

LETTRE À NOS Actionnaires

N° 66

NOVEMBRE 2012

RÉSULTATS

P. 2

Chiffre d'affaires des 9 premiers mois de 2012	2
Par zone géographique	2
Par Pôle d'activité	3

DOSSIER

P. 4

Saint-Gobain
à la conquête des clients



EN BREF...

P. 6

Flash info	6
NOVA, catalyseur d'innovations	6
La plus grande halle commerciale dédiée au bâtiment	7
Développement durable	7

LE CARNET DE L'ACTIONNAIRE

P. 8

Entretien avec

Pierre-André de Chalendar

Président-Directeur Général de Saint-Gobain

“Confronté à la poursuite du ralentissement de la conjoncture dans la plupart de ses métiers, dans un contexte de très forte incertitude macroéconomique, le Groupe met vigoureusement en œuvre son plan d'actions.”

Vous venez de publier le chiffre d'affaires des neufs premiers mois de l'année.

Quelles en sont les grandes tendances ?

Le Groupe Saint-Gobain a réalisé sur les 9 premiers mois de 2012 un chiffre d'affaires de **32,5 milliards d'euros, soit en progression de 2,9 %**.

Au 3^e trimestre, **les tendances d'activité confirment le ralentissement déjà constaté au trimestre précédent**. À l'exception de Verallia, qui démontre une nouvelle fois sa capacité de résistance à la conjoncture, tous les Pôles et toutes les Activités du Groupe ont connu, ce trimestre, un recul de leurs volumes de vente, reflétant la dégradation progressive de l'environnement économique global à partir du mois de mai. Cette situation a été amplifiée par un nombre de jours ouvrés inférieur à l'an dernier, qui a notamment pénalisé le chiffre d'affaires de la Distribution Bâtiment et, dans une moindre mesure, celui de l'Aménagement Intérieur.

Parmi les grandes zones géographiques sur lesquelles le Groupe opère, seule l'Amérique du Nord reste bien orientée, grâce notamment à la poursuite du redressement du marché de la construction. Dans ce contexte, **les prix de vente ont bénéficié d'une dynamique favorable** dans tous les Pôles et toutes les Activités du Groupe.

Quelles sont vos perspectives pour la fin de l'année ?

Nous anticipons, pour le 4^e trimestre, la poursuite des tendances observées sur les 3 derniers mois, dans un environnement économique mondial encore très incertain et très fragile. Dans ce contexte, l'activité du Groupe au 4^e trimestre devrait rester contrainte, en dépit d'une base de comparaison et d'un nombre de jours ouvrés plus favorables qu'au 3^e trimestre.

En conséquence, **nous entendons poursuivre avec détermination notre plan d'adaptation à la conjoncture**. Grâce à la forte mobilisation de nos équipes, **nous maintenons globalement nos objectifs**, avec néanmoins une baisse du résultat d'exploitation du second semestre (par rapport au premier) un peu plus prononcée qu'anticipé fin juillet.

Quel est le plan d'actions mis en œuvre par le Groupe pour faire face au ralentissement de la conjoncture ?

Dans ce contexte, nous continuons à **donner la priorité aux prix de vente**, avec l'objectif d'une hausse mesurée sur l'ensemble de l'année, dans le but de répercuter l'augmentation des coûts des matières premières et de l'énergie. Nous poursuivons également avec détermination la mise en œuvre de nos **nouveaux**



Chiffre d'affaires
des 9 premiers mois de 2012

32,5 Mds€

↑ 2,9 % (à données réelles)

programmes d'adaptation à la conjoncture. Ces programmes, qui visent à limiter l'impact d'une baisse contenue des volumes, resteront principalement ciblés sur l'Europe.

Nous poursuivons enfin également le **contrôle du Besoin en Fonds de Roulement d'Exploitation** et continuons à faire preuve d'une **grande discipline en matière de gestion de trésorerie**, afin de conserver un autofinancement libre élevé et une structure financière solide. À cet effet, **les investissements industriels et financiers seront en baisse** au second semestre 2012 (par rapport au 2^e semestre 2011), de respectivement 200 millions d'euros et 350 millions d'euros.

