

Nanterre, 24 de octubre de 2011

Fuerte crecimiento de Faurecia

Aumento de un 16% del volumen de ventas en el tercer trimestre de 2011

El volumen de ventas consolidado del tercer trimestre de 2011 se sitúa en 3.787 millones de euros, lo cual supone un aumento del 16%, respecto al mismo periodo del año anterior, y algo más del 16% en términos comparables.

Las ventas de productos se situaron en 2.865 millones de euros, un aumento del 13,5% respecto al tercer trimestre de 2010; un 12,8% en términos comparables. Durante el tercer trimestre de 2011, Faurecia superó con creces el crecimiento de la producción mundial de automóviles, estimado en un 6%.

En comparación con el tercer trimestre de 2010, el crecimiento de las ventas de producto refleja:

- Continuada y fuerte expansión del negocio en América del Norte, con un crecimiento del 24% (26% en términos comparables) y en América del Sur con un 17% (+23% en términos comparables);
- Aceleración del desarrollo del negocios en Asia: crecimiento del 17% (+21% en términos comparables);
- Crecimiento sostenido en Europa con un aumento del 9% (+5% en términos comparables).

Las cuatro unidades de negocio de Faurecia han experimentado un fuerte crecimiento de ventas:

- Exteriores del Automóvil: +27% (16% en términos comparables);
- Tecnologías de Control de Emisiones: +18% (23% en términos comparables);
- Sistemas de Interior: +12% (12% en términos comparables);
- Asientos de Automóviles: +8% (7% en términos comparables).

En nueve meses las ventas consolidadas crecen un 18%

En los primeros nueve meses de 2011, las ventas consolidadas de Faurecia alcanzan los 11.938 millones de €, frente a los 10.093 millones del mismo periodo de 2010, un aumento del 18% (16% en términos comparables). Asimismo, las ventas de productos en los primeros nueve meses de 2011 ascendieron a 9.198 millones de euros, un 17% superior respecto al mismo periodo de 2010 (14% en términos comparables).

Los objetivos de 2011 se han confirmado

En este contexto, Faurecia confirma sus objetivos fiscales para 2011.

VENTAS DEL GRUPO EN EL TERCER TRIMESTRE

El volumen de ventas consolidado de Faurecia en el tercer trimestre de 2011 se sitúa en 3.787,4 millones de euros, lo cual supone un aumento del 15,9%. Esta cifra incluye las ventas de Plastal España, consolidadas desde el 1 de octubre de 2010 (34,6 millones de euros), de Angell Demmel, consolidadas desde el 1 de enero de 2011 (25 millones de euros) y de la fábrica de ensamblaje de asientos de Madison (Misisipi, EE.UU.), planta de ensamblaje de asientos adquirida el 4 de abril de 2011 (36,6 millones de euros).

En términos comparables -con tipo de cambio constantes-, las ventas registran un crecimiento del 15,9% en relación con los resultados del tercer trimestre de 2010. (Las cifras de 2011 excluyen Plastal España, Angell-Demmel y la fábrica de Madison).

Ventas:

- Las ventas de productos (piezas y componentes suministrados a fabricantes de automóviles) han ascendido a 2.865,6 millones de euros en el tercer trimestre, lo cual representa una progresión del 13,5% y un crecimiento del 12,8%, en términos comparables, en relación con el tercer trimestre de 2010. Esta cifra incluye las ventas de productos de Plastal España (33,3 millones de euros), de Angell Demmel (24,6 millones de euros) y de la fábrica de Madison (36 millones de euros).
- Las ventas de monolitos han ascendido a 667,6 millones de euros, lo cual representa un incremento del 26,5% y un 29,7% en términos comparables, en relación con el mismo periodo de 2010.
- I+D, las ventas de herramientas y prototipos registran un aumento de 19% en el tercer trimestre de 2011 y se elevan a 254,2 millones de euros, en términos comparables.

Excluyendo las ventas de monolitos incluidas en la actividad Tecnologías de Control de Emisiones, las ventas ascienden a 3.119,8 millones de euros, lo cual supone un aumento del 13,3%, en términos comparables.

