

Communiqué de presse

Nanterre, le 9 février 2017

NETTE AMÉLIORATION DE LA RENTABILITÉ EN 2016 OBJECTIFS DEFINIS EN 2013 LARGEMENT DEPASSES

GUIDANCE POUR 2017 CONFIRME LES OBJECTIFS POUR 2018

- **Chiffre d'affaires total** de **18,71 milliards d'euros** ; croissance organique*¹ de 2,6 %
- **Ventes à valeur ajoutée²** de **15,61 milliards d'euros** ; croissance organique de **4,3 %**
- **Marge opérationnelle** de 970 millions d'euros, en hausse de 17 %, soit 5,2 % du chiffre d'affaires total ou **6,2 % des ventes à valeur ajoutée²**, en hausse de 80 points de base
- **Résultat net** à 638 millions d'euros, **en progression de 72 %**
- **Cash-flow net** de 459 millions d'euros, **en progression de 52 %**
- **Prises de commandes³** (2014-2016) à 53 milliards d'euros, **en hausse de 6 milliards d'euros**
- **Dividende** proposé de 90 centimes en hausse de 38 % par rapport aux 65 centimes payés en 2016

Les comptes de l'exercice 2016 ont été arrêtés par le Conseil d'administration, qui s'est réuni le 8 février 2017, sous la **présidence de Yann Delabrière**. Les procédures d'audit sur les comptes consolidés de l'exercice 2016 ont été effectuées et le rapport de certification est en cours d'émission.

Patrick Koller, Directeur général de Faurecia, a déclaré : « La solide rentabilité de Faurecia en 2016, à 6,2 %², soit une augmentation de 80 points de base, résulte d'une forte performance industrielle dans toutes les régions et d'une impressionnante contribution de l'Asie. Nos prises de commandes³ de 53 milliards d'euros, en hausse de 6 milliards d'euros, sont le gage d'une croissance future robuste qui nous permet de confirmer tous nos objectifs pour 2018. Après la cession d'Automotive Exteriors, le Groupe est désormais entièrement focalisé sur ses deux priorités stratégiques : « Sustainable mobility » et « Smart life on board ». Je voudrais profiter de cette occasion pour remercier tous nos collaborateurs pour leur contribution en 2016. »

| Objectifs 2016 (définis en 2013) | Résultats 2016 | | Commentaire |
|---|--|---|--|
| Chiffre d'affaires total supérieur à 21 milliards d'euros 2014-2016 CAGR ~5 % | 18,7 milliards d'euros (hors Exteriors) 2014-2016 CAGR 5,3 % | x | Au-dessus de 21 milliards d'euros y compris Automotive Exteriors et effets de change |
| Marge opérationnelle de 4,5 à 5,0 % | Marge opérationnelle de 5,2 % | x | Sur le chiffre d'affaires total |
| Un cash-flow net d'environ 300 millions d'euros | Cash-flow net 459 millions d'euros | x | 333 millions d'euros ajustés ⁸ |
| ROCE > 20 % | 24,6 % | x | Avant impôts et écart d'acquisition |

*Toutes les définitions sont expliquées à la fin du communiqué de presse

Résultats 2016 : Nette amélioration de la rentabilité (+80 points de base)

| Millions d'euros | 2014* | 2015 | 2016 | 2016 vs. 2015 | CAGR 2014-2016 |
|---|--------|--------|---------------|---|--|
| Ventes totales | 16 877 | 18 770 | 18 711 | -0,3 % + 2,6 % organique ¹ | 5,3 % organique ¹ |
| Ventes à valeur ajoutée² | 13 775 | 15 466 | 15 614 | +1,0 % + 4,3 % organique ¹ | 6,5 % organique ¹ |
| Marge opérationnelle | 595 | 830 | 970 | +16,9 % | 27,7 % |
| En % du chiffre d'affaires total | 3,5 | 4,4 | 5,2 | +80 points de base | |
| En % des ventes à valeur ajoutée ² | 4,3 | 5,4 | 6,2 | +80 points de base | |
| Résultat net (part du Groupe) | 166 | 372 | 638 | +71,5 % | +65 %** |
| Cash-flow net | 216 | 303 | 459 | | +24 %** |
| Dettes financières nettes | 1 388 | 946 | 342 | -604 millions | |

*Exercice 2014 retraité selon IFRS 5 ; **Calculé sur la base de chiffres ajustés en 2016

Les résultats décrits ci-dessous s'entendent après application de la norme IFRS 5 tant pour 2016 que pour 2015

Les **ventes (totales) consolidées** de Faurecia en 2016 ont atteint 18 710,5 millions d'euros, contre 18 770,4 millions d'euros en 2015. Les ventes consolidées ont reculé de 0,3 % en données publiées mais **les ventes ont progressé de 2,6 % par rapport à 2015** sur une base organique.

Les **ventes de monolithes⁴ de convertisseurs catalytiques** ont atteint 3 096,9 millions d'euros en 2016, contre 3 304,4 millions d'euros en 2015. Elles ont enregistré un **recul** de -6,3 % en données publiées et **de -5,2 % en organique**, du fait d'une baisse des cours des métaux précieux.

Les **ventes à valeur ajoutée** (chiffre d'affaires total moins ventes de monolithes⁴), qui sont les plus représentatives de l'activité du Groupe, se sont établies à 15 613,6 millions d'euros en 2016, contre 15 466,0 millions d'euros en 2015, soit une progression de 1,0 %. Sur une base organique, les ventes à valeur ajoutée se sont inscrites **en hausse de 4,3 % par rapport à 2015**.

Selon notre analyse, Faurecia devrait avoir la qualité « d'agent selon la norme IFRS 15 » pour les monolithes. A compter du 1^{er} janvier 2017, Faurecia publiera uniquement les ventes à valeur ajoutée et donnera en annexe la réconciliation avec les ventes totales.

Ventes par client : forte croissance avec Renault-Nissan, Ford, Hyundai et Cummins

Les développements les plus remarquables ont concerné Renault-Nissan à +16 % (organique), confortant sa position de troisième client de Faurecia, et Ford à +9 % (organique). Les ventes à Cummins pour les véhicules commerciaux ont progressé de 6 % (organique). Les véhicules commerciaux représentent 9 % du chiffre d'affaires de Faurecia Clean Mobility (anciennement Faurecia Emissions Control Technologies). Les ventes aux constructeurs chinois ont grimpé de 48 % (organique) et représentent désormais 13 % des ventes en Chine (14,5 % au S2).

