

Communiqué de presse

Nanterre (France), le 20 avril 2020

VENTES DU PREMIER TRIMESTRE 2020

VENTES DU T1 IMPACTÉES PAR LA CRISE LIÉE AU COVID-19 MAIS SURPERFORMANT LE MARCHÉ DE 390 POINTS DE BASE

PRIORITÉ À LA SANTÉ DES SALARIÉS, À LA TRÉSORERIE ET À LA RÉSILIENCE AINSI QU'AU REDÉMARRAGE DE LA PRODUCTION EN TOUTE SÉCURITÉ

en millions d'euros (M€)	T1 2019	T1 2020	Variation	À périmètre et devises constants
Ventes	4 325	3 739	-13,5%	-19,7%
• Europe	2 217	1 931	-12,9%	-16,4%
• Amérique du Nord	1 117	1 014	-9,2%	-18,3%
• Asie	798	635	-20,4%	-33,9%
• Amérique du Sud	150	127	-15,2%	-2,1%
• Reste du monde	43	32	-26,2%	-21,5%

VENTES DU T1 IMPACTÉES PAR LA CRISE LIÉE AU COVID-19 MAIS SURPERFORMANCE DE 390bps

- Ventes publiées en baisse de 13,5%, y compris un effet de périmètre positif de 268 millions d'euros (+6,2%) dû à la consolidation de 3 mois de Clarion et de 2 mois de SAS
- Ventes à périmètre et taux de change constants en baisse de 19,7% en comparaison d'une baisse de la production automobile mondiale de 23,6% (source : IHS Markit daté d'avril 2020)
=> surperformance de 390 points de base

ADOPTION DE MESURES FORTES POUR FAIRE FACE A LA CRISE, AVEC TROIS PRIORITÉS

- **Priorité n°1 : Veiller à la santé et la sécurité de tous les salariés**
- **Priorité n°2 : Sécuriser la trésorerie, récemment renforcée par un Club deal de 800 M€**
- **Priorité n°3 : Être prêt pour un redémarrage de la production en toute sécurité grâce au programme « SAFER TOGETHER »**

ASSEMBLÉE GÉNÉRALE DES ACTIONNAIRES REPORTÉE AU 26 JUIN EN RAISON DU COVID-19

Patrick KOLLER, Directeur général de Faurecia, a déclaré :

« Nos ventes au premier trimestre ont été fortement affectées par la crise mondiale du Covid-19. Cette crise a touché la Chine tout au long du trimestre, avec un pic en février, puis le reste du monde à partir de mars. Alors que les activités en Chine ont effectivement redémarré, nous prévoyons que le deuxième trimestre se révélera plus difficile en Europe et en Amérique du Nord. Le second semestre, quant à lui, devrait afficher une amélioration séquentielle.

Pour faire face à cette crise sans précédent, nous avons immédiatement déployé tous les plans d'action nécessaires pour traverser au mieux cette période difficile. Notre priorité absolue est la protection de nos salariés et la préparation d'un redémarrage de notre activité en toute sécurité. Dans le même temps, nous avons sécurisé des liquidités additionnelles et mis en place des mesures permettant de réduire agressivement nos coûts et protéger notre cash.

Je suis confiant dans notre capacité à traverser cette période, qui, je le crois, conduira à un nouveau paradigme économique basé sur la résilience, ainsi qu'une collaboration et un soutien plus solides de l'ensemble de la chaîne d'approvisionnement.

Enfin, je tiens à remercier tous les collaborateurs de Faurecia pour leurs efforts. Ils agissent de la manière la plus efficace et la plus responsable pour protéger l'entreprise, dans l'intérêt de toutes les parties prenantes. »

Le Conseil d'administration, sous la présidence de Michel de ROSEN, s'est réuni le 17 avril 2020 et a examiné le présent communiqué de presse.