VENTAS POR TIPO	T3-11	T3-10	Variación (%)	Términos comparables (*)	9M-11	9M-10	Variación (%)	Términos comparables (*)
<i>en millones de euros</i>								
Ventas de productos	2.865,6	2.523,7	13,5%	12,8%	9.197,8	7.878,1	16,8%	13,5%
Ventas de monolitos	667,6	527,7	26,5%	29,7%	1.992,6	1.582,6	25,9%	27,4%
Ventas de herramientas, I+D y prototipos	254,2	215,4	18,0%	19,0%	747,4	632,0	18,3%	13,7%
VENTAS TOTAL ES	3.787,4	3.266,7	15,9%	15,9%	11.937,7	10.092,6	18,3%	15,7%

(*)a perímetro y tipo de cambio constantes.

Ventas de productos en el tercer trimestre por región:

- En Europa, las ventas de productos se elevan a 1.704,4 millones de euros, una cifra que supone un incremento del 8,5%, y que representa el 59,5% de las ventas de productos totales y un aumento del 5,2%, en términos comparables en relación con el mismo periodo de 2010.
- En Norteamérica, las ventas de productos han ascendido a 636,8 millones de euros durante el tercer trimestre de 2011, una cifra que supone un incremento del 23,6% y que representa el 22,2% de las ventas de productos totales. En el tercer trimestre, las ventas han aumentado un 26,1%, en términos comparables.
- En Sudamérica, las ventas de productos en el tercer trimestre de 2011 han ascendido a 177,2 millones de euros, una cifra que supone un incremento del 17%, y que representa el 6,2% de las ventas de productos totales y un crecimiento del 22,5% en términos comparables.
- En Asia, las ventas de productos en el tercer trimestre han aumentado un 20,9% en términos comparables y han ascendido a 282,8 millones de euros, una cifra que supone un incremento del 17,1% en comparación con el mismo periodo de 2010 y que representa un 9,9% de las ventas de productos totales. En China, se ha registrado un crecimiento de las ventas del 15,5% en términos comparables.
- En otros países, las ventas de productos se elevan a 64,3 millones de euros durante el tercer trimestre de 2011, lo cual representa un aumento del 50,4% en términos comparables.

VENTAS DE PRODUCTOS	T3-11	T3-10	Variación (%)	Términos comparables (*)	9M-11	9M-10	Variación (%)	Términos comparables (*)
<i>en millones de euros</i>								
Europa	1.704,4	1.570,7	8,5%	5,2%	5.874,5	5.188,7	13,2%	7,5%
Norteamérica	636,8	515,2	23,6%	26,1%	1.860,4	1.466,7	26,8%	28,7%
Sudamérica	177,2	151,5	17,0%	22,5%	493,8	404,5	22,1%	23,2%
Asia	282,8	241,5	17,1%	20,9%	790,4	683,8	15,6%	17,8%
Otras	64,3	44,8	43,6%	50,4%	178,6	134,4	32,9%	33,2%
TOTAL	2.865,6	2.523,7	13,5%	12,8%	9.197,8	7.878,1	16,8%	13,5%

(*)a perímetro y tipo de cambio constantes.

VENTAS DE PRODUCTOS POR ACTIVIDAD

Asientos de Automóviles crece un 7,9%

Las ventas de productos han aumentado un 7,9% (o 6,7% en términos comparables) durante el tercer trimestre, alcanzando los 1.101,4 millones de euros (de los cuales 36 millones de euros corresponden a las ventas de productos de la fábrica de Madison).

Sistemas Interiores crece un 12,2%

Durante el tercer trimestre, las ventas han aumentado un 12,2% (11,5% en términos comparables), y alcanzan los 684 millones de euros (de los cuales 24,6 millones de euros corresponden a las ventas de productos de Angell Demmel).

Tecnologías de Control de Emisiones crece un 18,1%

Durante el tercer trimestre, las ventas han aumentado un 18,1% (22,9% en términos comparables), y han ascendido a 711,9 millones de euros.

