RAPPORT D'ACTIVITÉ

LINK SOLUTIONS FOR INDUSTRY



SOMMAIRE

- 2. MESSAGE DE LA DIRECTION
- 4. CONSEIL D'ADMINISTRATION ET COMITÉ EXÉCUTIF
- 6. CHIFFRES CLÉS
- 8. PRÉSENTATION DES ACTIVITÉS
- 10. IMPLANTATIONS MONDIALES
- 12. ÉVÉNEMENTS DE L'ANNÉE 2007
- 14. LISI AEROSPACE
- 20. LISI MEDICAL
- 22. LISI AUTOMOTIVE
- 26. LISI COSMETICS
- 30. RESSOURCES HUMAINES
- 32. INNOVATION
- 38. ENVIRONNEMENT, SÉCURITÉ ET GESTION DES RISQUES
- 42. DONNÉES BOURSIÈRES
- 45. SYNTHÈSE FINANCIÈRE

1777

Création par Frédéric JAPY d'une fabrique de mouvements d'horlogerie à Beaucourt près de Montbéliard ; quelques années plus tard, fondation à Morvillars dans la région de Belfort de la manufacture MIGEON & DOMINE qui deviendra la société VIELLARD MIGEON & Compagnie (VMC).

1806

Les sociétés JAPY Frères et VIELLARD MIGEON & Cie décident de lancer conjointement la fabrication industrielle de vis à bois forgées en France.

1899

Création à Delle (Territoire de Belfort) de la Société Industrielle de Delle, par la famille DUBAIL-KOHLER qui se spécialise rapidement dans la fabrication de visserie par décolletage.

1968

Ces trois entreprises familiales fusionnent pour constituer la société GFD⁽¹⁾ qui devient alors le premier fabricant français de visserie-boulonnerie standard et automobile. Les trois familles fondatrices se retrouvent aujourd'hui au sein de CID (Compagnie Industrielle de Delle) actionnaire de contrôle du groupe LISI.

1977

GFD prend le contrôle de la société BLANC AERO, spécialisée dans les fixations aéronautiques et dans les composants d'emballage pour la parfumerie. Le nouveau groupe est baptisé GFI.

1989

GFI s'introduit sur le Second Marché de la bourse de Paris et devient GFI Industries.

1990 / 2000

Au cours de la décennie 90, GFI Industries s'est renforcé dans ses trois secteurs par l'acquisition de plus d'une quinzaine de sociétés en Europe et aux Etats-Unis.

2002

Pour mieux s'identifier à ses métiers, GFI Industries devient LISI, acronyme de LInk Solutions for Industry; ses trois divisions reprennent chacune ce nom en y ajoutant son secteur d'activité principal : LISI AEROSPACE, LISI AUTOMOTIVE et LISI COSMETICS.

Poursuite de la stratégie de recentrage sur le Core Business :

- Cession des activités non stratégiques (GFD, Ars Industries et l'unité de production d'Aillevillers);
- Acquisition de la société californienne MONADNOCK (LISI AEROSPACE).

2004

Acquisition de la société FORM a.s. en République Tchèque (LISI AUTOMOTIVE).

2005

- Acquisition de la société KNIPPING en Allemagne (LISI AUTOMOTIVE).
- Ouverture d'une usine au Canada (LISI AEROSPACE).
- Cession de la société Gradel (LISI AUTOMOTIVE).

2007

Vente de la société de distribution EUROFAST à la société ANIXTER France (LISI AEROSPACE).

LISI AUTOMOTIVE cède son site de Monistrol en Haute-Loire.

Création du sous-ensemble LISI MEDICAL suite aux acquisitions des sociétés :

- HUGUENY (Lyon), spécialisée dans les implants du rachis,
- JEROPA (Escondido-USA), spécialisée dans les implants dentaires,
- SEIGNOL et INTERMED APPLICATION (Neyron – France), LIXUS (Tanger – Maroc), spécialisées dans la sous-traitance de fabrication d'implants dentaires et orthopédiques.



6512
PERSONNES

816 M€

DE CHIFFRE
D'AFFAIRES

+13,3%
DE CROISSANCE ORGANIQUE

LISI est un des leaders mondiaux des fixations mécaniques et composants d'assemblage destinés principalement aux secteurs aéronautique, automobile, cosmétiques et dernièrement médical.

Originaire d'entreprises familiales créées à la fin du XVIIIème siècle dans la région de Belfort-Montbéliard où réside son siège social, LISI est aujourd'hui présent industriellement dans une dizaine de pays dans le monde.

Fournisseur de rang 1 des constructeurs comme AIRBUS, BOEING, BMW, MERCEDES, FORD, GM, PSA, RENAULT ou encore VW-group mais aussi de tous les équipementiers et motoristes de ces secteurs d'activité, LISI s'est positionné dans une stratégie de différenciation en offrant à ses clients, où qu'ils soient implantés, les produits et les services innovants à fort contenu technologique.

LISI a réalisé en 2007 un chiffre d'affaires de 816 M€ avec un effectif de 6 512 personnes dont 49 % basées hors de France.

LISI est coté en bourse depuis 1989 et sa capitalisation boursière atteignait près de 700 M€ au 31 décembre 2007.



Nous sommes convaincus que l'ensemble de nos équipes saura relever les défis de demain avec succès M Gilles KOHLER et Emmanuel VIELLARD

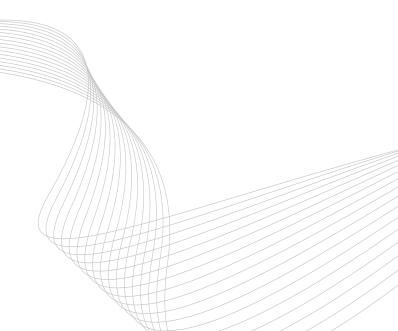


UNE FORTE CROISSANCE À LAQUELLE TOUTES LES DIVISIONS ONT CONTRIBUÉ

L'année 2007 a présenté des «courants contraires» forts : la baisse du dollar a coûté au groupe plus de 2 % de croissance ; la mise en place du plan Power 8 chez AIRBUS qui a brutalement arrêté la croissance des ventes de LISI AEROSPACE en Europe ; enfin le plan de réorganisation industrielle chez LISI AUTOMOTIVE conduisant à l'arrêt de la production au Canada et à la cession de l'usine de Monistrol en décembre a mobilisé beaucoup d'énergie toute l'année.

A l'inverse, 2007 a aussi connu des «vents porteurs» puissants : les ventes aéronautiques aux USA dont le rythme de croissance de plus de 30 % (exprimé en dollar) n'a pas faibli tout au long de l'exercice ; une augmentation significative de la production européenne automobile qui s'est traduite par une croissance renforcée des ventes de LISI AUTOMOTIVE à chaque trimestre ; enfin, un marché dans l'emballage Parfumerie-Cosmétiques soutenu par des lancements splendides chez les principaux clients de LISI COSMETICS.

In fine, ces éléments positifs ont fini par l'emporter sur les plus négatifs – en particulier au dernier trimestre de 2007 marqué par la reprise industrielle chez AIRBUS – si bien que le groupe a dépassé tous ses espoirs de croissance pour atteindre un chiffre d'affaires de 816 millions d'euros supérieur de + 10,3 % par rapport à 2006 et correspondant surtout à une croissance organique exceptionnelle de + 13,3 %.



Chacune de nos trois divisions a participé à cette performance :

- LISI AEROSPACE a ainsi réalisé en 2007 un chiffre d'affaires de 356 M€ en hausse de + 12,8 % par rapport à 2006;
- LISI AUTOMOTIVE 407 M€ de ventes (+ 6,4 %)
- LISI COSMETICS 55 M€ de chiffre d'affaires soit une augmentation de + 24 % d'une année sur l'autre.

QUI PERMET DE DÉGAGER DES RÉSULTATS RECORD EN 2007

Ces excellents résultats auront permis de faire tomber plusieurs records internes :

- Un EBIT consolidé pour la 1ère fois supérieur à 100 M€ soit 12,3 % de marge opérationnelle (EBIT sur chiffre d'affaires).
- Un bénéfice net de 67,6 M€, soit 8,3 % du chiffre d'affaires.
- Un Free Cash Flow de 55,8 M€ ramenant le gearing consolidé à 13 %, à comparer à un niveau de 30 % à fin 2006, qui offre au groupe de réelles capacités de croissance externe pour le futur.

UNE OUVERTURE VERS UN NOUVEAU DOMAINE DE CROISSANCE : LES IMPLANTS MÉDICAUX

LISI s'est ouvert en 2007 une nouvelle voie de développement en reprenant trois sociétés spécialisées dans le domaine médical : HUGUENY et SEIGNOL situées en région lyonnaise et JEROPA implantée près de San Diego au sud de la Californie.

Fabricants à la fois de fixations, de composants et d'ancillaires orthopédiques (instruments chirurgicaux), ces trois entreprises s'avèrent tout à fait proches du monde aéronautique dont elles partagent les processus et l'excellence sur le plan de la qualité, les compétences de fabrication et de gestion de petites séries de haute technologie ainsi que le traitement de matériaux à haute résistance comme le titane.

LISI MEDICAL ainsi créé, a pour ambition de proposer aux grandes sociétés développeurs de solutions médicales une offre complète de production d'implants. La capacité du groupe à traiter avec ces grands clients dans un environnement exigeant en termes de qualité et de délais le conforte dans sa démarche. La division devrait dépasser 25 millions d'euros d'activité en 2008.

LES PERSPECTIVES RESTENT DYNAMIQUES

Le groupe LISI aborde l'exercice 2008 avec confiance et confirme le déroulement de son plan de développement 2010 qui cible 1 milliard d'euros de chiffre d'affaires par acquisition comme par croissance interne.

Pour soutenir cette dernière, l'exercice 2008 s'annonce comme un exercice record en matière d'investissements industriels. Les principaux projets de 2008 porteront notamment sur :

- l'augmentation des capacités dans la division aéronautique,
- le renforcement de la présence industrielle dans les zones de croissance (République Tchèque, Chine) pour la division automobile.
- le chantier de Nogent-Le-Phaye pour LISI COSMETICS.

L'année 2008 est enfin celle du «top départ» vers la certification ISO 14001 que nous visons pour tous les sites du groupe à l'horizon 2010. A l'image des niveaux de qualité et de performances atteints, nous affichons notre ambition d'une entreprise résolument engagée vers le respect total de la sécurité pour chaque salarié et de son environnement pour le profit de tous.

Malgré un contexte économique que nous ne pouvons ignorer, le groupe LISI possède les atouts nécessaires pour rivaliser dans les marchés globaux sur lesquels il s'est positionné et satisfaire ainsi les exigences de ses grands clients.

CONSEIL D'ADMINISTRATION

Gilles KOHLER

Président

Emmanuel VIELLARD

Vice-Président

Eric ANDRE

Administrateur indépendant

Roland BURRUS

Administrateur indépendant

Pascal LEBARD

Administrateur indépendant

Christian PEUGEOT

Administrateur

Jean-Philippe KOHLER

Représentant permanent de CIKO au Conseil d'Administration de LISI Administrateur

Thierry PEUGEOT

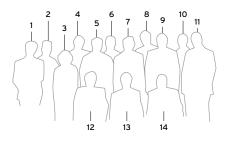
Représentant permanent de CID au Conseil d'Administration de LISI Administrateur

Christophe VIELLARD

Représentant permanent de VMC au Conseil d'Administration de LISI Administrateur



COMITÉ **EXÉCUTIF**



Gilles KOHLER (13)

Président-Directeur Général de LISI Président de LISI AUTOMOTIVE.

Emmanuel VIELLARD (5)

Vice-président Directeur Général de LISI Président de LISI AEROSPACE.

Jean-Philippe KOHLER (8)

Directeur Délégué de LISI en charge de l'audit interne.



LISI AEROSPACE

Jean-Louis COLDERS (7)

Directeur Général de LISI AEROSPACE et de LISI MEDICAL.

Isabelle CARRERE (3)

Directeur Général Administration Finance de LISI AEROSPACE.

Christian DARVILLE (6)

Directeur Général de HI-SHEAR et de MONADNOCK.

François-Xavier DU CLEUZIOU (1)

Directeur Commercial et Marketing de LISI AEROSPACE.

LISI AUTOMOTIVE

Georges LAMMOGLIA (14)

Directeur Général de LISI AUTOMOTIVE.

Yves DREYER (2)

Directeur Industriel et Achats de LISI AUTOMOTIVE.

Daniel PITSCHMANN (9)

Directeur Général Business Group Deutschland de LISI AUTOMOTIVE.

Laurent SANCHEZ (4)

Directeur Général Business Group France de LISI AUTOMOTIVE.

Burkhard STUMPF (10)

Directeur Général Business Group Global Tier 1 de LISI AUTOMOTIVE.

LISI COSMETICS

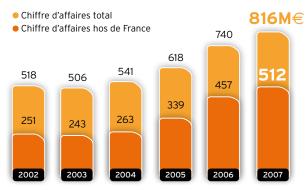
Michel GUIGNARD (12)

Président-Directeur Général de LISI COSMETICS.

Eric DESPRES (11)

Directeur Administratif et Financier de LISI COSMETICS.