Chiffre d'affaires des 9 premiers mois de 2012

32 541 M€

↗ + 2,9 % à données réelles

↘ - 1,8 % à données comparables

Chiffre d'affaires du 3^e trimestre 2012

↗ + 1,8 % à données réelles

↘ - 3,8 % à données comparables

Maintien des objectifs 2012

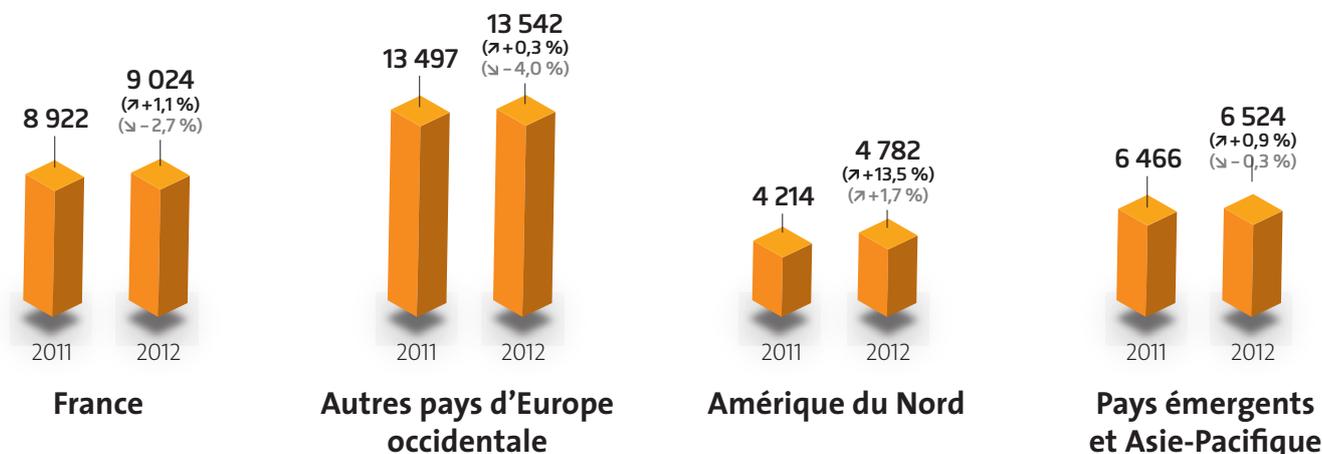
Grâce à la forte mobilisation de ses équipes, le Groupe maintient globalement ses objectifs, avec néanmoins une baisse du résultat d'exploitation du second semestre (par rapport au premier) un peu plus prononcée qu'anticipé fin juillet.

Par zone géographique (commentaires à données comparables)

Dans la continuité du 1^{er} semestre, le ralentissement s'est poursuivi en Europe occidentale et en Asie et en pays émergents, tandis que l'Amérique du Nord continue à bénéficier de la reprise progressive du marché de la construction.

Chiffre d'affaires à fin septembre (et % de variation à données réelles et comparables)

(en millions d'euros)



À structure et taux de change comparables, **la France** et **les autres pays d'Europe occidentale** affichent une croissance interne de respectivement - 2,7 % et - 4,0 % sur les 9 premiers mois de l'année (et de respectivement - 2,4 % et - 5,7 % au 3^e trimestre). Cette baisse résulte en grande partie des difficultés du Vitrage et de la Canalisation, mais reflète également, sur les 3 derniers mois notamment, le ralentissement des marchés industriels et de la construction dans la plupart des pays européens.

À structure et taux de change comparables, **l'Amérique du Nord** réalise une **croissance interne de + 1,7 % sur les 9 mois**, après un **recul des ventes de - 4,1 % au 3^e trimestre**. Cette baisse est essentiellement imputable à la base de comparaison exceptionnellement élevée du 3^e trimestre 2011 dans les Produits d'Extérieur aux États-Unis – à la faveur des fortes intempéries de début d'année 2011 –, qui neutralise le bénéfice de la poursuite du redressement du marché de la construction sur les 3 derniers mois.

À structure et taux de change comparables, **l'Asie et les pays émergents** conservent une orientation baissière (- 0,3 % sur les 9 mois, - 2,8 % au 3^e trimestre), et ne montrent pas encore de signe tangible de redressement.

