LETTRE À NOS Actionnaires

PAGES 1 À 3

Entretien avec Pierre-André de Chalendar

Jean-Louis Beffa, retour sur 24 années à la tête de Saint-Gobain

RÉSULTATS

du 1er semestre 2010

Par Pôle d'activité

EN BREF...

Inauguration au Moyen-Orient

Saint-Gobain à l'Exposition Universelle de Shanghai 7

CEDEO: les «Espaces des Nouvelles Énergies » 7

LE CARNET DE

L'ACTIONNAIRE

Entretien avec Pierre-André de Chalendar

Nommé Président-Directeur Général de Saint-Gobain le 3 juin dernier, Pierre-André de Chalendar précise sa vision pour les dix prochaines années. Une vision qui prend appui sur une conviction : Saint-Gobain doit s'imposer comme la référence dans tous ses métiers.



Vous avez été nommé Président-Directeur Général de Saint-Gobain le 3 juin 2010. Comment abordez-vous cette nouvelle étape?

PIERRE-ANDRÉ DE CHALENDAR : J'ai rejoint Saint-Gobain il y a plus

de vingt ans. Je connais bien le Groupe pour y avoir évolué au sein de plusieurs activités, en France et à l'étranger.

Pendant cinq ans, Jean-Louis Beffa et moi avons travaillé ensemble régulièrement. Il m'a transmis progressivement son expérience pendant les deux années où j'ai exercé les fonctions de Directeur Général Délégué, puis depuis 2007, après que le Conseil d'administration m'a confié la responsabilité de Directeur Général, en charge de conduire le Groupe sur le plan opérationnel. C'est un grand honneur et une fierté de succéder à Jean-Louis Beffa qui a façonné notre Groupe, aujourd'hui bien armé pour répondre aux défis du futur et de la mondialisation.

Quelle est votre conception de la fonction de Président-Directeur Général?

P.-A. C.: Je pense que dans un monde de plus en plus imprévisible, le rôle d'un chef d'entreprise consiste avant tout à refuser les dogmatismes et à savoir s'adapter en permanence, notamment en étant un point focal d'écoute. À l'écoute de ses clients, à l'écoute de ses salariés, à l'écoute de ses actionnaires. Il est aussi à l'écoute du monde extérieur. C'est cela qui permet de prendre les bonnes décisions, celles qui permettent d'épouser les évolutions des marchés parce qu'elles en ont anticipé les inflexions.

Quelle est votre ambition pour le Groupe Saint-Gobain?

P.-A. C.: Le Groupe a fait le choix d'un marché principal, celui de l'habitat. Il offre des perspectives considérables partout dans le monde. C'est manifeste en pays émergents, où nous allons servir des marchés en forte croissance, tirée par l'accélération de leur développement urbain et des besoins massifs en infrastructures. Nous nous adapterons aux conditions locales, avec l'objectif d'être brésilien au Brésil, indien en Inde, chinois en Chine... Mais c'est aussi le cas en pays matures, où nos marchés vont être très fortement tirés par le renforcement des exigences de performance énergétique, et où l'augmentation inéluctable des prix de l'énergie va rendre de plus en plus incontournable l'utilisation de solutions performantes, innovantes et à forte valeur ajoutée. Notre ambition : être le leader mondial de l'habitat. Nous voulons concevoir, fabriquer et distribuer des solutions innovantes qui répondent aux défis de la croissance, des économies d'énergie



ENTRETIEN AVEC PIERRE-ANDRÉ DE CHALENDAR

et de la protection de l'environnement. En un mot, nous voulons inventer la maison du futur. Je souhaite que Saint-Gobain soit perçue comme la société de référence, que le nom de Saint-Gobain soit associé spontanément aux nouvelles solutions pour l'habitat et aux nouveaux modes de construction, grâce au sérieux de ses marques et à la confiance qu'elles inspirent.

Quelle sera la place de l'innovation?

