








Agenda

	Faits marquants	3 à 4
	Performance 2011 conforme aux objectifs annuels et moyen terme	5 à 19
	Un modèle économique solide et autofinancé	20 à 32
	Objectifs moyen terme confirmés	33 à 35
	Annexes	36 à 57

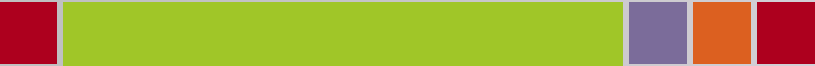


FAITS MARQUANTS



Faits marquants

- Performance 2011 conforme aux objectifs annuels et moyen terme
 - Progression totale des ventes (hors effets de change): **+11,2%**, dont **+6,4%** de croissance organique⁽¹⁾
 - Marge opérationnelle ajustée: **20,2%**
 - Résultat net part du groupe de 479M€ et dividende de 0,93€ par action en hausse de 6%
 - Forte génération de *cash* et solidité du bilan
- Un modèle économique solide et autofinancé
 - Legrand en ordre de marche dans les nouvelles économies et les nouveaux segments de marché
 - Des positions de marché de premier plan
 - Des initiatives de productivité permanentes et innovantes
- Objectifs moyen terme confirmés



PERFORMANCE
2011 CONFORME
AUX OBJECTIFS
ANNUELS ET
MOYEN TERME

Initiatives de croissance 2011 – R&D et développement de nouveaux produits

4,7%

du chiffre d'affaires
investis dans la R&D

Près de **50%**

des investissements consacrés
aux nouveaux produits



38%

des ventes réalisés avec
des nouveaux produits

Initiatives de croissance 2011– Nombreux lancements de nouveaux produits sur tous les segments de marché

Exemples

Nouveaux segments de marché

Economies matures



Nouvelles armoires Ortronics
(Amérique du Nord)



My Home,
application pour iPad
(France, Italie)

Nouvelles économies



Living&Light
Mesure de la
consommation d'énergie
(Amérique latine)



Nouvelle offre
CCTV
(Europe de l'Est)

Segments de marché clés historiques



Living&Light
(Italie, Europe)



Puissance³
(France)



Yi Pin & K2.0
(Chine)



Goulottes
d'installation pour les
segments
économiques
(Russie)



Niloé™
(France et Europe)



Coffrets XL³ 125
(France et Europe)



Myrius
(Inde)

PERFORMANCE
2011 CONFORME
AUX OBJECTIFS

Initiatives de croissance 2011– Nouvelles installations commerciales

Nouveaux showrooms

TCL Huizhou
(Chine)



Des outils innovants

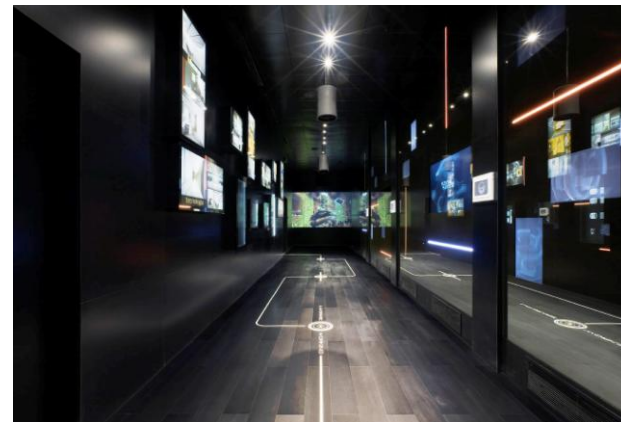
Le Lab
(Paris)



TCL Wuxi
(Chine)



Concept Store
(Milan)

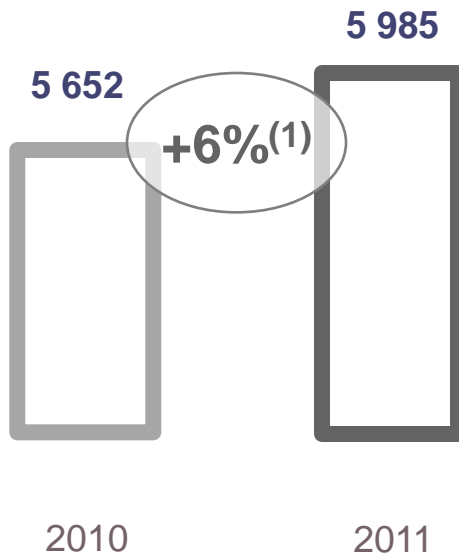


Innoval
Bagnolet
(Paris)



Initiatives de croissance 2011 – Renforcement des effectifs commerciaux et marketing

en nombre de salariés⁽¹⁾



- +13% dans les nouvelles économies
- +5% aux Etats-Unis/Canada

PERFORMANCE
2011 CONFORME
AUX OBJECTIFS

Initiatives de croissance 2011 – Acquisitions de 5 sociétés de premier plan



Spécialiste des armoires VDI pour datacenters

Etats-Unis

Ventes annuelles de 17M€



N°1 des systèmes pour téléassistance

France

12M€



N°1 des UPS

Brésil

80M€



N°1 des armoires pour applications audio et vidéo

Etats-Unis

77M€

(1)



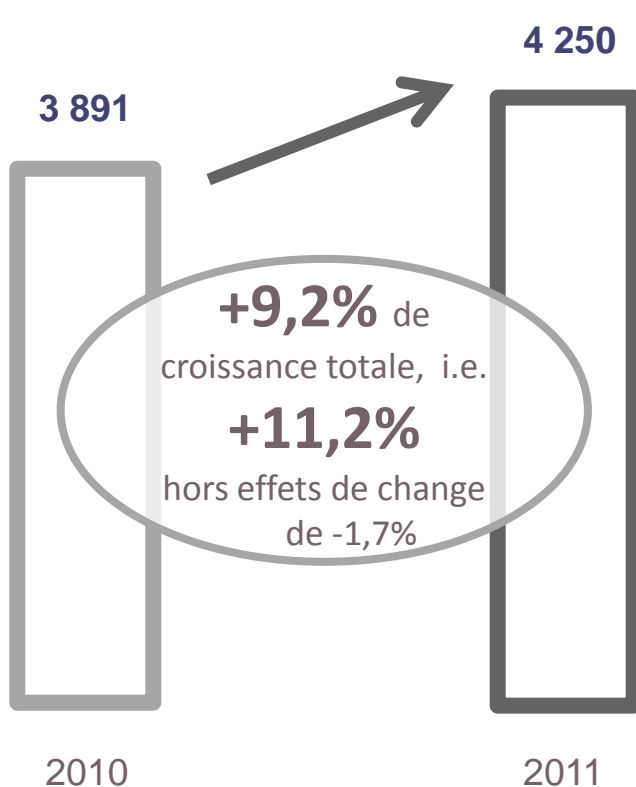
N°1 du cheminement de câbles plastique

Malaisie

20M€

Evolution du chiffre d'affaires 2011 – Belle performance tirée par les initiatives de croissance

en millions d'euros



■ Croissance organique⁽¹⁾

- **+6,4%** de croissance organique des ventes
- Plus de 14% de croissance organique des ventes dans les nouvelles économies
- 13% de croissance organique dans les nouveaux segments de marché

■ Acquisitions

- **+4,5%** de croissance liée au périmètre de consolidation
- Chiffre d'affaires réalisé dans les nouveaux segments de marché (84%) ou dans les nouvelles économies (48%)

