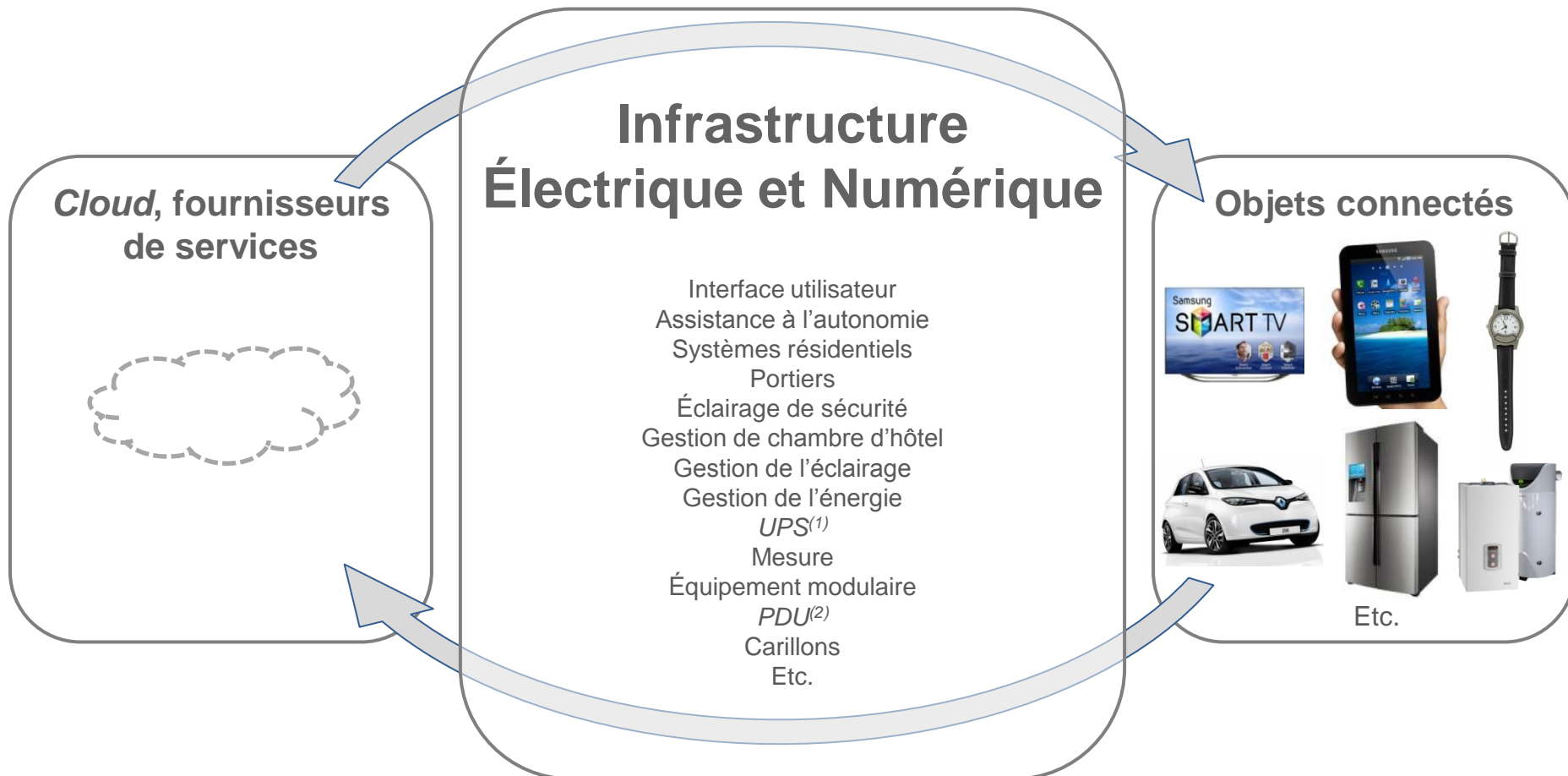
60%

Business to Consumer

40%

1. Source: Cisco
2. Source: iot-analytics.com

LEGRAND ET L'INTERNET DES OBJETS (IdO) (2/5) L'INFRASTRUCTURE ÉLECTRIQUE ET NUMÉRIQUE AU COEUR DE L'IdO DANS LES BÂTIMENTS



1. UPS : Uninterruptible Power Supply ; ASI : Alimentation Statique sans Interruption (onduleur)

2. PDU: Power Distribution Unit ; Unité de Distribution d'Alimentation

LEGRAND ET L'INTERNET DES OBJETS (IdO) (3/5)

Aujourd'hui

Chiffres 2014

- Plus de **200 M€** de chiffre d'affaires avec des produits connectables
- 20** familles de produits connectables (sur un total de 81)
- 750** ingénieurs R&D dédiés au numérique (électronique et logiciels), sur plus de 2 000
- Plus de **20 M** de nodes⁽¹⁾ déjà vendus