R-A. C.: L'innovation tient une place majeure. Elle est au cœur de la stratégie; il s'agit en effet d'inventer les matériaux de la maison du futur. L'un de nos matériaux de base, notre matériau historique, le verre, est le matériau préféré de la plupart des architectes. Avec des innovations constantes, il remplit des fonctionnalités multiples et, surtout, il est esthétique. Ensuite, cette maison du futur sera efficace sur le plan énergétique. La consommation énergétique des bâtiments va forcément se réduire dans tous les pays avec l'accroissement du coût de l'énergie.

tante, mais le Groupe restera européen, avec son point d'ancrage en France. Je ne vois vraiment pas Saint-Gobain comme une entreprise globale. Une entreprise est toujours de quelque part, comme les hommes et les femmes qui la composent. De ce point de vue, nous avons la chance d'avoir des perspectives de croissance très importantes pour nos métiers dans toutes les régions du monde, y compris en Europe, d'avoir des métiers qui sont dans leur grande majorité multirégionaux, des métiers dans lesquels on produit localement pour vendre localement.

Vous venez de publier les résultats du premier semestre 2010. Pouvez-vous nous les commenter ?

P.-A. C.: Après un premier trimestre pénalisé par des conditions climatiques très défavorables en Europe, le Groupe a connu, au 2^e trimestre 2010, une nette amélioration de son activité. Tous les Pôles et toutes les activités du Groupe ont contribué à cette évolution, et ont constaté une amélioration progressive de leurs conditions de marché à par-

Je souhaite que Saint-Gobain soit perçue comme la société de référence dans les matériaux de construction pour tout ce qui a trait à l'innovation, aux économies d'énergie et à la protection de l'environnement."

On construit aujourd'hui des maisons passives, qui ne consomment pas d'énergie, ou l'on rêve, encore mieux, de maisons à énergie positive, équipées par exemple de toits photovoltaïques, qui produisent plus d'énergie qu'elles n'en consomment, le surplus permettant par exemple de recharger les batteries de la voiture électrique. La maison du futur sera enfin un lieu confortable, agréable à vivre, insonorisé, dont la qualité de l'air sera améliorée par des matériaux nouveaux. Tous les sujets sur lesquels travaillent conjointement les équipes de marketing et les laboratoires de recherche du Groupe.

Selon vous, à quoi ressemblera Saint-Gobain dans dix ans?

R-A. C.: Tout d'abord, Saint-Gobain doit conserver son exigence de *leadership*, qui a été à la base de toute sa stratégie depuis 20 ans. Et je veillerai à ce qu'elle soit sans cesse poursuivie. Dans tous ses métiers, Saint-Gobain continuera d'être le *leader* européen et l'un des tout premiers au niveau mondial. Cette exigence de *leadership* va bien au-delà de la taille, même si celle-ci est souvent un facteur critique à bien des égards. Notre objectif doit être un *leadership* de performances industrielles, commerciales, financières, un *leadership* de croissance et d'innovation. Nous voulons être reconnus par tous, clients comme concurrents, comme la référence, dans tout ce que nous faisons. Saint-Gobain restera un Groupe conquérant par nature. Cela supposera des acquisitions, de la croissance externe, mais aussi et surtout de la croissance interne à partir de nos compétences technologiques.

Par ailleurs, Saint-Gobain est et restera un Groupe industriel avec une forte composante technologique dont nos matériaux innovants sont le socle. Un Groupe avec une activité de distribution bâtiment qui nous rapproche de nos clients.

Et pour répondre au mieux aux besoins locaux, Saint-Gobain continuera d'être un Groupe fortement décentralisé. Notre porte-feuille d'activités continuera à évoluer, même si la grande majorité des composants nécessaires s'y trouve déjà.

Enfin, Saint-Gobain sera un Groupe de plus en plus international. La part de ses activités en pays émergents sera plus importir du mois de mars. Grâce à ce redressement des ventes, et surtout aux réductions de coûts réalisées, les résultats du Groupe ont très fortement rebondi au premier semestre. De plus, grâce à la poursuite d'une discipline financière stricte, nous avons généré, au cours des douze derniers mois, 1,9 milliard d'euros de trésorerie et réduit à nouveau notre endettement net de 1,8 milliard d'euros. Dans le même temps, Saint-Gobain a continué à saisir les opportunités de croissance en particulier dans les pays émergents et sur les marchés de l'efficacité énergétique en y consacrant 58 % de ses investissements.