Par Pôle d'activité (commentaires à données comparables)

Chiffre d'affaires
7 182 M€
↘ - 0,7 % à données réelles
↘ - 4,5 % à données comparables

QUANTUM
ADFORMS
GLASSOLUTIONS

Le chiffre d'affaires du **Pôle Matériaux Innovants** recule de **4,5 %** sur les 9 mois, après **7,2 %** au 3^e trimestre. Alors que l'activité reste très difficile dans le Vitrage, les Matériaux Haute Performance subissent également un ralentissement de leur activité sur les 3 derniers mois, sous l'influence de la baisse de la production et de l'investissement industriels, notamment en Europe occidentale. Malgré une base de comparaison élevée, les prix de vente du Pôle continuent à progresser sur ce 3^e trimestre.

Chiffre d'affaires
8 904 M€
↗ + 2,3 % à données réelles
↘ - 1,7 % à données comparables

British Gypsum
PLAFOMETAL
weber

Le **Pôle Produits pour la Construction (PPC)** voit son chiffre d'affaires **reculer de 1,7 %** sur les 9 mois, et de **4,3 %** au 3^e trimestre, sous l'influence du reflux des volumes de vente en Europe occidentale, et – pour le 3^e trimestre – de la base de comparaison très élevée que constitue la période équivalente de 2011 (impact favorable des intempéries aux États-Unis). Les prix de vente conservent une bonne orientation sur l'ensemble des activités et des zones géographiques.

Chiffre d'affaires
14 379 M€
↗ + 4,5 % à données réelles
↘ - 1,4 % à données comparables

POINT.P
Graham
LAPEYRE

Le chiffre d'affaires du **Pôle Distribution Bâtiment** recule, à données comparables, de **1,4 %** sur les 9 premiers mois (et de **3,0 %** au 3^e trimestre). L'Allemagne, la Scandinavie et les États-Unis restent en croissance sur les 9 mois (mais se stabilisent au 3^e trimestre), tandis que la France résiste bien et gagne des parts de marché dans un environnement devenu moins porteur. Les autres pays d'implantation du Pôle voient leur activité refluer sur les 9 premiers mois, et de façon encore plus prononcée au 3^e trimestre, compte tenu notamment d'un nombre de jours inférieur à l'an dernier. **À jours ouvrés constants, la croissance interne du Pôle au 3^e trimestre serait en effet de -1,8 %.**

Chiffre d'affaires
2 855 M€
↗ + 5,0 % à données réelles
↗ + 3,1 % à données comparables

verallia

Le **Pôle Conditionnement (Verallia)** réalise une **croissance interne de + 3,1 %** sur les 9 premiers mois (et de **+ 3,2 %** au 3^e trimestre), tirée essentiellement par l'augmentation de ses prix de vente, à la faveur – notamment au 3^e trimestre –, de l'application des mécanismes de répercussion des coûts de l'énergie. Les volumes de vente restent bien orientés en France, aux États-Unis et au Brésil, mais reculent dans la plupart des autres pays, notamment en Europe du Sud et de l'Est.

Point sur les litiges liés à l'amiante aux États-Unis

Le nombre de nouveaux litiges mettant en cause CertainTeed au cours des 9 premiers mois de 2012 est de 3 000 environ, soit autant qu'au cours des 9 premiers mois de 2011. Après prise en compte des plaintes ayant fait l'objet de transactions ou transférées en dossiers inactifs au cours des 9 premiers mois de 2012 (environ 8 000 plaintes, contre 7 000 sur les 9 premiers mois de 2011), le **stock de litiges en cours continue à baisser** et ressort à **47 000** au 30 septembre 2012, contre 52 000 au 31 décembre 2011.



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 à la conquête des clients

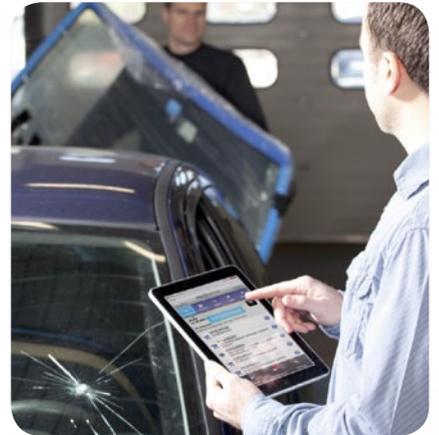
Les sites de **commerce électronique** fleurissent dans les activités de Saint-Gobain. Ils font évoluer les relations commerciales et répondent à la **demande croissante d'achat en ligne**.

Qu'est-ce que le commerce électronique ?