1. Le terme « node » fait référence à un point de connexion dans un réseau

LEGRAND ET L'INTERNET DES OBJETS (IdO) (4/5)

Objectifs 2020 soutenus par Eliot

- Réaliser une croissance annuelle moyenne totale à 2 chiffres des ventes de produits connectables
- Doubler le nombre de familles de produits connectables de 20 en 2014 à 40



LEGRAND ET L'INTERNET DES OBJETS (IdO) (5/5)

EXEMPLES DE FAMILLES DE PRODUITS CONNECTABLES (EXISTANTES OU PRÉVUES)



Gestion de l'énergie

↪ *Mesurer et piloter la consommation d'énergie à distance*



Portier vidéo

↪ *Interagir à distance*



Distribution de l'énergie

↪ *Remettre sous tension l'installation électrique à distance*



Assistance à l'autonomie

↪ *Localiser, mesurer les constantes de santé, détecter les chutes, envoyer des alertes*



PDU⁽¹⁾ intelligents

↪ *Alimenter et piloter l'activité dans les datacenters*



Éclairage de sécurité

↪ *Piloter une installation complète à distance*

Etc.

1. PDU: Power Distribution Unit ; Unité de Distribution d'Alimentation

4

OBJECTIFS 2015

OBJECTIFS 2015

□ Réalisations au S1 2015

- Croissance totale des ventes : +8,4%
- Augmentation du résultat opérationnel ajusté : +6,5%
- Croissance du résultat net : +5,5%
- Robuste *cash flow* libre normalisé⁽¹⁾ : 13,5% des ventes

□ Poursuite du développement

- États-Unis/Canada : croissance totale de 36%
- 3 nouvelles acquisitions⁽²⁾ : plus de 130M€ de chiffre d'affaires annuel additionnel
- Nouveaux segments de marché⁽³⁾ : ~30% du chiffre d'affaires total du groupe
- Lancement du programme Eliot : accélérer la croissance des ventes de produits connectables

□ Objectifs 2015 confirmés⁽⁴⁾

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
2. Sous réserve des conditions suspensives d'usage pour Raritan Inc. L'acquisition devrait être finalisée au cours du mois d'août 2015.
3. Efficacité énergétique, infrastructures numériques, systèmes résidentiels et assistance à l'autonomie
4. Voir Annexe en page 30 pour la formulation complète des objectifs 2015 de Legrand

5

ANNEXES

ACQUISITIONS RARITAN INC.⁽¹⁾ (ANNONCÉE EN JUIN 2015)

- Acteur de premier plan en Amérique du Nord dans le segment des *PDU*⁽²⁾ intelligents et des commutateurs *KVM*⁽³⁾
- Chiffre d'affaires annuel d'environ 114 M\$
- 350 employés



- Complément idéal à l'offre globale de Legrand dédiée au marché en expansion des infrastructures numériques
- Renforce le dispositif de Legrand aux Etats-Unis auprès des canaux de distribution *IT*, audio/vidéo et *datacenters*⁽⁴⁾

1. Sous réserve des conditions suspensives d'usage
 2. *PDU*: Power Distribution Unit ; Unité de Distribution d'Alimentation
 3. *KVM*: Keyboard, Video, Mouse ; Clavier, Écran et Souris
 4. Centre de données

ACQUISITIONS

IME (ANNONCÉE EN MAI 2015)

- Acteur italien de premier plan et spécialiste européen de la mesure des paramètres de l'installation électrique
- Chiffre d'affaires annuel de 23 M€
- 160 employés



- Complément idéal à l'offre existante de Legrand dans la distribution d'énergie et l'efficacité énergétique
- Legrand devient un acteur significatif dans le marché prometteur des instruments de mesure de l'installation électrique

ACQUISITIONS VALRACK (ANNONCÉE EN MAI 2015)