Quels sont vos objectifs pour 2010?

P.-A. C.: Pour l'ensemble de l'année 2010, compte tenu des bons résultats du premier semestre, Saint-Gobain confirme son objectif d'une forte croissance du résultat d'exploitation (à taux de change constants), avec un résultat d'exploitation du second semestre légèrement supérieur à celui du premier. L'objectif d'autofinancement libre d'un milliard d'euro étant pratiquement atteint à la fin juin, le Groupe le revoit à la hausse et le porte à 1,4 milliard d'euros. Enfin, Saint-Gobain va intensifier au second semestre sa politique d'investissements industriels et d'acquisitions dans les pays émergents et les secteurs en croissance du solaire et de l'efficacité énergétique.

Souhaitez-vous transmettre un message aux actionnaires de Saint-Gobain ?

P.-A. C.: Je voudrais tout d'abord les remercier pour leur soutien et la confiance qu'ils témoignent au Groupe et à son développement. Les deux dernières années ont été des années de gestion d'urgence, passées à réagir vigoureusement à la crise. Les années à venir seront celles du dynamisme retrouvé et je souhaiterais y associer nos 260 000 actionnaires individuels. C'est la raison pour laquelle nous renforçons nos actions de communication en leur proposant depuis le début de l'année un vaste programme de visites de sites, de formations à la bourse et de réunions en province. Je suis plus que jamais attaché à la qualité de la relation et du dialogue que nous entretenons au quotidien avec nos actionnaires.

Arrêt sur images

Le 3 juin dernier, Jean-Louis Beffa a présidé sa dernière Assemblée générale. Retour sur un parcours de 24 ans marqués par des redéploiements stratégiques.



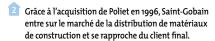








 L'OPA amicale sur Norton Company, en 1990, permet au Groupe de se positionner sur les matériaux technologiques.



En 2005, le Groupe acquiert British Plaster Board, leader mondial de la plaque de plâtre, métier qui, combiné à l'activité isolation de Saint-Gobain, aboutit à la création du leader mondial de l'aménagement intérieur.

4 et 1

3 juin 2010, Jean-Louis Beffa préside sa dernière Assemblée générale et passe le flambeau à Pierre-André de Chalendar.

résident-Directeur Général de 1986 à 2007, puis Président du Conseil d'administration de la Compagnie de Saint-Gobain depuis, Jean-Louis Beffa aura profondément marqué et in-

fondément marqué et influencé le destin du Groupe Saint-Gobain en lui donnant un nouveau départ et en le conduisant avec lucidité et opiniâtreté sur la voie du développement. À l'issue des opérations de privatisation de 1986-1987, plus du tiers du chiffre d'affaires de Saint-Gobain provenait encore du secteur dit « Entreprises et Services ». Une nouvelle vision stratégique va rapidement s'affirmer, fruit des convictions que Jean-Louis Beffa s'est forgées comme Directeur Général, de 1982 à 1985. En deux ans, les premières opérations de désinvestissement du secteur Entreprises vont améliorer la situation financière du Groupe et permettre ensuite les premiers redéploiements.

La contre-OPA amicale sur le groupe Norton permet, en 1990, l'entrée dans les abrasifs, les céramiques à applications thermiques et techniques, les grains et

poudres, les cristaux et les plastiques. La constitution de la division Matériaux Haute Performance apportera une remarquable position technologique et un vecteur de croissance tant en pays industrialisés qu'émergents.

Parallèlement, se poursuivent les désinvestissements de métiers sortant des nouveaux critères stratégiques, tel que le Papier Bois, cédé en 1994.

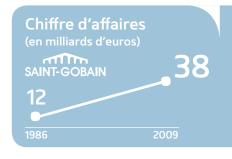
L'acquisition, courant 1996, du groupe Poliet marque l'entrée du Groupe sur le marché de la distribution des matériaux de construction. L'opération a plusieurs vertus : secteur moins sensible à la concurrence mondiale, léger en investissement, tourné vers le consommateur, avec un potentiel de croissance important dans les pays industrialisés.