Ventes et rentabilité par région

EUROPE

Hausse de la rentabilité de 80 points de base à 5,6 % (sur les ventes à valeur ajoutée) grâce à l'efficacité opérationnelle

Croissance (organique) de 3,3 %, dépassant celle du marché

Le chiffre d'affaires total a atteint 9 643,2 millions d'euros en 2016 (9 507,4 millions d'euros en 2015), en hausse de 1,4 % en données publiées et de 2,4 % en organique.

Les ventes à valeur ajoutée ont totalisé 7 906,6 millions d'euros en 2016, contre 7 734,1 millions en 2015.

Les ventes à valeur ajoutée ont progressé de 2,2 % en données publiées (3,3 % en organique) par rapport à 2015.

Sur la même période, la production des constructeurs automobiles en Europe a augmenté de 2,8 %*** (Russie comprise).

La marge opérationnelle a atteint 440 millions d'euros en 2016 (372,7 millions d'euros en 2015), soit 4,6 % du chiffre d'affaires total, en hausse de 70 points de base. La marge opérationnelle sur les ventes à valeur ajoutée s'est établie à **5,6 %, soit +80 points de base par rapport à 2015.**

AMÉRIQUE DU NORD

Hausse de la rentabilité de 70 points de base, à 5,4 % (sur les ventes à valeur ajoutée), grâce à l'efficacité industrielle

Le chiffre d'affaires total s'établit à 5 219,4 millions d'euros en 2016 (5 427,2 millions d'euros en 2015), en recul de 3,8 % en données publiées et de 1,8 % en organique.

Les ventes à valeur ajoutée ont atteint 4 432,7 millions d'euros en 2016, contre 4 584,0 millions d'euros en 2015. Elles ont diminué de 3,3 % en données publiées et de 0,9 % en organique, par rapport à une augmentation de la production de 2,0 %***.

La décision de FCA de réduire drastiquement la production de la Chrysler 200 a eu un impact négatif sur nos ventes de 360 points de base (166 millions d'euros). En revanche, les ventes à Renault-Nissan et Daimler ont fortement augmenté.

La **marge opérationnelle** s'est hissée à 239,4 millions d'euros (214,0 millions d'euros en 2015), soit 4,6 % des ventes totales (+70 points de base par rapport à 2015) ou **5,4 %** des ventes à valeur ajoutée, **+70 points de base par rapport à 2015.**

ASIE

Très forte croissance rentable avec les constructeurs chinois, +48 % de croissance organique et marge opérationnelle supérieure à 12 % sur les ventes à valeur ajoutée

Le chiffre d'affaires total a atteint 3 067,7 millions d'euros (3 100,1 millions d'euros en 2015), en baisse de 1,0 % en données publiées et en hausse de 5,6 % en organique.

Les ventes à valeur ajoutée, à 2 557,2 millions d'euros en 2016, contre 2 507,8 millions d'euros en 2015, ont augmenté de 2,0 % en données publiées et de 9,1 % en organique, un résultat supérieur à la croissance de la production de véhicules légers estimée à +7,2 %***.

Les ventes à valeur ajoutée en Chine (1 951,6 millions d'euros en 2016) ont enregistré un recul de 4,1 % en données publiées et une hausse de 3,8 % en organique.

Les ventes aux constructeurs automobiles chinois ont augmenté de 48 % (organique), soit 13 % des ventes chinoises (14,5 % au S2). Les ventes aux joint-ventures internationales ont été impactées par un mix client négatif. En Chine, la production a progressé de 14,0 %***.

***Source : IHS Automotive, janvier 2017

La **marge opérationnelle**, atteint 310,4 millions d'euros (292,5 millions d'euros en 2015), soit 10,1 % du chiffre d'affaires total, en hausse de 70 points de base. La marge opérationnelle sur les ventes à valeur ajoutée s'est établie à **12,1 %, soit +40 points de base par rapport à 2015**.

Chiffre d'affaires et rentabilité par activité

SEATING

Forte croissance de +9 %¹ et rentabilité supérieure à 5 %

Les ventes à valeur ajoutée (égales au chiffre d'affaires total) ont totalisé 6 607,4 millions d'euros, contre 6 188,5 millions d'euros en 2015, soit une hausse de 6,8 % en données publiées et de 9,0 % en organique ; 430 points de base au-dessus de la croissance de la production des véhicules légers (+4,7 %^{***}), soit une part de marché en nette progression. Cette croissance a été soutenue par un certain nombre de lancements pour Nissan, Ford, BMW et Daimler.

La **marge opérationnelle** s'est accrue pour atteindre 343,7 millions d'euros (304,3 millions en 2015), soit **5,2 % des ventes à valeur ajoutée, en hausse de 30 points de base**.

INTERIORS

Nette amélioration de la rentabilité, supérieure à 5 %, +250 points de base entre 2014 et 2016

Les ventes à valeur ajoutée (égales au chiffre d'affaires total) ont totalisé 4 810,9 millions d'euros, contre 5 091,6 millions en 2015, soit un recul de -5,5 % en données publiées et -0,2 % en organique.

Les ventes ont été impactées par la décision de FCA de mettre fin à la production de la Chrysler 200 fin 2016. Par ailleurs, les ventes ont augmenté avec Renault-Nissan (croissance à deux chiffres) et BMW. La croissance a été particulièrement remarquable en Asie et plus particulièrement en Chine.

Malgré la baisse des ventes, Interiors a nettement amélioré sa **marge opérationnelle** à 247,9 millions d'euros (193,7 millions d'euros en 2015) ou **5,2 % des ventes à valeur ajoutée, +140 points de base** (3,8 % des ventes à valeur ajoutée en 2015). En 2014, la marge opérationnelle sur les ventes à valeur ajoutée avait été de 2,7 % ;

CLEAN MOBILITY (anciennement Emissions Control Technologies)

En bonne voie pour devenir une activité à 10 % de marge sur les ventes à valeur ajoutée

Le chiffre d'affaires total a atteint 7 292,2 millions d'euros en 2016 (7 490,3 millions en 2015), soit une diminution de 2,7 % en données publiées et une baisse de 0,8 % en organique.