VENTES AU T1 DE 3 739 M€, FORTEMENT IMPACTÉES PAR LE COVID-19 MAIS SURPERFORMANT LE MARCHÉ

Au premier trimestre 2020, les ventes se sont établies à 3 739,3 millions d'euros (contre 4 324,6 millions d'euros au premier trimestre 2019), en baisse de 13,5% en données publiées

- L'effet devises a eu un impact négatif limité de 2,5 millions d'euros, représentant -0,1% des ventes de l'exercice précédent
- L'effet périmètre a eu un impact positif de 268,0 millions d'euros, représentant +6,2% des ventes de l'exercice précédent (100,6 millions d'euros pour 2 mois de consolidation de SAS et 167,4 millions d'euros pour 3 mois de consolidation de Clarion)
- À périmètre et taux de change constants, les ventes ont diminué de 19,7%, représentant une surperformance de 390 points de base par rapport à la production automobile mondiale, laquelle a chuté de 23,6% d'une année sur l'autre (source : IHS Markit daté d'avril 2020)

VENTES PAR RÉGION

Europe (52% des ventes du Groupe) : les ventes s'établissent à 1 930,7 millions d'euros (contre 2 216,5 millions d'euros au T1 2019)

- **En baisse de 12,9% en données publiées**, y compris :
 - Un effet périmètre positif de 80,1 millions d'euros (+3,6% des ventes de l'exercice précédent)
 - Un effet devises négatif limité de 2,7 millions d'euros (-0,1% des ventes de l'exercice précédent)
- **En baisse de 16,4% à périmètre et taux de change constants, soit 410 points de base au-dessus de la production automobile régionale (-20,5%, source : IHS Markit daté d'avril 2020)**

En Europe, la crise du Covid-19 a commencé à affecter les activités de Faurecia en mars, avec des ventes en baisse de près de 40% par rapport à mars 2019, suite à la fermeture d'usines par les clients.

Amérique du Nord (27% des ventes du Groupe) : les ventes s'établissent à 1 014,0 millions d'euros (contre 1 116,7 millions d'euros au T1 2019)

- **En baisse de 9,2% en données publiées**, y compris :
 - Un effet périmètre positif de 74,2 millions d'euros (+6,6% des ventes de l'exercice précédent)
 - Un effet devises positif de 27,5 millions d'euros (+2,5% des ventes de l'exercice précédent), principalement dû au dollar américain par rapport à l'euro
- **En baisse de 18,3% à périmètre et taux de change constants, soit 750 points de base en dessous de la production automobile régionale (-10,8%, source : IHS Markit daté d'avril 2020)** ; cette sous-performance est principalement due aux volumes avec Nissan et Ford ainsi qu'à la fin d'un programme Seating pour Daimler (environ 35 millions d'euros).

En Amérique du Nord, la crise du Covid-19 a également commencé à toucher les activités de Faurecia à partir du mois de mars, avec une baisse des ventes de près de 35% par rapport à mars 2019.

Asie (17% des ventes du Groupe) : les ventes s'établissent à 635,1 millions d'euros (contre 797,8 millions d'euros au T1 2019)

- **En baisse de 20,4% en données publiées**, y compris :
 - Un effet périmètre positif de 110,6 millions d'euros (+13,9% des ventes de l'exercice précédent)
 - Un effet devises négatif limité de 2,6 millions d'euros (-0,3% des ventes de l'exercice précédent)

- **En baisse de 33,9% à périmètre et taux de change constants, soit 300 points de base en dessous de la production automobile régionale (-30,9%, source : IHS Markit daté d'avril 2020) ;** cette sous-performance au niveau régional est liée à un mix géographique défavorable dû au fait que les ventes de Faurecia en Chine au T1 2020 ont représenté 56% des ventes du Groupe dans la région alors que la production automobile en Chine n'a représenté qu'un tiers de la production automobile dans la région.

En Chine, les ventes s'établissent à 357,3 millions d'euros (contre 603,7 millions d'euros au T1 2019), en baisse de 40,8% en données publiées et de 42,1% à périmètre et taux de change constants, soit 800 points de base au-dessus de la production automobile chinoise (-50,1%, source : IHS Markit daté d'avril 2020).