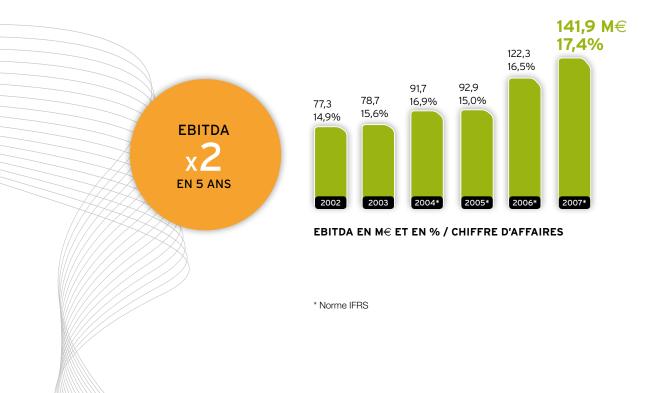




CHIFFRE D'AFFAIRES CONSOLIDÉ EN M€

En 2007, le groupe LISI a réalisé un chiffre d'affaires consolidé de 816 M€ en hausse de + 13,3 %. La part de l'activité destinée à l'étranger s'est développée de façon significative et représente 63 % du total à fin 2007.

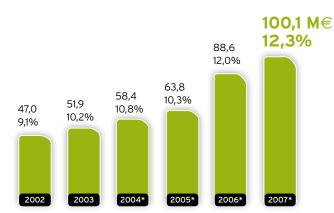
L'exercice 2007 représente la 4^{ème} année consécutive de forte croissance qui aura permis au groupe d'augmenter entre 2004 et 2007 de plus de 60 % son chiffre d'affaires, soit un taux moyen de croissance annuelle (TMCA) de l'ordre de 15 %.



100,1 M€ à 12,3 % DU C.A.

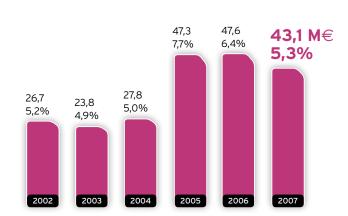
RÉSULTAT NET

ENDETTEMENT FINANCIER NET DIVISÉ PAR 2

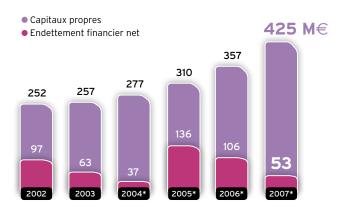


EBIT

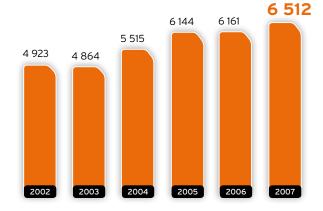
EBIT EN M€ ET EN % / CHIFFRE D'AFFAIRES



INVESTISSEMENTS INDUSTRIELS NETS EN M€ **ET EN % DU CHIFFRE D'AFFAIRES**



CAPITAUX PROPRES ET ENDETTEMENT EN M€



EFFECTIFS INSCRITS

1 MÉTIER, 4 SECTEURS D'ACTIVITÉ

LISI **AEROSPACE**

FIXATIONS ET COMPOSANTS D'ASSEMBLAGE POUR L'AÉRONAUTIQUE

N°3 MONDIAL

10 SITES

2 9 0 5

COLLABORATEURS

355,7 M€
DE CHIFFRE D'AFFAIRES

18,1 M€
D'INVESTISSEMENTS

LISI **MEDICAL**

SOUS-TRAITANT D'IMPLANTS MÉDICAUX ET D'ANCILLAIRES

4 SITES

230

COLLABORATEURS

25_{M€}

DE CHIFFRE D'AFFAIRES SUR BASE ANNUALISÉE

LISI **AUTOMOTIVE**

FIXATIONS ET COMPOSANTS D'ASSEMBLAGE POUR L'AUTOMOBILE

N°4 MONDIAL

15 SITES

2 953
COLLABORATEURS

407,1 M€
DE CHIFFRE D'AFFAIRES

20,4 M€
D'INVESTISSEMENTS

LISI COSMETICS

COMPOSANTS D'ASSEMBLAGE ET D'EMBALLAGE POUR LA PARFUMERIE ET LES COSMÉTIQUES

DANS LE

TOP 10 MONDIAL

3 SITES

490

COLLABORATEURS

54,8 M€
DE CHIFFRE D'AFFAIRES

4,4 м€

D'INVESTISSEMENTS



DE PRODUCTION

PAYS DE PRODUCTION

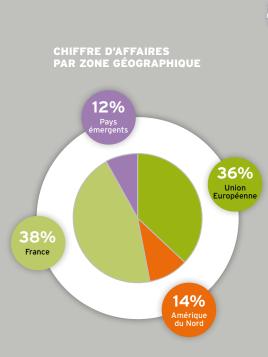
- France
- Allemagne
- Etats-Unis
- Grande-Bretagne
- Canada
- République Tchèque
- Maroc
- Turquie
- Chine
- Espagne

PAYS EN REPRÉSENTATION COMMERCIALE

- France
- Allemagne
- Etats-Unis



Grande-Bretagne Canada République Tchèque Maroc Turquie Chine Espagne Inde Pologne



Représentation commerciale

- Saint-Ouen-l'Aumône
- Saint-Brieuc

Production

- Villefranche-de-Rouergue
- Vignoux-sur-Barangeon

Hors de France

- Dorval (Canada)
- Rugby (Grande-Bretagne)
- Izmir (Turquie)
- Paramount (USA)
- Torrance (USA)
- City of Industry (USA)

- Blagnac
- Hambourg (Allemagne)
- Shanghai (Chine)

LISI AUTOMOTIVE 15 SITES DONT 6 EN FRANCE

- Delle
- Dasle
- Melisey
- Thiant
- Saint-Florent-sur-Cher
- Puiseux

Hors de France

- Vöhrenbach (Allemagne)
- Mellrichstadt (Allemagne)
- Heidelberg (Allemagne)
- Kierspe (Allemagne)
- Herscheid (Allemagne)
- Gummersbach (Allemagne)
- Fuenlabrada (Espagne)
- Pékin (Chine)
- Brno (République Tchèque)
- Dabrowa Gornicza (Pologne)
- Solihull (Angleterre)
- Ahmedabad (Inde)

LISI COSMETICS 3 SITES EN FRANCE

Saint-Saturnin-du-Limet Aurillac

Nogent-le-Phaye

France

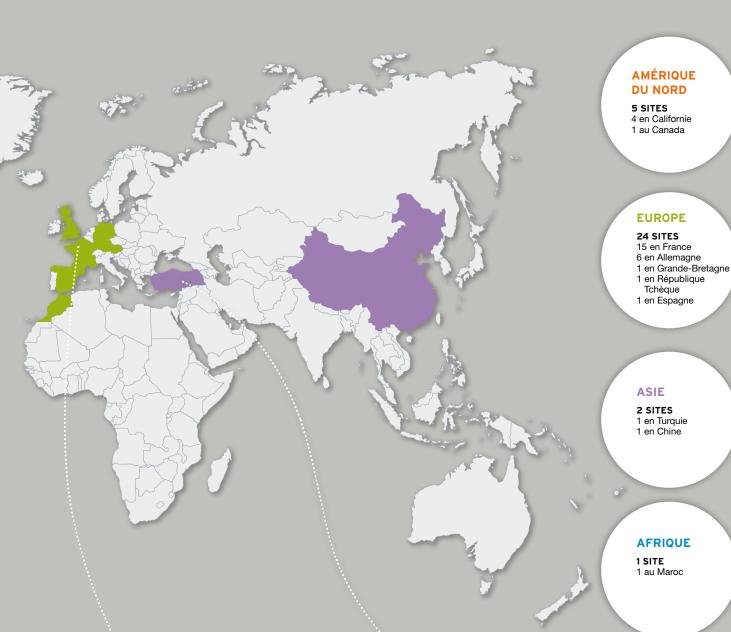
Fleurieux-sur-l'Arbresle

Neyron

Hors de France

Escondido (USA)

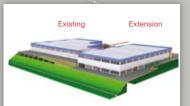
Tanger (Maroc)





LISI AEROSPACE AGRANDISSEMENT DU CENTRE D'ÉTUDES DE SAINT-OUEN L'AUMÔNE

Le Centre d'Études de LISI AEROSPACE dispose depuis 2007 d'un nouveau plateau de près de 800 m²; adossé à notre usine de Saint-Ouen-l'Aumône, outre des bureaux conçus pour favoriser le travail en équipe, il comporte une cellule de prototypage, des moyens d'essai, des moyens de simulation, ainsi qu'une salle de formation. Un accent particulier a été mis sur les moyens de communication afin de favoriser le travail collaboratif à distance au sein du groupe et avec les clients.



LISI AEROSPACE EXTENSION DU SITE D'IZMIR EN TURQUIE

A partir de l'unité existante, qui date de 2005, LISI AEROSPACE a décidé de doubler la taille de cette usine pour atteindre une capacité cible de plus de 500 personnes. Izmir devient donc une usine majeure pour la division aéronautique aux côtés de Torrance (USA), Saint-Ouen-l'Aumône, Villefranche-de-Rouergue et Rugby (Angleterre).

ÉVÉNEMENTS DE L'ANNÉE 2007

LISI AEROSPACE

> LISI AEROSPACE ACCOMPAGNE LES PLANS DE CROISSANCE DE SES CLIENTS: SKYLINE 2010

L'année 2007 a vu la mise en œuvre du plan Skyline 2010, projet d'entreprise dont l'objectif est de dimensionner LISI AEROSPACE pour répondre à la croissance de son marché à l'horizon 2010. Ce plan stratégique, axé autour de quelques thèmes clés, vise l'accroissement de la part de marché, le développement capacitaire, la modernisation de l'outil industriel, la redéfinition du portefeuille de produits, l'adaptation de l'organisation commerciale et la sécurisation de notre rentabilité. Le plan Skyline 2010 prévoit ainsi une hausse des capacités de production de 40 % entre 2006 et 2009. Le plan a été présenté à l'occasion du salon du Bourget en juin 2007.



> RECONNAISSANCE DES CLIENTS

Le groupe est engagé dans un plan de qualification ambitieux qui concerne les sites de Dorval - Canada (qualifications obtenues en décembre) et surtout les sites européens y compris Izmir. Ce plan va se poursuivre sur toute l'année 2008.



> CONSTITUTION D'UN NOUVEAU PÔLE LISI MEDICAL

Après une année 2006 consacrée à la compréhension de la structure du marché, des acteurs, et à l'élaboration du plan stratégique, 2007 aura vu la constitution effective de ce nouveau pôle sous l'égide de LISI AEROSPACE.

Il est constitué par les sociétés acquises au cours de l'exercice 2007, à savoir :

- HUGUENY située à Lyon en janvier,
- JEROPA aux USA (San Diego) en avril,
- le groupe SEIGNOL (région lyonnaise et Maroc) en décembre.



> UNE NOUVELLE ORGANISATION RÉSOLUMENT ORIENTÉE VERS LE CLIENT

Le changement de dimension de LISI AUTOMOTIVE, conséquence de l'acquisition de KNIPPING en 2005, nous a conduits en mars 2007 à la mise en place d'une nouvelle organisation par marché. Quatre Business Groups, pleinement responsables de leurs résultats, ont ainsi été créés :

- Le Business Group France avec 5 usines,
- Le Business Group Deutschland avec 7 usines,
- Le Business Group Global Tier One avec 2 usines,
- Le Business Group Asia avec 1 usine. Cette organisation avec un alignement des forces commerciales, développement, techniques et production sous une même responsabilité, permet à LISI AUTOMOTIVE de répondre plus efficacement aux exigences du marché et d'accélérer la croissance de ses activités.



> LISI AUTOMOTIVE RENFORCE SES POSITIONS DANS LE FREINAGE

Partenaire des équipementiers mondiaux dans le domaine du freinage depuis de nombreuses années, LISI AUTOMOTIVE s'est positionné sur la nouvelle famille des freins de parking électriques en ligne avec la stratégie de production de composants de sécurité. Ainsi, LISI AUTOMOTIVE fabrique pour un grand équipementier mondial un système de frein de parking électrique qui est monté sur les platesformes récentes de tous les grands constructeurs européens.

> RENFORCEMENT DE LISI AUTOMOTIVE EN ALLEMAGNE

L'acquisition de la société KNIPPING avait comme double objectif le renforcement de LISI AUTOMOTIVE auprès de ses clients allemands et conforter ainsi les autres usines allemandes du groupe. L'objectif est atteint en 2007 : avec ses 6 usines et 1 centre de distribution, le Business Group Deutschland consolide définitivement le groupe dans cette zone stratégique pour l'industrie automobile.

LISI AUTOMOTIVE est résolument reconnu comme un fournisseur de développement par les constructeurs automobiles allemands. En témoigne la visite de 160 développeurs et acheteurs lors de la journée technique organisée dans le centre de recherche de BMW à Münich en novembre 2007.





> UNE FORTE CROISSANCE DE L'ACTIVITÉ COMMERCIALE

LISI COSMETICS termine l'exercice avec une progression de 25 % de son chiffre d'affaires grâce à des produits devenus majeurs en moins d'un semestre comme « Fuel for Life » pour Homme de DIESEL (L'OREAL), déjà n° 1 des ventes des nouveautés en Duty Free. Les autres facteurs déterminants sur l'exercice sont le succès durable de la ligne phare de PUIG « 212 MEN » et la pérennité de nos relations avec nos principaux clients dont CHANEL, LVMH ou SHISEIDO qui nous renouvellent leur confiance sur des lancements ou des repacks majeurs comme celui de J'Adore de DIOR. La conquête de deux nouveaux clients. «INTER PARFUMS» et «ORIFLAME» ainsi que la décision du Groupe YSL BEAUTE / BRI de reconnaître LISI COSMETICS comme fournisseur stratégique sont autant de signes encourageants pour 2008.

> RENFORCEMENT DES CAPACITÉS INDUSTRIELLES

Les capacités industrielles ont été renforcées par l'intégration de nouveaux équipements pour la métallisation et le vernissage des pièces plastiques qui fiabilisent et améliorent nos performances avec une capacité pouvant atteindre 10 000 pièces par heure. Ces process en ligne sont sous contrôle statistique et implantés dans des salles dédiées.

