



Résultats annuels 2016

9 février 2017

AGENDA

- | | | |
|---|---|-------|
| 1 | FAITS MARQUANTS | P. 3 |
| 2 | ACCÉLÉRATION DES DEUX MOTEURS DE CROISSANCE DE LEGRAND | P. 5 |
| 3 | SOLIDE PERFORMANCE INTÉGRÉE, OBJECTIFS 2016 PLEINEMENT ATTEINTS | P. 26 |
| 4 | CRÉATION DE VALEUR ET OBJECTIFS 2017 | P. 37 |
| 5 | ANNEXES | P. 41 |

1

FAITS MARQUANTS

RÉSULTATS 2016 – FAITS MARQUANTS

□ Accélération des deux moteurs de croissance de Legrand

- Croissance des ventes hors change : +6,5% (contre +2,1% en 2015)
- Poursuite du succès du programme Eliot : près de +40% de croissance totale des ventes de produits connectés
- 8 acquisitions « bolt-on »⁽¹⁾ réalisées

□ Solide performance intégrée, objectifs pleinement atteints

- Croissance organique des ventes : +1,8% ; proche de la borne haute de l'objectif (+2%)
- Marge opérationnelle ajustée avant acquisitions⁽²⁾ : 19,7% ; supérieure à la borne haute de l'objectif relevée (19,6%)
- Croissance du résultat net part du Groupe ajusté⁽³⁾ : +3,0% ; Dividende proposé : 1,19 €
- Taux de réalisation de la feuille de route RSE⁽⁴⁾ : 122%

□ Création de valeur et objectifs 2017

1. Sociétés de petite et moyenne taille complémentaires des activités du Groupe.
2. À périmètre 2015.
3. Le résultat net part du Groupe ajusté 2016 ne prend pas en compte l'effet comptable favorable non récurrent d'un produit d'impôt lié à la revalorisation mécanique des passifs d'impôts différés sur les marques consécutive à l'annonce de baisses du taux d'impôt sur les sociétés, principalement en France. Ce produit d'impôt de 61,2 M€ fait l'objet d'un ajustement car il n'a pas d'impact sur la trésorerie et ne constitue pas un élément de performance. Pour autant si elles sont maintenues dans le temps, ces baisses de taux d'impôt devraient avoir un effet favorable sur le taux d'imposition du Groupe. Pour davantage d'informations, voir annexe page 79.
4. RSE : Responsabilité Sociétale d'Entreprise.

2

ACCÉLÉRATION DES DEUX MOTEURS DE CROISSANCE DE LEGRAND

ACCÉLÉRATION DES DEUX MOTEURS DE CROISSANCE DE LEGRAND

- Accélération de la croissance organique

- Accélération de la croissance externe

- Renforcement du profil de croissance créateur de valeur

ACCÉLÉRATION DES DEUX MOTEURS DE CROISSANCE DE LEGRAND

- **Accélération de la croissance organique**
- Accélération de la croissance externe
- Renforcement du profil de croissance créateur de valeur

R&D ET INVESTISSEMENTS CENTRÉS SUR LA CROISSANCE

Dépenses de R&D *cash*
248 M€ investis en 2016

Près de

2 200

personnes en 2016
(contre plus de 2 100
en 2015)



41%

de l'effectif de R&D dédié à
l'électronique, aux logiciels
et aux offres numériques
(contre 39% en 2015)



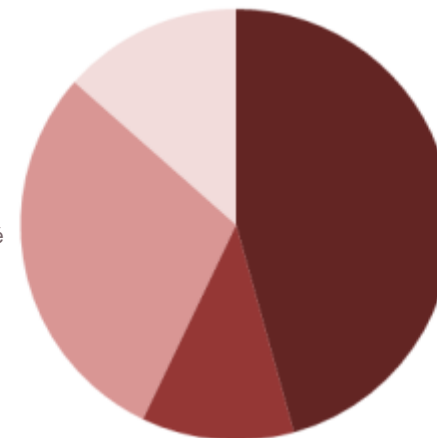
Investissements
161 M€ en 2016

Près de 50% dédiés aux nouveaux produits

Commercial, informatique & administratif

Fabrication
y compris la productivité

Nouveaux produits

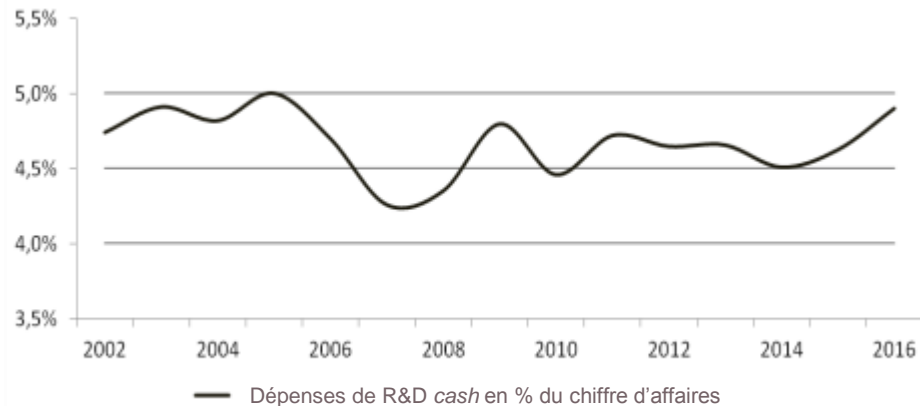


Bâtiments
y compris *showrooms* & nouveaux sites

R&D ET INVESTISSEMENTS 2016 COHÉRENTS AVEC LA DISCIPLINE HISTORIQUE ET SOUTENANT LA STRATÉGIE DE CROISSANCE

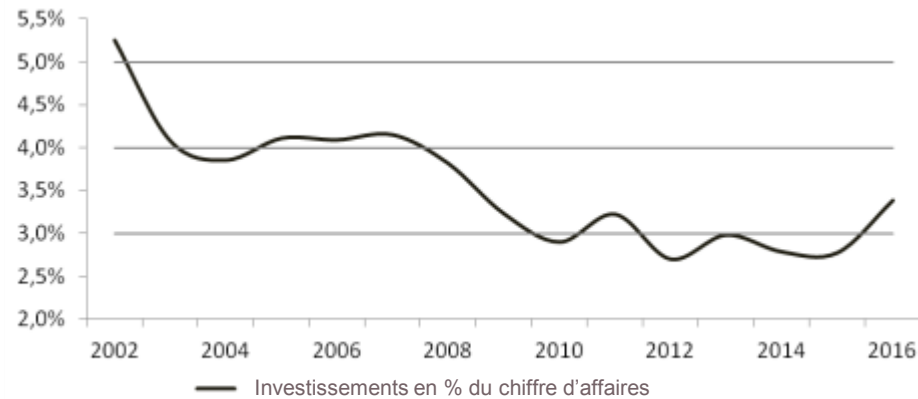
Politique de R&D disciplinée mais volontaire

Ambition long-terme : 4% à 5% des ventes



Niveau d'investissement amélioré et maîtrisé

Ambition long terme : 3,0% à 3,5% des ventes



EXEMPLES DE NOUVEAUX PRODUITS LANCÉS EN 2016⁽¹⁾

Interface utilisateur



Domino Sencia
Amérique Latine

Distribution d'énergie



Ekinox3
Inde



DMX3 1600
Monde

Systèmes du bâtiment



Kits portiers standards
EMEA
Amérique Latine



Caméras AHD2
Europe de l'Ouest

Cheminement de câbles



Extension offre CB
(Console compacte)
Monde



Tri HDF
Monde

Infrastructures numériques



Nouveau PDU⁽³⁾
EMEA



Matrixcube
EMEA

UPS⁽²⁾



KEOR T 80-120
Monde



ECO Pyramid DSP
Turquie

Composants d'installation



Multiprises couleurs
Europe



Packs colliers couleurs
Mexique

1. Hors programme Eliot (voir pages 12 à 15).
2. UPS : Uninterruptible Power Supply ; Alimentation Statique sans Interruption (onduleur).
3. PDU : Power Distribution Unit ; Unité de Distribution d'Alimentation.

