

Objectifs de Challenge 2009 atteints ou dépassés

FAITS MARQUANTS

Le Plan Challenge 2009, mis en place fin 2008 pour permettre à Faurecia de sortir renforcé de la crise du secteur, s'est déroulé efficacement et a produit les résultats attendus sur l'ensemble de l'exercice :

- **Redressement de la marge opérationnelle au 2^{ème} semestre à 95,6 millions d'euros ;**
- **Cash flow à l'équilibre au 2^{ème} semestre ;**
- **Diminution de l'endettement (1 401 millions d'euros vs 1 604 millions d'euros à décembre 2008) ;**
- **Réduction des coûts de 663 millions d'euros sur 2009 ;**
- **Abaissement du point mort de 18% ;**
- **Acquisitions de Emcon Technologies et Plastal Allemagne.**

RESULTATS DU SECOND SEMESTRE 2009

Millions d'euros	2° Semestre	
	2009	2008
Ventes produits	4 106.3	4 252.3
Δ / n- 1 à données comparables	(2,1%)	
Autres ventes	805,8	1 157,0
Chiffre d'affaires total	4 912.1	5 409.3
Δ / n- 1 à données comparables	(8,3%)	
Marge opérationnelle en % du CA	95.6 1.9%	0.9 -
Résultat net (part du Groupe)	(69.0)	(552.6)
Flux nets de trésorerie ¹	0.3	42.1
Endettement financier net	1 401.2	1 604.8

¹ variation de l'endettement financier net corrigé de la variation des cessions de créances commerciales et de l'impact net de l'augmentation de capital.

Chiffre d'affaires du 2^{ème} semestre 2009

Représentatives de l'activité, les **ventes de produits**, comprenant les livraisons de pièces et composants aux constructeurs, sont en recul limité de 2,1% par rapport au second semestre de 2008 à 4 106,3 millions d'euros. Elles sont en hausse de 13% au dernier trimestre, reflétant la reprise d'activité.

Les ventes de monolithes, incluses dans les catalyseurs des systèmes d'échappement, sont en recul de 32% en liaison avec la baisse du cours des métaux précieux.

La facturation des **frais de développement, d'outillages et de prototypes** sont en baisse de 27% du fait d'une facturation importante au 1^{er} semestre (Chrysler, GM notamment)

Le **chiffre d'affaires total** du 2^{ème} semestre est en retrait de 8,3%.

Ventes produits par zones géographiques :

- **En Europe**, les ventes de produits bénéficient du retournement d'activité au 4^{ème} trimestre, en hausse de 12,9%, permettant de limiter le recul du second semestre à 2,0% ;
- **En Amérique du Nord**, les ventes de produits sont en recul limité de 7,2% au 4^{ème} trimestre et de 18,2% sur le 2^{ème} semestre ;
- **En Amérique du Sud**, les ventes de produits sont en forte hausse en fin d'année avec un dernier trimestre en progression de 71,5% permettant de réaliser au second semestre une croissance de 19,0% ;
- **En Asie**, la croissance des ventes de produits a été de 43% sur le semestre et de 56,5 % au quatrième trimestre tirée principalement par la Chine (+73% au 4^{ème} trimestre après 34% au 3^{ème} trimestre).

Marge Opérationnelle du 2^{ème} semestre 2009

Le second semestre 2009 enregistre une marge opérationnelle positive de 95,6 millions d'euros soit 1,9% du chiffre d'affaires (vs 0,9 million au second semestre 2008).

Ce redressement par rapport au second semestre de 2008 intervient malgré l'impact de la baisse d'activité encore négatif de 162 millions d'euros. Il résulte de l'effet positif des réductions de coûts de Challenge 2009 qui s'élèvent à 257 millions d'euros sur le semestre.

Résultat net du 2^{ème} semestre 2009

Les charges de restructuration, consécutives à la dernière phase de mise en œuvre des réductions d'effectifs liés au plan Challenge 2009, s'élèvent sur le semestre à 57,1 millions d'euros.

Les frais financiers du semestre sont de 60,5 millions d'euros et correspondent à une moyenne de charge d'intérêts de 5,41%, résultant des marges exceptionnelles que Faurecia a acquittées sur ses crédits bancaires jusqu'à la fin de 2009.

Du fait de ces charges financières et de restructurations encore élevées, le résultat net part du Groupe est, sur le semestre, une perte de 69,0 millions d'euros.

Structure financière

Les investissements du second semestre, qui s'élèvent à 81,3 millions d'euros (à comparer à 175,4 millions d'euros au second semestre 2008) ont été, comme au premier semestre, fortement maîtrisés conformément au plan Challenge 2009. Les charges de recherche et développement capitalisés, à 51,8 millions d'euros, sont également en forte réduction. Enfin les besoins en fonds de roulement n'ont connu qu'un faible accroissement (26 millions d'euros) malgré la forte reprise de l'activité en fin d'année et du fait d'un bon contrôle du niveau des stocks.

Au total, les flux nets de trésorerie sont à l'équilibre sur le semestre. L'endettement financier est à nouveau en recul et passe de 1 467 millions d'euros à fin juin 2009 à 1 401 millions d'euros à fin décembre 2009.