> INTÉGRATION DE LA « TRÈS HAUTE CADENCE »



Nos sites de production intègrent « la très haute cadence » grâce à des installations de décors robotisées, des machines de soudure ultra-sons et des machines d'assemblage. L'ensemble de ces moyens est complété par des dispositifs de contrôles automatiques permettant de garantir à nos clients le « zéro défaut » sur plusieurs paramètres.



est solide, mais ce qui distingue LISI AEROSPACE et fait son succès, c'est la qualité, l'engagement dans la durée et la loyauté de ses collaborateurs 🏿 Jean-Louis COLDERS - Directeur Général

de LISI AEROSPACE

CHIFFRES CLÉS 2007

355,7 м€ DE CHIFFRE D'AFFAIRES

2 905
COLLABORATEURS

18,1 м€ D'INVESTISSEMENT

Fixations de structure principalement en titane (Hi-Lite, Hi-Lok - LGP, Pull-In, Pull-stem, Taper-Lok).

Moteur

Fixations moteur (aciers haute température, alliages base cobalt ou nickel, superalliages à très haute résistance), inserts et goujons.

Pièces Spéciales

Fixations spéciales non structurelles (clip nut, quart de tour, spacer, etc ...), outillage de pose.

Racing

Fixations et composants pour la compétition automobile. Autres fixations pour l'automobile haut de gamme.











AIRBUS. BOEING. BOMBARDIER, DASSAULT, EMBRAER,

GEAE. EUROCOPTER, PRATT & WHITNEY,

ROLLS ROYCE,

Les écuries de Formule 1 et Nascar pour la partie Racing.

ALCOA FASTENING SYSTEM. **PRECISION** CASTPART Corp., MELROSE Plc.





> ENREGISTREMENT DE COMMANDES RECORD POUR NOS CLIENTS

Les enregistrements de commandes se sont maintenus à un niveau élevé pour la 3ème année consécutive, établissant des records historiques, notamment chez BOEING. Les carnets des deux avionneurs principaux se sont encore consolidés et représentent 7 années de production aux rythmes actuels. Les cadences de production sont revues à la hausse afin de faire face à la demande.

• AIRBUS, principal client de LISI AEROSPACE, termine l'année avec 1 341 commandes nettes (790 en 2006). Il se positionne en léger retrait par rapport à BOEING. Les programmes A380 et A350 ont été particulièrement actifs totalisant respectivement 33 et 290 commandes en 2007. Depuis leur lancement, l'A380 cumule 189 commandes et 320 commandes pour l'A350. Le constructeur européen demeure en tête sur le plan des livraisons avec 453 appareils vendus (434 en 2006). L'année 2007 a consacré la livraison du 1er A380 à Singapour Airlines et la reprise en main industrielle du programme A380. S'agissant des développements, les études A350 ont été engagées; un démonstrateur technologique est en cours de réalisation.

Le volet opérationnel du plan de restructuration Power 8 a conduit AIRBUS à rationaliser ses achats et à réduire ses niveaux de stocks. Cela s'est traduit par un ralentissement sensible de la demande en fixations pour toute la filière d'approvisionnement.

 BOEING, pour la 3^{ème} année consécutive, bat son record de commandes d'avions civils et réaffirme son leadership. Avec 1 413 commandes nettes, il devance AIRBUS grâce aux succès commerciaux du B787 et du programme B737; les livraisons s'inscrivent en très nette hausse avec 441 avions livrés (398 en 2006).

Le Dreamliner B787 est l'avion qui s'est le plus rapidement vendu de toute l'histoire de l'aviation avec au total 817 commandes depuis son lancement en 2004 (dont 369 sur 2007). BOEING a annoncé que le programme B787 serait en retard, compte tenu de difficultés de gestion de sa Supply Chain au sein de son nouveau dispositif industriel largement externalisé; la pénurie de fixations aéronautiques a été fortement invoquée. De fait, la demande s'établit à des niveaux record en Amérique du Nord. Le 1er vol reste néanmoins fixé pour la fin du premier semestre 2008.



- EMBRAER a livré 169 appareils en 2007 (+ 30 % comparé à 2006). L'avionneur a enregistré 146 commandes fermes (et 216 options), quasi-intégralement sur la famille des ERJ 170/190. Son carnet de commandes (476) représente 3,5 années de livraisons aux cadences 2007. EMBRAER s'affirme nettement comme le leader mondial du segment de l'aviation régionale.
- BOMBARDIER, après avoir connu une année 2006 très difficile, a renoué avec les succès commerciaux en totalisant 140 commandes, principalement sur sa gamme de CRJ 900 et CRJ 1000.
- L'aviation d'affaires est restée très active ; à noter qu'en 2007, DASSAULT a livré son 1^{er} F7X et réalisé le 1^{er} vol de son nouvel appareil le F2000DX.



> LISI AEROSPACE ACCOMPAGNE LES PLANS DE CROISSANCE DE SES CLIENTS : SKYLINE 2010

- En 2007, la société LISI AEROSPACE a effectué un travail de fond sur la redéfinition de ses objectifs stratégiques à moyen terme. Ces efforts se sont concrétisés par la mise en œuvre de Skyline 2010, projet d'entreprise dont l'objectif est de dimensionner LISI AEROSPACE pour répondre à la croissance de son marché à l'horizon 2010. Ce plan stratégique, axé autour de quelques thèmes clés, a pour but d'accroître la part de marché, le développement capacitaire, la modernisation de l'outil industriel, la redéfinition du portefeuille de produits, l'adaptation de l'organisation commerciale et la sécurisation de sa rentabilité.
- Dans le cadre de Skyline 2010, LISI AEROSPACE a procédé à des ajustements de périmètre (cession d'EUROFAST, filiale spécialisée dans la distribution, au groupe ANIXTER) et a consolidé des positions commerciales importantes parmi lesquelles ALENIA, AIRBUS, BOMBARDIER, EMBRAER, BOEING.
- Pour la 3^{ème} année consécutive, d'importants investissements ont été réalisés afin d'accroître la capacité de production et de moderniser l'appareil industriel :
- Poursuite du développement capacitaire du site canadien de Dorval (extension de la gamme de produits, obtention des qualifications BOEING, mise en œuvre de l'extension sur le bâtiment voisin).
- En Grande-Bretagne, le site de Rugby se déploie sur un bâtiment contigu afin d'accroître sa capacité et d'optimiser ses flux industriels.



- Aux Etats-Unis:
- le site de Torrance a réorganisé son implantation et ses flux afin de faire face à la demande,
- à City of Industry, un ambitieux plan d'automatisation a permis d'accroître la capacité.
- En France, le projet d'agrandissement de l'usine de Saint-Ouen-l'Aumône a été réalisé, ainsi que celui du développement d'une capacité écrous.
- En Turquie, une nouvelle phase d'extension est en cours de réalisation ; le démarrage est prévu pour l'été 2008.
- En 2007, un accent particulier a été mis sur le développement de nouveaux produits et la politique de licences qui permettent de positionner le groupe sur des produits répondant aux nouvelles exigences dictées par l'utilisation du composite, les contraintes de poids, et les normes environnementales. D'importants travaux de qualification ont été conduits dans toutes les usines, en particulier au Canada où tous nos objectifs ont été atteints, en particulier avec BOEING.
- Les recrutements de l'année 2007 ont été significatifs : l'effectif s'est accru de plus de 361 personnes sur la période. Les évolutions les plus importantes concernent les Etats-Unis, le Canada et la Turquie.

- LISI AEROSPACE a poursuivi ses efforts de formation interne en développant des politiques d'apprentissage en usine avec des moyens appropriés; des mécanismes d'intéressement et des dispositions de protection sociale sont venus compléter les mesures déjà en vigueur dans certains pays ou unités qui n'étaient pas dotés de ces avantages en regard des enjeux locaux.
- LISI AEROSPACE a pour ambition d'offrir à ses collaborateurs un environnement de travail de qualité, sécurisé et de maîtriser les risques environnementaux et professionnels générés par ses activités et ses produits. Les investissements dans ce domaine se poursuivent, avec un objectif de mise en conformité, mais aussi d'embellissement de nos sites. Nos ambitions sont aujourd'hui tournées vers la certification ISO 14001 et OHSAS 18001 de l'ensemble de nos usines à l'horizon 2010.
- En matière de système d'information, nous évoluons vers une architecture technique centralisée et sécurisée (Central Data warehouse) qui consiste à migrer l'ensemble des fonctions de l'entreprise sur l'ERP M3 de Lawson (anciennement MOVEX).

En 2008, sur la base des prévisions des constructeurs, nous projetons une nouvelle année de croissance grâce aux efforts de création de capacité lancés depuis 2006 et confortés par le plan Skyline 2010.

Nous anticipons également une actualité de développement soutenue, centrée sur les qualifications de BOEING en Europe, et le développement des programmes B787 et A350.







> EN EUROPE:

LES SITES DE PRODUCTION S'ADAPTENT AUX CONSÉQUENCES DE POWER 8

L'année a été marquée dans toutes les usines européennes par un net ralentissement de la demande d'AIRBUS, suite aux décisions prises dans le cadre du plan de restructuration Power 8.

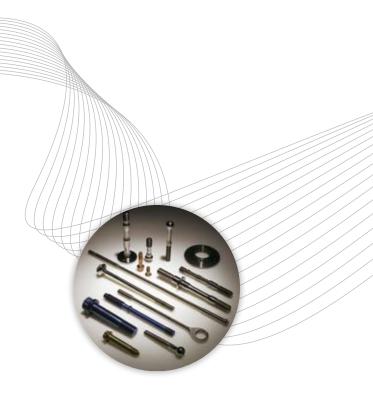
Nos usines ont su s'adapter, tout en préparant la reprise annoncée par AIRBUS qui est intervenue au cours du dernier trimestre.

Les usines européennes travaillent activement à l'obtention des qualifications BOEING afin de se positionner sur le programme B787, et d'améliorer encore la flexibilité industrielle au niveau du groupe. De même, le développement des capacités et l'amélioration de la gestion des flux restent au centre des préoccupations.

La B.U Moteurs et Pièces critiques, bien qu'affectée dans son développement par la chute du dollar, a connu une activité soutenue qui se résume par :

- la refonte des activités logistique à Villefranche-de-Rouergue,
- la poursuite des investissements en Turquie,
- l'obtention du Grand Prix Fournisseur chez SNECMA-SAFRAN
- les efforts soutenus en matière d'Hygiène, Sécurité et Environnement,
- les qualifications BOEING.

En Europe, l'activité est restée stable sur l'ensemble de l'année grâce aux efforts déployés.



> EN AMÉRIQUE DU NORD :

CROISSANCE À MARCHE FORCÉE AUX USA - OBJECTIFS ATTEINTS AU CANADA

La B.U Cellule USA a dû faire face à la forte demande de BOEING portée par le succès commercial du programme B787, et par la montée en puissance conjointe des contrats EMBRAER et ALENIA. Pour la 3ème année consécutive, la B.U a réalisé une croissance à deux chiffres très significative.

Dans ce contexte opérationnel tendu, le site de Torrance a progressé sur les thèmes suivants :

- l'accroissement de la capacité de production en général,
- l'amélioration continue,
- les régimes horaires de fonctionnement innovants,
- le recrutement de 157 personnes et les plans de formation,
- le schéma d'intéressement pour les différentes catégories professionnelles,
- les travaux de rénovation des cellules et du bâtiment. Des efforts conséquents seront encore dédiés à la réduction des retards et à l'amélioration du taux de service.

La B.U Pièces Spéciales a également connu une croissance à deux chiffres qui a été bien absorbée grâce aux investissements et aux projets d'automatisation devenus pleinement effectifs. Un effort particulier en termes de nouveaux produits a été réalisé.

Pour la B.U Moteurs et Pièces Critiques à Dorval, l'année 2007 a constitué un tournant décisif avec :

- l'obtention des dernières qualifications visées au business plan
- la tenue des objectifs en termes de chiffre d'affaires,
- l'objectif de rentabilité atteint sur le dernier trimestre,
- la réalisation des derniers investissements majeurs.

B.U RACING:

ADAPTATION AU MARCHÉ EN EUROPE -CROISSANCE AUX USA

En Europe, les contraintes imposées par la réglementation de la FIA (moteurs figés jusqu'en 2010, un moteur pour quatre Grands Prix) ont minoré les possibilités de développement. Nos équipes ont œuvré à la renégociation de leurs contrats commerciaux avec des partenaires significatifs, gagné des parts de marché et adapté le potentiel de production dans le cadre d'un plan de gestion prévisionnelle des emplois et des carrières.

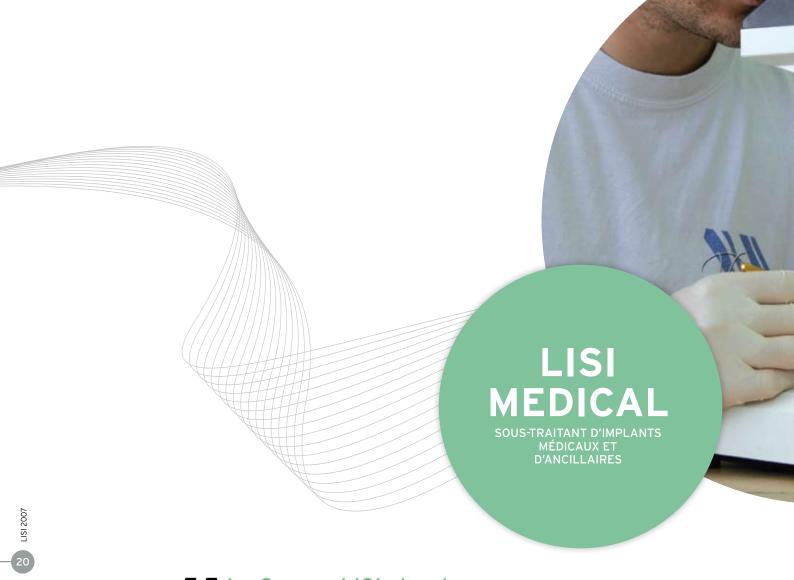
Aux USA, l'activité a été portée par le marché Nascar et celui des Top Series ; la croissance a été soutenue du fait d'un positionnement privilégié auprès d'un acteur majeur du Nascar.