Le commerce électronique, ou commerce en ligne, désigne la vente de biens ou de services sur Internet. Il connaît depuis plusieurs années un développement important, stimulé par l'essor des nouvelles technologies de l'information et de la communication, et par une demande croissante des clients.

Quels avantages ?

Le commerce en ligne permet de réduire les coûts de gestion, d'élargir l'offre de produits et de services, et de conquérir et fidéliser les clients en nouant une nouvelle relation avec eux.



MY@UTOVER

Saint-Gobain Autover, leader européen de la distribution de vitrages automobiles sur le marché du remplacement indépendant, a mis en place My@utover, une plateforme de commande en ligne, également déclinée pour les smartphones.

« Pour chaque véhicule commercialisé, plus de 10 références de pare-brise sont possibles. Nos clients ont accès à un moteur de recherche pour trouver la bonne référence de verre », explique Jacques Chaumette, Directeur du Département Transport et de Saint-Gobain Autover. Certains clients bénéficient, par ailleurs, de services en ligne : informations sur la disponibilité du produit ou encore instructions de pose.

www.autover.com



ABRASIVE CONNECTION

Abrasive Connection est le site de commerce en ligne de Saint-Gobain Abrasives North America (Matériaux Innovants) créé pour répondre notamment aux besoins d'information de leurs clients.

www.abrasiveconnection.com

Entretien avec...

Nicolas Godet

Directeur du Plan
du Pôle Distribution Bâtiment



Que représente le commerce en ligne pour le Pôle Distribution Bâtiment ?

Le Pôle développe de nombreux sites Internet. Tous ne vendent pas de produits en ligne. Les enseignes du Pôle fournissent tout d'abord des informations pratiques, des catalogues de produits, puis, au-delà, une différenciation grâce à une documentation enrichie. La présence de conseils, d'explications de réglementations par exemple, entraîne beaucoup de trafic et donc de la notoriété, comme pour Point.P Matériaux de Construction avec 500 000 visiteurs par mois ou Jewson en Angleterre grâce à son offre de conseil « Ask Jack ». D'autres enseignes proposent un support commercial et administratif. Par exemple, Galvano aux Pays-Bas aide les professionnels artisans à créer leur propre site internet. Enfin, les enseignes plus avancées disposent d'un site marchand qui permet aux clients d'acheter les produits en ligne. Le prérequis d'un site marchand est la solidité du système informatique et de la logistique.

Quelles sont les perspectives du commerce en ligne ?

C'est un sujet important pour le Pôle, de même que le développement de toutes les ventes « multi-canaux ». Nous avons déjà de belles réussites. Sur certains segments, Dahl en pays nordiques réalise 40 % de ses ventes en ligne. La Plateforme du Bâtiment a développé avec succès un site marchand traduit en 50 langues et disponible sur les *smartphones* ; 60 % des clients de Lapeyre ont visité le site internet avant de se rendre en magasin. Notre objectif à l'avenir est de développer davantage les sites transactionnels et aussi la visibilité de nos enseignes sur les réseaux sociaux.



LAPEYRE

Lapeyre a développé un site Internet avec l'objectif d'apporter une qualité de conseil au client proche de celle proposée en magasin. Le client peut concevoir en 3D et visualiser son projet d'aménagement intérieur avant sa réalisation.

www.lapeyre.fr



SOLAR GARD / QUANTUM

En Chine, Solar Gard et Quantum (Matériaux Innovants) ont lancé leurs sites de vente en ligne de films de vitrages automobiles aux clients finaux.

<http://solargard.tmall.com>
<http://quantum.tmall.com>



POINT.P

Point.P a développé une application pour *smartphones* permettant de localiser plus facilement les points de vente Point.P, de visualiser les produits et d'accéder rapidement à toute l'information (nouveau produits, opérations commerciales, etc.).

Le gisement d'innovations dans le monde est immense. Avec sa structure NOVA External Venturing, Saint-Gobain s'ouvre aux idées nouvelles portées par des *start-up* et va récompenser le 15 novembre 2012, au salon Greenbuild à San Francisco aux États-Unis, trois jeunes pousses innovantes dans les technologies vertes lors de son Concours d'Innovation NOVA.

NOVA catalyseur d'innovations

Après s'être tenu deux fois en France et une fois en Allemagne, le concours d'Innovation NOVA aura lieu cette année pour la première fois aux États-Unis. Ce concours a pour vocation de récompenser les *start-up* du monde entier qui proposent des solutions innovantes pour l'habitat durable (matériaux ou solutions améliorant l'efficacité énergétique et environnementale).