La Chine a été le premier pays au monde à subir la crise, et le premier à fermer des usines. Les ventes de l'ensemble du trimestre ont été fortement affectées par rapport à l'exercice précédent, avec un pic en février et une reprise progressive à partir de mars. À ce jour, toutes les usines du Groupe ont redémarré (y compris dans la province de Hubei), avec un taux moyen d'activité d'environ 90%, qui devrait rapidement atteindre les 100%. Ce redémarrage réussi des activités en Chine, sans qu'aucun salarié n'ait été contaminé depuis le début de la crise, servira d'exemple pour un redémarrage en toute sécurité dans les autres régions.

Amérique du Sud (3% des ventes du Groupe) : les ventes s'établissent à 127,5 millions d'euros (contre 150,2 millions d'euros au T1 2019)

- **En baisse de 15,2% en données publiées**, y compris :
 - Un effet périmètre positif de 3,0 millions d'euros (+2,0% des ventes de l'exercice précédent)
 - Un effet devises négatif significatif de 22,7 millions d'euros (-15,1% des ventes de l'exercice précédent)
- **En baisse de 2,1% à périmètre et taux de change constants, soit une forte surperformance par rapport à la production automobile régionale (-16,9%, source : IHS Markit daté d'avril 2020)**

L'Amérique du Sud a été la dernière région à être touchée par la crise, à la fin du mois de mars seulement. Les ventes du mois de mars ont baissé de près de 20% par rapport à mars 2019.

VENTES PAR ACTIVITÉ

Seating (38% des ventes du Groupe) : les ventes s'établissent à 1 401,9 millions d'euros (contre 1 841,5 millions d'euros au T1 2019)

- **En baisse de 23,9% en données publiées**, y compris :
 - Un effet devises légèrement négatif de 0,3 million d'euros
- **En baisse de 23,9% à périmètre et taux de change constants, globalement en ligne avec la production automobile mondiale (-23,6%, source : IHS Markit daté d'avril 2020)**

Interiors (31% des ventes du Groupe) : les ventes s'établissent à 1 164,9 millions d'euros (contre 1 293,0 millions d'euros au T1 2019)

- **En baisse de 9,9% en données publiées**, y compris :
 - Un effet périmètre positif de 100,6 millions d'euros, représentant +7,8% des ventes de l'exercice précédent (consolidation de SAS depuis le 1er février 2020)
 - Un effet devises légèrement négatif de 2,7 millions d'euros (-0,2% des ventes de l'exercice précédent)
- **En baisse de 17,5% à périmètre et taux de change constants, soit 610 points de base au-dessus de la production automobile mondiale (-23,6%, source : IHS Markit daté d'avril 2020)**

Clean Mobility (26% des ventes du Groupe) : les ventes s'établissent à 975,5 millions d'euros (contre 1 143,5 millions d'euros au T1 2019)

- **En baisse de 14,7% en données publiées**, y compris :
 - Un effet devises légèrement positif de 0,5 million d'euros
- **En baisse de 14,7% à périmètre et taux de change constants, soit 890 points de base au-dessus de la production automobile mondiale (-23,6%, source : IHS Markit daté d'avril 2020)**

Faurecia Clarion Electronics (5% des ventes du groupe) : les ventes s'établissent à 196,9 millions d'euros (contre 46,6 millions d'euros au T1 2019)

- L'essentiel de la variation des ventes est dû à l'effet de périmètre lié à la consolidation de 3 mois de Clarion pour 167,4 millions d'euros (Clarion est consolidé depuis le 1^{er} avril 2019)

MESURES PRISES POUR FAIRE FACE À LA CRISE ET SE PRÉPARER AU REDÉMARRAGE

PRIORITÉ N° 1 : VEILLER À LA SANTÉ ET À LA SÉCURITÉ DE TOUS LES SALARIÉS

Depuis le début de la crise, les équipes de Faurecia ont déployé un processus rigoureux de gestion de crise, dont la priorité numéro un est la protection des salariés.