UNE OFFRE DE PRODUITS CONNECTÉS ENRICHIE ET COHÉRENTE

4 segments de produits Eliot

Confort



Sûreté &
Sécurité



Efficacité
énergétique



Assistance
à l'autonomie



EXEMPLES DE PRODUITS ELIOT (1/4) CONFORT



MyHome Up



NOUVEAU



MyHome System



On-Q – Gestion intelligente
de l'éclairage



NOUVEAU

Variateur modulaire NFC



Intuity



Contrôleur IP



On-Q diffusion sonore digitale

NOUVEAU



MyHome driver manager



MyHome Play



Systèmes Vantage



MyHome Play packs connectés

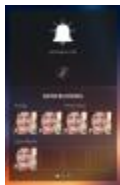


NuVo diffusion sonore

EXEMPLES DE PRODUITS ELIOT (2/4) SÛRETÉ ET SÉCURITÉ



NOUVEAU



Carillon connecté



Eclairage de sécurité adressable Sati

NOUVEAU



Disjoncteur avec GPS

NOUVEAU



Portier intelligent Class 300X



UPS⁽¹⁾



Portier vidéo couleur connecté



Stop and Go



Vidéo protection connectée

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

EXEMPLES DE PRODUITS ELIOT (3/4) EFFICACITÉ ÉNERGÉTIQUE



NOUVEAU

Contrôleur de circuit



Prises mobiles connectées



Gestion de l'énergie



Contrôleur de rack intelligent



Eco-compteur



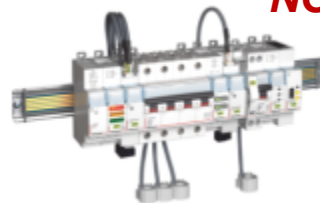
Digital lighting management



Système de gestion de l'énergie Racklink



Commutateur hybride



EMS CX3

NOUVEAU



PDU⁽¹⁾ connectés



Gestionnaire de bâtiment

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

EXEMPLES DE PRODUITS ELIOT (4/4) ASSISTANCE À L'AUTONOMIE



Systèmes de supervision de
l'activité et d'appel d'urgence



Neat Neo



Quitil easy

NOUVEAU

COLLABORATIONS AVEC DES PARTENAIRES ET ACTEURS DE PREMIER PLAN DE L'IoT



Collaborations ou partenariats avec
des acteurs de premier plan de l'IoT

Implication dans des alliances
technologiques clés



zigbee alliance



Nouveau partenariat avec TCL en Chine
annoncé en Juillet 2016

SUCCÈS ÉVÉNEMENTIELS

France
Juillet 2015



Italie
Septembre 2015



États-Unis
Novembre 2016



**Autres
pays**
en 2017

**Australie,
Russie
etc.**

DÉVELOPPEMENT D'ELIOT EN AVANCE SUR LE PLAN DE MARCHÉ



Objectif **2014-2020**

Réalisations
2015

Près de
+34%
de
croissance
des ventes

Réalisations
2016

Près de
+40%
de
croissance
des ventes

Ventes totales en **2016**

Près de **440 M€**, soit,
près de **9%** des ventes
du Groupe

TCAM⁽¹⁾ à deux
chiffres des ventes
totales

TCAM⁽¹⁾ 2014-2016
des ventes totales :
près de **+37%**

1. TCAM : Taux de Croissance Annuel Moyen.

NOUVELLE APPROCHE *BUSINESS* ÉTUDE DE CAS « *CELIANE WITH NETATMO* »



Fondamentaux clés de Legrand

- Capacité démontrée à concevoir des produits de grande qualité et faciles à installer
- Capacité démontrée à intégrer les évolutions technologiques dans des produits à plus haute valeur ajoutée
- Relations de proximité avec les installateurs électriques et les distributeurs
- Forte notoriété des marques



Elargissement de l'environnement *business*

- « *Open innovation* » & partenariats

NETATMO

- Besoins de services à valeur ajoutée



- Deux prix remportés⁽¹⁾



- Technologies



Microsoft Azure

1. Récompenses aux « CES Innovations Design and Engineering Awards » de 2017 dans les catégories « Smart Home » (maison connectée) et « Home Appliances » (équipement domestique).

ACCÉLÉRATION DES DEUX MOTEURS DE CROISSANCE DE LEGRAND

- Accélération de la croissance organique

- **Accélération de la croissance externe**

- Renforcement du profil de croissance créateur de valeur

POLITIQUE D'ACQUISITION DE LONG TERME ENVIRON LA MOITIÉ DE LA CROISSANCE TOTALE HORS CHANGE DES 3 DERNIÈRES DÉCENNIES

Cohérence de la politique d'acquisition à long terme

- ❑ Sociétés disposant de positions de marché robustes ou d'une expertise technologique ciblées
- ❑ Acquisitions « *bolt-on* » de sociétés de petite et moyenne taille complémentaires des activités du Groupe
- ❑ 2 transactions de taille significative : Bticino en 1989 et Wiremold en 2000
- ❑ Critères financiers exigeants

Approche disciplinée

- ❑ Aucune opportunité significative manquée
- ❑ Aucune cession
- ❑ Critères financiers respectés

ACCÉLÉRATION DU RYTHME D'ACQUISITION EN 2016 (400 M€ INVESTIS CONTRE PLUS DE 200 M€ EN 2015) ET COHÉRENCE AVEC LA POLITIQUE HISTORIQUE DE CROISSANCE EXTERNE

	<u>Activité</u>	<u>Pays</u>	<u>Ventes annuelles</u>	
	Solutions d'éclairage	États-Unis	~105 M\$	} 8 acquisitions en 2016 (contre 4 en 2015) Plus de 170 M€ de chiffre d'affaire annuel acquis
	Contrôle d'éclairage	Royaume-Uni	~24 M€	
	Infrastructures audio/vidéo	Etats-Unis	>20 M\$	
	Gestion de l'éclairage naturel	Canada	~13 M€	
 	UPS ⁽¹⁾	Italie et Allemagne	<9 M€	
 Trias ⁽²⁾	Cheminement de câbles et armoires de distribution	Indonésie	~6 M€	
	Assistance à l'autonomie	Royaume-Uni	~3 M€	



Plus de 80% du chiffre d'affaires acquis réalisés avec des positions de #1 ou #2



6 des 8 acquisitions dans les nouveaux segments de marché⁽³⁾

1. UPS : Uninterruptible Power Supply ; Alimentation Statique sans Interruption (onduleur).
2. Joint Venture. La participation de Legrand au sein de l'entité s'élève à 80%.
3. Efficacité énergétique, infrastructures numériques, systèmes résidentiels et assistance à l'autonomie.

NOUVELLE ACQUISITION 2017 : OCL⁽¹⁾

- ❑ Spécialiste des solutions d'éclairage architecturales pour les bâtiments tertiaires et résidentiels haut de gamme en Amérique du Nord
- ❑ Chiffre d'affaires annuel d'environ 15 M\$
- ❑ Environ 60 employés



ACCÉLÉRATION DES DEUX MOTEURS DE CROISSANCE DE LEGRAND

- Accélération de la croissance organique
- Accélération de la croissance externe
- **Renforcement du profil de croissance créateur de valeur**

RENFORCEMENT DU PROFIL DE CROISSANCE CRÉATEUR DE VALEUR

- Accélération des deux moteurs de croissance de Legrand : +6,5% de croissance des ventes hors change en 2016 contre +2,1% en 2015

- Exposition géographique équilibrée (% des ventes du Groupe) :
 - États-Unis : ~25%
 - Autres pays matures : ~42%
 - Nouvelles économies : ~33%

- Progression des positions de marché – 68% des ventes en 2016 avec des positions de *leadership*⁽¹⁾

- Réalisations stratégiques tirant la croissance et la création de valeur

1. *Leadership* = positions de numéro 1 ou 2 dans le pays.

3

**SOLIDE PERFORMANCE
INTÉGRÉE, OBJECTIFS 2016
PLEINEMENT ATTEINTS**

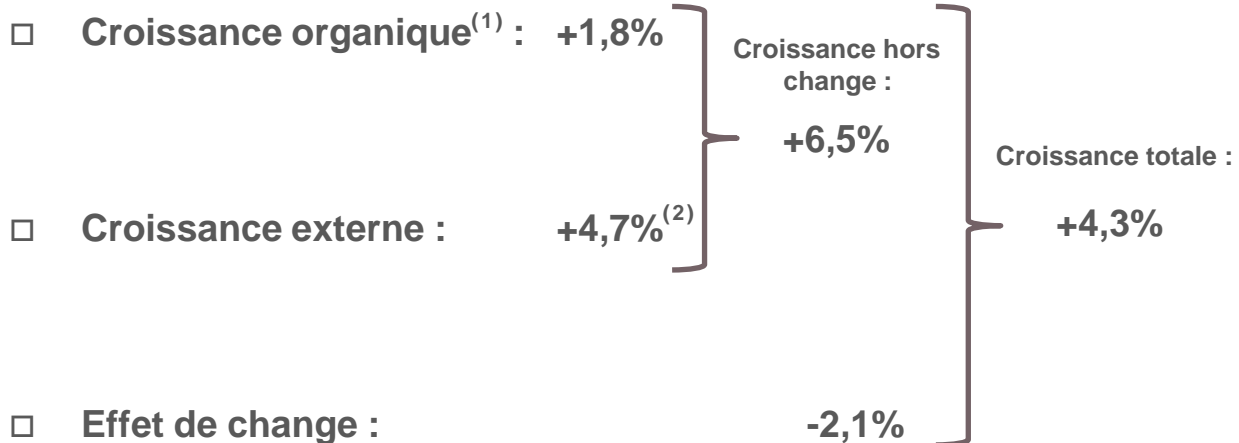
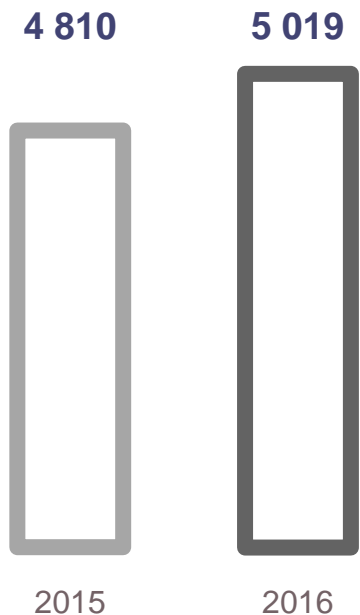
SYNTHÈSE DE LA PERFORMANCE INTÉGRÉE 2016

Indicateurs	Objectifs annoncés Février 2016	Objectifs actualisés Novembre 2016	Réalisations 2016	
Croissance organique ⁽¹⁾	-2% à +2%	0% à +2%	+1.8%	✓
Marge opérationnelle ajustée avant acquisitions ⁽²⁾	18,5% à 19,5% des ventes	19,3% à 19,6% des ventes	19,7% des ventes	✓
Taux de réalisation de la feuille de route RSE ⁽³⁾			122%	✓

1. Organique : à structure et taux de change constants.
2. À périmètre 2015.
3. RSE : Responsabilité Sociétale d'Entreprise.