PRODUIT PHARE

Fixation de structure en titane de type Hi Lite (TM) utilisée sur l'ensemble des programmes aéronautiques civils mondiaux.

Plusieurs versions (matériau, géométrie, revêtement) sont disponibles pour couvrir des conditions d'emploi variées tant dans les structures métalliques que composites (développement Hi-Shear).



Le Groupe LISI aborde
avec un regard nouveau ce secteur
en pleine mutation industrielle
Yves BONICEL - Directeur Général
de LISI MEDICAL









PRODUITS PHARES

HUGUENY

Implants rachidiens et orthopédiques.



JEROPA

Implants dentaires et ancillaires.



SEIGNOL & INTERMED Application

lisi

Implants chirurgicaux (pied, main, maxillo facial, dentaires) et fabrication d'ancillaires (instruments chirurgicaux).





PRODUIT PHARE

Elément de fixation en titane, ensemble d'un dispositif implantable, mis en œuvre dans certaines chirurgies de la colonne vertébrale.

> NAISSANCE DE LISI MEDICAL : **« MANUFACTURING EXCELLENCE FOR LIFE TECHNOLOGIES** »

Après une année 2006 consacrée à la compréhension de la structure du marché, des acteurs, et à l'élaboration du plan stratégique de démarrage, l'année 2007 aura vu la constitution effective de ce nouveau pôle sous l'égide de LISI AEROSPACE et permis de valider, par l'expérience, certains fondamentaux du

- un marché dynamique, présentant des taux de croissance élevés, à deux chiffres pour certains segments, assis sur des données démographiques : allongement de la durée de vie, pathologies spécifiques liées à l'obésité dans certains pays occidentaux, exigence de confort proportionnelle au développement socio-économique des pays ;
- des donneurs d'ordres (sociétés orthopédiques) en recherche de solutions de sous-traitance fiables, qu'il s'agisse d'entreprises de rang mondial, ou de spécialistes innovants ne disposant pas de moyens de production propres ;
- un environnement normatif exigeant (EN13485, directive 93/42 CEE, Good Manufacturing Practices FDA), poussant vers des processus de qualification stricts ainsi qu'un management de la qualité irréprochable;
- des conditions opérationnelles proches de celles de LISI AEROSPACE : une grande variété de produits, des matières premières communes, un niveau d'exigence élevé, des performances de livraison serrées, des opportunités de codéveloppement et de prototypage.

Fort des positions des sociétés acquises (HUGUENY - France, JEROPA - USA, SEIGNOL/INTERMED/LIXUS - France & Maroc) et des recrutements menés au cours de l'exercice, LISI MEDICAL aborde 2008 sur des bases crédibles :

- une équipe de management constituée de professionnels du secteur de l'orthopédie,
- 230 collaborateurs expérimentés dans l'environnement et les technologies de production correspondantes,
- une base de clients fidèles et récurrents constituant un portefeuille initial équilibré (80 % du chiffre d'affaires du pôle est réalisé avec 10 clients),
- 4 sites industriels dont 2 en France, un aux Etats-Unis et un au Maroc, nous permettant d'offrir une prestation complète : de la matière première au produit fini emballé avant stérilisation,
- une expertise produit reconnue dans les implants et ancillaires dans différents domaines : dentaire, rachis, épaule, hanche, pied et main.

En 2008, LISI MEDICAL a trois objectifs principaux :

- conforter son image et aligner ses opérations vers son positionnement, « Manufacturing Excellence for Life Technologies »,
- consolider sa gestion et ses équipes et démontrer sa capacité à croître à la vitesse du marché,
- poursuivre le développement et le renforcement de ce nouveau pôle.



CHIFFRES CLÉS 2007

407,1 M€ DE CHIFFRE D'AFFAIRES 2 953 COLLABORATEURS

20,4 M€ D'INVESTISSEMENT

Fixations vissées

Fixations moteurs, vis et écrous de roues, vis et écrous de sécurité, rotules de direction, fixations pour habitacle et habillage moteur, vis à tôle, vis pour matériaux plastique, pièces découpées, écrous PRESSFIX® et matériel de pose, vis de connexion électrique.

Fixations clippées

Fixations de panneaux, fixations pour tubes et faisceaux, obturateurs, sous-ensembles métallo-plastique multi-fonctionnels.

Composants mécaniques

Composants de sécurité : barres de torsion, tiges de guidage, raccords de freins, entretoises, systèmes de rattrapage de jeu, axes et pièces creuses spéciales.

FORMER KNIPPING





de LISI AUTOMOTIVE

- BMW, DAIMLER, FORD, GENERAL MOTORS, PSA, RENAULT-NISSAN, A. RAYMOND, VW-AUDI.
- AUTOLIV, BOSCH, FAURECIA, JTEKT, KAMAX, TI. TRW.
- FRANKE, LOOK, SCHNEIDER.

- ACUMENT GLOBAL **TECHNOLOGIES** (EX-TEXTRON).

 - NEDSCHROEF,
 - NIFCO.
 - SFS, TRW.

LISI AUTOMOTIVE

FIXATIONS ET COMPOSANTS D'ASSEMBLAGE POUR L'AUTOMOBILE

> MARCHÉ AUTOMOBILE MONDIAL EN 2007 : IMPORTANTES DISPARITÉS SELON LES MARCHÉS

L'année 2007 a accentué les disparités entre les marchés matures (USA, Japon et Europe de l'Ouest) et les marchés émergents (Amérique du Sud, Chine, Inde et Europe de l'Est). La production de véhicules a augmenté de + 4,6 % en 2007 à 67,7 millions d'unités*.

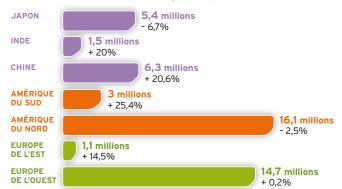
Les immatriculations de véhicules neufs en Europe de l'Ouest ont progressé de + 0,2 %, malgré le recul de son principal marché l'Allemagne à - 9,2 %. L'Italie (+ 7,1 %), la France (+ 3,2 %) et la Grande-Bretagne (+ 2,5 %) ont fait mieux que résister. Avec une hausse des immatriculations de véhicules particuliers de + 20,6 %, la Chine dépasse le Japon et devient ainsi le deuxième marché automobile mondial après les Etats-Unis.

Chez les clients constructeurs, il faut noter :

- BMW qui enregistre, malgré le trou d'air de son marché national, une progression de ses ventes de véhicules premium (Mini, Série 3 et X5),
- la bonne tenue de CITROËN à + 2,9 % grâce notamment au nouveau C4 Picasso,
- le dynamisme retrouvé de RENAULT en fin d'année, avec le lancement des nouvelles Twingo et Laguna.

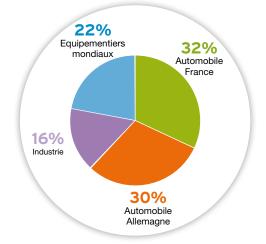
IMMATRICULATIONS DE VÉHICULES PARTICULIERS PAR RÉGION EN 2007

(en millions de véhicules et pourcentage par rapport à 2006)



* Source : CSM Auto

RÉPARTITION DES VENTES 2007 PAR MARCHÉ



VENTES DE LISI AUTOMOTIVE PAR BUSINESS GROUP

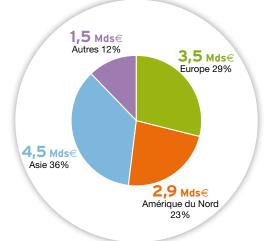
Business Group France	39,0 %	5 usines (1)
Business Group Deutschland	39,5 %	7 usines
Business Group Global Tier One	20,4 %	2 usines (2)
Business Group Asia	1,1 %	1 usine (3)

(1) Sans Monistrol (2) Sans Mississauga (3) Usine de Pékin

> VENTES DE LISI AUTOMOTIVE : PERFORMANCES SUPÉRIEURES À CELLES DU MARCHÉ EUROPÉEN

L'activité de LISI AUTOMOTIVE est principalement influencée par la production mondiale des constructeurs VW, PSA, RENAULT, BMW et DAIMLER, ainsi que par la production européenne de GM et FORD. LISI AUTOMOTIVE a enregistré en 2007 une croissance organique de 6,4 % et affiche des ventes à hauteur de 407,1 M€ qui ont augmenté plus vite que les immatriculations européennes des principaux constructeurs automobiles.

L'acquisition de KNIPPING en 2005, en ligne avec la stratégie de rééquilibrage du portefeuille clients en Europe, a permis à LISI AUTOMOTIVE de retrouver du dynamisme sur le principal marché automobile européen qu'est l'Allemagne. Le Business Group Deutschland est maintenant la plus importante division de LISI AUTOMOTIVE.



> LE MARCHÉ DES FIXATIONS

Le marché mondial des fixations destinées à l'automobile est estimé à 12,4 milliards d'euros.

Avec des ventes européennes dans l'automobile de l'ordre de 325 M€ et une part de marché de 9,3 %, LISI AUTOMOTIVE se situe dans le peloton de tête, où « les Top 10 » détiennent 80 % du marché des fixations automobiles. Au niveau mondial, c'est un marché plus fragmenté où aucun acteur ne consolide plus de 5 % du marché mondial.

> STRATÉGIE PRODUITS

Une large gamme de produits pour une solution optimale

Les clients nous demandent des solutions d'assemblage qui intègrent le prix de la pièce livrée, le coût de l'assemblage et les coûts du produit en fonctionnement. La prise en compte de ces paramètres permet à LISI AUTOMOTIVE de proposer des économies importantes par rapport au coût du produit seul, qui en général ne représente que 20 % du coût global. Grâce à la maîtrise de quatre technologies principales, LISI AUTOMOTIVE développe par exemple des composants permettant de réduire leur temps de montage sur les chaînes d'assemblage.







La stratégie de différenciation par des solutions innovantes conduit LISI AUTOMOTIVE à modifier son offre en délaissant les commodités au profit de produits à plus forte valeur ajoutée. La cession fin 2007 de l'usine de Monistrol, spécialisée dans la visserie standard, marque la volonté du groupe de se recentrer et d'investir massivement dans des technologies à forte valeur ajoutée, notamment dans l'usine de Melisey qui fabrique des composants mécaniques de sécurité.

Innovation

LISI AUTOMOTIVE a entrepris en 2005 de doubler en 5 ans ses compétences dédiées à la recherche, l'objectif étant d'offrir à ses clients de nouvelles solutions et d'optimiser les procédés de fabrication des usines de la division. En créant début 2007 le département Innovation, séparé des Business Groups opérationnels, les clients de LISI AUTOMOTIVE peuvent compter sur un fabricant de fixations qui demain saura innover avec eux.

> DIFFÉRENCIATION PAR L'EXCELLENCE

Sur un marché automobile de plus en plus exigeant, LISI AUTOMOTIVE souhaite aussi se différencier par une position de leader sur les critères de qualité et de service.

Qualité

Malgré les perturbations liées aux changements de spécifications des traitements de surface occasionnés par la suppression du chrome hexavalent, LISI AUTOMOTIVE a amélioré la qualité de ses produits et a obtenu le niveau le plus bas de ppm (parts per million) de son histoire.







Taux de service

Le taux de service a souffert de la surchauffe créée par la demande supplémentaire au deuxième trimestre. Cependant, l'augmentation de la production a permis un retour à la normale en fin d'année.

> SÉCURITÉ ET FORMATION POUR NOS SALARIÉS

Accidents du travail

Après deux années de réduction spectaculaire du nombre d'accidents du travail (- 60 % en 2005 et 2006), la performance 2007 n'a pas atteint les objectifs fixés. Un plan d'actions « Management HSE » sera lancé en 2008 pour retrouver une pente positive dans ce domaine.

LISI AUTOMOTIVE UNIVERSITY

LISI AUTOMOTIVE UNIVERSITY qui regroupe sous une seule bannière toutes les formations, a été créée en réponse à l'augmentation des effectifs de cadres et de techniciens.



PRODUIT PHARE : nouveau système de rattrapage de jeu de frein de parking

Fort de 15 ans d'expérience dans cette famille de produit, LISI AUTOMOTIVE a apporté son expertise durant la phase finale de conception de ce projet. Le nouveau système de rattrapage de jeu de frein de parking est composé d'une vis, d'un écrou et d'une cage. Ce sous-ensemble est livré aux usines de Bosch et est destiné à l'assemblage des systèmes de freins arrière du Transit de Ford et du Citroën Picasso.

> AMÉLIORATION DU DÉVELOPPEMENT INTERNATIONAL EN 2008

L'année 2008 verra le renforcement de notre présence industrielle dans les zones de croissance telle que la Chine et la République Tchèque avec pour projet d'avoir des capacités de production supplémentaires à offrir à nos clients basés dans ces pays.