1. Organique : à structure et taux de change constants

Evolution du chiffre d'affaires 2011

Chiffre d'affaires total : 4 250M€ en 2011

- +9,2%
- +6,4% organique⁽¹⁾

USA & Canada: 615M€

- +3,6% organique⁽¹⁾

- Belles réalisations notamment en appareillage et en contrôle d'éclairage à forte efficacité énergétique
- Croissance soutenue par les activités de rénovation et une bonne dynamique commerciale
- Marché de la construction neuve toujours très en dessous de ses niveaux historiques

Reste du Monde : 1 222M€

- +10,4% organique⁽¹⁾

- Poursuite d'une forte progression des ventes dans les nouvelles économies en particulier : Chine, Inde, Emirats-Arabes-Unis, Arabie Saoudite, Chili et Pérou

France: 984M€

- +5,6% organique⁽¹⁾

- Très belles réalisations en infrastructures numériques, cheminement de câbles en fil, appareillage, distribution d'énergie et applications industrielles
- Succès des lancements majeurs de nouveaux produits
- Renforcement du dispositif commercial

Italie: 624M€

- +4,2% organique⁽¹⁾

- Dans un marché atone, hausse du chiffre d'affaires grâce au dynamisme des ventes de cheminement de câbles, d'applications industrielles, de systèmes liés à la performance énergétique et au lancement des nouvelles gammes d'appareillage Living&Light
- Effet de base de comparaison défavorable au S2
- Ouverture d'un nouveau *concept store* à Milan

Reste de l'Europe : 805M€

- +5,6% organique⁽¹⁾

- Nouvelles économies (près de 50% de l'activité totale de la zone) : très bonnes performances en Russie, Turquie, et Europe de l'Est
- Pays matures : bonnes réalisations en Autriche et en Suisse compensant partiellement une activité en retrait en Europe du Sud

Fort *pricing power* en 2011 dans un environnement de hausses significatives des coûts des consommations

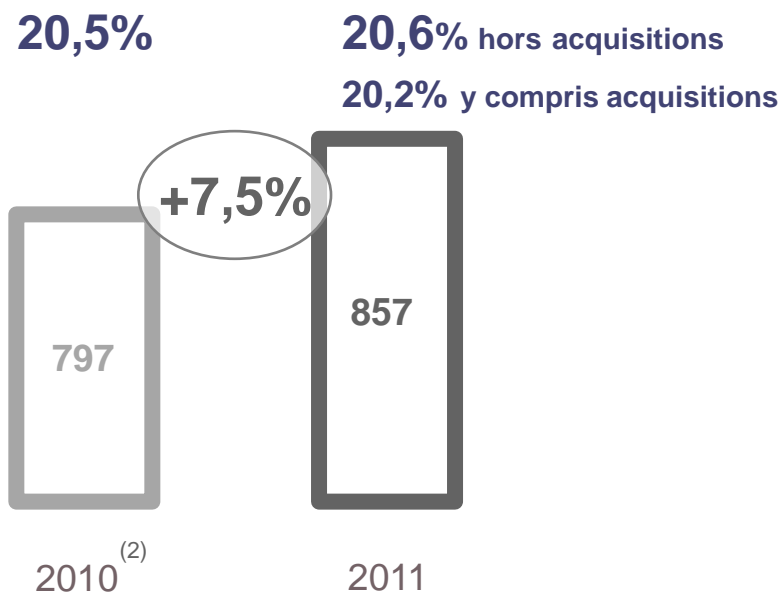
- Hausse record de plus de 6% du coût des consommations de matières premières et composants en 2011
- Plus de 2,5% d'augmentation des prix de vente en 2011, augmentation supérieure à la moyenne du groupe sur 20 ans



Hausse du coût des consommations des matières premières et composants plus que compensée en valeur par l'augmentation des prix de vente

Solide marge opérationnelle ajustée⁽¹⁾

en millions d'euros
et en % des ventes



- Croissance nourrie par les initiatives commerciales
- Management adapté du *pricing power*
- Bonne productivité

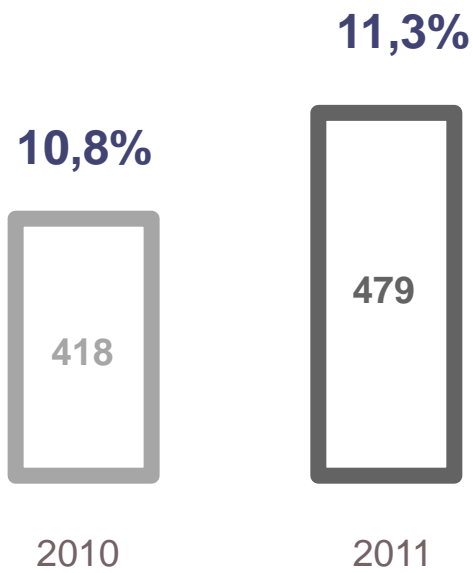
1. Résultat opérationnel ajusté des amortissements des réévaluations d'actifs incorporels pratiquées lors des acquisitions et des frais / produits liés à celles-ci (pour 2010 et 2011, de respectivement 39,4 M€ et 28,5 M€) ainsi que des dépréciations de goodwill (0€ pour 2010 et 15,9 M€ pour 2011).

2. Pro forma, cf. page 28 de la présentation des résultats du premier trimestre 2011

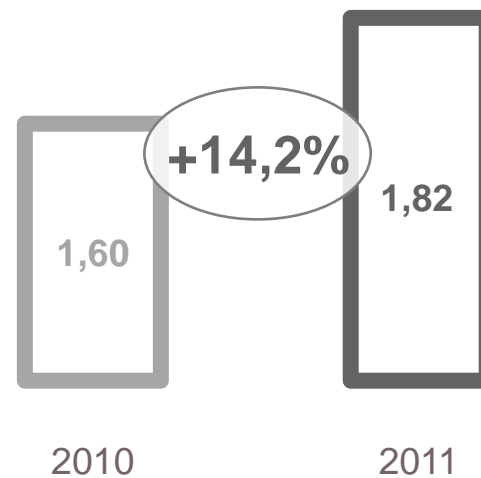
PERFORMANCE
2011 CONFORME
AUX OBJECTIFS

Très bon résultat net

Résultat net
en M€ et en % des ventes



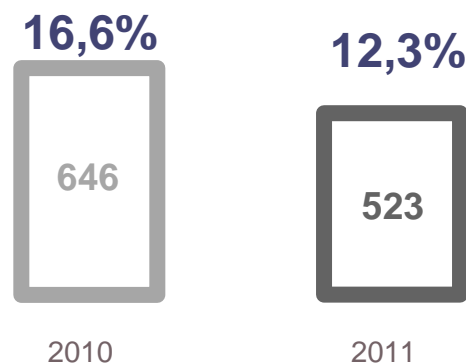
Résultat net par action
(non dilué) en €



Solide génération de *cash-flow* libre

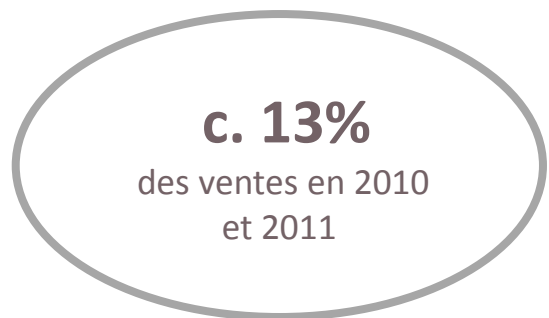
en M€
et en % des ventes

Cash-flow libre reporté



- Marge brute d'autofinancement en hausse de 6,2%, fruit d'une bonne performance opérationnelle
- Gestion attentive des capitaux employés
 - Besoin en fonds de roulement : 7,4% des ventes
 - Investissements : 3,2% des ventes