ÉVOLUTION DU CHIFFRE D'AFFAIRES 2016

En millions d'€



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

2. Sur la base des acquisitions annoncées et de leur date probable de consolidation, la variation du périmètre de consolidation devrait contribuer à hauteur de plus de +1,3% à la croissance du chiffre d'affaires du Groupe en 2017.

ÉVOLUTION ORGANIQUE⁽¹⁾ DU CHIFFRE D'AFFAIRES 2016 PAR ZONE GÉOGRAPHIQUE (1/2)

France

(17,4% des ventes totales du Groupe)

- -2,7% d'évolution organique⁽¹⁾ du chiffre d'affaires
- Comme annoncé, T4 2016 pénalisé par un effet de calendrier défavorable. Hors cet effet de calendrier, les ventes au T4 2016 seul ne seraient qu'en léger recul
- Constatée au cours de 2016, l'amélioration des indicateurs avancés du marché de la construction résidentielle neuve (entre 15% et 20% des ventes en France) devrait se refléter dans l'activité de Legrand au cours des prochains trimestres

Italie

(9,8% des ventes totales du Groupe)

- +3,4% de croissance organique⁽¹⁾
- Solide performance en 2016, soutenue par :
 - Le succès de la nouvelle gamme de portiers connectés Class 300X, et
 - Plus spécifiquement au S1 2016 seul, des projets ponctuels dans la distribution d'énergie
- Hors ces deux effets ponctuels, la croissance organique⁽¹⁾ en Italie s'établirait à environ +2%, en ligne avec la tendance estimée du marché

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

ÉVOLUTION ORGANIQUE⁽¹⁾ DU CHIFFRE D'AFFAIRES 2016 PAR ZONE GÉOGRAPHIQUE (2/2)

Reste de l'Europe

(17,4% des ventes totales du Groupe)

- +5,2% de croissance organique⁽¹⁾
- Belles performances dans les pays d'Europe de l'Est sur l'ensemble de l'année 2016
- Nette progression des ventes également dans plusieurs pays matures, et plus particulièrement, en :
 - Europe du Sud⁽²⁾
 - Royaume-Uni (~2,4% du chiffre d'affaires du Groupe⁽³⁾),
 - Allemagne, Autriche et Belgique
- Les ventes en Turquie sont en retrait en 2016, en raison du contexte politique du pays

Amérique du Nord et Centrale

(29,2% des ventes totales du Groupe)

- +5,8% de croissance organique⁽¹⁾
- Progression portée par de bonnes performance aux Etats-Unis, avec une croissance organique⁽¹⁾ de +5,6% en 2016, soutenue notamment par :
 - Le succès de l'offre *Digital Lighting Management* et de belles réussites dans le non-résidentiel,
 - Au S2 2016 plus particulièrement, des mises en stock ponctuelles dans le *retail*⁽⁴⁾
- Hors effets ponctuels, la croissance organique⁽¹⁾ en 2016 est d'environ +3%
- Belles progression des ventes dans d'autres pays de la zone, comme le Mexique

Reste du Monde

(26,2% des ventes totales du Groupe)

- -2,1% d'évolution organique⁽¹⁾ du chiffre d'affaires
- Bonnes performances dans un certain nombre de pays, comme l'Inde, le Chili ou la Colombie. Les ventes dans les pays d'Afrique du Nord⁽⁵⁾ sont également en hausse
- Ces bons résultats ne suffisent pas à compenser les baisses d'activités d'autres pays de la zone, comme le Brésil ou encore certains pays d'Asie et du Moyen Orient
- Les ventes en Chine sont restées stables en 2016 par rapport à 2015, soutenues au premier trimestre par l'impact ponctuel de mesures gouvernementales

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

2. Europe du Sud = Espagne + Grèce + Portugal.

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

4. Distribution grand public.

5. Afrique du Nord = Algérie + Egypte + Maroc + Tunisie.

MARGE OPÉRATIONNELLE AJUSTÉE⁽¹⁾ 2016

2015	marge opérationnelle ajustée	19,3%
	bonne performance opérationnelle dans un contexte de croissance des ventes	+0,4 pt
2016	marge opérationnelle ajustée avant acquisitions⁽²⁾	19,7%
	impact des acquisitions	-0,2 pt
2016	marge opérationnelle ajustée	19,5%

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 2015 et 2016, de respectivement 43,7 M€ et 44,5 M€) ainsi que, le cas échéant, des pertes de valeur des goodwill (0€ pour 2015 et 2016).

2. À périmètre 2015.

RÉSULTAT NET PART DU GROUPE AJUSTÉ⁽¹⁾ 2016

- Bonne performance opérationnelle : 47,3 M€ d'amélioration du résultat opérationnel
- Légère hausse du résultat du change (+0,5 M€)

partiellement compensées par

- Une hausse de 21,8 M€ du montant de l'impôt sur le résultat
- Une augmentation de 7,7 M€ des frais financiers (qui restent sous contrôle à moins de 2% du chiffre d'affaires), due en grande partie à un impact temporaire lié à l'émission en décembre 2015 d'une obligation en anticipation du refinancement de l'obligation d'échéance février 2017, et
- Le résultat des sociétés mises en équivalence (-1,3 M€)

Résultat net part du Groupe ajusté⁽¹⁾

**en hausse de +3,0%
à 567 M€,**

soit

11,3% des ventes

1. Le résultat net part du Groupe ajusté 2016 ne prend pas en compte l'effet comptable favorable non récurrent d'un produit d'impôt lié à la revalorisation mécanique des passifs d'impôts différés sur les marques consécutive à l'annonce de baisses du taux d'impôt sur les sociétés, principalement en France. Ce produit d'impôt de 61,2 M€ fait l'objet d'un ajustement car il n'a pas d'impact sur la trésorerie et ne constitue pas un élément de performance. Pour autant si elles sont maintenues dans le temps, ces baisses de taux d'impôt devraient avoir un effet favorable sur le taux d'imposition du Groupe. Pour davantage d'informations, voir annexe page 79.

GÉNÉRATION DE CASH FLOW LIBRE 2016

- Marge brute d'autofinancement robuste en 2016 : 791,4 M€, soit 15,8% des ventes
- Investissements représentant 3,2% du chiffre d'affaires : en ligne avec la moyenne des dix dernières années et cohérents avec les ambitions du Groupe (de 3% à 3,5% des ventes dans la durée)
- Besoin de fonds de roulement représentant 6,1% du chiffre d'affaires : de manière ponctuelle à un niveau exceptionnellement bas par rapport à celui des 10 dernières années

↘ Base de comparaison exigeante pour 2017

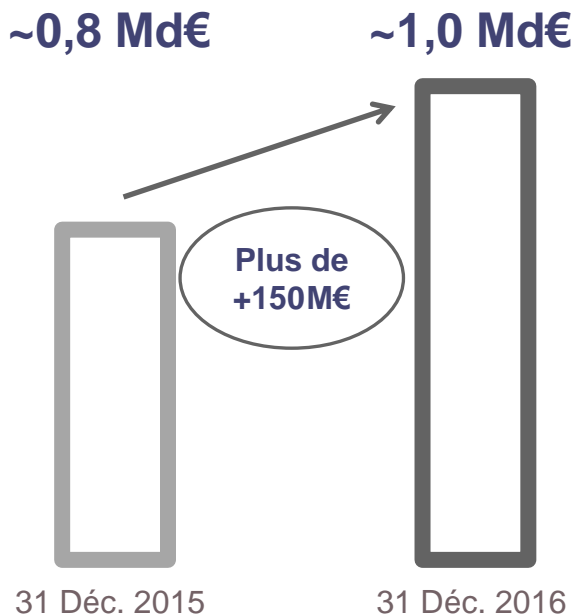


12,4%

Cash flow libre normalisé⁽¹⁾
en % des ventes en 2016

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

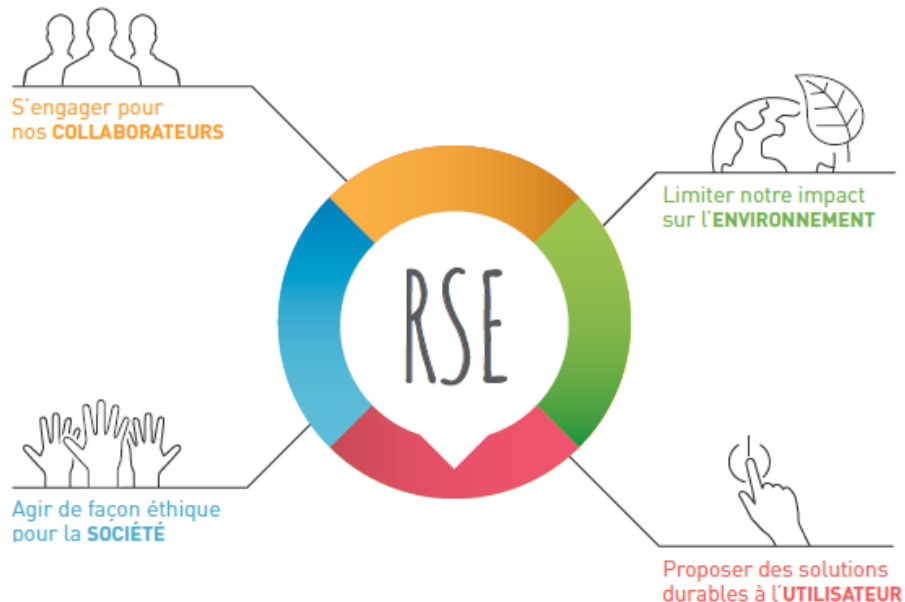
DETTE NETTE 2016



Hausse de la dette nette, incluant :