Enfin, la structure financière de Faurecia a été renforcée au second semestre par l'émission d'obligations convertibles en novembre 2009 (échéance janvier 2015) pour 208 millions d'euros net. Cette émission a permis de diversifier les sources de financement et de rallonger la maturité de la dette.

RESULTATS DE L'EXERCICE 2009

Millions d'euros	Année	
	2009	2008
Ventes produits	7590.3	9 574.0
Δ / n- 1 à données comparables	(19,8%)	
Autres ventes	1 701,9	2 436,7
Chiffre d'affaires total	9 292.2	12 010.7
Δ / n- 1 à données comparables	(22,2%)	
Marge opérationnelle en % du CA	(91.7) (1.0%)	91.2 0.8%
Résultat net (part du Groupe)	(433.6)	(574 .8)
Flux nets de trésorerie ²	(168.2)	10.3
Endettement financier net	1 401.2	1 604.8

Chiffres d'affaires 2009

Les **ventes de produits** sont de 7 590.3 millions d'euros contre 9 574.0 millions d'euros en 2008, en retrait de 19,7%.

Les **ventes de monolithes** sont de 828,4 millions d'euros en baisse de 43%.

Avec 873,6 millions d'euros, **les facturations de frais de développement, d'outillages et de prototypes** sont en recul de 8,5%.

Au total, le **chiffre d'affaires consolidé** 2009 de Faurecia est de 9 292,2 millions d'euros à comparer à 12 010,7 millions d'euros en 2008, en baisse de 22,2% à taux de change et périmètre constants.

Marge Opérationnelle

Sur l'ensemble de l'exercice, la marge opérationnelle est négative de 91,7 millions d'euros.

Le plan Challenge 2009 a permis de réduire les coûts de 663 millions d'euros sur l'année, dont 234 millions d'euros pour les coûts de production, 146 millions d'euros pour les coûts d'achats et 283 millions d'euros pour les frais fixes.

² variation de l'endettement financier net corrigé de la variation des cessions de créances commerciales et de l'impact net de l'augmentation de capital.

Résultat net

Les **charges annuelles de restructuration** sont de 129,5 millions d'euros. Elles portent principalement sur des mesures d'ajustement des effectifs liées à la forte baisse d'activité en : France (41,8 millions d'euros), Allemagne (29,2 millions d'euros), Amérique du Nord (21,5 millions d'euros), Espagne (14,1 millions d'euros) et divers autres pays pour (22,9 millions d'euros).

Les **frais financiers** nets s'élèvent en 2009 à 123,1 millions d'euros soit 1,3% du chiffre d'affaires à comparer à 96,3 millions d'euros en 2008. L'augmentation de la charge financière résulte principalement de la hausse du taux moyen de financement en 2009, à 5,4%, résultant des marges exceptionnelles que Faurecia a acquittées sur ses crédits bancaires jusqu'à la fin de 2009.

Le **résultat net consolidé** de l'exercice 2009 est une perte 433,6 millions d'euros pour la part du groupe. Il se compare à une perte nette part du groupe de 574,8 millions d'euros en 2008.

Situation Financière

Les **investissements corporels** s'élèvent en 2009 à 169,1 millions d'euros soit 1,8% du chiffre d'affaires. Ils sont en baisse significative sur le niveau de 2008 qui était de 328,7 millions d'euros et 2,7% du chiffre d'affaires, conformément à la mise en œuvre du plan Challenge 2009.

Les **investissements en frais de développement** qui correspondent aux frais d'études capitalisés, sont également en baisse en 2009 à 104,4 millions d'euros contre 144,7 millions d'euros en 2008 du fait d'une accélération des facturations d'études et de développement aux clients de Faurecia.

La variation du **besoin en fonds de roulement** est positive de 86.4 millions d'euros et provient principalement de l'optimisation de stocks qui sont passés de 526,1 à 438,6 millions d'euros et du changement légal des délais de paiement en France de 90 à 60 jours dont l'impact net positif est estimé à 90 millions d'euros.

Les **flux nets de trésorerie**, correspondant à la variation de l'endettement financier net retraités de l'impact des variations de cessions de créances commerciales et hors augmentation de capital, ont dégagé un solde négatif de 168,1 millions d'euros en 2009. Après une consommation de 168,4 millions d'euros au premier semestre. Faurecia a généré un excédent de 0,3 million d'euros au second semestre.