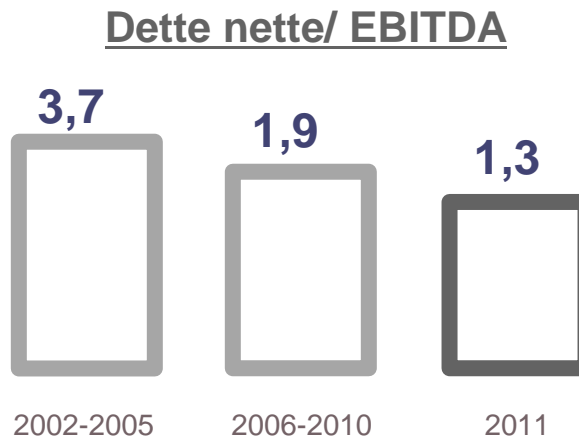
Cash-flow libre "normalisé"⁽¹⁾



1. Sur la base d'un ratio constant de besoin en fonds de roulement rapporté aux ventes

Structure de bilan solide

- Poursuite de la diversification des sources de financement et allongement de la maturité de la dette
 - Emission obligataire de 400M€ de maturité 2018
 - Renouvellement de la ligne « revolver » du crédit syndiqué pour un montant de 900 M€ en allongeant sa maturité initiale au maximum de 6 ans
- Notation *Investment Grade* solide
 - BBB+ avec perspective positive
- Une structure de bilan renforcée





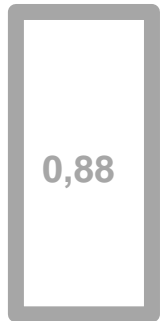
Proposition de dividende 2011

Dividende par action en €

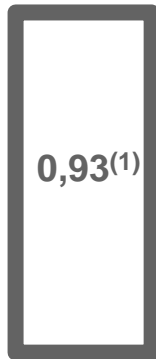
Rendement (%)

Basé sur le cours de clôture du 31 janvier 2012

Taux de distribution
(pay-out)



2010



2011

3,5%

51%

Performance conforme aux objectifs 2011 et moyen terme

Indicateurs	Performance 2011	Objectifs 2011	Objectifs moyen terme
Chiffre d'affaires	<p>+11,2% de croissance totale hors effets de change</p> <p>+6,4% de croissance organique⁽¹⁾</p>	<p>+5% de croissance organique⁽¹⁾ complétée par des acquisitions</p>	<p>10% de croissance annuelle totale moyenne⁽³⁾</p>
Marge opérationnelle ajustée	<p>20,2%</p>	<p>≥20%⁽²⁾</p>	<p>20%⁽²⁾ en moyenne</p>

1. Organique : à structure et taux de change constants

2. Incluant des acquisitions de petite ou moyenne taille, complémentaires des activités du groupe

3. Incluant croissance interne et externe, hors effets de change ou ralentissement économique majeur



UN MODÈLE
ECONOMIQUE
SOLIDE
ET AUTOFINANCÉ



Un modèle économique vertueux – Croissance rentable autofinancée

Croissance organique

Acquisitions

Part de marché

Initiatives de productivité permanentes

Rentabilité



UN MODELE
ECONOMIQUE
SOLIDE ET
AUTOFINANCE

CROISSANCE
& PARTS DE
MARCHÉ

Un modèle économique vertueux – Croissance rentable autofinancée

Croissance
organique

Acquisitions

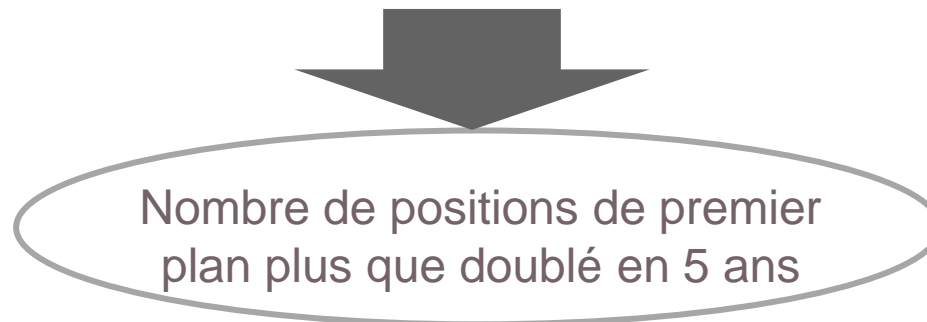
Part de marché

Initiatives de productivité
permanentes

Rentabilité

Accélération du développement et renforcement des positions de marché

- Marché accessible de 75Md€, en hausse de 36% environ au cours des 5/7 dernières années grâce au développement dans :
 - des marchés développés complémentaires : UPS, CCTV, cheminement de câbles en fil, busbar etc.
 - des nouveaux segments de marché : infrastructures numériques, systèmes résidentiels, performance énergétique et cheminement de câbles en fil
 - des marchés naissant à fort potentiel : assistance à l'autonomie, borne de recharge pour véhicule électrique et smart grid
- Développement géographique: croissance organique⁽¹⁾ de Legrand dans les BRICs supérieure de 4 points à la croissance du PIB des BRICs au cours des 5 dernières années



UN MODELE
ECONOMIQUE
SOLIDE ET
AUTOFINANCE

CROISSANCE
& PARTS DE
MARCHÉ

Des nouveaux segments de marché en forte croissance

■ Infrastructures numériques



■ Performance énergétique



■ Cheminement de câbles en fil



■ Systèmes résidentiels



Chiffre d'affaires
en % des ventes totales du groupe

Près de
22%

Croissance annuelle moyenne
des ventes depuis 2001

+12%

UN MODELE
ECONOMIQUE
SOLIDE ET
AUTOFINANCE

CROISSANCE
& PARTS DE
MARCHÉ

Des moteurs de croissance à long-terme

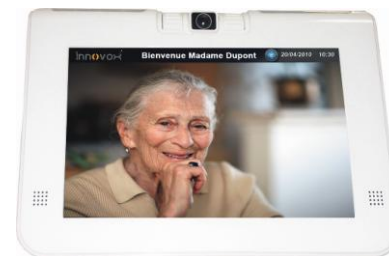
■ Assistance à l'autonomie



Interrupteur avec couronne lumineuse



Détecteur de mouvements sans fil



Tablette communicante Visiovox

■ Borne de recharge pour véhicule électrique



Prise Green Up Access



Borne de recharge Green Up Premium

■ Smart Grid



Ecran de gestion d'énergie
MyHome™



Centrale de mesure
Lexic™ EMDX³



Délesteur automatique Lexic™
en cas de dépassement



Logiciel de mesure
et de supervision IP

UN MODELE
ECONOMIQUE
SOLIDE ET
AUTOFINANCE

CROISSANCE
& PARTS DE
MARCHE

De très belles positions dans les nouvelles économies

Chiffre d'affaires
en % des ventes totales du groupe

35%

Effectifs commerciaux & marketing
en % du total du groupe

54%

Croissance annuelle moyenne
des ventes depuis 2001

+11%

Nombre de pays avec des
positions de premier plan

27

De solides positions de premier plan

- **2/3** des ventes réalisés avec des produits N°1 ou N°2 sur leurs marchés
- Augmentation du nombre de positions de leader sur les 5/7 dernières années