- > 300 M€ de paiement de dividende
- > 400 M€ d'investissement dans huit acquisitions (contre > 250 M€ en 2015)

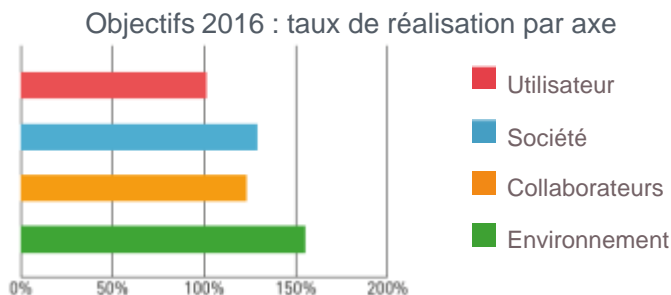
PERFORMANCE EXTRA-FINANCIÈRE (1/2) RAPPEL DE LA FEUILLE DE ROUTE RSE⁽¹⁾ POUR 2014-2018



- 4 axes – 21 priorités
- Durée de 5 ans
- Engagement plus fort des managers

PERFORMANCE EXTRA-FINANCIÈRE (2/2) RÉALISATIONS RSE⁽¹⁾ 2016

- Legrand en avance sur son plan de marche RSE⁽¹⁾ en 2016 avec des taux de réalisation supérieurs à 100% pour l'ensemble des axes de la feuille de route



Taux de réalisation
2016 de la feuille de
route RSE⁽¹⁾

122%

- Réalisations 2016 notables dans le cadre de la politique RSE⁽¹⁾ :

- Adhésion au « *Science Based Target* », qui encourage les sociétés à contribuer à la lutte contre le réchauffement climatique
- Aide apportée au lancement d'une maison pilote « bi-générationnelle »
- Trophée de la RSE⁽¹⁾ du Grand Prix de l'Assemblée Générale pour l'intégration réussie des problématiques RSE⁽¹⁾ dans la stratégie du Groupe
- Reconduction dans l'indice « *Global 100 – Most sustainable corporations* »



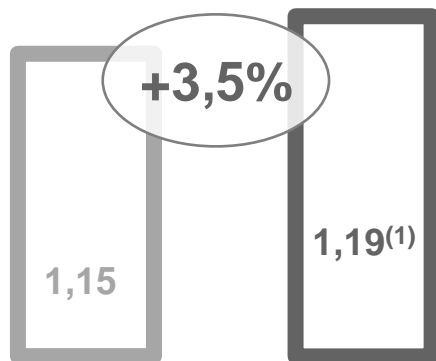
1. RSE : Responsabilité Sociétale d'Entreprise.

4

CRÉATION DE VALEUR ET OBJECTIFS 2017

PROPOSITION DE DIVIDENDE 2016

Dividende par action en €



2015

2016

Rendement (%)

Basé sur le cours de clôture au 31 janvier 2017

2,2%

Taux de distribution⁽²⁾

56%

1. Sous réserve de l'approbation des actionnaires lors de l'Assemblée Générale du 31 mai 2017, payable le 6 juin 2017.
2. Correspond au dividende par action proposé rapporté au résultat net part du Groupe ajusté par action de 2016 calculé sur la base du nombre moyen d'actions ordinaires hors auto-détention au 31 décembre 2016.

Le résultat net part du Groupe ajusté 2016 ne prend pas en compte l'effet comptable favorable non récurrent d'un produit d'impôt lié à la revalorisation mécanique des passifs d'impôts différés sur les marques consécutive à l'annonce de baisses du taux d'impôt sur les sociétés, principalement en France. Ce produit d'impôt de 61,2 M€ fait l'objet d'un ajustement car il n'a pas d'impact sur la trésorerie et ne constitue pas un élément de performance. Pour davantage d'informations, voir annexe page 79.

CRÉATION DE VALEUR À LONG TERME (DEPUIS L'INTRODUCTION EN BOURSE) PAR UNE APPROCHE DE PERFORMANCE INTÉGRÉE

EPS⁽¹⁾

(2006-2016 TCAM⁽²⁾)

8%

⇒ **Amélioration du retour sur capital**

Capitaux employés⁽³⁾

(2006-2016 TCAM⁽²⁾)

+4%

⇒ **Réalisation d'une performance
extra-financière exigeante**

RSE⁽⁴⁾

feuilles de route⁽⁵⁾ pleinement réussies

2

≥120%

de taux de réalisation pour la 3^{ème} feuille
de route⁽⁶⁾

Rendement total pour
l'actionnaire⁽⁷⁾

(du 6 avril 2006 au 31 janvier 2017)

+13%
par an

⇒ **Solide création de
valeur**

1. Calculé sur la base du résultat net part du Groupe ajusté 2016 qui ne prend pas en compte l'effet comptable favorable non récurrent d'un produit d'impôt lié à la revalorisation mécanique des passifs d'impôts différés sur les marques consécutive à l'annonce de baisses du taux d'impôt sur les sociétés, principalement en France. Pour davantage d'informations, voir annexe page 79.
2. TCAM : Taux de Croissance Annuel Moyen.
3. (Dette nette + capitaux propres – participation dans les entreprises associées) ajustés des réévaluations d'actifs liées à l'acquisition de Legrand France en 2002 et nette des impôts différés liés.
4. RSE : Responsabilité Sociétale d'Entreprise.
5. Feuilles de route RSE 2007-2010 et 2011-2013.
6. Taux de réalisation annuel RSE pour la période 2014-2016.
7. Rendement total pour l'actionnaire, après réinvestissement du dividende en actions.

OBJECTIFS⁽¹⁾ 2017

□ Environnement

- Les projections macro-économiques pour 2017 prévoient une amélioration graduelle de l'environnement économique
- Bases de comparaisons exigeantes de l'activité aux États-Unis et en Italie
- Legrand entend poursuivre sa stratégie de croissance

□ Objectifs 2017

- Progression organique des ventes entre 0% et +3% ; et
- Marge opérationnelle ajustée avant prise en compte des acquisitions (à périmètre 2016) comprise entre 19,3% et 20,1% du chiffre d'affaires

□ Legrand poursuivra également sa stratégie d'acquisitions créatrice de valeur.

1. Voir Annexe en page 46 pour la formulation complète des objectifs 2017 de Legrand.

5

ANNEXES

PORTIER CONNECTÉ CLASS 300X

- Fonction
 - Contrôle d'accès avec appel vidéo
 - Adaptée au neuf et à la rénovation
- Cible
 - Appartements/Maisons
 - Propriétaires
- Expérience utilisateur liée aux nouvelles technologies
 - Réacheminement de l'appel depuis le portier vers un *smartphone* (à l'intérieur ou à l'extérieur de la maison)
 - Communication entre les platines à l'intérieur de la maison et un *smartphone*
 - Ouverture de portes, éclairage d'escalier, activation à distance de la caméra du portier



CAPACITÉ DÉMONTRÉE À INTÉGRER LES ÉVOLUTIONS TECHNOLOGIQUES DANS DES PRODUITS À PLUS FORTE VALEUR AJOUTÉE



Electro-mécanique

Environ 1950

Sonnette



Electronique

1970-1980

Accès local
audio

Sonnette

Firmware⁽¹⁾

2000

Vidéo

Accès local
audio

Sonnette

Software⁽²⁾

2016

Connecté

Vidéo

Accès local
audio

Sonnette

1. Microprogramme embarqué dans le produit.
2. Logiciel.

DIGITAL LIGHTING MANAGEMENT (DLM)

- Fonction
 - Gestion de l'éclairage dans les bâtiments pour une performance énergétique optimale
 - Pilotage de l'infrastructure à chaque interrupteur, prise, point d'éclairage
 - Plateforme ouverte permettant une intégration facile avec les autres systèmes du bâtiment comme le chauffage et la climatisation, l'éclairage de sécurité, etc.