Exteriores de Automóviles crece un 27,1%

Durante el tercer trimestre de 2011, las ventas de productos se elevan a 368,3 millones de euros (+27,1%). Sin tener en cuenta el impacto de las operaciones de Plastal España (cuyas ventas de productos ascienden a 33,3 millones de euros), las ventas han registrado un aumento del 16,1% en comparación con el mismo periodo de 2010.

VENTAS DE PRODUCTOS	T3-11	T3-10	Variación (%)	Términos comparables (*)	9M-11	9M-10	Variación (%)	Términos comparables (*)
<i>en millones de euros</i>				(*)				(*)
Asientos de Automóviles	1.101,4	1.021,2	7,9%	6,7%	3.551,3	3.223,9	10,2%	9,2%
Sistemas Interiores	684,0	609,8	12,2%	11,5%	2.266,9	1.975,0	14,8%	13,1%
Total Módulos de Interior	1.785,3	1.631,0	9,5%	8,5%	5.818,3	5.198,9	11,9%	10,7%
Tecnologías de Control de Emisiones	711,9	603,0	18,1%	22,9%	2.168,3	1.805,2	20,1%	22,7%
Exteriores de Automóviles	368,3	289,7	27,1%	16,1%	1.211,2	874,0	38,6%	11,3%
Total Otros Módulos	1.080,2	892,7	21,0%	20,7%	3.379,5	2.679,2	26,1%	18,7%
TOTAL	2.865,6	2.523,7	13,5%	12,8%	9.197,8	7.878,1	16,8%	13,5%

(*)a perímetro y tipo de cambio constantes.

APÉNDICE

VENTAS CONSOLIDADAS	T3-11	T3-10	Variación (%)	Términos comparables (*)	9M-11	9M-10	Variación (%)	Términos comparables (*)
<i>en millones de euros</i>								
Asientos de Automóviles	1.152,8	1.064,0	8,3%	7,2%	3.700,4	3.377,7	9,6%	8,7%
Sistemas Interiores	808,5	726,5	11,3%	11,0%	2.647,1	2.292,0	15,5%	14,0%
Total Módulos de Interior	1.961,3	1.790,5	9,5%	8,8%	6.347,5	5.669,7	12,0%	10,9%
Tecnologías de Control de Emisiones	1.414,5	1.158,5	22,1%	26,2%	4.263,2	3.476,2	22,6%	24,7%
Exteriores de Automóviles	411,6	317,7	29,6%	19,1%	1.327,0	946,7	40,2%	11,6%
Total Otros Módulos	1.826,1	1.476,2	23,7%	24,6%	5.590,2	4.422,9	26,4%	21,6%
TOTAL	3.787,4	3.266,7	15,9%	15,9%	11.937,7	10.092,6	18,3%	15,7%

(*)a perímetro y tipo de cambio constantes.

Sobre Faurecia

Faurecia es el sexto proveedor mundial en equipamiento de automóvil con cuatro actividades de negocio clave: Asientos de Automóvil, Tecnologías de Control de Emisiones, Sistemas de Exteriores y Sistemas de Interiores. En 2010, el Grupo alcanzó unas ventas totales de 13.8 mil millones de euros. Emplea a 75.000 personas en 33 países, 238 plantas y 38 centros de I+D. Faurecia cotiza en la bolsa NYSE Euronext Paris. Para más información visita: www.faurecia.com

Contactos

Prensa

Olivier Le Fricc
 Manager Media Relations
 Tel: +33 (0)1 72 36 72 58
 Mov: +33 (0)6 76 87 30 17
olivier.lefricc@faurecia.com

Analistas / Inversores

Eric-Alain Michelis
 Director Investor Relations
 Tel: +33 (0)1 72 36 75 70
 Mov: +33 (0)6 64 64 61 29
eric-alain.michelis@faurecia.com

Prensa España

Luis González
lgonzalez@llorentycuenca.com
 Anne Corcuera
acorcuera@llorentycuenca.com
 Tel: 915 63 77 22