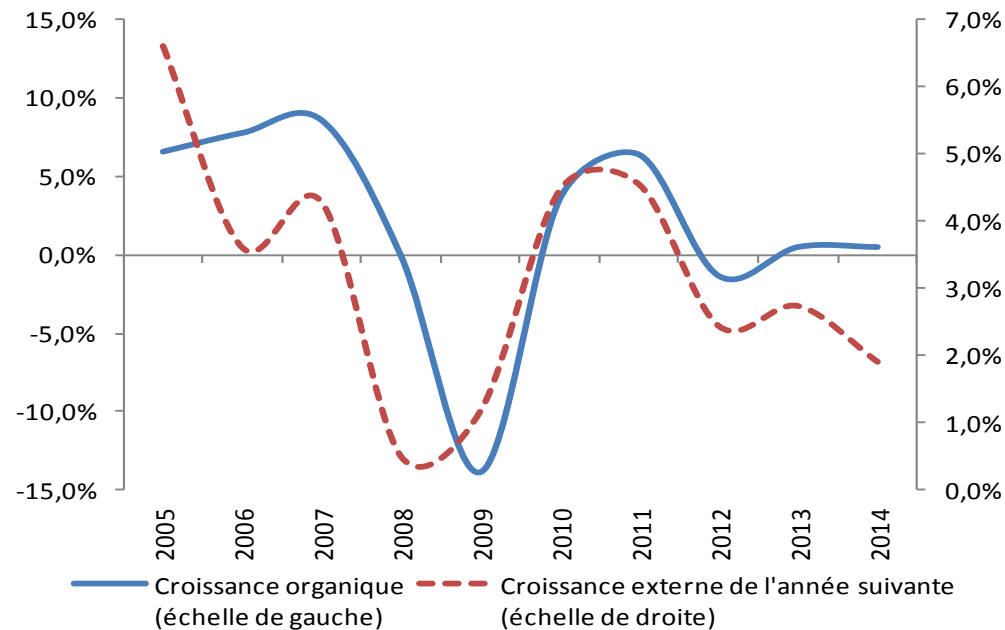
- Acteur indien spécialisé dans les baies, armoires Voix-Données-Images et produits associés pour les *datacenters*⁽¹⁾
- Chiffre d'affaires annuel de moins de 10 M€
- 250 employés



- Complément idéal à l'offre existante de Legrand pour les *datacenters*⁽¹⁾ : Electrorack (États-Unis), Minkels (Pays-Bas) et SJ Manufacturing (Singapour)
- Renforce les positions de Legrand en Inde et plus généralement dans les nouvelles économies

UNE CROISSANCE EXTERNE ROBUSTE SUIV (UN AN APRÈS) UNE BONNE CROISSANCE ORGANIQUE

Données publiées	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	Moyenne 2005-2015	
												Années vertes	Années rouges
Croissance organique	6,6%	7,8%	8,6%	-0,1%	-13,9%	3,6%	6,4%	-1,4%	0,5%	0,5%	NA	6,6%	-2,9%
Croissance externe	3,3%	6,6%	3,6%	4,3%	0,5%	1,2%	4,5%	4,5%	2,4%	2,7%	1,9% ⁽¹⁾	4,7%	1,7%



Ce graphique représente, pour une année donnée, la croissance organique publiée cette année sur l'échelle de gauche et la croissance externe publiée l'année suivante sur l'échelle de droite

OBJECTIFS 2015 CONFIRMÉS

Extrait de la présentation des résultats annuels 2014

- Les anticipations macroéconomiques font état à ce jour :
 - d'un contexte toujours porteur aux Etats-Unis,
 - de perspectives attractives dans les nouvelles économies mais présentant des incertitudes à court terme notamment en Russie et
 - d'une situation sur nos marchés en Europe mature qui devrait rester globalement difficile en 2015.

- Dans ce contexte et en l'absence de carnet de commandes, Legrand, dont le chiffre d'affaires au premier trimestre 2015 fera face à une base de comparaison exigeante, se fixe pour 2015 un objectif d'évolution organique de ses ventes comprise entre -3% et +2%⁽¹⁾.

Legrand retient également pour 2015 un objectif de **marge opérationnelle ajustée avant prise en compte des acquisitions**⁽²⁾ comprise entre **18,8% et 20,1%** du chiffre d'affaires, cohérent avec son objectif de croissance organique et les effets continus de ses efforts de productivité.