Principales positions historiques

- **Appareillage** : Brésil, Chili, Chine, France, Italie, Grèce, Mexique, Russie, Espagne
- **Cheminement de câbles** : France, Etats-Unis, Pays-Bas, Espagne
- **Distribution d'énergie** : Colombie, Italie, Pologne
- **Portiers** : France, Espagne, Italie

Nouvelles positions acquises grâce à l'élargissement du marché accessible

- **Cheminement de câbles fil** : Amérique Latine, Etats-Unis
- **UPS** : Brésil, Turquie
- **Systemes résidentiels** : Mexique, Pérou
- **Contrôle d'éclairage** : Australie, Chili
- **Infrastructures numériques** : Italie, Turquie

Nouvelles positions acquises par expansion géographique

- **Appareillage** : Australie, Inde, Pologne, Roumanie, Singapour, Ukraine
- **Cheminement de câbles** : Amérique latine, Roumanie, Turquie, Royaume-Uni
- **Distribution d'énergie** : Russie
- **Portiers** : Brésil, Pérou



UN MODELE
ECONOMIQUE
SOLIDE ET
AUTOFINANCE

AMELIORATION
DE LA
PRODUCTIVITE

Un modèle économique vertueux – Croissance rentable auto-financée

Croissance
organique

Acquisitions

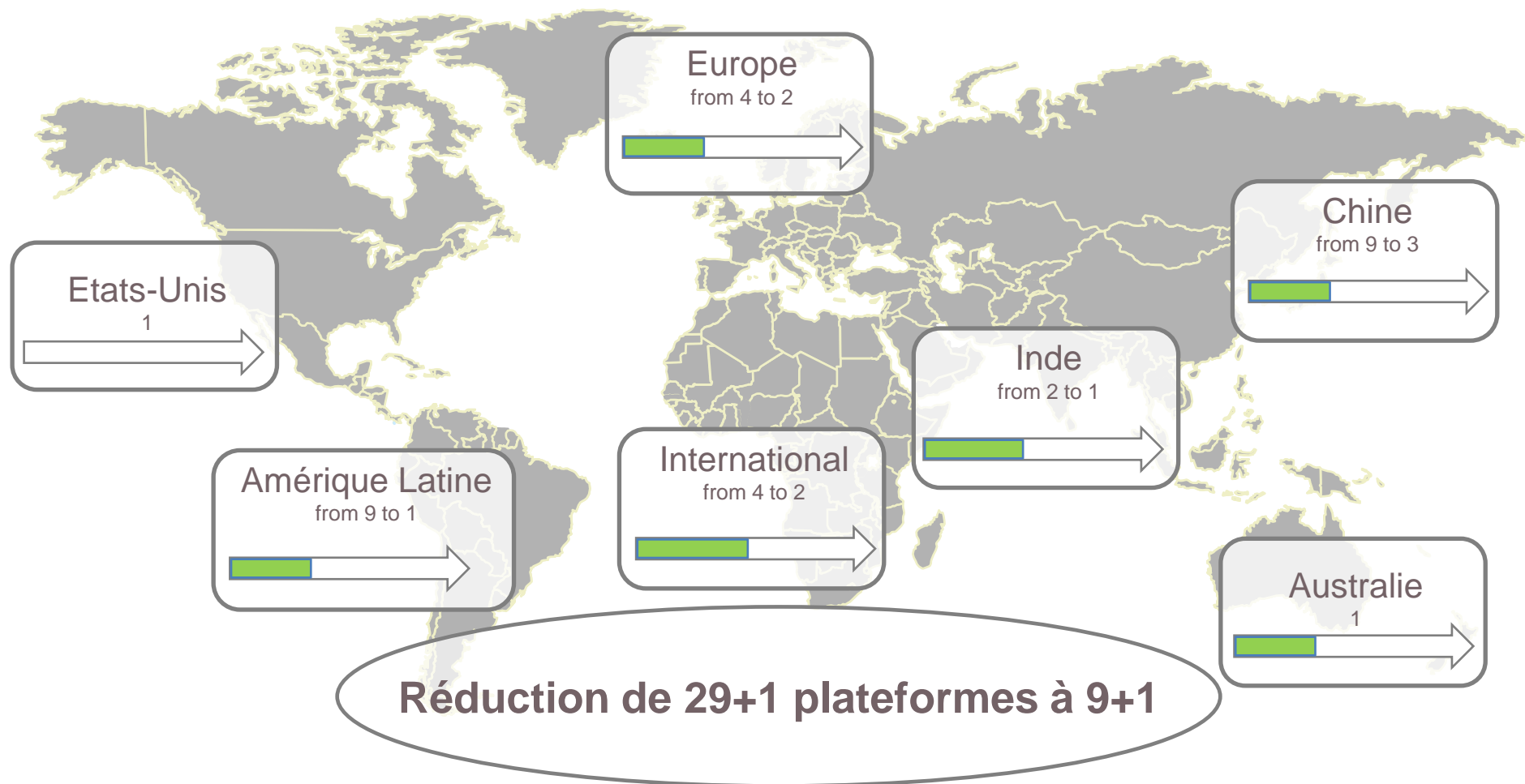
Part de marché

Initiatives de productivité
permanentes

Rentabilité

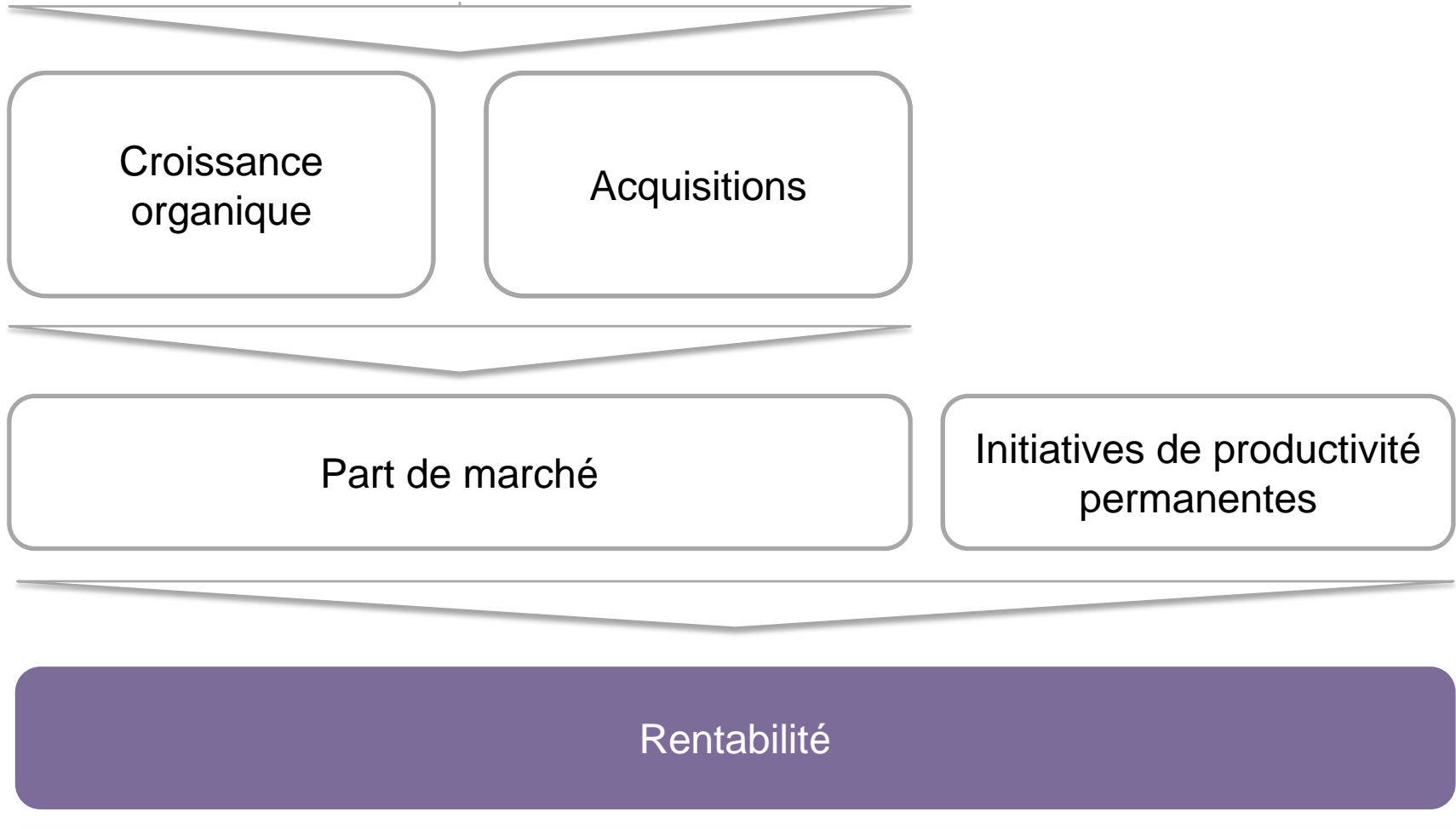
Réduction du nombre de plateformes de production

