



# Résultats du premier trimestre 2016

4 mai 2016

# AGENDA

- 1 FAITS MARQUANTS
- 2 SOLIDES RÉALISATIONS AU T1 2016
- 3 CROISSANCE EXTERNE DYNAMIQUE
- 4 OBJECTIFS 2016 CONFIRMÉS
- 5 ANNEXES

1

FAITS MARQUANTS

## FAITS MARQUANTS

---

### □ Solides réalisations au T1 2016

- Croissance organique<sup>(1)</sup> : +1,9%
  - ✓ Performance relative particulièrement bonne aux Etats-Unis : +6,9% (incluant des effets ponctuels)
  - ✓ Activité globalement stable dans les pays matures d'Europe comme dans les nouvelles économies
- Résultat opérationnel ajusté : en hausse de +3,7%, tiré par une bonne performance opérationnelle

### □ Croissance externe dynamique

- Six acquisitions annoncées depuis le 1<sup>er</sup> janvier 2016 ; ~130 M€ de chiffre d'affaires annuel acquis
- D'ores et déjà, contribution de plus de +3,5%<sup>(2)</sup> de la variation du périmètre de consolidation à la croissance du chiffre d'affaires en 2016

### □ Objectifs 2016 confirmés

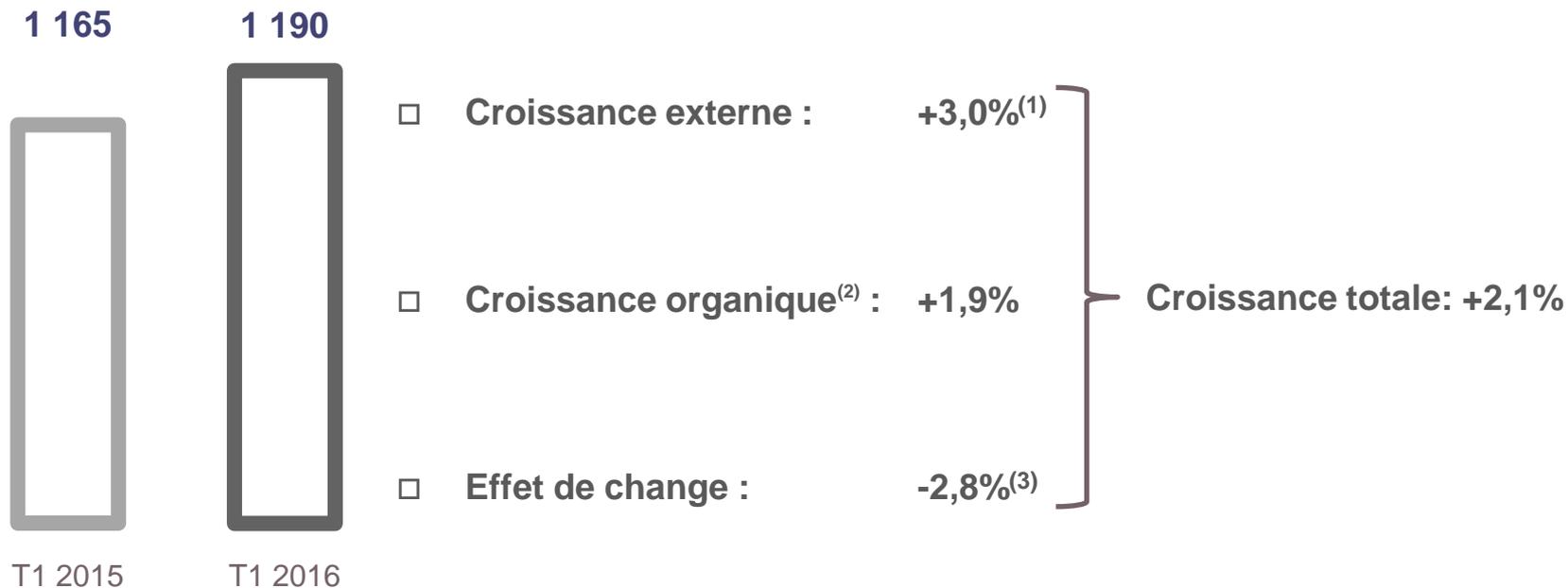
1. Organique : à structure et taux de change constants.  
2. Sur la base des acquisitions déjà annoncées et de leur date probable de consolidation.