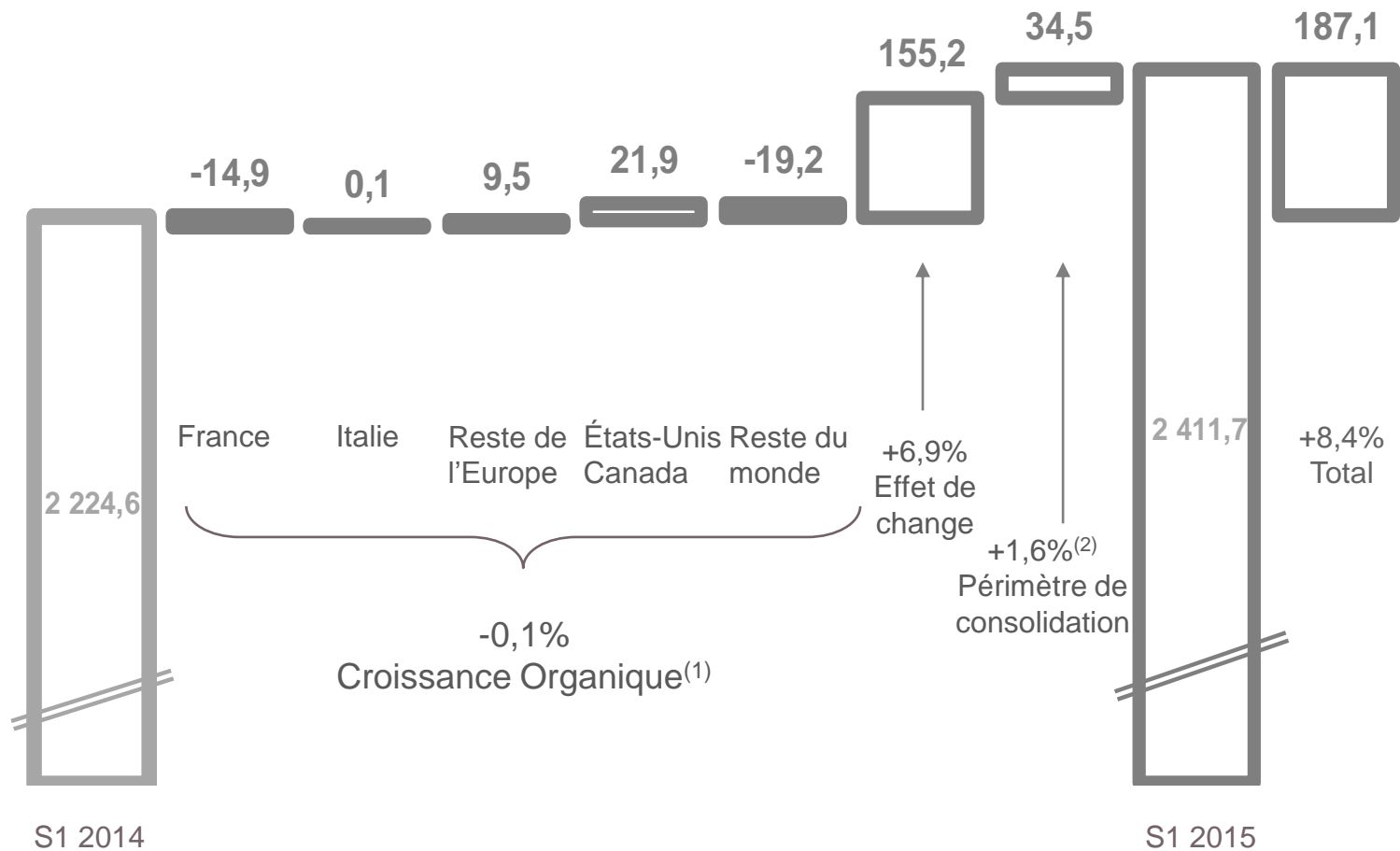
- Legrand poursuivra par ailleurs sa stratégie d'acquisitions, créatrice de valeur.

1. La borne basse de l'objectif prend en compte une baisse marquée d'activité en Russie. Hors Russie, l'objectif 2015 de croissance organique des ventes du groupe est compris entre -2% et +2%

2. A périmètre 2014

ÉVOLUTION DU CHIFFRE D'AFFAIRES

Analyse des variations du chiffre d'affaires par destination au S1 2015 (en M€)



1. Organique : à structure et taux de change constants
2. Du fait de la consolidation de Lastar, Neat et SJ Manufacturing

1^{er} SEMESTRE 2015 – CHIFFRE D’AFFAIRES PAR DESTINATION⁽¹⁾

(M€)	S1 2014	S1 2015	Evolution totale	Effet périmètre	Croissance organique	Effet change
France	481,6	466,7	-3,1%	0,0%	-3,1%	0,0%
Italie	255,2	255,3	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Reste de l'Europe	401,5	412,8	2,8%	2,5%	2,3%	-2,0%
Etats-Unis/Canada	398,4	540,8	35,7%	5,1%	5,2%	22,7%
Reste du monde	687,9	736,1	7,0%	0,6%	-2,8%	9,4%
Total	2 224,6	2 411,7	8,4%	1,6%	-0,1%	6,9%

1^{er} TRIMESTRE 2015 – CHIFFRE D’AFFAIRES PAR DESTINATION⁽¹⁾

(M€)	T1 2014	T1 2015	Evolution totale	Effet périmètre	Croissance organique	Effet change
France	242,4	222,8	-8,1%	0,0%	-8,1%	0,0%
Italie	132,6	131,0	-1,2%	0,0%	-1,2%	0,0%
Reste de l'Europe	203,3	203,0	-0,1%	2,8%	0,0%	-2,9%
Etats-Unis/Canada	178,7	251,6	40,8%	11,4%	4,0%	21,5%
Reste du monde	327,3	356,3	8,9%	0,6%	-1,6%	9,9%
Total	1 084,3	1 164,7	7,4%	2,6%	-1,7%	6,5%