- Cible
 - Bâtiments tertiaires
 - Gestionnaires de bâtiments

- Expérience utilisateur liée aux nouvelles technologies
 - Piloter, programmer, paramétrer et accéder aux données
 - Piloter en local ou à distance
 - Temps réel
 - Conforme à ASHRAE 90.1 et California Title 24



LE DLM⁽¹⁾ RÉPOND AUX « ENERGY CODES⁽²⁾ », RÉDUIT LES COÛTS D'INSTALLATION, ET PERMET DES ÉCONOMIES A LONG-TERME

Type de constructions : bureaux & entrepôts

- Le DLM⁽¹⁾ réduit de 30% les coûts d'installation dans le cadre d'installations conformes aux « energy codes »
- L'installateur fait des gains de temps – la valeur ajoutée bascule de la main d'œuvre au produit
- Facilité d'entretien
- Economies d'énergies à long terme

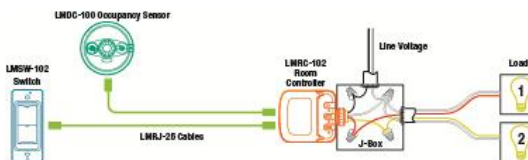
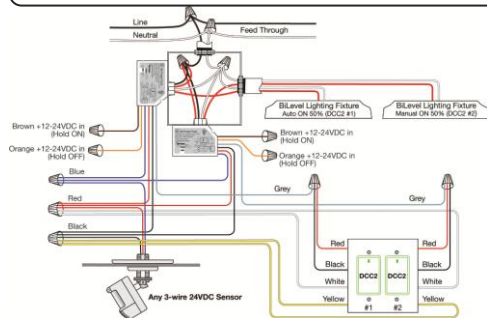


Installation analogique

vs

Installation digitale

Programmation sans fil



1. DLM : Digital Lighting Management.
2. Energy codes: Réglementations relatives à l'efficacité énergétique en vigueur aux Etats-Unis.

OBJECTIFS 2017

- Pour 2017, les projections macroéconomiques font état d'une amélioration progressive de l'environnement économique. Dans ce contexte mais tenant compte de bases de comparaison d'activité élevées aux États-Unis et en Italie, le Groupe entend poursuivre sa stratégie de croissance et se fixe pour objectifs en 2017 :
 - une progression organique de ses ventes comprise entre 0% et +3% ; et
 - une marge opérationnelle ajustée avant prise en compte des acquisitions (à périmètre 2016) comprise entre 19,3% et 20,1% du chiffre d'affaires.

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

ACQUISITIONS PINNACLE ARCHITECTURAL LIGHTING



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



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

ACQUISITIONS CP ELECTRONICS



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



- Complète l'offre existante de Legrand à destination du secteur tertiaire au Royaume-Uni
- Complète le dispositif du Groupe dans le contrôle d'éclairage à efficacité énergétique, un marché soutenu par la mise en place régulière de nouvelles réglementations énergétiques et une demande accrue pour des solutions économes en énergie

ACQUISITIONS LUXUL WIRELESS



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



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

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

ACQUISITIONS SOLARFECTIVE

Solarfective

- Spécialiste canadien de la gestion de l'éclairage naturel pour les bâtiments tertiaires
- Chiffre d'affaires annuel d'environ 13 M€
- 85 employés



- Poursuite du développement en Amérique du Nord dans les solutions de gestion de la lumière du jour par le contrôle de stores automatisés
- Complète l'offre du Groupe en contrôle d'éclairage à haute efficacité énergétique et permet à Legrand de proposer des solutions combinant contrôle d'éclairage artificiel et naturel

PERFORMANCE OPÉRATIONNELLE PORTÉE EN PARTICULIER PAR LE DÉPLOIEMENT EN COURS DES MEILLEURES PRATIQUES INDUSTRIELLES (LEGRAND WAY)

Exemples d'indicateurs de productivité



Main d'œuvre indirecte/Main d'œuvre directe		
2015	2016	Ambition 2020
0,32	0,31	~0,30



Stock Groupe sur chiffre d'affaires		
2015	2016	Ambition 2020
13,7%(1)	13,3%(1)	12%(1)

Exemples d'indicateurs de R&D



% du chiffre d'affaires couvert par des plateformes		
2015	2016	Ambition 2020
~60%	~62%	70%

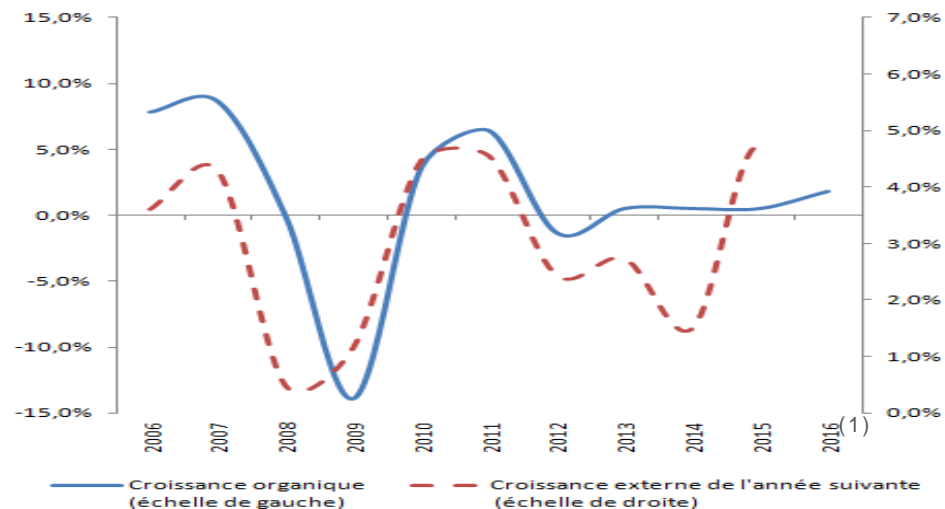


Cycles de développement (mois)		
2015	2016	Ambition 2020
25	<24	<24

1. À structure comparable.

UNE CROISSANCE EXTERNE ROBUSTE FAIT SUITE (UNE ANNÉE PLUS TARD) À UNE BONNE PERFORMANCE ORGANIQUE

Données publiées	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016 ⁽¹⁾
Croissance organique	8%	9%	0%	-14%	4%	6%	-1%	1%	1%	1%	2%
Croissance externe	7%	4%	4%	0%	1%	4%	5%	2%	3%	2%	5%

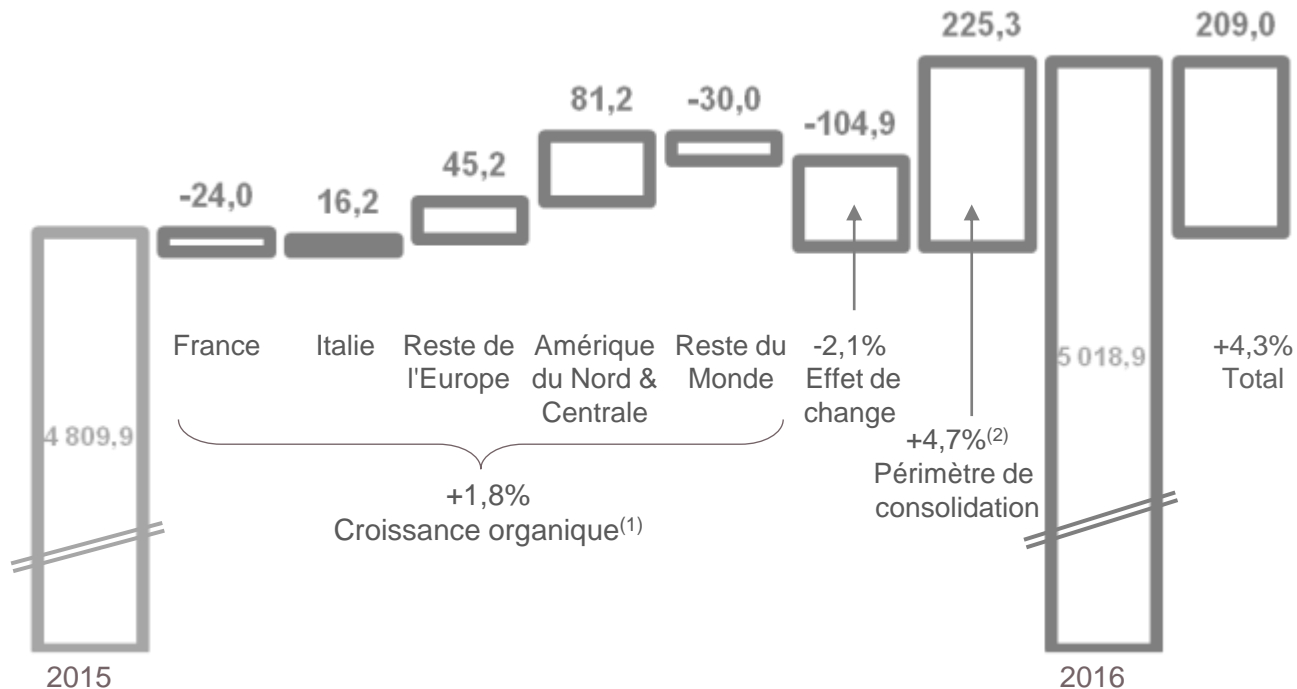


Ce graphique représente, pour une année donnée, la croissance organique publiée cette année sur l'échelle de gauche et la croissance externe publiée l'année suivante sur l'échelle de droite

1. Croissance externe soutenue dans les pays avec des croissances économiques robustes en 2016 comme aux Etats-Unis et au Royaume-Uni.

ÉVOLUTION DU CHIFFRE D'AFFAIRES

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



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

2. Du fait de la consolidation de Raritan, IME, Valrack, Qmotion, FluxPower, Primetech, Pinnacle, Luxul Wireless, Jontek., Trias, CP Electronics et Solarfective.