> DYNAMISME DANS LA PRISE DE COMMANDES DE PRODUITS NOUVEAUX

Malgré la reconduction par les constructeurs et leurs équipementiers de solutions éprouvées d'une plate-forme à l'autre, LISI AUTOMOTIVE a enregistré un niveau important d'affaires nouvelles en 2007, et ce dans ses quatre Business Groups.

- LISI AUTOMOTIVE fabrique depuis le début de cette année un **système de frein de parking électrique** pour un grand équipementier mondial. Ce nouveau dispositif qui sera monté sur les plates-formes récentes de tous les grands constructeurs européens (FORD Mondeo, FORD Galaxy et nouvelle RENAULT Mégane par exemple), est en passe de devenir une solution universelle.
- BOSCH, autre acteur incontournable dans le freinage à qui nous livrons depuis février 2006 un système de rattrapage de jeu pour freins de parking a demandé la déclinaison d'une version plus petite pour la nouvelle plate-forme de la VOLKSWAGEN Golf.
- La **nouvelle CITROËN C5**, commercialisée en mars 2008, bénéficie de nombreuses fixations livrées par LISI AUTOMOTIVE. En effet, nous avons pris en charge, pendant 2 ans, l'étude et le développement de **l'ensemble des fixations de ce nouveau véhicule**. Au terme de cette collaboration, LISI AUTOMOTIVE a été reconnu par PSA comme un véritable partenaire technique.
- LISI AUTOMOTIVE a développé un clip de fixation d'airbag rideau pour BMW. Ce clip inox, réalisé en découpage à Heidelberg (Allemagne), sur lequel est serti un écrou, a fait l'objet d'un brevet commun LISI AUTOMOTIVE / BMW. En 2007, 1,7 millions de pièces ont été livrées à AUTOLIV USA, qui monte 7 clips par airbag et livre ensuite BMW USA pour son modèle X5. Cette solution innovante devrait être reconduite sur de nouveaux modèles BMW.







CHIFFRES CLÉS 2007

54,8 M€ DE CHIFFRE D'AFFAIRES

490 COLLABORATEURS

4,4 M€ D'INVESTISSEMENT

PRODUITS PHARES

- 212 Men et 212 Men Sexy de Carolina HERRERA (PUIG)
- Allure Homme Sport Cologne de CHANEL
- Allure Homme Sport de CHANEL
- J'Adore de DIOR (LVMH)
- Palazzo de FENDI (LVMH)
- Acqua di Gio d'ARMANI (L'OREAL)
- Fuel for Life de DIESEL (L'OREAL)
- Zen or de SHISEIDO
- Narciso for her de Narciso RODRIGUEZ (SHISEIDO)

CLIENTS

CONCURRENTS

CHANEL,
PUIG,
PUIG,
LVMH,
SHISEIDO,
L'ORÉAL,
YSL,
PROCTER
& GAMBLE,
CLARINS,
PACKAGING,

HERMES PARFUMS.





> DES SOLUTIONS INTÉGRÉES POUR LE PACKAGING DE LA PARFUMERIE ET DE LA COSMÉTIQUE

Le marché de la beauté retrouve de l'éclat en 2007 et particulièrement celui de « la beauté au masculin ». Les ventes de parfums et cosmétiques en grandes et moyennes surfaces progressent régulièrement. Les leaders du marché affichent une belle santé avec, pour la plupart, des croissances à deux chiffres. La nouvelle clientèle des pays émergents contribue fortement à cet essor.

> RETOUR À UNE CROISSANCE DURABLE AVEC UNE CARTOGRAPHIE CLIENTS EN PLEINE ÉVOLUTION

LISI COSMETICS termine l'exercice 2007 avec une croissance de + 24 %. La pérennité des relations avec les principaux clients comme CHANEL, SHISEIDO ou PUIG donne l'opportunité à LISI COSMETICS de réaliser des projets en co-développement. Avec PUIG, LISI COSMETICS bénéficie du formidable succès de la ligne « 212 » de Carolina HERRERA dont la majorité des composants aluminium sont fabriqués par la division.

Le regain de confiance de groupes majeurs comme L'OREAL ou LVMH, et dans une moindre mesure HERMES, est tout aussi stimulant. Nouvellement reconnu par L'OREAL en tant que fournisseur stratégique, LISI COSMETICS a été consulté pour un projet de la division Grand Public. Parmi les autres leviers, il faut citer les très fortes demandes de réassortiments sur des lignes comme « Aqua di Gio » d'ARMANI qui ont été largement supérieures à celles de 2006.

De nouvelles opportunités de croissance se sont ouvertes grâce à l'entrée dans le portefeuille clients « d'INTER PARFUMS » et « d'ORIFLAME » d'une part et la reconnaissance par YSL BEAUTE de LISI COSMETICS en tant que fournisseur stratégique d'autre part.

Enfin, LISI COSMETICS, qui bénéficie d'une bonne image et d'un savoir-faire reconnu aux Etats-Unis, renoue des contacts intéressants avec ESTEE LAUDER, ELIZABETH ARDEN ou COTY et se retrouve dans la sélection des fournisseurs cooptés par L'OREAL USA.





SHISEIDO offre à LISI COSMETICS la possibilité d'exprimer tout son savoir-faire sur son féminin « Zen or » en réalisant, en découpage et sans polissage, une plaque en aluminium anodisée or brillant qui joue sur un effet de miroir. Un système innovant de découpage permet de préserver la pièce de tout défaut d'aspect, tel que les rayures ou les chocs. Lancé au 2ème trimestre 2007, « Zen or » fait un bon démarrage en Europe notamment en Allemagne, 1er marché de la marque en dehors du Japon.

> DES LIGNES À FORT POTENTIEL!

2007 a vu éclore d'importantes lignes de produits qui, en quelques mois, sont déjà devenues des références pour les consommateurs. Parmi celles auxquelles LISI COSMETICS est associé se détache une majorité de parfums pour hommes comme « Allure Homme Sport Cologne » de CHANEL, « Fuel for Life » de DIESEL, « ZegnaIntenso » de Zegna (YSL BEAUTE), « Fahrenheit 32 » de DIOR, « Tokyo by KENZO », « Narciso for him » de Narciso RODRIGUEZ, « Fleur du Mâle » de Jean-Paul GAULTIER ou « L'Eau d'Issey pour Homme Intense » d'Issey MIYAKE.

Si chacun de ces lancements est un événement, il faut souligner l'ampleur de celui de « Fuel for life ». Cette ligne permet à LISI COSMETICS de réaliser, pour la première fois sur une coiffe métal, un « contouring » fileté surmonté d'un moletage.

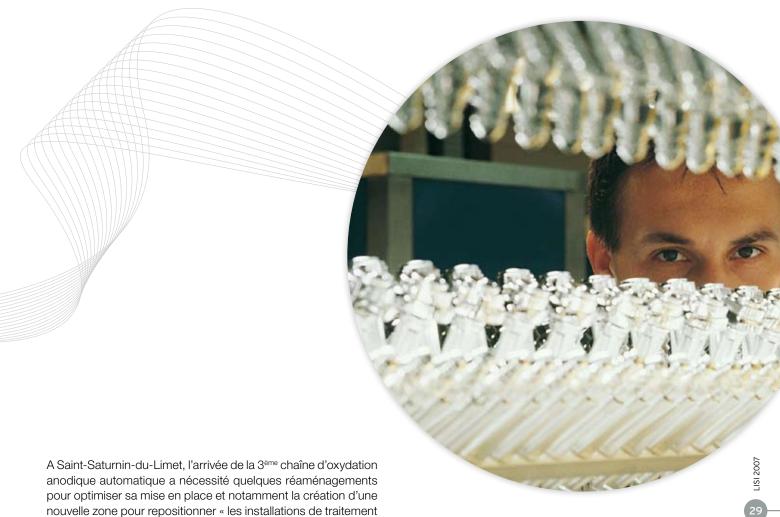
Du côté des féminins, l'année 2007 a démarré avec « le repack » de la coiffe du célèbre « J'Adore » de DIOR, toujours bien installé dans « le top 10 » des ventes mondiales. L'actualité chez LVMH, c'est aussi la production de la coiffe ultra sophistiquée de « Palazzo » de FENDI, « un ensemble baroque », très technique, composé de 3 éléments avec de multiples finitions dont le lest, surmoulé, est une partie intégrante du design.

> UNE STRATÉGIE INDUSTRIELLE GAGNANTE

En 2007, LISI COSMETICS intègre « la très haute cadence » et se dote de moyens encore plus performants, notamment pour la mise en ligne des opérations de décor, d'assemblage robotisé et de soudure ultra-sons. Une partie de ces moyens, installés dans des salles dédiées, est consacrée à la réalisation de pièces pour deux segments qui se développent chez LISI COSMETICS : « le maquillage » et « le soin ».

Le site de Nogent-le-Phaye a entrepris son évolution par une réimplantation optimisée du magasin général et du stockage des matières avant d'intégrer une nouvelle ligne de métallisation et de vernissage dans un atelier spécifique, entièrement automatisé. Cette année nous a également permis de définir le plan global d'amélioration du site et de lancer la construction d'une usine de 4 500 m² destinée à accueillir des moyens robotisés pour l'injection et l'assemblage.

Le site d'Aurillac poursuit également son plan de perfectionnement en concevant et en réalisant, en interne, de nouveaux moyens robotisés de plus en plus flexibles et performants.



> DES SERVICES ET DES ÉQUIPES TOURNÉS **VERS LES CLIENTS**

des fumées ».

Parmi les missions quotidiennes implicites des équipes de LISI COSMETICS, l'accompagnement et le conseil auprès de ses clients est un élément différenciant. A leur écoute, LISI COSMETICS analyse et recherche les solutions techniques les mieux adaptées à leurs besoins.

Pour ses clients, LISI COSMETICS a déjà mis au point des outils pédagogiques exclusifs sur les techniques de transformation de l'aluminium. Ces formations seront complétées prochainement par une série d'ateliers très ciblés sur différents aspects de l'injection plastique et des traitements de surface.

Sources: COSMETIQUE HEBDO - COSMETIQUE MAGAZINE - FASHION DAILY NEWS -F.I.P. - FORMES DE LUXE - WWD BEAUTY REPORT INTERNATIONAL







> POUR LE DÉVELOPPEMENT DU GROUPE ET L'ÉPANOUISSEMENT DES TALENTS

Le groupe LISI franchit cette année la barre des 6 500 salariés (hors intérimaires). L'essentiel de la croissance des effectifs provient de la division LISI AEROSPACE (+ 361 personnes) qui a encore accentué ses efforts de recrutements aux USA (+ 264 personnes). Ainsi, la part des effectifs à l'étranger se rapproche du seuil des 50 % du total à 3 172 personnes. Par ailleurs, les pays émergents totalisent aujourd'hui 562 salariés soit près de 9 % des effectifs du groupe et affichent une progression de + 8 %.

> LISI AEROSPACE DÉROULE SON PLAN « SKYLINE 2010 »

En 2007, la principale fonction des ressources humaines aux Etats-Unis a consisté à recruter massivement pour atteindre les capacités de production attendues par les clients de LISI AEROSPACE. Pour cela, il a fallu notamment effectuer de multiples campagnes et participer à de nombreux salons jusque sur la côte Est. Ainsi, plus de 300 contrats d'embauches ont été signés sur le site de Torrance en 2007. Une école interne de formation des opérateurs récemment embauchés, avec application pratique sur des machines spécifiquement dédiées, a été mise en place afin de leur assurer une intégration plus rapide et plus efficace.

Parallèlement, le renforcement des équipes d'encadrement et des fonctions supports (informatique, commercial, ressources humaines) s'est traduit par l'embauche de plus de 53 cadres dans l'année.

de formation pour l'ensemble du personnel en place a démarré. Il représente, pour 2007, une enveloppe globale de près de 3 M€. Il consiste notamment à développer la mobilité interne, à faciliter l'intégration des nouveaux salariés, à renforcer la gestion des apprentis et à former l'encadrement de 1er niveau.

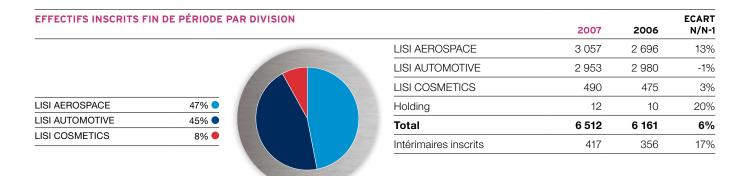
> LISI AUTOMOTIVE ET LISI COSMETICS ADAPTENT LEUR ORGANISATION AUX ÉVOLUTIONS DE MARCHÉ POUR AMÉLIORER LEUR COMPÉTITIVITÉ

En France, les accords de Gestion Prévisionnelle des Emplois et des Compétences s'inscrivent dans une optique permettant d'anticiper les évolutions et de préparer aux futurs changements les organisations et les hommes. Ainsi des « Commissions des Métiers et de l'Emploi » sont créées. Elles détectent, au travers du plan stratégique applicable sur les 4 prochains exercices, les métiers en expansion ou ceux en retrait, valident le nombre d'emplois nécessaires pour la période, anticipent les départs, prévoient les plans d'adaptation et de formation à réaliser.

Des entretiens biannuels sont aujourd'hui instaurés sur 2 sites pilotes. Ils sont consacrés à l'évaluation des compétences, aux besoins de formation et au plan de développement professionnel. Une quinzaine de collaborateurs pourront ainsi bénéficier soit de Congés Individuels de Formation (CIF), de Validations des Acquis d'Expérience (VAE), ou de Droits Individuels de Formation (DIF).