2^{ème} TRIMESTRE 2015 – CHIFFRE D’AFFAIRES PAR DESTINATION⁽¹⁾

(M€)	T2 2014	T2 2015	Evolution totale	Effet périmètre	Croissance organique	Effet change
France	239,2	243,9	2,0%	0,0%	2,0%	0,0%
Italie	122,6	124,3	1,4%	0,0%	1,4%	0,0%
Reste de l'Europe	198,2	209,8	5,9%	2,2%	4,7%	-1,0%
Etats-Unis/Canada	219,7	289,2	31,6%	0,0%	6,4%	23,7%
Reste du monde	360,6	379,8	5,3%	0,5%	-3,8%	9,0%
Total	1 140,3	1 247,0	9,4%	0,6%	1,4%	7,3%

1^{er} SEMESTRE 2015 – CHIFFRE D’AFFAIRES PAR ORIGINE⁽¹⁾

(M€)	S1 2014	S1 2015	Evolution totale	Effet périmètre	Croissance organique	Effet change
France	539,4	524,3	-2,8%	0,0%	-2,8%	0,0%
Italie	276,5	268,7	-2,8%	0,0%	-2,8%	0,0%
Reste de l'Europe	393,0	405,4	3,2%	2,2%	3,3%	-2,3%
Etats-Unis/Canada	407,6	555,3	36,2%	5,5%	5,2%	22,8%
Reste du monde	608,1	658,0	8,2%	0,6%	-2,5%	10,4%
Total	2 224,6	2 411,7	8,4%	1,6%	-0,1%	6,9%

1^{er} TRIMESTRE 2015 – CHIFFRE D’AFFAIRES PAR ORIGINE⁽¹⁾

(M€)	T1 2014	T1 2015	Evolution totale	Effet périmètre	Croissance organique	Effet change
France	270,7	250,3	-7,5%	0,0%	-7,5%	0,0%
Italie	143,4	137,2	-4,3%	0,0%	-4,3%	0,0%
Reste de l'Europe	199,1	200,4	0,7%	2,1%	1,7%	-3,1%
Etats-Unis/Canada	181,9	258,2	41,9%	12,4%	3,9%	21,6%
Reste du monde	289,2	318,6	10,2%	0,5%	-1,2%	10,9%
Total	1 084,3	1 164,7	7,4%	2,6%	-1,7%	6,5%

2^{ème} TRIMESTRE 2015 – CHIFFRE D’AFFAIRES PAR ORIGINE⁽¹⁾

(M€)	T2 2014	T2 2015	Evolution totale	Effet périmètre	Croissance organique	Effet change
France	268,7	274,0	2,0%	0,0%	2,0%	0,0%
Italie	133,1	131,5	-1,2%	0,0%	-1,2%	0,0%
Reste de l'Europe	193,9	205,0	5,7%	2,3%	4,8%	-1,4%
Etats-Unis/Canada	225,7	297,1	31,6%	0,0%	6,4%	23,8%
Reste du monde	318,9	339,4	6,4%	0,6%	-3,7%	9,8%
Total	1 140,3	1 247,0	9,4%	0,6%	1,4%	7,3%

1^{er} SEMESTRE 2015 – COMPTE DE RÉSULTAT

En millions d'euros	S1 2014 proforma ⁽¹⁾	S1 2015	Evolution en %
Chiffre d'affaires	2 224,6	2 411,7	+8,4%
Marge brute	1 152,6	1 258,3	+9,2%
<i>En % du chiffre d'affaires</i>	<i>51,8%</i>	<i>52,2%</i>	
Résultat opérationnel ajusté⁽²⁾	448,8	478,1	+6,5%
<i>En % du chiffre d'affaires</i>	<i>20,2%</i>	<i>19,8%⁽³⁾</i>	
Amortissements et frais/produits liés aux acquisitions	(16,9)	(21,5)	
Résultat opérationnel	431,9	456,6	+5,7%
<i>En % du chiffre d'affaires</i>	<i>19,4%</i>	<i>18,9%</i>	
Produits et charges financiers	(38,1)	(39,7)	
Gains et pertes de change	(0,1)	1,0	
Impôts sur les résultats	(124,1)	(133,8)	
Résultat net	269,6	284,1	+5,4%
Résultat net part du Groupe	268,5	283,4	+5,5%

1. Données au 30 juin 2014 retraitées des éléments détaillés en Note 4 des informations financières consolidées au 30 juin 2015

2. Résultat opérationnel ajusté des amortissements des réévaluations d'actifs incorporels pratiquées lors des acquisitions et de frais/produits liés à celles-ci (pour S1 2014 et S1 2015, de respectivement 16,9 M€ et 21,5 M€) ainsi que, le cas échéant, des pertes de valeur des goodwill (0€ pour S1 2014 et S1 2015)

3. 20,0% hors acquisitions (à périmètre 2014)

