

Nanterre, le 08 juillet 2009

Faurecia rejoint le réseau de fournisseurs stratégiques de Ford

L'intégration de Faurecia au groupe de fournisseurs privilégiés de Ford favorisera des collaborations plus étroites avec le constructeur et ouvrira aux deux partenaires des perspectives mutuelles de rentabilité et de développement technologique.

Faurecia, l'un des leaders mondiaux de l'équipement automobile, vient d'être sélectionné par Ford Motor Company pour intégrer son réseau de fournisseurs stratégiques *Aligned Business Framework* (ABF). Le 24 juin 2009, le constructeur a en effet annoncé l'élargissement de son réseau à 16 nouveaux fournisseurs, dont les Groupes Produit Systèmes d'intérieur et Systèmes d'échappement de Faurecia. Le réseau ABF de Ford, désormais constitué de 82 fournisseurs de composants et services, a été créé pour établir des relations à long terme et renforcer la collaboration avec les fournisseurs.

« Faurecia fournit déjà depuis longtemps de nombreux composants pour l'intérieur véhicule et pour les systèmes d'échappement à Ford Motor Company, et nous avons hâte de contribuer à la naissance de la prochaine génération des véhicules Ford, dans le cadre du réseau ABF », a déclaré Yann Delabrière, le Président-directeur général de Faurecia. *« Nous sommes heureux et fiers de la confiance que Ford témoigne ainsi à notre entreprise, et de l'opportunité qui nous est donnée de conforter encore un partenariat durable. »*

En 2008, Faurecia a réalisé 10% de son chiffre d'affaires mondial avec Ford Motor Company et ses filiales. Les composants fournis par le Groupe entrent dans la fabrication de plus de 35 véhicules de la marque dans le monde entier. Plus récemment, Faurecia a travaillé avec Ford à la mise au point et la production de la planche de bord et des panneaux/modules de porte de la Ford Fiesta lancée en Europe l'an dernier, ainsi que le système d'échappement (partie froide) de la Ford Taurus.

En intégrant le réseau ABF, les fournisseurs et Ford s'engagent dans un partenariat à long terme, favorisant une collaboration plus étroite avec le constructeur et ouvrant aux deux partenaires des perspectives mutuelles de rentabilité et de développement technologique.

« En dépit de la tourmente que traverse l'ensemble du secteur automobile, Ford poursuit la mise en œuvre de sa stratégie : élargir le groupe de partenaires avec lesquels établir des relations durables tout en réduisant le nombre total de nos fournisseurs », explique Tony Brown, Vice-président Achats Groupe de Ford Motor Company. *« Lancée en 2005, notre stratégie ABF s'appuie sur ces deux leviers qui sont d'autant plus essentiels aujourd'hui que l'industrie automobile doit affronter une période difficile de restructurations, afin d'établir un modèle économique viable, pour les fournisseurs comme pour les constructeurs. »*

Faurecia est l'un des leaders mondiaux de l'équipement automobile dans quatre métiers majeurs du véhicule : sièges d'automobiles, intérieur véhicule, blocs avant et systèmes d'échappement. Le Groupe a réalisé en 2008 un chiffre d'affaires de 12 milliards d'euros. Il est présent dans 29 pays sur 190 sites et 28 centres de R&D. Faurecia est coté sur le marché NYSE Euronext de Paris. En savoir plus : www.faurecia.fr

Contacts :

Olivier Le Fric
Responsable Relations Presse
Tél: +33 (0)1 72 36 72 58
Mob: +33 (0)6 76 87 30 17
olivier.lefric@faurecia.com

Bruno de Chiffreville
Relations Investisseurs
Tel. +33 (0)1 72 36 75 70
Cell +33 (0)6 67 70 78 18
bruno.dechiffreville@faurecia.com