Le groupe renforce son programme d'intéressement, de rétention et de participation aux résultats. En 2007, le groupe aura généré un montant de 4,6 M€ au titre de l'intéressement et de la participation. En outre, un nouveau programme de Plan Epargne Groupe (PEG) a été proposé au cours de l'exercice. Il représente de 6,5 M€ à fin 2007. Enfin, environ cent cadres dirigeants ont bénéficié d'un plan d'actions de performance décidé par le Conseil d'Administration de juin 2007.





FFECTIFS INSCRITS FIN DE	PÉRIODE	PAR CATÉGORIE		2007	2006	ECART N/N-1
			Ouvriers et Techniciens d'atelier	4 356	4 106	6%
			Employés et Techniciens	886	840	5%
			Agents de maîtrise	651	642	1%
			Cadres	619	573	8%
Ouvriers et Techniciens d'atelier	66% •		Total	6 512	6 161	6%
mployés et Techniciens	14% 🔵		7			
gents de maîtrise	10% 🛑					
Cadres	10% •					

EFFECTIFS INSCRITS FI	N DE PÉRIODE P	R ZONE GÉOGRAPHIQ	UE	2007	2006	ECART N/N-1
			France	3 340	3 323	1%
			Etats-Unis	1 132	868	30%
			Allemagne	934	903	3%
			Grande-Bretagne	268	261	3%
			Turquie	235	223	5%
France	51% •		Chine	125	110	14%
Canada	2% •		Canada	102	113	-10%
Etats-Unis	17% •		République Tchèque	194	188	3%
Espagne	3% 🛑		Espagne	174	172	1%
Turquie	4% •					
Allemagne	14%		Divers	8	0	
Grande-Bretagne	4% •		Total	6 512	6 161	6%
Chine	2% 🔵		Hors de France	3 172	2 838	11%
République Tchèque	3% •		% Hors de France / Total	49%	46%	







DEMANDES DE BREVET EN 2007 16
ENREGISTREMENTS
D'INVENTION
EN 2007

▶ DÉVELOPPEMENT DE NOUVELLES FAMILLES DE PRODUITS

Initiées en 2006 seulement, deux nouvelles familles de produits ont vu le jour chez LISI AEROSPACE en 2007.

- La première famille concerne le développement de fixations en composite hautes performances sur le site de City of Industry qui trouve traditionnellement sa place dans de nombreuses applications pour l'équipement intérieur des avions. Les performances en masse et résistance apportées par une conception optimisée avec des matériaux adaptés, la bonne compatibilité avec les structures carbone et l'absence de revêtements de surfaces dangereux pour la santé ou l'environnement ouvrent de nombreuses opportunités de remplacement de pièces traditionnellement en matériaux métalliques comme les supports de câblages, les écrous à river, les fixations rapides de type quart de tour.
- La deuxième famille de nouveaux produits mise en place en 2007 concerne les ensembles mécaniques fabriqués sur le site de Vignoux-sur-Barangeon. Le développement et la qualification d'axes expansibles pour CASA ont été conclus en 2007 et les premières pièces livrées en janvier 2008 ; Celui des verrous s'est aussi concrétisé cette année par des contrats signés avec EMBRAER et AIRBUS pour le développement et la fourniture de verrous à crochet, de verrous de surpression, de verrous de cisaillement et de verrous de trappe pour le nouvel avion Phemon 300 d'EMBRAER et les programmes en service d'AIRBUS. Les premières pièces pour les essais en vol du Phemon 300 ont été livrées fin 2007 après conclusion de la phase de conception et de qualification en un temps record.

Les phases de qualification des verrous pour AIRBUS se poursuivent sur 2008. En plus des activités de développement, un effort important a été fourni avec la mise en place de moyens de production nouveaux ainsi qu'une organisation et des méthodes de travail qui permettent aujourd'hui au site de Vignoux-sur-Barangeon de jouer un rôle significatif sur ce marché.

En ce qui concerne les perspectives de nouvelles familles de produits pour 2008, un plan de développement a été défini et lancé en 2007. Il concerne les fixations aveugles structurales qui représentent un défi majeur à la fois pour LISI AEROSPACE qui souhaite ajouter ce type de fixations à son offre, et pour ses clients. Ces nouveaux systèmes permettent une automatisation plus poussée de l'assemblage et donc des gains de coûts et de cycle significatifs au niveau des chaînes d'assemblage. Les travaux engagés sur cette famille de produits sont nés d'une démarche d'innovation lancée au sein de la division mais aussi de la capitalisation des compétences internes du groupe sur des produits dont les technologies sont transposables pour la conception et la production de fixations aveugles structurales.

DÉVELOPPEMENT DE NOUVEAUX PRODUITS DANS DES FAMILLES EXISTANTES

Dans la famille des fixations filetées, ce sont trois références d'écrous en titane avec des niveaux de performances différents, ainsi qu'une version étanche pour les zones de réservoir qui ont vu le jour. Ces travaux ont été conduits à la fois par les équipes américaines et européennes pour répondre aux besoins spécifiques de BOEING et d'AIRBUS. L'expérience capitalisée sur ces développements et les travaux d'optimisation de la définition et des procédés de fabrication en cours nous permettent de proposer une ligne d'écrous titanes qui répondent aux attentes de nos clients en termes de masse, de compatibilité avec les structures carbone et de respect des contraintes environnementales.

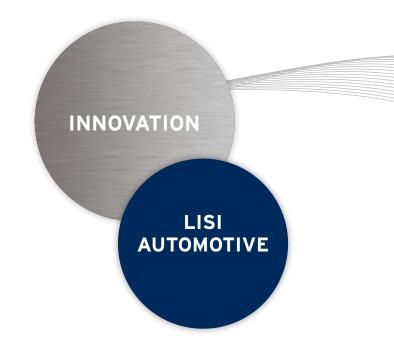
Dans le domaine du pré-assemblage, un système innovant de positionnement des grilles de perçage a donné lieu au dépôt d'un brevet. Les premières pièces se trouvent actuellement en essai sur les chaînes de l'A380. Ce nouveau système permet un gain significatif en temps d'assemblage de ces grilles qui peut maintenant s'effectuer « en aveugle » de façon précise et ergonomique en accédant d'un seul côté de la structure.

DÉVELOPPEMENTS MATÉRIAUX ET PROCÉDÉS

Le domaine des matériaux et procédés s'est illustré en 2007 essentiellement par les travaux de qualification des produits Hi Kote® sans chromate. Ces produits de nouvelle génération Hi Kote® 1NC et Hi Kote® 4NC pour lesquels l'ensemble des essais de qualification ont été passés avec succès chez BOEING et AIRBUS sont en passe de devenir les remplaçants des revêtements alumino-organiques actuellement sur le marché. Ils sont particulièrement bien adaptés aux exigences spécifiques des fixations et seront complétés par de nouveaux revêtements en cours de développement, qui nous permettront d'envisager la conception de systèmes de fixation robustes et performants.

Plusieurs évaluations de nouveaux matériaux ont aussi été conduites au sein du groupe, utilisant notamment les compétences du secteur de la compétition automobile toujours en avance dans la recherche d'alliages plus performants ou permettant de réduire le coût initial ou celui de mise en œuvre. Là encore, les travaux effectués nous donnent des bases solides pour la conception de nouveaux produits répondant mieux aux exigences de nos clients.

Enfin, la mise en place de la réglementation REACH en Europe, ainsi qu'une forte volonté du groupe de devenir une référence en terme d'environnement ont aussi accéléré les travaux de remplacement des produits nocifs que ce soit au niveau des procédés de fabrication ou des revêtements de surface. Ces travaux de remplacement permettront dans les années à venir de développer et fabriquer des produits aux performances accrues et sans impact néfaste sur la santé ou l'environnement.



La prise de commandes de pièces nouvelles, conçues en grande partie dans les bureaux d'études de LISI AUTOMOTIVE, s'est maintenue à un niveau élevé en 2007. Avec une bonne répartition entre les trois principaux Business Groups, les nouveaux outillages et les nouveaux projets en développement assureront un chiffre d'affaires de 35 M€ en année pleine. Le dépôt de 12 brevets durant l'année récompense les efforts d'innovation des équipes commerciales et des bureaux d'études produits. L'essentiel des actions de développement de nouveaux produits s'est concentré sur l'accompagnement de nos clients afin de pouvoir proposer les solutions les plus adaptées à leurs besoins. La période récente a vu le développement de projets significatifs dans le domaine des composants de sécurité à destination des grands équipementiers de la spécialité.

Les projets de recherche se concrétisent, avec en particulier la validation de la première coulée industrielle d'un acier à très haute résistance en cours de validation auprès de plusieurs clients potentiels. L'optimisation des traitements thermiques et la simulation numérique de la formation des criques contribuent à l'amélioration de la performance industrielle.

Le remplacement effectif des anciens revêtements anticorrosion par des protections sans Chrome 6 (Cr6) représentent l'aboutissement de 6 années d'études et d'une action industrielle d'envergure. Le changement concerne des centaines de références de clips, vis et écrous pour un volume annuel de 30 000 tonnes. Ce remplacement a été opéré dans les délais, avec un impact réduit sur les coûts donnant ainsi satisfaction aux besoins des clients de LISI AUTOMOTIVE.



DÉVELOPPER ET PARTAGER LES CONNAISSANCES

La volonté d'augmenter les activités de recherche se traduit par une augmentation régulière du potentiel. Forte d'une douzaine d'ingénieurs et techniciens, la Direction de la Recherche réunit quatre domaines de compétences : essais fonctionnels, calcul aux éléments finis, matériaux, gestion des données techniques. Ces experts assurent des missions de formation, de conseil et d'expertise lors du développement de produits nouveaux. Ils sont aussi impliqués dans les projets de recherche, réalisés seuls ou en partenariat avec des laboratoires universitaires ou privés. Un Comité Recherche a été instauré en 2007 ; il valide les objectifs de recherche et suit la bonne réalisation des programmes.

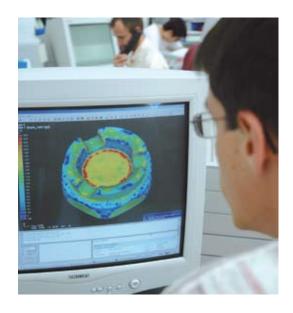
DOPTIMISER L'OFFRE

Chaque Business Group (France, Allemagne, Global Tier 1 et Asie) a organisé ses équipes de vente et de développement en fonction de ses spécificités industrielles et de ses marchés. L'objectif principal est d'offrir le meilleur service au client, grâce à une grande proximité et une connaissance des attentes spécifiques de chaque marché.

PROMOUVOIR L'INNOVATION ET SOUTENIR LE DÉVELOPPEMENT DE PRODUITS NOUVEAUX

Une nouvelle équipe Innovation s'attache à identifier les opportunités et les besoins émergents dans chaque segment de produits. Cette équipe est rattachée à la Direction de la Stratégie, afin d'assurer une cohérence entre les axes de l'innovation et la stratégie du groupe.

En liaison avec les Business Groups, ces experts identifient les idées nouvelles, structurent et managent les projets pour réussir la création de produits innovants.





Chez LISI COSMETICS, toutes les équipes sont impliquées et l'innovation se traduit, au quotidien, par la recherche constante de l'amélioration de nos équipements et de nos process. Cette recherche de l'optimisation permanente a conduit, en particulier, à l'intégration de « la très haute cadence » sur le site d'Aurillac avec la mise en ligne des opérations de décor, d'assemblage robotisé et de soudure ultra-sons.

A Saint-Saturnin-du-Limet, par exemple, nous avons développé « un îlot robotisé » capable d'enchaîner, en automatique, les opérations de sérigraphie, de séchage UV et de gravure orientée pour des coiffes parfums ou des éléments dérivés de ces lignes. Selon la taille des pièces traitées, le process s'effectue par multiples de 5 ou de 8 unités.

LISI COSMETICS s'implique dans la réalisation technique des projets de ses clients, souvent en temps que co-développeur. Pour "Zen or" de SHISEIDO, LISI COSMETICS a mis au point un système de découpage de l'aluminium qui permet d'éviter les opérations de reprise en aval des flux de production.





Les coiffes "Fuel for life" de DIESEL sont produites grâce à la mise en œuvre d'un système à commandes numériques installé sur les moulureuses. Il permet de maîtriser à la fois l'orientation et le nombre de rotations nécessaires à la réalisation simultanée du moletage et du filetage. Ces opérations sont parfaitement synchronisées avec les cycles de la presse d'emboutissage.

A Aurillac, les équipes de LISI COSMETICS conçoivent, en interne, de nouveaux moyens robotisés de plus en plus flexibles et performants pour la nouvelle soudeuse ultra-sons et pour l'alimentation et le déchargement automatisés des opérations de décor. Des caméras de contrôle fiabilisent l'ensemble des process ainsi automatisés.

Les robots 6 axes, qui sont programmés pour manipuler des pièces injectées particulièrement sensibles, sont partiellement équipés de « cellules propres ». Les pièces ainsi produites « sous flux laminaires » offrent une meilleure garantie de protection contre les pollutions extérieures.

Enfin, sur le site de Nogent-le-Phaye, la nouvelle installation de métallisation et de vernissage, en cours de démarrage, bénéficie des équipements les plus récents en matière de traitement de surface pour les pièces plastiques.

INNOVATION

L'objectif de LISI MEDICAL est d'offrir à ses clients une prestation complète qui s'étend de la matière première à la mise à disposition d'un produit propre emballé en salle blanche, avec une intégration industrielle forte.

LISI

MEDICAL

Du fait de la création récente de LISI MEDICAL et des apports divers et

complémentaires des sociétés acquises, l'effort d'innovation entamé en 2007 et qui se poursuivra en 2008, s'articule autour de six thèmes principaux.