Exemple de l'appareillage : de 2008 à au-delà de 2014



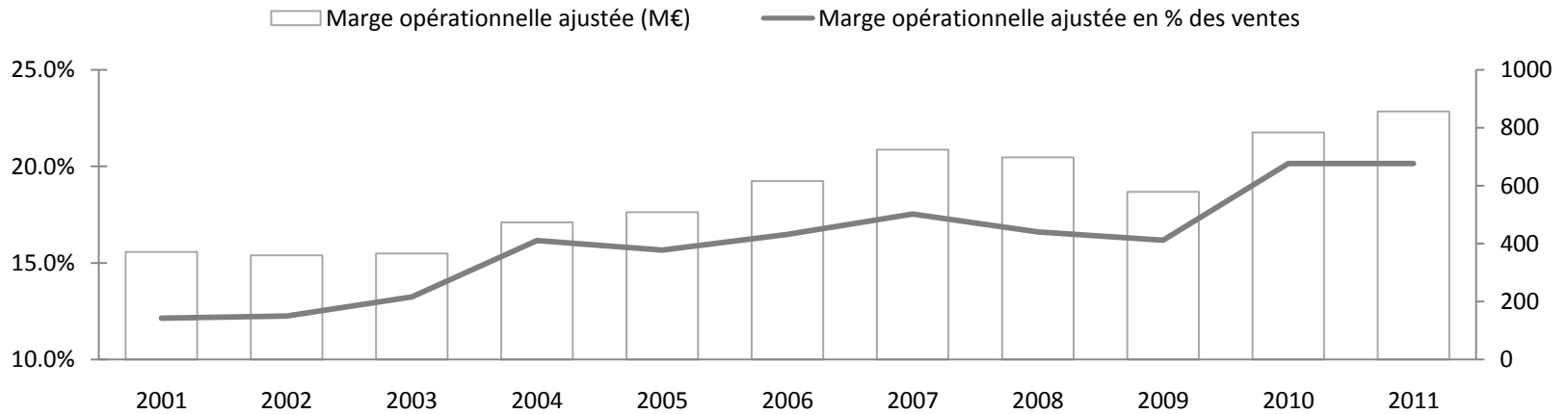
■ Réalisations à la fin de l'année 2011

Un modèle économique vertueux – Croissance rentable autofinancée

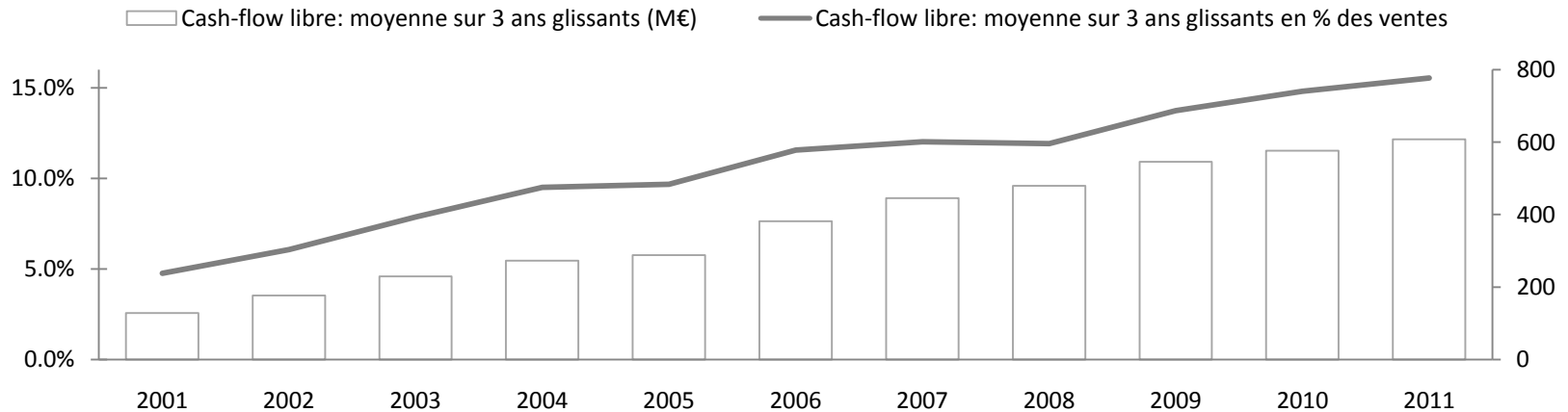


Un modèle économique rentable et générateur de cash

Marge opérationnelle ajustée



Cash-flow libre





UN MODELE
ECONOMIQUE
SOLIDE ET
AUTOFINANCE

RENTABILITE

Création de valeur

- Performance du titre Legrand : +34% depuis l'introduction en bourse
- Performance du CAC 40 : -35% depuis l'introduction en bourse



OBJECTIFS
MOYEN TERME
CONFIRMÉS

Objectifs moyen terme confirmés

- 10% de croissance annuelle totale moyenne du chiffre d'affaires⁽¹⁾
- 20% de marge opérationnelle ajustée moyenne⁽²⁾

1. Incluant croissance interne et externe, hors effets de change ou ralentissement économique majeur

2. Incluant des acquisitions de petite ou moyenne taille, complémentaires des activités du groupe

Objectifs 2012

- Pour 2012, face à des anticipations macroéconomiques incertaines, Legrand retient un objectif d'évolution organique⁽¹⁾ de son chiffre d'affaires proche de zéro. Le groupe poursuivra par ailleurs son développement par acquisition qui d'ores et déjà apporte 2,6% de croissance au chiffre d'affaires 2012 sur la base des opérations réalisées en 2011.
- Dans ces conditions, Legrand se fixe pour objectif de réaliser en 2012 une marge opérationnelle ajustée supérieure ou égale à 19% du chiffre d'affaires après prise en compte des acquisitions⁽²⁾.