Les ventes à valeur ajoutée ont atteint 4 195,3 millions d'euros en 2016 (4 185,8 millions d'euros en 2015), soit une hausse de 0,2 % en données publiées et une augmentation de 2,6 % en organique.

Les ventes à Renault-Nissan ont progressé (croissance à deux chiffres) et les ventes à Cummins ont nettement augmenté.

La **marge opérationnelle** s'est accrue pour atteindre 393,8 millions d'euros (347,1 millions en 2015), soit **9,4 % des ventes à valeur ajoutée, en hausse de 110 points de base**.

^{***}Source : IHS Automotive, janvier 2017

Résultat net (part du Groupe) à 638 millions d'euros, en hausse de 72 %

Le **résultat net consolidé (part du Groupe)** se situe à 637,8 millions d'euros (3,4 % du chiffre d'affaires total ou 4,1 % des ventes à valeur ajoutée), contre 371,8 millions d'euros en 2015 (2,0 % du chiffre d'affaires total, 2,4 % des ventes à valeur ajoutée), soit une hausse de 72 %. Les principaux éléments hors marge opérationnelle sont :

- Les coûts de restructuration, qui se sont établis à 86,3 millions d'euros (contre 57,3 millions d'euros en 2015), permettront d'optimiser l'organisation industrielle de Clean Mobility en Europe et d'Interiors en Amérique du Nord.
- Les charges financières nettes ont totalisé 162,4 millions d'euros, contre 206,7 millions d'euros en 2015. Depuis le second semestre de 2016, Faurecia tire pleinement profit du refinancement complet de sa dette. Les charges financières nettes continueront à baisser en 2017.
- Le résultat net des activités non-poursuivies s'établit à 188,3 millions d'euros, y compris la plus-value résultant de la vente d'Automotive Exteriors le 29 juillet 2016. En 2015, il s'affichait à 60,8 millions d'euros.

Cash-flow net à 459 millions d'euros et dette nette en baisse de 604 millions, à 342 millions d'euros

Le **cash-flow** net⁶ s'inscrit à 459 millions d'euros, en hausse de 52 %. Le cash-flow net ajusté⁸ est estimé à 333 millions d'euros.

L'**EBITDA** progresse de 197,5 millions d'euros pour atteindre 1 639,3 millions d'euros soit une hausse de 14 %. Cette forte progression est essentiellement le fait de la hausse de la marge opérationnelle qui augmente de 140,2 millions d'euros.

Les **investissements corporels et incorporels** et la **R&D capitalisée** augmentent de 12 % à 1 044,9 millions d'euros, contre 931,6 millions d'euros en 2015.

Le **besoin en fonds de roulement** s'est amélioré de 162,5 millions d'euros, contre 153,0 millions d'euros en 2015 (en grande partie du fait d'un plus grand nombre de cessions de créances commerciales).

Les **charges financières nettes** s'élèvent à 132,0 millions d'euros, contre 208,0 millions d'euros en 2015. La dette de Faurecia est entièrement refinancée.

Les **impôts sur les sociétés** atteignent 257,7 millions d'euros, contre 219,1 millions d'euros en 2015 reflétant un bénéfice avant impôts plus élevé.

Les **autres éléments** comprenant les ajustements à la norme IFRS 5 ont atteint 154,8 millions d'euros, contre 77,1 millions d'euros précédemment. Cela est dû en grande partie au traitement comptable IFRS 5 du transfert de 119 millions d'euros de cessions de créances commerciales des activités non-poursuivies vers les activités poursuivies.

À la fin décembre 2016, la **dette financière nette du Groupe**⁷ est ressortie à 341,5 millions d'euros, en baisse de 604,3 millions d'euros, contre 945,8 millions d'euros fin décembre 2015.

Dividende proposé de 90 centimes en hausse de 38 %

Le Conseil d'administration proposera à la prochaine assemblée annuelle des actionnaires (le 30 mai 2017) le versement d'un dividende de 90 centimes d'euros par action contre 35 centimes d'euros versés en 2015 et 65 centimes d'euros en 2016. Cette augmentation reflète la nette amélioration du bénéfice par action et l'engagement de Faurecia à créer de la valeur pour ses actionnaires.

2017 : une nouvelle trajectoire pour Faurecia, bien positionné pour atteindre ses objectifs de croissance rentable pour 2018

Lors de sa Journée investisseurs organisée en avril 2016, Faurecia a présenté sa « **New Trajectory 2016-2018** », qui aligne ses priorités stratégiques sur les tendances de fond du marché automobile. Le Groupe va accélérer sa croissance rentable et **mettre l'accent sur « Sustainable mobility »** et « **Smart life on board** ». Cette stratégie est incarnée par la nouvelle identité visuelle du Groupe ainsi qu'une nouvelle signature: « **Inspiring mobility** » (voir communiqué de presse séparé).

Le Groupe a annoncé les objectifs suivants pour 2018 :

- Croissance de 6 % des ventes à valeur ajoutée sur la période 2016-2018 (400 points de base de plus que la croissance de la production automobile)
- Marge opérationnelle de 7 % sur les ventes à valeur ajoutée
- Cash-flow net supérieur à 500 millions d'euros
- Bénéfice net par action de 5,00 euros

Les **prises de commandes** du Groupe (période glissante de 3 ans), à 53 milliards d'euros, sont en hausse de 6 milliards d'euros par rapport à 2015. Sur cette base, Faurecia envisage en toute confiance l'accélération de sa croissance rentable à compter de 2017. Deux facteurs seront particulièrement importants : la croissance avec les constructeurs chinois, qui représenteront 20 % des ventes en Chine d'ici 2018 et les ventes aux véhicules commerciaux qui doubleront d'ici 2020.

Faurecia confirme tous ses objectifs pour 2018.