Les trois lauréats recevront des prix de respectivement 50 000 \$ (environ 38 000 €), 25 000 \$ (environ 19 000 €) et 10 000 \$ (environ 7 600 €). Tous les participants au concours d'Innovation NOVA pourront également nouer, avec l'aide de l'équipe NOVA, des partenariats avec les Activités de Saint-Gobain dans le cadre d'éventuels accords

de co-développement, de licence ou de collaboration. Ces partenariats permettront d'associer les capacités de R&D, de production et de commercialisation de Saint-Gobain aux idées les plus neuves en matière de construction et de matériaux de pointe.

« Saint-Gobain est reconnu comme faisant partie des 100 entreprises les plus innovantes au monde », souligne Rakesh Kapoor, directeur de NOVA External Venturing et du centre de R&D de Northboro (le plus important de Saint-Gobain en Amérique du Nord). « Cette année, le concours d'Innovation NOVA a enregistré un nombre de participants record : les acteurs du secteur savent que Saint-Gobain offre aux *start-up* un tremplin inestimable en leur donnant accès à un marché mondial, en plus de l'appui, des moyens et de l'expertise du leader mondial de l'habitat. »

Depuis sa création en 2006, NOVA a développé des partenariats avec des dizaines de jeunes pousses prometteuses à travers le monde, dont certaines ont été découvertes grâce au concours d'Innovation NOVA, organisé tous les deux ans.

« Saint-Gobain investit dans l'innovation, en particulier dans l'habitat, afin de répondre aux besoins du futur liés à l'augmentation des populations, à la limitation des ressources énergétiques et aux impacts environnementaux », commente Didier Roux, Directeur de la Recherche et de l'Innovation de Saint-Gobain et membre du comité NOVA.

Pour en savoir plus sur le concours Nova Innovation et sur le département Nova External Venturing, rendez-vous sur le site www.saint-gobain.com/innovationcompetition2012

REPÈRES

2 000 dossiers
de *start-up* examinés par Nova
depuis sa création en 2006,
soit 350 par an en moyenne

55 partenariats signés.



FLASH INFO

ACQUISITION
DE ZAO ISOROC

Saint-Gobain poursuit le développement de son Activité Isolation en Russie avec l'acquisition de 25,1 % de ZAO ISOROC. Situé à Tambov, ISOROC est le leader dans la région Centre en Russie pour les produits de laine de roche, matériau isolant le plus utilisé dans les pays de la CEI. L'entreprise a réalisé un chiffre d'affaires de 46 millions d'euros en 2011. À travers cette

prise de participation, ISOVER renforce sa position sur le marché de l'isolation en Russie et complète sa gamme de produits. Cette opération s'inscrit dans la droite ligne de la stratégie de développement du Groupe Saint-Gobain, tant dans les régions à forte croissance et à haut potentiel que dans les marchés de l'efficacité énergétique.

SAINT-GOBAIN
ATTERRIT SUR MARS

Le robot Curiosity de la NASA, qui s'est posé sur Mars en août dernier, et la fusée qui l'a lancé depuis la Terre sont équipés de produits du Pôle Matériaux Innovants. La Business Unit Joints de Saint-Gobain Performance Plastics a fourni plus de 60 joints OmniSeal® activés par ressort pour le moteur de la fusée Atlas V qui a lancé Curiosity en novembre 2011. Ces composants sont

fabriqués avec le matériau Fluoroloy® développé par l'Activité. Le robot est doté de plusieurs solutions du Pôle. Le matériau Rulon®, signé Saint-Gobain Performance Plastics, est utilisé dans tous les roulements à billes. Le détecteur de radiations de Curiosity recourt, quant à lui, à un plastique scintillant de Saint-Gobain Crystals qui détecte et identifie les neutrons.

Lancement du chantier de la plus grande halle commerciale de France dédiée au bâtiment



Le Groupe Point.P lance un concept de distribution totalement inédit au service des professionnels de la construction et de la rénovation : la plus grande halle commerciale de France dédiée au bâtiment.