Les recommandations en matière de meilleures pratiques de santé ont été largement diffusées dans l'ensemble du groupe. L'interdiction de voyager a été introduite, le télétravail (home office) a été appliqué lorsque cela était possible et les capacités informatiques ont été renforcées afin de répondre aux besoins de connectivité accrus.

Un suivi quotidien de la crise a été mis en place pour mieux évaluer l'évolution de la pandémie, la situation de la production et les dates de redémarrage par client, ainsi que les conditions d'un redémarrage de la production en toute sécurité.

PRIORITÉ N° 2 : SÉCURISER LA TRÉSORERIE, RÉCEMMENT RENFORCÉE PAR UN CLUB DEAL DE 800 M€

Faurecia a réagi rapidement à cette situation sans précédent pour protéger ses marges et sa trésorerie, assurer la liquidité nécessaire pour surmonter la crise et maintenir une structure financière saine.

Faurecia a pris toutes les mesures nécessaires pour réduire drastiquement, à court terme, ses coûts de fonctionnement et d'administration, ses dépenses de développement et ses investissements, y compris le recours au chômage partiel des salariés, en fonction de la réduction de l'activité à laquelle les sites sont confrontés. À ce jour, environ 90% des opérateurs sont au chômage partiel en Europe et en Amérique du Nord, des réductions drastiques ont été opérées dans les frais généraux et administratifs, les embauches ont été gelées depuis le début de l'année et tous les efforts sont déployés pour assurer la plus grande flexibilité des coûts de production et faire preuve de résilience tout au long de la crise.

Pour protéger davantage la génération de liquidités, Faurecia va réduire ses investissements (capex) de 30% (contre 685 millions d'euros en 2019) et piloter rigoureusement ses programmes de R&D. Le fonds de roulement sera également géré avec la plus grande rigueur, principalement par l'ajustement des stocks, tout en sécurisant la chaîne d'approvisionnement, mais aussi par un contrôle strict des encaissements des créances.

Au 31 mars, la trésorerie de Faurecia s'élevait à environ 2,2 milliards d'euros, incluant les 600 millions d'euros récemment tirés sur la ligne de crédit syndiquée de 1,2 milliard d'euros (échéance juin 2024), afin d'anticiper une baisse de l'affacturage des créances.

En outre, Faurecia dispose de 1,4 milliard d'euros de liquidités disponibles grâce au prêt à court terme récemment signé et aux 50% restants non tirés de la ligne de crédit syndiquée :

- 800 millions d'euros provenant d'un emprunt *Club deal* signé le 10 avril, d'une durée de 18 mois et tiré à 100% au 17 avril,
- 600 millions d'euros provenant de la ligne de crédit syndiquée non tirée.

Cette liquidité permettra à Faurecia de surmonter la consommation de trésorerie au cours du premier semestre, tandis que le second semestre devrait renouer avec la génération de trésorerie.

En ce qui concerne la structure financière, Faurecia présente un bilan sain, sans remboursement important à court terme avant 2022, et a un profil de maturité moyenne de sa dette supérieur à 5 ans (hors emprunt *Club deal*). Le coût moyen de sa dette à long terme est inférieur à 2,5%, et son *covenant* de 2,8x la dette nette consolidée par rapport à l'EBITDA des 12 derniers mois (y compris l'impact de l'IFRS 16) offre une marge de manœuvre importante, même pendant la crise actuelle.

PRIORITÉ N°3 : ÊTRE PRÊT POUR UN REDÉMARRAGE EN TOUTE SECURITÉ DE LA PRODUCTION GRÂCE AU PROGRAMME « SAFER TOGETHER »

Sur la base des recommandations d'experts et des gouvernements, ainsi que de l'expérience de Faurecia en Chine, le programme « SAFER TOGETHER » a été mis en place, qui comprend un ensemble complet de procédures et de comportements à suivre strictement dans toutes les usines et installations du Groupe.