Guidance 2017*

Dans cet environnement, le Groupe confirme ses objectifs pour 2018 et a émis la **guidance suivante pour l'exercice 2017** :

- Croissance des **ventes à valeur ajoutée** : **+6 %** à taux de change constants ou +400 points de base au-dessus de la croissance de la production de véhicules légers
- **Marge opérationnelle** (sur les ventes à valeur ajoutée) **située entre 6,4 % et 6,8 %**
- **Cash-flow net à 350 millions d'euros minimum**
- **Bénéfice Net Par Action autour de 4 euros**

Les priorités stratégiques du Groupe en 2017 sont d'accélérer le développement de technologies pour « Sustainable mobility » et « Smart life on board ». Cet objectif sera atteint grâce à des investissements dans des start-ups, des partenariats et des acquisitions. En 2016, le Groupe a investi dans cinq start-ups et a amorcé l'acquisition de Parrot Automotive. Cette transaction devrait être conclue au cours du premier trimestre 2017. Le Groupe a également racheté Amminex pour accélérer la réduction efficace des émissions d'oxydes d'azote pour les véhicules particuliers, utilitaires et camions. L'amélioration de la marge opérationnelle du Groupe sera tirée par la technologie et les trois initiatives pour améliorer l'efficacité : les services partagés, l'efficacité de la R&D et la transformation digitale.

Journée investisseurs Clean Mobility : juin 2017 à Londres

* Principales hypothèses

Croissance mondiale de la production de véhicules légers (VP + VUL < 3,5 t) de 2 %

- Europe : 1,0 % à 1,5 %
- Amérique du Nord : 0 %
- Chine : 3,0 % à 5,0 %

Devises : USD/EUR à 1,12 et CNY/EUR à 7,40

Communiqué de presse



La présentation financière et le rapport financier de Faurecia seront disponibles ce jour – à partir de 7 h 00 – sur le site internet de Faurecia : www.faurecia.fr.

Une réunion pour les analystes financiers et la presse aura lieu ce jour à 10 h 30 au Pavillon Gabriel, Paris 8^e. Celle-ci pourra également être suivie sur www.faurecia.fr.

Une conférence téléphonique sera aussi disponible :

- France : +33 1 76 77 22 57
- R.-U. : +44(0)330 336 9411
- États-Unis : +1 719 325 2202

Pas de code d'accès.

À propos de Faurecia

Faurecia est l'un des principaux équipementiers automobiles mondiaux avec des positions de leader dans trois activités : Seating, Clean Mobility et Interiors Systems. Le Groupe a réalisé en 2016 un chiffre d'affaires de 18,7 milliards d'euros. Au 31 décembre 2016, Faurecia employait 100 000 personnes dans 34 pays sur 300 sites et 30 centres de R&D. Faurecia est coté sur le marché NYSE Euronext de Paris et le marché over-the-counter (OTC) aux États-Unis. En savoir plus : www.faurecia.fr

Contacts

Presse

Eric Fohlen-Weill
Responsable Relations Presse
Tél. : +33 (0)1 72 36 72 58
Mobile : +33 (0)6 81 07 91 02
eric.fohlen-weill@faurecia.com

Analystes/Investisseurs

Eric-Alain Michelis
Directeur de la Communication Financière
Tél. : +33 (0)1 72 36 75 70
Mobile : +33 (0)6 64 64 61 29
eric-alain.michelis@faurecia.com

En application de la norme comptable **IFRS 5**, les actifs et résultats financiers correspondant aux activités à vendre et le résultat net de ces activités interrompues ont été isolés dans des lignes distinctes du bilan consolidé et du compte de résultat.

Définitions de termes utilisés dans ce document :

1. Organique ou à périmètre constant
Variation à taux de change et périmètre constants.
2. Ventes à valeur ajoutée
Chiffre d'affaires total moins ventes monolithes
3. Prises de commandes
Somme des prises de commandes sur 3 ans
4. Ventes de monolithes
Les monolithes sont des composants utilisés dans les convertisseurs catalytiques pour lignes d'échappement. Les monolithes font l'objet d'une gestion directe de la part des constructeurs automobiles. Ils sont achetés auprès des fournisseurs désignés par ceux-ci et refacturés aux constructeurs pour leur prix de revient (pass-through basis). Ils ne génèrent de ce fait aucune valeur ajoutée industrielle.
5. Marge opérationnelle
Faurecia utilise la marge opérationnelle comme principal indicateur de performance du Groupe. Elle correspond au résultat des sociétés contrôlées avant prise en compte :
 - des autres revenus et charges opérationnels, correspondant à des éléments inhabituels, non récurrents et significatifs, qui comprennent les coûts de rationalisation des structures et départs anticipés, l'effet des événements exceptionnels tels que l'arrêt définitif d'une activité, la fermeture ou la cession d'un site industriel, les cessions d'immeubles hors exploitation, la constatation de pertes de valeurs d'actifs incorporels ou corporels et d'autres pertes inhabituelles et significatives ;
 - des produits sur prêts, titres de placement et trésorerie ; des charges de financement ;
 - des autres revenus et charges financiers qui comprennent l'effet de l'actualisation des engagements de retraite et du rendement des fonds affectés à la couverture de ceux-ci, l'inefficacité des couvertures de change et de taux ainsi que les variations de valeurs des instruments de change et de taux pour lesquels les relations de couverture ne remplissent pas les critères de la norme IAS 39, les résultats sur cession de titres de filiales ;
 - des impôts.
6. Cash-flow net
Le cash-flow Net est défini comme l'excédent/besoin de financement auquel on soustrait les acquisitions/cessions de titres de participation et d'activités (nette de la trésorerie apportée), les autres variations et les produits de cession des actifs financiers.
7. Dette financière nette
La dette financière nette se compose de la dette financière brute à laquelle on soustrait les placements de trésorerie et disponibilités ainsi que les instruments dérivés actifs non courants et courants.
8. Le cash-flow net ajusté
Net cash-flow hors éléments exceptionnels provenant des effets comptables des activités non-poursuivies.

Annexes

Ventes par type

| Sales by type in €m | Product | 2015 (IFRS 5) | | | | 2016 (IFRS 5) | | | | |
|-------------------------------|-----------------|------------------|-----------------|----------------|-----------------|-----------------|------------------|-----------------|----------------|-----------------|
| | | R&D & Tooling | Value-added* | Monoliths | Total | Product | R&D & Tooling | Value-added* | Monoliths | Total |
| Seating | 5,826.4 | 362.1 | 6,188.6 | | 6,188.6 | 6,244.1 | 363.3 | 6,607.4 | | 6,607.4 |
| Clean Mobility (formerly ECT) | 3,880.5 | 305.4 | 4,185.9 | 3,304.4 | 7,490.3 | 3,860.0 | 335.3 | 4,195.3 | 3,096.9 | 7,292.2 |
| Interiors | 4,511.8 | 579.7 | 5,091.6 | | 5,091.6 | 4,143.0 | 667.9 | 4,810.9 | | 4,810.9 |
| TOTAL | 14,218.7 | 1,247.3 | 15,466.0 | 3,304.4 | 18,770.4 | 14,247.1 | 1,366.5 | 15,613.6 | 3,096.9 | 18,710.5 |