2

**SOLIDES RÉALISATIONS  
AU T1 2016**

## EVOLUTION DU CHIFFRE D'AFFAIRES AU T1 2016

En millions d'€



1. 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 +3,5% à la croissance du chiffre d'affaires du Groupe en 2016.
2. Organique : à structure et taux de change constants.
3. Sur la base des taux de change au 30 avril, l'effet de change s'établirait pour l'année pleine à près de -3%.

## EVOLUTION ORGANIQUE<sup>(1)</sup> DU CHIFFRE D'AFFAIRES AU T1 2016 PAR ZONE GÉOGRAPHIQUE (1/2)

### France

(18,1% des ventes totales du Groupe)

- -4,0% d'évolution organique<sup>(1)</sup>
- Hors effet annoncé<sup>(2)</sup>, évolution du chiffre d'affaires d'environ -2%, en ligne avec l'évolution estimée du marché de Legrand
- Amélioration des indicateurs avancés du marché de la construction neuve résidentielle – tendance qui devrait se refléter dans ce segment de l'activité de Legrand (15% à 20% de ses ventes en France) avec un décalage de quelques trimestres  
Lente amélioration des autres secteurs du marché de la construction
- Rappel : le T2 2015 constituera une base de comparaison exigeante en raison de lancements de nouveaux produits

### Italie

(11,7% des ventes totales du Groupe)

- +4,7% de croissance organique<sup>(1)</sup>
- La performance du T1 2016
  - est tirée par des succès commerciaux en début d'année dans le domaine de la distribution d'énergie
  - bénéficie d'une base de comparaison favorable (rappel : évolution organique au T1 2015 de -1,2% contre +0,8% en année pleine 2015)

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

2. Il est rappelé que dans le communiqué de presse des résultats annuels 2015, il était précisé à propos de l'évolution des ventes en France au quatrième trimestre 2015 que « au quatrième trimestre 2015, le chiffre d'affaires a bénéficié d'une demande élevée des distributeurs plus marquée qu'au quatrième trimestre 2014 ». L'effet net sur l'évolution des ventes en France au premier trimestre 2016 a été estimé à environ -2 points.

# EVOLUTION ORGANIQUE<sup>(1)</sup> DU CHIFFRE D'AFFAIRES AU T1 2016 PAR ZONE GÉOGRAPHIQUE (2/2)

## Reste de l'Europe (17,7% of total Group sales)

- +5,4% de croissance organique<sup>(1)</sup>
- Belles croissances dans
  - plusieurs pays matures comme en Allemagne, en Autriche et en Europe du Sud (Espagne, Grèce et Portugal), et
  - de nombreuses nouvelles économies, comme en Turquie, Hongrie, Slovaquie et République tchèque
- Baisse modérée des ventes en Russie

## Amérique du Nord et Centrale<sup>(2)</sup> (27,6% of total Group sales)

- +7,6% de croissance organique<sup>(1)</sup>
- +6,9% de croissance organique aux Etats-Unis seuls
  - performance de Legrand supérieure à l'évolution des indicateurs de marché, en particulier tirée par des effets ponctuels liés à la poursuite du succès de l'offre *Digital Lighting Management* en contrôle d'éclairage à forte efficacité énergétique et de belles réalisations dans le non-résidentiel
  - hors ces effets ponctuels : progression organique de l'ordre de +3%, en ligne avec l'évolution estimée du marché de Legrand
- Ventes bien orientées également au Mexique, au Canada et globalement dans les autres pays de la zone au T1 2016

## Reste du monde (24,9% of total Group sales)

- -2,4% d'évolution organique<sup>(1)</sup>
- Progression continue des ventes dans un certain nombre de pays comme l'Inde, le Chili, la Colombie ou l'Afrique du Sud
- Baisse d'activité dans d'autres pays du fait de conditions économiques défavorables, notamment au Brésil ou dans la plupart des pays du Moyen-Orient
- En Chine :
  - évolution positive des ventes au T1 2016, du fait d'effets ponctuels liés à des mesures gouvernementales de soutien à la vente de logements et à une base de comparaison favorable
  - le marché reste orienté à la baisse