Enfin, l'acquisition en 2005 de British Plaster Board, *leader* mondial de la plaque de plâtre, métier lui aussi plurirégional, a permis de constituer, par combinaison avec l'activité d'isolation de Saint-Gobain, le *leader* mondial de l'aménagement intérieur de la maison au sein du Pôle Produits pour la Construction.

Au total, Jean-Louis Beffa a engagé, en 21 ans, 900 cessions et 1200 acquisitions, au point que 53 % du chiffre d'affaires de 1986 a été cédé.

Ce regard rétrospectif souligne un bilan impressionnant, résultant de l'application de quatre principes fondamentaux : le *leadership* comme condition nécessaire pour chacun des métiers ; une politique de diversification comme moyen de leur développement, une cohérence industrielle dans ces mêmes actions de développement, en particulier autour des matériaux technologiques ; un vigoureux et indispensable développement international, tout spécialement dans les pays émergents.

Sous l'impulsion de Jean-Louis Beffa, Saint-Gobain s'est transformé en profondeur, passant d'un ensemble essentiellement verrier à un Groupe qui fonde sa cohérence non plus sur des matériaux mais sur un marché, celui de l'Habitat. Avec des activités à plus forte valeur ajoutée et des positions de *leader* sur des métiers locaux, les bases nécessaires à la croissance et à la rentabilité ont été ainsi solidement installées.



Nombre de pays où le Groupe est implanté



1er SEMESTRE 2010 : TRÈS FORT REBOND DES RÉSULTATS

Principaux résultats consolidés du Groupe

| S1 2009 M€ | S1 2010 M€ | Variation % |
|------------|--|--|
| 18 715 | 19 529 | + 4,3 % |
| 930 | 1 445 | + 55,4 % |
| 601 | 1 201 | + 99,8 % |
| 210 | 580 | + 176,2 % |
| 0,41 | 1,09 | + 165,9 % |
| 0,25 | 0,94 | + 276,0 % |
| 1 079 | 1 431 | + 32,6 % |
| 1064 | 1 419 | + 33,4 % |
| 514 | 432 | -16,0 % |
| 550 | 987 | + 79,5 % |
| 164 | 36 | - 78,0 % |
| 10 890 | 9 081 | - 16,6 % |
| | 18 715 930 601 210 0,41 0,25 1 079 1 064 514 550 164 | 18 715 19 529 930 1 445 601 1 201 210 580 0,41 1,09 0,25 0,94 1 079 1 431 1 064 1 419 514 432 550 987 164 36 |

^{1 -} Hors plus ou moins-values de cessions, dépréciations d'actifs et provisions non récurrentes significatives.

- Le chiffre d'affaires progresse de 4,3 %. Il bénéficie d'un effet de change significatif (+ 3,0 %), qui reflète l'appréciation, par rapport à l'euro, de la plupart des autres devises, notamment des devises scandinaves et de celles des principaux pays émergents où le Groupe est implanté (en particulier du réal brésilien). À taux de change constants*, le chiffre d'affaires augmente donc de 1,3 %. L'effet périmètre est légèrement positif, et représente une croissance de + 0,3 % du chiffre d'affaires. À structure et taux de change comparables, le chiffre d'affaires du Groupe est en hausse de 1,0 %, dont + 0,9 % en volumes et + 0,1 % en prix.
- Grâce notamment aux économies de coûts réalisées, le résultat d'exploitation du Groupe progresse sensiblement, à la fois par rapport au premier semestre 2009 (+ 55 %, et + 50 % à taux de change

constants*), et par rapport au second semestre 2009 (+ 12,4 %). Par voie de conséquence, la marge d'exploitation s'améliore fortement, à 7,4 % du chiffre d'affaires (10,7 % hors Distribution Bâtiment), contre 5,0 % (7,6 % hors Distribution Bâtiment) au 1er semestre 2009 et 6,7 % (9,1 % hors Distribution Bâtiment) au second semestre 2009.