Trois grandes catégories ont été définies : les équipements de protection individuelle obligatoires, les pratiques de protection individuelle requises et les mesures relatives à la vie quotidienne. Des formations et des communications sont organisées, et l'acquisition ou la production en interne de tous les équipements de protection individuelle nécessaires, tels que masques, gants, lunettes et gel, est sécurisée.

La préparation des fournisseurs et la continuité de la chaîne d'approvisionnement sont essentielles pour un redémarrage en toute sécurité. Faurecia encourage fortement une collaboration étroite avec les fournisseurs et partage ouvertement avec eux toutes ses pratiques internes, directives et procédures pour leur propre usage. Ils comprennent les éléments essentiels du programme SAFER TOGETHER, des mises à jour régulières sur les dates prévues de redémarrage des usines et des *check lists* de redémarrage de la chaîne d'approvisionnement. Plus de 1 000 fournisseurs ont participé à des webconférences organisées le 9 avril pour partager les priorités du Groupe et souligner cette approche collaborative. La crise actuelle met en évidence la nécessité pour l'ensemble de la chaîne d'approvisionnement de travailler ensemble, maintenant et à l'avenir, avec transparence et soutien mutuel.

DÉCISION DU PRÉSIDENT DU CONSEIL D'ADMINISTRATION, DU DIRECTEUR GÉNÉRAL ET DU COMITÉ EXÉCUTIF DE RÉDUIRE LEURS RÉMUNÉRATIONS

Face à la crise, et en tant que contribution personnelle aux nombreux actes de solidarité des salariés du Groupe, Michel de ROSEN, Président du Conseil d'administration, et Patrick KOLLER, Directeur Général, ont décidé de réduire leur rémunération de 20 % pour au moins le deuxième trimestre 2020. Dans le même esprit de solidarité, le Comité Exécutif s'est rallié, à l'unanimité, à cette initiative.

DÉCISION DE REPORTER L'ASSEMBLÉE GÉNÉRALE ANNUELLE DES ACTIONNAIRES AU 26 JUIN

Lors de sa réunion tenue par conférence téléphonique le 17 avril, le Conseil d'administration de Faurecia a décidé, en raison de la pandémie de Covid-19, de reporter l'Assemblée générale des actionnaires, initialement prévue le mercredi 29 mai, au vendredi 26 juin.

Tous les détails seront communiqués en temps utile aux actionnaires.

PERSPECTIVES

À ce jour, il reste difficile d'estimer les niveaux de production des prochains mois car ils dépendent de nombreux paramètres externes, tels que les mesures gouvernementales et le rythme de recul de la pandémie dans les différentes zones géographiques, mais aussi le redémarrage effectif de la production par les clients du Groupe ainsi que la demande des consommateurs.

Dans ce contexte, Faurecia estime ne pas être actuellement en mesure de présenter de nouveaux objectifs financiers pour 2020 ; il le fera lorsque la situation sera stabilisée et lui offrira plus de visibilité.

Une conférence téléphonique pour les analystes financiers et les médias aura lieu aujourd'hui à 8 heures (heure de Paris).

Numéros d'appel :

- France: +33 (0)1 70 73 27 27
- Royaume-Uni : +44 (0)203 009 5710
- États-Unis : +1 917-720-0178

Pas de code d'accès ; une rediffusion sera disponible dès que possible.

La présentation financière qui accompagne la conférence téléphonique sera disponible à 7h30 aujourd'hui (heure de Paris) sur le site internet de Faurecia : www.faurecia.com et peut être également accessible grâce au lien suivant : <https://edge.media-server.com/mmc/p/de9k6bjc>

Agenda

- | | |
|----------------------|--|
| Le 26 juin 2020 : | Assemblée générale des actionnaires (Nanterre) |
| Le 27 juillet 2020 : | Publication des résultats du S1 2020 (avant l'ouverture du marché) |
| Le 23 octobre 2020 : | Publication des ventes du T3 2020 (avant l'ouverture du marché) |

Contacts

Presse

Eric FOHLEN-WEILL
Corporate communications Director
Tél. : +33 (0)1 72 36 72 58
eric.fohlen-weill@faurecia.com