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

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

## MARGE OPÉRATIONNELLE AJUSTÉE<sup>(1)</sup> AU T1 2016

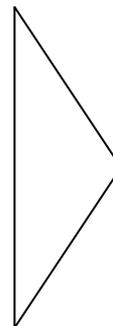
<b>T1 2015</b>	<b>marge opérationnelle ajustée</b>	<b>18,8%</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Bonne performance opérationnelle</li> <li>▪ Contrairement à 2015, pas d'impact significatif des effets de mix liés à la forte croissance de la zone Etats-Unis/Canada et à la constitution de stocks de produits finis</li> </ul>	+0,4 pt
<b>T1 2016</b>	<b>marge opérationnelle ajustée avant acquisitions<sup>(2)</sup></b>	<b>19,2%</b>
	impact des acquisitions	-0,1 pt
<b>T1 2016</b>	<b>marge opérationnelle ajustée</b>	<b>19,1%</b>

1. *Résultat opérationnel ajusté des amortissements des réévaluations d'actifs incorporels pratiquées lors des acquisitions et de s frais/produits liés à celles-ci (pour 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. *A périmètre 2015.*

## RÉSULTAT NET PART DU GROUPE AU T1 2016

- Bonne performance opérationnelle  
(hausse de +3,7% du résultat opérationnel ajusté)
- Impact défavorable du résultat de change  
(effet mécanique)
- Maîtrise des coûts de financement  
(<2% des ventes)
- Taux d'imposition à 32,6%



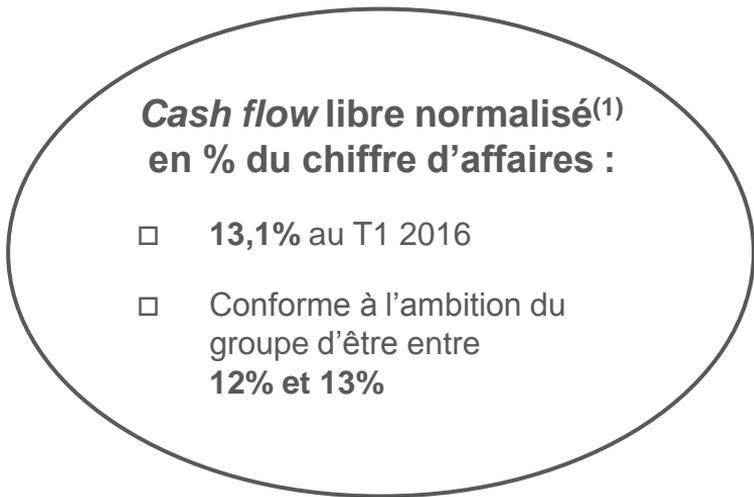
**127 M€**

- 10,7% des ventes
- hausse de près de +2%,  
hors impact du résultat de  
change<sup>(1)</sup>

1. 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%.

## GÉNÉRATION DE CASH FLOW LIBRE AU T1 2016

- Marge brute d'autofinancement robuste au T1 2016 : 181 M€, soit 15,2% du chiffre d'affaires
  
- Maîtrise des capitaux employés
  - Besoin en fonds de roulement : 8,9% du chiffre d'affaires (y compris effets ponctuels favorables liés notamment à des éléments non opérationnels)
  - Investissement : 2,0% du chiffre d'affaires



**Cash flow libre normalisé<sup>(1)</sup>  
en % du chiffre d'affaires :**

- **13,1%** au T1 2016
- Conforme à l'ambition du groupe d'être entre **12% et 13%**

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 trimestre.

Le cash flow libre normalisé est la bonne mesure de la génération de cash flow libre en particulier au trimestre.