• Le résultat net courant (hors plus et moins-values, dépréciations exceptionnelles d'actifs et provisions non récurrentes significatives) s'établit à 580 millions d'euros, en progression de 176,2 % par rapport au 1er semestre 2009. Rapporté au nombre de titres émis au 30 juin 2010 (530 786 373 actions contre 512 893 494 actions au 30 juin 2009), il représente un bénéfice net par action (BNPA) courant de 1,09 €, en augmentation de 165,9 % par rapport au premier semestre 2009 (0.41 €).

Une forte réactivité à l'évolution des différents marchés du Groupe

- Priorité aux prix de vente : + 0,1 % sur le semestre ; + 0,8 % au 2^e trimestre.
- Amplification du programme de réduction de coûts : **450 millions d'euros** sur le semestre par rapport au 1^{er} semestre 2009. Pour l'ensemble de l'année 2010, le Groupe confirme son objectif de **600 millions d'euros** d'économies de coûts par rapport à 2009.
- Très forte génération de trésorerie : **1,9 milliard d'euros** de génération d'autofinancement libre¹ après BFRE sur 12 mois.
- Renforcement du bilan : désendettement de 1,8 milliard d'euros sur 12 mois et taux d'endettement réduit à 51 % des fonds propres.
- Développement en Asie et pays émergents et sur le marché des économies d'énergie : 58 % des investissements industriels du Groupe au 1^{er} semestre.

Objectifs 2010

- Forte croissance du résultat
 d'exploitation, à taux de change
 constants (taux de change de 2009),
 avec un résultat d'exploitation
 du second semestre légèrement
 supérieur à celui du premier.
- Autofinancement libre porté à 1,4 milliard d'euros.
- Maintien d'une structure financière solide.
- Hors effet fiscal des plus ou moins-values de cessions, dépréciations d'actifs et provisions non récurrentes significatives.

^{2 -} Calculé sur le nombre de titres émis au 30 juin (530 786 373 actions en 2010 contre 512 893 494 en 2009). Sur la base du nombre moyen pondéré de titres en circulation (509 735 208 actions au 1^{er} semestre 2010 contre 439 305 156 au 1^{er} semestre 2009), le BNPA courant serait de 1,14 € (contre 0,48 € au 1^{er} semestre 2009), et le BNPA serait de 0,98 € (contre 0,29 € au 1^{er} semestre 2009).

^{3 -} Hors provisions non récurrentes significatives.

^{4 -} Hors effet fiscal des plus ou moins-values de cessions, dépréciations d'actifs et provisions non récurrentes significatives.

^{*} conversion sur la base des taux de change moyens du 1er semestre 2009.

^{1 -} Hors effet fiscal des plus ou moins-values de cessions, dépréciations d'actifs et provisions non récurrentes significatives.

Par Pôle d'activité (commentaires à données comparables)



Le **Pôle Matériaux Innovants** réalise **la plus forte croissance interne du Groupe,** à + 13,8 %, avec une forte accélération au 2º trimestre (+ 17,0 %) par rapport au 1er (+ 10,4 %). La reprise des marchés liés à la production industrielle s'est confirmée et amplifiée au cours des trois derniers mois, tant en Amérique du Nord qu'en Europe Occidentale. Par ailleurs, le Pôle a bénéficié, tout au long du semestre, d'une très forte croissance en Asie et en pays émergents. Par voie de conséquence, et grâce à l'impact des programmes de restructuration réalisés, **la marge d'exploitation du Pôle s'apprécie très fortement, à 10,4 %** contre 2,7 % au 1er semestre 2009.



Le **Pôle Distribution Bâtiment** reste affecté, sur l'ensemble du semestre, par la persistance d'une conjoncture difficile sur les marchés européens de la construction, et par le très bas niveau d'activité des deux premiers mois de l'année, imputable aux conditions climatiques très défavorables. Ainsi, son chiffre d'affaires recule, à données comparables, de 4,1 % sur le semestre, mais est quasiment stable au 2º trimestre (– 0,1 %). Cette stabilité résulte d'une situation très contrastée entre les différents pays européens : reprise au Royaume-Uni, en Scandinavie et en Allemagne ; nouveau recul en Europe du Sud et de l'Est ainsi qu'aux Pays-Bas ; baisse plus modérée en France. Grâce en particulier aux économies de coûts réalisées, la marge d'exploitation du Pôle se redresse et s'établit à 2,4 % du chiffre d'affaires, contre 1,4 % l'an dernier.