1^{er} TRIMESTRE 2015 – COMPTE DE RÉSULTAT

En millions d'euros	T1 2014 proforma ⁽¹⁾	T1 2015	Evolution en %
Chiffre d'affaires	1 084,3	1 164,7	+7,4%
Marge brute	564,4	599,3	+6,2%
<i>En % du chiffre d'affaires</i>	<i>52,1%</i>	<i>51,5%</i>	
Résultat opérationnel ajusté⁽²⁾	212,0	218,6	+3,1%
<i>En % du chiffre d'affaires</i>	<i>19,6%</i>	<i>18,8%⁽³⁾</i>	
Amortissements et frais/produits liés aux acquisitions	(8,0)	(10,1)	
Résultat opérationnel	204,0	208,5	+2,2%
<i>En % du chiffre d'affaires</i>	<i>18,8%</i>	<i>17,9%</i>	
Produits et charges financiers	(18,7)	(19,2)	
Gains et pertes de change	(0,5)	(0,6)	
Impôts sur les résultats	(59,1)	(60,7)	
Résultat net	125,7	128,0	+1,8%
Résultat net part du Groupe	125,0	127,4	+1,9%

1. Données au 31 mars 2014 retraitées des éléments détaillés en Note 3 des informations financières consolidées au 31 mars 2015

2. Résultat opérationnel ajusté des amortissements des réévaluations d'actifs incorporels pratiquées lors des acquisitions et de s frais/produits liés à celles-ci (pour T1 2014 et T1 2015, de respectivement 8,0 M€ et 10,1 M€) ainsi que, le cas échéant, des pertes de valeur des goodwill (0€ pour T1 2014 et T1 2015)

3. 19,0% hors acquisitions (à périmètre 2014)

2^{ème} TRIMESTRE 2015 – COMPTE DE RÉSULTAT

En millions d'euros	T2 2014 proforma ⁽¹⁾	T2 2015	Evolution en %
Chiffre d'affaires	1 140,3	1 247,0	+9,4%
Marge brute	588,2	659,0	+12,0%
<i>En % du chiffre d'affaires</i>	<i>51,6%</i>	<i>52,8%</i>	
Résultat opérationnel ajusté⁽²⁾	236,8	259,5	+9,6%
<i>En % du chiffre d'affaires</i>	<i>20,8%</i>	<i>20,8%⁽³⁾</i>	
Amortissements et frais/produits liés aux acquisitions	(8,9)	(11,4)	
Résultat opérationnel	227,9	248,1	+8,9%
<i>En % du chiffre d'affaires</i>	<i>20,0%</i>	<i>19,9%</i>	
Produits et charges financiers	(19,4)	(20,5)	
Gains et pertes de change	0,4	1,6	
Impôts sur les résultats	(65,0)	(73,1)	
Résultat net	143,9	156,1	+8,5%
Résultat net part du Groupe	143,5	156,0	+8,7%

1. Données T2 2014 retraitées des éléments détaillés dans la Note 26.2 des informations financières consolidées au 30 juin 2015

2. 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 2014 et T2 2015, de respectivement 8,9 M€ et 11,4 M€) ainsi que, le cas échéant, des pertes de valeur des goodwill (0€ pour T2 2014 et T2 2015)

3. 20,9% hors acquisitions (à périmètre 2014)

1^{er} 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	USA/ Canada	Reste du monde	Total
Chiffre d'affaires à tiers	524,3	268,7	405,4	555,3	658,0	2 411,7
Coût des ventes	(190,8)	(92,9)	(230,2)	(271,7)	(367,8)	(1 153,4)
Frais administratifs, commerciaux, R&D	(206,6)	(82,7)	(106,0)	(193,8)	(184,3)	(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)
Résultat opérationnel ajusté avant autres produits (charges) opérationnels	130,1	93,1	70,5	98,6	114,1	506,4
en % du chiffre d'affaires	24,8%	34,6%	17,4%	17,8%	17,3%	21,0%
Autres produits (charges) opérationnels	(8,5)	(0,2)	(7,4)	(2,9)	(9,3)	(28,3) ⁽¹⁾
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
Résultat opérationnel ajusté	121,6	92,9	63,1	95,7	104,8	478,1
en % du chiffre d'affaires	23,2%	34,6%	15,6%	17,2%	15,9%	19,8%

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

1^{er} SEMESTRE 2014 – RÉSULTAT OPÉRATIONNEL AJUSTÉ AVANT ET APRÈS AUTRES PRODUITS (CHARGES) OPÉRATIONNELS PAR RÉGION GÉOGRAPHIQUE