2016 – CHIFFRE D’AFFAIRES PAR DESTINATION⁽¹⁾

(M€)	2015	2016	Evolution totale	Effet périmètre	Croissance organique	Effet change
France	892,4	871,5	-2,3%	0,3%	-2,7%	0,0%
Italie	470,8	493,6	4,8%	1,4%	3,4%	0,0%
Reste de l'Europe	824,8	873,9	6,0%	5,1%	5,2%	-4,2%
Amérique du Nord et Centrale	1 247,8	1 467,1	17,6%	12,0%	5,8%	-0,8%
Reste du monde	1 374,1	1 312,8	-4,5%	1,7%	-2,1%	-4,0%
Total	4 809,9	5 018,9	4,3%	4,7%	1,8%	-2,1%

1. Zone dans laquelle la vente est enregistrée.

1^{er} TRIMESTRE 2016 – CHIFFRE D’AFFAIRES PAR DESTINATION⁽¹⁾

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

1. Zone dans laquelle la vente est enregistrée.

2^{ème} TRIMESTRE 2016 – CHIFFRE D’AFFAIRES PAR DESTINATION⁽¹⁾

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

1. Zone dans laquelle la vente est enregistrée.

3^{ème} TRIMESTRE 2016 – CHIFFRE D’AFFAIRES PAR DESTINATION⁽¹⁾

(M€)	T3 2015	T3 2016	Evolution totale	Effet périmètre	Croissance organique	Effet change
France	196,9	196,0	-0,5%	0,9%	-1,4%	0,0%
Italie	103,6	110,6	6,8%	4,2%	2,4%	0,0%
Reste de l'Europe	198,2	211,3	6,6%	5,1%	5,0%	-3,5%
Amérique du Nord et Centrale	320,9	415,3	29,4%	21,3%	7,8%	-1,0%
Reste du monde	329,0	323,0	-1,8%	1,9%	-2,7%	-1,0%
Total	1 148,6	1 256,2	9,4%	7,9%	2,5%	-1,2%

1. Zone dans laquelle la vente est enregistrée.

4^{ème} TRIMESTRE 2016 – CHIFFRE D’AFFAIRES PAR DESTINATION⁽¹⁾

(M€)	T4 2015	T4 2016	Evolution totale	Effet périmètre	Croissance organique	Effet change
France	228,8	218,1	-4,7%	-1,0%	-3,8%	0,0%
Italie	111,9	112,3	0,4%	-1,8%	2,2%	0,0%
Reste de l'Europe	213,8	235,9	10,3%	9,8%	3,9%	-3,3%
Amérique du Nord et Centrale	321,9	377,6	17,3%	12,7%	3,9%	0,2%
Reste du monde	373,2	370,4	-0,8%	0,9%	-2,0%	0,3%
Total	1 249,6	1 314,3	5,2%	4,9%	0,7%	-0,5%

1. Zone dans laquelle la vente est enregistrée.

2016 – CHIFFRE D’AFFAIRES PAR ORIGINE⁽¹⁾

(M€)	2015	2016	Evolution totale	Effet périmètre	Croissance organique	Effet change
France	1 013,1	977,8	-3,5%	0,8%	-4,2%	0,0%
Italie	505,2	529,4	4,8%	1,7%	3,0%	0,0%
Reste de l'Europe	808,5	844,6	4,5%	4,7%	4,5%	-4,5%
Amérique du Nord et Centrale	1 278,6	1 496,7	17,1%	12,0%	5,3%	-0,7%
Reste du monde	1 204,5	1 170,4	-2,8%	1,4%	0,2%	-4,4%
Total	4 809,9	5 018,9	4,3%	4,7%	1,8%	-2,1%

1. Zone de facturation.

1^{er} TRIMESTRE 2016 – CHIFFRE D’AFFAIRES PAR ORIGINE⁽¹⁾

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

1. Zone de facturation.

2^{ème} TRIMESTRE 2016 – CHIFFRE D’AFFAIRES PAR ORIGINE⁽¹⁾

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

1. Zone de facturation.

3^{ème} TRIMESTRE 2016 – CHIFFRE D’AFFAIRES PAR ORIGINE⁽¹⁾

(M€)	T3 2015	T3 2016	Evolution totale	Effet périmètre	Croissance organique	Effet change
France	223,2	218,1	-2,3%	1,3%	-3,6%	0,0%
Italie	111,1	119,9	7,9%	5,0%	2,8%	0,0%
Reste de l'Europe	195,5	203,1	3,9%	4,3%	3,4%	-3,7%
Amérique du Nord et Centrale	329,1	423,2	28,6%	21,1%	7,3%	-1,1%
Reste du monde	289,7	291,9	0,8%	1,6%	0,0%	-0,8%
Total	1 148,6	1 256,2	9,4%	7,9%	2,5%	-1,2%

1. Zone de facturation.

4^{ème} TRIMESTRE 2016 – CHIFFRE D’AFFAIRES PAR ORIGINE⁽¹⁾

(M€)	T4 2015	T4 2016	Evolution totale	Effet périmètre	Croissance organique	Effet change
France	265,6	248,7	-6,4%	-0,5%	-5,9%	0,0%
Italie	125,4	122,7	-2,2%	-3,1%	0,9%	0,0%
Reste de l'Europe	207,6	228,7	10,2%	10,4%	3,5%	-3,6%
Amérique du Nord et Centrale	329,2	385,5	17,1%	12,7%	3,6%	0,3%
Reste du monde	321,8	328,7	2,1%	0,7%	0,9%	0,5%
Total	1 249,6	1 314,3	5,2%	4,9%	0,7%	-0,5%

1. Zone de facturation.

2016 – COMPTE DE RÉSULTAT

En millions d'euros	2015	2016	Evolution en %
Chiffre d'affaires	4 809,9	5 018,9	+4,3%
Marge brute	2 476,4	2 637,9	+6,5%
<i>En % du chiffre d'affaires</i>	51,5%	52,6%	
Résultat opérationnel ajusté ⁽¹⁾	930,4	978,5	+5,2%
<i>En % du chiffre d'affaires</i>	19,3%	19,5% ⁽²⁾	
Amortissements des réévaluations d'actifs incorporels pratiqués lors des acquisitions et frais/produits liés aux acquisitions	(43,7)	(44,5)	
Résultat opérationnel	886,7	934,0	+5,3%
<i>En % du chiffre d'affaires</i>	18,4%	18,6%	
Produits et charges financiers	(82,7)	(90,4)	
Gains/(pertes) de change	6,0	6,5	
Impôts sur le résultat	(258,0)	(218,6)	
Résultat des entités mises en équivalence	0,0	(1,3)	
Résultat net	552,0	630,2	+14,2%
Résultat net part du Groupe ajusté ⁽³⁾	550,6	567,3	+3,0%
Résultat net part du Groupe	550,6	628,5	+14,1%

1. *Résultat opérationnel ajusté des amortissements des réévaluations d'actifs incorporels pratiqués lors des acquisitions et des frais/produits liés à celles-ci (pour 2015 et 2016, de respectivement 43,7 M€ et 44,5 M€) ainsi que, le cas échéant, des pertes de valeur des goodwill (0€ pour 2015 et 2016).*
2. *19,7% hors acquisitions (à périmètre 2015).*
3. *Le résultat net part du Groupe ajusté 2016 ne prend pas en compte l'effet comptable favorable non récurrent d'un produit d'impôt lié à la revalorisation mécanique des passifs d'impôts différés sur les marques consécutive à l'annonce de baisses du taux d'impôt sur les sociétés, principalement en France. Ce produit d'impôt de 61,2 M€ fait l'objet d'un ajustement car il n'a pas d'impact sur la trésorerie et ne constitue pas un élément de performance. Pour autant si elles sont maintenues dans le temps, ces baisses de taux d'impôt devraient avoir un effet favorable sur le taux d'imposition du Groupe. Pour davantage d'informations, voir annexe page 79.*

1^{er} TRIMESTRE 2016 – COMPTE DE RÉSULTAT

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

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

2^{ème} TRIMESTRE 2016 – COMPTE DE RÉSULTAT

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

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

3^{ème} TRIMESTRE 2016 – COMPTE DE RÉSULTAT

En millions d'euros	T3 2015	T3 2016	Evolution en %
Chiffre d'affaires	1 148,6	1 256,2	+9,4%
Marge brute	587,1	658,3	+12,1%
<i>En % du chiffre d'affaires</i>	51,1%	52,4%	
Résultat opérationnel ajusté⁽¹⁾	222,8	247,9	+11,3%
<i>En % du chiffre d'affaires</i>	19,4%	19,7%⁽²⁾	
Amortissements des réévaluations d'actifs incorporels pratiquées lors des acquisitions et frais/produits liés aux acquisitions	(10,7)	(11,2)	
Résultat opérationnel	212,1	236,7	+11,6%
<i>En % du chiffre d'affaires</i>	18,5%	18,8%	
Produits et charges financiers	(20,5)	(23,0)	
Gains/(pertes) de change	5,7	0,0	
Impôts sur le résultat	(64,6)	(70,3)	
Résultat des entités mises en équivalence	0,0	(0,5)	
Résultat net	132,7	142,9	+7,7%
Résultat net part du Groupe	132,8	142,1	+7,0%

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 T3 2015 et T3 2016, de respectivement 10,7 M€ et 11,2 M€) ainsi que, le cas échéant, des pertes de valeur des goodwill, (0€ pour T3 2015 et T3 2016).*
2. *19,9% hors acquisitions (à périmètre 2015).*