Lechiffre d'affaires du Pôle Produits pour la Construction est stable à données comparables sur l'ensemble du semestre, la reprise de l'activité au 2º trimestre (+ 2,9 %) ayant intégralement compensé le recul des ventes (– 3,3 %) au 1ºr trimestre résultant des mauvaises conditions météorologiques. La marge d'exploitation du Pôle continue à se redresser, à 10,1 % contre 9,1 % au 1ºr semestre 2009, grâce notamment aux réductions de coûts réalisées.



Le **Pôle Conditionnement** conserve un très bon niveau d'activité et de résultat, quasiment stables par rapport au 1^{er} semestre 2009. **La marge d'exploitation s'érode légèrement, à 12,9 % du chiffre d'affaires,** contre 13,4 % au 1^{er} semestre 2009.

Litiges liés à l'amiante aux États-Unis

Le nombre de nouveaux litiges reçus par CertainTeed au 1^{er} semestre 2010 est de 2 000 environ (comme au 1^{er} semestre 2009). Dans le même temps, 2 000 plaintes ont fait l'objet de transactions (contre 3 000 au 1^{er} semestre 2009), ce qui porte le stock de litiges en cours au 30 juin 2010 à **64 000**, stable par rapport au 31 décembre 2009. Le montant total des indemnités versées au cours des douze derniers mois aux États-Unis s'établit à 96 millions de dollars à fin juin 2010, contre 77 millions de dollars à fin décembre 2009.



Le détail des comptes consolidés est disponible sur le site internet du Groupe (www.saint-gobain.com,) ou sur simple demande auprès des Relations Actionnaires.

(cf. coordonnées en dernière page).

Saint-Gobain Gyproc

inaugure la première usine de plaques de plâtre du Moyen-Orient

La première usine de plaques de plâtre de Saint-Gobain Gyproc (Pôle Produits pour la Construction) au Moyen-Orient a ouvert ses portes à Abou Dhabi.

La cérémonie d'inauguration a eu lieu le 28 avril 2010 sous le patro-

nage de Son Altesse le Cheikh Sultan bin Mohammed bin Hamdan Al Nahyan, conseiller de Son Altesse le Cheikh Khalifa bin Zayed Al-Nahyan, président des Émirats Arabes Unis (EAU) et souverain de l'Émirat d'Abou Dhabi. Claude Imauven, Directeur Général Adjoint







du Groupe en charge du Pôle Produits pour la Construction, a présidé la cérémonie aux côtés de dignitaires locaux et d'importants clients.

La construction de cette usine ultramoderne, en collaboration avec Sultan International Holdings, partenaire local, représente un investissement de plus de 60 millions de dollars (soit 55 millions d'euros).

Construit dans une zone industrielle de 70 hectares en fort développement, le site produira 30 millions de mètres carrés de plaques de plâtre par an destinés au secteur de la construction de la région, où la demande en systèmes de construction légers est croissante.

Craig Chambers, Directeur général de Saint-Gobain Gyproc au Moyen-Orient, a déclaré : « Cette nouvelle usine concrétise notre volonté d'expansion dans la région du Golfe. Le Moyen-Orient est le théâtre de nombreux projets de développement passionnants et cette nouvelle usine nous permettra de mieux servir nos clients en répondant localement à leurs besoins. Il s'agit d'une étape clé de notre implantation au Moyen-Orient, Abou Dhabi occupant une place stratégique dans cette région.»

Claude Imauven, Directeur Général Adjoint du Groupe en charge du Pôle Produits pour la Construction, et Son Altesse le Cheikh Mohammed Bin Sultan Bin Hamdan Al Nahyan dévoilent la plaque d'inauguration de l'usine de plaques de plâtre de Saint-Gobain Gyproc.