* Value-Added sales: Total sales less Monoliths sales

| Sales by type in €m | Product | H2 2015 (IFRS 5) | | | | H2 2016 (IFRS 5) | | | | |
|-------------------------------|----------------|------------------|----------------|----------------|----------------|------------------|------------------|----------------|----------------|----------------|
| | | R&D & Tooling | Value-added* | Monoliths | Total | Product | R&D & Tooling | Value-added* | Monoliths | Total |
| Seating | 2,888.2 | 196.8 | 3,085.0 | | 3,085.0 | 3,109.2 | 198.9 | 3,308.1 | | 3,308.1 |
| Clean Mobility (formerly ECT) | 1,905.2 | 170.2 | 2,075.4 | 1,603.7 | 3,679.1 | 1,924.2 | 166.6 | 2,090.8 | 1,486.9 | 3,577.7 |
| Interiors | 2,193.5 | 324.1 | 2,517.6 | | 2,517.6 | 1,919.0 | 374.0 | 2,293.0 | | 2,293.0 |
| TOTAL | 6,986.9 | 691.1 | 7,678.0 | 1,603.7 | 9,281.7 | 6,952.4 | 739.5 | 7,691.9 | 1,486.9 | 9,178.8 |

* Value-Added sales: Total sales less Monoliths sales

| in €m | 2015 IFRS 5 | Currencies | Scope | Organic (like for like)* | 2016 IFRS 5 |
|-------------------|----------------|------------|--------|-----------------------------|----------------|
| Total sales | 18,770.4 | -367.7 | -179.1 | 486.9 | 18,710.5 |
| Var in % | | -2.0% | -1.0% | 2.6% | -0.3% |
| Value-added sales | 15,466.0 | -332.6 | -179.1 | 659.3 | 15,613.6 |
| Var in % | | -2.1% | -1.1% | 4.3% | 1.0% |
| Product sales | 14,218.7 | -313.8 | -175.0 | 517.2 | 14,247.1 |
| Var in % | | -2.2% | -1.2% | 3.6% | 0.2% |

*: At constant exchange rates & scope

| in €m | H2 2015 IFRS 5 | Currencies | Scope | Organic (like for like)* | H2 2016 IFRS 5 |
|-------------------|-------------------|------------|--------|-----------------------------|-------------------|
| Total sales | 9,281.7 | -134.8 | -133.0 | 164.9 | 9,178.8 |
| Var in % | | -1.5% | -1.4% | 1.8% | -1.1% |
| Value-added sales | 7,678.0 | -122.2 | -133.0 | 269.1 | 7,691.9 |
| Var in % | | -1.6% | -1.7% | 3.5% | 0.2% |
| Product sales | 6,986.9 | -119.0 | -129.2 | 213.7 | 6,952.4 |
| Var in % | | -1.7% | -1.9% | 3.1% | -0.5% |

*: At constant exchange rates & scope

Ventes par Business Group

| in €m | H2 2015 | H2 2016 | Var in % | | 2015 | 2016 | Var in % | |
|-------------------------------|----------------|----------------|--------------|----------------|-----------------|-----------------|--------------|----------------|
| | IFRS 5 | IFRS 5 | Reported | Like for like* | IFRS 5 | IFRS 5 | Reported | Like for like* |
| Total sales | | | | | | | | |
| Seating | 3,085.0 | 3,308.1 | 7.2% | 9.2% | 6,188.6 | 6,607.4 | 6.8% | 9.0% |
| Clean Mobility (formerly ECT) | 3,679.1 | 3,577.7 | -2.8% | -1.6% | 7,490.3 | 7,292.2 | -2.6% | -0.8% |
| Interiors | 2,517.6 | 2,293.0 | -8.9% | -2.4% | 5,091.6 | 4,810.9 | -5.5% | -0.2% |
| TOTAL | 9,281.7 | 9,178.8 | -1.1% | 1.8% | 18,770.4 | 18,710.5 | -0.3% | 2.6% |
| Value-added sales | | | | | | | | |
| Seating | 3,085.0 | 3,308.1 | 7.2% | 9.2% | 6,188.6 | 6,607.4 | 6.8% | 9.0% |
| Clean Mobility (formerly ECT) | 2,075.4 | 2,090.8 | 0.7% | 2.1% | 4,185.9 | 4,195.3 | 0.2% | 2.6% |
| Interiors | 2,517.6 | 2,293.0 | -8.9% | -2.4% | 5,091.6 | 4,810.9 | -5.5% | -0.2% |
| TOTAL | 7,678.0 | 7,691.9 | 0.2% | 3.5% | 15,466.0 | 15,613.6 | 1.0% | 4.3% |
| Product sales | | | | | | | | |
| Seating | 2,888.2 | 3,109.2 | 7.7% | 9.6% | 5,826.4 | 6,244.1 | 7.2% | 9.4% |
| Clean Mobility (formerly ECT) | 1,905.2 | 1,924.2 | 1.0% | 2.7% | 3,880.5 | 3,860.0 | -0.5% | 2.0% |
| Interiors | 2,193.5 | 1,919.0 | -12.5% | -5.2% | 4,511.8 | 4,143.0 | -8.2% | -2.4% |
| TOTAL | 6,986.9 | 6,952.4 | -0.5% | 3.1% | 14,218.7 | 14,247.1 | 0.2% | 3.6% |