Premier semestre 2014 proforma ⁽¹⁾ (en millions d'euros)	France	Italie	Reste de l'Europe	USA/ Canada	Reste du monde	Total
Chiffre d'affaires à tiers	539,4	276,5	393,0	407,6	608,1	2 224,6
Coût des ventes	(195,6)	(99,9)	(223,2)	(202,8)	(350,5)	(1 072,0)
Frais administratifs, commerciaux, R&D	(210,8)	(83,1)	(99,7)	(140,0)	(167,2)	(700,8)
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)	(5,4)	(7,0)	(16,9)
Résultat opérationnel ajusté avant autres produits (charges) opérationnels	136,2	93,5	71,4	70,2	97,4	468,7
en % du chiffre d'affaires	25,3%	33,8%	18,2%	17,2%	16,0%	21,1%
Autres produits (charges) opérationnels	(2,0)	(0,3)	(4,9)	(4,0)	(8,7)	(19,9) ⁽²⁾
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
Résultat opérationnel ajusté	134,2	93,2	66,5	66,2	88,7	448,8
en % du chiffre d'affaires	24,9%	33,7%	16,9%	16,2%	14,6%	20,2%

1. Données au 30 juin 2014 retraitées des éléments détaillés en Note 4 des informations financières consolidées au 30 juin 2015

2. Frais de restructuration (10,9 M€) et autres éléments divers (9,0 M€)

1^{er} 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	USA/ Canada	Reste du monde	Total
Chiffre d'affaires à tiers	250,3	137,2	200,4	258,2	318,6	1 164,7
Coût des ventes	(93,8)	(46,8)	(113,4)	(128,2)	(183,2)	(565,4)
Frais administratifs, commerciaux, R&D	(103,4)	(41,6)	(52,3)	(93,5)	(88,8)	(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)
Résultat opérationnel ajusté avant autres produits (charges) opérationnels	54,6	48,8	35,3	40,3	50,8	229,8
en % du chiffre d'affaires	21,8%	35,6%	17,6%	15,6%	15,9%	19,7%
Autres produits (charges) opérationnels	(5,3)	(0,8)	(1,7)	(1,3)	(2,1)	(11,2) ⁽¹⁾
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
Résultat opérationnel ajusté	49,3	48,0	33,6	39,0	48,7	218,6
en % du chiffre d'affaires	19,7%	35,0%	16,8%	15,1%	15,3%	18,8%

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

1^{er} TRIMESTRE 2014 – RÉSULTAT OPÉRATIONNEL AJUSTÉ AVANT ET APRÈS AUTRES PRODUITS (CHARGES) OPÉRATIONNELS PAR RÉGION GÉOGRAPHIQUE

Premier trimestre 2014 proforma ⁽¹⁾ (en millions d'euros)	France	Italie	Reste de l'Europe	USA/ Canada	Reste du monde	Total
Chiffre d'affaires à tiers	270,7	143,4	199,1	181,9	289,2	1 084,3
Coût des ventes	(99,1)	(50,4)	(111,9)	(92,1)	(166,4)	(519,9)
Frais administratifs, commerciaux, R&D	(111,4)	(42,1)	(48,9)	(64,5)	(80,6)	(347,5)
Déduction des amortissements et frais et produits liés aux acquisitions comptabilisés dans les frais administratifs, commerciaux et R&D	(1,7)	0,0	(0,6)	(2,6)	(3,1)	(8,0)
Résultat opérationnel ajusté avant autres produits (charges) opérationnels	61,9	50,9	38,9	27,9	45,3	224,9
en % du chiffre d'affaires	22,9%	35,5%	19,5%	15,3%	15,7%	20,7%
Autres produits (charges) opérationnels	(5,0)	0,5	(2,3)	(0,9)	(5,2)	(12,9) ⁽²⁾
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
Résultat opérationnel ajusté	56,9	51,4	36,6	27,0	40,1	212,0
en % du chiffre d'affaires	21,0%	35,8%	18,4%	14,8%	13,9%	19,6%

1. Données au 31 mars 2014 retraitées des éléments détaillés en Note 3 des informations financières consolidées au 31 mars 2015

2. Frais de restructuration (4,0 M€) et autres éléments divers (8,9 M€)

2^{ème} 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	USA/ Canada	Reste du monde	Total
Chiffre d'affaires à tiers	274,0	131,5	205,0	297,1	339,4	1 247,0
Coût des ventes	(97,0)	(46,1)	(116,8)	(143,5)	(184,6)	(588,0)
Frais administratifs, commerciaux, R&D	(103,2)	(41,1)	(53,7)	(100,3)	(95,5)	(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)
Résultat opérationnel ajusté avant autres produits (charges) opérationnels	75,5	44,3	35,2	58,3	63,3	276,6
en % du chiffre d'affaires	27,6%	33,7%	17,2%	19,6%	18,7%	22,2%
Autres produits (charges) opérationnels	(3,2)	0,6	(5,7)	(1,6)	(7,2)	(17,1) ⁽¹⁾
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
Résultat opérationnel ajusté	72,3	44,9	29,5	56,7	56,1	259,5
en % du chiffre d'affaires	26,4%	34,1%	14,4%	19,1%	16,5%	20,8%

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

2^{ème} TRIMESTRE 2014 – RÉSULTAT OPÉRATIONNEL AJUSTÉ AVANT ET APRÈS AUTRES PRODUITS (CHARGES) OPÉRATIONNELS PAR RÉGION GÉOGRAPHIQUE