FLASH INFO

UNE DEUXIÈME USINE **DE MODULES** PHOTOVOLTAÏOUES À HAUT RENDEMENT EN ALLEMAGNE

Dans le cadre de sa stratégie de développement dans l'énergie solaire, Saint-Gobain a annoncé le 7 juin dernier la construction, par sa filiale Avancis, d'une nouvelle usine de production de modules photovoltaïaues destinés aux toits des bâtiments résidentiels, industriels et

Mineraqua, société espagnole qui regroupe des entreprises d'eau minérale, a confié à Verallia España (Pôle Conditionnement) la création d'une bouteille pour sa nouvelle gamme premium. La bouteille d'eau de source 22 de Peñaclara a une



commerciaux ainsi qu'aux centrales solaires. Cet établissement industriel sera situé à Torgau, en Allemagne, où le Groupe est déjà présent au travers de Saint-Gobain Glass (verre plat et verre à couches), Saint-Gobain Sekurit (vitrage automobile) et Avancis (modules photovoltaïques).

capacité de 50 cl. Son design épuré traduit sa richesse, sa pureté ; le col arrondi et la forme droite reflètent le caractère spécial de la bouteille. Verallia España s'est inspiré des qualités de cette eau de source unique, située au cœur de la Sierra de Cameros dans la région de La Rioja, en Espagne.

Saint-Gobain au centre de

l'Exposition Universelle de Shanghai



L'Exposition Universelle de Shanghai (Chine) a ouvert ses portes le 1^{er} mai. Sous le thème « Meilleure ville, meilleure vie », sont présentées les nouveautés scientifiques et techniques des 200 pays participants. Saint-Gobain a fourni de nombreux produits et systèmes pour la réalisation des infrastructures et des pavillons de l'exposition.

Saint-Gobain Performance Plastics (Matériaux Innovants) a notamment fourni 100 000 m² de membrane architecturale SHEERFILL®

pour couvrir l'Expo Boulevard, artère principale de l'Exposition d'un kilomètre de long. Des produits Weber, Gyproc, Isover (Produits pour la Construction), Saint-Gobain Glass et Saint-Gobain Performance Plastics (Matériaux Innovants) ont été utilisés pour la construction des pavillons de la région Rhône-Alpes, des Pays-Bas et du Luxembourg, de la Suisse, de la Finlande et de l'Expo Center. Une très belle occasion pour Saint-Gobain de montrer aux millions de visiteurs du monde entier ses solutions pour l'habitat.



SAINT-GOBAIN ET LE DÉVELOPPEMENT DURABLE CEDEO lance l'« Espace des Nouvelles Énergies »

CEDEO, enseigne spécialisée en plomberiesanitaire-chauffage-climatisation du groupe Point.P, introduit dans ses agences un nouveau type d'espace entièrement dédié aux énergies renouvelables : l' « Espace des Nouvelles Énergies ». Ce concept est le fruit d'une démarche globale initiée dès 2008 par l'enseigne, visant à sensibiliser et accompagner les clients professionnels et particuliers face à l'émergence des énergies renouvelables. L'« Espace des Nouvelles Énergies » regroupe un espace informatif ainsi qu'une zone d'exposition des produits et dispose d'équipes de vente dédiées, formées aux énergies renouvelables au sein des trois écoles de formation du groupe Point.P.

Déclinés au printemps 2010 dans une vingtaine d'agences CEDEO, les « Espaces des Nouvelles Énergies » devraient se déployer dans une centaine d'agences partout en France d'ici à 2012.







LE CARNET DE L'ACTIONNAIRE

Agenda

PROCHAINES RÉUNIONS D'ACTIONNAIRES

- Le 7 octobre à Lille
- animée par Laurent Guillot, Directeur Financier
- Le 19 novembre (15 h 30 16 h 30) à Paris au salon ACTIONARIA, animée par Pierre-André de Chalendar, Président-Directeur Général
- Le 30 novembre à Dijon animée par Florence Triou-Teixeira, Directeur de la Communication Financière

SALON

Les 19 et 20 novembre
Salon ACTIONARIA, Palais des Congrès,
Porte Maillot

PROCHAINE PUBLICATION DE RÉSULTATS

• Chiffre d'affaires des neuf premiers mois de 2010 : le 21 octobre, après bourse



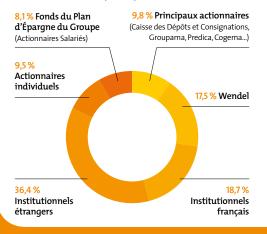
Découvrez le programme des événements du 2nd semestre (visites de site et formations avec l'École de la Bourse) sur www.saint-gobain.com, rubrique Finance/Actionnaires individuels.