4^{ème} TRIMESTRE 2016 – COMPTE DE RÉSULTAT

En millions d'euros	T4 2015	T4 2016	Evolution en %
Chiffre d'affaires	1 249,6	1 314,3	+5,2%
Marge brute	631,0	674,0	+6,8%
<i>En % du chiffre d'affaires</i>	<i>50,5%</i>	<i>51,3%</i>	
Résultat opérationnel ajusté ⁽¹⁾	229,5	237,9	+3,7%
<i>En % du chiffre d'affaires</i>	<i>18,4%</i>	<i>18,1%</i> ⁽²⁾	
Amortissements des réévaluations d'actifs incorporels pratiqués lors des acquisitions et frais/produits liés aux acquisitions	(11,5)	(11,4)	
Résultat opérationnel	218,0	226,5	+3,9%
<i>En % du chiffre d'affaires</i>	<i>17,4%</i>	<i>17,2%</i>	
Produits et charges financiers	(22,5)	(21,8)	
Gains/(pertes) de change	(0,7)	6,7	
Impôts sur le résultat	(59,6)	(8,5)	
Résultat des entités mises en équivalence	0,0	(0,5)	
Résultat net	135,2	202,4	+49,7%
Résultat net part du Groupe ajusté ⁽³⁾	134,4	141,7	+5,4%
Résultat net part du Groupe	134,4	202,9	+51,0%

1. *Résultat opérationnel ajusté des amortissements des réévaluations d'actifs incorporels pratiqués lors des acquisitions et des frais/produits liés à celles-ci (pour T4 2015 et T4 2016, de respectivement 11,5 M€ et 11,4 M€) ainsi que, le cas échéant, des pertes de valeur des goodwill, (0€ pour T4 2015 et T4 2016).*
2. *18,1% hors acquisitions (à périmètre 2015).*
3. *Le résultat net part du Groupe ajusté au T4 2016 ne prend pas en compte l'effet comptable favorable non récurrent d'un produit d'impôt lié à la revalorisation mécanique des passifs d'impôts différés sur les marques consécutive à l'annonce de baisses du taux d'impôt sur les sociétés, principalement en France. Ce produit d'impôt de 61,2 M€ fait l'objet d'un ajustement car il n'a pas d'impact sur la trésorerie et ne constitue pas un élément de performance. Pour autant si elles sont maintenues dans le temps, ces baisses de taux d'impôt devraient avoir un effet favorable sur le taux d'imposition du Groupe. Pour davantage d'informations, voir annexe page 79.*

2016 – RÉSULTAT OPÉRATIONNEL AJUSTÉ AVANT ET APRÈS AUTRES PRODUITS (CHARGES) OPÉRATIONNELS PAR RÉGION GÉOGRAPHIQUE

2016 (en millions d'euros)	France	Italie	Reste de l'Europe	Amérique du Nord et Centrale	Reste du monde	Total
Chiffre d'affaires à tiers	977,8	529,4	844,6	1 496,7	1 170,4	5 018,9
Coût des ventes	(360,8)	(186,8)	(478,3)	(701,9)	(653,2)	(2 381,0)
Frais administratifs, commerciaux, R&D	(386,5)	(157,9)	(223,0)	(513,4)	(321,6)	(1 602,4)
Déduction des amortissements et frais et produits liés aux acquisitions comptabilisés dans les frais administratifs, commerciaux et R&D	(3,2)	(0,2)	(5,0)	(22,9)	(13,2)	(44,5)
Résultat opérationnel ajusté avant autres produits (charges) opérationnels	233,7	184,9	148,3	304,3	208,8	1 080,0
en % du chiffre d'affaires	23,9%	34,9%	17,6%	20,3%	17,8%	21,5%
Autres produits (charges) opérationnels	(24,6)	(2,4)	(9,5)	(20,2)	(44,8)	(101,5) ⁽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	209,1	182,5	138,8	284,1	164,0	978,5
en % du chiffre d'affaires	21,4%	34,5%	16,4%	19,0%	14,0%	19,5%

1. Frais de restructuration (25,1 M€) et autres éléments divers (76,4 M€).

2015 – RÉSULTAT OPÉRATIONNEL AJUSTÉ AVANT ET APRÈS AUTRES PRODUITS (CHARGES) OPÉRATIONNELS PAR RÉGION GÉOGRAPHIQUE

ANNEXES

2015 (en millions d'euros)	France	Italie	Reste de l'Europe	Amérique du Nord et Centrale	Reste du monde	Total
Chiffre d'affaires à tiers	1 013,1	505,2	808,5	1 278,6	1 204,5	4 809,9
Coût des ventes	(390,9)	(181,1)	(461,2)	(615,7)	(684,6)	(2 333,5)
Frais administratifs, commerciaux, R&D	(398,1)	(161,5)	(211,4)	(423,0)	(332,4)	(1 526,4)
Déduction des amortissements et frais et produits liés aux acquisitions comptabilisés dans les frais administratifs, commerciaux et R&D	(7,5)	(0,1)	(2,5)	(17,7)	(15,9)	(43,7)
Résultat opérationnel ajusté avant autres produits (charges) opérationnels	231,6	162,7	138,4	257,6	203,4	993,7
en % du chiffre d'affaires	22,9%	32,2%	17,1%	20,1%	16,9%	20,7%
Autres produits (charges) opérationnels	(12,5)	(1,3)	(14,4)	(14,4)	(20,7)	(63,3) ⁽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	219,1	161,4	124,0	243,2	182,7	930,4
en % du chiffre d'affaires	21,6%	31,9%	15,3%	19,0%	15,2%	19,3%

1. Frais de restructuration (28,0 M€) et autres éléments divers (35,3 M€).

1^{er} TRIMESTRE 2016 – RÉSULTAT OPÉRATIONNEL AJUSTÉ AVANT ET APRÈS AUTRES PRODUITS (CHARGES) OPÉRATIONNELS PAR RÉGION GÉOGRAPHIQUE

Premier trimestre 2016 (en millions d'euros)	France	Italie	Reste de l'Europe	Amérique du Nord et Centrale	Reste du monde	Total
Chiffre d'affaires à tiers	239,3	147,5	205,0	334,5	263,3	1 189,6
Coût des ventes	(89,0)	(51,0)	(116,5)	(158,9)	(144,0)	(559,4)
Frais administratifs, commerciaux, R&D	(108,4)	(42,0)	(52,7)	(117,2)	(74,6)	(394,9)
Déduction des amortissements et frais et produits liés aux acquisitions comptabilisés dans les frais administratifs, commerciaux et R&D	(1,2)	(0,1)	(0,6)	(5,6)	(3,2)	(10,7)
Résultat opérationnel ajusté avant autres produits (charges) opérationnels	43,1	54,6	36,4	64,0	47,9	246,0
en % du chiffre d'affaires	18,0%	37,0%	17,8%	19,1%	18,2%	20,7%
Autres produits (charges) opérationnels	(6,2)	(0,6)	(3,3)	(3,9)	(5,3)	(19,3) ⁽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	36,9	54,0	33,1	60,1	42,6	226,7
en % du chiffre d'affaires	15,4%	36,6%	16,1%	18,0%	16,2%	19,1%

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

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

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

2^{ème} TRIMESTRE 2016 – RÉSULTAT OPÉRATIONNEL AJUSTÉ AVANT ET APRÈS AUTRES PRODUITS (CHARGES) OPÉRATIONNELS PAR RÉGION GÉOGRAPHIQUE

Deuxième trimestre 2016
(en millions d'euros)

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

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

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

3^{ème} TRIMESTRE 2016 – RÉSULTAT OPÉRATIONNEL AJUSTÉ AVANT ET APRÈS AUTRES PRODUITS (CHARGES) OPÉRATIONNELS PAR RÉGION GÉOGRAPHIQUE

Troisième trimestre 2016 (en millions d'euros)	France	Italie	Reste de l'Europe	Amérique du Nord et Centrale	Reste du monde	Total
Chiffre d'affaires à tiers	218,1	119,9	203,1	423,2	291,9	1 256,2
Coût des ventes	(79,9)	(41,0)	(117,1)	(198,0)	(161,9)	(597,9)
Frais administratifs, commerciaux, R&D	(88,3)	(37,2)	(53,8)	(142,7)	(77,8)	(399,8)
Déduction des amortissements et frais et produits liés aux acquisitions comptabilisés dans les frais administratifs, commerciaux et R&D	(1,3)	(0,1)	(0,9)	(5,5)	(3,4)	(11,2)
Résultat opérationnel ajusté avant autres produits (charges) opérationnels	51,2	41,8	33,1	88,0	55,6	269,7
en % du chiffre d'affaires	23,5%	34,9%	16,3%	20,8%	19,0%	21,5%
Autres produits (charges) opérationnels	(5,8)	(0,4)	(1,6)	(4,5)	(9,5)	(21,8) ⁽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	45,4	41,4	31,5	83,5	46,1	247,9
en % du chiffre d'affaires	20,8%	34,5%	15,5%	19,7%	15,8%	19,7%

1. Frais de restructuration (4,9 M€) et autres éléments divers (16,9 M€).

3^{ème} TRIMESTRE 2015 – RÉSULTAT OPÉRATIONNEL AJUSTÉ AVANT ET APRÈS AUTRES PRODUITS (CHARGES) OPÉRATIONNELS PAR RÉGION GÉOGRAPHIQUE