*: At constant exchange rates & scope

Ventes par région

| Sales by region in €m | H2 2015 | H2 2016 | Var in % | | | 2015 | 2016 | Var in % | | |
|--------------------------|----------------|----------------|--------------|-----------------|-------------|-----------------|-----------------|--------------|-----------------|-------------|
| | IFRS 5 | IFRS 5 | Reported | Like for like** | LV prod.* | IFRS 5 | IFRS 5 | Reported | Like for like** | LV prod.* |
| Total sales | | | | | | | | | | |
| Europe | 4,662.3 | 4,499.0 | -3.5% | -2.5% | | 9,507.4 | 9,643.2 | 1.4% | 2.4% | |
| North America | 2,701.3 | 2,587.7 | -4.2% | -0.7% | | 5,427.2 | 5,219.4 | -3.8% | -1.8% | |
| Asia | 1,585.9 | 1,655.3 | 4.4% | 10.3% | | 3,100.1 | 3,067.7 | -1.0% | 5.6% | |
| South America | 220.8 | 309.5 | 40.2% | 53.1% | | 496.9 | 545.5 | 9.8% | 32.4% | |
| Rest of the World | 111.5 | 127.3 | 14.2% | 17.2% | | 238.8 | 234.7 | -1.7% | 11.8% | |
| TOTAL | 9,281.7 | 9,178.8 | -1.1% | 1.8% | | 18,770.4 | 18,710.5 | -0.3% | 2.6% | |
| Value Added sales | | | | | | | | | | |
| Europe | 3,784.3 | 3,703.2 | -2.1% | -1.0% | 0.9% | 7,734.1 | 7,906.6 | 2.1% | 3.2% | 2.8% |
| North America | 2,302.6 | 2,207.4 | -4.1% | 0.1% | 1.1% | 4,584.0 | 4,432.7 | -3.3% | -0.9% | 2.0% |
| Asia | 1,294.7 | 1,375.9 | 6.3% | 12.5% | 11.4% | 2,507.8 | 2,557.2 | 2.0% | 9.1% | 7.2% |
| South America | 203.0 | 291.4 | 43.5% | 58.9% | -2.6% | 456.6 | 509.6 | 11.6% | 35.7% | -10.0% |
| Rest of the World | 93.4 | 114.0 | 22.1% | 25.7% | 35.1% | 183.6 | 207.5 | 13.0% | 28.4% | 18.3% |
| TOTAL | 7,678.0 | 7,691.9 | 0.2% | 3.5% | 6.9% | 15,466.0 | 15,613.6 | 1.0% | 4.3% | 4.7% |
| Product sales | | | | | | | | | | |
| Europe | 3,369.7 | 3,295.6 | -2.2% | -1.0% | | 6,981.7 | 7,128.7 | 2.1% | 3.2% | |
| North America | 2,135.9 | 2,012.9 | -5.8% | -1.3% | | 4,284.7 | 4,080.8 | -4.8% | -2.2% | |
| Asia | 1,214.6 | 1,270.1 | 4.6% | 10.9% | | 2,371.4 | 2,376.8 | 0.2% | 7.4% | |
| South America | 181.3 | 264.8 | 46.1% | 63.7% | | 410.4 | 464.8 | 13.3% | 39.0% | |
| Rest of the World | 85.5 | 109.0 | 27.6% | 31.7% | | 170.5 | 196.0 | 15.0% | 30.4% | |
| TOTAL | 6,986.9 | 6,952.4 | -0.5% | 3.1% | | 14,218.7 | 14,247.1 | 0.2% | 3.6% | |

* Source IHS estimates, January 2017; ** At constant exchange rates & scope

Réconciliation des flux de trésorerie

| Cash flow reconciliation | 2016 |
|--|--------------|
| <i>in €m</i> | |
| Adjusted net cash flow | 332.5 |
| Factoring transferred from discontinued activities to continued activities | 119.0 |
| Other changes | 7.0 |
| Net Cash Flow (reported) | 458.5 |
| Acquisitions of investments and business (net of cash & cash equivalent) | 532.5 |
| Proceeds from disposal of financial assets | 0.0 |
| Other changes from continued operations | -3.2 |
| Net cash flow from discontinued operations | -175.0 |
| Cash provided (used) by operating & investing activities | 812.8 |

Reclassifications IFRS 5

| Total sales in €m | H1 2015 Reported | H2 2015 Reported | 2015 Reported | H1 2015 Reclassified | H2 2015 Reclassified | 2015 Reclassified |
|----------------------|---------------------|---------------------|------------------|-------------------------|-------------------------|----------------------|
| Seating | 3,103.3 | 3,085.0 | 6,188.5 | 3,103.5 | 3,085.0 | 6,188.5 |
| Clean Mobility | 3,792.8 | 3,657.3 | 7,490.3 | 3,811.2 | 3,679.1 | 7,490.3 |
| Interiors | 2,592.6 | 2,484.1 | 5,091.6 | 2,574.0 | 2,517.6 | 5,091.6 |
| TOTAL | 9,488.7 | 9,281.7 | 18,770.4 | 9,488.7 | 9,281.7 | 18,770.4 |

| Total sales in €m | H1 2016 Reported | H1 2016 Reclassified | H2 2016 Reported | 2016 Reported |
|----------------------|---------------------|-------------------------|---------------------|------------------|
| Seating | 3,299.2 | 3,299.3 | 3,308.1 | 6,607.4 |
| Clean Mobility | 3,691.4 | 3,714.5 | 3,577.7 | 7,292.2 |
| Interiors | 2,541.0 | 2,517.9 | 2,293.0 | 4,810.9 |
| TOTAL | 9,531.7 | 9,531.7 | 9,178.8 | 18,710.5 |

| Operating Income in €m | H1 2015 Reported | H1 2015 Reclassified | H2 2015 | 2015 | H1 2016 Reported | H1 2016 Reclassified | H2 2016 | 2016 |
|---------------------------|---------------------|-------------------------|--------------|--------------|---------------------|-------------------------|--------------|--------------|
| Europe | 180.6 | 185.0 | 187.7 | 372.7 | 244.6 | 254.1 | 185.9 | 440.0 |
| North America | 74.9 | 75.7 | 138.3 | 214.0 | 118.4 | 120.0 | 119.4 | 239.4 |
| South America | -21.7 | -20.2 | -21.9 | -42.1 | -17.6 | -16.2 | -7.0 | -23.2 |
| Asia | 146.7 | 146.7 | 145.8 | 292.5 | 139.5 | 139.5 | 170.9 | 310.4 |
| Rest of the World | 3.2 | 3.1 | 4.9 | 8.0 | 5.4 | 5.3 | 13.5 | 18.8 |
| <i>IFRS 5 adjustments</i> | | -6.6 | -8.5 | -15.1 | | -12.4 | -2.8 | -15.2 |
| TOTAL | 383.7 | 383.7 | 446.3 | 830.0 | 490.3 | 490.3 | 479.9 | 970.2 |
| Seating | 139.2 | 140.1 | 164.2 | 304.3 | 175.4 | 175.6 | 168.1 | 343.7 |
| Clean Mobility | 171.4 | 163.5 | 183.6 | 347.1 | 200.5 | 198.4 | 195.4 | 393.8 |
| Interiors | 79.7 | 86.7 | 107.0 | 193.7 | 126.8 | 128.7 | 119.2 | 247.9 |
| <i>IFRS 5 adjustments</i> | -6.6 | -6.6 | -8.5 | -15.1 | -12.4 | -12.4 | -2.8 | -15.2 |
| TOTAL | 383.7 | 383.7 | 446.3 | 830.0 | 490.3 | 490.3 | 479.9 | 970.2 |