De nombreux prototypes ont été réalisés avec les clients des différents sites, qu'il s'agisse de cotyles de hanche, de vis pour le rachis, de prothèse d'épaule, de disques cervicaux, d'implants dentaires et de l'instrumentation correspondante.

DÉPLOIEMENT DE NOUVELLES TECHNOLOGIES DE PRODUCTION

En marge des actions de progrès continu classiques, des avancées significatives ont été réalisées en matière de perçage profond de grande précision, d'usinage 5 axes à grande vitesse et de robotisation.



ORGANISATION INDUSTRIELLE

Une réflexion est en cours afin de spécialiser les ateliers par famille de produits et créer si possible des cellules autonomes de production.

▶ REVÊTEMENT DE SURFACE - MARQUAGE

A partir d'une idée originale, LISI MEDICAL a déployé des unités spécifiques d'anodisation permettant de réaliser une large palette de couleurs en respectant les exigences d'aspect propres au secteur médical.



Un effort identique a été réalisé pour améliorer la qualité et la productivité du marquage laser.



DÉCONTAMINATION - PACKAGING

La construction d'une salle blanche avec zones ISO 7, ISO 8 et flux laminaires en ISO 5 permettra d'offrir très prochainement un conditionnement apte à passer ensuite en stérilisation. Les qualifications sont en cours.

GESTION DES VALIDATIONS

Les processus de gestion et d'industrialisation des produits sont en cours de révision pour offrir aux clients une validation complète, systématique, documentée et indicée du produit et des procédés associés avant le passage à la production en série.





La volonté du groupe LISI, depuis plusieurs années, est d'atteindre un niveau d'excellence dans le domaine de l'Hygiène, de la Sécurité et de l'Environnement en maîtrisant les impacts environnementaux, en garantissant aux employés et aux prestataires des conditions de travail saines et sûres, tout en identifiant et en réduisant les risques industriels associés aux activités et aux produits du groupe.

En rédigeant en 2005 sa charte HSE, le groupe LISI a traduit cette volonté de maîtriser ses impacts environnementaux et a défini les engagements suivants :

- connaître et respecter la réglementation,
- réduire la consommation d'énergie, les rejets aqueux et la production de déchets,
- promouvoir activement l'amélioration continue.

L'ensemble des divisions du groupe a depuis relayé ces engagements et défini des objectifs complémentaires en rédigeant leur propre politique HSE.

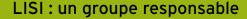
LA CONNAISSANCE ET LE RESPECT DE LA RÉGLEMENTATION

Conscient de l'évolution régulière du champ réglementaire en matière d'environnement et de la prise en compte des problématiques environnementales par les pouvoirs publics, le groupe LISI a entrepris une campagne d'audits de conformité réglementaire en France et aux USA.

Ces audits ont pour objectif de recenser l'ensemble des textes applicables aux activités du groupe et d'identifier le niveau de conformité au regard des exigences législatives et réglementaires.

En France, la démarche de régularisation administrative des sites industriels du groupe LISI au regard de la législation des installations classées pour la protection de l'environnement est toujours active.

La pertinence des activités classées des sites industriels du groupe LISI est revue régulièrement par un cabinet extérieur. Ce dernier rédige le cas échéant des dossiers techniques pour informer les autorités compétentes des légères évolutions des activités des sites, ou dépose des dossiers de demande d'autorisation d'exploiter en cas de modifications significatives de nos activités.



Dans la durée, le groupe LISI est attentif à l'impact de ses activités sur l'environnement qui se traduit par :

- le respect des législations en vigueur,
- la lutte contre la pollution,
- l'amélioration des performances environnementales.

▶ ÉCONOMIE D'ÉNERGIE, RÉDUCTION DES REJETS AQUEUX ET RECYCLAGE

En 2007, le groupe LISI a poursuivi sa politique de réduction de la consommation d'énergie et des rejets aqueux et a entamé une recherche de solutions de valorisation de ses déchets industriels.

Cette démarche de diminution de notre impact environnemental se décline en 3 étapes, qui se traduisent par :

- l'information et la sensibilisation des employés sur les nuisances,
- l'identification et la hiérarchisation des aspects environnementaux significatifs des sites industriels du groupe,
- la définition des actions visant à supprimer, sinon réduire, les nuisances associées à ces aspects environnementaux significatifs.

En 2007, cette volonté s'illustre par des actions de réduction de consommation d'air comprimé sur le site de Delle, la diminution de 50 % des rejets aqueux en installant un circuit fermé de refroidissement sur un équipement d'usinage sur le site de Melisey ou le projet de recyclage des huiles usagées par réutilisation sur les équipements de roulage sur le site de Saint-Florent-sur-Cher.

Entre 2004 et 2007, l'activité support Préparation Matière de la division LISI AUTOMOTIVE implantée sur le site de Grandvillars a réduit :



- de 40% ses volumes de déchets,
- de 53 % ses volumes d'effluents aqueux,
- de 54 % ses quantités de polluants aqueux,
- de 37 % sa consommation de gaz naturel,

tout en augmentant ses volumes de production.

Dans une démarche identique d'amélioration continue, le site de Saint-Saturnin-du-Limet a fait passer en 4 ans sa consommation d'eau de 350 m³/jour à 170 m³/jour. Cette nette amélioration est le fruit d'une recherche systématique des fuites, des points de gaspillage ou d'optimisation du procédé de traitement de surface.

VERS LA CERTIFICATION ISO 14001

L'objectif de LISI est d'obtenir d'ici fin 2010 la certification ISO 14001 pour l'ensemble des usines du groupe. A ce jour, 9 sites de production de LISI AUTOMOTIVE (Grandvillars, Lure et Thiant en France, Bochum, Gummersbach, Herscheid, Kierspe et Mellrichstadt en Allemagne, Madrid en Espagne) sont déjà certifiés.

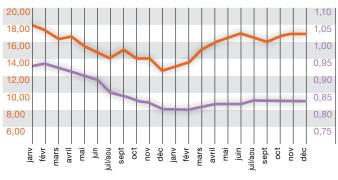
Le manuel HSE commun au groupe LISI est actuellement en cours de révision afin de se conformer aux exigences de la norme environnementale ISO 14001 et du référentiel sécurité OHSAS 18001.

La rédaction du manuel HSE, la définition des exigences en matière d'organisation environnementale, ainsi que les contrôles réguliers par le biais d'audits HSE internes sont coordonnés par la société mère.

Le manuel HSE et les audits internes HSE sont les outils qui permettent d'accompagner le déploiement du système de management HSE construit selon l'approche ISO 14001 sur l'ensemble de nos sites industriels.



ÉVOLUTION DU TAUX DE FRÉQUENCE ET DE GRAVITÉ DE JANVIER 2006 À DÉCEMBRE 2007



Taux de fréquence : nombre d'accidents du travail avec arrêt pour 1 000 000 heures travaillées.

Taux de gravité : nombre de jours d'arrêt pour 1 000 heures travaillées.

L'augmentation du taux de fréquence et la stagnation du taux de gravité à partir de janvier 2007 correspond à l'intégration des données des sites de production appartenant à KNIPPING dans les statistiques des accidents du travail de groupe LISI. En effet, le niveau de sécurité de ces 5 sites se caractérise par de nombreux accidents de faible gravité.

ILE SUIVI DES ACCIDENTS DU TRAVAIL

En 2007, le groupe LISI a redéfini ses indicateurs de sécurité : le taux de fréquence des accidents du travail avec arrêt, le taux de fréquence de tous les accidents (avec et sans arrêt) et le taux de gravité. Pour mieux apprécier les tendances et l'impact de nos plans d'actions, nous suivons tous les mois ces indicateurs sur une période de 12 mois glissants.

Chaque accident du travail, avec ou sans arrêt, fait l'objet d'une analyse et d'un suivi des actions correctives par nos entités.

Ces indicateurs de sécurité sont systématiquement repris dans le calcul de l'intéressement ou de la part variable de l'ensemble des collaborateurs concernés, prouvant ainsi toute l'importance que le groupe attache à la sécurité au travail.

VERS LE « ZÉRO » ACCIDENT

Le groupe s'est fixé comme objectif de ne pas dépasser un taux de fréquence de 10 accidents du travail avec arrêt par million d'heures travaillées à la fin de l'année 2009.

Le manuel HSE du groupe LISI définira les exigences en matière de sécurité et de santé au travail. Des audits HSE internes seront effectués pour soutenir les sites critiques dans leur démarche d'identification et de maîtrise de leurs risques professionnels.

Le groupe LISI travaille également sur une méthode de réduction des accidents du travail qui consiste à aider les sites critiques à construire des plans de rupture basés sur la communication, l'analyse et la résolution des dysfonctionnements, la formation et la rigueur.

Le but de cette méthode est d'amener les sites industriels à risques à améliorer leurs conditions de sécurité et de diminuer sensiblement et durablement le nombre d'accidents du travail.

GESTION DES RISQUES

Pilotage du contrôle interne > Information communication > Activités de contrôle > Evaluation des risques > Environnement de contrôle >

SUIVI DU RÉFÉRENTIEL COSO

Le groupe suit mensuellement depuis 2004 le référentiel COSO pour animer sa démarche de cartographie des risques. Après avoir mené une conduite d'identification et de recensement des risques au niveau des unités de gestion élémentaires (sites de production ou de distribution), le groupe a classifié au niveau consolidé les risques dans une matrice reprenant la probabilité d'occurrence et le niveau de gravité. Chaque risque identifié fait l'objet d'une fiche action périodiquement mise à jour. Un lien systématique est réalisé avec une démarche proactive de traitement du risque de prévention, d'assurance ou de provision comptable.

UNE COOPÉRATION RENFORCÉE AVEC LES ASSUREURS

Ce mode de fonctionnement a notamment mis en cohérence la relation avec les assureurs et a permis de structurer la prévention. Ainsi, toutes les recommandations des assureurs sont intégrées dans les Plans d'Amélioration Sécurité Environnement (PASE) et font l'objet d'un suivi périodique au niveau du Comité des risques.

Les assureurs inspectent tous les ans une dizaine de sites tant sur le plan des dommages aux biens que sur les risques environnementaux et présentent leurs recommandations qui alimentent le plan d'action. Ainsi, la démarche de progrès est continue et permet une efficacité optimale de la politique de prévention ainsi qu'une optimisation des primes d'assurance.

LA SYNTHÈSE DES PLANS D'ACTIONS

Les plans d'actions font la synthèse entre l'identification des risques, la démarche de prévention, la préservation des actifs et le contrôle des opérations au sein du groupe. L'ensemble est animé par la société de tête du groupe LISI à la fois dans les domaines HSE, du contrôle interne et bientôt de la trésorerie.



FICHE SIGNALÉTIQUE **DE L'ACTION LISI**

Code ISIN: FR 0000050353 Code Reuters : GFII.PA Code Bloomberg : FII.FP Compartiment : B Eurolist Place de cotation : Euronext Paris Nombre de titres : 10 753 861 Capitalisation boursière au 31 décembre 2007 : 699 M€ Indices : CAC MID100, SBF 250 et Next 150.

LIQUIDITÉ DU TITRE

Taux de rotation du flottant : 103 % Nombre de titres traités par jour en moyenne: 12 400.

ÉVOLUTION DU COURS DE BOURSE SUR 5 ANS

31/12/2002 : 21,50 € 31/12/2007:65,00€ soit un cours qui a plus que triplé en 5 ans.

ÉLARGISSEMENT DU FLOTTANT

Le flottant passe de 29 % en 2006 à 32 % en 2007.

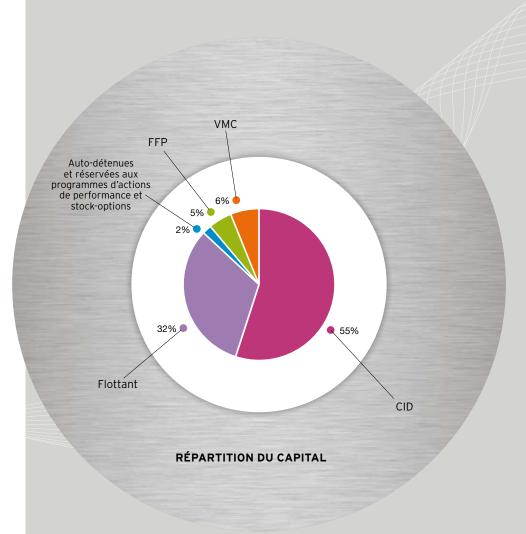
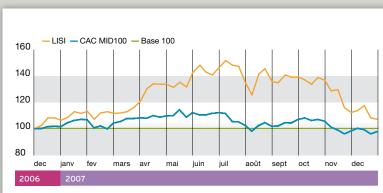




TABLEAU DE BORD DE L'ACTIONNAIRE

Cours de clôture de l'action LISI au 31 décembre 2007 : 65,00 € Cours le plus haut (en séance) en 2007 : 92,00 € le 19 juin 2007 Cours le plus bas (en séance) en 2007 : 61,20 € le 2 janvier 2007

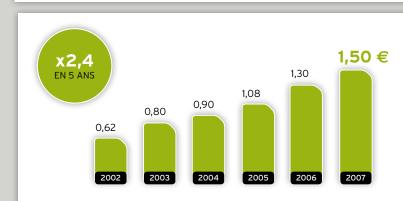




UNE RECONNAISSANCE PAR LES MARCHÉS FINANCIERS SUR L'ANNÉE 2007

L'indice CAC 40 n'a progressé que de + 0,4 % en 2007, après avoir progressé de + 17,5 % sur 2006.

De son côté, le CACMID 100 a affiché une baisse de $-1,9\,\%$ en 2007 succédant à une hausse de $+29,8\,\%$ en 2006. L'action LISI S.A a connu une progression de $+6,2\,\%$ en 2007 après une forte progression de $+33\,\%$ en 2006.