3

## CROISSANCE EXTERNE DYNAMIQUE

## CROISSANCE EXTERNE T1 2016

	<u>Activité</u>	<u>Pays</u>	<u>Ventes annuelles de</u>
	Solutions d'éclairage	Etats-Unis	~105 M\$
	Infrastructure audio/vidéo	Etats-Unis	>20 M\$
	UPS <sup>(2)</sup>	Italie et Allemagne	<€9 M€
	Cheminement de câbles et armoires de distribution	Indonésie	~6 M€
	Assistance à l'autonomie	Royaume-Uni	~4 M€

↙ **Six acquisitions annoncées ; ~130 M€ de chiffre d'affaires annuel acquis**

↙ **D'ores et déjà, contribution de plus de +3,5%<sup>(4)</sup> de la variation du périmètre de consolidation à la croissance du chiffre d'affaires en 2016**

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

4

**OBJECTIFS 2016 CONFIRMÉS**

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

---

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

1. Voir Annexe en page 17 pour la formulation complète des objectifs 2016 de Legrand.

5

ANNEXES

## OBJECTIFS 2016

### Extrait de la présentation des résultats annuels 2015

7 

ANNEXES **OBJECTIFS 2016**

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

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

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

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

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

46

## ACQUISITIONS PINNACLE ARCHITECTURAL LIGHTING<sup>(1)</sup>



- 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

1. Sous réserve des conditions suspensives d'usage.

## ACQUISITIONS LUXUL WIRELESS<sup>(1)</sup>



- Leader américain des produits pour infrastructures audio/vidéo<sup>(2)</sup> à destination des bâtiments résidentiels et des bâtiments tertiaires de petite et moyenne taille
- Chiffre d'affaires annuel d'environ 20 M\$
- Environ 30 employés



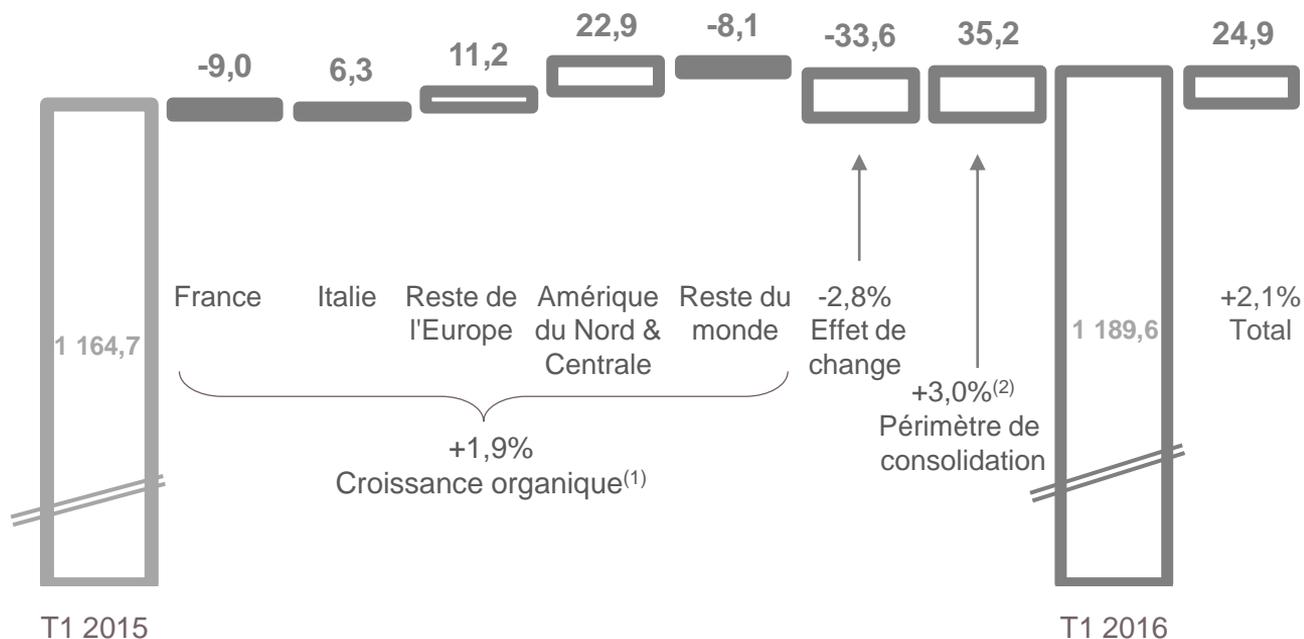
- Complément idéal à l'offre généraliste de Legrand aux Etats-Unis en câblage structuré pour le logement (On-Q)
- Complète l'offre du Groupe dans le segment spécialisé et en croissance des applications audio et vidéo aux Etats-Unis