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

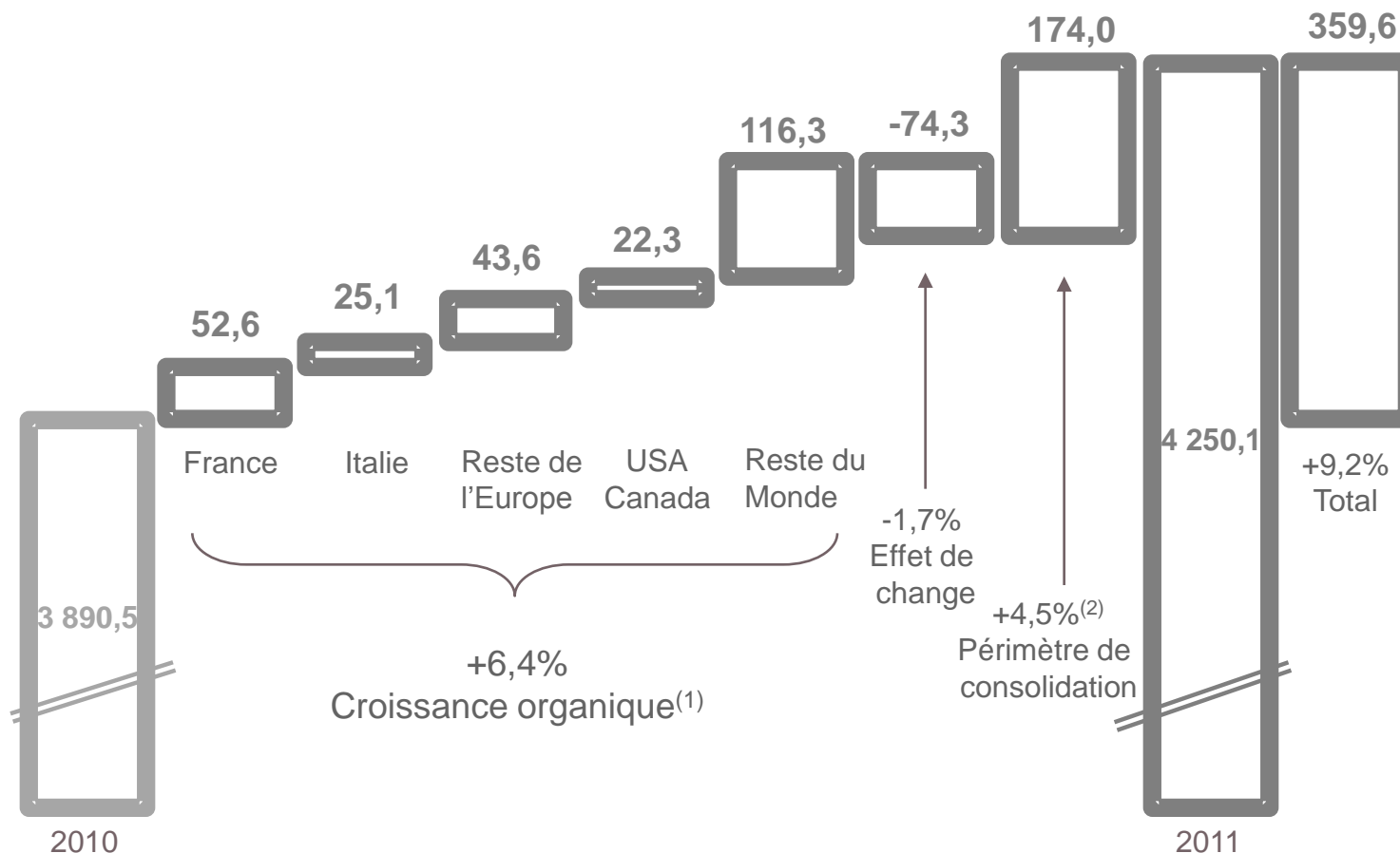
2. *Acquisitions de petite ou moyenne taille, complémentaires des activités du groupe*



ANNEXES

Evolution du chiffre d'affaires

Analyse des variations du chiffre d'affaires par destination en 2011 (en M€)



1. Organique : à structure et taux de change constants

2. Du fait de la consolidation d'Inform, Indo Asian Switchgear, Meta System Energy, Electrорack , Intervox Systems, Middle Atlantic Products et SMS

Evolution du chiffre d'affaires en 2011

Nouvelles économies

- Croissance totale de +17,7% (organique⁽¹⁾ +14,4%)
- Bonne performance en Russie, Inde, Chine, Turquie, Chili, Pérou, Arabie Saoudite, Emirats Arabes Unis
- 35% du chiffre d'affaires total du groupe en 2011

Pays matures

- Croissance totale +5,2% (organique⁽¹⁾ +2,5%)
- Activités de rénovation résidentielle plutôt bien orientées
- Marchés du résidentiel neuf et tertiaire pas encore repartis à la hausse dans la plupart des pays mais bonne performance des infrastructures numériques et de la performance énergétique
- Activité en volume des marchés de la construction en moyenne inférieure d'environ 20%⁽²⁾ à ses niveaux d'avant-crise

1. Organique : à structure et taux de change constants

2. Source Global Insight décembre 2011: marchés résidentiels et non résidentiels (Belgique, Canada, France, Italie, Pays-Bas, Espagne, Royaume-Uni et Etats-Unis)

2011 – Chiffre d'affaires par destination (1)

(€M)	2010	2011	Evolution totale	Effet périmètre	Croissance organique	Effet change
France	919,2	984,1	7,1%	1,4%	5,6%	0,0%
Italie	590,4	623,6	5,6%	1,5%	4,2%	-0,1%
Reste de l'Europe	757,7	804,6	6,2%	3,5%	5,6%	-2,8%
Etats-Unis/Canada	560,4	615,3	9,8%	11,7%	3,6%	-5,1%
Reste du monde	1 062,8	1 222,5	15,0%	5,7%	10,4%	-1,4%
Total	3 890,5	4 250,1	9,2%	4,5%	6,4%	-1,7%

1^{er} trimestre 2011– Chiffre d'affaires par destination⁽¹⁾

(€M)	T1 2010	T1 2011	Evolution totale	Effet périmètre	Croissance organique	Effet change
France	226,5	254,4	12,3%	0,2%	12,1%	0,0%
Italie	160,2	178,6	11,5%	1,3%	10,1%	0,0%
Reste de l'Europe	172,5	191,2	10,8%	6,0%	3,7%	0,8%
Etats-Unis/Canada	125,1	136,4	9,0%	2,3%	5,2%	1,3%
Reste du monde	227,4	275,8	21,3%	3,7%	11,6%	4,8%
Total	911,7	1 036,4	13,7%	2,6%	9,0%	1,6%

1. Zone dans laquelle la vente est enregistrée

2^{ème} trimestre 2011 – Chiffre d'affaires par destination ⁽¹⁾

(€M)	T2 2010	T2 2011	Evolution totale	Effet périmètre	Croissance organique	Effet change
France	249,0	266,5	7,0%	2,5%	4,5%	0,0%
Italie	155,4	168,4	8,4%	1,4%	6,9%	-0,1%
Reste de l'Europe	180,4	199,7	10,7%	6,4%	7,0%	-2,8%
Etats-Unis/Canada	150,3	143,0	-4,9%	3,5%	3,3%	-11,0%
Reste du monde	263,3	293,8	11,6%	3,8%	11,1%	-3,2%
Total	998,4	1 071,4	7,3%	3,5%	6,9%	-3,0%