Ou demandez-le au N° Vert 10 800 32 33 33)

NOMBRE TOTAL D'ACTIONS AU 30/06/2010

530 800 865

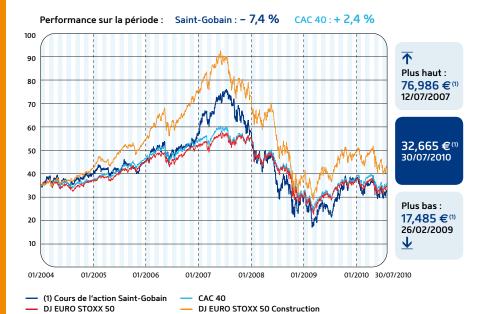
STRUCTURE DU CAPITAL ESTIMÉE AU 30/06/2010 (en %)



La vie du titre

ÉVOLUTION DU COURS DE BOURSE 2004-2010

Le 30 juillet, Saint-Gobain a fait état d'un fort rebond de ses résultats au premier semestre grâce à une reprise progressive de la conjoncture et surtout aux réductions de coûts réalisées. Il a par ailleurs annoncé une amélioration de ses perspectives pour l'ensemble de l'année 2010 (cf. page 4). Les analystes ont réagi favorablement à cette publication et ont revu à la hausse leurs prévisions de résultats 2010 et leurs objectifs de cours.



^{*} Données ajustées de l'impact lié à l'augmentation de capital de février 2009.

TABLEAU DES PERFORMANCES RÉCENTES DE L'ACTION SAINT-GOBAIN

| Performances récentes au 30/07/2010 (32,665 €) en % | Action Saint-Gobain | CAC 40 | DJ Euro Stoxx 50 | DJ Euro Stoxx 50 Construction |
|---|------------------------|---------|---------------------|-------------------------------------|
| Sur les 12 derniers mois | + 14,3 % | + 6,0 % | + 3,3 % | - 0,5 % |
| Sur les 6 derniers mois | - 6,3 % | - 2,6 % | -1,2 % | - 9,6 % |
| Sur les 3 derniers mois | - 12,7 % | - 4,6 % | - 2,7 % | - 14,7 % |
| Sur le dernier mois | + 5,7 % | + 5,8 % | + 6,6 % | + 3,0 % |

Vos contacts

Le Service Relations Actionnaires de Saint-Gobain est à votre disposition pour tout renseignement, n'hésitez pas à le contacter :

• Par téléphone, en appelant le

N° Vert 0 800 32 33 33

APPEL GRATUIT DEPUIS UN POSTE FIXE

ou +33 (o)1 47 62 33 33 (depuis l'international)

- Sur Internet, en vous rendant sur www.saint-gobain.com
- Par e-mail, en écrivant à l'adresse suivante : actionnaires@saint-gobain.com

- Par courrier :
- Compagnie de Saint-Gobain Service Actionnaires Les Miroirs 92096 La Défense Cedex
- Reuters: SGOB.PA

Directeur de la Publication : Laurent GUILLOT N°ISSN 1245-3978

Photothèque Saint-Gobain, DR.

Conception graphique: *t a m a t a* Crédits photos: Vincent Rackelboom (p.1 et 3), Archives de Saint-Gobain (p.3), Bob Matheson (p.5), Richard Edelmann (p.5), Franck Dunouau (p.5), Burwell Photography/Glass Packaging Institute (p.5), Design Media Développement - Denis Dessus - llex Paysages (p.7),

Document imprimé par Imprimerie Nouvelle certifiée Imprim'Vert et FSC sur des papiers certifiés FSC, à base de fibres recyclées et de pâtes provenant de forêts gérées de façon responsable sur un plan environnemental, économique et social.