Deuxième trimestre 2014 proforma ⁽¹⁾ (en millions d'euros)	France	Italie	Reste de l'Europe	USA/ Canada	Reste du monde	Total
Chiffre d'affaires à tiers	268,7	133,1	193,9	225,7	318,9	1 140,3
Coût des ventes	(96,5)	(49,5)	(111,3)	(110,7)	(184,1)	(552,1)
Frais administratifs, commerciaux, R&D	(99,4)	(41,0)	(50,8)	(75,5)	(86,6)	(353,3)
Déduction des amortissements et frais et produits liés aux acquisitions comptabilisés dans les frais administratifs, commerciaux et R&D	(1,5)	0,0	(0,7)	(2,8)	(3,9)	(8,9)
Résultat opérationnel ajusté avant autres produits (charges) opérationnels	74,3	42,6	32,5	42,3	52,1	243,8
en % du chiffre d'affaires	27,7%	32,0%	16,8%	18,7%	16,3%	21,4%
Autres produits (charges) opérationnels	3,0	(0,8)	(2,6)	(3,1)	(3,5)	(7,0) ⁽²⁾
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
Résultat opérationnel ajusté	77,3	41,8	29,9	39,2	48,6	236,8
en % du chiffre d'affaires	28,8%	31,4%	15,4%	17,4%	15,2%	20,8%

1. Données du T2 2014 retraitées en prenant en compte la Note 25 des informations financières consolidées au 30 juin 2015 et la note 8 des informations financières consolidées au 31 mars 2015

2. Frais de restructuration (6,9 M€) et autres éléments divers (0,1 M€)

1^{ER} SEMESTRE 2015 – RÉCONCILIATION DE LA MARGE BRUTE D'AUTO-FINANCEMENT ET DU RÉSULTAT NET

ANNEXES

En millions d'euros	S1 2014 Proforma ⁽¹⁾	S1 2015
Résultat net	269,6	284,1
Amortissement et dépréciation	78,8	84,7
Variations des autres actifs et passifs non courants et des impôts différés	9,3	8,4
(Gains)/pertes de change	4,7	3,3
(Plus-values) moins-values sur cessions d'actifs	0,6	0,3
Autres ajustements	0,3	0,5
Marge brute d'auto-financement	363,3	381,3

1. Données au 30 juin 2014 retraitées des éléments détaillés en Note 4 des informations financières consolidées au 30 juin 2015

1^{ER} SEMESTRE 2015 – RÉCONCILIATION DU CASH FLOW LIBRE ET DU CASH FLOW LIBRE NORMALISÉ AVEC LA MARGE BRUTE D'AUTO-FINANCEMENT

ANNEXES

En millions d'euros	S1 2014 Proforma ⁽¹⁾	S1 2015	Evolution en %
Marge brute d'auto-financement⁽²⁾	363,3	381,3	+5,0%
<i>En % du chiffre d'affaires</i>	16,3%	15,8%	
Variation du Besoin en Fonds de Roulement	(129,9)	(84,2)	
Flux de trésorerie issus des opérations courantes	233,4	297,1	+27,3%
<i>En % du chiffre d'affaires</i>	10,5%	12,3%	
Investissements (dont frais de R&D capitalisés)	(50,3)	(55,6)	
Produits de cession d'actifs	0,8	0,7	
Cash flow libre	183,9	242,2	+31,7%
<i>En % du chiffre d'affaires</i>	8,3%	10,0%	
Variation du Besoin en Fonds de Roulement	(129,9)	(84,2)	
Variation du Besoin en Fonds de Roulement normalisé	(2,8)	0,3	
Cash flow libre normalisé⁽³⁾	311,0	326,7	+5,0%
<i>as % of sales</i>	14,0%	13,5%	

1. Données au 30 juin 2014 retraitées des éléments détaillés en Note 4 des informations financières consolidées au 30 juin 2015
2. 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
3. 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

2014	T1	S1	9M	Année pleine
Lastar	Bilan seulement	3 mois	6 mois	9 mois
Neat	Bilan seulement	Bilan seulement	7 mois	10 mois
SJ Manufacturing		Bilan seulement	Bilan seulement	7 mois

2015	T1	S1	9M	Année pleine
Lastar	3 mois	6 mois	9 mois	12 mois
Neat	3 mois	6 mois	9 mois	12 mois
SJ Manufacturing	3 mois	6 mois	9 mois	12 mois
Valrack	Bilan seulement	Bilan seulement	À déterminer	À déterminer
IME		Bilan seulement	À déterminer	À déterminer
Raritan ⁽¹⁾			À déterminer	À déterminer

1. Sous réserve des conditions suspensives d'usage pour Raritan Inc. L'acquisition devrait être finalisée au cours du mois d'août 2015.

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). 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.