1. Zone dans laquelle la vente est enregistrée

3^{ème} trimestre 2011 – Chiffre d'affaires par destination ⁽¹⁾

(€M)	T3 2010	T3 2011	Evolution totale	Effet périmètre	Croissance organique	Effet change
France	210,9	221,4	5,0%	1,5%	3,5%	0,0%
Italie	138,1	140,9	2,0%	1,5%	0,6%	-0,1%
Reste de l'Europe	183,7	206,6	12,5%	7,6%	9,5%	-4,5%
Etats-Unis/Canada	154,8	176,7	14,1%	21,4%	3,7%	-9,3%
Reste du monde	276,0	294,9	6,8%	3,7%	7,2%	-3,9%
Total	963,5	1 040,5	8,0%	6,5%	5,3%	-3,7%

1. Zone dans laquelle la vente est enregistrée

4^{ème} trimestre 2011 – Chiffre d'affaires par destination⁽¹⁾

(€M)	T4 2010	T4 2011	Evolution totale	Effet périmètre	Croissance organique	Effet change
France	232,8	241,8	3,9%	1,2%	2,7%	-0,1%
Italie	136,7	135,7	-0,7%	1,7%	-2,3%	-0,1%
Reste de l'Europe	221,1	207,1	-6,3%	-4,4%	2,2%	-4,2%
Etats-Unis/Canada	130,2	159,2	22,3%	18,6%	2,4%	0,7%
Reste du monde	296,1	358,0	20,9%	11,0%	11,5%	-2,4%
Total	1 016,9	1 101,8	8,3%	5,1%	4,6%	-1,5%

1. Zone dans laquelle la vente est enregistrée

2011 – Chiffre d'affaires par origine⁽¹⁾

(€M)	2010	2011	Evolution totale	Effet périmètre	Croissance organique	Effet change
France	1 043,1	1 110,0	6,4%	1,0%	5,3%	0,0%
Italie	622,6	661,7	6,3%	2,5%	3,7%	0,0%
Reste de l'Europe	737,2	784,9	6,5%	3,1%	6,6%	-3,1%
Etats-Unis/Canada	571,7	628,0	9,8%	11,8%	3,5%	-5,1%
Reste du monde	915,9	1 065,5	16,3%	6,2%	11,1%	-1,4%
Total	3 890,5	4 250,1	9,2%	4,5%	6,4%	-1,7%

1^{er} trimestre 2011 – Chiffre d'affaires par origine ⁽¹⁾

(€M)	T1 2010	T1 2011	Evolution totale	Effet périmètre	Croissance organique	Effet change
France	253,7	284,2	12,0%	0,0%	12,0%	0,0%
Italie	168,7	187,6	11,2%	1,8%	9,3%	0,0%
Reste de l'Europe	166,1	187,1	12,6%	6,4%	5,0%	0,8%
Etats-Unis/Canada	128,4	139,3	8,5%	2,3%	4,7%	1,3%
Reste du monde	194,8	238,2	22,3%	3,9%	11,5%	5,6%
Total	911,7	1 036,4	13,7%	2,6%	9,0%	1,6%

2^{ème} trimestre 2011 – Chiffre d'affaires par origine⁽¹⁾

(€M)	T2 2010	T2 2011	Evolution totale	Effet périmètre	Croissance organique	Effet change
France	282,7	299,0	5,8%	2,0%	3,7%	0,0%
Italie	163,4	180,6	10,5%	2,7%	7,6%	0,0%
Reste de l'Europe	174,0	194,6	11,8%	7,2%	7,7%	-3,1%
Etats-Unis/Canada	153,5	144,9	-5,6%	3,5%	2,6%	-11,1%
Reste du monde	224,8	252,3	12,2%	3,3%	12,5%	-3,5%
Total	998,4	1 071,4	7,3%	3,5%	6,9%	-3,0%

3^{ème} trimestre 2011 – Chiffre d'affaires par origine⁽¹⁾

(€M)	T3 2010	T3 2011	Evolution totale	Effet périmètre	Croissance organique	Effet change
France	242,5	250,6	3,3%	0,9%	2,5%	0,0%
Italie	146,3	148,6	1,6%	2,7%	-1,0%	-0,1%
Reste de l'Europe	177,8	201,0	13,0%	8,2%	9,4%	-4,5%
Etats-Unis/Canada	157,7	180,7	14,6%	21,8%	3,8%	-9,3%
Reste du monde	239,2	259,6	8,5%	3,1%	9,5%	-3,9%
Total	963,5	1 040,5	8,0%	6,5%	5,3%	-3,7%

4^{ème} trimestre 2011 – Chiffre d'affaires par origine⁽¹⁾

(€M)	T4 2010	T4 2011	Evolution totale	Effet périmètre	Croissance organique	Effet change
France	264,2	276,2	4,5%	1,1%	3,4%	0,0%
Italie	144,2	144,9	0,5%	3,1%	-2,6%	0,0%
Reste de l'Europe	219,3	202,2	-7,8%	-6,6%	3,5%	-4,6%
Etats-Unis/Canada	132,1	163,1	23,5%	18,8%	3,2%	0,7%
Reste du monde	257,1	315,4	22,7%	13,5%	10,9%	-2,5%
Total	1 016,9	1 101,8	8,3%	5,1%	4,6%	-1,5%

Année 2011 – Compte de résultat

En millions d'euros	2010 ⁽²⁾	2011	Evolution en %
Chiffre d'affaires	3 890,5	4 250,1	9,2%
Marge brute	2 077,7	2 222,1	6,9%
<i>En % du chiffre d'affaires</i>	53,4%	52,3%	
Résultat opérationnel ajusté⁽¹⁾	797,0	856,7	7,5%
<i>En % du chiffre d'affaires</i>	20,5%	20,2%	
Amortissements et frais/produits liés aux acquisitions	(39,4)	(28,5)	
Dépréciation de Goodwill	0,0	(15,9)	
Résultat opérationnel	757,6	812,3	7,2%
<i>En % du chiffre d'affaires</i>	19,5%	19,1%	
Produits et charges financiers	(71,2)	(82,2)	
Gains et pertes de change	(39,8)	10,6	
Impôts sur les résultats	(227,1)	(261,4)	
Résultat net	419,5	479,3	14,3%
Résultat net part du Groupe	418,3	478,6	14,4%

1. Résultat opérationnel ajusté des amortissements des réévaluations d'actifs incorporels pratiquées lors des acquisitions et des frais / produits liés à celles-ci (pour 2010 et 2011, de respectivement 39,4 M€ et 28,5 M€) ainsi que, le cas échéant, des dépréciations de goodwill (0€ en 2010 et 15,9 M€ en 2011)

2. Pro forma, cf. p28 de la présentation des résultats du premier trimestre 2011

1^{er} trimestre 2011 – Compte de résultat

En millions d'euros	T1 2010 ⁽²⁾	T1 2011	Evolution en %
Chiffre d'affaires	911,7	1 036,4	13,7%
Marge brute	497,2	561,7	13,0%
<i>En % du chiffre d'affaires</i>	54,5%	54,2%	
Résultat opérationnel ajusté⁽¹⁾	189,0	218,2	15,4%
<i>En % du chiffre d'affaires</i>	20,7%	21,1%	
Amortissements et frais/produits liés aux acquisitions	(8,5)	(8,4)	
Dépréciation de Goodwill	0,0	0,0	
Résultat opérationnel	180,5	209,8	16,2%
<i>En % du chiffre d'affaires</i>	19,8%	20,2%	
Produits et charges financiers	(15,5)	(17,9)	15,5%
Gains et pertes de change	(25,4)	6,0	
Impôts sur les résultats	(48,7)	(70,2)	
Résultat net	90,9	127,7	40,5%
Résultat net part du Groupe	90,3	127,5	41,2%