Troisième trimestre 2015 (en millions d'euros)	France	Italie	Reste de l'Europe	Amérique du Nord et Centrale	Reste du monde	Total
Chiffre d'affaires à tiers	223,2	111,1	195,5	329,1	289,7	1 148,6
Coût des ventes	(87,6)	(38,4)	(112,5)	(158,8)	(164,2)	(561,5)
Frais administratifs, commerciaux, R&D	(87,2)	(35,7)	(51,6)	(105,1)	(79,6)	(359,2)
Déduction des amortissements et frais et produits liés aux acquisitions comptabilisés dans les frais administratifs, commerciaux et R&D	(1,3)	0,0	(0,6)	(5,0)	(3,8)	(10,7)
Résultat opérationnel ajusté avant autres produits (charges) opérationnels	49,7	37,0	32,0	70,2	49,7	238,6
en % du chiffre d'affaires	22,3%	33,3%	16,4%	21,3%	17,2%	20,8%
Autres produits (charges) opérationnels	(3,2)	(0,9)	(3,5)	(3,8)	(4,4)	(15,8) ⁽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	46,5	36,1	28,5	66,4	45,3	222,8
en % du chiffre d'affaires	20,8%	32,5%	14,6%	20,2%	15,6%	19,4%

1. Frais de restructuration (5,6 M€) et autres éléments divers (10,2 M€).

4^{ème} TRIMESTRE 2016 – RÉSULTAT OPÉRATIONNEL AJUSTÉ AVANT ET APRÈS AUTRES PRODUITS (CHARGES) OPÉRATIONNELS PAR RÉGION GÉOGRAPHIQUE

Quatrième trimestre 2016 (en millions d'euros)	France	Italie	Reste de l'Europe	Amérique du Nord et Centrale	Reste du monde	Total
Chiffre d'affaires à tiers	248,7	122,7	228,7	385,5	328,7	1 314,3
Coût des ventes	(96,9)	(46,1)	(126,8)	(180,8)	(189,7)	(640,3)
Frais administratifs, commerciaux, R&D	(88,4)	(37,1)	(62,5)	(133,0)	(89,0)	(410,0)
Déduction des amortissements et frais et produits liés aux acquisitions comptabilisés dans les frais administratifs, commerciaux et R&D	0,3	0,0	(2,9)	(5,4)	(3,4)	(11,4)
Résultat opérationnel ajusté avant autres produits (charges) opérationnels	63,1	39,5	42,3	77,1	53,4	275,4
en % du chiffre d'affaires	25,4%	32,2%	18,5%	20,0%	16,2%	21,0%
Autres produits (charges) opérationnels	(6,5)	(1,5)	(2,2)	(6,2)	(21,1)	(37,5) ⁽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	56,6	38,0	40,1	70,9	32,3	237,9
en % du chiffre d'affaires	22,8%	31,0%	17,5%	18,4%	9,8%	18,1%

1. Frais de restructuration (6,5 M€) et autres éléments divers (31,0 M€).

4^{ème} TRIMESTRE 2015 – RÉSULTAT OPÉRATIONNEL AJUSTÉ AVANT ET APRÈS AUTRES PRODUITS (CHARGES) OPÉRATIONNELS PAR RÉGION GÉOGRAPHIQUE

Quatrième trimestre 2015 (en millions d'euros)	France	Italie	Reste de l'Europe	Amérique du Nord et Centrale	Reste du monde	Total
Chiffre d'affaires à tiers	265,6	125,4	207,6	329,2	321,8	1 249,6
Coût des ventes	(112,5)	(49,8)	(118,5)	(157,0)	(180,8)	(618,6)
Frais administratifs, commerciaux, R&D	(104,3)	(43,1)	(53,8)	(110,6)	(82,0)	(393,8)
Déduction des amortissements et frais et produits liés aux acquisitions comptabilisés dans les frais administratifs, commerciaux et R&D	(3,0)	(0,1)	(0,6)	(3,9)	(3,9)	(11,5)
Résultat opérationnel ajusté avant autres produits (charges) opérationnels	51,8	32,6	35,9	65,5	62,9	248,7
en % du chiffre d'affaires	19,5%	26,0%	17,3%	19,9%	19,5%	19,9%
Autres produits (charges) opérationnels	(0,8)	(0,2)	(3,5)	(6,4)	(8,3)	(19,2) ⁽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	51,0	32,4	32,4	59,1	54,6	229,5
en % du chiffre d'affaires	19,2%	25,8%	15,6%	18,0%	17,0%	18,4%

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

2016 – RÉCONCILIATION DU RÉSULTAT NET PART DU GROUPE AJUSTÉ AVEC LE RÉSULTAT AVEC LE RÉSULTAT NET PART DU GROUPE

En millions d'euros	2015	2016	Evolution en %
Résultat net part du Groupe	550,6	628,5	+14,1%
Produit d'impôt lié à la revalorisation mécanique des passifs d'impôt différés sur les marques consécutive à l'annonce de baisses du taux d'impôt sur les sociétés, principalement en France	0,0	(61,2)	
Résultat net part du Groupe ajusté⁽¹⁾	550,6	567,3	+3,0%

1. *Le résultat net part du Groupe ajusté 2016 ne prend pas en compte l'effet comptable favorable non récurrent d'un produit d'impôt lié à la revalorisation mécanique des passifs d'impôts différés sur les marques consécutive à l'annonce de baisses du taux d'impôt sur les sociétés, principalement en France. Ce produit d'impôt de 61,2 M€ fait l'objet d'un ajustement car il n'a pas d'impact sur la trésorerie et ne constitue pas un élément de performance. Pour autant si elles sont maintenues dans le temps, ces baisses de taux d'impôt devraient avoir un effet favorable sur le taux d'imposition du Groupe.*

2016 – RÉCONCILIATION DE LA MARGE BRUTE D'AUTO-FINANCEMENT ET DU RÉSULTAT NET

En millions d'euros	2015	2016
Résultat net	552,0	630,2
Amortissements et dépréciations	171,9	177,4
Variation des autres actifs et passifs non courants et des impôts différés non courants	21,1	(3,0)
(Gains)/pertes de change latents	3,4	(16,2)
(Plus-values) moins-values sur cessions d'actifs	1,3	0,8
Autres éléments n'ayant pas d'incidence sur la trésorerie	0,3	2,2
Marge brute d'autofinancement	750,0	791,4

2016 – RÉCONCILIATION DU CASH FLOW LIBRE ET DU CASH FLOW LIBRE NORMALISÉ AVEC LA MARGE BRUTE D'AUTO-FINANCEMENT

En millions d'euros	2015	2016	Evolution en %
Marge brute d'autofinancement⁽¹⁾	750,0	791,4	+5,5%
<i>En % du chiffre d'affaires</i>	<i>15,6%</i>	<i>15,8%</i>	
Baisse (Hausse) du besoin en fonds de roulement	46,2	40,4	
Flux de trésorerie des opérations courantes	796,2	831,8	+4,5%
<i>En % du chiffre d'affaires</i>	<i>16,6%</i>	<i>16,6%</i>	
Investissements (dont frais de développement capitalisés)	(133,4)	(160,9)	
Produit résultant des cessions d'actifs	3,2	2,1	
Cash flow libre	666,0	673,0	+1,1%
<i>En % du chiffre d'affaires</i>	<i>13,8%</i>	<i>13,4%</i>	
Hausse (Baisse) du besoin en fonds de roulement	(46,2)	(40,4)	
(Hausse) Baisse du besoin en fonds de roulement normalisé	(2,6)	(8,7)	
Cash flow libre normalisé⁽²⁾	617,2	623,9	+1,1%
<i>En % du chiffre d'affaires</i>	<i>12,8%</i>	<i>12,4%</i>	

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

PÉRIMÈTRE DE CONSOLIDATION

2015	T1	S1	9M	Année pleine
Intégration globale				
Valrack	Bilan seulement	Bilan seulement	Bilan seulement	10 mois
IME		Bilan seulement	Bilan seulement	7 mois
Raritan			Bilan seulement	3 mois
QMotion				Bilan seulement
2016	T1	S1	9M	Année pleine
Intégration globale				
Valrack	3 mois	6 mois	9 mois	12 mois
IME	3 mois	6 mois	9 mois	12 mois
Raritan	3 mois	6 mois	9 mois	12 mois
Qmotion	3 mois	6 mois	9 mois	12 mois
Fluxpower & Primetech	Bilan seulement	Bilan seulement	8 mois	11 mois
Pinnacle Architectural Lighting		Bilan seulement	5 mois	8 mois
Luxul Wireless		Bilan seulement	5 mois	8 mois
Jontek		Bilan seulement	5 mois	8 mois
Trias		Bilan seulement	Bilan seulement	8 mois
CP Electronics		Bilan seulement	Bilan seulement	7 mois
Solarfective			Bilan seulement	5 mois
Mise en équivalence				
TBS ⁽¹⁾		6 mois	9 mois	12 mois

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

AVERTISSEMENT

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

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

Le présent document peut contenir des estimations et/ou des informations prospectives. Ces informations ne constituent pas des prévisions relatives aux résultats de Legrand ou à d'autres indicateurs de performance, mais des tendances ou des objectifs, selon le cas. Ces informations sont par nature sujettes à des risques et incertitudes, dont la plupart ne sont pas du ressort de Legrand, dont notamment les risques décrits dans le document de référence de Legrand disponible sur son site internet (www.legrand.com). 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.