Située aux portes de Paris à Pantin, elle regroupera, en un lieu unique, 6 enseignes complémentaires du Groupe : **Asturienne, Cedeo, Dispano, La Plateforme du Bâtiment, Point.P Matériaux de Construction et PUM Plastiques.**

Cette halle apportera ainsi une réponse globale et complète en termes d'exhaustivité de l'offre et de gestion du temps à l'ensemble des professionnels du bâtiment, quels que soient leur métier ou la taille de leur entreprise, sur les grandes zones urbaines.

Unique sur le secteur de la distribution professionnelle, cette halle constitue un projet sans équivalent en matière de performance énergétique, d'insertion durable dans le paysage urbain et de responsabilité sociétale.

Une rénovation urbaine éco-responsable

La halle commerciale, dans sa genèse, sa conception et son exploitation est la représentation physique du positionnement stratégique du Groupe Point.P et du Groupe Saint-Gobain. Dans la lignée de la Plateforme du Bâtiment d'Aubervilliers, réalisation exemplaire dans

le domaine des bâtiments tertiaires certifiés HQE et BBC Effnergie, le site de Pantin a notamment été pensé pour être :

> Efficace d'un point de vue énergétique :

- Bâtiment certifié BBC Effnergie (2 fois plus performant que la RT 2005 sur les bâtiments commerciaux).
- Performance énergétique de la halle commerciale remarquable : 77 kWh d'énergie primaire/m²/an.
- Étanchéité exemplaire : 3 fois sous le seuil réglementaire.
- Choix de matériaux présentant le plus faible impact environnemental : l'éco-conception du site optimise son cycle de vie sur une durée de 40 ans.

> Respectueux de l'environnement :

- Camions roulant au GNV (gaz naturel) pour assurer les livraisons clients.
- Zéro rejet d'eaux usées.
- Traitement des espaces verts en phytorestauration.

> Durable et agréable à vivre :

- Qualité sanitaire des espaces conçue selon le niveau le plus exigeant du référentiel HQE.
- Ergonomie des postes de travail conçue avec l'appui de la CRAMIF (Caisse Régionale d'Assurance Maladie d'Ile-de-France) et de l'Inspection du Travail.



SAINT-GOBAIN ET LE DÉVELOPPEMENT DURABLE

Nouvelle rubrique sur le site Internet de Saint-Gobain

Le site Internet de Saint-Gobain s'enrichit d'une rubrique « développement durable ». Ce nouvel espace offre une vue synthétique des engagements environnementaux, économiques et sociaux de Saint-Gobain. La rubrique permet également de découvrir l'actualité du Groupe et les initiatives des sociétés pour diminuer l'impact environnemental ou pour développer les actions de mécénat.

Pour découvrir cette nouvelle rubrique, rendez-vous dès maintenant sur le site Internet www.saint-gobain.com

🏠 Saint-Gobain parmi les meilleures entreprises du Carbon Disclosure Project

Saint-Gobain intègre pour la troisième année consécutive le Carbon Disclosure Leadership Index qui réunit les 51 meilleures entreprises du Global 500 (les 500 plus grandes entreprises mondiales) pour la qualité des informations fournies en matière de gestion des émissions de gaz à effet de serre dans le cadre du Carbon Disclosure Project* (CDP).

Le CDP a attribué à Saint-Gobain une note de transparence de 95/100 en 2012. Consultez le site du CDP : www.cdproject.net

*Chaque année le CDP, qui regroupe 655 investisseurs institutionnels, sollicite les entreprises afin qu'elles décrivent très précisément leur stratégie de gestion du changement climatique. Il encourage le développement d'une méthodologie commune de mesure des émissions de gaz à effet de serre et facilite son intégration dans une analyse plus globale des investissements financiers.



Agenda 2013

RÉSULTATS 2012

20 février 2013, après Bourse

CHIFFRE D'AFFAIRES DU 1^{ER} TRIMESTRE 2013

25 avril 2013, après Bourse

ASSEMBLÉE GÉNÉRALE

6 juin 2013 à 15 heures, au Palais des Congrès de Paris (Porte Maillot)