Analystes/Investisseurs

Marc MAILLET
Directeur des Relations investisseurs
Tél. : +33 (0)1 72 36 75 70
marc.maillet@faurecia.com

Anne-Sophie JUGÉAN
Directrice adjointe des Relations investisseurs
Tél. : +33 (0)1 72 36 71 31
annesophie.jugean@faurecia.com

À propos de Faurecia

Fondé en 1997, Faurecia est devenu un acteur majeur de l'industrie automobile mondiale. Avec 248 sites industriels, 37 centres de R&D, 115 000 collaborateurs répartis dans 37 pays, Faurecia est un leader mondial dans ses quatre domaines d'activités : Seating, Interiors, Clarion Electronics et Clean Mobility. Son offre technologique forte fournit aux constructeurs automobiles des solutions pour le Cockpit du futur et la Mobilité durable. En 2019, le Groupe a réalisé 17,8 milliards d'euros de chiffre d'affaires. Faurecia est coté sur le marché NYSE Euronext de Paris et fait partie de l'indice CAC Next20. Pour en savoir plus : www.faurecia.com

ANNEXES

Définitions des termes utilisés dans ce document

Croissance des ventes

L'évolution des ventes de Faurecia sur un an comprend trois éléments :

- un « effet devises » ou « taux de change » calculé en appliquant les taux de change moyens de la période aux ventes de l'année précédente,
- un « effet de périmètre » (acquisition/cession) ;
- et la « croissance à taux de change constants ».

Comme effet de périmètre, Faurecia présente l'ensemble des acquisitions/désinvestissements dont le chiffre d'affaires annuel s'élève à plus de 250 millions d'euros.

Les autres acquisitions dont le montant des ventes est en dessous de ce seuil sont considérées comme des « acquisitions bolt-on » et sont comprises dans la « croissance à taux de change constants ».

Ventes T1 2020 par région

Ventes (en M€)	Publié T1 2019	Effet devises		Croissance hors effet devises		Effet périmètre*		Publié	
		valeur	%	valeur	%	valeur	%	T1 2020	%
Europe	2 217	-3	-0,1%	-363	-16,4%	80	3,6%	1 931	-12,9%
Amérique du Nord	1 117	28	2,5%	-204	-18,3%	74	6,6%	1 014	-9,2%
Asie	798	-3	-0,3%	-271	-33,9%	111	13,9%	635	-20,4%
<i>dont Chine</i>	604	-1	-0,2%	-254	-42,1%	9	1,5%	357	-40,8%
Amérique du Sud	150	-23	-15,1%	-3	-2,1%	3	2,0%	127	-15,2%
Reste du monde	43	-2	-4,7%	-9	-21,5%			32	-26,2%
Groupe	4 325	-3	-0,1%	-851	-19,7%	268	6,2%	3 739	-13,5%

* L'effet périmètre comprend 3 mois de Clarion (consolidé à partir du 1^{er} avril 2019) et 2 mois de SAS (consolidé à partir du 1^{er} février 2020)

Ventes T1 2020 par activité

Ventes (en M€)	Publié T1 2019	Effet devises		Croissance hors effet devises		Effet périmètre*		Publié	
		valeur	%	valeur	%	valeur	%	T1 2020	%
Seating	1 842	0	0,0%	-439	-23,9%			1 402	-23,9%
Interiors	1 293	-3	-0,2%	-226	-17,5%	101	7,8%	1 165	-9,9%
Clean Mobility	1 144	0	0,0%	-168	-14,7%			976	-14,7%
Faurecia Clarion Electronics	47	0	-0,1%	-17	-36,6%	167	359,2%	197	322,5%
Groupe	4 325	-3	-0,1%	-851	-19,7%	268	6,2%	3 739	-13,5%

* L'effet périmètre comprend 3 mois de Clarion (consolidé à partir du 1^{er} avril 2019) et 2 mois de SAS (consolidé à partir du 1^{er} février 2020)