Profitabilité par Business Group

| TOTAL SALES (in € m) | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | H1 2015* | H2 2015* | 2015* | H1 2016 | H2 2016 | 2016 |
|--|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|----------------|----------------|-----------------|----------------|----------------|-----------------|
| Seating | 5,155.9 | 5,218.9 | 5,309.1 | 6,188.2 | 3,103.5 | 3,085.0 | 6,188.6 | 3,299.3 | 3,308.1 | 6,607.4 |
| Clean Mobility (formerly ECT) | 6,079.5 | 6,350.5 | 6,747.4 | 7,450.0 | 3,811.2 | 3,679.1 | 7,490.3 | 3,714.5 | 3,577.7 | 7,292.2 |
| <i>o/w Monolith sales</i> | 2,654.1 | 2,767.7 | 3,101.9 | 3,304.4 | 1,700.7 | 1,603.7 | 3,304.4 | 1,609.9 | 1,486.9 | 3,096.9 |
| Interiors | 4,352.7 | 4,560.0 | 4,709.3 | 5,018.6 | 2,574.0 | 2,517.6 | 5,091.6 | 2,517.9 | 2,293.0 | 4,810.9 |
| <i>Automotive Exteriors (Sold July 2016)</i> | 1,776.4 | 1,899.3 | 2,063.1 | 2,035.1 | | | | | | |
| TOTAL | 17,364.5 | 18,028.6 | 18,828.9 | 20,691.9 | 9,488.7 | 9,281.7 | 18,770.4 | 9,531.7 | 9,178.8 | 18,710.5 |

| VALUE ADDEED SALES (in € m) | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | H1 2015* | H2 2015* | 2015* | H1 2016 | H2 2016 | 2016 |
|--|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|----------------|----------------|-----------------|----------------|----------------|-----------------|
| Seating | 5,155.9 | 5,218.9 | 5,309.1 | 6,188.2 | 3,103.5 | 3,085.0 | 6,188.6 | 3,299.3 | 3,308.1 | 6,607.4 |
| Clean Mobility (formerly ECT) | 3,425.4 | 3,582.8 | 3,645.5 | 4,145.6 | 2,110.5 | 2,075.4 | 4,185.9 | 2,104.6 | 2,090.8 | 4,195.3 |
| Interiors | 4,352.7 | 4,560.0 | 4,709.3 | 5,018.6 | 2,574.0 | 2,517.6 | 5,091.6 | 2,517.9 | 2,293.0 | 4,810.9 |
| <i>Automotive Exteriors (Sold 07/2016)</i> | 1,776.4 | 1,899.3 | 2,063.1 | 2,035.1 | | | | | | |
| TOTAL | 14,710.4 | 15,261.0 | 15,727.0 | 17,387.5 | 7,788.0 | 7,678.0 | 15,466.1 | 7,921.8 | 7,691.9 | 15,613.6 |

| OPERATING INCOME (in € m) | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | H1 2015* | H2 2015* | 2015* | H1 2016 | H2 2016 | 2016 |
|--|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| Seating | 193.2 | 217.4 | 234.4 | 305.6 | 140.1 | 164.2 | 304.3 | 175.5 | 168.1 | 343.6 |
| <i>Margin (as % of VA sales**)</i> | 3.7% | 4.2% | 4.4% | 4.9% | 4.5% | 5.3% | 4.9% | 5.3% | 5.1% | 5.2% |
| Clean Mobility (formerly ECT) | 145.8 | 199.0 | 256.7 | 359.9 | 163.5 | 183.6 | 347.1 | 198.4 | 195.4 | 393.8 |
| <i>Margin (as % of Total sales)</i> | 2.4% | 3.1% | 3.8% | 4.8% | 4.3% | 5.0% | 4.6% | 5.3% | 5.5% | 5.4% |
| <i>Margin (as % of VA sales**)</i> | 4.3% | 5.6% | 7.0% | 8.7% | 7.7% | 8.8% | 8.3% | 9.4% | 9.3% | 9.4% |
| Interiors | 131.5 | 84.0 | 129.2 | 197.7 | 86.6 | 107.1 | 193.7 | 128.7 | 119.2 | 247.9 |
| <i>Margin (as % of VA sales**)</i> | 3.0% | 1.8% | 2.7% | 3.9% | 3.4% | 4.3% | 3.8% | 5.1% | 5.2% | 5.2% |
| <i>Automotive Exteriors (Sold 07/2016)</i> | 43.1 | 37.9 | 53.7 | 49.3 | | | | | | |
| <i>Margin (as % of Total sales)</i> | 2.4% | 2.0% | 2.6% | 2.4% | | | | | | |
| <i>IFRS 5 Adjustments</i> | | | | | -6.6 | -8.5 | -15.1 | -12.4 | -2.8 | -15.2 |
| TOTAL | 513.7 | 538.3 | 674.0 | 912.6 | 383.6 | 446.3 | 830.0 | 490.2 | 479.9 | 970.2 |
| Margin (as % of Total sales) | 3.0% | 3.0% | 3.6% | 4.4% | 4.0% | 4.8% | 4.4% | 5.1% | 5.2% | 5.2% |
| Margin (as % of VA sales**) | 3.5% | 3.5% | 4.3% | 5.2% | 4.9% | 5.8% | 5.4% | 6.2% | 6.2% | 6.2% |

*: Restated IFRS 5; remaining Automotive Exteriors sales have been added to the sales of Interiors; ** Value Added (VA) sales: Total sales less Monoliths sales