RÉSULTATS DU 1^{ER} SEMESTRE 2013

24 juillet 2013, après Bourse

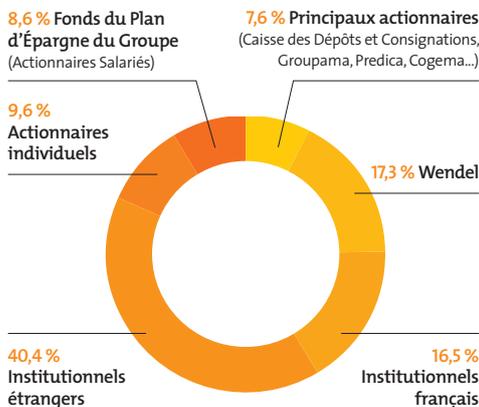
CHIFFRE D'AFFAIRES DES 9 MOIS

24 octobre 2013, après Bourse

NOMBRE TOTAL D' ACTIONS AU 30 SEPTEMBRE 2012 :

531 064 942

STRUCTURE DU CAPITAL ESTIMÉE AU 30 SEPTEMBRE 2012 (en %)

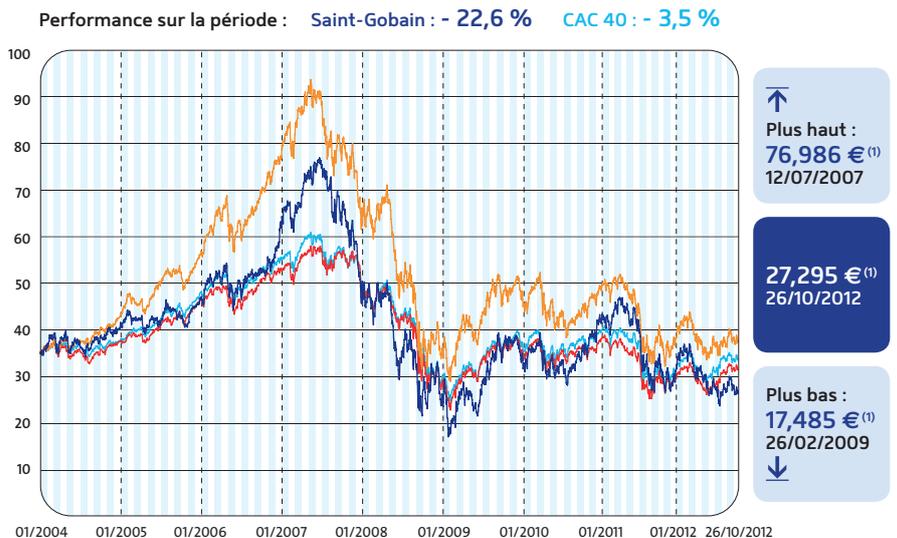


La vie du titre

Le 25 octobre, Saint-Gobain a publié un chiffre d'affaires des 9 premiers mois en croissance de 2,9 % par rapport à la période équivalente de 2011. À cette occasion, le Groupe a maintenu globalement ses objectifs, avec néanmoins une baisse du résultat d'exploitation du second semestre (par rapport au premier) un peu plus prononcée qu'anticipé fin juillet. L'action a bien réagi à cette publication, clôturant en hausse le 26 octobre (+ 1,85 %). Sur les 3 derniers mois, le titre Saint-Gobain a ainsi repris des couleurs par rapport au trimestre précédent. Les analystes financiers, conscients du potentiel du titre de Saint-Gobain, ont pour la plupart réitéré leur recommandation à l'achat sur la valeur, leurs objectifs de cours étant supérieurs à sa valeur actuelle.

ÉVOLUTION DU COURS DE BOURSE 2004-2012

Cours de l'action* Saint-Gobain en euros et indices rebasés au 01/01/2004



* 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 26/10/2012 (27,295 €) en %	Action Saint-Gobain	CAC 40	DJ Euro Stoxx 50	DJ Euro Stoxx 50 Construction
Sur les 12 derniers mois	- 17,9 %	+ 8,4 %	+ 6,9 %	- 3,0 %
Sur les 6 derniers mois	- 14,0 %	+ 6,4 %	+ 7,5 %	+ 1,1 %
Sur les 3 derniers mois	- 0,7 %	+ 7,1 %	+ 10,9 %	+ 5,2 %
Sur le dernier mois	- 4,4 %	+ 0,6 %	- 0,1 %	- 0,1 %

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 (0)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
Conception graphique : *t a m a t a*
Crédits photos : Hamilton/Rea (p.3), P. Chédal, DR/Placo®, Bruno Arnold/Sanitas Troesch, DR/Verallia (p.3), Fotolia, DR (p.4-5), DR (p.6-7).
Document imprimé par Imprimerie Nouvelle - Jouve 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.