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 2010 et T1 2011, de respectivement 8,5 M€ et 8,4 M€) ainsi que, le cas échéant, des dépréciations de goodwill (0€ en T1 2010 et T1 2011)

2. Pro forma, cf. p28 de la présentation des résultats du premier trimestre 2011

2^{ème} trimestre 2011 – Compte de résultat

En millions d'euros	T2 2010 ⁽²⁾	T2 2011	Evolution en %
Chiffre d'affaires	998,4	1 071,4	7,3%
Marge brute	548,3	565,1	3,1%
<i>En % du chiffre d'affaires</i>	<i>54,9%</i>	<i>52,7%</i>	
Résultat opérationnel ajusté⁽¹⁾	217,4	224,5	3,3%
<i>En % du chiffre d'affaires</i>	<i>21,8%</i>	<i>21,0%</i>	
Amortissements et frais/produits liés aux acquisitions	(11,1)	(8,8)	
Dépréciation de Goodwill	0,0	0,0	
Résultat opérationnel	206,3	215,7	4,6%
<i>En % du chiffre d'affaires</i>	<i>20,7%</i>	<i>20,1%</i>	
Produits et charges financiers	(17,4)	(16,5)	
Gains et pertes de change	(27,1)	4,7	
Impôts sur les résultats	(59,7)	(64,8)	
Résultat net	102,1	139,1	36,2%
Résultat net part du Groupe	102,3	138,9	35,8%

1. Résultat opérationnel ajusté des amortissements des réévaluations d'actifs incorporels pratiquées lors des acquisitions et des frais / produits liés à celles-ci (pour T2 2010 et T2 2011, de respectivement 11,1 M€ et 8,8 M€) ainsi que, le cas échéant, des dépréciations de goodwill (0€ en T2 2010 et T2 2011)

2. Pro forma, cf. p28 de la présentation des résultats du premier trimestre 2011

3^{ème} trimestre 2011 – Compte de résultat

En millions d'euros	T3 2010 ⁽²⁾	T3 2011	Evolution en %
Chiffre d'affaires	963,5	1 040,5	8,0%
Marge brute	513,0	541,0	5,5%
<i>En % du chiffre d'affaires</i>	53,2%	52,0%	
Résultat opérationnel ajusté⁽¹⁾	206,6	213,8	3,5%
<i>En % du chiffre d'affaires</i>	21,4%	20,5%	
Amortissements et frais/produits liés aux acquisitions	(10,0)	(7,3)	
Dépréciation de Goodwill	0,0	0,0	
Résultat opérationnel	196,6	206,5	5,0%
<i>En % du chiffre d'affaires</i>	20,4%	19,8%	
Produits et charges financiers	(18,7)	(25,0)	
Gains et pertes de change	19,3	6,5	
Impôts sur les résultats	(70,1)	(65,3)	
Résultat net	127,1	122,7	-3,5%
Résultat net part du Groupe	126,6	122,5	-3,2%

1. Résultat opérationnel ajusté des amortissements des réévaluations d'actifs incorporels pratiquées lors des acquisitions et des frais / produits liés à celles-ci (pour T3 2010 et T3 2011, de respectivement 10,0 M€ et 7,3 M€) ainsi que, le cas échéant, des dépréciations de goodwill (0€ en T3 2010 et T3 2011)

2. Pro forma, cf. p28 de la présentation des résultats du premier trimestre 2011

4^{ème} trimestre 2011 – Compte de résultat

En millions d'euros	T4 2010 ⁽²⁾	T4 2011	Evolution en %
Chiffre d'affaires	1 016,9	1 101,8	8,3%
Marge brute	519,2	554,3	6,8%
<i>En % du chiffre d'affaires</i>	51,1%	50,3%	
Résultat opérationnel ajusté⁽¹⁾	184,0	200,2	8,8%
<i>En % du chiffre d'affaires</i>	18,1%	18,2%	
Amortissements et frais/produits liés aux acquisitions	(9,8)	(4,0)	
Dépréciation de Goodwill	0,0	(15,9)	
Résultat opérationnel	174,2	180,3	3,5%
<i>En % du chiffre d'affaires</i>	17,1%	16,4%	
Produits et charges financiers	(19,6)	(22,8)	
Gains et pertes de change	(6,6)	(6,6)	
Impôts sur les résultats	(48,6)	(61,1)	
Résultat net	99,4	89,8	-9,7%
Résultat net part du Groupe	99,1	89,7	-9,5%

1. Résultat opérationnel ajusté des amortissements des réévaluations d'actifs incorporels pratiquées lors des acquisitions et des frais / produits liés à celles-ci (pour T4 2010 et T4 2011, de respectivement 9,8M€ et 4,0 M€) ainsi que, le cas échéant, des dépréciations de goodwill (0€ en T4 2010 et 15,9 M€ en T4 2011)
2. Pro forma, cf. p28 de la présentation des résultats du premier trimestre 2011

2011 – Réconciliation de la marge brute d'autofinancement avec le résultat net

En millions d'euros	2010	2011
Résultat net	419,5	479,3
Amortissement et dépréciation	193,5	198,8
Variations des autres actifs et passifs non courants et des impôts différés	36,9	45,4
(Gains)/pertes de change	23,3	(7,3)
(Plus-values)/Pertes sur cession d'actifs et de placements	(1,9)	(2,4)
Autres ajustements	1,7	0,6
Marge brute d'auto-financement	673,0	714,4

2011 – Réconciliation du Cash-flow libre et de la marge brute d'autofinancement

En millions d'euros	2010	2011	Evolution en %
Marge brute d'auto-financement ⁽¹⁾	673,0	714,4	6,2%
<i>En % du chiffre d'affaires</i>	17,3%	16,8%	
Variation du besoin en fonds de roulement	76,4	(68,2)	
Flux de trésorerie issus des opérations courantes	749,4	646,2	-13,8%
<i>En % du chiffre d'affaires</i>	19,3%	15,2%	
Investissements (dont frais de R&D capitalisés)	(112,8)	(137,0)	
Produits de cession d'actifs	8,9	13,5	
Cash-flow libre	645,5	522,7	-19,0%
<i>En % du chiffre d'affaires</i>	16,6%	12,3%	

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

Périmètre de consolidation

2010	T1	S1	9M	Année pleine
Inform			Bilan seulement	6 mois
Indo Asian Switchgear			Bilan seulement	4 mois

2011	T1	S1	9M	Année pleine
Inform	3 mois	6 mois	9 mois	12 mois
Indo Asian Switchgear	3 mois	6 mois	9 mois	12 mois
Meta System Energy	3 mois	6 mois	9 mois	12 mois
Electrorack	3 mois	6 mois	9 mois	12 mois
Intervox Systems	Bilan seulement	6 mois	9 mois	12 mois
Middle Atlantic Products		Bilan seulement	9 mois	7mois
SMS			Bilan seulement	5 mois
Megapower				Bilan seulement

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.legrandgroup.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.