Profitabilité par région

| TOTAL SALES* (in € m) | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | H1 2015** | H2 2015** | 2015** | H1 2016 | H2 2016 | 2016 |
|-------------------------------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|----------------|----------------|-----------------|----------------|----------------|-----------------|
| Europe | 9,618.3 | 9,701.0 | 10,390.8 | 11,256.3 | 4,845.1 | 4,662.3 | 9,507.4 | 5,144.1 | 4,499.0 | 9,643.2 |
| North America | 4,541.1 | 4,691.7 | 4,515.5 | 5,543.6 | 2,725.9 | 2,701.3 | 5,427.2 | 2,631.7 | 2,587.7 | 5,219.4 |
| Asia | 2,123.9 | 2,521.9 | 3,007.7 | 3,101.9 | 1,514.2 | 1,585.9 | 3,100.1 | 1,412.4 | 1,655.3 | 3,067.7 |
| o/w China | 1,482.0 | 1,855.6 | 2,225.8 | 2,592.0 | 1,266.3 | 1,323.9 | 2,590.2 | 1,099.5 | 1,319.7 | 2,419.3 |
| South America | 777.7 | 861.4 | 677.7 | 551.3 | 276.1 | 220.8 | 496.9 | 236.0 | 309.5 | 545.5 |
| RoW, Other & Elims | 303.4 | 252.6 | 237.2 | 238.8 | 127.4 | 111.5 | 238.8 | 107.4 | 127.3 | 234.7 |
| TOTAL | 17,364.5 | 18,028.6 | 18,828.9 | 20,691.9 | 9,488.7 | 9,281.7 | 18,770.4 | 9,531.6 | 9,178.8 | 18,710.5 |
| <i>o/w Monolith sales</i> | 2,654.1 | 2,767.7 | 3,101.9 | 3,304.4 | 1,700.7 | 1,603.7 | 3,304.4 | 1,609.9 | 1,486.9 | 3,096.9 |
| VALUE ADDED SALES*** (in € m) | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | H1 2015** | H2 2015** | 2015** | H1 2016 | H2 2016 | 2016 |
| Europe | | | | | 3,949.8 | 3,784.3 | 7,734.1 | 4,203.4 | 3,703.2 | 7,906.6 |
| North America | | | | | 2,281.4 | 2,302.6 | 4,584.0 | 2,225.3 | 2,207.4 | 4,432.7 |
| Asia | | | | | 1,213.1 | 1,294.7 | 2,507.8 | 1,181.3 | 1,375.9 | 2,557.2 |
| o/w China | | | | | 981.7 | 1,053.7 | 2,035.5 | 888.6 | 1,063.0 | 1,951.6 |
| South America | | | | | 253.6 | 203.0 | 456.6 | 218.2 | 291.4 | 509.6 |
| RoW, Other & Elims | | | | | 90.2 | 93.4 | 183.6 | 93.5 | 114.0 | 207.5 |
| TOTAL | | | | | 7,788.1 | 7,678.0 | 15,466.0 | 7,921.7 | 7,691.9 | 15,613.6 |
| OPERATING INCOME (in € m) | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | H1 2015** | H2 2015** | 2015** | H1 2016 | H2 2016 | 2016 |
| Europe | 281.3 | 260.8 | 372.2 | 447.9 | 185.0 | 187.7 | 372.7 | 254.1 | 185.9 | 440.0 |
| <i>Margin (as % of Total sales)</i> | 2.9% | 2.7% | 3.6% | 4.0% | 3.8% | 4.0% | 3.9% | 4.9% | 4.1% | 4.6% |
| <i>Margin (as % of VA sales)</i> | | | | | 4.7% | 5.0% | 4.8% | 6.0% | 5.0% | 5.6% |
| North America | 90.9 | 98.1 | 77.5 | 218.3 | 75.7 | 138.3 | 214.0 | 119.9 | 119.4 | 239.3 |
| <i>Margin (as % of Total sales)</i> | 2.0% | 2.1% | 1.7% | 3.9% | 2.8% | 5.1% | 3.9% | 4.6% | 4.6% | 4.6% |
| <i>Margin (as % of VA sales)</i> | | | | | 3.3% | 6.0% | 4.7% | 5.4% | 5.4% | 5.4% |
| Asia | 169.8 | 210.1 | 268.4 | 292.6 | 146.7 | 145.8 | 292.5 | 139.5 | 170.9 | 310.4 |
| <i>Margin (as % of Total sales)</i> | 8.0% | 8.3% | 8.9% | 9.4% | 9.7% | 9.2% | 9.4% | 9.9% | 10.3% | 10.1% |
| <i>Margin (as % of VA sales)</i> | | | | | 12.1% | 11.3% | 11.7% | 11.8% | 12.4% | 12.1% |
| South America | -17.2 | -27.9 | -49.4 | -54.1 | -20.2 | -21.9 | -42.1 | -16.2 | -7.0 | -23.2 |
| <i>Margin (as % of Total sales)</i> | -2.2% | -3.2% | -7.3% | -9.8% | -7.3% | -9.9% | -8.5% | -6.9% | -2.3% | -4.3% |
| <i>Margin (as % of VA sales)</i> | | | | | -8.0% | -10.8% | -9.2% | -7.4% | -2.4% | -4.6% |
| RoW, Other & Elims | -11.1 | -2.7 | 5.3 | 8.0 | 3.1 | 4.9 | 8.0 | 5.3 | 13.5 | 18.8 |
| <i>Margin (as % of Total sales)</i> | -3.7% | -1.1% | 2.2% | 3.4% | 2.4% | 4.4% | 3.4% | 4.9% | 10.6% | 8.0% |
| <i>Margin (as % of VA sales)</i> | | | | | 3.4% | 5.2% | 4.4% | 5.7% | 11.8% | 9.1% |
| <i>IFRS 5 adjustments</i> | | | | | -6.6 | -8.5 | -15.1 | -12.4 | -2.8 | -15.2 |
| TOTAL | 513.7 | 538.3 | 674.0 | 912.6 | 383.7 | 446.3 | 830.0 | 490.3 | 479.9 | 970.2 |
| <i>Margin (as % of Total sales)</i> | 3.0% | 3.0% | 3.6% | 4.4% | 4.0% | 4.8% | 4.4% | 5.1% | 5.2% | 5.2% |
| Margin (as % of VA sales***) | 3.5% | 3.5% | 4.3% | 5.2% | 4.9% | 5.8% | 5.4% | 6.2% | 6.2% | 6.2% |

* by origin; ** Restated IFRS 5; *** Value Added sales=Total sales - Monoliths sales