1. Sous réserve des conditions suspensives d'usage.

2. Routeurs sans fil, points d'accès, commutateurs.

## EVOLUTION DU CHIFFRE D'AFFAIRES

Analyse des variations du chiffre d'affaires par destination au T1 2016 (en M€)



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

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

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

1. Zone dans laquelle la vente est enregistrée.

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

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

1. Zone de facturation.

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

En millions d'euros	T1 2015	T1 2016	Evolution en %
<b>Chiffre d'affaires</b>	<b>1 164,7</b>	<b>1 189,6</b>	<b>+2,1%</b>
Marge brute	599,3	630,2	+5,2%
<i>En % du chiffre d'affaires</i>	<i>51,5%</i>	<i>53,0%</i>	
<b>Résultat opérationnel ajusté<sup>(1)</sup></b>	<b>218,6</b>	<b>226,7</b>	<b>+3,7%</b>
<b><i>En % du chiffre d'affaires</i></b>	<b><i>18,8%</i></b>	<b><i>19,1%<sup>(2)</sup></i></b>	
Amortissements des réévaluations d'actifs incorporels pratiqués lors des acquisitions et frais/produits liés aux acquisitions	(10,1)	(10,7)	
Résultat opérationnel	208,5	216,0	+3,6%
<i>En % du chiffre d'affaires</i>	<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 net	128,0	128,2	+0,2%
<b>Résultat net part du Groupe</b>	<b>127,4<sup>(3)</sup></b>	<b>127,4<sup>(3)</sup></b>	<b>+0,0%</b>

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

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

Premier trimestre 2016  
(en millions d'euros)

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

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

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

ANNEXES

Premier trimestre 2015  
(en millions d'euros)

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

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

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

En millions d'euros	T1 2015	T1 2016
<b>Résultat net</b>	<b>128,0</b>	<b>128,2</b>
Amortissements et dépréciations	41,0	40,4
Variation des autres actifs et passifs non courants et des impôts différés non courants	8,0	11,6
(Gains)/pertes de change latents	19,6	0,3
(Plus-values) moins-values sur cessions d'actifs	(0,1)	0,2
Autres éléments n'ayant pas d'incidence sur la trésorerie	(0,2)	0,1
<b>Marge brute d'autofinancement</b>	<b>196,3</b>	<b>180,8</b>

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

En millions d'euros	T1 2015	T1 2016	Evolution en %
<b>Marge brute d'autofinancement<sup>(1)</sup></b>	<b>196,3</b>	<b>180,8</b>	<b>-7,9%</b>
<i>En % du chiffre d'affaires</i>	<i>16,9%</i>	<i>15,2%</i>	
Baisse (Hausse) du besoin en fonds de roulement	(115,2)	(120,3)	
<b>Flux de trésorerie des opérations courantes</b>	<b>81,1</b>	<b>60,5</b>	<b>-25,4%</b>
<i>En % du chiffre d'affaires</i>	<i>7,0%</i>	<i>5,1%</i>	
Investissements (dont frais de développement capitalisés)	(24,7)	(23,3)	
Produit résultant des cessions d'actifs	0,4	0,2	
<b>Cash flow libre</b>	<b>56,8</b>	<b>37,4</b>	<b>-34,2%</b>
<i>En % du chiffre d'affaires</i>	<i>4,9%</i>	<i>3,1%</i>	
Hausse (Baisse) du besoin en fonds de roulement	115,2	120,3	
(Hausse) Baisse du besoin en fonds de roulement normalisé	2,0	(2,2)	
<b>Cash flow libre normalisé<sup>(2)</sup></b>	<b>174,0</b>	<b>155,5</b>	<b>-10,6%</b>
<i>En % du chiffre d'affaires</i>	<i>14,9%</i>	<i>13,1%</i>	

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

## PÉRIMÈTRE DE CONSOLIDATION

2015	T1	S1	9M	Année pleine
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
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	À déterminer	À déterminer	À déterminer
Pinnacle Architectural Lighting		À déterminer	À déterminer	À déterminer
Luxul Wireless		À déterminer	À déterminer	À déterminer
Jontek		À déterminer	À déterminer	À déterminer
Trias		À déterminer	À déterminer	À déterminer

## AVERTISSEMENT

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

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

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

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

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