DEVELOPPEMENTS STRATEGIQUES

Faurecia s'est, avec le plan Challenge 2009, donné les moyens de sortir renforcé de la crise et de participer à la consolidation de l'industrie de l'équipement automobile mondiale :

- Baisse du point mort de 18%, au delà de l'objectif de 15%. Cet acquis de Challenge 2009 permet de rétablir des performances opérationnelles positives et de créer un effet de levier important pour le futur.
- En 2009, Faurecia a remporté **11 milliards d'euros de nouveaux contrats** en très forte augmentation, par rapport à 2007 et 2008. Ces nouveaux contrats sont acquis **avec une rentabilité en ligne avec les objectifs long terme** du groupe. Près de **4 milliards d'euros** ont été remportés en 2008-2009 sur les marchés des **pays émergents**, donnant à Faurecia un fort potentiel de croissance sur ces marchés, notamment en Chine.
- **Acquisition de Emcon Technologies** qui a rejoint le 8 février **Faurecia Emissions Control Technologies** devenu leader mondial des technologies de contrôle des émissions et disposant d'un potentiel renforcé de Recherche et Innovation dans les nouvelles technologies de réduction des émissions. Le marché mondial du contrôle des émissions est en forte croissance du fait de la généralisation et du renforcement constant des normes de réduction des émissions des automobiles.
L'acquisition d'Emcon Technologies permet à Faurecia d'entrer sur le marché des véhicules industriels (commercial vehicles et off-roads), d'élargir sa base de clientèle et de renforcer son implantation géographique. Elle sera relative en résultat net en 2011.
- **Acquisition de Plastal Allemagne** fournisseur de premier rang de pièces plastiques d'extérieur pour l'industrie automobile. Plastal Allemagne a réalisé un chiffre d'affaires 2009 de 408 millions d'euros principalement avec VW, Ford, Mercedes et Porsche.

Sous réserve de l'accord des autorités européennes de la concurrence, Plastal Allemagne rejoindra au début d'avril 2010 l'activité **Faurecia Automotive Exteriors** qui deviendra le nouveau leader européen des pièces d'extérieur automobile. Cette acquisition sera relative sur la marge opérationnelle dès 2010.

PRIORITES ET OBJECTIFS 2010

Les priorités 2010 de Faurecia concernent :

- L'efficacité opérationnelle qui se concrétisera par une nouvelle réduction des coûts fixes et la poursuite du déploiement du Faurecia Excellence Sytem Acceleration Plan. Une nouvelle progression de la marge sur coûts variables en est attendue. Le groupe poursuivra simultanément l'approfondissement de son Plan Excellence in Program Management de façon à améliorer encore la rentabilité moyenne de ses programmes, notamment dans leur phase de développement ;
- L'intégration opérationnelle rapide d'Emcon Technologies et Plastal Allemagne de façon à sécuriser les synergies attendues sur les trois années et commencer à développer le potentiel clients et produits du nouveau périmètre.

La reprise de la production automobile mondiale, amorcée au second semestre de 2009 devrait se poursuivre au premier semestre de cette année. Dans ce contexte, les **perspectives de croissance** des ventes de produits de Faurecia sur l'ensemble de l'année 2010 sont de l'ordre de 4%, à structure comparable et sur le nouveau périmètre, incluant Emcon Fechnologies et Plastal Allemagne. Le premier semestre 2010 devrait connaître une croissance plus soutenue.

Sur cette base, les **objectifs 2010** de Faurecia s'établissent comme suit :

- Nouvelle baisse de 5% du point mort ;
- Marge opérationnelle supérieure à 200 millions d'euros ;
- Résultat net avant impôt positif ;
- Cash flow net positif.

Faurecia est l'un des leaders mondiaux de l'équipement automobile dans quatre activités clés : sièges d'automobile, technologies de contrôle des émissions, systèmes d'intérieur et extérieurs d'automobile. Le Groupe a réalisé en 2009 un chiffre d'affaires de 9,3 milliards d'euros. Il est présent dans 29 pays sur 190 sites et 28 centres de R&D. Faurecia est coté sur le marché NYSE Euronext de Paris. En savoir plus : www.faurecia.fr

Contacts: Presse
Olivier Le Fric
Responsable Relations Presse
Tél: +33 (0)1 72 36 72 58
Mob: +33 (0)6 76 87 30 17
olivier.lefrie@faurecia.com

Analystes/Investisseurs
Florent Couvreur
Responsable Communication Financière
Tél: +33 (0)1 72 36 75 70
Mob: 33 (0)6 61 48 29 64
florent.couvreur@faurecia.com

Annexe aux résultats 2009 de Faurecia

ACTIVITÉ

Millions d'euros	2008	2009	Variation (*)		
			Année	S2	Q4
Chiffre d'affaires total	12010.7	9292.2	(19.3)%	(5.1)%	7.5%
Modules de l'intérieur	8309.0	6602.5	(20.2)%	(6.2)%	6.6%
Autres modules	3701.7	2689.7	(15.8)%	(1.2)%	10.9%
Ventes produits	9574.0	7590.3	(19.8)%	(2.1)%	12.8%
- Sièges d'automobile	4665.1	3707.0	(19.9)%	(1.1)%	15.7%
- Systèmes d'intérieur	2769.1	2142.6	(21.6)%	(3.8)%	10.4%
Modules de l'intérieur (sous-total)	7434.2	5849.6	(20.5)%	(2.1)%	13.7%
- Technologies de contrôle des émissions	1226.3	950.1	(21.4)%	(2.4)%	9.1%
- Extérieurs d'automobile	913.4	790.5	(13.5)%	(2.0)%	11.6%
Autres Modules (sous-total)	2139.7	1740.6	(18.0)%	(2.2)%	10.2%

(*) A données comparables. hors monolithes. à taux de change et périmètre constants.