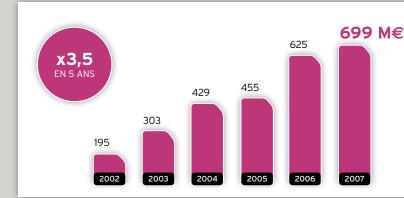


UN DIVIDENDE EN FORTE PROGRESSION

(en €

Le dividende qui sera proposé à l'Assemblée Générale du 29 avril 2008 sera de 1,50 € par action, soit une hausse de + 15 % par rapport à l'exercice précédent. Il représentera un taux de distribution du résultat net, retraité de la cession d'EUROFAST, de 28 % à comparer à une moyenne de 27 % sur les 5 derniers exercices.

* hors avoir fiscal pour les années 2002 à 2004.



UNE CAPITALISATION BOURSIÈRE MULTIPLIÉE PAR 3,5 EN 5 ANS (en M€)

La hausse continue du titre depuis 5 années consécutives va de pair avec l'amélioration de la liquidité du titre qui s'échange en moyenne sur l'année à 12 400 titres par jour, soit une rotation du flottant de 103 %.



RENDEMENT D'UN INVESTISSEMENT SUR 5 ANS EN ACTIONS LISI S.A (en €)

Un actionnaire de LISI qui aurait investi 1 000 \in le 1er janvier 2002 se retrouverait à la tête d'un capital de 3 280 \in le 31 décembre 2007. Son investissement lui aurait ainsi rapporté en moyenne 38 % par an.



Une volonté de transparence

La politique de communication de la société LISI S.A auprès des investisseurs institutionnels ainsi que des analystes financiers repose sur la volonté de nouer un dialogue permanent avec la communauté financière en lui transmettant de façon régulière des informations qui lui permettent de mieux appréhender sa situation financière et sa stratégie et de comprendre les événements pouvant impacter ses performances.

En 2007, les différentes communications financières ont été les suivantes :

- réunions d'information lors des publications des résultats semestriels et annuels,
- conférences téléphoniques pour les publications trimestrielles de chiffres d'affaires, road-shows sur les places financières européennes, au Canada et aux Etats-Unis permettant ainsi aux dirigeants de LISI S.A de rencontrer des investisseurs de tous horizons (33 jours en 2007).
- rendez-vous individuels entre la direction financière et les investisseurs institutionnels.

Au total au cours de l'exercice 2007, le management de LISI S.A a rencontré plus de 180 investisseurs et alimenté le suivi d'une dizaine d'analystes financiers.

Les sociétés d'analystes financiers qui suivent l'action LISI S.A sont :



L'Assemblée Générale se tient le 29 avril 2008 dans les locaux de la société situés : Tour Gamma A - 193 rue de Bercy -75012 PARIS.

Le paiement du dividende est effectué le 07 mai 2008.

La publication du chiffre d'affaires du 2ème trimestre 2008 ainsi que celle des comptes semestriels sera en ligne sur le site Internet (www.lisi-group.com) de LISI le 28 juillet 2008 au soir.

Pour toute information ou documentation: Direction financière de LISI S.A

Tél: +33 (0)3 84 57 00 77 Fax: +33 (0)3 84 57 02 00

Courriel: emmanuel.viellard@lisi-group.com Relations avec les actionnaires, les investisseurs, les analystes financiers et la presse financière et économique :

Emmanuel VIELLARD

Vice-Président Directeur Général

Rapport annuel en français et en anglais (version papier et CD)

Communiqué de presse

Site internet : www.lisi-group.com

Le groupe met depuis 7 ans à la disposition du public son site institutionnel en français et en anglais. Le rapport annuel ainsi que les informations trimestrielles et toutes les informations réglementées y sont téléchargeables. Y figure également l'évolution du marché du titre avec une mise à jour tout au long de la séance de Bourse.

Le contrat d'animation est conforme à la charte de déontologie de l'AFEI et est effectué par :

ODDO FINANCE CORPORATE Monsieur Hervé GINOT

Courriel: hginot@oddo.fr Tél: +33 (0)4 72 68 27 60



COMPTE DE RÉSULTAT CONSOLIDÉ DU GROUPE LISI

(en milliers d'€)	31/12/2007	31/12/2006	
CHIFFRE D'AFFAIRES HORS TAXES	815 957	739 733	
Variation stocks produits finis et en-cours	14 817	13 781	
Total production	830 773	753 513	
Autres produits	5 907	6 035	
Total produits opérationnels	836 681	759 548	
Consommations	(242 130)	(214 236)	
Autres achats et charges externes	(152 173)	(140 870)	
Valeur ajoutée	442 378	404 443	
Impôts et taxes	(10 648)	(11 886)	
Charges de personnel (y compris intérimaires)	(289 793)	(270 231)	
Excédent Brut d'Exploitation courant (EBITDA)	141 937	122 326	
Amortissements	(38 421)	(36 729)	
Dotations nettes aux provisions	(3 464)	3 023	
Résultat Opérationnel courant (EBIT)	100 052	88 620	
Charges opérationnelles non récurrentes	(19 835)	(4 765)	
Produits opérationnels non récurrents	25 258	1 935	
Résultat opérationnel	105 475	85 790	
Produits de trésorerie et charges de financement	(8 174)	(7 672)	
Produits de trésorerie	4 899	1 890	
Charges de financement	(13 073)	(9 562)	
Autres produits et charges financiers	1 060	(1 633)	
Autres produits financiers	3 087	1 503	
Autres charges financières	(2 027)	(3 136)	
Impôts	(30 808)	(28 395)	
Résultat net	67 553	48 090	
Résultat net attribuable au Groupe	67 553	47 989	
Intérêts minoritaires	0	102	
Résultat net par action (en €)	6,60	4,93	
Résultat net dilué par action (en €)	6,45	4,57	



BILAN CONSOLIDÉ DU GROUPE LISI

ACTIF

(en milliers d'€)	31/12/2007	31/12/2006	
ACTIFS NON COURANTS			
Goodwill	136 738	118 034	
Autres actifs incorporels	15 529	16 070	
Actifs corporels	232 120	224 165	
Actifs financiers non courants	4 976	5 258	
Impôts différés actif	14 118	15 806	
Autres actifs financiers non courants*	219	16 522	
Total des actifs non courants	403 700	395 855	
ACTIFS COURANTS			
Stocks	173 345	170 578	
Impôts - Créances sur l'état	8 517	7 456	
Clients et autres débiteurs	118 764	116 443	
Autres actifs financiers courants	55 332	22 801	
Trésorerie et équivalents trésorerie	62 931	27 467	
Total des actifs courants	418 889	344 746	
TOTAL ACTIF	822 589	740 601	
* dont actifs financiers non courants	0	16 289	

CAPITAUX PROPRES ET PASSIF

(en milliers d'€)	31/12/2007	31/12/2006				
CAPITAUX PROPRES						
Capital social	21 508	20 422				
Primes	68 353	42 963				
Actions propres	(7 814)	(5 479)				
Réserves consolidées	285 179	250 169				
Réserves de conversion	(12 495)	(2 325)				
Autres produits et charges enregistrés directement en capitaux propres	3 042	3 087				
Résultat de l'exercice	67 553	47 989				
Total capitaux propres - part du groupe	425 326	356 826				
Intérêts minoritaires	0	224				
Total capitaux propres	425 326	357 050				
PASSIFS NON COURANTS						
Provisions non courantes	30 702	34 459				
Dettes financières non courantes	87 784	110 811				
Autres passifs financiers non courants	3 070	3 237				
Impôts différés passif	31 836	31 077				
Total des passifs non courants	153 392	179 584				
PASSIFS COURANTS						
Provisions courantes	6 128	3 771				
Dettes financières courantes*	83 757	61 320				
Fournisseurs et autres créditeurs	145 857	128 719				
Impôt à payer	8 128	10 159				
Total des passifs courants	243 870	203 968				
TOTAL CAPITAUX PROPRES ET PASSIF	822 589	740 601				
* dont concours bancaires courants	52 628	32 417				

TABLEAU DES FLUX DE TRÉSORERIE CONSOLIDÉS DU GROUPE LISI

(en milliers d'€)	31/12/2007	31/12/2006
Activités opérationnelles		
Résultat net	67 552	48 090
Elimination des charges nettes sans effet sur la trésorerie :		
- Amortissements et provisions financières et non récurrentes	38 306	37 370
- Variation des impôts différés	1 725	1 493
- Résultats sur cession et autres	(7 857)	1 902
Marge brute d'autofinancement	99 726	88 855
Variation nette des provisions liées à l'activité courante	2 901	(2 001)
Capacité d'autofinancement	102 627	86 854
Elimination de la charge (produit) d'impôt exigible	29 084	26 903
Elimination du coût de l'endettement financier net	10 408	8 961
Incidence de la variation des stocks sur la trésorerie	(11 801)	(22 768)
Incidence de la variation des décalages de trésorerie des débiteurs et créanciers d'exploitation	10 736	8 663
Flux nets de trésorerie liés aux activités opérationnelles avant impôt	141 055	108 613
Impôts payés	(31 699)	(25 498)
Flux nets de trésorerie liés aux activités opérationnelles (A)	109 356	83 115
Activités d'investissement		
Acquisition de sociétés consolidées	(32 348)	(165)
Trésorerie acquise	1 449	0
Acquisition d'immobilisations corporelles et incorporelles	(44 112)	(48 067)
Acquisition d'actifs financiers	(120)	(730)
Variation des prêts et avances consentis	(24)	(51)
Subventions d'investissement reçues	0	0
Dividendes reçus	0	0
Total Flux d'investissement	(75 155)	(49 013)
Trésorerie cédée	1 315	0
Cession de sociétés consolidées	20 000	0
Cession d'immobilisations corporelles et incorporelles	971	459
Cession d'actifs financiers	0	6
Total Flux de désinvestissement	22 286	466
Flux de trésorerie liés aux activités d'investissement (B)	(52 869)	(48 547)
Activités de financement		
Augmentation de capital	25 525	14 633
Cession (acquisition) nette d'actions propres	0	(274)
Dividendes versés aux actionnaires du groupe	(12 979)	(10 413)
Dividendes versés aux minoritaires des sociétés intégrées	0	(43)
Total Flux d'opérations sur capitaux propres	12 546	3 903
Emission d'emprunts long terme	6 479	89 566
Emission d'emprunts court terme	819	14 863
Remboursement d'emprunts long terme	(4 574)	(89 011)
Remboursement d'emprunts court terme	(25 385)	(30 858)
Intérêts financiers nets versés	(9 866)	(8 243)
Total Flux d'opérations sur emprunts et autres passifs financiers	(32 526)	(23 682)
Flux de trésorerie liés aux activités de financement (C)	(19 980)	(19 779)
Incidence des variations de taux de change (D)	(2 678)	(1 328)
Incidence du retraitement des actions auto-détenues (D)	(2 335)	1 186
Variation de trésorerie (A+B+C+D)	31 495	14 646
Trésorerie au 1er janvier (E)	34 141	19 493
Trésorerie fin de période (A+B+C+D+E)	65 635	34 141
Actifs financiers courants et non courants	55 332	39 090
Trésorerie et équivalents de trésorerie	62 931	27 468
Concours bancaires courants	(52 628)	(32 417)
	(02 020)	(02 (11)



VARIATION DES CAPITAUX PROPRES CONSOLIDÉS DU GROUPE LISI

(en milliers d'€)	Capital social	Primes liées au capital	Actions propres	Réserves consolidées	Réserves de conversion	Autres produits et charges enregistrés directement en capitaux propres	Résultat de l'exercice, part du groupe	Capitaux propres, part du groupe	Intérêts minoritaires	Total capitaux propres
Capitaux propres au 1er janvier 2006	19 794	28 053	(6 665)	224 959	5 206	3 256	35 572	310 175	166	310 340
Résultat de l'exercice N							47 989	47 989	102	48 090
Ecarts de conversion					(7 531)			(7 531)		(7 531)
Paiements en actions (a)		302						302		302
Augmentation de capital	628	14 005						14 633		14 633
Retraitement des actions propres (b)			1 186			139		1 325		1 325
Affectation résultat N-1				35 572			(35 572)			
Changement de méthodes				46				46		46
Variations de périmètre				1				1		1
Dividendes distribués				(10 413)				(10 413)	(43)	(10 456)
Reclassement		603				(603)				
Divers (c)				4		295		299		299
Capitaux propres au 31 décembre 2006	20 422	42 963	(5 479)	250 169	(2 325)	3 087	47 989	356 826	224	357 049
dont total des produits et										
charges comptabilisés au titre					(7 531)	434	47 989	40 892		
de la période (a) + (b) + (c)										
Résultat de l'exercice N							67 553	67 553		67 553
Ecarts de conversion					(10 170)			(10 170)		(10 170)
Paiements en actions (a)		951						951		951
Augmentation de capital	1 086	24 439						25 525		25 525
Retraitement des actions propres (b)			(2 335)			(45)		(2 380)		(2 380)
Affectation résultat N-1				47 989			(47 989)			
Changement de méthodes										
Variations de périmètre				0				0	(224)	(224)
Dividendes distribués				(12 979)				(12 979)		(12 979)
Reclassement										
Divers (c)										
Capitaux propres au 31 décembre 2007	21 508	68 353	(7 814)	285 179	(12 495)	3 042	67 553	425 326	0	425 326
dont total des produits et										
charges comptabilisés au titre de la période					(10 170)	(45)	67 553	57 338		
(a) + (b) + (c)										



Tél: + 33 (0)3 84 58 63 00

BP 431 - 90008 BELFORT CEDEX

